

## نگاهی به اقتصاد بازار از دریچه اخلاق\*

ربکا ام. بلنک

مترجم: فریبا مومنی\*\*

یکی از سرودهای محبوب من در جشن ازدواج، با این عبارت خطاب به خداوند خاتمه می‌پذیرد که «زندگی‌های ما را به یکدیگر متصل فرما» تا تمامی بشریت در «کمندی حی و پایدار» به هم تنیده شود.<sup>۱</sup>

زمانی که این سرود یکصد سال پیش نگاشته می‌شد، ممکن بود این پیوند زندگی، شاعرانه به نظر آید، اما امروز واقعیت دارد. ما با همسایه‌های دور و نزدیک خود در کمند اقتصاد بازار به هم متصل شده‌ایم که هر روز بیش از پیش، جان‌های ما و زندگی دیگر افراد در اکناف جهان را با هم مرتبط می‌کند. مدت‌هاست خداشناسان در باره ارتباط مناسب میان اعتقاد مذهبی و زندگی اقتصادی مناظره می‌کنند. در میان ملت و دنیایی که اعتقاد به «بازار آزاد» یک مذهب سکولار است، بسیار حیاتی است که نقش اقتصاد بازار را درک کنیم و در باره این بیندیشیم که چگونه بازار به زندگی اجتماعی ما شکل می‌دهد و چگونه ما به عنوان افراد به مثابه یک ملت، به نوبه خود، باید بازارها را شکل دهیم و بر آن تأثیر گذاریم.

اجازه دهید در ره‌یافتن به این پرسش، پیش‌زمینه خود را روشن کنم. من یک اقتصاددان و

\* این مقاله ترجمه‌ای است از فصل دوم کتاب *IS The Market Moral?* نوشته Rebecca M. Blank و William McGurn که در سال ۲۰۰۴ به چاپ رسیده است.

عنوان اصلی مقاله، *Viewing the Market Economy Through the Lens of Faith* می‌باشد.  
\*\* پژوهشگر اقتصاد

یک مسیحی هستم. به عنوان یک اقتصاددان به بازارها اعتقاد دارم. باز شدن و گسترش بازارها، علت اصلی جریان سریع رشد اقتصادی در کشورها در اکناف جهان بوده که به صورت قابل توجهی نیازهای اقتصادی را کاهش و سطح استانداردهای زندگی را افزایش داده است. در عین حال، به عنوان یک مسیحی، اغلب به خاطر شیوه‌هایی که مبانی مربوط به بازارها و فرضیات اقتصادی به صورتی گسترده برای قلمروی خارج از اقتصاد به کار گرفته می‌شود، آزرده می‌گردم.

شاید معرفی خود در این زمینه مفید باشد. من از خانواده‌ای با سنت‌های قوی در کلیسای اونجلی<sup>۲</sup> آلمانی هستم. تمامی اجداد نزدیک من، اعضای جوامع کوچک کشاورزان مهاجر از آلمان بوده‌اند، یکی از خاطرات اولیه دوران کودکیم از کلیسا، مباحثه رو به رشد و پدیدار شونده میان اونجلی‌های آلمانی و کلیساهای اصلاح طلب با گروه معتقدین حضار در کلیسا<sup>۳</sup> و مسیحیان مرتبط با آنان بوده است که منجر به ایجاد مسیحیان کلیسای متحد (UCC) شد. در بخش اعظمی از زندگی‌ام، عضو فعالی از VCC بوده‌ام و نیز رئیس کمیته‌ای بوده‌ام که بیانیه اعتقاد مسیحیان و زندگی اقتصادی را نوشت و در سال ۱۹۸۹، UCC General Synod اقتباس شد.

علاقه من به فصل مشترک اقتصاد و اعتقادات، منجر به نوشتن کتابی دنباله‌دار برای استفاده گروه‌های آموزشی بزرگسالانی شد که علاقمند به تفکر بیشتر در زمینه این موضوعات بودند.<sup>۴</sup> طی سالیان تعلق داشتن به کلیساهای UCC، با متدولیست‌های متحد<sup>۵</sup> کلیسای Presbyterian<sup>۶</sup> (قدما) در آمریکا و یا کلیسای تعمیدی<sup>۷</sup> آمریکایی مرتبط بوده‌ام با فردی با سنت‌های لوتری ازدواج کردم و در جابه‌جایی اخیرمان به میشیگان، خانواده ما به کلیسای Presbyterian ملحق شد. مختصر اینکه پیوندهای من با جریان اصلی پروتستانیسم بسیار عمیق است. من، سنت اعتقادی آن، به ویژه تعهد آن به اقدام و داشتن رسالت را [در خود] جذب کرده‌ام. من فقط یک عضو از کلیسای پروتستان نیستم، بلکه از نظر فرهنگی، پروتستانی هستم که عادات آن در ذهن و قلبم رسوخ کرده و رفتارها و تفکرات مرا به صورتی عمیق در بر گرفته است.

از نظر حرفه‌ای، من یک عضو فعال جریان اصلی اقتصاد، با هر استاندارد هستم، دکترای خود را در اقتصاد از MIT گرفته‌ام و در دپارتمان‌های دانشکده‌های اقتصادی دانشگاه‌های پرینستون و شمال شرق بوده‌ام. در حال حاضر در دانشگاه میشیگان به عنوان استاد ارشد مدرسه جرالد آر. فورد در زمینه سیاست‌گذاری عمومی، با وابستگی به دپارتمان اقتصاد،

خدمت می‌کنم. من به عنوان یک اقتصاددان در طی دوره اول ریاست جمهوری بوش (پدر) در واشنگتن دی.سی. به مدت یک سال در هیئت مشاوران اقتصادی خدمت می‌کردم و دو سال بعد به عنوان منصوب شده ارشد کاخ سفید و عضوی از آن هیئت مشاور و در اواخر دهه ۱۹۹۰، در زمان ریاست جمهوری بیل کلینتون بوده‌ام. تخصص من در اقتصاد بازار کار است و من این شاخه را به خاطر کار روی موضوعات سیاست‌گذاری اجتماعی برگزیده‌ام.

این پیش‌زمینه از من، مرا به علاقه شخصی در زمینه‌ای کشانده است که اقتصاد و مذهب با هم تعامل می‌کنند. با این حال، باید اقرار کنم اغلب چیزهایی که خداشناسان درباره اقتصاد می‌نویسند، و اکثر آنها به شدت از اقتصاد بازار و پیامدهای آن انتقاد می‌کنند، را قبول ندارم. بازار مشکلات زیادی دارد و من بخشی از آن را در این کتاب مطرح کرده‌ام. اما جایگزین قابل اتکایی برای بازار، به مثابه یک اصل سازماندهی‌کننده برای یک سیستم اقتصادی در یک جامعه پیچیده، وجود ندارد. سؤال کلیدی این نیست که «آیا بازار باید وجود داشته باشد؟» بلکه آن است که «محدودیت‌های بازار به منزله یک ساختار سازماندهی‌کننده زندگی اقتصادی چیست؟»

در شروع این بحث، من به عنوان یک اقتصاددان، مدل اقتصادی بازار و برخی فرضیات رفتاری فردی را که در این مدل جا گرفته، بیان می‌کنم. برخی از منافع یک اقتصاد مبتنی بر بازار، از جمله برخی پاداش‌های اقتصادی را یادآور می‌شوم که در نتیجه گسترش بازارها در یک مقیاس ملی و جهانی بوجود آمده‌اند. همچنین در مورد برخی انتقادات مرسوم از بازارها که در درون خود زمینه اقتصادی مطرح شده‌اند، مثل انتقادات مربوط به نارسایی بازار، یعنی موقعیت‌هایی که در آن بازارها از عملکرد مؤثر باز می‌مانند، صحبت خواهم کرد.

سپس فرضیات رفتاری بازار را با اخلاقیات رفتاری خداشناسی مسیحی و سنت در قبال هم قرار می‌دهم. «رفتار خوب» در بازار یک چیز است و در خداشناسی مسیحی چیزی بسیار متفاوت. من درباره تلویحات استفاده به «نفع دیگران» و نه «نفع خویش» به منزله یک اصل هدایت‌کننده در تعامل شخص و در ارتباط‌های کارگر کارفرما، محدوده‌ای که آموخته‌های بازار و مسیحیت اغلب با هم تصادم می‌کنند، بحث خواهم کرد.

سپس جهانی شدن بازارها و شرکت‌های خصوصی را خواهم کاوید که مزیت‌های بسیار واقعی را به همراه چالش‌ها و مسائل دشواری تولید کرده است که انتقادات و بحث‌های گسترده‌ای در زمینه ادبیات مربوط به اخلاقیات اجتماعی مسیحی پیش کشیده است. به نقش حکومت در اقتصاد بازار نگاهی خواهم انداخت و بحث خواهم کرد که انواع گوناگونی از



توجیه‌ها برای اقدام حکومتی، سوای آنها که به طور سنتی توسط اقتصاددانان شناخته شده، وجود دارد. اغلب می‌توان از اقدام حکومت برای محدود کردن بازارها یا پاسخ دادن به نیازهای اقتصادی یا ارزش‌های اجتماعی‌ای استفاده کرد که خود بازار [آنها را] بازنمی‌شناسد. اقدام مدنی نیز راهی برای مسیحیان در یک اقتصاد مدرن و پیچیده باز می‌کند تا [حرکت] به نفع دیگران را به سوی آنانی به نمایش گذارد که هیچ ارتباط شخصی‌ای با ایشان ندارند. درنهایت، به نقش کلیسا درون یک اقتصاد بازار می‌پردازم.

توضیحی در زمینه واژه‌شناسی [در اینجا] ضروری است. من از واژه بازارها استفاده می‌کنم که منظور من از آن فرایندی است که از آن طریق کالاها و خدمات تولید، توزیع و فروخته می‌شود. من عمده‌آز عبارت سرمایه‌داری فاصله می‌گیرم که عبارتی گسترده است و بسیار بد تعریف شده و اغلب چنان استفاده می‌شود تا به مجموعه‌ای کامل از نهادها و رفتارهای اقتصادی و سیاسی و نیز به مسیری تاریخی برای توسعه اشاره داشته باشد. این مقاله، ضرورتاً، درباره مفهومی بسیار محدودتر است.

### عملکرد بازارها

در توصیف عملکرد بازارها، من تنها به عنوان یک اقتصاددان صحبت می‌کنم. توصیف می‌کنم که چگونه فرض می‌شود، بازارهای رقابتی عمل می‌کنند چه مزایایی را عرضه می‌دارند. همچنین بعضی از انتقادهای استاندارد در زمینه بازارها را که توسط اقتصاددانان مطرح شده و مداخلات بازار، که نوعاً اقدام حکومت است و چنین انتقاداتی را توجیه می‌کند، توصیه خواهم کرد.

### مدل بازارهای رقابتی

یک بازار، مکانیزی برای خرید و فروش کالاها و خدمات است و دربردارنده مجموعه کاملی از تعامل‌هایی است که زمانی رخ می‌دهند که خدمات و کالاها خرید و فروش می‌شوند. مدل اقتصادی بازارهای رقابتی، این که چگونه خریداران و فروشندگان رفتار می‌کنند و چگونه قیمت‌ها در زمانی که بازارهای خصوصی و تنظیم نشده تحت شرایط خاص مفروض عمل می‌کنند را پیش‌بینی می‌کند. این که بازار مذکور برای یک محصول مادی، یک خدمت، اشتغال، مواد خام یا کالا‌های فراوری شده باشد چندان اهمیتی ندارد، همان مدل تا حدود زیادی برای هر چیزی که خرید یا فروخته می‌شود، به کار می‌آید.

خریداران و فروشندگان در یک بازار گرد هم می‌آیند. فروشندگان قیمت خود را عرضه می‌دارند و خریداران تصمیم می‌گیرند از چه کسی بخرند. رقابت در میان تولیدکنندگان مختلف و خریداران متفاوت این اطمینان را به وجود می‌آورد که کالاها با پایین‌ترین قیمت ممکن تولید و فروخته می‌شوند. رویه‌هایی که سعی در بیرون کشیدن قیمتی بالاتر کنند، با رویه‌های دیگری که می‌توانند ارزان‌تر بفروشند «پایین آورده می‌شوند». خریداران کالاهایی را که در محدوده در دسترس درآمدشان است، جستجو می‌کنند و می‌طلبند و این خود نیز اغلب از طریق عایدی‌شان در بازار کار تعیین می‌شود. بیشتر خریداران حاشیه‌ای آنها که یا مانع کمتری در اختیار دارند یا تمایل کمتری به خرید محصول دارند اصلاً در قیمت بالا خرید نمی‌کنند، هر چند ممکن است نوع کم کیفیت‌تر آن کالا را با قیمتی پایین‌تر بخرند.<sup>۸</sup>

مدل فرایند بازار رقابتی تنها زمانی طبق این پیش‌بینی‌ها عمل می‌کند که فرضیات خاصی محقق شوند. برای مثال، فرض می‌شود که افراد فقط نفع شخصی خویش را بدون ملاحظه‌ای برای رفاه هر بازیگر دیگری در بازار دنبال می‌کنند. همچنین فرض می‌شود که شرکت‌ها هم نفع شخصی خود را دنبال می‌کنند که معنایش سعی در حداکثر ساختن منافع خود آنهاست. فرض دیگر آن است که هر که درگیر بازار است، «اطلاعات کاملی» دارد. یعنی، هر کس می‌داند که چه چیز توسط چه کسی و با چه قیمتی برای فروش عرضه می‌شود. علاوه بر آن، چندین خریدار و فروشنده بالقوه وجود دارد، در نتیجه هیچ‌کس با بزرگتر یا قدرتمندتر بودن از دیگری نمی‌تواند با تأثیر گذاشتن بر پیامدها، چیز بیشتری به دست آورد. تمام گروه‌ها می‌توانند آنچه را می‌خواهند بخرند یا بفروشند، انتخاب کنند. هیچ‌کس مجبور نیست، چیزی را که نمی‌خواهد بخرد یا به قیمتی که نمی‌خواهد بفروشد.

پیامدهای این فرایند بازار قیمت‌های کالاها و مقادیری که خریده و فروخته می‌شود به روشنی به منابعی بستگی دارد که افراد با خود به بازار می‌آورند. «منابع» هر چیزی را در بر می‌گیرد از مواد خام (زمین، کالاها و سرمایه) که در اقتصاد موجود است تا تحصیلات و آموزش افراد و توانایی‌های ذاتی آنها و ثروتی که به ارث رسیده است. همیشه می‌توان با فراهم کردن موهبت‌های بیشتری از منابع برای مشارکت‌کنندگان در بازار، پیامدها را بهبود بخشید.

قدرت این مدل بازار، در این فرض نهفته است که بازارهایی که نیازمندی‌ها را با رقابت مؤثر برآورد می‌سازند زمانی بهترین عملکرد را دارند که کاملاً به حال خود گذاشته شوند. علی‌رغم این واقعیت که هر بازیگر برای خریدن یک کالا در پایین‌ترین قیمت ممکن یا فروش یک کالا در بالاترین قیمت ممکن، تنها به دنبال نفع اقتصادی خویش است، این مدل بازار،

پیامدی را در میان تمامی بازیگرانی که نمی‌توانند با آمدن کس دیگر و به صورت عمدی محصول را توزیع مجدد کنند یا قیمت را تغییر دهند، پیش‌بینی می‌کند. بازار، قیمت‌ها را به پایین‌ترین سطح ممکن در هماهنگی با تولیدکنندگان موجود در کسب و کار می‌راند و به مصرف‌کنندگان اجازه می‌دهد تا حداکثر انتخاب را در اینکه چگونه درآمد خود را صرف کنند، داشته باشند. یک بازار رقابتی، چندین مزیت خاص دارد.

اول، مشوق‌هایی برای بهره‌وری فراهم می‌آورد. اگر کسی بتواند یک محصول بهتر تولید کند یا همان محصول را با قیمتی پایین‌تر تولید کند، آن شخص می‌تواند بیشتر بفروشد و درآمدهایش را افزایش دهد. از این رو، اغلب تشویق خلاقیت و کارآفرینی را به بازارها نسبت می‌دهند که دلیلی برای این پرسش است که چرا اقتصادهای بازار، موتورهای مهمی برای رشد و توسعه اقتصادی در نظر گرفته می‌شوند.

دوم، یک بازار رقابتی، کارایی را پرورش می‌دهد. تولیدکننده‌ای که از حداقل منابع برای تولید کالایی قابل رقابت استفاده می‌کند، موفق‌تر است. استفاده از منابع بیشتر منجر به هزینه‌های بالاتر می‌شود که آن هم به قیمت‌های بالاتر می‌انجامد و این بدان معناست که مصرف‌کنندگان کمتری آن کالا را خریداری خواهند کرد. این امر منجر به حرکت به سوی محدوده‌های کارایی ضایعات، چه انسانی و چه غیرانسانی یک اقتصاد، تا سر حد امکان، می‌گردد. البته، این موضوع، بر این فرض استوار است که بازار برای منابع، به صورتی کارا عمل می‌کند و مواد اولیه به درستی قیمت‌گذاری شده است. اگر به بعضی مواد اولیه مثل زمین یا نفت یارانه فراوان داده شود یا اگر قیمت آنها در بازارهای رقابتی تثبیت نشود، تولیدکنندگان بیش از حد به مصرف آن خواهند پرداخت.

سوم، بازار رقابتی به هیچ هدایت‌کننده یا سازمان مرکزی‌ای نیاز ندارد. بازارها با همکاری داوطلبانه مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به صورتی مستقل عمل می‌کنند. نیازی به «هدایت» این فرایند از خارج، از جانب حکومت یا هر سازمان دیگری نیست. در واقع، اگر کسی تلاش کند تا به طریقی در بازاری که با کارایی عمل می‌کند مداخله کند، فرض آن است که باعث ناکارآمدی یا محدودیت بهره‌وری خواهد شد. از این رو، بازارها با انتخاب و آزادی افراد به منظور عمل به طریقی بهترین نفع را عاید آنان کند، همراه هستند.

این برتری و مزیت‌ها زمانی به وقوع می‌پیوندد که یک بازار به صورتی کارا عمل کند. بعضی الزامات کلیدی برای رقابت مؤثر وجود دارد. باید سیستمی از قوانین وجود داشته باشند تا قراردادهایی در زمینه قیمت و دستمزدها را که هر دو طرف بر سر آن توافق دارند، اجرا کند،

تا گروه‌ها بتوانند توافق‌های الزام‌آور را ایجاد و روی آن حساب باز کنند. اگر کارفرمایی تعهد کند که به کارگر جدیدالاستخدامی ۱۰ دلار در ساعت مزد دهد، او باید در نهایت آن دستمزد را در پایان ماه پرداخت کند. در غیر اینصورت با تنبیه‌های قانونی مواجه می‌شود.

اطلاعات در مورد کیفیت، در دسترس بودن و قیمت باید موجود باشد تا خریدار بتواند ارزیابی کند که آیا یک پیشنهاد خاص خوب است یا بد. برای بعضی اقلام مانند آنچه در یک بازار کشاورزی تولید می‌شود، کیفیت و قیمت رقابتی به آسانی تعیین می‌شود.

برای اقلام دیگری که به ندرت خریده می‌شوند یا کیفیت بلندمدت هزینه‌های عملکرد آن به آسانی قابل مشاهده نیست ممکن است برای گروهی ثالث نفعی وجود داشته باشد تا بازاری بوجود آورند که درباره عملکرد چنین اقلامی در طی زمان اطلاعاتی فراهم کند. برای مثال، گزارش به مصرف‌کننده در چنین جایگاهی صدق می‌کند.

هیچ خریدار یا فروشنده‌ای نمی‌تواند قدرت بازار را در دست داشته باشد یعنی هیچ موجودیت منفردی نمی‌تواند آنچنان بزرگ باشد که رفتارش اثر قابل توجهی بر قیمت و پیامدهای بازار داشته باشد. اگر فقط یک تولیدکننده این چنینی وجود داشته باشد آنگاه آن تولیدکننده دارای قدرت انحصاری است و می‌تواند نسبت به یک بازار رقابتی به قیمت بالاتری (کالای خود) را بفروشد و این موضوع، رفاه تمامی خریداران را کاهش می‌دهد.

