

# جامعه بازار



■ عنوان: جامعه بازار

■ نویسنده: دن اسلیتر و فرن تونکیس

■ مترجم: حسین قاضیان

■ تهران، ۱۳۸۶

■ ناشر: نی، ۳۹۸ صفحه

■ شهرام آزادمنش

پروفسور الن وارد از دانشگاه منچستر کتاب را «تجدید نظری واضح، ضروری و وسیع از گزارشات تئوریک ماهیت و باور بازارها و تأثیرات آنها بر انضباط اجتماعی و دگرگونی فرهنگی می‌داند و معتقد است اسلیتر و تونیکیس، کتابی بسیار مهیج و صریح در مورد ضروری‌ترین موضوع جهان امروز تألیف کرده‌اند». پروفسور شارون زوکین از کالج بروکلین، جامعه بازار را کتابی موجز اما جامع می‌داند که «بازار» را به صورت مفاهیمی منطقی و موقعیت‌های خاص تعریف می‌کند که خود باعث به وجود آمدن سئوالات و عقاید جدید و فراوانی می‌شود. استفان گودمن، از مؤسسه سلطنتی مردم شناسی معتقد است: «اسلیتر و تونیکیس، مفیدترین کتاب را در زمینه بازارها، برای دانشمندان علوم اجتماعی تهیه کرده‌اند. آنان اختلافات بین مباحث اجتماعی و اقتصادی، و تغییرات گسترده در بازارهای واقعی از زمان‌های گذشته تا دوران معاصر را مورد بررسی قرار داده‌اند».

بحث‌های این کتاب این مطلب را آشکار می‌کنند که نه تنها اندیشه مدرن اجتماعی به طور خاص دل‌مشغول بازار بوده است، بلکه فقرات اصلی ساختمان فکری رشته‌های علوم اجتماعی مدرن، یعنی عناصری مثل فرد، جامعه و عقلانیت را نمی‌توان مستقل از مواجهه مدرن با بازار، درک و فهم کرد.

کتاب در پی پاسخ به این سوالات است: «ماهیت کنشگر اجتماعی نوین که آشکارا در جامعه بازار ظاهر می‌شود، چیست؟ چگونه این نظام مبتنی بر افراد مستقل، نظمی اجتماعی می‌تواند پدید آورد؟ و این نظم از چه منطقی برخوردار است؟ چه شکل جدیدی از نابرابری و قدرت ویژگی‌های متمایز یک جامعه بازارند؟ و زندگی اقتصادی جدید

بازار تنها در حد هماهنگ سازی امور اقتصادی نیست بلکه فراتر از آن، با اصول گسترده‌تری در باب تنظیم اجتماعی و کنش اجتماعی مرتبط است. پژوهشگرانی که بحث‌های وسیع‌تری را درباره ماهیت «اجتماعی» زندگی اقتصادی مطرح کرده‌اند، تفسیرهای گسترده‌تری را نیز از بازار به منزله یک نهاد اجتماعی به دست داده‌اند. کتاب جامعه بازار، مروری نو و قابل درک از افکار متغیر بازار در تفکر اجتماعی مدرن دارد. این کتاب به جای این که بازارها را فقط مدل‌هایی اجتماعی تلقی کند، آن‌ها را بیشتر، مؤسساتی اجتماعی معرفی می‌کند و معتقد است که نظریات جدید در مورد بازار، بر اساس اندیشه‌های انتقادی انضباط اجتماعی، عمل اجتماعی و روابط اجتماعی است. با بررسی برخی از دیدگاه‌ها در زمینه بازار، از نظر رشته‌های علوم اجتماعی متفاوت، جامعه بازار به طور واضح و جامع، به ارزیابی دامنه پیچیده‌ای از عقاید می‌پردازد. با این روش، جدا از نقد خط فکری اقتصاد، «جامعه شناسی اقتصادی» را وسعت می‌بخشد و به طور گسترده‌ای با تئوری اجتماعی، سیاسی و فرهنگی در ارتباط است. کتاب جامعه بازار، شامل هفت فصل است که برای گروهی از دانشجویان و اساتید آنها، مقدمه‌ای بسیار عالی است که بدون هیچ‌گونه ساده‌انگاری، قابل فهم است. کتاب، به خوبی تألیف شده و به میزان قابل توجهی، این موضوع را تحت پوشش قرار می‌دهد. این کتاب استحقاق آن را دارد که جایی را برای خود، در بسیاری از دوره‌های کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترای در حال تدریس، در موضوعاتی از قبیل زندگی اقتصادی، مصرف و بخش‌های وسیع‌تر مانند اقتصاد سیاسی و انضباط اجتماعی، باز کند.

آن‌هاست؛ یعنی تصورات برابری طلبانه که با بازار جغرافیایی پیوند خورده است. به این معنا که همه طبقات مردم، به بازار جغرافیایی دسترسی دارند.

