

an Alternative Explanation of Human, Value, and Money based on a Sociological Approach to Economic Man

Mehdi Razmahang (PhD in economics from Tehran University's Faculty of Economics and director of the International Economics Department of the Islamic Parliament Research Center, responsible author, mehdi.razm@gmail.com, razmahang@ut.ac.ir)

Hassan Sobhani (Faculty member, Professor, Faculty of Economics, University of Tehran, Tehran, Iran, sobhanihs@ut.ac.ir)

ARTICLE INFO

Article History

Received: 2022/02/11

Accepted: 2022/07/03

Key Words:

Neoclassical economics,
Sociological understanding of
economic man,
economic actor,
value,
price,
money

ABSTRACT

Although the Walras's framework, as the basis of the micro theory of neoclassical economics in explaining the basis of "economic value", includes the preferences of economic actors (with the nature of subjective categories) in its calculations, But because it considers these preferences fixed, ranked and unrelated to the actions of other people; inevitably, it assigns some value to different goods, which can be considered as the concrete and inherent value of the goods. In this view, money is taken as a secondary entity and merely a counter of the intrinsic value of goods, which facilitates the exchange of goods with intrinsic values as a "neutral medium". On the contrary, in this research, in order to provide an alternative explanation of value and money, a sociological approach is invoked. The specific question of the current research is whether each product has a unique intrinsic and fundamental value? To answer this question, a sociological understanding of economic man has been presented in such a way that if human action is analyzed in the context of society, inherently different results will be obtained. The result of the research indicated that value is not an objective reality separate from the exchange and an intrinsic property of the commodity, but the value is a mental idea arising from collective action and judgment. It is money that can visualize the valuation of goods and facilitate market exchanges by referring to price sets. The feature of money is that it embodies the concept of economic value and, consequently, markets were born. The main implication: contrary to the neoclassical theoretical framework, The intrinsic and fundamental value of a commodity has no place in alternative theory.

ارائه تبیینی بدیل از انسان، ارزش و پول براساس رویکردی جامعه‌شناسانه به انسان اقتصادی

مه‌دی رزم‌آهنگ (نویسنده مسئول، دکترای علوم اقتصادی از دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران و مدیر گروه اقتصاد بین‌الملل مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ mehdi.razm@gmail.com, razmahang@ut.ac.ir)
حسن سبحانی (عضو هیئت علمی، استاد، دانشکده اقتصاد، دانشگاه تهران، تهران، ایران؛ sobhanihs@ut.ac.ir)

چکیده

اگرچه چارچوب والراسی به‌عنوان مبنای نظریه خرد اقتصاد نئوکلاسیک در تبیین زیربنای «ارزش اقتصادی»، ترجیحات کنشگران اقتصادی (با ماهیت مقوله‌های ذهنی) را وارد محاسبات خود می‌کند، اما چون این ترجیحات را ثابت، رتبه‌بندی‌شده و غیرمرتبط با کنش سایر انسان‌ها در نظر می‌گیرد؛ در نهایت مقادیری از ارزش را به کالاهای مختلف نسبت می‌دهد که این مقادیر را می‌توان ارزش انضمامی و ذاتی کالاهای دانست. در این نگاه، پول موجودیتی ثانویه و صرفاً شمارنده ارزش ذاتی کالاهای برداشت شده که به‌عنوان یک «واسطه خنثی» مبادله کالاهای واجد ارزش‌های ذاتی را تسهیل می‌کند؛ در مقابل در این پژوهش در راستای ارائه تبیینی بدیل از ارزش و پول، رویکردی جامعه‌شناسانه مورد استناد قرار می‌گیرد. سؤال مشخص پژوهش حاضر آن است که آیا هر کالا واجد یک ارزش ذاتی و بنیادین یکتا است؟ در راستای پاسخ به این پرسش و با استفاده از روش کتابخانه‌ای و اسنادی، فهمی جامعه‌شناسانه از انسان اقتصادی ارائه می‌شود؛ به‌گونه‌ای که چنانچه کنش انسان در بستر جامعه تحلیل شود، نتایجی با ماهیتی متفاوت به دست خواهد آمد. نتیجه پژوهش آن است که ارزش، واقعیت عینی مجزا از مبادله و ویژگی ذاتی کالا به شمار نمی‌رود بلکه ارزش، انگاره‌ای ذهنی و برخاسته از کنش و قضاوت جمعی است و تنها پول است که می‌تواند ارزش‌گذاری کالاهای را تجسم ملموس دهد و از راه ارجاع به مجموعه قیمت‌ها، مبادلات بازاری را میسر کند. ویژگی منحصر به فرد پول آن است که به مفهوم ارزش اقتصادی، تجسم فیزیکی می‌دهد و به دنبال آن، بازارها متولد می‌شوند. دلالت اصلی پژوهش آن است که برخلاف چارچوب نظری نئوکلاسیک، این‌گونه نیست که هر کالا واجد یک ارزش ذاتی و بنیادین یکتا باشد.

طبقه‌بندی JEL: B41, B52, D01, Z13

اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۱۲

واژگان کلیدی:

اقتصاد نئوکلاسیک،
فهم جامعه‌شناسانه از انسان
اقتصادی،
کنشگر اقتصادی،
ارزش،
قیمت،
پول

۱. مقدمه

در ادوار مختلف تاریخی نحله‌های مختلف اقتصادی، زاویه نگاه‌های متفاوتی به موضوع «ارزش اقتصادی» داشته‌اند؛ با همه اختلاف نظرها در مورد منشأ، ماهیت و مقوم‌های زیربنایی ارزش اقتصادی، وجه مشترک همه نحله‌های اقتصادی، برداشت از مقوله ارزش به‌عنوان زیربنا و بنیان مباحث اقتصادی بوده است. به اعتقاد شومپتر «مسئله ارزش باید همیشه جایگاه اصلی را داشته باشد و در هر نظریه‌ای «محض» که با یک طرح منطقی کار می‌کند، این مفهوم باید به‌عنوان ابزار اصلی تحلیل به کار رود» (Schumpeter, 2006 [1954], p. 560).

مشابه سایر نحله‌های فکری، چارچوب نظری نئوکلاسیک یا همان اقتصاد متعارف نیز که در حال حاضر، تفوق قابل توجهی بر فضای دانشگاهی و اجرایی کشورها دارد؛ زاویه نگاه خاصی به مقوله ارزش دارد. اگرچه این نظریه، ترجیحات کنشگران اقتصادی (با ماهیت مقوله‌های ذهنی) را وارد محاسبات خود می‌کند، اما چون این ترجیحات را ثابت، رتبه‌بندی شده و غیرمرتبط با کنش سایر انسان‌ها در نظر می‌گیرد؛ درنهایت مقادیری از ارزش را به کالاهای مختلف نسبت می‌دهد که این مقادیر را می‌توان ارزش انضمامی و ذاتی کالاها دانست. در این پژوهش توضیح داده می‌شود که زاویه نگاه اقتصاد نئوکلاسیک به مسئله ارزش غیرواقع‌نماست. سؤال اصلی پژوهش آن است که آیا بر مبنای فهم جامعه‌شناسانه از انسان اقتصادی می‌توان تبیینی بدیل از ارزش اقتصادی و پول ارائه کرد؛ تبیینی نوین که در آن مفهوم ارزش، عقلانیت کنشگر اقتصادی، ماهیت ترجیحات فرد و نسبت آن با جامعه پیرامونی و درنهایت منشأ انگیزه فعالیت‌های اقتصادی بازنگری می‌شود. توضیح اینکه در این تبیین جدید اقتصاد، نه به‌عنوان علمی حصارکشیده و مرزبندی شده با سایر علوم اجتماعی، بلکه به‌مثابه دانشی مرتبط، هم‌افزا و درهم‌تنیده با سایر علوم اجتماعی (به‌طور خاص جامعه‌شناسی) در نظر گرفته می‌شود.

در این پژوهش در قسمت مبانی نظری، رویکرد جامعه‌شناسانه و رویکرد نئوکلاسیک به ارزش، قیمت و پول بررسی می‌شود و در بخش بعدی دو رویکرد یادشده به‌صورت تطبیقی مقایسه و فهم بدیل (رویکردی جامعه‌شناسانه به انسان اقتصادی) از ارزش، پول

و قیمت به‌عنوان دستاورد پژوهش ارائه خواهد شد و درنهایت نیز در بخش انتهایی، محتوای پژوهش جمع‌بندی می‌شود.

۲. مبانی نظری

در این بخش، ذیل چند محور کلی مبانی نظری پژوهش بحث و بررسی می‌شود.

۲-۱. تبیین پارادایم بدیل از ارزش، قیمت و پول بر مبنای فهمی جامعه‌شناسانه از انسان اقتصادی

در این قسمت توضیح داده خواهد شد که فهم جامعه‌شناسانه از انسان اقتصادی چه نگاهی به ارزش، قیمت و پول دارد.