بالاخره، برای اینکه بازارها به صورت رقابتی عمل کنند باید منافع و هزینه‌های فروش، به صورتی گسترده، توسط خریدار و فروشنده تحمل شود. اگر دیگرانی که آن کالا را نمی‌خرند نیز با فروش آن [کالا] وضعیتشان بدتر یا بهتر شود، آنگاه قیمت و حجم مبادلات، منعکس‌کننده یک پیامد کارا نخواهد بود. اقتصاددانان اغلب چنین موقعیت‌هایی را به عنوان [عوامل] خارجی قلمداد می‌کنند. برای مثال، اگر واکسینه شدن کودک نه تنها به افرادی که از او نگهداری می‌کنند، بلکه به اجتماعی بزرگتر با کاهش خطر بیماری‌های مسری منفعت برساند، آنگاه یک [عامل] خارجی مثبت به وقوع پیوسته است. در چنین وضعیت‌هایی، بازار واکسینه کردن به نرخ واکسینه شدنی می‌رسد که بسیار آهسته است. [عوامل] خارجی منفی نیز وجود دارند، برای مثال، خریداران و فروشندگان میله‌های فولادی، هیچ دلیلی ندارند تا مشکلات زیست‌محیطی‌ای را در نظر آورند که ساخت این میله‌ها برای کسی بوجود آورده که نزدیک این کارخانه زندگی می‌کنند. در این مورد، هزینه‌های آلودگی در قیمت میله‌های فولادی وارد نشده است و قیمت بسیار پایین خواهد بود.

اگر هر یک از این الزامات برآورده نشوند، نتیجه موردی است که به اصطلاح نارسایی

بازار خوانده می‌شود. پیامد بازار کلاً کارا نخواهد بود. اگر واقع‌بینانه صحبت کنیم، بازارهای اندکی وجود دارند که در تمام مدت تمامی این معیارها را برآورده می‌سازند اما در بسیاری موارد هم دور شدن از این فرضیات بسیار جزئی است و مدل بازار رقابتی ممکن است همچنان یک توضیح ساده خوب باقی بماند. در میان اقتصاددانان تفاوت‌های آشکاری در زمینه باور به اینکه چندوقت یک بار بازارها نارسا می‌شوند وجود دارد. میلتون فریدمن (برنده جایزه نوبل اقتصاد در سال ۱۹۷۶) در کتاب کلاسیک خود، سرمایه‌داری و آزادی، می‌گوید جدا شدن از مدل بازار رقابتی نادر و نسبتاً بی‌اهمیت است.<sup>۹</sup> در عوض جوزف استیگلیتز برنده جایزه نوبل اقتصاد در سال ۲۰۰۱ می‌گوید که نارسایی بازارها اهمیت و نفوذ [زیادی] دارد.<sup>۱۰</sup>

زمانی که شرایط بازار رقابتی برآورده نشود، اغلب نقشی برای درجاتی از تنظیم [بازار] توسط حکومت وجود دارد. در واقع، تنظیم توسط حکومت نوعاً برای «درست» کردن نارسایی بازار طراحی شده تا اطمینان حاصل شود که بازارها به صورتی رقابتی عمل می‌کنند. برای مثال، حکومت می‌خواهد اطلاعات لازم برای مطلع ساختن کامل مبادله‌کنندگان افشا شود. این از الزام [دولت] برای اینکه تولیدکنندگان غذا تاریخ انقضا را روی محصول حک کنند تا الزام برای افشای همکاری مالی را شامل می‌شود. حکومت از طریق قوانین ضدتراست بر قدرت بازار نظارت می‌کند و گاهی اوقات هم از اجازه دادن سر باز می‌زند زیرا این شرکت‌ها با هم می‌توانند سهم قابل توجهی از بازار را به دست آورند. تنظیم [بازار توسط] حکومت اغلب به روشنی و به گونه‌ای طراحی شده تا از پس مشکلات ناشی از [عوامل] خارجی برآید برای مثال، از طریق ایجاد استانداردهای کنترل آلودگی که شرکت‌ها را وادار می‌سازد تا روش‌های تولید پاک‌تری را برگزینند. ممکن است هزینه‌های اضافی تحمیلی به قیمت محصولات اضافه کند تا خریداران نیز حداقل بخشی از هزینه کاهش آلودگی محصول را پرداخت کنند.

در این مدل بازار رقابتی، نقش پذیرفته شده حکومت تنها بالا بردن رقابت است تا به بازارها کمک کند به صورتی مؤثر عمل کنند. اگر یک بازار خاص هیچ‌گونه از مشکلات نارسایی بازار را که توصیف شد از خود نشان ندهد، آنگاه هیچ دلیلی برای اینکه حکومت در بخش اقتصاد مداخله کند وجود نخواهد داشت.

در یک اقتصاد مبتنی بر بازار همچون اقتصاد ایالات متحده کمتر معمول است که در سطوح مختلف حکومت، کالا یا خدماتی تولید شود، هرچند حکومت به طور منظم برخی کالاهای عمومی را تولید می‌کنند. این کالاها شامل بزرگراه‌ها، مدرسه‌های عمومی، و نیروی



ارتش ملی و نیروهای پلیس محلی است تا در خدمت دفاع ملی و امنیت عمومی باشند. کالاهایی که در این موارد تهیه می‌شوند، «کالاهای عمومی غیرقابل حذف» نامیده می‌شوند؛ یعنی اینها چیزی مثل امنیت ملی یا یک سیستم جاده‌ای مؤثر هستند که هر کس در جامعه از آن بهره‌مند می‌شود. بازارهای خصوصی نوعاً در تهیه کالاهایی مثل این کالاها به صورتی مؤثر عمل نمی‌کنند. به هر صورت، دامنه کالاهای عمومی و کالاهای غیرقابل حذف کاملاً محدود است بحث‌هایی در جریان است که آیا نباید چنین کالاهایی مثل خدمات پستی یا حتی مدرسه‌ها را حداقل به صورت جزئی خصوصی ساخت تا دیگر تهیه‌کنندگان بتوانند برای عرضه اثربخش‌تر این خدمات رقابت کنند.

### تصمیم‌گیری فوری درون بازارهای رقابتی

روشن ساختن ماهیت تصمیم‌گیری فردی که فرض می‌شود در درون بازارهای رقابتی به وقوع می‌پیوندد، نیز مهم است. اول، فرض می‌شود که تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان فقط نگران خودشان هستند و توجهی به یکدیگر ندارند. خلاصه بگوییم، مدل بازار نفع شخصی را فرض قرار می‌دهد. تنها ارتباط میان یک خریدار و یک فروشنده در یک مبادله بازار یا بین هر دو بازیگر اقتصادی، نفع شخصی هر یک از آن دو است. در ۱۷۷۶، آدام اسمیت پدر علم اقتصاد نوین نوشت: «این از نیک‌اندیشی بقال، آبجوفروش یا نانوا نیست که ما انتظار داریم شب شام خود را بخوریم، بلکه به خاطر توجهی است که هر یک به نفع خویش دارند. ما برای خود، انسانیت آنان را مطرح نمی‌سازیم بلکه عشق به خود در آنان را مطرح می‌کنیم و هرگز با آنان درباره نیازهای خود صحبت نمی‌کنیم بلکه از مزیت‌های آنان می‌گوییم.»<sup>۱</sup>

برای تولیدکنندگان و شرکت‌ها، دسترسی داشتن به منابع تولید و بودن سطح قیمت‌ها در حدی که بتوان محصولی را فروخت به معنای نفع شخصی است. برای خریداران منفرد با وجود درآمدی شخصی، به معنای حداکثر یعنی اینکه شخص تصمیم‌هایی بگیرد تا بتواند هرچه بیشتر، کالاهای مطلوب خود را در پایین‌ترین قیمت ممکن خریداری کند. در بازار کار، این به معنای آن است که کارگران تلاش کنند تا دریافتی‌های خود از کار را به حداکثر برسانند، با این فرض که مهارت‌ها و آموزش‌هایی را که آنان به بازار کار می‌آورند موجود است یعنی آنان می‌خواهند تا جایی که می‌خواهند درآمد بیشتری داشته باشند در حالی که تا حد امکان زمان کار کمتری صرف کنند. برای انجام این کار، آنان باید با توجه به ساعت‌های کاری و میزان درآمد دریافتی، انتخاب‌هایی صورت دهند.

برای بسیاری از مبادلات روزانه اقتصادی در یک اقتصاد پیچیده، فرض نفع شخصی به تعیین، فرض درستی است. چه خرید سوپ کنسرو شده باشد یا روزنامه محلی، مصرف‌کنندگان کاملاً بر این مبنا تصمیم می‌گیرند که آیا می‌خواهند برای سوپ یا روزنامه قیمت گفته شده را بپردازند، یعنی این تصمیم بر نفع شخصی اقتصادی آنان مبتنی است. آنها هیچ قرارداد شخصی‌ای با تولیدکننده ندارند و تولیدکننده هم هیچ قرارداد شخصی با آنان نبسته است، هیچکدام از دو طرف نگران چیزی جز نفع اقتصادی شخصی خود نیستند. در اقتصادی که به روی اجتماعات، دولت‌ها و ملت‌ها پل می‌زند، بازار باید بدون هیچ قرارداد شخصی مابین یک بازیگر با دیگری، به صورتی مؤثر کار کند. اما این فرض که نفع شخصی، انگیزه اولیه و فردی در تمام مبادلات اقتصادی است، ممکن است در میان مسیحیان باعث ناراحتی شود.

دوم، فرض بازار نه فقط نفع شخصی بلکه تصمیم‌گیری در سطح فردی راهم در برمی‌گیرد. بازار مجموع تمام مبادلات تعداد زیادی از خریداران و فروشندگان است که هر خریدار یا فروشنده طبق انگیزه‌های شخصی خود رفتار می‌کند. ترجیحات شخصی در مورد هر چیزی از شغل گرفته تا مدل ماشین مهم هستند و انتخاب‌های اقتصادی فردی را تعیین می‌کنند. اما این دوست داشتن‌ها و دوست نداشتن‌ها به صورتی گسترده مفروض در نظر گرفته می‌شوند و توجه‌اندکی به منبع اقتصادی ترجیحات می‌شوند و بحث‌های کمی درباره تأثیر بالقوه فرهنگ یا هنجارهای اجتماعی روی رفتار فردی صورت می‌گیرد. کل تمرکز روی فرد است: پیامدهای متراکم، مجموع انتخاب‌های فردی است اما انتخاب‌های فردی از پیامدهای متراکم، تأثیر نمی‌پذیرد.

سوم، بازار همواره فرض می‌کند که بهتر یا بدتر را می‌توان با متر «بیشتر» یا «کمتر» اندازه گرفت. انتخاب بیشتر، بهتر است. همیشه کالای بیشتر از کالای کمتر بهتر است. انگیزه برای بهره‌وری و کارایی آن است که «بیشتر» تولید می‌کند... بیشتر برای تولیدکننده به صورت فروش و ثروت و بیشتر برای خریدار به صورت انتخاب محصول است. توجیه قدرتمندی برای چنین فرضی وجود دارد: در بسیاری موارد، بیشتر، بهتر است. برای خانواده‌های فقیر، «بیشتر» می‌تواند به معنای سلامتی به جای گرسنگی یا تحصیلات به جای بی‌سوادی باشد. برای آنان که سطح درآمدشان بالاتر است، «بیشتر» می‌تواند به معنای تجمعات تفریح و فراغت از کار و گذراندن اوقات بیشتر با خانواده در تعطیلات یا مستمری مناسب پس از بازنشستگی باشد که به آنان اجازه می‌دهد اگر انرژی و توانایی‌هایشان کاهش یافت، این انتخاب

را داشته باشند که به سادگی، کار نکنند. «بیشتر بهتر است» اغلب یک فرضیه خوب است به ویژه درون یک محدوده اقتصادی.

### استفاده از مدل بازار رقابتی

مدل بازار رقابتی رفتار اقتصادی چنین فرض می‌کند که افراد، با عمل در راه نفع شخصی خود، درون بازارهای رقابتی، گرد هم می‌آیند، با تأکید بر این که این مدل، فرضیاتی درباره رفتار انسانی و ماهیت بازارهای اقتصادی است.

اقتصاددانان، ماهیت بیش از حد ساده شده این مدل را به روشنی دریافته‌اند. در واقع، بیشتر کارهای جالب تئوریک در اقتصاد طی دو دهه گذشته، از مدل بازار رقابتی بسیار فاصله گرفته است؛ امروزه، لبه برنده تئوری اقتصادی با مدل‌سازی وضعیت‌های رقابت کمتر از کامل، سروکار دارد. در حال حاضر، پیکره‌ای رشد یابنده از پژوهش‌ها درباره تلویحات ضمنی انواع مختلف قدرت بازار وجود دارد برای مثال، قدرتی که زمانی وجود دارد که بیش از یک شرکت [در یک بازار] وجود داشته باشد؛ اما تعدادشان برای آنکه بتوانند در قدرت بازار فردی نفوذ کنند، بسیار اندک است. در حالی که این وضعیت چیزی کمتر از یک انحصار است. اما نمی‌تواند ادامه یک بازار رقابتی خالص باشد.<sup>۱۲</sup> این پژوهش در مورد وضعیت‌هایی نیز هست که در آن اطلاعات کامل به صورتی پایدار غیرقابل دسترسی است. در سال ۲۰۰۱، جایزه نوبل در اقتصاد به سر اقتصاددانی داده شد که تفکر اقتصادی را از طریق توجه به موقعیت‌های «نامتقارن اطلاعات»<sup>۱۳</sup> دگرگون ساختند، از جمله موقعیت‌هایی که در آن تعامل مکرری بین بازیگران اقتصادی وجود دارد و از این رو، چانه‌زنی طولانی مدت و تلاش‌های مکرر اهمیت می‌یابد.<sup>۱۴</sup>

اقتصاددانان، بسیاری از محدودیت‌های مدل ساده بازار را دریافتند؛ تئوری اقتصادی در بحث‌های بی‌پایان درباره لذت‌های رقابت کامل گیر نکرده است. اما به چند دلیل، مدل ساده بازار، همچنان قدرتمند باقی مانده است. اول، اینکه درک آن آسان است و به نقطه مرجع عموم برای بحث‌های مرتبط با بازار و رقابت تبدیل شده است. بحث‌های عمومی درباره علم اقتصاد نوعاً انگاره مدل رقابتی را پذیرفته است: سردبیران روزنامه‌ها آن اقدامات حکومتی که در بازار و کارایی آن مداخله می‌کند را به شدت مورد انتقاد قرار می‌دهند؛ مقالات در زمینه استراتژی همکاری، رقابت کامل را فرض می‌گیرند؛ افراد فرض می‌کنند که رفتار اقتصادی به نفع خویش [عمل کردن]، از جانب خود آنان باشد یا از طرف دوستانشان، رفتاری مورد انتظار

و پذیرفته شده است. مدل رقابتی هرچند ساده، همانند عدسی ای است که بسیاری از رفتارهای اقتصادی [از منظر آن] نگریسته می شود.

دوم، مدل ساده‌ای که توانایی زیادی برای پیش‌بینی پیامدها دارد، می‌تواند بسیار قدرتمند باشد و مدل اقتصادی بازارهای رقابتی دقیقاً [چنین ویژگی] را دارد. با داشتن تعداد محدودی از فرضیات من آنها را در چند صفحه بعد داده‌ام این مدل با چند پیامد رفتاری مشاهده شده، به خوبی می‌تواند [وقایعی را] پیش‌بینی کند. مدل‌های اقتصادی سطوح قیمت‌ها و اشتغال را در بازارهای رقابتی پیش‌بینی می‌کنند؛ زمانی که نارسایی‌های مختلف بازار در یک بازار پیش می‌آید، پیش‌بینی می‌کنند چه اتفاقی می‌افتد و پیش‌بینی می‌کنند که چگونه تغییراتی در مقررات حکومتی یا قواعد شرکت، رفتار افراد و بازارها را تغییر می‌دهد. زمانی که قیمت کالایی بالا می‌رود، افراد کمتری آن را می‌خرند. زمانی که پاداش‌های اقتصادی دنبال کردن یک جایگاه کاهش می‌یابد، بسیاری از افراد جایگاه دیگری را دنبال می‌کنند. زمانی که درآمد خانواده‌ای بالا می‌رود، افراد خانواده کالاهای بیشتر و با کیفیت بهتری را می‌خرند. زمانی که مالیات‌ها افزایش می‌یابد، افراد درآمد قابل عرضه کمتری دارند و این باعث کاهش پس‌اندازهای آنان می‌شود. ممکن است همه اینها به نظر امر واقعی بیایند اما فقط وقتی واضح به نظر می‌آیند که خواننده در دنیایی بزرگ شده باشد که در آن رفتار بازار رقابتی توسط آنانی که حتی مطالعه‌ای در این باره نداشته‌اند، به طور تلویحی درک و صحیح شمرده شود.

مختصر آنکه علی‌رغم سادگی مدل اقتصادی [این مدل] به صورت جالب توجهی در پیش‌بینی محدوده وسیعی از رفتارهای فردی مؤثر است. تا حدودی به این دلیل، این مدل، به مدل رفتاری مسلطی تبدیل شده که از آن نه فقط در موضوعات اقتصادی کم‌اهمیت بلکه در بسیاری از انواع تحلیل‌های خط‌مشی‌گذاری استفاده می‌شود. پژوهشگران چه اثرات اصلاحات رفاهی را پیش‌بینی کنند یا اثرات تغییر در مقرراتی که سقط جنین نوجوانان را پوشش می‌دهد یا اثرات تغییر در استراتژی‌های سربازگیری را بررسی کنند، به ندرت از مدل‌های رفتار اقتصادی استفاده می‌کنند که در آن افراد به منافع و هزینه‌های شخصی خود وزن می‌دهند و پیامدهایی را برمی‌گزینند که رفاه آنان را به حداکثر می‌رساند.<sup>۱۵</sup>

سوم، مدل اقتصادی رفتار، برای اتخاذ محدوده وسیعی از تصمیمات شخصی به کار برده می‌شود. تفکر در باره بسیاری از تصمیمات غیراقتصادی به صورت محاسبات هزینه منفعت امری عادی و پیش‌پا افتاده شده است. پاسخ مشهور آن مارلین به زنانی که مشکلات زناشویی دارند همواره چنین بود. آیا رفاه شما با او یا بدون او تأمین می‌شود؟ موضوع کنونی که در این

پرسش وجود دارد این فرض است که هر فرد باید رفاه شخصی خویش را با متوازن کردن هزینه‌ها و منافع در نظر آورد تا پاسخ درست را تعیین کند. چنین رویکردی به رفتار انسان، مدل اقتصادی تصمیم‌گیری فردی در بازارهای رقابتی را منعکس می‌سازد. این بر همان فرضیات جاافتاده تکیه دارد: افراد نفع شخصی را به نمایش می‌گذارند؛ تصمیم‌گیری فردی تنها بازیگر مرتبط است؛ و نوعاً «بیشتر» بهتر است.

با معیارهای رشد و ثروت جمعی، اقتصاد بازار ایالات متحده، طی قرن گذشته علی‌رغم هرگونه تصورات خشونت‌بار از آن، موفق بوده است و علی‌رغم این حقیقت که رشد اقتصادی به طور منظم با رکودها و جنگ‌ها متوقف شده است، باز هم این موضوع صحت دارد. موفقیت بازارها در دستیابی به سطح بی‌نظیری از رشد و توسعه در ایالات متحده به بازارهای مجسم و مدل بازار منجر شده است به گونه‌ای که «تحلیل بازار» برای قلمروهای رو به افزایشی، فراتر از فروش مستقیم کالاها و خدمات به کار می‌رود. اگر بازارها در فضای واقعی اقتصاد به خوبی کار می‌کنند، چرا نباید در دیگر زمینه‌های تعامل‌های انسانی نیز به کار گرفته شوند؟ از این رو، اقتصاددانان «بازار ازدواج» را در زوج‌های بالقوه بررسی می‌کنند و دانشمندان علوم سیاسی، درباره «بازار» حمایت سیاسی و رأی دادن صحبت می‌کنند. طی زمان، زبان بازارها رقابت، فردگرایی و نفع شخصی برای مجموعه بسیار بزرگتری از موضوعات به کار برده می‌شود.

### اعتقاد مسیحی و رفتار مسیحی

در این بخش با فرضیات رفتاری مدل بازار رقابتی و آموزه‌های تئوریک درباره اینکه چه چیزی «اقدام درست» در میان مسیحیان را به وجود می‌آورد، روبرو می‌شویم. خداشناسی مسیحی به یقین، این واقعیت را که بشر می‌تواند خودخواه باشد و به نفع خود کار کند را می‌شناسد اما اعتقاد مسیحی از ما می‌خواهد تا هر جا که مقدور است، فراتر از آن حرکت کنیم. اگر ما مدل اقتصادی‌ای را بپذیریم که فرض می‌کند انتخاب‌های مناسب زمانی صورت می‌گیرند که افراد به نفع خود عمل کنند، فردگرا باشند و بر کسب هر چه بیشتر متمرکز شوند، آیا با انجام چنین کاری، به بدترین قسمت طبیعت خود بها نداده‌ایم و از ویژگی‌های مسیحیت دور نشده‌ایم؟ مدل اقتصادی به خودی خود، یک مدل کامل برای رفتار مسیحی نیست، اما راه‌های زیادی وجود دارد که فرد می‌تواند از طریق آنها مشارکت‌کننده‌ای وفادار درون اقتصاد بازار باشد.