در این فصل با موضوعی تحت عنوان «از بازار جغرافیایی تا جامعه بازار» روبه‌رو می‌شویم که روند تاریخی - اجتماعی این گذار را از منظراندیشه اجتماعی مدرن تشریح می‌کند؛ اندیشه‌ای که این روند را در تقابل صریح سنت و مدرنیته، اجتماع و جامعه، مناسبات انتسابی و اکتسابی مورد بررسی قرار داده و گذار به جامعه بازار را گذاری انقلابی قلمداد می‌کند. به‌گونه‌ای که قرارداد میانجی تکالیف اجتماعی می‌شود (ص ۳۷). قراردادی که آزادی رسمی به همراه می‌آورد و پول، نقشی بسیار اساسی پیدا می‌کند به طوری که در ازای پول، نه تنها می‌توان هر چیزی را فروخت، بلکه پول را می‌توان به زبان عبارتهای صوری محاسبات ترجمه کرد. این اصول عموماً به منزله پوسیدگی ناگزیر نظم کهن، تفسیر شد که واکنش‌هایی را در نیمه نخست قرن هیجدهم به وجود آورد و جامعه بازار را تحت عنوان جنون جمعی معرفی کرد که این برداشت در قرن نوزدهم، وارد ادبیات رمان نیز شد. اندیشه اجتماعی مدرن، تمایز فاحش جامعه سنتی و جامعه بازار مدرن را در سه ویژگی تقسیم کار، کالایی شدن و پولی شدن و محاسبه کردن می‌داند. تقسیم کار، به دو تحول عمده تقسیم کار اجتماعی و فنی اشاره دارد و در سطح کلان آن نیز در گذار تاریخی، به استعمار سرزمین‌ها، تحت عنوان تقسیم کار جهانی می‌پردازد که در آن جنوبی‌ها با نیروی کار و مواد خام از سوی، و شمالی‌ها از سوی دیگر، تولید کننده مصنوعات آماده و دارندگان مؤسسات عالی و خدماتی را به هم ملحق می‌کردند. این تقسیم کار جهانی، حقیقت نظم اجتماعی جهان بر مبنای «قدرت» و «سلطه نهادی شده» است. از ویژگی‌های دیگر بازارهای مدرن، علاوه بر تخصصی شدن کارکردی فعالیت‌های تولیدی، کالایی شدن همه چیزهایی است که موضوع این فعالیت‌ها است که مارکس آن‌ها را مناسبات اجتماعی تولید می‌نامید و نیروی کار را به عنوان کالایی در نظر می‌گیرد که در بازار فروخته می‌شود. تنها در قرن هیجدهم بود که معنای امروزی واژه «کالا» یعنی «محصول قابل مبادله»، به آن اطلاق شد. تا قبل از آن، کالا به معنی «محصول قابل مصرف»، بود. پولی شدن هم با دو تحول حاد پیوند خورده است؛ یکی، غیر شخصی شدن و دیگری، افزایش حسابگری و کمی سازی. غیر شخصی بودن با مفهوم آزادی رسمی و محاسبات عقلی، با ظهور قیمت‌های کمی و کمی کردن امور پیوند خورده است.

این فصل با بررسی واکنش‌های فلسفه سیاسی، در قبال گسترش انواع بازارها ادامه پیدا می‌کند و به طیفی از متفکران مدرن، از هابز و لاک گرفته تا بنتام و میل، که در صدد تحلیل ریشه‌های نظم اجتماعی در جامعه بازار نوپا بودند، می‌پردازد.

تا چه حد بر زندگی فرهنگی و اجتماعی و سیاسی، سیطره پیدا کرده است؟». این کتاب بزرگ، مورد توجه دانشجویان دوره کارشناسی و دانشجویان دوره تحصیلات تکمیلی در رشته‌های جامعه‌شناسی، تئوری اقتصاد و تاریخ، علوم سیاسی، تئوری اجتماعی و سیاسی، مردم‌شناسی و مطالعات فرهنگی قرار خواهد گرفت.

کتاب، همان طور که رویکردهای اصلی در مورد بازار را در حیطه تئوری اقتصاد مدرن و جامعه‌شناسی ارزیابی می‌کند، به بررسی رویکردهای تاریخی تا ظهور جامعه مدرن بازار می‌پردازد. علاوه بر این، مباحث اصلی در جامعه‌شناسی اقتصاد و مردم‌شناسی، رابطه بین بازارها و دولت‌ها، و نظریه‌های انتقادی و فرهنگی در زمینه جنبه عقلانی بازار ذکر کرده و با بحثی در زمینه بازارها و فرهنگ در یک بافت مدرن امروزی به اتمام می‌رسد.

بازارها از نظر تفسیر «مدرنیته» بسیار مهم است، به طوری که جهان معاصر را می‌توان «جامعه‌ای کاملاً ریشه گرفته از ساز و کارهای اقتصادی خود - یعنی جامعه بازارگون - قلمداد کرد». طرح چنین نظریه‌هایی، گویای پیوند نظریه‌های اجتماعی مدرن با اقتصاد است؛ پیوندی که اساس کار این کتاب قرار گرفته است. این کتاب به بررسی شیوه‌های مختلف درک و فهم بازار در نظریه اجتماعی می‌پردازد و نظم اجتماعی را از منظر بازار مورد بررسی قرار داده و تلاش دارد بازار را به منزله پدیده‌ای وسیعاً اجتماعی - اقتصادی مورد بررسی قرار دهد.