۲-۱-۱. چیستی رویکرد جامعه‌شناسانه به انسان اقتصادی

رویکرد جامعه‌شناسانه به انسان اقتصادی با همه اختلاف نظرهای درونی خود به مطالعه عوامل اجتماعی مؤثر بر پدیده‌های اقتصادی می‌پردازد. وجه تمایز این رویکرد با علم اقتصاد متعارف، توجه به نقشی است که روابط و نهادهای اجتماعی در اقتصاد ایفا می‌نمایند. زندگی در جامعه به معنای ارتباط با انسان‌های دیگر و شرکت در نهادهای اجتماعی آنها است و این موضوع عمیقاً فعالیت‌های اقتصادی همه کنشگران در این عرصه را تحت تأثیر قرار می‌دهد (سوندبرگ، ۱۳۹۴، ص ۱۱). در رویکرد جامعه‌شناسانه به انسان اقتصادی، اساساً وجود «انسان اقتصادی تنها یا ایزوله» متصور نیست که بتوان انگیزه کنش و مبانی رفتاری او را به‌صورت مجزا از سایر کنشگران تحلیل کرد، بلکه در این رویکرد نظری، انسان به‌عنوان موجودی اجتماعی و واجد فهم و کنش اساساً اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. این برداشت که می‌توان انسان اقتصادی را به‌مثابه یک «شیء تماماً قابل پیش‌بینی» (دقیقاً مشابه آنچه در علوم طبیعی به‌عنوان موضوع شناخت مطرح می‌شود) تحلیل کرد. از دیدگاه رویکرد جامعه‌شناسانه به انسان اقتصادی، اساساً غیرقابل‌پذیرش است. جدول ۱ وجوه تمایز پارادایم اقتصاد نئوکلاسیک و جامعه‌شناسی اقتصاد را به‌خوبی نشان می‌دهد.

جدول ۱. وجوه تمایز پارادایم اقتصاد نئوکلاسیک و رویکرد جامعه‌شناسانه به انسان اقتصادی

مفهوم کنشگر	اقتصاد نئوکلاسیک	رویکرد جامعه‌شناسانه به انسان اقتصادی
مفهوم کنشگر	افراد، خانوارها و بنگاه‌ها (حداکثرکننده‌های فردی مطلوبیت)	افراد، گروه‌ها، طبقات، نهادها (کنشگر اجتماعی)
عرصه کنش	هر موقعیتی که در آن، منابع کمیاب و مسئله انتخاب مطرح باشد؛ به‌ویژه در بازار (اقتصاد مستقل از جامعه)	نظام اقتصادی به‌مثابه بخشی از جامعه (اقتصاد اجتماعی)
انواع کنش‌های اقتصادی	منحصرأ رفتارهای اقتصادی با تأکید بر انتخاب پیشینه‌ساز (عقلانیت صوری)	کنش‌های عقلانی به‌علاوه انواع کنش اقتصادی (به‌طورکلی عقلانیت اجتماعی و کنش‌های اقتصادی اجتماعی)
نتیجه کنش‌های اقتصادی	گرایش ذاتی به تعادل (نظم مبتنی بر تعادل)	گرایش به کشمکش‌های کمابیش نهادینه شده و پرتنش (ستیز پرتنش بر روی منافع)
منظر تحلیلگر	مشاهده‌گر عینی بیرونی	مشاهده‌گر عینی درون جامعه
مفهوم زمان	مفهوم زمان صنعتی و ساکن؛ یکسان با کنشی که تحلیل شده (مفهوم زمان ساکن و سازگار)	مفهوم زمان متغیر و طولانی؛ فراتر از کنشی که کانون تحلیل است. (مفهوم تاریخی اجتماعی)
روش علمی پایه	پیش‌بینی و تبیین براساس انتزاعات ذهنی و مستقل از تجربه تاریخی	توصیفات و تبیین‌های مبتنی بر انتزاعات تعدیل شده تجربی

(منبع: Swedberg & et.al, 1987, p.174)

که مردم (نه فرد) در زمان چگونگی رفتار می‌کنند و از رفتار آنها چه آثاری به بار می‌آید» (بار، ۱۳۶۷، ج ۱، ص ۳۱-۳۲).

براساس مقدمات گفته شده بر مبنای آرای جامعه‌شناسان و نیز اقتصاددان‌هایی که ذیل رویکرد جامعه‌شناسانه به انسان اقتصادی اندیشه‌ورزی می‌کنند؛ سایر مبانی نظری را بحث خواهیم کرد. معمولاً سرشناسان این بحث عبارتند از: امیل دورکیم، ژوزف شومپتر، فرانسوا سیمیان، تورستن ویلن، پارسونز، اسملسر و... (رضاقلی، ۱۳۷۶، ص ۲۶). در ادامه بر مبنای آرای ویلن، دورکیم، زیمل و سایر اندیشمندان این حوزه بحث خود را پیش خواهیم برد. البته در اینجا لازم است به این نکته مهم اشاره شود که اندیشمندان نامبرده‌شده، هر یک در حوزه تخصصی خود و مشخصاً در رویکردهای جامعه‌شناسانه خود، تفاوت‌های اساسی با یکدیگر دارند و از دیدگاه جامعه‌شناسی نمی‌توان همه آنها را در یک پارادایم فکری دسته‌بندی کرد، اما همه آنها در تقابل با رویکرد نئوکلاسیک اقتصادی و مدعای اصلی آن (مبنی بر ضرورت شناخت رفتار انسان براساس فردگرایی روش‌شناختی و امکان تحلیل رفتار جامعه از راه جمع‌جبری کنش انسان‌های ایزوله) اتفاق نظر دارند و از این‌رو تلاش شده است با تجمیع نظرات این اندیشمندان بر غنای پژوهش افزوده شود.

۲-۱-۲. تبیین انگیزه کنش انسان

رویکرد جامعه‌شناسانه به انسان اقتصادی با گستره موضوعی قابل توجه و همه اختلافات زیربنایی در حوزه دانشی خود، به‌موجب یک افتراق زیربنایی با چارچوب نظری والراسی (به‌عنوان مبنای نظریه خرد اقتصاد نئوکلاسیک)، تحلیل رفتار انسان براساس مفهوم عقلانیت صرف و همچنین تقلیل انگیزه کنش انسان به حداکثرسازی مطلوبیت را برنرفته است و با این باور که زاویه نگاه فوق به رفتار انسان غیرمنطبق با واقع بوده، درحقیقت حاکم دانستن فرع بر اصل است. اسملسر در این باره می‌گوید: «در تحلیل سنتی اقتصادی، یکی از مهم‌ترین داده‌های ثابت عقلانیت اقتصادی است. اگر فردی در وضعیتی اقتصادی قرار گیرد که قرار باشد انتخاب کند؛ به‌گونه‌ای رفتار می‌کند که وضعیت اقتصادی خود را به حداکثر برساند، در صورتی که این داده ثابت به‌عنوان یک تعمیم تجربی ساده حضور داشته باشد در بسیاری از موارد

محتوای جدول ۱ به‌خوبی نشان می‌دهد که تفاوت‌های زیربنایی چارچوب نظری اقتصاد نئوکلاسیک و جامعه‌شناسی اقتصادی، درنهایت به دلالت‌ها و خروجی‌های ماهیتاً متفاوتی ختم خواهد شد. رمون بار^۱ بیان می‌دارد: «علم اقتصاد، یعنی عمل اجتماعی خاص از کل اجتماعی، یک برش سطحی یا تکیه‌گاهی در عمق جدا می‌کند؛ در صورتی که جامعه‌شناسی همه سطوح و مبانی واقعیت اجتماعی را در نظر می‌گیرد... جامعه‌شناسی اقتصادی اطلاعات لازم را درباره محیط فعالیت اقتصادی به دست می‌دهد و می‌کوشد تا روشن کند قوانین مختلف اقتصادی در چه شرایط تاریخی و ساختاری به مرحله اجرا درمی‌آیند و در نتیجه به علم اقتصاد، قدرت انتخاب و کارایی می‌بخشد»؛ همچنین وی بیان می‌دارد که تحلیل اقتصاد مبتنی بر جامعه‌شناسی اقتصادی و موافق نگاه شومپتر «می‌خواهد بدانند

1. Raymond Barre

انسان مهم است که می‌خواهد به‌وسیله آن امرار معاش کرده، یا اسباب آسایش فیزیکی را برای خود فراهم کند؛ آنگاه باید امیال و نیازهای تجمیعی بشر در نقطه‌ای از تاریخ به‌صورت کامل ارضا می‌شد [که چنین نشده است]؛ از آنجاکه کشمکش انسان‌ها در انباشت ثروت در حقیقت رقابتی در جهت کسب اعتبار بر پایه مقایسه حسادت‌ورزانه خود با دیگران است. پس اساساً تقرب و دستیابی به یک نقطه نهایی (در آن کاملاً میل به تصاحب کالاها ارضا شده)، غیرممکن است» (همان، ص ۲۳-۲۴). اندیشه و بلن پایه‌گذار رویکردی بدیل و جدید در موضوع «رابطه انسان با کالاها» است؛ در این رویکرد هرگونه موجودیت و عینیتی که تصاحب آن، اعتبار و اشتهار برای مالک آن به ارمغان آورد می‌تواند موضوع رقابت گسترده انسان‌ها قرار گیرد. در این نگاه، عامل اصلی توضیح‌دهنده رابطه «انسان و کالا» میل وی به کسب اعتبار است، نه تلاش برای رفع نیازی از نیازهای خود (اسملسر، ۱۳۷۶، ص ۲۸۰). دلالت بحث بالا آن است که ترجیحات نوع انسان و عامل محرک وی در طلب کالاها برون‌زا، ثابت و از پیش تعیین شده (پیش از تعامل انسان‌ها با یکدیگر) نیست، بلکه نتیجه کنش جمعی انسان‌ها، تقلید آنها از یکدیگر و در نتیجه ماهیتاً درون‌زا و سیال است. اینکه در هر زمان و مکان، تصاحب چه کالاهایی برای صاحب آن، اعتبار به همراه خواهد داشت، خروجی و محصول تعامل انسان‌ها با یکدیگر خواهد بود (Orlean, 2014, pp. 98-9).