باور مسیحی بشریت را به زندگی ای از عشق فرامی خواند. در مرکز آن عشق به خداوند و وفاداری به آن چیزی است که او فرموده است اما چنین عشقی باید لزوماً سرریز شود و خود را به شکل عشق و به افراد بشر و عشق به خلاقیت آشکار سازد. این حاکی از آن است که برخی عناصر کلیدی خدانشناسی باید از مدل بازاری رفتار کنار گذاشته شده باشد.

اول، باور مسیحی نگران فرد و رفاه فردی است اما افراد را به اجتماع نیز فرامی خواند. در نبود افراد دیگر، شخص نمی تواند عشقی را ابراز کند. مسیح درباره نیاز به اجتماع صراحت دارد: « زیرا آنچه که دو یا سه نفر به نام من گرد هم آیند من هم در آنجا در میان آنان خواهم بود. » (متی، ۲۰: ۱۸)<sup>۶</sup>. بخشی از اجتماع مسیحیت با دوست داشتنی تعریف می شود که از اعضای آن انتظار می رود این دوست داشتن را به یکدیگر نشان دهند. همانطور که در دومین فرمان مسیح روشن است « باید همسایه خود را مانند خویش دوست بدارید » (هان، ۲۲: ۳۹)، داشتن دغدغه درباره دیگران به اندازه دغدغه داشتن برای خود مهم است.

این امر حاکی از آن است که اجتماع مؤمنین، چیزی بیش از مجموع افراد مؤمن است. ایمان با اجتماع عمیق تر می شود؛ اجتماع از ایمان حمایت می کند و بیان ایمان را ترویج می کند که این به نوبه خود به درک و اعتقاد عمیق تر منجر می شود. آیا دنیای اقتصاد متفاوت است؟ آیا دنیای اقتصاد چیزی بیش از مجموع اقدامات افراد نیست؟ اگر اعتقاد فرد باید در تمامی بخش های زندگی فرد رسوخ کند، مشکل است که بگویم آن اجتماع در زندگی مذهبی دارای معناست اما در زندگی اقتصادی هیچ معنایی ندارد. نمی توان زندگی مذهبی را از فعالیت های روزانه به طور کامل مجزا ساخت. این حاکی از آن است که ما به عنوان بازیگران اقتصادی و تصمیم گیران اقتصادی، باید به اندازه خود دغدغه اجتماع را هم داشته باشیم.

این فوراً به دومین محدودیت تحلیل اقتصادی به مثابه مدلی برای رفتار مسیحی می انجامد. در میان مردم مؤمن عمل به نفع شخصی یک اصل مناسب برای زندگی نیست. از ما خواسته شد، تا به موازات نفع خودمان، به نفع دیگران نیز عمل کنیم. رفتار با دیگران مثل رفتار با خودمان به معنای ملاحظه کردن برای آنانی است که در دیگر سوی مبادلات اقتصادی ما هستند. به معنای نگران بودن برای کارگرانی است که به فقر کشانده می شوند یا در کار خود به خطر می افتند. به معنای آن است که زمانی که محصولات به آفریده خداوند صدمه می زند، نگران آن باشیم.

برای مثال، باور مسیحیت به احتمال اینکه عشق فداکارانه به مثابه انگیزه ای برای رفتار باشد، ارزش قائل است. این احتمال وجود دارد که فردی به همان ژرفایی که نگران رفاه خود

است، نگران رفاه دیگران نیز باشد. مثال کلاسیکی از چنین عشق فداکارانه‌ای، عشقی است که والدین به فرزندان خود دارند. برای مسیحیان، مدلی برای این عشق، عشقی است که از جانب خدا به ما می‌رسد که ماهیت فداکارانه آن در زندگی مسیح و مرگ او آشکار می‌شود. سومین نکته میان مدل‌های اقتصادی رفتار و مسیحیت، این فرض است که بیشتر بهتر است. مسیحیت، ارزش فراوانی را تأیید می‌کند اما این فراوانی نه به فراوانی کالاهای مادی بلکه با فراوانی معنویت سنجیده می‌شود. مسیح، مأموریت خود را در (یوحنا ۱۰: ۱۰) چنین توصیف می‌کند: «من آمدم تا بلکه آنان زندگی داشته باشند و به فراوانی». زندگی فراوانی داشتن به معنای چیست؟ باز و باز عهد جدید بر زندگی‌ای که زندگی وفادارانه باشد تأکید می‌کند نه یک زندگی که با کالاهای مادی پر شده است و هشدار می‌دهد آنان که روی ثروت مادی تأکید می‌کنند، وفادار بودن را بیش از پیش دشوار خواهند یافت. مسیح روشن می‌سازد که انسان‌ها را نه بر مبنای ثروتشان بلکه باید بر مبنای ایمانشان قضاوت کرد (مرقس ۱۷: ۱۰؛ متی ۳۳: ۶، لوقا ۲۱-۱۵: ۱۲).

البته در بسیاری موارد انجیل نیز اهمیت رفاه مادی را [به رسمیت] شناخته است. «زندگی فراوان» فقط مفهوم معنوی دارد، زیرا برای آنکه فرد معنویت فراوان داشته باشد، باید منابع لازم برای زندگی را دارا باشد. در بسیاری از نوشته‌های پیامبران از فقر به عنوان بی‌عدالتی اجتماعی یاد شده است. مسیح روحاً و جسماً به مردم غذا می‌داد؛ او پس از مراسم معراج برای ۵ هزار نفر غذا مهیا کرد و این چیز خوبی است (لوقا ۱۷-۱۲: ۹). استعاره‌کلیدی برای عشق مسیح، عشاء ربانی شد که تقسیم عمومی شراب و غذا است، یعنی ملزومات زندگی فیزیکی. این عبارات کالاهای مادی را با درک اینکه چنین کالاهایی می‌توانند برای امر خیر باشد مورد استفاده قرار گیرند، محکوم نمی‌کنند.

زنی که روغن گران‌قیمتی را روی پای مسیح می‌ریزد ریشخند نمی‌شود بلکه به خاطر احترام به مسیح از او قدردانی می‌شود (مرقس، ۹-۳: ۱۴). زمانی که کسی ارزش خود یا دیگران را با سطح درآمد آنان تعریف می‌کند، آن شخص پیام مسیحیت درباره نگرانی بشری را به مخاطره می‌افکند. اما زمانی که شخص از دارایی‌های مادی در راه حفظ زندگی و خدمت به خداوند استفاده می‌کند، این استفاده‌ای درست است.

چهارمین نقطه انفصال که از نزدیک با تفاوت میان فراوانی زندگی و کالاهای مادی مرتبط است، موضوع انتخاب است. در مدل اقتصادی، انتخاب هرچه بیشتر، بهتر است اما هیچ انتخابی در ذات خود بهتر یا بدتر نیست. اگر تعدادی کافی از مردم کالای خاصی را بخواهند،



کسی آن را تولید خواهد کرد. اعتقاد به ارزش بازارها، کسانی را به این موضع کشانده تا در دفاع از موضع آزادیخواهی صحبت کنند و آن، این است که از نظر اجتماعی پذیرفتنی است که هر کلاسی که بازاری برای آن وجود دارد، باید فراهم شود. در این دیدگاه، عکس‌های مستهجن، تا زمانی که عده‌ای انتخاب می‌کنند تا آنها را بخرند، و عده‌ای دیگر دلشان می‌خواهد پول بگیرند تا از آنها عکس گرفته شود، دغدغه اجتماعی معتبری نیست. به همین سیاق، اگر مردم بخواهند در فاحشه‌گری درگیر شوند اگر کسانی بخواهند بخرند و دیگری برای فروش وجود داشته باشند این موضوع به کس دیگری مربوط نیست. این موضع آزادیخواهی، موضع یک مسیحی نیست.

موضوع برای مسیحیان تعیین آن است که کدام انتخاب‌ها احتمال زندگی پربارتر را تجویز می‌کنند، آن انتخابی که بیشتر به سوی مقاصد الهی باشد. ما به عنوان مسیحی نمی‌توانیم به تمامی انتخاب‌ها به گونه‌ای بنگریم که گویی از نظر اخلاقی خنثی هستند. بعضی انتخاب‌ها ما را به خداوند نزدیک‌تر می‌کند و بعضی دیگر دورتر؛ به ما امر شده تا آنها که ما را به خدا نزدیک‌تر می‌کند را تشخیص دهیم. بارها شده که خارج از عشق، تلاش کرده‌ایم تا انتخابی را که دیگری به آن تمایل داشته، انکار کنیم. ممکن است ما به خاطر صدمه‌ای که باور داریم برخی انتخاب‌ها می‌توانند وارد کنند، از محدودیت‌های اجتماعی یا قانونی بر آن انتخاب‌های خاص حمایت کنیم. در واقع، این دقیقاً بدان خاطر است که مسیحیان عمیقاً به مضامین اخلاقی انتخاب‌های انسانی که برخی از عمیق‌ترین بحث‌های بین مسیحیان بر سر آن بوده، باور دارند. آیا سقط جنین انتخابی است که ما را از خدا دور می‌سازد؟ آیا همجنس‌باز بودن چنین انتخابی است؟ یا اینکه شرایطی وجود دارد که در آن این انتخاب‌ها، انتخاب‌های درستی است و بیش از آنکه افراد را از خداوند دور کند آنان را به خدا نزدیک‌تر می‌سازد؟ از آنجا که از مسیحیان خواسته شده که مراقب باشند نه فقط مراقب انتخاب‌های خود بلکه مراقب انتخاب‌های دیگران در اجتماع خود نیز باشند چنین بحث‌هایی اجتماع مسیحیان را شکسته و تقسیم کرده است. در تضادی عمیق [با این دیدگاه] مدل لیبرالیسم اقتصادی خاطرنشان خواهد کرد که اگر فردی معتقد باشد که او با انجام یک انتخاب بهتر خواهد شد، آنگاه هیچ‌کس دیگری نمی‌تواند به صورت معتبری مدعی شود که انتخاب او اشتباه بوده است.

درنهایت، یک دغدغه اقتصادی ویژه وجود دارد که طبق آن از تمامی مسیحیان خواسته شده دغدغه‌ای راجع به فقرا داشته باشند. همراه با فراخوانی که از ما خواسته شده به نفع دیگران به موازات نفع خود عمل کنیم، و نگران «انتخاب درست» باشیم، به ویژه از ما خواسته



شده تا مراقب آنانی که نیازهای بیشتری دارند، باشیم. در سراسر کتاب عهد قدیم، پیامبران روشن ساختند که جوامع نه تنها با این که آیا در «پرستش درست» خداوند درگیرند، بلکه با اینکه آیا در اقدامات عادلانه نیز درگیر هستند یا نه قضاوت می‌شوند. در عهد جدید، یکی از قویترین پیام‌ها، اشاره آشکار مسیح درباره اطعام گرسنه و پوشاندن بی‌لباس است: «حقیقتاً به شما می‌گویم، همانطور که درباره کمترین آنان چنین نکردید درباره من نیز انجام ندادید.» (متی ۲۵:۴۵). نامه اسقف کاتولیک ایالات متحده در زمینه اقتصاد به «اجبار خاصی» ارجاع می‌دهد که تمامی اعضای جامعه به فقرا و آسیب‌پذیرها دارند.<sup>۱۷</sup> خداشناسان لیبرال باور دارند که یکی از پیام‌های کلیدی انجیل، آن است که خداوند، در گیرودارهای فقرا، با آنان است.<sup>۱۸</sup>

از این رو، آموزه‌های مسیحیت ارزش خاصی بر انتخاب‌هایی می‌نهد که عدالت را برای فقرا افزایش می‌دهند و نیازهای اقتصادی آنان را برآورده می‌سازند. این با بازار در چند طریق تضاد دارد: بدین ترتیب، ارزش بیشتری به بعضی انتخاب‌ها نسبت به دیگر انتخاب‌ها داده می‌شود آنها که بر فقرا تکیه می‌کنند و از مردم می‌خواهند از دنبال نفع خویش بودن به سوی نفع دیگران بروند و منظور از «دیگران» در اینجا کسانی است که محتاج‌اند، برخلاف بازار که به افراد بر طبق منابع آنها و بهره‌وری آن که به بازار عرضه می‌دارند، ارزش می‌دهد. در آموزه‌های مسیحیت، درباره فقر ارزش به گروهی نسبت داده می‌شود که منابعی در اختیار ندارند، در واقع، دقیقاً بدان خاطر که این گروه در بازار بدون هرگونه منابعی هستند، در میان مسیحیان، به اعضای آن ارزش داده می‌شود و جایگاه خاصی دارند. در بهترین حالت، بازار بدان خاطر از فقرا چشم می‌پوشد که آنها مشارکتی در آن ندارند، در حالی که مسیحیان آنان را به مرکز دغدغه‌های اجتماعی می‌آورند.

با وجود تفاوت میان خداشناسی مسیحی و مدل‌های اقتصادی رفتار حداکثرسازی، چگونه کسی می‌تواند به اقتصاد بازار و در عین حال به مسیحیت باور داشته باشد، من این سؤال را سؤال بسیار مفیدی نمی‌دانم. تا حدودی شبیه آن است که پرسیم «با وجود گناهکار بودن انسان چگونه کسی می‌تواند در عین حال انسان و مسیحی باشد؟» انسان بودن ما متضمن تنشی جاری میان زندگی در این دنیا و کاملاً متعلق نبودن به این دنیا است، به خاطر آنچه خداوند از زندگی ما می‌خواهد و آن چیزی که ما از آن می‌سازیم. انسان بودن به معنای بازیگر اقتصادی بودن است که باید در اقتصاد بزرگتری که درگیر خرید و فروش در بازار است، مشارکت داشته باشد. در بسیاری از موقعیت‌ها، در پی منفعت خویش بودن و رفتار

دست آورد، انتقاد می‌کردند، به صورتی مشابه مبادلات «ناکارآمد» همیشه و خارج از عشق هم به وقوع می‌پیوندد: کودکی که روی تختی نشسته و دست‌های والد ناهشیارش را در دست دارد، والدین که درگیر کارهای تکراری و خسته‌کننده روزمره هستند، فقط بدان خاطر که انجام چنین کارهایی فرزندانشان را دلشاد می‌سازد، دوستی برای بیش از یک بار به فهرست شکایات و مشکلات پایان‌ناپذیر دوستی دیگر گوش می‌دهد با وجودی که می‌داند این گوش سپردن هیچ تغییری در وضعیت وی نمی‌دهد.<sup>۱۹</sup>

برخی اعتراض خواهند کرد که خانواده‌های اندکی بدون درگیری هستند و اینکه در بیشتر موارد، مدل‌های در پی نفع خویش بودن، حتی درون خانواده‌ها، توضیح معقول‌تری است. در حالی که من با این [واقعیات] مشاهده شده موافقم، ولی می‌خواهم ادعا کنم که در پی نفع دیگری بودن به موازات در پی نفع خود بودن، انگیزه‌های مهم برای رفتارهای ماست. عشق به در پی نفع دیگران بودن، حالتی است که مسیحیان بدان فراخوانده شده‌اند. در حالی که تعداد اندکی از ما برای دوره‌های طولانی با تعداد زیادی از افراد به این حالت دست یافته‌ایم، می‌دانیم که چنین عشقی از نظر انسانی ممکن است و می‌تواند بین افراد وجود داشته باشد. حتی اگر به معنایی مدل‌های در پی نفع شخصی بودن «واقعی» تر باشند، نباید تنها مدلی باشد که ما برای ارتباط‌های میان افراد داریم. باید احتمال وجود چیزی متفاوت و چیزی فراوان‌تر بازشناخته شود.

در پی نفع دیگری بودن، به سادگی بدان معنا نیست که در پی نفع خویش نباشیم. بزرگسالان سالم، نیازمند حسی از خویش و آگاهی از نفع خویشند. اما این نباید مانع از آگاه شدن به نیازهای دیگرانی باشد که فعلاً نه اقدامات و کلمات فرد را شکل می‌دهند. در پی نفع دیگران بودن می‌تواند وضعیت‌های پیچیده و از نظر اخلاقی دشواری را تولید کند، به ویژه اگر مسئولیت‌ها یا دغدغه‌ها برای اعضای متفاوت خانواده یا دوستان در تناقض با هم قرار گیرند.

من نمی‌گویم که این مدل‌ها بر مبنای نفع شخصی در پیش‌گویی و مدلسازی رفتار فردی در بسیاری از موقعیت‌ها مفید نیست. بلکه می‌گویم در برخی قلمروهای رفتاری، چنین مدل‌هایی کمتر رضایت‌بخش هستند و ممکن است مدل‌های رفتاری دیگری مناسب‌تر باشند. به ویژه با توجه به رفتار درون خانواده‌ها و در میان دوستان، مدل‌های بازار در زمینه در پی نفع خود بودن و کارایی، فاقد برخی عناصر کلیدی انگیزشی و رفتاری است که از طریق عدسی‌های در پی نفع دیگران بودن، دیدگاه بهتری به دست می‌دهد.

وجود دارد. برای تعداد بی شماری از تبادلات خالی ذهنی که ما هر یک باید انجام دهیم از برداشتن شامپو در داروخانه گرفته تا خرید کتاب در اینترنت ما نه اطلاعات، نه وقت و نه تمایلی داریم تا درباره گسترش رابطه شخصی با تولیدکنندگان این محصولات بیندیشیم. منافع واقعی‌ای در این اقتصاد غیرشخصی وجود دارد. مصرف‌کنندگان نفع می‌برند زیرا می‌توانند دامنه وسیع‌تری از محصولات را با سرعت بیشتر و بازدهی بالاتر و با قیمتی پایین‌تر از زمانی بخرند که اگر فقط می‌توانستند محصولاتی را بخرند که در نزدیکی یا همسایگی آنها تولید شده بود. تولیدکنندگان هم از چنین محصولاتی نفع می‌برند چرا که می‌توانند سریع‌تر و با بازدهی بالاتر به محدوده وسیع‌تری از مصرف‌کنندگان جنس خود را بفروشند. بسیاری دیگر نیز در این مبادلات اقتصادی مدرن غیرشخصی نفع می‌برند. مشکلات زندگی شخصی فرد داخل مبادله‌هایی که با کارمند فروشگاه دارد، وارد نمی‌شود. در واقع، یکی از شکایت‌ها درباره زندگی در شهرهای کوچک که در آن کارمندان فروشگاه و مشتریان احتمالاً دارای شبکه‌های قوی‌تر ارتباطی هستند این است که شخص به سختی می‌تواند از گذشته شخصی خود فرار کند.

آمریکائیان خود چنین انتخاب کرده‌اند که در کل، خرید در فروشگاه‌های بزرگ یا خرده‌فروشی‌های بزرگ را که انواع گسترده‌ای از کالاها را با قیمت پایین که خرید را کارآمدتر می‌سازد، ترجیح می‌دهند. اینکه وال مارت به یکی از بزرگترین شرکت‌ها در آمریکا تبدیل شده فقط به خاطر بازاریابی هوشمندانه نبوده است، بلکه بدان خاطر نیز هست که وال مارت انواع گوناگونی از فرصت‌های خرید را فراهم می‌آورد که بسیاری از مردم آن را ارزشمند می‌یابند. معذک بی‌نام بودن در فروشگاه‌های بزرگ می‌تواند حسی از جدا بودن و از خودبیگانگی ایجاد کند. مدیران فروشگاه می‌دانند که مشتریان مکان‌هایی را ترجیح می‌دهند که در آن [رفتار] فروشندگان دوستانه است و خوشامدگویی به آنان چنان است که گویی با خلوص می‌خواهند به [مشتریان] کمک کنند. حتی در ارتباط‌های بسیار محدود و وظیفه‌ای، مردم، حسی از ارتباط شخصی را ترجیح می‌دهند. یکی از دلایل کلیدی رشد وال مارت به توانایی آن برای حضور خود به عنوان مکانی است که خدمات دوستانه را با انتخاب‌های قابل توجه و قیمت‌های پایین همراه کرده است.<sup>۲۰</sup>

همگی ما، بخشی از شبکه گسترده و رو به افزایش ارتباط‌های اقتصادی جهانی‌ای هستیم که در آن زندگی ما با زندگی کارگران، مشتریان و تولیدکنندگان و سراسر جهان تعامل می‌کند. یکی از چالش‌های اولیه‌ای که مسیحیان مدرن با آن مواجه می‌شوند این سؤال است که چگونه

## در پی نفع دیگران بودن ورای حلقه خانواده و دوستان

برای شنوندگان مدرن آمریکایی، صحبت درباره چنین رفتار در پی نفع دیگران بودن خارج از قلمرو خانواده و دوستان، سخت است. ما چنان فردگرایانه درباره خود و خانواده می‌اندیشیم که گروه‌های اندکی وجود دارند که ما با آنها شناخته شویم و آنقدر پیوند محکمی بین مان وجود داشته باشد که اولین فرمان در مورد آن گروه باشد و نه خودمان. در فرهنگ‌های ما و در دیگر زمان‌ها، این دیدگاه فردگرایانه به زندگی فرد، بیشتر معمول بوده است. معمول‌تر خواهد بود اگر افرادی را که با تمایلاتی نزدیک به تمایلات اجتماعی بزرگتر شناخته می‌شوند را یک قبیله، یک مذهب یا یک گروه اخلاقی بیابیم. واکنش نوعی مدرن به چنین اجتماعاتی آن است که این اجتماعات باید از نظر روان‌شناسی برای اعضایشان ناسالم باشند ما فوراً بیش از آنکه به Benedictines یا Sojourners فکر کنیم به یاد Branch Davidians، Jonestown می‌افتیم.