در **فصل یک**، رویکردهای تاریخی به بازار عرضه می‌شود. رویکردی که مفهوم بازار را در گذر از نظم کهن در قالب بازارهای جغرافیایی به نوعی نظم نوین در قالب جامعه بازار، مورد بررسی قرار داده و ویژگی‌هایی چون تقسیم کار گسترده، کالایی شدن و محاسبات پولی را در مورد آن در نظر می‌گیرد. مؤلفان، این دو را در مقابل هم قرار می‌دهند؛ در حالی که بازار جغرافیایی، محدود و مشخص به مکان و زمان خاص است. در عوض با ظهور بازار مدرن، ایده بازار از مکان و آدم‌های مشخص، منفک شده و مفهومی انتزاعی‌تر، در ردیف «تقاضا»، «فرصت‌های خرید و فروش» و «داد و ستد یک کالای مشخص» پیدا می‌کند (۲۳).

کتاب در ادامه به تشریح بازارهای جغرافیایی می‌پردازد و برای آن شش ویژگی بر می‌شمرد. نخست این که بازارها به مثابه یک گردهمایی عمومی برای ارتباطات سیاسی و دینی هستند. دوم، به عنوان نماد و مظهر وفور، در قالب رشته وسیع از احساسات و تخیلات هماهنگ، قلمداد می‌شوند. سوم، این بازارها طی مناسبات پیچیده‌ای با حکومت‌های محلی شهری پدیدار می‌شوند. چهارم، ویژگی آستانه‌ای بودن آنها است؛ جایی که هنجارها و ضوابط محلی کنار گذاشته می‌شود. ویژگی پنجم این است که بازارهای محلی، پرمخاطره و بسیار تحت کنترل هستند و آخرین ویژگی این بازارها، عمومی بودن

در فصل دوم، ظهور به علم اقتصاد به مثابه الگویی از اندیشه اجتماعی نگریده می‌شود و با تمرکز بر بازار به عنوان الگوی صورتی‌تری از نظم اقتصادی، به بررسی دیدگاه‌های اصلی در نظریه اقتصادی می‌پردازد و به دنبال پیدا کردن نقاط تلاقی و وجه اشتراکات بین علوم اجتماعی و اقتصاد است که با در نظر گرفتن علم اقتصاد به عنوان نوعی از اندیشه اجتماعی، رهیافت‌های اقتصادی را صرفاً به بازار محدود نمی‌کند. بلکه به این مسأله می‌پردازد که دیدگاه‌های اساسی درباره بازار، چه تفسیری از نظم اجتماعی و عاملیت به دست می‌دهند. این مباحث با اقتصاد سیاسی کلاسیک «آدام اسمیتی» آغاز می‌شود و افکار اندیشمندانی چون والر اس و هایک هم مورد بررسی قرار می‌گیرد و پاسخ آن‌ها به مسائل اجتماعی مطرح می‌شود. علم اقتصاد مدرن با کشف بازار در کتاب آدام اسمیت شروع شده است. اسمیت، کار خود را با اصل قرار دادن تولید به عنوان منشاء تمام ثروت‌ها آغاز می‌کند و بر قابلیت تولید که در نتیجه تقسیم کار بوجود می‌آید، تأکید می‌کند. تقسیم کار پیشرفته به ظهور یک نظام وابستگی متقابل اقتصادی در هم تنیده می‌انجامد (۷۶) و فعالیت اقتصادی خصوصی افراد، به خیر عمومی و به نظم اقتصادی منجر می‌شود که نوعی همسازي منفع بین رسته‌ها و طبقات اجتماعی مختلف را با خود به همراه دارد. آدام اسمیت بر این باور بود که جامعه بازار با منفعت اجتماعی که به همراه می‌آورد، می‌تواند باعث تشنج‌زدایی بین طبقات شود.

در این کتاب همچنین، به مقایسه نظرات منتقدین قرن هجدهم، که معتقد به ستیزهای اجتناب‌ناپذیر بین طبقات در نتیجه بازار بودند، پرداخته شده است. اقتصاددانان مارژینالیست؛ مبحث دیگری است که به آرای نظریه پردازانی چون ریکاردو سینیور، بنتام و میشل می‌پردازد. از دیدگاه مارژینالیست‌ها، بازار به عنوان سازوکار اصلی تخصیص اقتصادی است. مسائل مربوط به نظم بازار و کنش بازاری، به عنوان مسائل فنی مورد توجه آنان قرار می‌گیرد. با اینکه اقتصاد کلاسیک، اقتصادی سیاسی بود، اما در اقتصاد مارژینالیستی، کمتر به ابعاد اخلاقی و سیاسی اقتصاد توجه می‌شود. مارژینالیسم، نگرش شدیداً صورتی به بازار را مطرح کرد که مطابق آن بازار هم نوعی دستگاه نظم بود و هم جایگاه عاملیت (ص ۹۱). مکتب اتریشی، نگرشی است که در فصل دوم کتاب، به آن پرداخته شده است. رویکردی که فرایندهای بازار را به خاطر رقابت پویا و مشروطش، غیر قابل پیش‌بینی فرض می‌کند و برخلاف دیدگاه نئوکلاسیک، بازار را دارای تمایل صورتی به سوی تعادل نمی‌داند. به‌عنوان مثال، هایک، یکی از نمایندگان این مکتب، مدعی است که علم اقتصاد نباید توجه خود را به مدل‌های ایستا معطوف کند، بلکه باید به «تبیین فرایندهای اقتصادی در جریان زمان» بپردازد. در ادامه، کتاب به نابسامانی بازار در نتیجه رقابت ناقص، اطلاعات ناکافی و عوارض جانبی را به بحث می‌گذارد. رگه‌های جامعه شناختی کتاب با نقد عاملیت اقتصادی و