۲-۱-۳. پول به‌مثابه نهاد اجتماعی

نظریه اعتباری پول در یک اختلاف زیربنایی با نظریه کالایی بین پول و عینیتی که کارکرد پولی بر آن وضع شده (ماده پولی)^۲ تفکیک می‌کند و معتقد است در بحث ماهیت پول، عینیت آن در درجه دوم اهمیت قرار دارد. اندیشمندان مدافع نظریه اعتباری پول، تعابیر ارزشمندی در مورد ماهیت پول بیان کرده‌اند؛ زمیل^۳ بر این باور است که «روزی پیشرفت تکنولوژی، پول را از شکل فیزیکی آن آزاد می‌کند. آنگاه حقیقت پول به‌عنوان یک پدیده اجتماعی و نه شیئی فیزیکی آشکار خواهد شد» (زمیل، ۲۰۰۴

رضایت‌بخش نخواهد بود چون افراد غالباً به‌طور غیراقتصادی رفتار می‌کنند... به‌این ترتیب دنیای اقتصاددان، ساده شده و او را به ایجاد راه‌حل‌های نظری خوش‌سیما برای مسائل اقتصادی توانا می‌سازد. در این صورت تجزیه و تحلیل اقتصادی دچار بلا تکلیفی می‌شود؛ آیا [اقتصاددان] با اینکه دنیای غیراقتصادی را بیش از اندازه ساده می‌کند، به ایجاد الگوهای پیشرفته نظری اقدام کند و یا اینکه پیچیدگی دنیای غیراقتصادی را به‌شمار آورد و عمومیت نظری الگوها را قربانی کند؟» (اسملسر، ۱۳۷۶، ص ۱۱۳). براین اساس باید گفت که تقلیل انگیزه کنش انسان به حداکثرسازی مطلوبیت، تحلیل اقتصادی را دچار تورش می‌کند. در ادامه بر مبنای آرای و بلن، یکی از اندیشمندان متقدم اقتصادی که وجه جامعه‌شناسانه رفتار اقتصادی را در تحلیل خود به کار گرفت، توضیح داده خواهد شد که اظهارنظر در مورد انگیزه کنش انسان، تنها زمانی درست است که واحد مورد تحلیل «انسان اجتماعی» باشد، نه «انسان اقتصادی مصطلح».

و بلن^۱ (۱۹۲۹) معتقد است که ترجیحات و امیال انسان‌ها متأثر از گروه مرجع مافوق خود (از حیث جایگاه اجتماعی) است؛ وی بیان می‌دارد: «هر طبقه از طبقه مافوق خود (در رتبه‌بندی اجتماعی) تقلید می‌کند و بسیار بعید است که خود را با طبقه پایین‌تر یا طبقات بسیار متقدم (از لحاظ تاریخی) مقایسه کند؛ به‌عبارت‌دیگر استاندارد ما در تعیین حد شایستگی مخارج از راه رجوع به مصرف طبقه برتر (از لحاظ اشتهار و اعتبار) شکل می‌گیرد» (و بلن، ۲۰۰۵، ص ۷۰). در نگاه وی، عامل اصلی محرک انسان در تلاش جهت تصاحب هرچه بیشتر کالاها، رغبت به تقلید از فرادستان در راستای کسب اعتبار و جایگاه بالاتر است، نه صرفاً کسب مطلوبیت از مصرف کالاها (همان، ۲۴). همین امر موجب می‌شود که در جوامع انسانی چرخه بی‌پایانی از امیال ارضا نشده ایجاد شود؛ «حتی اگر ثروت به‌صورت گسترده، برابر و یا عادلانه توزیع شده باشد، [باید دانست که] هیچ سطحی از افزایش عمومی در ثروت جامعه سبب اقناع نیاز به کسب ثروت یا حتی تقرب به آن نخواهد شد، زیرا زیربنای آن نیاز تمایل نوع انسان به برتری یافتن بر هم‌نوعان از راه انباشت کالاها (ثروت) است. چنانچه فرض شود که انباشت ثروت از آن جهت برای نوع

2. Money Stuff

3. Simmel

1. Veblen

جامعه‌شناسانه به انسان میل وی به کسب اعتبار است؛ به‌گونه‌ای که هرچه انباشت کالایی کنشگر اقتصاد بیشتر باشد، جایگاه اجتماعی وی بالاتر و استیلای او بر دیگران بیشتر خواهد بود. شرط لازم دستیابی کنشگر اقتصادی به کالاها آن است که وی قدرت تصاحب یا قدرت خرید داشته باشد؛ تصاحب یا خرید نیز تنها زمانی امکان‌پذیر است که کالاها در ازای یکدیگر تناسب‌پذیر باشند و بتوان ارزش یک کالا را در مقابل کالای دیگر محاسبه کرد؛ به‌عبارت‌دیگر معامله کالاها در ازای یکدیگر متوقف بر وجود یک معیار محاسبه ارزش است. اکنون سؤال این است که در یک اقتصاد «معیار محاسبه ارزش» چگونه پدید می‌آید و به‌صورت جمعی مورد پذیرش قرار می‌گیرد؟ در اقتصاد والراسی معیار محاسبه ارزش، ذهن حسابگر حراج‌گر است؛ به‌گونه‌ای که وی بر پایه ترجیحات کنشگران، ارزش هر دو کالا را در ازای یکدیگر و پیش از شروع تعاملات انسانی تعیین می‌کند و آن نسبت‌ها را به کنشگران قیمت‌پذیر اطلاع می‌دهد. در نقطه مقابل، اندیشمندان فراوانی بر این باورند که «معیار محاسبه ارزش» در نتیجه کنش جمعی انسان‌ها (تعامل انسان با انسان و انسان با حکومت) پدید خواهد آمد.

معیار محاسبه ارزش ماهیتاً امری ذهنی است. به تعبیر اینس^۶ «چشم‌ها هرگز یک دلار را ندیده و دست‌ها آن را لمس نکرده‌اند» (۱۹۱۴، ص ۵۵)؛ موجودیتی که به‌عنوان معیار محاسبه ارزش تعیین و به‌صورت جمعی پذیرش شد، اینک می‌تواند در قالب یک «واسطه» (یا مجموعه‌ای از واسطه‌ها) تجسم یابد؛ بدیهی است که این واسطه باید یک موجودیت نقدشونده^۷ باشد و بتواند بدون هیچ اصطکاک‌کی به هر کالایی تبدیل شود. این موجودیت نقدشونده همان پول است. به محضی که فهم جمعی بر نقدشوندگی یک موجودیت تثبیت شد، آن موجودیت دچار قلب ماهیت شده، تبدیل به یک موجودیت منحصربه‌فرد می‌شود که هیچ مثل و مانندی ندارد. این موجودیت فارغ از اینکه قبلاً چه چیزی بوده (کالاهایی مانند ماهی خشک‌شده، لوبیا، فلز طلا و نقره، تکه‌هایی از کاغذ یا حتی بیت‌های الکترونیکی)، اکنون صرفاً وسیله محاسبه ارزش است (دقیقاً مشابه نسبت متر و اندازه)

[۱۹۷۸]، ص ۱۶۵). «پول ارزش اشیاست به دور از خود آنها»، «پول نمایانگر ارزش انتزاعی است» (همان، ص ۱۲۰)، «پول طلبی از جامعه می‌باشد به‌طوری‌که نام صادرکننده از آن حذف شده است» (همان، ص ۱۷۷). بل^۱ پول را ماهیتاً یک رابطه بدهی یا تعهد به پرداخت می‌داند که بین نوع بشر جریان دارد (بل، ۲۰۰۱، ص ۴۹۷). سیرله^۲ پول را یک حقیقت اجتماعی^۳ برگرفته از روابط اجتماعی و سیاسی می‌داند؛ وی این گزاره را رد می‌کند که «اگر یک موجودیت براساس ویژگی‌های فیزیکی خود تعریف نشود، نمی‌تواند وصف حقیقی به خود بگیرد و بر جهان فیزیکی اثرگذار باشد». او معتقد است که اثرگذاری حقیقی بر عالم فیزیکی، ویژگی تمامی نهادهای اجتماعی، روابط و حقایق اجتماعی است. در یک تعریف گویاتر، وی پول را حقیقتی اجتماعی می‌داند که براساس قرارداد و پذیرش اجتماعی قوام می‌گیرد، نه براساس قواعد طبیعت؛ به‌عبارت‌دیگر قوام پول به هدفمندی جمعی^۴ و تبعیت از قواعد و هنجارهای رفتاری^۵ است (سیرله، ۲۰۰۵، ص ۱۹). از تعابیر یادشده مشخص است که در نگاه مدافعان نظریه اعتباری، پول ذاتاً یک معیار انتزاعی از ارزش و متکی بر یک رابطه اعتباری است، پس ماهیتاً متفاوت از دیگر کالاها می‌باشد و این ماهیت را باید منتزع از جهان فیزیکی در نظر گرفت.

