

اخلاق اقتصادی یزدی‌ها: سازگاری فعالانه^۱

ابوالفضل مرشدی،^۲ منوچهر علی‌نژاد^۳

(تاریخ دریافت ۹۸/۰۷/۱۵، تاریخ پذیرش ۹۸/۱۲/۱۵)

چکیده

در این مقاله به دنبال آن هستیم که الگوی اخلاق اقتصادی یزدی‌ها را معرفی کنیم و با نگاهی تاریخی، محیطی نهادی را ترسیم کنیم که هم‌زمان هم تجلی و هم نگه‌دارنده این الگوی اخلاقی در یزد بوده است. مبانی نظری و روش‌شناختی مقاله مبتنی است بر آرای ماکس وبر، جامعه‌شناس شهیر آلمانی، و داده‌های تحقیق از طریق مطالعات اسنادی، تحلیل محتوای کیفی اسناد (سفرنامه جهانگردان درباره یزد، زندگی‌نامه و خاطرات افراد سرشناس یزدی و غیریزدی درباره یزد) و مصاحبه اکتشافی با مطلعان و افراد خبره مرتبط با موضوع فراهم شد. بنابر یافته‌های تحقیق، می‌توان «خودساختگی» را مؤلفه اصلی اخلاق اقتصادی عامه مردم یزد، و «قدرت فکری ترکیب‌گری» را مؤلفه اصلی اخلاق اقتصادی تجار و صنعتگران یزدی دانست. معماری هم‌زیستانه، سنت قوی وقف و خیریه، اقتصاد تجاری و صنعتی بازفراورانه و مهاجرپذیری و مهاجرفرستی یزد، با اخلاق اقتصادی یزدی‌ها رابطه‌ای دوسویه داشته است؛ یعنی از سویی به‌مثابه محیطی نهادی عمل کرده که این اخلاق در آن نضج و پرورش یافته و از سوی دیگر، خود آن تجلی و نمود این اخلاق اقتصادی است. در مجموع، می‌توان مؤلفه اصلی اخلاق اقتصادی یزدی‌ها را «سازگاری فعالانه» آنان دانست که دارای سه بعد است: «سازگاری با نظام هستی» که در خداواری و دین‌داری یزدی‌ها ظهور یافته است، «سازگاری با محیط طبیعی و اقلیم»

^۱ این مقاله برگرفته از پژوهشی است با عنوان «بازشناسی اخلاق اقتصادی یزدی‌ها» که با حمایت سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان یزد در سال ۱۳۹۶ انجام شده است.

^۲ عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه یزد (نویسنده مسئول) (a.morshedi@yazd.ac.ir)

^۳ عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه یزد (m.alinejad@yazd.ac.ir)

که در سازه‌های طبیعی و معماری پایدار شهر متجلی شده است و «سازگاری با محیط اجتماعی» که در پذیرش اقلیت‌های دینی زرتشتی و یهودی و نیز حمله‌نکردن به شهرهای هم‌جوار در طول تاریخ نمود یافته است. نکته کلیدی آن است که این سازگاری منفعلانه نبوده، بلکه فعالانه و مبتکرانه بوده است؛ یعنی با کار و کوشش فراوان و تلاش برای آبادانی جهان و بهره‌گیری مناسب از آن همراه بوده است.

واژگان کلیدی: یزد، عامه مردم، تجار و صنعتگران، اخلاق اقتصادی، سازگاری فعالانه، خودساختگی، فکر ترکیب‌کننده.

مقدمه و بیان مسئله

در زمینه فرهنگ، می‌توان از تنوع «حوزه‌های فرهنگی» در مناطق جغرافیایی مختلف جهان سخن گفت (کروبر، ۱۹۳۱ و ۱۹۳۹؛ وایسلر ۱۹۷۵؛ بیتس و پلاگ، ۱۳۹۰). مردم هر منطقه، بسته به ویژگی‌های اقلیمی و تاریخی آن منطقه، خصلت‌ها و خلقیات فرهنگی برجسته‌ای دارند که ممکن است به مزیتی نسبی برای آن‌ها تبدیل شود. در ایران که کشوری با اقلیم‌ها و فرهنگ‌های مختلف است، بدیهی است که می‌توان از چند حوزه جغرافیایی-فرهنگی سخن گفت. قطعاً یکی از این حوزه‌های جغرافیایی-فرهنگی مهم، حوزه فلات مرکزی ایران است که استان یزد در آن شاخص و برجسته است. به نظر می‌رسد ویژگی‌های جغرافیایی و تاریخی یزد سبب شده برخی از خصلت‌ها و خلقیات در میان مردم این خطه کشور برجسته شود. در این میان، معمولاً می‌توان خصلت‌هایی مانند سخت‌کوشی و معتمد و مقتصدبودن را (متناسب با سه تعبیر «قنات و قنوت و قناعت» که یزدی‌ها به آن مشهورند) به‌منزله مزیت‌های نسبی فرهنگی آن‌ها نام برد که شایسته است به‌منظور کمک به حفظ و بازآفرینی آن در عصر جدید، بازشناسی و واکاوی شوند. این همان هدفی است که در این مقاله دنبال می‌کنیم. بنابراین، می‌توان هدف مقاله را این‌گونه بیان کرد: ۱. ترسیم سنخ آرمانی اخلاق اقتصادی یزدی‌ها و تشریح مؤلفه‌های آن؛ ۲. ترسیم محیطی نهادی که از سویی تجلی این اخلاق اقتصادی است و از سوی دیگر، پرورنده و نگه‌دارنده آن.