کنش اجتماعی پررنگ‌تر شده و جدا از منافع مادی به ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی مربوط می‌شود؛ عشق، ایمان، وظیفه، عزت و همبستگی هم می‌توانند در حد خود به عنوان نوعی فایده دنبال شوند و بدین شکل دریافت فایده‌مندی در چهارچوب‌های معنایی وسیع‌تر و در بستر نظم اجتماعی گسترده‌تر شکل گرفته و سامان یابند. (ص ۱۹۰۴)

در نتیجه‌گیری آخر این فصل مولفان در صدد برجسته کردن و پیدا نمودن مشترکات بین اخلاق و علم اقتصاد هستند. آنجاییکه می‌گویند مباحث اقتصادی همانقدر که روش شناسانه‌اند، اخلاقی هم هستند (ص ۱۰۷). این سوال که «آدم‌ها چگونه هستند؟» و «چگونه باید باشند»، عنصر جدایی‌ناپذیر تحلیل اقتصادی است که برداشت هیولوار از نظرات آدام اسمیت در قالب «انسان اقتصادی» و رفتار مطلقاً عقلانی، و انواع کج فهمی از این نظرات را یک نتیجه‌گیری فاسد می‌دانند و با این چالش‌های مفهومی کتاب به سمت تحلیل‌های جامعه‌شناسی در فصل بعد سوق داده می‌شود.

در فصل سوم، کتاب به بررسی عقلانیت جامعه بازار و ماهیت افرادی می‌پردازد که این بازارها را پر می‌کنند. این بررسی‌ها در چارچوب نظریه جامعه‌شناسی کلاسیک، ارائه شده و آراء متفکرانی چون مارکس، وبر، زیمل، دورکیم و پارسونز نیز مطرح می‌شود. کتاب، نقطه شروع تحلیل مارکس از بازار را با مقایسه نظریه‌پردازان اقتصاد سیاسی لیبرال، آغاز می‌کند در حالیکه نظریه‌پردازان این نوع اقتصاد، بازار را کانون مدل هماهنگی اجتماعی، نشانه آزادی، اختیار و توانمندی در نظر می‌گرفتند، مارکس بازار را به گونه‌ای قاعده‌مند، بحران‌خیز، افسونگر، مبتنی بر استثمار و معرف از بین رفتن کامل هر نوع - فردیت بویژه کارگران- از قدرت اقتصادی می‌دانست. همچنین آزادی و برابری رسمی را مختص بورژوازی قلمداد می‌کرد نه طبقه‌ای که از قدرت اقتصادی محرومند.

در حالی که مارکس بازار را به خاطر تناقضاتی که در نیروها و مناسبات تولیدی می‌دید. به نوعی عدم عقلانیت قلمداد می‌کرد، از نظر وبر، بازار تبلور عقلانیت ابزاری و استیلاي گونه‌ای محدود از عقلانیت بر سایر گونه‌های عقلانیت در جهان مدرن است. وبر مبادلات بازار را به مثابه عقلانیت فراگیر مدرن، غیر شخصی و عاری از احساسات می‌داند که کنش‌گران در آن واکنشی معطوف به هدف دارند. وبر برخلاف مارکس معتقد است: جامعه سرمایه‌داری با اعمال قدرت اداری و اقتصادی، به نحو مؤثری کار می‌کند و عقلانیت هدف، از ویژگی‌های مبادلات بازار است. کتاب در ادامه به مباحثی از زیمل که وبر نیز مطرح کرده بود، مانند ذره‌ای شدن، عقلایی شدن و پولی شدن اشاره کرده است. در این قسمت بیان شده: زیمل توجه خاصی به پول به عنوان یک استحال‌گر اجتماعی و نیروی میانجی‌گرانه دارد. زیمل؛ فرایند مبادله را نوعی کنش متقابل متفاوت و خاص

در نظر گرفته و آنرا «تراژدی فرهنگ» می‌نامد، غیرشخصی بودن مبادلات که حاصل پولی شدن است نیز، از جمله آراء زیمل است. این غیر شخصی شدن حاصل محاسبات پولی است؛ جریانی که با خود استیلای فرهنگ عینی بر فرهنگ ذهنی را به همراه خواهد داشت، به گونه‌ای که عقلانیت صوری به هدف تبدیل خواهد شد و این همان بحران معناست.