در نظریه اعتباری پول، «پذیرفتگی عمومی» عامل ارزشمندی پول معرفی می‌شود؛ این نگاه تفاوت ماهوی با تبیین نظریه کالایی از ارزش پول دارد (در نظریه کالایی ارزشمندی پول به ارزش ذاتی ماده پولی ارجاع داده می‌شود)؛ به‌عبارت‌دیگر در نظریه اعتباری، «پذیرش عمومی پول در جامعه» توجیه می‌کند که چرا ما پول را از دیگری می‌پذیریم و مطمئن هستیم در مبادلات آتی دیگران نیز آن را از ما می‌پذیرند و در ازای دریافت آن به ما کالا خواهند داد (Wray, 2002, p. 50).

۱-۲-۴. نسبت «فهم جامعه‌شناسانه از انسان» و «نهاد پول»

عامل اصلی توضیح‌دهنده رابطه «انسان و کالا» در رویکرد

1. Bell
2. Searle
3. Social fact
4. Collective intentionality
5. adherence to rules and norms of behavior

6. Innes

7. Liquidity

شد، پس در هر گردهمایی از انسان‌ها، ناگزیر پول پدید می‌آید و به‌موجب پیدایش پول است که بازار شکل می‌گیرد و مبادله میسر می‌شود. نتیجه آنکه شکل‌گیری پول مقدم بر شکل‌گیری بازار و تحقق مبادله است. دلالت گزاره بالا، اهمیت نهاد «پول» براساس فهم جامعه‌شناسانه از انسان اقتصادی است.

زیمل زیربنای اجتماعی پول را به شرح زیر تبیین می‌کند: «برای آنکه پول قابلیت استفاده یابد، باید مجموعه‌ای فراگیر و متکثر از روابط اجتماعی در جامعه برقرار شود (وگرنه هیچ فرقی بین پول و سایر کالاها وجود نخواهد داشت)، همچنین پذیرش جمعی و عقلانی آن (پول) متوقف بر افزایش و تشدید روابط اجتماعی است. بروز این پدیده‌های تظاهراتی (کنش‌های تقلیدی و روابط اجتماعی) نشان‌دهنده آن است که ماهیت ذاتی پول، هیچ ارتباطی با ماده آن ندارد؛ از آنجاکه پول تماماً یک پدیده اجتماعی و گونه‌ای از تعامل انسانی است، پس هرچه روابط اجتماعی متمرکزتر، درهم‌تنیده‌تر و سازگارتر باشد، ویژگی ذاتی پول تقویت می‌شود» (زیمل، ۲۰۰۴، ص ۱۷۱).



شکل ۱. نحوه تعامل کنشگران اقتصادی در رویکردی جامعه‌شناسانه به انسان اقتصادی

این تبیین از ماهیت و کارکرد پول، اختلاف زیربنایی با فهم نئوکلاسیکی از ارزش، قیمت و پول خواهد داشت که در ادامه به آن می‌پردازیم.

۲-۲. تبیین اقتصاد نئوکلاسیک از ارزش و قیمت و پول

در این قسمت توضیح داده خواهد شد که اقتصاد نئوکلاسیک چه زاویه‌نگاهی به ارزش، قیمت و پول دارد.

و به دنبال آن می‌تواند واسطه‌گری معاملات را برعهده گیرد. در این نگاه، آن چیزی که کالاها را در مقابل یکدیگر تناسب‌پذیر کرده و سپس امکان معامله آنها را فراهم می‌کند، وجود یک محیط پولی است؛^۱ به عبارت دیگر پول مقدم بر بازار است.^۲ این موجودیت نقدشونده، پل دستیابی کنشگران به کالاهاست و دستیابی هرچه بیشتر به این موجودیت نقدشونده، قدرت و اعتبار کنشگر اقتصادی را افزایش می‌دهد. پس اقتصاد بازاری را می‌توان اقتصادی دانست که در آن هر کنشگر درصد تصاحب هرچه بیشتر «موجودیت نقدشونده» است؛ آن موجودیت ابزار قدرت بازاری است، زیرا هر کنشگر می‌تواند به واسطه آن، جایگاه اجتماعی خود را ارتقا دهد. پس میل به دستیابی به «موجودیت نقدشونده»، بر دیگر امیال کنشگر اقتصادی (میل به دستیابی به کالاها) برتری دارد؛^۳ به گونه‌ای که وی «موجودیت نقدشونده» را پیش از هر چیز دیگری طلب می‌کند و اساساً برای دستیابی به آن است که نقش تولیدکننده یا تاجر به خود می‌گیرد (Orlean, 2014, pp.110-111).

چون پول نتیجه کنش جمعی است و بر بازار تقدم دارد، پس می‌توان گفت که اساساً نظام معامله بازاری یک نهاد اجتماعی است، نه صرفاً محیطی که در آن کمیت‌ها بین کنشگران جدا از هم و براساس نسبت‌های اعلامی حراج‌گر معاوضه شوند. این زاویه نگاه دقیقاً در نقطه مقابل رویکرد نئوکلاسیک به بازار و پول است؛ در آن نگاه، کنشگران ایزوله (پیش از تعامل با یکدیگر ترجیحات خود را به صورت مشخص می‌دانند و اساساً تعامل اجتماعی تأثیری بر رتبه‌بندی ترجیحات آنها ندارد) از مجرا و به واسطه‌گری حراج‌گر اقدام به مبادله می‌کنند و در این نگاه، مبادله و بازار مقدم بر پول است؛ در این زاویه نگاه، پول به‌عنوان موجودیتی فرعی و قابل حذف از سیستم اقتصادی برداشت می‌شود که صرفاً نقش روان‌کنندگی مبادلات را برعهده دارد؛ اما در نگاه بدیل بیان می‌شود که چون اساساً انسان یک موجود اجتماعی است و اساساً نمی‌توان انسان را به صورت ایزوله متصور

۱. محیطی که در آن فهم جمعی، معیاری را جهت محاسبه ارزش پذیرفته است و موجودیت تجسم‌یافته آن را کاملاً نقدشونده می‌داند.
 ۲. چنین نگاهی در نقطه مقابل تفکر جریان متعارف قرار دارد، زیرا در اندیشمندان جریان اصلی اقتصاد بر این باورند که معاملات بازاری در قالب نهادت مقدم است بر پیدایش پول.
 ۳. این نگاه در نقطه مقابل تفکر والراسی قرار دارد که در آن، کنشگر اقتصادی صرفاً به کالاها رغبت دارد، آن هم به دلیل ارزش ذاتی (سودمندی) نهاده شده در آنها.

۲-۲-۱. تبیین اقتصاد نئوکلاسیک از کنش انسان اقتصادی

در چارچوب نظری والراسی، ارتباط انسان اقتصادی با اشیا مقدم بر ارتباط وی با سایر انسان‌ها تعریف می‌شود؛ همچنین ارتباط بنیادین انسان اقتصادی با اشیا و عینیت‌ها بستگی به ترجیحات وی دارد (اسملسر، ۱۳۷۶، ص ۲۸۱). این انسان در مواجهه با عینیت‌ها (و پیش از برقراری تعامل با سایر انسان‌ها)، دقیقاً ترجیحات خود را می‌داند و می‌تواند در رابطه با کالاها (یا بسته‌هایی از آنها) ترجیحات خود را رتبه‌بندی کند. پس می‌توان گفت که در این نگاه، رابطه انسان اقتصادی با اشیا و عینیت‌ها، یک رابطه کاملاً خصوصی است؛ به گونه‌ای که هر فرد با مراجعه به درون خود^۱ و بدون هیچ‌گونه ارجاعی به کنش سایر انسان‌ها، تأثیر مصرف هر کالا بر خود را تخمین می‌زند و آن تأثیر را در مقایسه با تأثیر مصرف سایر کالاها رتبه‌بندی می‌کند. هر انسان اقتصادی واجد ترجیحات منحصر به فرد است که به صورت یک تابع مطلوبیت نمایش داده می‌شود. گرایش انسان‌های اقتصادی به حداکثرسازی رضایت خود از مصرف کالاها و رقابت با دیگران در این حوزه، نیروی بنیادین و سائق رفتار بازاری است. نکته مهم آنکه هر چند ترجیحات انسان‌ها متفاوت از یکدیگر می‌باشند و این ترجیحات ماهیتاً امری ذهنی هستند، اما از آنجاکه سلیقه انسان‌ها به صورت برون‌زا تعیین شده (بدین معنا که هر انسان اقتصادی، پیش از انجام مبادله دقیقاً به ترجیحات خود آگاه است و می‌تواند مطلوبیت حاصل از مصرف کالاهای مختلف را رتبه‌بندی کند و نیز تعامل با سایر انسان‌ها در مرحله مبادله، تغییری در ترجیحات وی ایجاد نمی‌کند)، پس می‌توان آنها را به‌عنوان مجموعه‌ای از واقعیت‌های عینی^۲ بررسی کرد (Skidelsky, 2020, pp.6- 10).