آیا این بحث در پی نفع دیگران بودن، در دنیای توسعه‌یافته، زمانی که ورای ارتباطات شخصی و بلندمدت رودر رو می‌رود، برای کسی معنایی دارد. سهم زیادی از تعامل‌ها در دنیای مدرن، در میان افرادی است که یکدیگر را به تصادف یا گهگاه ملاقات می‌کنند. ارتباط بین بسیاری از افراد که برای تولید کالا کار می‌کنند بسیار اندک است و افرادی که آنها را می‌خرند حتی ارتباطی بسیار کم با یکدیگر دارند. آنان به ندرت رودر رو یکدیگر را ملاقات می‌کنند. به طور خلاصه، تعداد رو به افزایشی از تعامل‌های میان افراد، به صورتی می‌رود و کاری شده است و ارتباط‌ها در حیطه محدودی، بسته مانده است.

برای مثال، من صندوق‌دارهای سوپرمارکت را نمی‌شناسم. به غیر از زمانی که وارد سوپرمارکت می‌شوم تا احتیاجاتم را بخرم و یکی از آنها مقداری را که باید بپردازم، حساب کند. ارتباط دیگری با هم نداریم، حتی اگر من هر هفته همان صندوقدار را ببینم (که در یک فروشگاه بزرگ غیرمحمتمل است)، ممکن است کمی بیشتر به روی یکدیگر لبخند بزنیم، اما غیرمحمتمل است که نام یکدیگر را بدانیم یا ارتباط کاری خود را به دیگر تعامل‌ها گسترش دهیم. البته این نمی‌تواند برای ما عددی باشد که با یکدیگر به منزله‌انسان رفتار نکنیم یعنی با مهربانی، وقار و صبر. اما احتمالاً رابطه بین ما کاملاً محدود و کاری باقی می‌ماند.

ارتباط من با ده‌ها هزار کارگری که در تولید و جابه‌جایی محصولی که در فروشگاه می‌خرم دخیل بوده‌اند و من هرگز آنان را نمی‌بینم، حتی محدودتر هم هست. ارتباط من با این کارگران تنها از طریق خرید (یا نخریدن) محصولات آنان است، و دامنه‌اندکی برای رابطه‌ای گسترده‌تر

فردگرایانه داشتن، مناسب است، اما ما به عنوان مسیحی باید گاهی اوقات رفتار در پی منفعت شخصی بودن را با دغدغه برای دیگران و برای اجتماعاتی که در آن مشارکت داریم متوازن کنیم. باید تصمیم بگیریم مشارکت‌کننده اقتصادی وفادار بودن در یک بازار اقتصادی به چه معناست.

### نشان دادن علاقه به منافع دیگران

فرضیات بازار در زمینه رفتار در پی منفعت خویش بودن، زمانی که برای ارتباطات انسانی ای به کار می‌رود که مبتنی بر دغدغه‌ها و مراقبت‌های خاص است چون آن چیزهایی که درون خانواده‌ها و میان دوستان نزدیک وجود دارد، کمترین تناسب را پیدا می‌کند. انگیزه اولیه در پشت یک دوستی یا ارتباط خانوادگی، تبادل اقتصادی نیست، هرچند تبادل اقتصادی می‌تواند بخشی از چنین رابطه‌هایی باشد. این ارتباط‌ها روی ارتباط میان افراد بر پایه برخی گذشته‌های مشترک بنا می‌شود (از جمله دارایی‌های ژنتیک درون خانواده‌ها) که شبکه‌ای از مراقبت و مسئولیت دوطرفه را ایجاد می‌کند عشق شخصی به صورتی آرمانی، میان دوستان و اعضای خانواده وجود دارد.

یکی از جنبه‌های عشق آن است که بیشتر در پی منفعت دیگران است تا خود. در روابط عاشقانه سؤال اصلی این است «این امر چگونه می‌تواند به کسی که من عاشقش هستم کمک کند، یا صدمه بزند؟» و نه اینکه «این امر چگونه می‌تواند به من کمک کند یا صدمه بزند؟» یکی از [جنبه‌های] دلپذیر یک ارتباط عاشقانه واقعی آن است که هر دو طرف مراقب چنین رابطه‌ای هستند، نه بدان خاطر که آنان مواظب احتیاجات خویشند بلکه بدان خاطر که مراقب نیازهای یکدیگرند. مدل‌های مبتنی بر بازار که بر نفع شخصی و محاسبات هزینه منفعت تأکید می‌کند، به نظر برای توصیف رفتار فردی که اولین تفکراتش برای رفاه حال دیگری است، نامناسب می‌آید.

برای مثال، یکی از محک‌های یک مدل بازار آن است که به کارایی بینجامد و از صرف منابع غیرضروری اجتناب کند. در عوض در پی نفع دیگری بودن، ممکن است به صورت پرهرج و مرج ناکارا باشد. یک راه برای نمایش دادن عشق فرد، صرف منابع روی هیچ چیز به جز آن عشق است؛ بدین خاطر است که آن زن، پای مسیح را با روغنی گران‌قیمت می‌شوید (مرقس، ۹-۳:۱۴). مرقس این زن را برای نمایش عشق خویش می‌ستاید، حتی در زمانی که حواریون از این زن برای به هدر دادن منبع باارزشی که می‌شد آن را فروخت و پول بیشتری به

به فراخوان درباره عمل به نفع دیگران و نه فقط به نفع خانواده، دوستان و همسایه نزدیک بودن پاسخ دهند، البته منظور همسایه‌هایی است که تعریف بسیار گسترده‌تر آن را مسیح به ما داده است. در واقع، اقتصاد جهانی در خدمت این بوده تا بر این آموزه مسیح تأکید ورزد که همسایگان ما کسانی هستند محتاجند، بدون توجه به اینکه از کجا آمده‌اند یا با چه زبانی صحبت می‌کنند؛ ما همگی به تمامی بشریت به مثابه همسایگان بالقوه متصل هستیم، بدون توجه به اینکه آنان کیستند یا کجا زندگی می‌کنند.

در سطح شخصی، زندگی کردن به گونه‌ای است که هر کس از اطراف جهان را همسایه دانستن، می‌تواند بسیار دشوار باشد. بعضی از افراد با انتخاب تعداد اندکی از موضوعاتی چون محیط زیست یا حقوق کارگر [به این موضوع] پاسخ می‌دهند و به انتخاب‌های اقتصادی‌ای دست می‌زنند که اقدامات شرکت‌هایی را به حساب می‌آورد که درباره این موضوعات کار می‌کنند. بعضی دیگر با سعی در رفتار کردن به صورت تعامل‌های شخص به شخص با توجه به دقت فراوان پاسخ می‌دهند حتی به آن ارتباطاتی که کاملاً وظیفه‌ای و محدود هستند. دیگران می‌گویند که ارتباطات شخصی فرد با دوستان و خانواده مهمتر هستند و روی آنها متمرکز می‌شوند تا این رابطه‌ها درست عمل کند.

یکی از مزایای اقدام سازمان یافته مدنی یا از طریق حکومت یا از طریق اجتماعات داوطلب آن است که اینگونه اقدامات می‌توانند حمایت و کمک به «همسایگانی» را فراهم کند که از نظر شخصی برای ما نا آشنا هستند. برنامه‌های حمایتی کمک غذا، یارانه‌هایی به خانوارهای کم درآمد، و کمک‌های توسعه خارجی، راهی برای مشارکت داشتن شخصی در کمک به افرادی است که به شبکه اقتصاد جهانی متصل شده‌اند اما ما به صورت شخصی نمی‌توانیم آنان را بشناسیم.

### زندگی با یکدیگر در محل کار

زندگی در محل کار، یکی از عرصه‌هایی است که اغلب در آن، به ویژه دشوار است بتوان توازن مناسب را بین مبادلات اقتصادی غیرشخصی به نفع خود و ارتباط‌های به نفع دیگران، ایجاد کرد. مدل ساده اقتصادی اشتغال واضح است: کارگران نیروی کار خود را می‌فروشند تا درآمدی به دست آورند؛ کارفرمایان نیروی کار را خریداری می‌کنند تا کالاها یا خدماتی تولید کنند. بازار نیروی کار، به هر دو گروه اجازه می‌دهد تا عمل به نفع شخص خویش را ارضا کنند. بازار نیروی کار انسانی را دقیقاً به همان صورت می‌توان تحلیل کرد که بازار ماشین‌آلات

یا دیگر ورودی‌ها به درون فرایند تولید تحلیل می‌شود. واژه اقتصادی «سرمایه انسانی» به صورتی گسترده به مهارت‌ها و توانایی‌هایی اطلاق می‌شود که کارگران با خود به درون نیروی کار می‌آورند، مفهومی موازی با «سرمایه فیزیکی» که منابع غیرجاندار استفاده شده در تولید را توصیف می‌کند.

اما بازار کار پیچیده‌تر است، زیرا شامل تعامل انسانی نیز می‌شود. انسان‌ها ماشین نیستند. عملکرد کارگران از انگیزه‌هایشان تأثیر می‌پذیرد، نمی‌توان آنها را مثل ماشین روشن کرد. کارگران غالباً از اشتغال، چیزی بیش از فقط درآمد‌هایشان دریافت می‌کنند و انتظار دارند. آنان زمان قابل توجهی را در کار سپری می‌کنند و بدون شک با دیگر همکاران کارگر خود شبکه‌ای از ارتباط‌های انسانی می‌سازند. برای بسیاری از افراد، کار شکلی از هویت ایجاد می‌کند. زمانی که غریبه‌ها با هم ملاقات می‌کنند به طور معمول سؤال «کجا کار می‌کنید؟» یا «چه کار می‌کنید؟» پرسیده می‌شود. کارفرمایان هم نوعاً از کارگران خویش چیزی بیش از فقط نیروی کار تولیدکننده بودن دریافت می‌کنند. آنان نیز شبکه‌های شخصی با آنانی می‌سازند که برای ایشان و با ایشان کار می‌کنند و شهرت آنان نه فقط بر کیفیت محصولاتشان، بلکه به خاطر شیوه‌ای که با کارگران خود رفتار می‌کنند نیز تأثیر می‌گذارد.

البته هرچه شرکت بزرگتر باشد، بیشتر احتمال دارد تا شبکه‌های ارتباطی فقط در میان زیرمجموعه‌های کارگران وجود داشته باشد آنانی که شغل خاصی را انجام می‌دهند یا آنانی که در یک نوبت کاری خاص کار می‌کنند و نه در میان تمام استخدام‌شدگان. از این رو، ممکن است CEDهای شرکت‌های بزرگ، ارتباط‌های میان کارمندان ارشد و نه نیروی خرده‌فروشی یا کارگرانی که مستقیماً در فروش شرکت دارند، داشته باشند و کارگرانی در یک محل، ارتباط‌های اندکی با کارگران در یک کارخانه یا فروشگاه در یک محل دیگر دارند.

هیچ پاسخ درست منفردی برای اینکه چگونه عمل به نفع خویش و به نفع دیگران باید در ارتباط‌های اشتغال متوازن شود، وجود ندارد. عمل به نفع خود، به یقین یک دغدغه شروع برای همه افراد است. کارگران نیاز دارند تا درآمدی به دست آورند و باید اطمینان حاصل کنند که حاصل این مشارکت خویش را به طور کامل دریافت می‌دارند. این برای کارگران موضوع مشروعی است که نگران دستمزدها، ساعات کار و شرایط کاری باشند؛ آنان خانواده و تعهدات دیگری در زندگی خود دارند و باید به آنها ساعتی معقول، محیطی امن و دستمزدی عادلانه برای کارشان داده شود.

دو طرف دیگر بازار، کارفرمایان کالایی را با قیمتی معین تولید می‌کنند و باید سود معمولی

به دست آورند تا کسب و کارشان ادامه یابد. از نظر قانونی (مشروع بودن) آنان نگران باقی ماندن در کسب و کار و ارائه محصولی با کیفیت بالا و از نظر قیمت جذاب برای فروش هستند. آنان باید قادر باشند تا از آن کارگران بخواهند در ساعاتی که برایش پول دریافت می‌کنند در سرکارشان باشند و اینکه کار خود را با سطح معقولی از تلاش، درآمیزند. زمانی که تکنولوژی یا تقاضاهای مشتریان تغییر کند، کارفرمایان باید قادر باشند تا ابزارها را بازسازی کنند و کارگران را آموزش مجدد دهند یا در جستجوی کارگرانی با مهارت‌های متفاوت باشند.

سؤال سخت این است که چگونه اعتبار در پی نفع خویش بودن در محل کار را با فراخوان مسیحیت برای عمل به نفع دیگران و دغدغه داشتن برای اجتماع بیش از دغدغه برای خود فرد، می‌توان متوازن ساخت. در یک محیط کاری خوب، جایی که افراد این حس را دارند که بخشی از یک تیم هستند، در پی دیگران بودن به راحتی قابل مشاهده است: بعضی‌ها بدون دریافت جبرانی تا دیروقت می‌مانند تا به تکمیل کار یک همکار کمک کنند که در خانه با فرزند مریض خود مانده است؛ یک فرد ارشد فشار کاری را به کناری می‌نهد تا در آموزش به یک تازه‌استخدام کمک کند، کارکنان زمانی را در بیرون از کار سپری می‌کنند تا دور هم جمع شوند و برای یک همکار جشنی بگیرند. زمانی که افراد احساس کنند در شغلشان ارزش دارند ارزش شخصی به همراه جبرانی برای کار خود به صورت پول اغلب بیشترین بهره‌وری را دارند. کارفرمایان و سرپرستان خوب این را درک می‌کنند؛ آنان می‌دانند که علاقمند بودن به رفاه و فرصت‌های ترقی شغلی کارکنانشان ممکن است به نفع شخصی خود آنان نیز باشد.

اما تمام محل‌های کار چنین رفتاری را تشویق نمی‌کنند. در بعضی موارد، کارفرمایان با کارگرنشان خیلی ساده به صورت یک ورودی دیگر رفتار می‌کنند یا آنان هیچ تعهدی نسبت به هیچ کارگر خاصی احساس نمی‌کنند. بدترین شرایط کاری، اغلب در شغل‌هایی با دستمزد پایین است که به آموزش یا سرمایه‌گذاری اندکی روی کارگران نیاز دارد و بدان جهت، کسان زیادی که در جستجوی کارند وجود دارند که می‌توانند تقریباً به فوریت استخدام شوند تا جایگزین کارگر فعلی شوند. برای بسیاری از کارگران، ممکن است حس رضایت اندکی یا کار تیمی در شغل‌شان وجود داشته باشد. ممکن است آنان در عوض احساس کنند بی‌قدر و اهمیت می‌شوند: بیش از حد کار می‌کنند یا کمتر از حقشان به آنان پرداخت می‌شود؛ ممکن است آنان نگران امنیت کاری باشند یا از کار کردن با همکاران کارگر دیگر یا با کارفرمایانشان ناخشنود باشند.<sup>۲۱</sup>

در موقعیت‌های دیگر، ممکن است وضعیت کسب و کار تغییر کند و ممکن است



کارفرمایان برای بقای شرکت مجبور به اخراج کارگران شوند یا از مزایای کارگران که کارگران به آن وابسته بودند، بزنند.

چگونه اعتقاد یک مسیحی می تواند در محیط کار وی اثر بگذارد. روشن است که فراخوان مسیحیت برای داشتن دغدغه برای دیگران و پیوند انسانی مستلزم آن است که افراد در محل کار، همان مقدار احترام و محبت با دیگران رفتار کنند که از دیگران و همکاران و کارکنانشان می خواهند با آنان چنین کنند. نشان دادن ارادتمندی و نگرانی در باره رفاه همکاران کارگر چه هم رتبه زیردست یا سرپرست باشند یکی از تقاضاهای کلیدی مسیحیت است، ارضای چنین خواسته‌ای در بعضی موارد می تواند بسیار آسان و در بعضی دیگر موارد بسیار سخت باشد. این ممکن است به معنای هر چیزی از شرکت در جشن تولد یک همکار باشد تا به خطر انداختن موقعیت کاری فرد برای ابراز حمایت از کارگری که به ناروا مورد اتهام واقع شده یا با او رفتار نادرستی شده است.

سرپرستان و کارفرمایان، می توانند بر زندگی آنانی که استخدامشان می کنند، قدرت اقتصادی اعمال کنند و درست همانطور که از ثروت فردی می توان برای امور خیر یا شر استفاده کرد، به همین ترتیب هم می توان از این قدرت برای استخدام، اخراج یا تشویق کارگران نیز استفاده کرده ملازم با این قدرت، برای آنانی که این قدرت را در کف دارند مسئولیت خاصی هم وجود دارد تا با کارگزارانشان تا حد ممکن عادلانه و با احترام رفتار کنند. چنین مسئولیت‌هایی هرگز آسان نیست.

زبان رکود اقتصادی، سرپرست‌ها باید تصمیم بگیرند که کدامیک از کارکنان شغل خود را از دست بدهد. زمانی که اضافه حقوق براساس شایستگی فراهم می شود، سرپرستان باید ارزیابی‌های مقایسه‌ای انجام دهند و به کارکنان خود آن را بپردازند. چیزی «غیرمسیحی» در مورد درگیر شدن در چنین فعالیت‌هایی وجود ندارد، اما راه‌هایی وجود دارد که بتوان حتی چنین تصمیمات سختی گرفت و همچنان با احترام و وقار با کارگران ارتباط برقرار کرد.

گاهی اوقات ارضای این مسئولیت‌های اضافی، خلاقیت می طلبد. زمانی که هزینه‌های مراقبت از سلامت به سرعت بالا رفت، بعضی شرکت‌ها بسته‌های منفعت سلامت را طراحی کردند که کارگرانی با دستمزد کم هم همچنان از عهده مخارج آن برمی آمدند و این کار خوبی بود. زمانی که کوچک کردن شرکت ضروری می شود، بعضی شرکت‌ها کار خوبی می کنند به این ترتیب که از پیش به کارگران آگاهی می دهند و به آنان کمک می کنند تا با آموزش ببینند یا شغلشان را عوض کنند. زمانی که کارگران با مشکلات خانوادگی روبرو می شوند که مستلزم



آن است که از کار خود دور شوند، بعضی از سرپرست‌ها در سعی به کمک به آنها برای تکمیل کارشان در محیط کار بسیار خوب عمل می‌کنند. در ضمنی که به آنان اجازه می‌دهند تا انعطاف‌پذیری لازم برای حل مشکلاتشان را هم داشته باشند.

در سر کار، بسیاری از ما، بیشتر اوقات، با تناقض‌های بالقوه‌ای روبرو می‌شویم بین آنچه که به ما گفته شده مسئولیت‌های اقتصادی مان است و آنچه که باید به عنوان مسئولیت‌های مسیحی بودن باشیم. متوازن ساختن نفع شخصی و نفع دیگران در موقعیت‌های شغلی اغلب سخت است. هیچ پاسخ درست منفردی درباره اینکه چه چیزی رفتار مناسب در موقعیت‌های دشوار شغلی را می‌سازد، وجود ندارد. اما از مسیحیان خواسته شده تا اعتقاد خود را در کار هم زنده نگهدارند؛ این به معنای تفکر عمیق (و نیز دعایی سترگ درباره) تقاضاهایی است که آن محل‌ها روی رفتارشان دارد.

همچنین لازم است نقش ساختار نهادی و رویه‌های درون محل کار را به روشنی متذکر شویم. ما فقط افرادی که در سر کار دور هم جمع می‌شوند، نیستیم؛ بلکه اغلب بخشی از موجودیت نهادی بزرگتری مثل شرکت‌ها، گروه‌های حرفه‌ای، اتحادیه‌ها، شرکت‌های غیرانتفاعی و غیره نیز هستیم. نقش ما به عنوان یک مسیحی نمی‌تواند به این محدود شود که ما به عنوان یک فرد چگونه درون این سازمان‌ها با یکدیگر رفتار می‌کنیم؛ بلکه باید قواعدی را هم که ما برای آن ساختارهای نهادی ایجاد کرده‌ایم نیز دربرگیرد. مجدداً می‌گوییم، باید برای آنانی که بیشترین تأثیر را روی چنین قواعد نهادی‌ای می‌گذارند، مسئولیت خاصی بوجود آید. اغلب ساختار اقتصادی نهادها مشوق‌هایی برای سرپرستان ایجاد می‌کند و یا ایجاد نمی‌کند تا با کارگران بهتر رفتار شود، کارشان عادلانه‌تر ارزیابی گردد و با آنان در مورد موضوعاتی که بر زندگی کاری‌شان تأثیر می‌گذارد، ارتباط برقرار شود.