دورکیم، از دیگر نظریه‌پردازانی است که در این کتاب، مطرح شده است. او در سیاست، پیرو لیبرالیسم بود ولی از نظر فکری موضع محافظه کارانه‌ای را اتخاذ کرده بود (ریترز: ۲۱، ۱۳۷۹). دورکیم، نظریه لیبرال- فایده باور را صریحاً مورد حمله قرار داده و منفعت شخصی فایده‌گرایانه را نوعی آسیب اجتماعی می‌داند. او با جهان‌بینی جمع‌باورانه‌اش، بر این اعتقاد بود که بازار نمی‌تواند نظم اجتماعی پدید آورد، بلکه خود نیازمند نظم است (ص ۱۴۳). دورکیم پایه‌های این نظم را در پیوندهای اخلاقی می‌بیند که در فقدان همبستگی ناشی از نبود اخلاق، جامعه بازار مدرن به فروپاشی فرد و نظم اجتماعی یعنی به مفهوم بی‌هنجاری خواهد انجامید. حسن ختام این فصل درباره عقلانیت و همبستگی در جامعه بازار در آثار تالکوت پارسونز است که در قالب جامعه‌شناسی اقتصادی، مطرح می‌شود. پارسونز؛ دیدگاهی سیستمی دارد که در آن مجموعه، کارکردی از نهادهاست. هر خرده نظامی نیز، کارکردی دارد و هیچ صورت بندی اجتماعی نمی‌تواند به صورت خالص، اقتصادی باشد. کارکرد اقتصاد را انطباق می‌داند و مبادلات بازار را در چهارچوب نظم اجتماعی جای می‌دهد. او خاطر نشان می‌کند که نهاد بازار لازم است با اموری چون حفظ الگو (فرهنگ)، نیل به هدف (دستورالعمل‌ها و مقدرات سیاسی) و انسجام (برقراری چهارچوب‌های هنجار ثابت) نیز سروکار داشته باشد (ص ۱۵۰).

شخصیت‌هایی چون دورکیم و پارسونز در مجموع بازار را سبب بوجود آمدن بی‌هنجاری فردی و عدم انسجام اجتماعی می‌دانند. در ادامه، نتیجه‌گیری و جمع‌بندی نظریه‌های کلاسیک مطرح شده و خاطر نشان می‌شود که جامعه‌شناسی کلاسیک با خردباوری اقتصادی مخالف است، ولی در عین حال از خردباوری اخلاقی یا خردباوری به مفهوم اجتماعی آن حمایت می‌کند.

**فصل چهارم** سعی دارد با در پی کشیدن بحث‌های مطرح در انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی اقتصادی، بازار را در بستر و بافت گسترده‌تری از کنش متقابل اجتماعی مورد بررسی قرار دهد. نظر پولانی در خصوص ریشه‌دار بودن بازار، مورد نقد قرار می‌گیرد و نگرشی مطرح می‌شود که ترتیبات اقتصادی را می‌توان در بستر و زمینه‌های تاریخی و فرهنگی آن مستقر کرد.

پولانی، سه شیوه مختلف تخصیص، معاوضه مبتنی بر روابط متقارن میان کنشگران، بازتوزیع متکی بر ساختارهای سیاسی و اقتصادی

متمرکز و مبادلات بازار متکی بر علم اقتصاد صوری را مشخص می‌کند. تفسیر دوگانه پولانی از بازار یادآور تمایز بین بازار جغرافیایی و بازار به عنوان وجهی انتزاعی است که تمایز قابل شدن بین بازار و نابازار به جای اینکه برحسب روانشناسی‌هایی که «عقلانی» را از «پیش‌عقلانی» متمایز می‌کند، بر مبنای تفاوت‌های فرهنگی تبیین می‌کند. مباحث این فصل با نظریه‌های انسان شناختی مبادله پیوند می‌خورد و موضوع مناسبات حاصل از مبادلات عمومی و پشتیبانی این نوع مبادلات از مبادلات اقتصادی که بر مبنای حسابگری‌های جدی انجام می‌گیرند، مطرح می‌شوند و از نظرات موس درباره هدیه و لوی استراوس و سالیئر در مورد مفهوم گسترده مبادله عمومی برای تبیین پایه‌های همبستگی اجتماعی بهره می‌گیرد. تحقیقات انسان‌شناسان جدید در مورد هدیه دادن، عقلانیت حسابگرانه‌ای را که ممکن است در این کار وجود داشته باشد، مورد بررسی قرار داده است. در ادامه کتاب موضوعاتی را تحت عنوان ریشه‌داری و اقتصاد بازار پیشرفته مطرح می‌کند که در قالب مفاهیم سرمایه اجتماعی می‌گنجد. مفاهیمی چون «مناسبات اجتماعی تعمیم یافته»، «اعتماد اقتصادی و آثار به هم پیوستگی» و رابطه‌های اجتماعی خارج از مبادلات ابزاری بازار که پیامدهای اقتصادی به بار می‌آورند را در نظرات فوکویاما جستجو می‌کند. در ادامه کتاب به فرایند تاسیس اقتصاد بازار توجه دارد و تأسیس بازار را از طریق مناسبات قدرت اجتماعی و نیز از طریق قواعد و رویه‌های غیررسمی مطرح شده است. رابطه بین بازار و ساخت اجتماعی، در علم حقوق و سیاست موضوعاتی می‌باشند که در ادامه فصل بدان موضوعات پرداخته شده است. حسن ختام این فصل هم در ارتباط با تلاش‌های نوآورانه میشل کالون در خصوص تأسیس بازار بر اساس استراتژی‌های هدفمند از طریق مجموعه‌ای از عوامل، از جمله اقتصاددانان، حقوقدانان و متخصصان بازارشناسی است که در ارتباط با موضوعاتی چون جنسیت، سن، قدرت و جایگاه مناسبات نابرابر و قدرت‌های رقیب در قالب نظریات فمینیستی در مناسبات اقتصادی-اجتماعی مطرح شده است.