۲-۲-۲. تبیین اقتصاد نئوکلاسیک از نسبت انسان‌های اقتصادی با یکدیگر

یکی از ابعاد مهم چارچوب نظری والراسی نسبت انسان‌های اقتصادی با یکدیگر است؛ توضیح اینکه کارگزاران اقتصادی، به‌طور کامل نسبت به یکدیگر غریبه هستند و هر فرد نسبت به

رفتار اطرافیان خود کاملاً بی‌تفاوت است و از کنش دیگران تأثیر نمی‌پذیرد؛ تنها موضوع دارای اهمیت برای کنشگر اقتصادی، عبارت است از رابطه وی با کالاها و نفعی که از مصرف هر یک از آنها به دست می‌آورد؛ همچنین در این چارچوب نظری ترجیحات انسان‌ها در تعارض با یکدیگر قرار نمی‌گیرد،^۳ زیرا در نگاه انسان اقتصادی همه کالاها کمابیش مشابه یکدیگر به نظر می‌رسند و وی هیچ تعلق خاطری به کالای خاصی ندارد و همواره حاضر است هر کالایی را در ازای کالای دیگر تهاتر کند؛ به عبارت دیگر منحصر به فرد بودن کالا برای انسان اقتصادی هیچ اهمیتی ندارد و صرفاً فایده‌مندی کالاهاست که برای وی واجد اهمیت است. هر فرد تنها براساس ارزش‌گذاری ذهنی خود که ذاتاً برون‌زا رتبه‌بندی شده^۴ و باثبات بوده و به دنبال آن احتمال دگرذیسی و تغییر در آن صفر است و در راستای حداکثرسازی مطلوبیت، بسته‌ای از کالاها را طلب می‌کند. تمایل یکایک کنشگران اقتصادی نسبت به کالاها که عینی و ثابت است، در یک تطابق سیستمی هم‌زمان و از راه مکانیسم قیمت تعادل عمومی را به دست می‌دهد (Bourdieu, 2005, pp. 83-4)، اما چگونه؟ سؤال مشخص آن است که در یک اقتصاد کاملاً غیر متمرکز چگونه توافق مطلوب بین خریداران و فروشندگان حاصل می‌شود،^۵ بدون آنکه بین آنها چانه‌زنی و حتی گفتگویی صورت گیرد؟

۲-۲-۳. تبیین اقتصاد نئوکلاسیک از قیمت و مکانیسم شکل‌گیری و پایداری آن

در این مدل نظری، توافقی صرفاً با وجود یک حراج‌گر^۶ همه چیزدان میسر می‌شود؛ به گونه‌ای که شکل‌گیری قیمت در چند

۳. این گزاره مستنبط از فرض تحذب ترجیحات است؛ این فرض چند دلالت مهم خواهد داشت: ۱. ترجیحات افراد کاملاً انعطاف‌پذیر است؛ انعطاف‌پذیری یعنی ترجیحات افراد نه انحصاری هستند نه افراطی (ترجیحات انحصاری به این معناست که صرفاً یک کالای منحصر به فرد برای کنشگر اقتصادی رضایت ایجاد می‌کند و ترجیحات افراطی به این معناست که هر چه بیشتر در اختیار فرد قرار گیرد، باز هم بیشتر می‌خواهد)؛ ۲. کنشگر اقتصادی در یک روند تدریجی از مصرف کسب رضایت می‌کند که در ادبیات اقتصادی مرسوم به این روند تدریجی، کاهندگی مطلوبیت نهایی گفته می‌شود؛ ۳. کارگزاران اقتصادی لزوماً از مجموعه متنوعی از کالاها کسب رضایت می‌کنند.

4. ordered

۵. به گونه‌ای که پس از برقراری تعادل، هر تغییری موجب بدتر شدن دست کم وضعیت یک نفر خواهد شد.

6. auctioneer

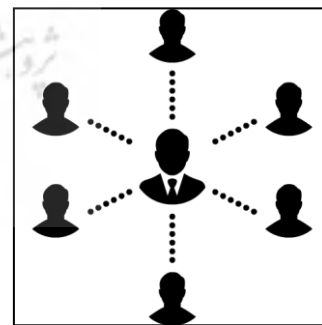
1. introspection

2. a set of objective facts

اتاق تسویه عمل می‌کند؛ به گونه‌ای که همه کالاها را جمع‌آوری کرده و سپس آنها را براساس نتایج مکانیسم بالا توزیع می‌کند، بدون اینکه نیاز باشد کنشگران اقتصادی، حداقل تعاملی با یکدیگر داشته باشند؛ به عبارت دیگر در این سیستم نظری، جایی برای روابط اجتماعی در درون بازار وجود ندارد. این ویژگی را می‌توان در توصیف کنث آرو^۲ از بازارها در نظریه اقتصادی مشاهده کرد: «تصویر نظری یک بازار، تصویری از مبادله‌های غیرشخصی است... با فرض مشخص بودن یک قیمت (یا به‌طور دقیق‌تر با فرض مشخص بودن تمام قیمت‌ها) کنشگران فردی انتخاب می‌کنند که چقدر عرضه کنند و چقدر تقاضا کنند... وقتی در هر بازاری قیمت‌ها این چنین باشد، کل عرضه برابر کل تقاضاست و تعادل حاکم است. هیچ رابطه خاصی بین تقاضاکننده و عرضه‌کننده وجود ندارد؛ یعنی اینکه برای عرضه‌کننده فرقی نمی‌کند چه کسی تقاضاکننده است و برای تقاضاکننده نیز فرقی نمی‌کند چه کسی عرضه‌کننده است» (آرو، ۱۹۹۸، ص ۹۴).

نیاز نداشتن انسان اقتصادی به پیش‌بینی و تحلیل رفتار دیگران و درج نتایج آن تحلیل در مکانیسم تصمیم‌گیری خود به این دلیل است که وی می‌داند دیگران، عالم واقع را همان‌گونه می‌بینند که او می‌بیند؛ به عبارت دیگر وی معتقد به وجود «دانش عمومی» در فضای اقتصاد است. در این شرایط «تنها» محل رجوع وی جهت تصمیم‌گیری و انتخاب کنش، قیمت است که آن نیز یک موجودیت عینی می‌باشد. در ادبیات اقتصادی به چنین عقلانیتی، «عقلانیت پارامتری»^۳ گفته می‌شود (Orlean, 2014, p. 64)؛ به عبارت دیگر بردار قیمت به مثابه آینه‌ای است که هرگونه تغییر فراگیر در اقتصاد (مانند معرفی تکنولوژی جدید یا دگرگونی ترجیحات) در آن انعکاس می‌یابد، بدون آنکه نیاز باشد کنشگران اقتصادی بدانند که چه تغییراتی در کلیت اقتصاد رخ داده است. هایک معتقد است که در این اقتصاد «بازارها به‌گونه‌ای عمل می‌کنند که گویی فقط یک بازار وجود دارد؛ نه به این دلیل که کنشگران هر بازار دید جامعی از کلیت اقتصاد دارند، بلکه به این سبب که گستره دید (فهم و شناخت) کنشگران به اندازه کافی همپوشان است و در نتیجه این تضمین وجود دارد که اطلاعات مرتبط و مورد نیاز به‌صورت کامل و با واسطه‌ها به همه کنشگران

مرحله و در فرآیندی خارج از حوزه اختیار کنشگران اقتصادی و براساس سازوکاری کاملاً عینی تعیین می‌شود. روند آن بدین صورت است که نخست حراج‌گر مجموعه‌ای از قیمت‌ها را به ازای هر یک از کالاها اعلام می‌کند و براساس قیمت‌های اعلامی، هر یک از کنشگران اقتصادی به تناسب ترجیحات خود تعیین می‌کند که چه سبدی از کالا برای وی بهینه است و سپس این اطلاعات به‌صورت تجمیعی در اختیار حراج‌گر قرار می‌گیرد. سپس وی، تفاوت بین عرضه و تقاضا را در هر یک از بازارها محاسبه می‌کند. تعدیل قیمت‌ها و ارتباط دوسویه اطلاعاتی بین حراج‌گر و تک‌تک کنشگران اقتصادی تا آنجا ادامه می‌یابد که عرضه و تقاضا در همه بازارها (به ازای هر کالا یک بازار وجود دارد) برابر شود که در نتیجه آن تعادل عمومی به دست می‌آید. در این شرایط، هر یک از کنشگران مطلوبیت خود را با توجه به قیمت‌های خروجی سیستم حداکثر کرده و کلیت سیستم به تعادل رسیده است و تمایلی به تغییر در آن وجود نخواهد داشت. نکته مهم آنکه در این سیستم کنشگران اقتصادی هیچ نقشی در شکل‌گیری قیمت ندارند، آنها صرفاً ترجیحات خود را برای حراج‌گر نمایان می‌کنند و سپس منتظر تعیین قیمت می‌مانند. اساساً رفتار تک‌تک کنشگران در حدی نیست که بتواند تأثیری بر حرکت قیمت‌ها بگذارد؛ به عبارت دیگر آنها قیمت‌پذیر^۱ هستند (Walras, 1954, pp.83-4).



شکل ۲. نحوه تعامل کنشگران اقتصادی با حراج‌گر والراسی

پس از تحقق تعادل، اگر عاملی به نابرابری عرضه و تقاضا در یکی از بازارها بینجامد، قیمت کالاها به‌گونه‌ای تعدیل می‌شود که دوباره آن بازار و به دنبال آن کل سیستم (مجموعه بازارها) به تعادل برسد. مرحله آخر نیز به این صورت است که حراج‌گر به‌عنوان یک

2. Arrow

3. Parametric rationality

1. Price-takers

معرفی می‌کند. کنشگران اقتصادی برای بیشینه‌سازی گزینه‌های تهاتری خود، مقادیری از مبادله‌پذیرترین کالاها را نگه می‌دارند و آن مقادیر (ماهیتاً کالایند)، در نهایت به «واسطه‌های مبادله»^۲ تبدیل می‌شوند (Menger, 1892).