بخش مهمی از چنین ساختارهای نهادی‌ای، نظارت کردن و مکانیزم‌هایی تنظیمی است که رفتار مناسب را حتی در میان کارفرمایان و شرکت‌هایی تقویت می‌کند که سعی می‌کنند از مسئولیت‌های خویش طفره بروند. نقش حکومت در تقویت و اجرای کارهای غیرتبعیض‌آمیز و غیر سوءاستفاده‌گر اهمیت دارد. به یقین کارفرمایان بر کارگزارانشان تسلط دارند و هنگامی که ترغیب اخلاقی از وادار کردن آنان برای درک مسئولیت‌های خویش به منظور استفاده بخردانه از آن قدرت بازمی‌ماند، آنگاه قدرت حکومت است که برای تقویت رفتار مناسب فراخوانده می‌شود.

ساختن محیط‌هایی که احترام گذاشتن و همکاری را میان کارگران تقویت کند، ممکن

است؛ همچنین ساختن محیط‌های کاری‌ای که سوءظن غیبت کردن و بدگویی پشت سر این و آن و ناامنی شخصی و تنش حاکم باشد هم امکان‌پذیر است. یکی از دلایلی که باید به سوی محیط اول برویم و نه دومی، آن است که ممکن است یک محیط کاری بهتر، نیروی کار بهره‌ورتر و محصولی با کیفیت بالاتر تولید کند یعنی باید بگوییم یک محل کار انسانی‌تر احتمالاً نفع شخصی کارفرمایان را بالا می‌برد. اما حتی اگر هیچ تفاوتی در بهره‌وری یا تفاوت اقتصادی میان شرکت‌هایی که با کارگران‌شان خوب تا می‌کردند و آنها که بد تا می‌کردند وجود نداشت، از مسیحیان خواسته شده تا کمک کنند تا محیط‌های کاری را قابل زیست‌تر و انسانی‌تر کنند. برای مثال؛ ممکن است کارفرمایان به سازمان‌های جامعه محلی کمک کنند تا آنها کلاس‌های یادگیری زبان انگلیسی را برای کارگران مهاجر پس از ساعت کاری برقرار کنند حتی اگر این کار بهره‌وری آن کارگران را بهبود نبخشد. ممکن است کارفرمایان بسته‌های منفعت سلامتی را طراحی کنند که در آن کارکنان با درآمدهای بالاتر اندک یارانه بیشتری را برای کارکنانی با درآمدهای پایین‌تر فراهم آورند حتی اگر برای راه‌اندازی چنین برنامه‌ای با شرکت‌های بیمه محلی، مدیران مجبور شدند اضافه کاری از جانب خود انجام دهند. ممکن است شرکت‌ها استانداردهای ایمنی سفت و سختی را به اجرا بگذارند حتی اگر کارگران در مورد پذیرش و قبول آنها شکایت داشته باشند. مختصر آنکه تصمیماتی که در درون یک نهاد گرفته می‌شود، در پاسخ به فراخوان مسیحیت برای در پی نفع دیگران بودن، می‌تواند بهتر یا بدتر شود.

### رشد و گسترش بازارهای رقابتی

تاکنون کانون توجه من روی رفتار فردی و نقش اعتقاد افراد درون بازارهای رقابتی بود که بحثی در سطح خرد تصمیم‌گیری بوده است. من درباره تأثیرات تراکمی پذیرش و گسترش بازارهای رقابتی یا ارتباط میان تصمیم‌های فردی بازار و سطوح کلی اشتغال یا ثروت صحبت نکرده‌ام. در اینجا به طور مختصر، برخی از برجسته‌ترین این موضوعات اقتصاد خرد را با محوریت رشد بین‌المللی در بازارهای رقابتی‌ای مطرح می‌کنم که تقریباً در تمام قسمت‌های دنیا به وقوع پیوسته است. در آغاز تأیید می‌کنم که این بحث تا حدودی سرسری و با سرعت بوده است. در صفحات بعدی من فقط می‌توانم روی موضوعات و مباحث مجادله‌آمیز با توجه به گسترش بازارها و تجارت بین‌المللی آن هم به صورت مختصر، سرکی بکشم. هرچند اخلاقیات فردی مؤلفه ضروری ارتباطات انسانی است، تعداد اندکی از ما می‌توانیم

با رفتار شخصی خود بر بازار جهانی تأثیر بگذاریم. معذک چنین موضوعات بزرگتری برای اعتقاد اشخاص مهم است. رسیدن به بازارهای جهانی نمی‌تواند برای مسیحیان عذری باشد که رفتار وفاداری و دغدغه دیگران را داشتن را ندیده بگیرند؛ در واقع، این باید معنایی که «همسایه» برای ما در بر دارد را جهانی کند. این موضوع به این علت در اینجا مطرح شد تا روشن کند که چرا دغدغه ما باید از اخلاق فردی فراتر رود. اخلاقیات و مسئولیت‌های نهادها و سازمان‌ها چه عمومی و چه خصوصی را که ما بخشی از آنها هستیم، در برگیرد. با وجود تأثیر جامعه آمریکا و حکومت ایالت متحده بر بقیه دنیا، البته ممکن است این موضوع مسئولیت ویژه‌ای برای شهروندان ایالات متحده باشد.

### منافع حاصل از رشد بازارهای رقابتی

جوامع سنتی کشاورزی اغلب بازارهای بسیار محدودی دارند. با کمبود وسایل حمل و نقل کالاها در هر مسافتی، اجتماعی فردی گرایش دارند تا عمدتاً خودکفا باشند و احتمال وقوع رقابت میان آنان اغلب بسیار محدود است. غلات اغلب در زمین‌های کوچکی کشت می‌شود و تقریباً به طور کامل توسط خانواده‌ای که آن را تولید کرده، مصرف می‌شود. تجارت محدود است. بازارهای اندکی برای نیروی کار وجود دارد. افراد در خانواده یا طایفه باقی می‌مانند و وظایف را تقسیم می‌کنند؛ نقش‌های درون خانواده اغلب با هنجارهای فرهنگی و اجتماعی تعیین می‌شود. تعداد رو به افزایشی از کشورها به ویرای جوامع سنتی کشاورزی فتودالی توسعه یافته‌اند و دستیابی جغرافیایی به بازارها رشد کرده است. این رشد نیز به نوبه خود منجر به توجه فزاینده به رقابت و به کارایی و بهره‌وری‌ای شده است که رقابت می‌تواند به ارمغان آورد.

این‌گونه گسترش بازار، محرکی برای گسترش مسیرهای تجارت و بهبودهایی در تکنولوژی حمل و نقل و ارتباطات راه دور شده است. تعداد هرچه کمتر و کمتری از کالاهایی که افراد مصرف می‌کنند، در نهایت توسط همسایگان نزدیک‌شان تولید می‌شود هر چند سهم بزرگی از خدمات همچنان به صورت محلی فراهم می‌آید. (وارد کردن یک آرایشگر یا یک وعده غذایی رستوران دشوار است) گسترش اقتصاد بازار هم پذیرش گسترده بازارهای رقابتی به مثابه یک مدل اقتصادی حیاتی و هم رشد نهایی جغرافیایی چنین بازارهایی مزیت‌های بی‌شماری تولید کرده است.

اول، گسترش بازار، به بسیاری از افراد حسی از انتخاب در زمینه زندگی اقتصادی به آنها

عطا کرده است. برخلاف جوامع سنتی که در آن فرزندان، شغل و شیوه زندگی والدین خود را دنبال می‌کردند، بازارها اغلب، برای جوانان مشوق‌هایی فراهم آورده‌اند تا خود را برای مشاغلی در زمینه‌هایی آماده کنند که مهارت و علاقه شخصی خود آنان در آنها بیشتر است. به همین ترتیب، بسیاری از مصرف‌کنندگان به این باور رسیده‌اند که انتخاب اینکه چه بخرند، موضوعی در زمینه حقوق مصرف‌کننده است. آنان می‌توانند نوع ماشین خود، طعم نان صبحانه خود یا همسایه‌ای را که در آن زندگی می‌کنند، برگزینند.

دومین مزیت که از نزدیک به انتخاب مربوط می‌شود، آن است که توسعه بازارهای ملی و بین‌المللی، ثروت فزاینده‌ای برای بسیاری از افراد و جوامع فراهم آورده است. ایالات متحده از یک جامعه عمدتاً معیشتی کشاورزی به سوی جامعه‌ای حرکت کرده است که در آن، اکثریت عظیمی از شهروندان منابعی دارند که به آنان اجازه داشتن انتخاب اقتصادی قابل توجهی را می‌دهد. ایجاد بازارهایی که جریان آزاد نیروی کار و تجارت بین مناطق ایالت‌ها و ملت‌ها را مجاز می‌داند، به آن اجازه داده تا فرصت‌هایی برای رشد درآمد و خلق ثروت بوجود آید که زمانی که تمامی کالاها می‌بایست در محل تولید و فروخته شوند، وجود نداشت. تا آنجایی که بازارها کارآفرینی و نوآوری را تشویق می‌کنند، کمک‌های مهمی نیز به تغییرات تکنولوژیکی‌ای می‌کنند که خود نیروی محرکه رشد اقتصادی است. بازارها، مؤلفه‌ای کلیدی در رشد اقتصادی بسیاری از دیگر ملت‌ها و مناطق جهان نیز بوده است.

البته رشد اقتصادی به موازات بازارهای اقتصادی، به توسعه اجتماعی و سیاسی نهادها نیز بستگی دارد. برای مثال، بخشی از رشد اقتصادی در ایالات متحده، به خاطر ثبات و باز بودن حکومت آن به مدتی طولانی بوده است که در میان موضوعات دیگر، قوانینی را به تصویب رساند که به تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان اطمینان می‌داد که می‌توانند تمام عبارات قراردادها را به اجرا گذارند. سطح نسبتاً پایین فساد در بخش خصوصی و در حکومت ایالات متحده نیز مهم است چرا که این اطمینان را به وجود می‌آورد که احتمال بیشتری وجود دارد تا به بهره‌وری و کارایی پاداش تعلق گیرد. از نبود ثبات و فساد در حکومت به عنوان دلایلی کلیدی نام برده شده که چرا بعضی دیگر از ملت‌ها این درجه از رشد اقتصادی را تجربه نکرده‌اند.<sup>۲۲</sup>

### آیا رشد اقتصادی به واقع چیز خوبی است؟

افرادی هم وجود دارند که ادعا می‌کنند افزایش در ثروت و انتخاب اقتصادی، منافع روشنی به بار نیاورده است. به ویژه برخی می‌گویند هزینه‌های پیچیدگی سیستم‌های اقتصادی آنچنان



زیاد است که ارزش به دست آوردن این ثروت را ندارد. برای مثال، وندل بری درباره فقدان جوامع انسانی محلی به مثابه نتیجه بازار اقتصادی غیرشخصی بزرگتر، نگران است.<sup>۲۳</sup> دیگران می‌گویند هزینه‌های زیست محیطی رشد اقتصادی بیش از حد بالاست و سیاره را تهدید می‌کند. بسیاری از این نویسندگان مشوق بازگشتی به «سبک زندگی ساده‌تر» هستند حتی اگر به صورت آگاهانه مسیحی نباشد و این پژواک برخی نگرانی‌های مسیحیت است [که می‌گویند] همیشه «بیشتر» بهتر نیست و اینکه برخی انتخاب‌ها، نسبت به دیگر انتخاب‌ها وزن اخلاقی بیشتری دارند.

من با این گفتمان‌ها همدردی می‌کنم. قبلاً برخی از مسائلی را که با جهانی‌تر شدن و از این رو غیرشخصی‌تر شدن سیستم‌های اقتصادی ایجاد می‌شود، بازگفته‌ام. همچنین، مشکلات زیست محیطی را که اغلب رشد اقتصادی گسترده باعث آنهاست را به جد مطرح کرده‌ام. اما باید بر این نکته هم تأکید کنم که مشکلات زیست محیطی نوعاً بدان جهت به وجود آمده‌اند که بازارها با کارایی عمل نکرده‌اند یعنی لحظات نارسا شده بازار تصحیح نشده و از این رو، هزینه‌های آلودگی در تولید نادیده گرفته شده است. در واقع، بعضی از بدترین مثال‌های تخریب زیست محیطی در قلمرو اتحاد شوروی سابق و تحت رژیم‌های برنامه‌ریزی متمرکز و اقتصادهای غیربازار رخ داده‌اند.

بحث‌های فراوانی به نفع مسیحیان متعهد در کشورهای ثروتمند وجود دارد تا به صورتی داوطلبانه سبک‌های زندگی ساده‌تر را بپذیرد. ساده‌بودن داوطلبانه می‌تواند راهی برای ارتباط گرفتن با فرزندانمان که بیشترین ارزش را در زندگی‌مان دارند، باشد. این می‌تواند راهی برای خلاصی از برنامه‌های پر مشغله به نفع خانواده‌هایمان و به نفع پیوندها و مراقبت‌های انسانی باشد. این می‌تواند ابزاری برای توزیع مجدد منابع فراوان را با دیگرانی فراهم آورد که به خوشبختی ما نبوده‌اند.<sup>۲۴</sup>

با این وجود، در حالی که من برای اعطای این گزینه به آنانی که زندگی ساده‌تر را برگزیده‌اند، خوشحالم، در مورد تلاش‌های خیالبافانه در مورد جوامع اقتصادی نخستین، مشکوک هستم. در سرتاسر تاریخ برای بیشتر افراد «زندگی ساده» به معنای زندگی بخور و نمیر کشاورزی بوده است. پدر بزرگ‌ها و مادر بزرگ‌های من در چنین جوامعی بزرگ شدند. آنان هر روز، ساعت‌های طولانی، کار بدنی سخت می‌کردند؛ در ازای چیزی که فقط می‌توانستند با آن [زنده بمانند] و بزرگ شوند، آنان انتخاب‌های شغلی اندکی داشتند مردان زمین یا پولی را به ارث می‌بردند تا زمین بخرند در حالی که زنان ازدواج می‌کردند و فرزندان را بزرگ می‌کردند.

این زندگی ای بود که در دسترس آنان قرار داشت و آنان راه‌های بی شماری برای ایجاد جوامع و یافتن لذت در زندگی پیدا می‌کردند. اما انتخاب‌های اندکی داشتند. خانواده‌های آنان همواره، با تهدید کم بودن طبیعی محصول و گرسنگی و با مرگ زودرس از بیماری‌ها مواجه بودند و اگر توانایی خود برای کار کردن را از دست می‌دادند، با فقر اقتصادی گریبانگیر می‌شدند. نمی‌توانم چیز بیشتری بیابم تا درباره فقر غیر داوطلبانه روستایی اظهار شگفتی کنم، فقری که تا پیش از مطرح شدن رشد اقتصادی بازار، برای بسیاری افراد واقعیتی اقتصادی بود. من نمی‌توانم، بدون باور به اینکه رشد اقتصادی منافع فراوانی برای انسان به همراه داشته است، زندگی پدر بزرگ‌ها و مادر بزرگ‌هایم را با زندگی فرزندانم مقایسه کنم. این توانایی و ثروت برای دست زدن به انتخاب‌های اقتصادی درباره کار و زندگی‌مان، به ما اجازه داده تا از مهارت‌های متنوع که خالقمان به ما به عنوان انسان هدیه داده، به صورتی مؤثرتر استفاده کنیم. ثروت بیشتر، برای افراد بسیار بیشتری داشتن [موقعیت‌های] لوکس زمان و انتخاب را فراهم کرده است... زمانی برای فکر کردن، زمانی برای شکل دادن به دوست‌ها، زمانی برای پرستش خدا و لذت بردن از آفریده‌های او و زمانی برای یادگیری تمامی آنچه که می‌تواند معنای انسانیت باشد.

بعضی از ثروت خود به نادرست استفاده می‌کنند و اجازه می‌دهند آنان را به سبک زندگی مصرف‌گرا و تش فراوان سوق دهد. دیگران ثروت را نادرست تفسیر می‌کنند، یعنی به مثابه نشانه امتیازی ویژه، و از قدرتی که ثروت می‌تواند فراهم آورد سوءاستفاده می‌کنند. اما برای وارد شدن به زبان مسیحیت، این واقعیت که ثروت می‌تواند وسوسه‌ای به سوی گناه باشد، به معنای آن نیست که ثروت در ذات خود بد است.

ثروت همانند دیگر چیزهایی که تحت کنترل بشر در آمده همچون تمایلات جنسی ما یا قابلیت‌های آفرینندگی مان، می‌تواند هم برای امر خیر و هم امر شر به کار گرفته شود. اعتقادات ما، ما را به اجتناب از ثروت فرامی‌خواند بلکه ما را به انتخاب‌هایی می‌کشاند تا از آن به صورتی بهره‌ورتر استفاده کنیم تا جامعه رو به تعالی رود.<sup>۲۵</sup>

### آیا رشد اقتصادی فقر را کاهش می‌دهد؟

دومین انتقاد به رشد اقتصادی این است که ناپیکنواخت بوده است و همه افراد جمعیت به صورتی برابر از گسترش بازارها منتفع نشده‌اند از مسیحیان خواسته شده تا درباره فقر نگران باشند. یکی از پیش فرض‌های رشد اقتصادی آن است که می‌تواند نیازهای اقتصادی در میان

فقر را کاهش دهد و اگر چنین نباشد، ارزش نسبت داده شده به رشد باید بسیار کمتر باشد. نوعاً به رشد اقتصادی به مثابه علت اولیه کاهش فقر نگریده می‌شود. در ایالات متحده گسترش سریع اقتصادی دهه ۱۹۶۰ دلیل اولیه‌ای برای کاهش‌های بسیار زیاد در میزان فقر در آن دهه بود. گسترش اقتصادی دهه ۱۹۹۰ نیز فقر را کاهش و فرصت‌های اشتغال برای افراد فقیر را افزایش داد.<sup>۲۶</sup> شواهد بین‌المللی می‌گویند فقر در مناطقی به سرعت پایین می‌آید که رشد اقتصادی طی چند دهه اخیر قابل توجه بوده است.<sup>۲۷</sup> در تقریباً تمام ملت‌هایی که نرخ فقر در آنها به طور مداوم کاهش یافته، به موازات آن گسترش (و باز شدن) اقتصادی به وقوع پیوسته است.

با این وجود حتی خیره‌کننده‌ترین نرخ‌های رشد اقتصادی توسعه در ایالات متحده، مشکل فقر را از میان نبرده است. طبق ارقام رسمی، تقریباً ۱۲ درصد از آمریکائیان در سال ۲۰۰۱ زیر خط فقر زندگی کرده‌اند.<sup>۲۸</sup> خانواده‌های تک‌والد مادر با فرزندان ۲۵ درصد، و آمریکایی‌های آفریقایی تبار و اسپانیایی تبارها، بیش از ۲۰ درصد فقیرند. در سطح جهانی، بانک جهانی تخمین می‌زند که حدود یک پنجم جمعیت جهان با درآمدی کمتر از یک دلار در روز زندگی می‌کنند.<sup>۲۹</sup>

بسیاری از مسائل فقر و احتیاج، به سبب مشکلات به جا مانده از عملکرد بازارها نبوده است، بلکه بیشتر ناشی از مشکلات اجتماعی بزرگتری است که بر بازارها، به موازات دیگر نهادهای اجتماعی، تأثیر گذاشته است. بازارها، اغلب علت اولیه این مشکلات نیستند، هرچند بازارها، همچون دیگر نهادهای اجتماعی، آنها را بدتر و دائمی کرده‌اند.

برای مثال، درون ایالات متحده، بخشی از فقر ناشی از حذف اجتماعی و نهادی گروه‌های اقلیت و بدون مزیت است که به موازات دیگر مجموعه‌های اجتماعی در بازار نیز رسوخ کرده است. تبعیض بازار تنها یکی از تبعیض‌های آشکار با تاریخی طولانی بر ضد آمریکایی‌های آفریقایی تبار و بومیان آمریکایی به منظور حذف آنهاست. قسمتی از فقر ایالات متحده ناشی از تعداد مهاجرین در جمعیت است؛ زیرا مهاجران اغلب نسبت به ساکنان بومی اینجا با مهارت‌های رسمی کمتر و دانش محدودتری نسبت به زبان انگلیسی از راه می‌رسند و به صورتی مستمر جمعیت فقر زده را «تجدید» می‌کنند.