**فصل پنجم** چالش‌های نظم سیاسی را در قالب رابطه بین دولت و بازار مورد بررسی قرار می‌دهد و قطب‌های مخالف اقتصاد سیاسی لیبرال و نتولیبرالیسم و دیدگاه‌های اقتصاد رفاهی مطرح شده‌اند. در ابتدای فصل با لیبرالیسم کلاسیک به بحث کشیده می‌شود و نظریه دولت حداقلی از دیدگاه اسمیت و ریکاردو و همچنین اندیشه‌های لیبرالی و دوگانه قرن نوزدهم به بحث گذاشته شده است. از دیدگاه رهیافت‌های کلاسیک و نئوکلاسیک، بازار نظامی محصور و خودتنظیم کننده است که ذاتاً میل به سوی تعادل دارد و می‌تواند بدون دخالت دولت بحران‌های پیش آمده ناشی از شوک‌های اقتصادی را برطرف کند. اما رکودهای اقتصادی، نظریه کینز را شکل داد. کینز به اقدامات دولت جهت تضمین اشتغال کامل تأکید می‌کرد. در دهه ۱۹۷۰ علم

اقتصاد کینزی توسط فریدمن از مکتب شیکاگو به چالش کشیده شد و دخالت‌های حکومت را باعث آسیب پذیر شدن بازار می‌دانست. در ادامه این فصل کتاب، به دیدگاه نوکینزی‌ها اشاره دارد و در مباحثی که استیگلیتز مطرح می‌کند و همچنین نظرات رومر در خصوص تعیین نقش دولت در توسعه سرمایه انسانی از طریق برنامه‌های تعلیم و تربیت مطرح می‌کند که در معنا دست برداشتن از تاکید بر مداخله دولت در عملکرد بازار بود. نظریه‌های مارکسیستی دولت سرمایه‌داری، مبحث دیگر این فصل است. هدف این دیدگاه، تبیین صورت‌های سیاسی برحسب شالوده‌های اقتصادی سازمان اجتماعی است (ص ۲۱۲). نظریات مارکس به عنوان مشهورترین نظریه پرداز در این زمینه مورد بررسی قرار گرفته است. و مسئله نسبت دولت سرمایه‌داری با اقتصاد از زوایای مختلف مورد توجه قرار گرفته است و نقش دولت در بازتولید اجتماعی و پیچیدگی‌های آن مطرح شده است. و در این گذر از نظرات لنین، آلتوسر و پولانزاس و همچنین میلبارند درباره دولت سرمایه‌داری، استفاده شده است.

سرمایه‌داری هدایت شده، رفاه و جمع‌گرایی مباحثی هستند که در قطب مخالف لیبرالیسم سیاسی در این فصل مورد بررسی قرار گرفته است. دولت‌های رفاه از نیمه دوم قرن بیستم در پی نقصانی که در خودتنظیم‌گری بازارها بوجود آمد، پدیدار شد و از دیدگاه این نوع دولت‌ها مردم از ابتدا به عنوان شهروند مورد توجه قرار می‌گیرند و مسائلشان صرفاً اقتصادی نیست بلکه به مسئله عدالت اجتماعی و ماهیت یک جامعه مطلوب نیز راجع است.

مکتب تنظیم‌گری فرانسه، مکتبی است که در ادامه این فصل مطرح می‌شود. این رهیافت در واکنش به حرکات نوسانی علم اقتصاد نئوکلاسیک پدیدار شد و ترکیبی از عوامل اقتصادی، سیاسی و اجتماعی می‌باشد. آکلینا، یکی از نظریه‌پردازان این مکتب به مسئله فوردریسم و پسافوردریسم پرداخته است.

دوران پساکمونئیستی در قالب اقتصادهای نوین بازار، عنوان دیگری است که در این فصل مطرح شده است. در اینجا روند اقتصاد کمونیستی سبک شوروی و این که چگونه پروژه روسی که با سرکوب جنبش‌ها به شکست قطعی انجامید، شرح داده شده است.

حکمرانی و حکومت‌گری، دو اصطلاح هستند که در ادامه این فصل، تحت عنوان «فراسوی دولت و بازار» به آنها پرداخته شده است. کتاب، این دو را از همدیگر متمایز کرده است و «حکومت» را یک جزء صوری از فرایند عام تر «حکمرانی» معرفی کرده است و تأملات میشل فوکو را درباره حکومت‌گری به کار گرفته است. آنجا که می‌گوید: «حکومت به اعمالی اطلاق می‌شود که به دنبال تنظیم کردار فردی و جمعی از طریق نهادها، گفتمان‌ها، قواعد، هنجارها و اعمال مختلف به وجود می‌آید (ص ۲۴۰) حکمرانی، محدود به اقدامات یک قدرت رسمی در سطح ملی نیست بلکه به عنوان شیوه‌های "خصوصی"