۳. بررسی تطبیقی رویکرد مختار جامعه‌شناسانه به انسان اقتصادی و رویکرد اقتصاد نئوکلاسیک به ارزش

در این قسمت براساس مبانی نظری، ایده اصلی پژوهش را ذیل دو محور بحث و بررسی می‌کنیم.

۳-۱. فهم مختار جامعه‌شناسانه از پول و ارزش

پیش از ارائه زاویه نگاه بدیل به پول و ارزش، نخست لازم است چند مقدمه به شرح زیر ارائه شود.

مقدمه اول: جامعه جمع جبری افراد نیست

در رویکرد انسان‌شناسانه اقتصاد والرایی، فرض بر آن است که جامعه جمع جبری آحاد آن است؛ به گونه‌ای که گردهمایی انسان‌ها و کنش متقابل آنها به تولید هیچ منطق رفتاری جدیدی نخواهد انجامید؛ به همین دلیل در این رویکرد، ارزش کالاها به صورتی کاملاً عینی و از راه برهم‌کنش ترجیحات مستقل کنشگران قابل محاسبه است. در مقابل، گروهی از اندیشمندان بر این باورند که جامعه ماهیتی کاملاً متفاوت از جمع تک‌تک افراد آن دارد؛ به طوری که در نتیجه تعامل انسان‌ها با یکدیگر تمایلات و گرایش‌های جدیدی پدید می‌آید که فراتر از گرایش‌های فردی است و منطق رفتاری آحاد جامعه را دستخوش تغییر و تحول اساسی می‌کند (Skidelsky, 2018, p.380). دورکیم بر این باور است که: «جامعه صرفاً جمع آحاد آن نیست بلکه سیستمی که در نتیجه معاشرت آنها پدید می‌آید یک واقعیت خاص است که ویژگی‌های منحصر به فرد خود را دارد. بی‌شک هیچ نهاد جمعی ایجاد نخواهد شد مگر آنکه آحاد جامعه واجد آگاهی فردی باشند، اما این امر صرفاً شرط لازم است. شرط کافی آنکه آگاهی‌های فردی با یکدیگر همراه شده، به صورتی خاص با یکدیگر ترکیب شوند؛ در نتیجه این ترکیب خاص است که زندگی

اقتصاد مخابره شود» (Hayek, 1945, p. 526)؛ درحقیقت در نگاه هایک، این واسطه‌ها همان قیمت‌ها هستند که همپوشانی اطلاعاتی بین کنشگران اقتصادی ایجاد می‌کنند، آنها را نسبت به تعامل و گفتگو بی‌نیاز می‌کنند و به مثابه یک ابزار کنترلی، رفتار کنشگران را در جهت درست هدایت می‌کنند.

۲-۲-۴. تبیین اقتصاد نئوکلاسیک از پول

در نظریه تعادل عمومی، فرض بر آن است که همه معاملات به صورت هم‌زمان و تحت حکمرانی یک مکانیسم یکتا انجام می‌شوند؛ کارکرد این مکانیسم هماهنگ‌سازی رفتار همه کنشگران در تمامی بازارهاست. حراج‌گر والرایی نقش اصلی را در این سیستم نظری ایفا می‌کند؛ به گونه‌ای که وی کلیه «تصمیم به خرید»ها و «تصمیم به فروش»ها را تجمیع کرده، آنها را به صورت هم‌زمان تحلیل می‌کند و در نهایت برداری از قیمت‌های تعادلی را معرفی می‌کند که به موجب آنها کلیت سیستم به تعادل می‌رسد. اکنون این پرسش مهم مطرح می‌شود که جایگاه پول در این سیستم چیست؟ از آنجاکه در اقتصاد قرار است هر کالا در ازای کالای دیگر مبادله شود، برقراری قیمت نسبی بین هر دو کالا ضروری است. در اقتصاد والرایی یک کالای استاندارد به عنوان شمارنده^۱ انتخاب و قیمت آن، یک در نظر گرفته و قیمت دیگر کالاها در نسبت با آن بیان می‌شود (Walras, 1954, p. 161). طبیعی است که درج «شمارنده» در این چارچوب نظری، ماهیت بنیادی آن را تغییر نمی‌دهد و پایه این اقتصاد، همچنان بر تهاتر است، زیرا هر کالا صرفاً در ازای کالای دیگر معاوضه می‌شود. پول در این سیستم تنها ابزار تسهیل معاملات است، بدون آنکه تغییری در قواعد بنیادین تعاملات تجاری ایجاد کند؛ به عبارت دیگر پول یک موجودیت فرعی، ثانویه و به مثابه پرده و نقابی است که روی فعل و انفعالات بنیادین اقتصاد کشیده می‌شود و صرفاً با کنار زدن آن می‌توان فهم دقیقی از کارکرد اقتصاد پیدا کرد (Schumpeter, 2006, P. 264).

نظریه کالایی پول، همان‌طور که از اسمش پیداست، پول را ماهیتاً یک کالای مبادله‌پذیر یا نماینده بی‌واسطه کالاها می‌داند. منگر (۱۸۹۲) پول را پیامد ناخواسته عقلانیت اقتصادی فردی

2. media of exchange

1. numéraire

دارد؛ همچنین چون این گرایش در میان آحاد بشر عمومیت دارد و در نتیجه تعامل آنها به صورت مداوم تکثیر و تشدید می‌شود، پس در نهایت یک احساس یا گرایش جمعی مشترک نسبت به «قدرت خرید» شکل می‌گیرد که ویژگی منحصربه‌فردش بدیهی بودن آن است؛ به گونه‌ای که اساساً سؤال از چرایی آن گرایش در ذهن کنشگر اقتصادی شکل نمی‌گیرد. گرایش جمعی مشترک نسبت به «قدرت خرید» (چنان‌که از نامش پیداست) در اذهان پدید می‌آید. به فعلیت درآمد آن گرایش، تنها زمانی میسر می‌شود که «قدرت خرید» شیئیت ملموس و تجسم فیزیکی پیدا کند (Orlean, 2014, pp.113-14).

مقدمه سوم: تجسم فیزیکی گرایش جمعی مشترک نسبت به «قدرت خرید»

دورکیم بر این باور است که همواره بشر به گرایش‌های جمعی خود که ماهیتاً بین‌الذهانی هستند، صورت خارجی داده و برای هر گرایش، نماینده‌ای ملموس و تجسمی فیزیکی را اختیار کرده است.^۲ این تجسم سبب می‌شود که گرایش پشتیبان آن، موجودیتی ملموس یابد و همیشه قابل رؤیت باشد و به دنبال آن، تغییرناپذیری‌اش تثبیت شود. وی بیان می‌دارد: «آگاهی‌های فردی^۳ به صورتی کاملاً کارآمد به یکدیگر مرتبط هستند. انسان‌ها می‌توانند با نشانه‌هایی که حالات درونی آنها را تجسم فیزیکی می‌دهد با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. برای آنکه تبادل میان انسان‌ها به هماهنگی انجامد (یا ذوب گرایش‌های فردی در یک گرایش جمعی مشترک)، ضروری است که نشانه‌های تبیین‌کننده آن گرایش‌ها با یکدیگر ترکیب شوند تا در نهایت، یک خروجی واحد به دست آید. ظهور این خروجی یکتا به انسان‌ها آگاهی می‌دهد که اتحاد حاصل شده است و اینکه آنها جزئی از آن اتحادند. ... تنها واسطه‌های ملموس هستند که می‌توانند گرایش‌های جمعی را در عالم خارج نمایندگی کنند. این واسطه‌ها، نه تنها گرایش روحی ممزوج شده با خود را نمایندگی می‌کنند بلکه آن گرایش را بازتولید می‌کنند. اذهان انسان‌ها تنها

اجتماعی پدید می‌آید و دقیقاً این ترکیب می‌تواند توضیح‌دهنده آن زندگی باشد. افراد پس از معاشرت، درهم‌تنیدگی و تعامل تنگاتنگ، تولد دوباره‌ای می‌یابند و تبدیل به انسان‌هایی می‌شوند که فردیت ذهنی جدیدی دارند... درحقیقت فکر، احساس و عمل جامعه انسانی کاملاً متفاوت از کنش اعضای ایزوله آن جامعه رقم می‌خورد» (دورکیم، ۲۰۰۱، ص ۱۲۹).

زیست اجتماعی انسان‌ها به تولید مجموعه‌ای از واقعیت‌های اجتماعی می‌انجامد. هر نیرویی که از خارج بر آحاد جامعه اعمال می‌شود و الزامات ذهنی و رفتاری خاصی را به آنها القا می‌کند؛ درحقیقت نشانگر و نماینده‌ای از یک حقیقت اجتماعی است. این حقایق اجتماعی، مجموعه‌ای از تمایلات و گرایش‌های اجتماعی را پدید خواهند آورد که بر گرایش‌های فردی برتری دارند. این تمایلات و گرایش‌های اجتماعی به صورت تدریجی، چارچوب رفتار جمعی (یا نهادها) را به انسان‌ها تلقین می‌کنند که در نتیجه آن آحاد جامعه، آنچه را می‌جویند که جمع به آنها القا کرده است؛ درحقیقت این چارچوب رفتار جمعی، نیرویی برگرفته از زیست جمعی انسان‌ها و حاکم بر گرایش‌های انسان جدا از جامعه است. اکنون این نیرو در حوزه‌های مختلف اجتماعی اشکال متفاوتی به خود می‌گیرد.