در سال ۲۰۰۰، ۱۵ درصد از تمام افراد فقیر از نسل اول مهاجران بودند. قسمتی از فقر ایالات متحده ناشی از تغییر الگوهای ترکیب خانواده است. هرچه تعداد بزرگسالان با بدن‌هایی توانا که با یکدیگر زندگی می‌کنند بیشتر باشد، درآمد خانواده بالاتر است. افزایش طلاق و



وضع حمل‌هایی که از ازدواج ناشی نشده‌اند، تعداد زیادی خانوار بر جا گذاشته که در آن فقط یک والد باید نیازهای فرزندان را فراهم و از آنان مراقبت کند. پیامدهای بازار در زمینه فقر و فرصت‌های محدود شده، این مشکلات بنیادی را منعکس می‌سازد. حتی در این صورت هم اقتصاد بازار برای اینکه به منظور تصحیح این مشکلات کاری انجام نداده، ممکن است شماتت شود.

در بسیاری موارد ممکن است [بازار] این مشکلات را تقویت و بدتر کرده باشد. بازارهای رقابتی به کسانی با منابع [بیشتر] پاداش می‌دهند. افرادی با مهارت‌های اندک یا مشکلات زبانی، کمتر بهره‌وری دارند و از این رو، دستمزدهایی که در بازار می‌گیرند، پایین است. کارکرد بازارهای رقابتی برای افرادی با مهارت پایین به منظور یافتن منابعی که نیاز دارند تا برای آموزش روی خود و فرزندانشان سرمایه‌گذاری کنند، کار اندکی کرده است. در این معنا، بازارهای رقابتی می‌توانند تفاوت‌های تاریخی در مهارت‌ها و منابع را علتش هرچه باشد، تقویت کنند. اغلب نیاز است منابع اضافی بازار اغلب [توسط] حکومت جهت «دستگیری» از خانواده‌هایی با درآمد پایین فراهم شود تا آنان بتوانند توانایی خود برای افزایش عایدی‌هاشان را بهبود بخشند.

روشن است که می‌توان کمابیش به شیوه‌ای رشد اقتصادی را به کار گرفت که رفاه همه گروه‌ها را در جامعه بالا ببرد. ثروت افزوده‌ای که تنها در دست تعداد اندکی از خانواده‌ها قرار دارد می‌تواند منجر به گسترش نابرابری و ترویج فساد به همراه بی‌ثباتی سیاسی شود. ممکن است استفاده از ثروت در ساخت زیرساخت‌های عمومی جاده‌ها، مدارس، سیستم‌های مراقبت از سلامت منجر به دستاوردهایی گسترده‌تر در میان سهم بزرگتری از جمعیت شود. این بدان معنی است که ساختار نهادی اقتصادی یک ملت و انتخاب‌های حکومتش می‌تواند به اطمینان یافتن از اینکه منافع رشد اقتصادی به صورتی گسترده‌تر پخش می‌شود، کمک کند. این یکی از دلایل دغدغه داشتن برای دمکراتیزه کردن که به این جهت گرایش دارد تا صدای تعداد بیشتری از مردم در تصمیم‌گیری اقتصادی شنیده شود در کشورهای فقیر است و به موازات آن دغدغه داشتن در مورد ساختار همکاری‌های بین‌المللی و برنامه‌های کمک‌های خارجی است. اقتصاددانان، مراقبت این چیزها، خارج از دغدغه برای رشد اقتصادی بلندمدت است یک مسیحی نیز مراقب است به خاطر فرصت‌هایی که به منظور کاهش فقر ارائه می‌دهد و نیز به خاطر بهبود [وضع] همسایه‌های زیادی که بسیار دور از او زندگی می‌کنند. این مطلب همچنین، [این موضوع را] مطرح می‌کند که رشد اقتصادی به صورت معتبری

چیزی بیش از فقط افزایشی در تولید ناخالص ملی (GDP) ارزش کل کالاها و خدماتی که تولید و فروخته شده‌اند را اندازه‌گیری می‌کند. افزایش نوعی GDP به منظور ترویج توسعه اقتصادی و کاهش فلاکت و فقر ضروری است، اما شاخص‌های نشان‌دهنده تغییراتی در دستیابی به تحصیلات، پیامدهای سلامتی و فقر مفرط ممکن است فقط [از جنبه] اطمینان یافتن از اینکه از رشد اقتصادی به صورتی مؤثر استفاده می‌شود، مهم باشد.<sup>۳۰</sup>

### آیا اقتصاد در بازار گسترش یافته نامنی اقتصادی را افزایش می‌دهد؟

مهمترین اتهام مسئله‌ساز بر علیه رشد بازارهای جهانی ممکن است این باشد که به خاطر آنکه بازارهای جهانی نوآوری تکنولوژی‌های جدید و محصولات جدید را ترغیب می‌کنند و بازارهای رقابتی تغییر اقتصادی را ترویج می‌کنند، از این رو، به نامنی اقتصادی می‌انجامند. از یک طرف، این مزیتی برای بازارها و دلیلی برای آن است که چرا به گسترش ثروت می‌انجامند. از طرف دیگر، بدان خاطر است که چرا بازارها به عدم قطعیت اقتصادی و نامنی برای کارگران منجر می‌شوند. این عدم قطعیت تنها با نیروهایی که در زیر چرخه اقتصادی قبض و بسط خوابیده‌اند، با تولید دوره‌هایی از گسترش تقاضا و اشتغال و دوره‌هایی از بالا رفتن بیکاری و تقاضای کم، بدتر می‌شوند.

نتیجه این است که بازارها هم می‌توانند به فلاکت در میان افراد بینجامد که آن هم ناشی از تغییراتی است که کلاً خارج از کنترل بازار است. زمانی که اتوموبیل پذیرش عام یافت، بسیاری از آهنگری‌های بسیار ماهر و سختکوش منسوخ شدند و معاش خود را از کف دادند.

افزایش ماشینی کردن [کامپیوتری کردن] نیز برخی کارگران را جابه‌جا کرد و بسیاری دیگر را واداشت تا مهارت‌های جدید را فرا گیرند. در دسترس بودن فزاینده نیروی کار ماهر کارخانه‌ای در دیگر کشورها، بسیاری از شرکت‌ها را بر آن داشت تا بیشتر امکانات تولیدی خود را به خارج می‌برند که این به معنای از دست رفتن شغل‌ها برای برخی کارگران ایالات متحده بود.

بعضی از افراد به آسانی با این تغییرات اقتصادی و بازار تطبیق می‌یابند و بعضی دیگر نه. تطابق یافتن با بعضی تغییرات سخت‌تر از بعضی تغییرات دیگر است. زمانی که بازار فولاد ایالات متحده با رقابت فزاینده از خارج در دهه ۱۹۸۰ روبرو شد، بسیاری از کارگران فولاد شغل خود را از دست دادند و کل اجتماعات [کارگری] منبع اولیه اشتغال خود را از دست داد. «تطابق یافتن» اغلب فقط به معنای یافتن شغلی دیگر در صنعتی متفاوت نیست، بلکه دل کندن خانواده از خانه‌ای است که مدت‌ها در آن زندگی کرده است.

اما تغییر اقتصادی همچنین به معنای تطابق یافتن با بازارهای جدید و انطباق با تکنولوژی‌های جدید و بهتری است که اغلب قیمت‌ها را برای تعداد زیادی از مصرف‌کنندگان پایین می‌آورد. اقتصاددان جوزف شومپتر از این فرایند به عنوان «تخریب خلاقانه» نام می‌برد بدان معنا که نیروهای بازار مشوقی مستمر برای تطابق یافتن با تکنولوژی‌های جدید و بهتر و کنار گذاشتن فرایندها و تجارب منسوخ فراهم می‌کنند. در هر کدام از مثال‌های دردناک اقتصادی که در بالا گفته شد، بسیاری از افراد دستاوردهای اقتصادی قابل توجهی را درک می‌کنند تولید کارتر فولاد، به قیمت‌های پایین‌تری برای فولاد منجر می‌شود. افزایش کامپیوترها، ارتباطات و بهره‌وری را بالا برده است و تعداد زیادی شغل مرتبط با کامپیوتر، ایجاد کرده است. از دست رفتن شغل‌های خارج، با رشد شغلی در ایالات متحده جلوتر رفته است چرا که شرکت‌ها گسترش یافته‌اند، اما شغل‌های جدید، اغلب با مجموعه جدیدی از کارگران پیر می‌شود و آنان که شغل‌های قدیمی را از دست داده‌اند ممکن است بیکار باقی بمانند بهره‌وری و رشد اقتصادی بالا می‌رود اما به هزینه بعضی کارگران و جوامع.

راه معقولی برای حذف [پیامدهای] دردناک اقتصادی وجود ندارد. در واقع، قواعد رقابتی بازارها به ما می‌گویند که تا یک نقطه، بعضی درد [های اقتصادی] لازمند. کارگران باید تشویق شوند تا با تغییر تقاضاهای اقتصادی، مهارت‌های جدیدی بیاموزند و شغل‌های جدیدی بیابند. به هر صورت، هزینه‌های بیکاری یا شکست اقتصادی که با اقتصادهای بازار رقابتی همراه است، گهگاه توسط کسانی که آنها را تجربه نکرده‌اند، روان می‌شوند.

نقش اولیه حکومت فقط مجبور کردن بازار به حرکتی کارا تر نیست، بلکه باید برای آنانی که در انتهای دیگر تغییر و توسعه اقتصادی در موقعیت از دست دادن [منافع] قرار دارند، منابع را مجدداً توزیع کند. به صورت ایده‌آل، چنین برنامه‌هایی باید کارگران برکنار شده یا جوامع فقیرزده را کمک کند تا با تغییرات اطراف خود تطبیق یابند. ایده این نیست که یارانه‌های دائم برای آنان فراهم شود بلکه فراهم کردن تکیه‌گاهی پشتیبان و کمک‌کننده است تا به افراد و جوامع آنان اجازه دهد از تغییرات اقتصادی‌ای که تأثیر منفی بر آنها داشته، سالم بیرون آیند. سنتی طولانی از نگرانی مسیحیت در باره موضوع تغییر و عدم قطعیت اقتصادی وجود دارد. کلیساهای با انواع رسوم مختلف، به نفع بیمه بیکاری، امنیت اجتماعی، و برنامه‌های آموزش مجدد شغلی صحبت کرده‌اند. کلیساهای مسیحی و سازمان‌های کلیسایی که در بخش غیرانتفاعی عمل می‌کنند، نیز سنتی طولانی از برنامه‌های توسعه [کمک‌های] مستقیم به آنان که در عقب جامانده یا از فرایند رشد و تغییر اقتصادی آسیب دیده‌اند، دارند.



## نقش حکومت

نمی‌توان از محدودیت‌های بازار، بدون بحث درباره نقش حکومت سخن گفت. در یک جامعه دموکراتیک، حکومت صدای مدنی اجتماع مسئول کار برای [تهیه] کالاهای عمومی است. این [موضوع] به فوریت این سؤال را مطرح می‌کند که چگونه حکومت می‌تواند به صورتی مؤثر «کالاهای عمومی» را تعریف و برای کسب آنها عمل کند. مدل بازار، نقشی خاص و محدود برای حکومت قائل است اما واضح است که شهروندان به حکومت مسئولیت‌های اضافی‌ای نیز نسبت می‌دهند. حکومت، اغلب، نقش مهم و خاصی برای مسیحیانی ایفا می‌کند که از ارزش‌هایی دم می‌زنند که اغلب [این ارزش‌ها] با فرضیات و پیامدهای اقتصاد بازار، تناقض دارند. گاهی به حکومت به مثابه ابزاری برای اجرای دیگر ارزش‌های اجتماعی و تسکین برخی از اثرات منفی اقتصاد بازار، نگرسته می‌شود.

همانطور که گفته شد، نقش اولیه حکومت در یک اقتصاد بازار رقابتی، اطمینان یافتن از آن است که بازار به صورتی مؤثر عمل می‌کند. این شامل تأسیس و نگهداری یک سیستم قانونی مؤثر و اجرای مقرراتی است که به فائق آمدن بر نارسایی‌های عدیده بازار کمک کند تا بازارها بتوانند به صورتی کارا تر عمل کنند. چنین مقرراتی در حیطه‌ای از الزامات طراحی شده برای [وارد کردن] فشار به تولیدکنندگان به منظور درونی ساختن هزینه‌های آلودگی مرتبط با تولید تا الزاماتی که شرکت‌ها را مجاب می‌سازد تا اطلاعات باز و کاملی به مصرف‌کنندگان در مورد محصولات خود بدهند، عمل می‌کند. نقش پذیرفته شده برای مداخله حکومت در اقتصاد بازار، غلبه بر نارسایی‌های بازار و ایجاد محیطی است که تعامل‌های بازاری را افزایش دهد.

به هر صورت، حداقل دو نقش مهم دیگر برای حکومت وجود دارد که هیچ‌کدام از آنها درون مدل بازارهای رقابتی [به رسمیت] شناخته نشده‌اند. اول، حکومت‌ها اغلب به صورتی واضح، چشم‌انداز بازارها را محدود می‌کنند و اجازه نمی‌دهند تا معاملات یا فعالیت‌های خاصی به وقوع بپیوندد. دوم، حکومت‌ها اغلب، پیامدهای بازار را با توزیع مجدد منابع در میان گروه‌های جمعیتی متفاوت، تحریک می‌کنند. حکومت‌ها در هر دو نقش خویش، دریافته‌اند که همه بازارها مناسب نیستند و اینکه همه پیامدهای بازار نیز مطلوب نیست. حکومت‌ها برای ایفای چنین نقشی، به مثابه ابزاری خدمت می‌کنند که ارزش‌ها و انتخاب‌های اجتماعی را منعکس می‌سازد. به ویژه در یک جامعه دموکراتیک، موضوعاتی که در حکومت رویشان مناظره می‌شود و اقداماتی که توسط حکومت انجام می‌پذیرد، شاخص‌هایی کلیدی برای آن است که آن جامعه به [چه موضوعاتی] اهمیت می‌دهد. اقدامات حکومتی باید در

زمان مناسب از اقتصاد بازار حمایت کند، به هر حال، زمان‌هایی هم جود دارد که حکومت باید به ارزش‌هایی به جز ارزش‌های کارایی و در پی منفعت خویش بودن که توسط بازار ترویج می‌شود، پاداش دهد و آن را ترغیب کند.

### نقش حکومت در بازارهای محدودکننده

مداخلات حکومت گاهی اوقات به منظور جلوگیری از برپا شدن بازارهایی خاص است، چه از طریق ممنوعیت یکجا و کلی فروش بعضی چیزها (مثل گرفتن عکس‌های شهوت‌انگیز از کودکان) باشد یا از طریق بستن مالیات سنگین یا اعمال مقرراتی به منظور عدم ترویج استفاده از محصولات خاص (مثل دخانیات). این اقدامات، نوعاً و بیشتر منعکس‌کننده ارزش‌های اجتماعی هستند تا ارزش‌های مربوط به بهره‌وری کارایی. رادین<sup>۳۱</sup> در مورد زمینه‌هایی صحبت می‌کند که در آن بازارها به عنوان «کالاهاى مشاجره‌برانگیز» محدود شده‌اند. اقدام حکومتی به ویژه «به صورت کالا درآمدن» کامل برخی از کالاها یا خدمات خاص را محدود می‌کند و دیگر [کالاها را] به صورت ارزش‌های غیربازاری می‌شناسد که در برابر استفاده تجارت علنی آنها و قیمت‌گذاری آزادانه با آن کالاها ایستاده‌اند.<sup>۳۲</sup>

برای مثال، استفاده از نیروی کار کودکان در بیشتر جوامع توسعه‌یافته ممنوع است. شخص می‌تواند به این موضوع به سادگی به مثابه پاسخی به یک نارسایی خاص بازار بنگرد؛ [به این صورت که] اگر کودکان کم‌سال برای کار به خدمت گرفته شوند، آنان بی‌سواد یا با مشکلات سلامتی جدی بار می‌آیند و ممکن است در آینده کارگرانی با بهره‌وری کمتر باشند. «نارسایی بازار» آن است که منافع اجتماعی داشتن کودکانی سالم و تحصیل کرده در بازار [بخش] خصوصی در نظر گرفته نمی‌شود.

اما دلایل دیگری برای ممنوعیت کار کودکان وجود دارد. ممکن است جامعه به کودکان فی‌نفسه اهمیت دهد و بخواهد کودکان شاد باشند. این بدان معناست که کودکان نباید مجبور به انجام کارهای صعب و سوءاستفاده‌گرانه شوند. حتی اگر چنین کاری بر بهره‌وری کاری آنان به هیچ‌وجه اثر نگذارد، ما باید نگران کیفیت کودکی و لذت‌دلی باشیم که کودکان در زندگی می‌یابند. از آنجا که مادر مورد فرزندان خویش به روشنی در پی منافع دیگران هستیم، ممکن است تفکر درباره کودکان دیگران با برخی از همان دغدغه‌ها و توجه به رفاه آنان را ساده بیابیم. حکومت‌ها نیز ممکن است فروش عکس‌های شهوت‌انگیز از کودکان را محدود سازند، بعضی داروهای خاص، فروش اعضا یا نسوج انسان و فحشا را ممنوع کنند و از اجرای انواع

خاصی از قراردادهای اشتغال سرباز زنند. برای مثال، کسی نمی‌تواند قراردادی را اجرا کند که در آن از یک کارمند خواسته شد. تا برای کارفرما به مدت زمانی مشخص کار کند؛ یک کارگر همواره این انتخاب را دارد که کارش را ترک کند (به هر حال، کارفرما می‌تواند قراردادی را به اجرا گذارد که در صورت ترک کار پیش از یک هدف زمان خاص، از کارگر می‌خواهد هزینه‌های آموزش را بازپرداخت کند) در تمامی این موارد، ارزش‌های اجتماعی خاصی، مهمتر از ارزش‌های نسبت داده شده برای کار آزادانه و باز و علنی بازارها، در نظر گرفته شده است. حتی اگر بعضی افراد در چنین بازارهایی شرکت کنند و حتی اگر ممنوعیت این بازارها، آزادی عمل آنان را محدود سازد، تصور می‌شود بحث‌های اجتماعی پرفشاری برعلیه مجوز دادن به وجود چنین بازارهایی وجود داشته باشد.

تقریباً همواره ممنوعیت حکومت در برابر بازارهایی خاص، [نتایج] معکوسی به بار می‌آورد. همیشه ممکن است برخی افرادی وجود داشته باشد که بخواهند از بازارهای ممنوع شده سودی ببرند و افرادی وجود دارند که معتقدند آزادی شرکت کردن در بازارها، بسیار مهمتر از ارزش‌های نهان موجود در مباحثات بر ضد این بازارهاست.

شکل دیگر مداخله دولت ممکن است محدود ساختن نقش بازار خصوصی از طریق تقبل مسئولیت تهیه آن کالا یا خدمات توسط حکومت باشد. در چنین مواردی، کالاها یا خدمات بیش از آنکه از طرف بخش خصوصی تهیه شوند، از جانب بخش عمومی ارائه می‌گردند همانند مدرسه‌های دولتی، جاده‌ها، پلیس و حمایت از بیکار شدگان و منافع امنیت اجتماعی. در بسیاری از این موارد در ایالات متحده هیچگونه ممنوعیتی برای بازارهای خصوصی به منظور تهیه همان کالاها یا خدمات وجود ندارد، برای مثال، در برخی جوامع، خدمات امنیت خصوصی تدارک دیده می‌شود، تعداد قابل توجهی مدارس خصوصی وجود دارد و همچنین برنامه‌های پرداخت بازنشستگی خصوصی هم وجود دارد.

در بیشتر موارد، مباحثه به نفع تدارک دولتی یک خدمت، شامل برخی از شکل‌های نارسایی بازار می‌شود. برای مثال، ممکن است بازارهای خصوصی قادر به تطبیق یافتن با ماهیت «عمومی» آن خدمات (مثل محافظت پلیس) نباشد یا ممکن است [عوامل] خارجی اجتماعی بزرگی با آن (همانند مورد مدارس عمومی) همراه باشد. در موارد دیگر، بازار نارسا می‌شود زیرا افرادی که مستقیماً از آن تأثیر می‌پذیرند، نمی‌توانند خودشان تصمیم بگیرند.

در مورد زندان‌ها یا نهادهایی چون پرورشگاه‌ها، حکومت و نه افراد، تصمیم‌گیرنده است زیرا هم به زندانیان هم به کودکان به منزله «بدون سرپرست» نگاه می‌شود یعنی، قادر به

تصمیم‌گیری مسئولانه در قبال زندگی خویش نیستند. به دیگر افراد باید اعتماد کرد که در جهت کسب بهترین نفع خود اقدام می‌کنند.<sup>۳۳</sup>

در تقریباً تمامی مواردی که در آنها کالا یا خدمتی به صورت عمومی فراهم می‌شود، باور آن است که بازار خصوصی، خیلی ساده [بگوئیم] «آن [کار] را اشتباه انجام می‌دهد»: بخش خصوصی برای فراهم کردن خدمات به مردمی که به آن بیشترین نیاز را دارند، نارساست یا آن خدمت ناکافی خواهد بود. شخص می‌تواند به نفع دخالت حکومت بگوید که در این موارد «نارسایی‌های بازار» را حکومت حل می‌کند یا به نفع دخالت حکومت بگوید چرا که خود بازار توجه‌اندکی به ارزش‌های اجتماعی خاص که جامعه را مستحکم نگهداشته، دارد.