تنظیم زندگی اجتماعی و اقتصادی مطرح می‌باشند». کتاب در فصل ششم به سراغ نظریه‌های فرهنگی و انتقادی می‌رود تا رابطه بین اقتصاد و فرهنگ را مورد بررسی قرار دهد. در این فصل، یک رابطه تعارضی بین تجارت و فرهنگ مطرح شده است. فرهنگ در اینجا به منزله سپهری تعریف شده است که ارزش‌هایی را که در جامعه بازار از دست رفته‌اند، محفوظ نگاه می‌دارد؛ نه آن فرهنگ کاذب که تبلیغات تجاری و هیجانانگیز رسانه‌ای مبتذل، در خدمت ارضای کم‌ترین وجوه انسانی مطرح می‌کنند. کتاب مفهوم فرهنگ را برای دفاع در مقابل هجوم فرآیند تجاری شدن و یا نوعی جدال با آثار و پیامدهایی می‌داند که به علت فرآیند کالایی شدن، در قالب فرهنگ مصرف به نحو فزاینده، بر جریان ساخته شدن معنا در زندگی روزمره سیطره یافته‌اند، در حقیقت، فرهنگ قبل از جامعه بازار، ارزش‌های اصیل برای مردم شایسته‌ای بود که می‌توانستند رفتار شایسته‌ای داشته باشند و این مسأله از زندگی عملی آنها مایه می‌گرفت و حال، فرهنگ تحت استیلای حسابگری ابزاری، منافع شخصی فردی و تولید صنعتی قرار گرفته است. (ص ۲۵۱). بازار در این انحطاط اخلاقی، نقش میانجی را بازی کرده است. در جریان بازاری شدن و ظهور نوکیسه‌گان و پیدایش فرهنگ مصرف بود که صلاهی مرگ، سلسله مراتب منزلت‌های سنتی در داده شد. در ادامه، به نظریات بوردیو در این زمینه اشاره می‌شود که بین فرهنگ محدود در قالب هنرهای فاخر قدسی، بسته و تولیدات فرهنگی گسترده بازار، تمایز قائل می‌شود و فعالیت هنری را بین دو نقطه انتهایی، طیف بندی می‌کند. و معتقد است که وجود بازار در اندیشه و تجربه اجتماعی مدرن، دیالکتیک فرهنگی بسیار نیرومندی ایجاد کرده است (ص ۲۵۹). کتاب در ادامه به نظریات مارکسیستی و انتقادی در خصوص فرهنگ و جامعه بازار می‌پردازد و با مطرح کردن اصطلاحاتی چون: شیء وارگی، عینیت یابی، بت انگاری و صنعت فرهنگی، قصد دارد که جریان فرهنگی را در گذر جامعه بازار مورد بررسی قرار دهد. از دیدگاه مارکسیستی، قدرت بازار از طریق مالکیت ابزار تولید و توزیع فرهنگی، به قدرت فرهنگی تبدیل می‌شود و در این سنت، بحران‌های فرهنگی عمدتاً در ارتباط با بیگانگی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این میان، مبادلات بازار کار (ذهنی) انسان عینی شده را به نحو اجتماعی در یک جا جمع می‌کند، اما به بهای برکندن و تهی کردن آن از تمام محتوای جوهری‌اش تمام می‌شود (ص ۲۶۴). نظریات آدورنو، نظریه پرداز مکتب انتقادی فرانکفورت در خصوص صنعت فرهنگی، در ادامه مطرح شده است. آدورنو، بازار را مصداقی خاص از فرایند سلطه می‌داند و وظیفه نظریه‌پرداز انتقادی را، تشریح و تحلیل عنصر آرمانی موجود در مناسبات بازار (آزادی) و رو به رو کردن آن با «آن چه هست»، می‌داند.

آدورنو در ادامه، به فرهنگ خرد شده در زیر چرخ‌های بازار اشاره

می‌کند که به جای استقلالش از جامعه، در یکدیگر ادغام و با هم یکی شده‌اند و دیگر نقش انتقادی ندارد بلکه تا حد تبلیغات، حراج، فراغت و تفریح، تحلیل رفته است (ص ۲۶۹).

کتاب در ادامه، نظریات آدرنو درباره هنر فاخر و هنر مستقل و رابطه آن با بازار را مورد بررسی قرار می‌دهد. فرهنگ جوانان و خرده فرهنگ‌های خیابانی، موضوعاتی هستند که تحت عنوان بازار، فرهنگ و عاملیت مطرح شده است و در خاتمه این فصل اشاره کوتاهی نیز به استراتژی فرهنگی مدرنیسم و پست مدرنیسم در حوزه بازار و توجهی که هر دو جریان به قابلیت فرهنگ در شکل کالایی آن دارند، کرده است.