مقدمه دوم: «نیروی برگرفته از زیست جمعی» در حوزه اقتصاد چه شکلی به خود می‌گیرد؟

همان‌طور که پیش‌تر بیان شد، سائق حرکت انسان اجتماعی در حوزه اقتصاد، تلاش برای بهبود جایگاه اجتماعی است؛ تصاحب هرچه بیشتر کالاها عاملی است که می‌تواند جایگاه اجتماعی کنشگر اقتصادی را ارتقا دهد، پس می‌توان گفت که «نیروی برگرفته از زیست جمعی» در بعد اقتصادی، نیرویی است که کنشگران اقتصادی را ترغیب به افزایش «قدرت خرید» یا «قدرت تصاحب» می‌کند؛ به عبارت دیگر رغبت انسان‌ها به «قدرت خرید» گرایشی است که در نتیجه زیست اجتماعی در انسان پدید می‌آید و این گرایش بر مطلوبیت‌گرایی انسان والراسی^۱ برتری

۲. مصادیقی از تجسم فیزیکی گرایش‌های جمعی عبارتند از: پرچم به عنوان نمادی از گرایش به هویت ملی و قبیله‌ای، ساخت اشیای خاص و مقدس‌سازی آنها به عنوان نمادی از گرایش جمعی به پرستش نیروهای ماورائی و ...

3. individual consciousnesses

۱. انسان والراسی با هدف رفع نیازهای خود، صرفاً با مجموعه کالاها ارتباط برقرار می‌کند. وی با استفاده از سودمندی ذاتی کالاها، نیازهای خود را ارضا می‌کند و در پی آن مطلوبیت به دست می‌آورد؛ درحقیقت مطلوبیت نتیجه تطابق سودمندی ذاتی کالاها و ترجیحات ثابت و مستقل کنشگر اقتصادی است.

یک قانون اجتماعی، اصول خود را بر رفتار کنشگران فردی تحمیل می‌کند (Orlean, 2014, pp.147-149).

نتیجه حاصل از سه مقدمه: پول، زیربنای ارزش تناسب‌پذیری کالاها، تنها در نتیجه وجود یک محیط پولی میسر می‌شود. زیربنای تناسب‌پذیری کالاها در ازای یکدیگر و به دنبال آن شکل‌گیری امکان مبادله آنها، گرایش کنشگران اقتصادی به پول است؛ براین اساس ارزش هر کالا معادل پولی می‌باشد که در ازای آن پرداخت می‌شود و قیمت «بهترین نمایش ممکن» از ارزش هر کالا است؛ پول این امکان را فراهم می‌کند که ارزش، تجسم عینی یابد و در نتیجه همه کنشگران فهم مشترکی از ارزش کالاها پیدا کنند (Orlean, 2014, pp.158-159). براین اساس برخلاف زاویه نگاه والرایی به ارزش و پول، این‌گونه نیست که تناسب‌پذیری کالاها که برخاسته از نگاه ذات‌گرایانه به ارزش کالاهاست، به واسطه کنش‌گری حراج‌گر والرایی، مقدم و شرط لازم ایجاد محیط پولی باشد بلکه برعکس شکل‌گیری محیط پولی به واسطه گردهمایی انسان‌ها (این گزاره که هیچ گردهمایی از انسان‌ها شکل نمی‌گیرد، مگر آنکه پول به‌عنوان معیار محاسبه ارزش در آن ظهور و بروز می‌یابد)، مقدم بر مبادله کالاها در قالب بازار است. پس براساس فهم جامعه‌شناسانه اتخاذ شده در این پژوهش، اساساً پدیده‌ای با عنوان «ارزش ذاتی کالا» متصور نیست بلکه شکل‌گیری محیط پولی و نمایش ارزش یک کالا در قالب پول است که نشان می‌دهد آن کالا دارای چه ارزشی در یک محیط پولی خاص است.

۲-۳. مقایسه دو نگاه و ارائه دلالت اصلی پژوهش

الف) چارچوب والرایی: هر کالا دارای یک ارزش انضمامی است که از راه برهم‌کنش هم‌زمان ترجیحات برون‌زای کنشگران اقتصادی تعیین می‌شود. این ارزش ثابت بوده و عمل مبادله نمی‌تواند آن را دستخوش تغییر و تحول کند؛ همچنین همه کنشگران فهم مشترکی از ارزش هر کالا دارند، زیرا آن ارزش منضم به کالا است. معرفی پول به سیستم اقتصادی (به‌عنوان شمارش‌گر و در نقش تسهیل‌کننده معاملات) این امکان را فراهم می‌کند که ارزش انضمامی هر کالا توسط قیمت تعادلی نمایش داده شود.

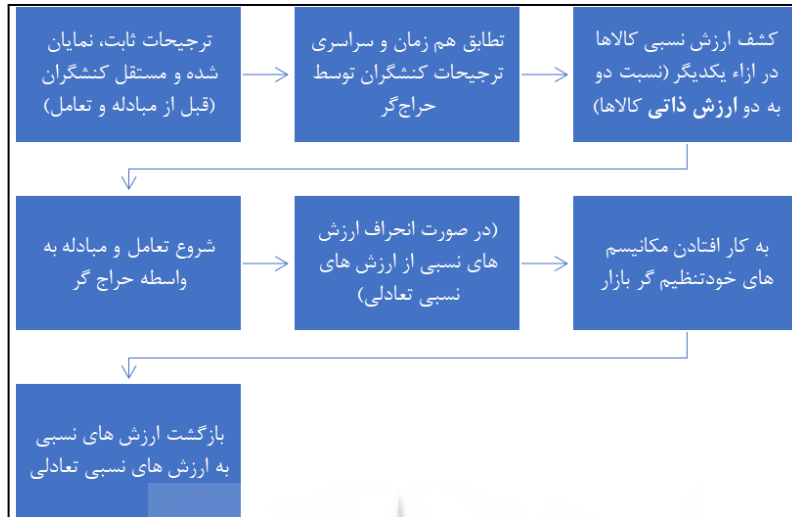
زمانی می‌تواند با یکدیگر تعامل برقرار کنند که از خود خارج شوند و شروع به حرکت کنند. تجانس و هماهنگی این حرکت‌های ذهنی است که تعلق انسان‌ها به یک گروه را اطلاع می‌دهد. زمانی که این هماهنگی حاصل شد و حرکت اذهان انسان‌ها، یک پیکربندی همگن به خود گرفت، آنگاه گرایش‌های جمعی مشترک در قالب یک نماد به نمایش درخواهند آمد» (دورکیم، ۲۰۰۱، ص ۱۷۵-۱۷۶).

براساس این توضیحات، اینکه گرایش جمعی مشترک به «قدرت خرید» در یک عینیت ملموس تجسم عینی یابد، رویدادی حتمی می‌باشد و الزاماً به دنبال اجتماع انسان‌ها، این گرایش صورت خارجی پیدا خواهد کرد. به تعبیر زیمیل زمانی که یک گرایش جمعی در میان اعضای یک جامعه انسانی پدید آید و نیز این ادراک شکل گیرد که یک عینیت خاص به‌صورت اختصاصی، توانایی نمایندگی آن گرایش را دارد؛ در ادامه گرایش جمعی به آن عینیت خاص الصاق می‌شود به‌طوری‌که گویی هر دو یکی هستند (Simmel, 2004, p.171). اکنون اینکه تجسم یافتن آن گرایش در یک عینیت ملموس در چه فرآیندی صورت می‌گیرد، محل بحث ما در این بخش نیست؛ اما کوتاه می‌توان گفت که زیست جمعی انسان‌ها، شرط ظهور آن عینیت است؛ به این معنا که اجتماع انسان‌ها در کنار یکدیگر و تعامل اجتماعی آنها، ناگزیر به ظهور آن عینیت خواهد انجامید؛ این عینیت همان پول است.