### نقش حکومت در اثرگذاری بر پیامدهای بازار

حکومت به طور منظم بر بازارها اثر می‌گذارد تا به ارزش‌های اجتماعی‌ای که جز کارایی و بهره‌وری، دست یابد. بعضی از دخالت‌ها، شکل برنامه‌های توزیع مجدد را به خود می‌گیرند که برای اطمینان از اینکه برخی از افراد به خاطر نیازهای اقتصادی به مضیقه نیفتند، طراحی شده است؛ دیگر مداخله‌ها، رفتارهای خاصی را که از نظر اجتماعی مطلوبند یا مطلوب نیستند، ترغیب می‌کنند یا ترغیب نمی‌کنند. بعضی از [برنامه‌های] توزیع مجدد حکومت، به سادگی، برای اطمینان یافتن از اینکه وظایف قانونی و تنظیم‌کنندگی حکومت تأمین مالی می‌شوند، ضروری‌اند. سیستم مالیات‌گیری، با گرفتن مالیات، سهمی از درآمدهای کسب شده، از پیامدهای بازار پیشی می‌گیرد. مالیات‌ها عملیات حکومت را تأمین مالی می‌کنند و سیستم مالیات تصدیق آشکار این باور اجتماعی است که حکومت نهادی ضروری است که اقداماتش به نفع جامعه است.

برنامه‌های توزیع مجدد، اغلب گروه‌های خاصی را که نمی‌توانند در بازارها مشارکت داشته باشند یا نتیجه مشارکت آنان، درآمدهای بسیار پایین خواهد بود را حمایت می‌کند.<sup>۳۴</sup> از این رو، حکومت برنامه‌های کمک به درآمد برای افراد معلول و سالمند را به اجرا می‌گذارد. برنامه مهر غذا را به منظور کمک به خانوارهایی که در معرض خطر گرسنگی قرار دارند، عمل می‌کند و به برنامه‌های رفاه صندوق ایالتی کمک می‌کند تا برای خانوارهایی با کودکانشان درآمد فراهم سازد و آنان آموزش شغلی ببینند.

یکی از قوی‌ترین مباحث به نفع برنامه‌های توزیع مجدد، کمبود توجهی است که بازار به آنانی دارد که نمی‌توانند در آن شرکت داشته باشند. کسانی بدون توانایی کسب درآمد آنانی

که بسیار پیر یا بسیار خردسالند، بیماران یا افراد معلول باید بیرون از بازار از نظر اقتصادی زنده بمانند. از بعضی از این افراد درون خانواده مراقبت می‌شود اما ممکن است منابع خانواده محدود باشد یا در دسترس نباشد.

نوعاً برنامه‌های توزیع مجدد، منجر به برخی هزینه‌های کارایی می‌شود، و تحلیل‌های اقتصادی زیادی در مورد برنامه‌های توزیع مجدد حکومتی کانون توجه خود را به تلاش برای مستند کردن و اندازه‌گیری ناکارآمدی‌هایی کرده است که چنین برنامه‌هایی به وجود آورده‌اند. برای مثال، برنامه‌های حمایت از درآمد می‌توانند کار نکردن را ترغیب کنند. نرخ‌های بالای مالیات می‌تواند پس‌انداز را کاهش دهد. برنامه‌های دستمزد حداقل، می‌توانند منجر به بیکاری در میان کارگران با بهره‌وری کم شود که دلشان می‌خواهد کار کنند اما هیچ کارفرمایی دلش نمی‌خواهد آنان را با حداقل دستمزد استخدام کند. در هر حال، یک دوجین از چنین تحلیل‌هایی منجر به انداختن چنین برنامه‌هایی نشده است، بخشی از آن حداقل بدان خاطر است که چنین برنامه‌هایی، علی‌رغم هزینه‌ها، منافع مهمی در بردارند.

ممکن است دیگر انواع برنامه‌های توزیع مجدد، افراد را به شرکت در بازارهای خاص تشویق کند یا از شرکت در آن دلسرد کند. برای مثال، قوانین مالیاتی ایالات متحده که به مالکان منزل اجازه می‌دهد تا پرداخت‌های بهره وام خود را از درآمدی که به آن مالیات تعلق می‌گیرد کم کنند، داشتن خانه را بسیار بیش از زمانی که چنین یارانه‌ای وجود نداشته باشد، امکان‌پذیر می‌سازد؛ بنابراین تعداد مالکان منزل نسبت به تعداد آنان در یک بازار رقابتی، بیشتر خواهد شد. از طرف دیگر، مالیات زیاد بر سیگار، عمدتاً به خاطر خطراتی که برای سلامتی در بردارد، بدان جهت طراحی شده تا سیگار کشیدن را از رونق بیندازد.

البته یارانه‌های حکومتی و برنامه‌های توزیع مجددی وجود دارند که منعکس‌کننده قدرت سیاسی‌اند و درآمد گروه‌هایی را افزایش می‌دهند که ممکن است درآمدشان چندان پایین هم نباشد برای مثال، برخی صنایع، به طور منظم، بخشودگی مالیاتی یا دیگر شکل‌های حمایت حکومتی دریافت می‌کنند که سود آنان را بالا می‌برد و احتمالاً در خدمت افزایش تعداد مشاغلی هستند که آنان ارائه می‌دهند یا قیمت محصولاتشان کاهش می‌یابد.

تعداد اندکی از برنامه‌های حکومتی، حتی فراتر از اینها در بازارها مداخله می‌کنند. سوای توزیع مجددی که از طریق برنامه‌های یارانه‌ای که با مالیات تأمین مالی می‌شوند، ممکن است این برنامه‌ها در نهایت، باعث ایجاد نوع خاصی از رفتار بازار شوند که از رفتاری که به طور طبیعی در یک بازار رقابتی پدیدار می‌شود، پیشی گیرد. مثالی از این مورد [برنامه] حداقل



دستمزد است که از بعضی کارفرمایان می‌خواهد تا کارگران را با سطح خاصی از دستمزد یا بیش از آن استخدام کنند. نوعاً، مورد حداقل دستمزد بر مبنایی غیراقتصادی است یعنی اینکه جامعه کار کردن را تشویق می‌کند و اینکه هر کسی که کار کند، باید به اندازه کافی در بیاورد تا از نظر اقتصادی زنده بماند. این، از بحث بازار که می‌گوید دستمزدها باید بهره‌وری را منعکس سازند، بسیار متفاوت است.

اجرای قوانین حداقل دستمزد، که کارفرمایان را مجبور می‌کند دستمزدهای بالاتر را به کارگران کم‌مهارت‌تر بدهند، که در غیر این صورت، منجر به ایجاد بیکاری بیشتر در میان کارگرانی با مهارت کمتر می‌شد (یک هزینه اقتصادی) و دستمزدهای بیشتری به آنان که استخدام شده‌اند (یک نفع اقتصادی) نسبت به زمانی که در یک بازار بدون قانون حداقل دستمزد کار می‌کردند، بپردازند.

یکی از دلایلی که چرا اغلب، مدافعان و مخالفان برنامه‌های توزیع مجدد حکومت، به دشواری زمینه‌های مشترکی می‌یابند آن است که هر گروه، نوعاً به پیامدهای بسیار متفاوتی ارزش می‌دهد. مدافعان این برنامه‌ها را جذاب می‌یابند زیرا این برنامه‌ها از پیامدهای خاصی در بازار جلوگیری می‌کند که در نظر آنان مطلوب است؛ مخالفان می‌گویند که این برنامه‌ها بد است زیرا کارکرد بازار را محدود می‌سازد. هر طرف در آنچه که دیگری آن را قابل اعتراض می‌داند، منفععی می‌یابند.

برنامه‌های حکومتی که بر پیامدهای بازار اثر می‌گذارند یا آن را محدود می‌سازند اغلب، عدم توافق عمومی زیادی را برمی‌انگیزند. بازارها به صورتی گسترده کارا در نظر گرفته می‌شوند و از پارادایم بازار به صورت روزافزونی به مثابه مدلی برای تصمیم‌گیری رفتاری استفاده می‌شود. بدون شک این امر به بدگمانی فزاینده به برنامه‌های حکومت که بازارها را خنثی می‌کند، دامن خواهد زد. مادامی که حکومت فقط کمک می‌کند تا بازارها مؤثرتر عمل کنند، اقداماتش اغلب مورد قبول واقع می‌شود؛ حتی لیبرال‌ها نوعاً می‌پذیرند که برخی از سیستم‌های قانونی حکومت، ضروری است.

اما در دنیایی که به بازارها بیش از پیش به مثابه مدلی مناسب برای رفتار انسان و برای طرح نهادی نگریسته می‌شود، توجیه آن اقدامات حکومتی که بازار را وارونه می‌کند، بیش از پیش دشوار می‌گردد. از این رو، اشتیاق برای کاهش سریع پرداخت‌های رفاهی، از طریق محدودیت‌های زمانی و تقاضا برای اینکه دریافت‌کنندگان خدمات رفاهی، در برنامه‌های انتقال رفاه به کار مشارکت کنند، ممکن است منعکس‌کننده این دیدگاه رشد‌یابنده باشد که مشوق‌های

بازار باید حتی برای مادرانی با بچه‌های بسیار خردسال نیز عمل کند. در عوض می‌گویند آنان (افراد ضعیف‌تر جامعه) نباید به حکومت «وابسته» باشند، آنان باید بخشی از سیستم بازار استخدام و کارگرانی باشند که درآمد کسب می‌کنند.

به همین سیاق، مناظره فعلی در زمینه اصلاحات در امنیت اجتماعی، شامل پیشنهادهای<sup>۳۵</sup> به منظور «خصوصی کردن» برنامه امنیت اجتماعی است یعنی به افراد اجازه دهند تا خود درباره پس‌اندازهای بازنشستگی خود تصمیم بگیرند و سرمایه‌گذاری کنند. خصوصی‌سازی کامل به معنای حذف مالیات امنیت اجتماعی خواهد بود که افراد را وامی‌دارد تا قسمتی از درآمد خود را «پس‌انداز» کنند و به آنان اجازه می‌دهد تا برای خود تصمیم بگیرند که آیا اصلاً می‌خواهند چیزی پس‌انداز کنند یا خیر. تعداد اندکی از افراد خواهان خصوصی‌سازی کامل هستند چرا که بسیاری بدون بازنشستگی باقی خواهند ماند و مخارج حکومت به منظور کمک به افراد سالمند از طریق دیگر برنامه‌ها، فزونی خواهد گرفت.

من همواره دشواری یافتن زبانی قابل پذیرش عمومی که بتوانیم با آن درباره ارزش حکومت و اهمیت نقش حکومت در محدود ساختن و پیشی گرفتن از پیامدهای بازار صحبت کنیم، در شگفت بوده‌ام. حتی نامزدهایی که برای کسب موقعیت‌های عالی حکومتی قدم برمی‌دارند، اغلب، به برنامه‌های حکومتی حمله‌ور می‌شوند و خواهان محدود کردن چشم‌انداز حکومتند، خود سیستم مالیات‌گیری که برای هرگونه وظایف دولت ضروری است یکی از آماج‌های دائمی محبوب ناراضیان است. از مالیات‌گیری برای توزیع مجدد (که از خانواده‌هایی با درآمدهای بالاتر با نرخ بالاتری نسبت به کم‌درآمدها مالیات می‌گیرند) انتقاد می‌شود زیرا پس‌انداز و سرمایه‌گذاری را در میان افراد ثروتمندتر کاهش می‌دهد یعنی رشد اقتصادی را محدود می‌سازد به انتخاب فردی و کارایی برنامه که هر دو توسط بازار خصوصی فراهم آمده به مثابه ارزش‌های مسلط اجتماعی نگریده می‌شود. بحث کردن به صورت عمومی درباره این‌که ارزش‌های اجتماعی دیگری هم وجود دارند که گاهی اوقات از انتخاب و کارایی پیشی می‌گیرند و اینکه ممکن است به صورت قانونی (یا به صورتی مشروع) افراد را وادار ساخت تا از انتخاب‌های خاصی دست بردارند، دشوار است.

### برنامه‌های حکومتی و التزام مسیحی بودن

برای مسیحیان ممکن است برنامه‌های حکومتی به مثابه ابزاری در خدمت کمک به حمایت از ارزش‌ها و مسئولیت‌هایی باشد که اعتقاداتشان به آنان آموخته است. نقش مهمی

که اعتقاد مسیحی به اجتماع نسبت می دهد، می گوید که مسیحیان در یک جامعه دموکراتیک باید به ویژه علاقمند به کمک برای تعریف «کالاهای عمومی» باشند که توسط حکومت خرید می شود. ممکن است وضع قانون توسط حکومت که چشم انداز بازارها را محدود می سازد، از ارزش هایی حمایت کند که با آموزه های مسیحی سازگارند، به ویژه زمانی که افراد را از انتخاب هایی محافظت می کنند که ممکن است برای خود آنها یا دیگران صدماتی به بار آورند. برنامه های حکومتی که درآمد را مجدداً توزیع می کند و به نیاز اقتصادی پاسخ می دهد، احتمالاً به طور مستقیم مسئولیت مسیحی بودن به منظور به نمایش گذاشتن دغدغه ای ویژه برای فقرا را، ارضا می سازد.

این فراخوانی برای «تئوریزه کردن» تصمیم گیری حکومتی نیست در عوض، بیانیه ای درباره راه های خاصی است که ممکن است اعتقاد مسیحی در آن اقدامات فردی را به جامعه ای دموکراتیک هدایت کند. ارزش های مبتنی بر اعتقاد ما، باید بر چگونگی قضاوت ما و انتخاب تصمیم گیران سیاسی اینکه آیا تصمیم بگیریم که از برنامه های پیشنهادی حکومت حمایت یا با آن مخالفت کنیم اثر گذارد. هیچ راهی وجود ندارد که حاکی از آن باشد که مسیحیان می خواهند یا باید یک «بلوک» رأی دهنده یکپارچه درون جامعه شکل دهند.

بسیاری از مسیحیان هدفمند و معتقد درباره چگونگی به کار بردن آموزه های مسیحیت برای زندگی شهری در جهان مدرن، توافق ندارند. افراد معتقد، می توانند در صورت رأی دادن به جمهوری خواهان یا دموکرات ها همچنان معتقد باقی بمانند. آموزه های انجیلی به ما نمی گوید چگونه برنامه های مؤثر توزیع مجدد را به پیش ببریم؛ همچنین در تعیین اینکه آیا پول بیشتر می باید به برنامه های رفاهی اختصاص یابد یا به برنامه های آموزشی نیز به ما کمکی نمی کند. اما بدون هیچ ابهامی خاطر نشان می سازد که مسیحیان باید دغدغه مشکلات گرسنگی و نیاز اقتصادی و موضوعات مربوط به آن را داشته باشند.

ما به خاطر پیچیدگی دنیای اقتصادی مدرن از طریق درگیر شدن در بازارهای رقابتی و از طریق هویت مدنی خویش به عنوان آمریکایی بر زندگی های بسیاری از همسایگانمان در این قاره و در سرتاسر جهان تأثیر می گذاریم. زمانی که لباس های ارزان تری را که در خارج تولید شده می خریم، اقدام های ما بر کارگرانی که آنها را تولید کرده اند، اثر می گذارد. زمانی که به سیاستمدارانی رأی می دهیم که از انواع سیاست های تجاری و کمک های بین المللی حمایت یا با آن مخالفت می کنند، انتخاب ما بر زندگی افراد در دیگر کشورها اثر می گذارد. زمانی که آگاهانه یا ناآگاهانه محصولی از شرکتی را خریداری می کنیم که دستمزدهای اندکی به



کارگانش می‌دهد و با آنان به خوبی رفتار نمی‌کند، ما به فقیرتر شدن این کارگران افزوده‌ایم. این شبکه به هم تنیده اقتصادی، مسئولیت‌های به هم تنیده‌ای برای خانواده‌های فقیر و کارگران در سراسر جهان ایجاد می‌کند. اقدامات حکومت برای ما به مثابه شهروند راهی فراهم می‌کند تا این مسئولیت‌ها را بفهمیم و به آنها پاسخ دهیم. حمایت از اجرا و عمل به برنامه‌های ضد فقر و آموزش شغل از طریق حکومت، راهی برای اقدام در زمینه دغدغه‌های مسیحی ما برای دیگران است. حمایت از کمک‌های توسعه ایالات متحده به کشورهای فقیر، راهی برای اقدام در زمینه دغدغه‌های مسیحی ما برای دیگران است.

حمایت از کمک‌های توسعه ایالات متحده به کشورهای فقیر، راهی برای درک درگیر شدن اقتصادی ما در الگوهای توسعه جهان سوم است. مختصر آنکه درگیر شدن مدنی در تصمیم‌گیری حکومتی جاده‌ای را باز می‌کند که از طریق آن ما بهتر می‌توانیم فراهان برای یک همسایه خوب بودن را اجابت کنیم؛ حکومت به مثابه یک نهاد، ما را به همسایه‌هایی ورای محل ما و ورای ملیت مان متصل می‌کند. این اتصالی است که نمی‌توانیم چشم‌پوشی از آن را تاب آوریم.

هیچکدام از اینها به ما نمی‌گوید که باید کورکورانه از تمامی برنامه‌های توزیع مجدد و کمک‌های حکومتی حمایت کنیم. همه ما به عنوان شهروند، مسئولیت داریم ببینیم که چنین برنامه‌هایی آیا به خوبی اداره می‌شوند و آن برنامه‌هایی را که مؤثرند حمایت و آنها که چنین نیستند را قطع کنیم. شکی در این نیست که ما با بسیاری از همسایگان مان چه دور و چه نزدیک، درباره اینکه دقیقاً چه تعریفی از اقدام درست توسط حکومت می‌شود، موافق نیستیم. اما عرصه مدنی، مکانی فراهم می‌آورد تا درباره چنین موضوعاتی مناظره کنیم و تصمیم بگیریم.

البته، حکومت تنها جاده برای اقدام هماهنگ شده معتقدانه نیست. افرادی درون جوامع محلی می‌توانند به فقرا کمک کنند. کلیساهای ما و سازمان‌های وابسته به کلیسا، اغلب برای خانواده‌های نیازمند درون و بیرون مرزها کمک فراهم می‌کند. یقیناً بعضی افراد درگیر شدن در سازمان‌هایی چون خیریه‌های کاتولیک، آزادی جهانی، یا خدمات جهانی کلیسا را ارضاکننده‌تر از درگیری مدنی می‌یابند. چنین سازمان‌های حمایت شده از جانب کلیسا، از بسیاری از فعالیت‌های خوب و مهم حمایت می‌کند. با این وجود، باید به آنها به منزله مکمل نهادهای حکومتی نگریست و نه جانشین‌هایی برای آنها. اول، اندازه و چشم‌انداز بیشتر سازمان‌هایی که از جانب کلیسا حمایت می‌شوند بسیار محدود است و نمی‌توانند محدوده

وسیع‌تری از اقداماتی را که یک حکومت ملی می‌تواند، عهده‌دار شوند. دوم، بسیاری از سازمان‌هایی که از جانب کلیسا حمایت مالی می‌شوند با همکاری حکومت عمل می‌کنند و بسیاری از فعالیت‌های آنان یا حداقل بخشی از آنها با دلارهای حکومتی تأمین می‌شوند. برای مثال، ۲۲ درصد درآمد یکصد خیریه بزرگ آمریکایی در دهه ۱۹۹۰، از منابع حکومتی تأمین شده بود.<sup>۳۶</sup> این سازمان‌ها همکار حکومت هستند نه رقیب آن.

خداشناسی مسیحی بر نقش اجتماع تأکید می‌کند و اهمیت اجتماع برای افراد باید بر پاسخ فردی مسیحیان به نقش حکومت تأثیر گذارد. مدل بازار رقابتی افراد را ترغیب می‌کند تا درباره هرگونه اقدام‌های حکومتی ظنن باشند به جز آنها که درون مجموعه‌ای محدود تعریف شده‌اند، زیرا باور بر آن است که گسترش فعالیت حکومت، بر انتخاب فردی دست‌اندازی می‌کند. مادامی‌که به درآمدهای فردی به عنوان اموال خصوصی کسب کنند، نگرسته می‌شود، تلاش‌های حکومت به منظور گرفتن مالیات از آن درآمدها یا تعیین اینکه چگونه استفاده شود (همچون از طریق سرمایه‌گذاری یک قسمت آن در امنیت اجتماعی) می‌تواند مصادره تلقی شود. البته این دیدگاهی بسیار فردگرایانه از درآمدها است که از بسیاری راه‌ها که در آن اجتماع ساختارهای اجتماعی و نهادی اطراف فرد این درآمدها را ممکن می‌سازد، چشم‌پوشی کرده است.