۱- اما این نگاه خاص به دیالکتیک استقلال و وابستگی بین بازار و فرهنگ، ما را به فصل پایانی کتاب با عنوان «چرخش فرهنگی» می‌رساند. بر خلاف دیدگاهی که کتاب در فصل‌های گذشته‌اش مطرح کرده است و به دنبال نشان دادن تأثیر نیروهای بازار بر فرهنگ می‌باشد، در این فصل با مطرح کردن «چرخش فرهنگی»، نوعی متفاوت از رابطه بین بازار و فرهنگ را مطرح می‌کند که مطابق آن، بازار اقتصادی به لحاظ ماهیت و عملکرد، خود امری فرهنگی قلمداد می‌شود و نقش نهادهای فرهنگی در سازماندهی و کنترل امور اقتصادی که اخیراً مطرح شده است را توضیح می‌دهد. نظریه‌های انتقادی معتقد بودند که فرهنگ تحت استیلای بازار اقتصادی قرار گرفته است؛ لیکن نظریه‌های دوران معاصر، خلاف این عقیده را دارند و معتقدند خود بازار نیز به لحاظ ماهیت و عملکرد، امری فرهنگی است. به عبارتی، خود اقتصاد، عمدتاً به واسطه فرآیندهای اطلاعاتی و نمادین شکل می‌گیرند. سپس کتاب نظریه فیلیپ کرانگ (۱۹۹۷) را درباره چرخش فرهنگی توضیح می‌دهد و سعی دارد به علم اقتصاد به عنوان یک برساخته فرهنگی، بپردازد فیلیپ کرانگ، اقتصاد را ریشه دوانیده و تنیده شده در فرهنگ می‌داند و رابطه بین اقتصاد و فرهنگ را به صورت متمایز در تقابل با یکدیگر قرار داده و تأثیر یکی را بر دیگری مورد سنجش قرار می‌دهد. او موجودیت‌های اقتصادی را گونه‌ای فراینده، مشتمل بر تولید، توزیع و مصرف مواد و مصالحی می‌داند که مواد و مصالح فرهنگی هستند. مضامینی چون «گذر از فوردریسم به پسافوردریسم» و «رشد مادیت زدایی» را حاکی از نوعی انقلاب در اندیشه اجتماعی - اقتصادی می‌داند. آخرین عنوان این فصل، «علم اقتصاد به منزله فرهنگ» می‌باشد. مؤلفان بر این عقیده‌اند که اقتصاد به علت غلبه ارزش‌های نشانه‌ای، به گونه‌ای فراینده، فرهنگی قلمداد می‌شود و عامل اساسی در این مورد، نقش رسانه‌ها است

تنش و تعارض بین نظریه‌های جامعه بازار و تحلیل بازار را در بیشتر قسمت‌های این کتاب می‌توان ملاحظه کرد (۳۲۶). استفاده از تعبیر جامعه بازار برای درک بهتر چگونگی شکل‌گیری اندیشه

اجتماعی مدرن، بسیار مفید است اما این اصطلاح در تلاش برای درک و ارزیابی نقش بازار در زندگی اجتماعی مدرن، نهایتاً نارسا از کار در می‌آید\*.

در مجموع بحث‌های این کتاب این مطلب را آشکار می‌کنند که نه تنها اندیشه مدرن اجتماعی به طور خاص دل‌مشغول بازار بوده است، بلکه فقرات اصلی ساختمان فکری رشته‌های علوم اجتماعی مدرن، نیز بدان پرداخته است. یعنی عناصری مثل فرد، جامعه و عقلانیت را نمی‌توان مستقل از مواجهه مدرنیته با بازار، درک و فهم کرد و از طرفی تقابل بین تفسیر فنی مبادله با تفسیر اجتماعی متناسب با آن‌را، نادرست می‌داند؛ زیرا نظریه اقتصادی به معنای وسیع آن، نوعی نظریه اجتماعی نیز هست و این تنش و تعارض بین نظریه‌های جامعه بازار و تحلیل بازار را در بیشتر قسمت‌های این کتاب می‌توان ملاحظه کرد ولی با این اوصاف تصورات اصلی در خصوص نظم اجتماعی که اندیشه اجتماعی مدرن را به خود مشغول کرده نیز از تجربه بازار یا مخالفت با آن پدید آمده است و کتاب، مفهوم جامعه بازار، را برای نظم بخشیدن به اندیشه اجتماعی مدرن سرنوشت ساز قلمداد کرده است.

#### جمع‌بندی و نتیجه‌گیری:

بحث‌های این کتاب این مطلب را آشکار می‌کند که نه تنها اندیشه مدرن اجتماعی به طور خاص دل‌مشغول بازار بوده است، بلکه فقرات اصلی ساختمان فکری رشته‌های علوم اجتماعی مدرن نیز، به آن پرداخته است. یعنی عناصری مثل فرد، جامعه و عقلانیت را نمی‌توان مستقل از مواجهه مدرنیته با بازار، درک و فهم کرد. از طرفی تقابل بین تفسیر فنی مبادله با تفسیر اجتماعی متناسب با آن‌را، نادرست می‌داند، چرا که نظریه اقتصادی به معنای وسیع آن، نوعی نظریه اجتماعی نیز هست و این تنش و تعارض بین نظریه‌های جامعه بازار و تحلیل بازار را در بیشتر قسمت‌های این کتاب می‌توان ملاحظه کرد. به هر حال، تصورات اصلی در خصوص نظم اجتماعی (که اندیشه اجتماعی مدرن را به خود مشغول کرده است) نیز از تجربه بازار یا مخالفت با آن پدید آمده است. کتاب، مفهوم جامعه بازار را برای نظم بخشیدن به اندیشه اجتماعی مدرن، سرنوشت ساز قلمداد کرده است.

\* ریتزر، جورج، نظریه‌های جامعه شناسی در دوران معاصر، انتشارات علمی، تهران ۱۳۷۷