در ادامه، این عینیت گرایش کنشگران اقتصادی به «قدرت خرید» را مصادره می‌کند و آن را به‌عنوان ویژگی خاص خود جا می‌زند؛ گویی که انسان‌ها ذاتاً گرایش به تصاحب پول دارند. پس برای آنکه گرایش بشر به «قدرت خرید»، ویژگی منحصر به فرد جامعه انسانی در بعد اقتصادی است و پول (نمایشگر انحصاری آن گرایش) نیز یک موجودیت منحصر به فرد خواهد بود که هیچ مثل و مانندی ندارد و نیز پیدایش آن بدیهی و قطعی است؛ هیچ اجتماعی از انسان‌ها شکل نمی‌گیرد، مگر آنکه پول در آن ظهور و بروز یابد. تطابق پول بر مفهوم «قدرت خرید» سبب می‌شود که نقدشوندگی تبدیل به ویژگی ذاتی پول گردد و در ادامه به‌واسطه اعتماد کنشگران اقتصادی به نقدشوندگی پول، مشروعیت آن به‌عنوان واسطه مبادلات تثبیت شود. تثبیت مشروعیت پول نیز نویددهنده شکل‌گیری یک نهاد جدید است؛ نهادی که به‌مثابه

(ارزش انضمامی کالاها) سوق می‌دهند. توصیف نموداری گزاره بالا به شرح زیر است:

قیمت‌های تعادلی به‌مثابه نقطه‌های کانونی هستند که قیمت‌ها حول آن نوسان می‌کنند. مکانیسم‌های ثبات‌زای بازار به‌صورت دائم، قیمت کالاها را به سمت قیمت‌های تعادلی



شکل ۳. پویایی اقتصاد براساس چارچوب نظری والراسی

(منبع: یافته‌های پژوهش)

تعادلی (ارزش انضمامی کالاها) رد می‌شود؛ این‌گونه نیست که قیمت کالاها به‌صورت مداوم به سمت «نقطه‌های کانونی ثابتی» سوق داده شوند؛ به‌عبارت‌دیگر مکانیسم تعیین و حرکت قیمت در این نگاه، وابستگی زیادی به کنش جمعی انسان‌ها دارد و در نتیجه کاملاً متفاوت از رویکرد متعارف والراسی است. توصیف نموداری گزاره بالا به شرح زیر است:

(ب) رویکرد جامعه‌شناسانه به انسان اقتصادی: پول خروجی الزامی و حتمی کنش جمعی و تعامل انسان‌ها با یکدیگر است. پدید آمدن پول این امکان را فراهم می‌کند که برداشت‌های ذهنی کنشگران اقتصادی از ارزش کالاها در مکانیسم‌هایی خاص به تولید فهرست قیمت کالاها بینجامد. پس عینیت ارزش در این نگاه ناشی از وجود پول و شکل‌گیری قیمت است نه انضمامی بودن ارزش کالا. در این نگاه، اساساً وجود نقطه‌های کانونی با عنوان قیمت‌های



شکل ۴. پویایی اقتصاد براساس رویکرد جامعه‌شناسانه به انسان اقتصادی

(منبع: یافته‌های پژوهش)

دلالت ضمنی نظریه اقتصاد متعارف آن است که هر کالا واجد یک ارزش ذاتی و در پی آن عینی است و پول به‌عنوان «واسطه» صرفاً مبادله آن ارزش‌های ذاتی را تسهیل می‌کند.

در مقابل، اقتصاددانان دگراندیش ضمن ارائه تبیینی متفاوت از ماهیت، منشأ و مهم‌ترین کارکرد پول، قائل به خاص بودن آن موجودیت می‌باشند و بر این باورند که در نظریات اقتصاد کلان باید جایگاه جدید و متفاوتی برای پول در نظر گرفت. تبیین اقتصاددانان دگراندیش از نسبت «پول و ارزش» به‌خوبی جایگاه مفهومی «پول» را در این نظریات نشان می‌دهد: ویژگی منحصر به فرد پول آن است که به مفهوم ارزش اقتصادی تجسم فیزیکی می‌دهد و به دنبال آن بازارها متولد می‌شوند. در این نگاه، ارزش واقعیت عینی مجزا از مبادله و ویژگی ذاتی کالا به شمار نمی‌روند، بلکه ارزش انگاره‌ای ذهنی و برخاسته از کنش و قضاوت جمعی است. تنها پول است که می‌تواند ارزش‌گذاری کالاها را تجسمی ملموس دهد و از راه ارجاع به مجموعه قیمت‌ها، مبادلات بازاری را میسر کند. دلالت اصلی پژوهش آن است که برخلاف چارچوب نظری والرایی، این‌گونه نیست که هر کالا واجد یک ارزش ذاتی و بنیادین یکتا باشد.

براساس رویکرد جامعه‌شناسانه اتخاذ شده، ویژگی منحصر به فرد پول آن است که به مفهوم ارزش اقتصادی، تجسم فیزیکی می‌دهد و در پی آن بازارها متولد می‌شوند. در این نگاه، ارزش واقعیت عینی مجزا از مبادله و ویژگی انضمامی کالا به شمار نمی‌روند بلکه ارزش انگاره‌ای ذهنی و برخاسته از کنش و قضاوت جمعی است. تنها پول است که می‌تواند ارزش‌گذاری کالاها را تجسم فیزیکی بخشد و از راه ارجاع به مجموعه قیمت‌ها، مبادلات بازاری را میسر کند. آن چیزی که پول را پول می‌کند، کارکرد آن به‌عنوان «بهترین نمایش ممکن» از ارزش است. دلالت اصلی مطالب بالا به این شرح قابل بیان است: ارزش بنیادین و انضمامی (ارزش یکتای هر کالا که مجزا از کنش جمعی انسان‌ها و صرفاً براساس ترجیحات ثابت و مستقل آنها تعیین می‌شود) جایی در اندیشه اقتصادی نخواهد داشت، پس اساساً امکان «انحراف قیمت از ارزش بنیادین» منتفی است.

۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در این پژوهش، هدف اصلی طراحی یک صورت‌بندی جدید از مفاهیم زیربنایی اقتصاد همچون مفهوم ارزش، پول، عقلانیت کنشگر اقتصادی، ماهیت ترجیحات فرد و نسبت آن با جامعه پیرامونی و... است. صورت‌بندی ارائه شده در این مقاله برگرفته از فهمی جامعه‌شناسانه از انسان اقتصادی و متمایز از ادراک والرایی از اقتصاد است. جهت تبیین هرچه بهتر آن صورت‌بندی، بنیان‌های نظری چارچوب نظری والرایی بحث و بررسی شد و پس از آن، مفاهیم زیربنایی یادشده از دیدگاه فهمی جامعه‌شناسانه از انسان اقتصادی مورد بازنگری قرار گرفت. پیش‌روی گام‌به‌گام، در نهایت این نتیجه را حاصل کرد که پول موجودیتی فرعی و ثانوی نیست، بلکه در مقابل آن، ستون اصلی اقتصاد بازاری است؛ در حالی که جریان اصلی اقتصاد، براساس برداشت خاص خود از پول (اینکه پول ذاتاً یک کالا است و این کالا خروجی فرآیند مقابله بشر با مشکل عدم تطابق دوسویه نیازها در مبادلات تهاتری است، پس این موجودیت به‌مثابه نقاب بی‌اثری است که بر روی فعل و انفعالات حقیقی اقتصاد کشیده شده است)، زمینه کم‌برآوردی جایگاه و اهمیت این موجودیت مهم را در نظریه‌پردازی‌های متعارف اقتصادی فراهم می‌کند.

منابع

14. Searle, J. R. (2005), What is an institution? *Journal of Institutional Economics* 1: 1–22.
15. Simmel, G. (2004[1978]), *The Philosophy of Money*, London and New York: Routledge.
16. Skidelsky, R. (2018), *Money and Government: A Challenge to Mainstream Economics*, Penguin UK.
17. Skidelsky, R. (2020), *What's Wrong with Economics: A Primer for the Perplexed*, Yale University Press.
18. Swedberg, R., Himmelstrand, U. & Brulin, G. (1987), The paradigm of economic sociology: premises and promises, *Theory and Society*, 16(2), 169–213.
19. Veblen, T. (2005), *The theory of the leisure class: An economic study of institutions*. Aakar Books.
20. Walras, L. (1954), *Elements of pure economics or the theory of social wealth*, Allen & Unwin. London.
21. Wray, L. Randall (2002), "Modern money", in J. Smithin (ed.) *What is Money?* London New York: Routledge, 42–66.
۱. اسملسر، نیل. جی (۱۳۷۶)، جامعه‌شناسی اقتصادی، ترجمه محسن کلاهچی، تهران: کویر.
۲. بار، رمون (۱۳۶۷)، اقتصاد سیاسی، ترجمه منوچهر فرهنگ، تهران: سروش.
۳. رضاقلی، علی (۱۳۷۶)، مقدمه بر کتاب جامعه‌شناسی اقتصادی، تألیف نیل اسملسر، تهران: کویر.
۴. سوئدبرگ، ریچارد (۱۳۹۴)، اصول جامعه‌شناسی اقتصادی، ترجمه سمیرا کاظم پوریان، تهران: دنیای اقتصادی.
5. Arrow, K. J. (1998), What has economics to say about racial discrimination? *Journal of economic perspectives*, 12(2), 91–100.
6. Bell, S. (2001), The role of the state and the hierarchy of money, *Cambridge Journal of Economics*. (As reprinted in *Concepts of Money: Interdisciplinary Perspectives from Economics, Sociology and Political Science*, ed. G. Ingham, 496–510, Cheltenham: Edward Elgar, 2005).
7. Bourdieu, P. (2005), Principles of an economic anthropology, *The handbook of economic sociology*, 2, 75–89.
8. Durkheim, Emile (1912/2001), *The Elementary Forms of Religious Life*, abridged, Mark S. Cladis (ed.), Carol Cosman (trans). Oxford: Oxford University Press.
9. Hayek, F. A. (1945), The use of knowledge in society, *The American economic review*, 35(4), 519–530.
10. Innes, A. M. (1914), The credit theory of money, *Banking Law Journal* (January), 151–68.
11. Menger, C. (1892), On the origin of money, *Economic journal*, 2(6), 239–55.
12. Orléan, A. (2014), *The empire of value: A new foundation for economics*, MIT Press.
13. Schumpeter, J. A. (2006)[1954], *History of economic analysis*. Routledge.