استخدام و کسب درآمد فقط بر تلاش فردی وابسته نیست بلکه بر سیستم قانونی، همکاری همکاران کارگران و کارفرمایان، درآمد قابل اتکای خریداران و زیرساختارها (از جاده گرفته تا اینترنت) نیز متکی است که به کسب و کار اجازه داده تا به راه افتد و نیز به سیستم آموزشی که حکومت یارانه‌های سنگینی به آن می‌دهد که آموزش را فراهم می‌کند. می‌توان جوامع و نهادهای حکومتی را که به عملکرد خانواده‌ها و افراد کمک می‌کنند و به آنان اجازه می‌دهند تا به صورتی آماده سر شغل‌هایشان بروند و به صورتی بهره‌ور کار کنند. نیز فهرست کرد. این نهادهای اجتماعی و مدنی، حمایت‌های لازم برای اشتغال بهره‌ور در بخش خصوصی را فراهم می‌آورند. ارزشی که توسط نهادهای خصوصی و عمومی و توسط اقدام همکارانه فراهم می‌شود، نوعاً در جامعه‌ای که تنها کانون توجهش فعالیت‌های فردی است، ناشناخته باقی می‌ماند.

مطمئناً کلیسا، با خداشناسی توسعه‌یافته‌اش درباره ارزش و لزوم جوامع، در صحبت کردن از چشم‌اندازهای جایگزینی که به کارکردهای توزیع مجدد و اشتراکی حکومت بها می‌دهد، نقشی برای ایفا کردن دارد.

## نقش کلیسا

در جهانی که معانی مربوط به بازار، اغلب سلطه یافته و در جایی که مدل بازار برای توصیف مجموعه‌ای هر چه گسترده از تعامل‌های انسانی به کار گرفته می‌شود، نقش کلیسا چیست؟ من این [موضوع] را فرض می‌گیرم که در یک جامعه سکولار، کلیسا باید یک بازیگر باشد هر چند با آزادی تمام بسیاری از عدم توافق‌ها درباره اینکه کدامیک از این نقش‌ها برای کلیسا مناسب هستند و کدامیک نیستند، را تصدیق می‌کنم. من معتقدم که کلیسا، دست کم دو نقش در امور اقتصادی دارد. اول، کمک به اعضای با ایمان به منظور تفکر در این باره که واقعیت اقتصادی و باور مسیحی چگونه ممکن است با هم تعامل کنند. بسیاری اوقات، کلیساها از سؤال‌های اقتصادی چشم‌پوشی می‌کنند و آنها را در خارج از موعظه‌ها و آموزه‌های کلیسا قلمداد می‌کنند. بخشی از آن به خاطر ترس از این است که چنین سؤالاتی جماعت حاضر در کلیسا را تقسیم خواهد کرد و بخشی دیگر بدان خاطر است که بسیاری از افراد حرفه‌ای در کلیسا احساس می‌کنند برای پرداختن به چنین سؤالاتی اطلاعات مناسب و کافی در اختیار ندارند.

من مشوق دیدگاهی هستم که [می‌گوید] کلیسا باید درباره مسائل جاری اقتصادی بیانیه دهد، هر چند ممکن است بعضی کلیساها، چنین اقدامی را برگزینند. من می‌گویم که یکپارچه شدن باور مسیحی و زندگی اقتصادی، برای هر کسی که در جامعه مدرن امروزی بخواهد به [دستورات] مسیحیت عمل کند، حیاتی است. همانطور که در بالا گفتم، اقتصاد بازار، سؤالاتی را برانگیخته است که به موضوعات عمیق اعتقادی مربوط می‌شود. ضروری است کلیسا برای افرادی که می‌خواهند که این سؤالات را کاوش کنند، فضا و فرصتی فراهم آورد.<sup>۳۷</sup> تلاش برای «جدا» نگهداشتن کلیسا و اقتصاد، پاسخی معتقدانه نیست. نه مسیح و نه پیامبران انجیل از تفکر درباره اینکه چگونه اعتقادشان با جهان اقتصادی‌شان مرتبط می‌شد، شرم نداشتند، ما هم نباید چنین شرمی داشته باشیم.

دوم، ضروری است کلیسا به منزله یک نهاد، در زمینه ارزش‌های جایگزین در جامعه مدنی صحبت کند. لازم نیست کلیسا بر علیه بازارها موعظه کند، اما باید پیامدهای بازار را با همان مجموعه قضاوت‌ها و آزمون‌های باوری بسنجد که دیگر شکل‌های تعامل انسانی را می‌سنجد.<sup>۳۸</sup> می‌خواهم بگویم که ضروری است کلیسا درباره ارزش رفتار عمل به نفع دیگران در سلسله موقعیت‌های گسترده‌ای صحبت کند و به صورتی مستقیم‌تر این دیدگاه سکولار رایج که رفتار عمل به نفع خویش همواره ناگزیر است و اغلب [بر دیگر رفتارها] ترجیح دارد

راه به چالش بکشد. نیاز است تا کلیسا به صورتی واقعی در باره اینکه چگونه ممکن است رفتار به نفع دیگران در خارج خانواده و دوستان نزدیک به کار گرفته شود و این متضمن چه چیزی برای کارفرمایان، کارگران و نهادهای اقتصادی خواهد بود، صحبت کند.

هدف، تبدیل تمامی اعضای کلیسا به بازیگران اقتصادی که کاملاً در پی نفع دیگرانند؛ نیست. همانطور که قبلاً گفتیم، عمل به نفع خود، در بسیاری شرایط، پاسخی معقول است؛ پرسش چگونگی متوازن کردن نفع شخصی فرد و نفع دیگران است. زمانی که ارزش های بازار (کارایی، بهره‌وری و مشوق‌ها) تبدیل به ارزش های هسته‌ای سکولار می‌شوند، ضروری است تا کلیسا به منزله سنگ ترازوی مقابل عمل کند.

ممکن است مخصوصاً برای کلیسا، صحبت در باره مفهوم «کالای عمومی» و درک اهمیت اجتماع برای افراد، مهم باشد. ارزش های مشترک در هر جامعه‌ای ضروری است و مذهب نیرویی است که باید به شکل‌گیری این ارزش ها کمک کند. چنین ارزش هایی در هنجارهای رفتاری فرد در رفتار جوامع داوطلب (چه از طریق کلیساها یا دیگر نهادهای اجتماع) و در رفتار حکومت در یک جامعه دموکراتیک انعکاس می‌یابد. توجه بیشتر به اخلاق اجتماعی می‌تواند جایگزینی برای مدل بازاری عمل به نفع خویش فراهم کند و می‌تواند به مردم زبان و چارچوبی برای درک نقش فرد درون اجتماعی گسترده‌تر و نقش حکومت در جامعه، ارائه دهد.

نقش کلیسا باید فریاد کردن در برابر نیروهایی باشد که بر قابلیت های انسانی فشار وارد و آن را محدود می‌کنند و جلوی بیان کردن عشق انسانی را می‌گیرند. در بسیاری از اقتصادهای سنتی، ممکن است این موضوع مستلزم آن باشد که کلیسا برای ارزش هایی که از جانب بازارها ترویج می‌شوند، فریاد کند که به برخی از هزینه های انسانی فساد حکومتی یا اقتصاد ناکارآمد و بوروکراتیک مرتبط است. در چنین شرایطی، ممکن است کلیسا به نفع گسترش بازار و ارزش هایی که بازار در خود دارد، سخن گوید. اما در اقتصادهای بازار مدرن، فریب سکولار، دادن قدرت بیش از حد به بازار است. در این مورد، کلیسا باید بیشتر اوقات به نفع ارزش هایی صحبت کند که بازارها به صورتی کامل در آن سهم نیستند.

نقش کلیسا «ضد بازار» یا «به نفع بازار» بودن نیست بلکه تصدیق زندگی است. در شرایطی که بازارها و مشوق‌ها، فرصت هایی برای زندگی بهتر را ترویج کنند، کلیسا باید آن را تصدیق کند، اما زمانی که بازار فرصت ها را محدود می‌کند و فلاکت انسانی به بار می‌آورد، کلیسا باید بازار را به قضاوت فرا خواند و گفتگویی را در باره نهادهای جایگزین و پاسخ های اجتماعی به آن مسئله بگشاید. این مستلزم توسعه و چارچوبی است که به شهروندان اجازه

می دهد تا به ارزش هایی چنگ بزنند که بازار بر آن چشم پوشیده یا به کناری گذاشته است. افراد معتقد و کلیسا می توانند نقش های عمومی زیادی را بر خود فرض کنند. من کاملاً درک می کنم که بعضی افراد و بعضی از کلیساها می خواهند گهگاه به اقدام آسمانی تری فراخوانده شوند: آنهایی که قضاوت بازار در موردشان سخت تر از [قضاوت] من بوده و آنهایی که فراخوانشان برای تغییر بسیار ریشه ای (رادیکالی) تر است. این سنت [اعمال] آسمانی یکی از [سنت های] مهم در مسیحیت است و ما باید به همان نزدیکی که به حرف های کسانی گوش می دهیم که برایمان راحتی می آورند، باید به حرف های کسانی گوش بسپاریم که برایمان ناراحتی ایجاد می کنند.

با این وجود، من برای اینکه توجهم در این مقاله عمدتاً به بررسی اینکه چگونه بعضی از ما که در یک بازار جهانی اقتصادی مشارکت داریم، ممکن است درباره رفتار معتقدانه بیندیشیم، متمرکز شده بود، هیچ عذری ندارم. برای بیشتر مسیحیان در بیشتر زمان ها و مکان ها، پرسش اینگونه خواهد بود «در جامعه و اقتصادی که من خود را در آن یافته ام، چگونه باید زندگی کنم، آن هم به گونه ای که اعتقاد من را منعکس سازد؟»

من هیچ تناقضی میان باوری قدرتمند به ارزش ها و قدرت بازارهای رقابتی و به باوری که با چیزی بیش از تحلیل بازار به تنهایی باید دیدگاه اقتصادی ما به جهان را شکل دهد، نمی یابم. بازار نهادی جالب است. هم معاش اقتصادی و فرصت برای بسیاری از افراد فراهم می کند و هم پیوندهای ما با همسایگانمان در اطراف جهان را مستحکم می سازد. با این وجود، باور ما به ما درس هایی می آموزد که بازار نمی آموزد: اینکه زمانی هایی وجود دارد که ممکن است عمل به نفع دیگران، بسیار مهمتر از عمل به نفع خویش باشد، زمانی که ما به عنوان یک جامعه نیاز داریم تا به صورتی مؤثر به دردهای انسانی پاسخ دهیم دردهایی که علتش بازار بوده است و نیز زمانی که «آزادی انتخاب» باید راهی به سوی دیگر ارزش ها باز کند.



## پی‌نوشت‌ها:

- ۱- «آه» خدای آسمان‌ها و زمین که توسط جرج کی. جتتون در ۱۹۰۶ نوشته شده است.
- ۲- گروهی از مسیحیان پروتستان که معتقدند که روح تنها در پناه ایمان به مسیح می‌تواند محفوظ بماند.
- ۳- گروهی از مسیحیان که پیوسته در کلیسا بدون معبد راهبان و گروه کر، برای دعای دسته‌جمعی حاضر می‌شوند، آنان معتقدند که گروه‌های افراد مسئول امور خویشند.
- ۴- ربکا ام. بلنگ قضاوت کن، پیوند میان اعتقاد مسیحی و زندگی اقتصادی مدرن (کلیولند: انتشارات کلیسای متحد، ۱۹۹۲).
- ۵- متدولیست‌ها گروهی از مسیحیان پروتستان هستند که تحت تعالیم جان وسلی به این نام خوانده شده‌اند.
- ۶- کلیسای presbyterian، کلیسایی مربوط به یک قوم است که توسط اکابری هدایت می‌شود که همه رتبه یکسانی دارند.
- ۷- کلیسای تعمیدی فرقه‌ای از پروتستان‌ها هستند که به تعمیم باور دارند (چه آب بر سرشان ریخته شود یا در آب غوطه‌ور شوند) و معتقدند این مراسم باید زمانی اجرا شود که کودک به حد کافی بزرگ شده تا معنای آن را دریابد. تمامی این گروه‌ها باور دارند که انجیل کلمات خداست و الهام از جانب روح‌القدس است و هیچ‌گونه پطلانی بر آن راه ندارد. آنان باور دارند که مسیح بازگشتی جسمانی دارد و همه او را خواهند دید و سپس بشریت را به قضاوت می‌نشیند و افرادی که پیرو او هستند را به خود فرامی‌خواند.
- ۸- توصیف بازارهای رقابتی در این بخش، روایتی فشرده شده‌تر از آن چیزی است که در بسیاری از کتاب‌های اقتصادی مقدماتی با آن مواجه می‌شوید برای نمونه، ویلیام جی بامول و آلن اس. بیندر، اقتصاد: اصول و خط‌مشی‌ها ویراست نهم را ببینید (می‌سون، اوهایو: انتشارات ساوت وسترن، ۲۰۰۲).
- ۹- میلتون فریدمن، سرمایه‌داری و آزادی (انتشارات دانشگاه شیکاگو، ۱۹۶۲).
- ۱۰- جوزف ای. استیگلیتز، «اطلاعات و تغییر در پارادایم در علم اقتصاد»، امریکن اکونومیک ریویو، جلد ۹۲، شماره ۳ (۲۰۰۲)، صص ۵۰۱-۶۰۴.
- ۱۱- آدام اسمیت، جستجویی در ماهیت و دلایل ثروت ملل چاپ مجدد (انتشارات دانشگاه شیکاگو، ۱۹۷۶)، صص ۲۶ و ۲۷.
- ۱۲- فردریک ام. شرر، این ادبیات را در ساختار صنعتی، استراتژی و سیاست عمومی مرور کرده است (انتشارات هارپرکولینز کالج، ۱۹۹۶).
- ۱۳- سخنرانی‌های جایزه نوبل این افراد را در امریکن اکونومیک ریویو، جلد ۹۲، شماره ۳ ببینید.
- ۱۴- رابرت گیبونز این مدل‌ها در تئوری بازی برای اقتصاد کاربری خلاصه کرده است، (انتشارات دانشگاه پرینستون، ۱۹۹۲).
- ۱۵- ربکا ام. بلنگ، «اقتصاددانان باید برای مشارکت در تصمیم‌گیری سیاسی چه کنند» را در فصلنامه مروری بر اقتصاد و تأمین مالی جلد ۴۲، شماره ۵ (۲۰۰۲)، صص ۱۹-۳ ببینید، برای بحثی درباره این که چرا از مدل‌های اقتصادی به صورت گسترده در تصمیم‌گیری سیاسی استفاده می‌شود.
- ۱۶- تمامی نقل قول‌ها از انجیل از روایت تجدیدنظر شده و استاندارد انجیل است.
- ۱۷- اسقف‌های کاتولیک ایالات متحده «عدالت اقتصادی را برای همه تدریس اجتماعی کاتولیک و اقتصاد ایالات متحده»، نسخه اولیه جلد ۱۶، شماره ۲۴، (۱۹۸۶)، صص ۵۵-۴۰۹، بند ۱۶.
- ۱۸- خداوند ضعیفان جیمز، اچ. کن (ماری نل، ان. وای: اوربیس بوکز، ۱۹۹۷).
- ۱۹- در وجود مسیحی‌های امروزی: مقالاتی در خصوص کلیسا، جهان و زندگی در میان آنها (گراندر را ببینید، میچ: انتشارات برانزوس، ۲۰۰۱)، استانیلی هارو از ادعا می‌کند مسیحیان هرگز نباید اعمال خود را بر مبنای اثربخشی قضاوت کنند. او مثال مادر ترزا را می‌آورد که کمک به کودکان در حال مرگ را به غذا دادن به کودکان گرسنه ترجیح می‌داد.
- ۲۰- سیات مورفی «هم اکنون که وال مارت بزرگترین شرکت آمریکایی است، اقتصاد خدماتی تاج‌گذاری می‌کند»، فورچون، ۱۵ آوریل، ۲۰۰۲، صص ۹۴۰.

- ۲۱- کاترین اس. نیومن در کتاب شرمی بر بازی من نیست: فقیران کارکن در درون شهر (وینتج بوک، ۲۰۰۰)، توصیفی از استخدام در بازار کار یا دستمزد پایین فراهم می‌کند.
- ۲۲- پرانب برادهان، «فساد و توسعه: مروری بر این موضوع»، مجله سخنرانی‌های اقتصادی، جلد ۳۵، شماره ۳ (۱۹۹۷)، صص ۴۶-۱۳۲۰.
- ۲۳- وندل بری، اقتصاد وطنی، (سافرانسیسکو: نورث پرس، ۱۹۸۷).
- ۲۴- آمینای اتزیونی در جامعه تک‌رنگی (انتشارات دانشگاه پرینستون، ۲۰۰۱)، بخش ۳، درباره ارزش «سادگی داوطلب بودن» در فضایی غیرمسیحی صحبت می‌کند. رونالد جی. سیدر، مسیحیان ثروتمند در عصر گرسنگی (داونرز گروو، III، اینتروارسیتی پرس، ۱۹۸۴)، فرضیات رادیکال‌تری درباره اینکه سادگی داوطلب بودن چه معنایی می‌تواند داشته باشد ارائه می‌کند.
- ۲۵- جالب است که سبک زندگی رهبانی مستلزم آن است که آنان هم از فعالیت‌های جنسی و هم از کسب ثروت فردی اجتناب کنند. روشن است که هر دو می‌توانند به گرایش‌های حاوی به گناه منجر شوند. در هر دو مورد، آموزه‌های مسیحی با توجه به استفاده مسئولانه و معتقدانه ممکن است لازم باشد.
- ۲۶- ربکا ام. بلنک، «جنگ با فقر: درس‌هایی از تاریخ اخیر ایالات متحد»، مجله چشم‌انداز اقتصادی، جلد ۱۴، شماره ۲ (۲۰۰۰)، صص ۱۹-۳.
- ۲۷- خاویر سالایی مارتین، «توزیع درآمد جهانی»، مقاله کاری ۸۹۳۳ (کمبریج، دایره ملی تحقیقات اقتصادی، ۲۰۰۲).
- ۲۸- دایره سرشماری ایالات متحد، فقر در ایالات متحد، ۲۰۰۱؛ گزارش‌های انتشارات فعلی (۲۰۰۲) در سال ۲۰۰۱ خط فقر در ایالات متحد برای یک خانواده چهار نفره ۱۸۱۰۰ دلار بود.
- ۲۹- بانک جهانی، گزارش توسعه جهانی ۲۰۰۱/۲۰۰۰: حمله به فقر (انتشارات دانشگاه آکسفورد، ۲۰۰۱).
- ۳۰- آمارتیا سن، توسعه به مثابه آزادی (ناپف، ۱۹۹۹).
- ۳۱- Radin
- ۳۲- مارگارت جین رادین، کالا‌های مشاخره‌آمیز (انتشارات دانشگاه هاروارد، ۱۹۹۶).
- ۳۳- ربکا ام. بلنک، «چه زمانی سیاست‌گذاران بخش عمومی می‌توانند بر بازارهای خصوصی تکیه کنند؟ تدارک مؤثر خدمات اجتماعی»، «مجله اقتصادی»، جلد ۱۱۰، شماره ۴۲۶ (۲۰۰۰)، صص ۳۴۵-۳۴۹ را برای بحثی در مورد شرایطی که در آن بخش عمومی می‌تواند به صورت بهتری نسبت به بخش خصوصی کالایی را عرضه کند، ببینید.
- ۳۴- الیزابت اندرسون، «در ارزش‌ها و اخلاقیات در اقتصاد»، (انتشارات دانشگاه هاروارد، ۱۹۹۳). به کالا‌های سیاسی به عنوان «با توجه به نیاز» در برابر بازار کالا‌هایی که «با توجه به خواست» هستند، اشاره دارد.
- ۳۵- proposals
- ۳۶- ربکا ام. بلنک «سرفصلی جدید برای مبارزه با فقر: به اندازه یک ملت طول می‌کشد»، (انتشارات دانشگاه پرینستون، ۱۹۹۷).
- ۳۷- استانیلی هارواز در «در یک شرکت خوب: کلیسا به مثابه یک شهر»، (انتشارات دانشگاه نتردام، ۱۹۹۵) ادعا می‌کند که تدریس اخلاق مسیحیت به خودی خود شکلی از پرستش است.
- ۳۸- مارتین مارتی، «روی سیاه، سفید، خاکستری و رنگین کمان»، در میشل نوواک «بدنام کردن سرمایه‌داری: شش نقطه نظر» (واشنگتن: «مؤسسه شرکت‌های آمریکایی»، ۱۹۷۹) می‌گوید که تمامی سیستم‌های اقتصادی خدشه دارند و باید به زیر قضاوت خداوند بروند.