مطالعات پیشین

در دهه‌های اخیر، هم‌زمان با افزایش خودآگاهی تاریخی ایرانیان، بررسی خلق‌وخوی ایرانیان در کانون توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است و تاکنون برای ارائه تصویری جامع از خلقیات ایرانیان، تلاش‌های درخور توجهی صورت گرفته است (جمال‌زاده، ۱۳۴۵؛ نراقی، ۱۳۸۰؛ ثلاثی، ۱۳۷۹؛ قاضی‌مرادی، ۱۳۸۷؛ جوادی‌یگانه، ۱۳۹۴؛ رجایی، ۱۳۹۶؛ فراستخواه،

۱۳۹۶). شاید بتوان مطالعه بازرگان (۱۳۴۳) را یکی از اولین و مؤثرترین مطالعات در زمینه خلق‌وخوی اقتصادی ایرانیان دانست. او شیوه معیشت و کسب روزی را مهم‌ترین عامل شکل دهنده خصلت و روحیه ملت می‌داند و کشاورزی را که شغل اصلی ایرانیان در طول تاریخ بوده، عامل نهادینه‌شدن خصلت‌هایی همچون بردباری، شلختگی، تسلیم، زمین‌گیری، صوفی‌مسلمی و تفرقه اجتماعی در میان ایرانیان می‌شناسد. همچنین، با اشاره به موقعیت سوق‌الجیشی ایران و قرارگرفتن آن در مسیر تجارت و تهاجم دیگران، «سازگاری» را به معنای برخورد منفعلانه و از سر استیصال، مهم‌ترین خصلت ایرانیان ارزیابی می‌کند. او مردم ایران را به «مردم شهرهای زواری و توریستی یا شاگردقه‌چی‌های سرراهی» تشبیه می‌کند که «پی‌جویی سلیقه و خواسته مسافران و مشتری‌های رنگارنگ، به زبان و ظواهر آنان درآمدن و نان را به نرخ روز و مذاق مشتری خوردن»، آنان را به «بی‌شخصیتی» و «سازگاری با هر شخص و موقعیت» سوق داده است (زند، ۱۳۹۸).

یکی از آثار متأخر هم‌راستا با دیدگاه بازرگان، اثر توحیدلو (۱۳۹۴) است که کوشیده است با الهام از ماکس وبر، اخلاق اقتصادی ایرانیان را در دوره مشروطه ترسیم کند. او شاکله اصلی و مرکزی اخلاق اقتصادی ایرانیان را دریافتشان از عدالت به مثابه «حفظ توازن» می‌داند. به باور توحیدلو، ایستاگرایی و نظم‌خواهی یا تفکر «هر چیزی در جای خودش بودن» از پیامدهای چنین دریافتی از عدالت است که به ظهور چهار خصیصه اصلی «تقدیرگرایی»، «سازگاری»، «محافظة کاری» و «امنیت‌خواهی» در میان ایرانیان انجامیده است.

هم‌زمان با واکاوی خلق‌وخوی اقتصادی ایرانیان، مطالعاتی نیز درباره روحیه و رفتارهای اقتصادی مردم مناطق مختلف ایران صورت گرفته است (سعیدی و شیرین‌کام، ۱۳۸۸؛ چلبی و جنادله، ۱۳۸۶؛ علی‌نژاد، ۱۳۹۲؛ رحمانی، ۱۳۹۶). در سال‌های گذشته، فرهنگ یزدی‌ها و روحیه و رفتار اقتصادی آنان نیز توجه برخی از محققان را به خود جلب کرده است. حاجی‌زاده میمندی (۱۳۸۶) قناعت، مقتصدبودن، خست، فاصله طبقاتی و هم‌زیستی فقیر و غنی، سخت‌کوشی، کیفیت خوب محصولات، ساعت‌های طولانی کار، حساس‌گری و دوراندیشی، پس انداز و ثروت‌اندوزی و استفاده از کودکان در کار را جزو ارزش‌ها و هنجارهای اقتصادی شهر یزد دانسته است. مزیدی (۱۳۸۸) و جوادیان‌زاده (۱۳۹۵) نیز با واکاوی دیدگاه صاحب‌نظران علمی و فرهنگی یزد نشان داده‌اند که این صاحب‌نظران درباره وجود خصلت‌هایی در یزدی‌ها، از جمله سخت‌کوش‌بودن، صلح‌طلبی، مذهبی‌بودن، تمایل به پس‌انداز، قناعت، قابل اعتماد بودن، درستکاری، خطرناپذیری، هم‌زیستی با اقلیت‌ها، خانواده‌دوستی و وفاداری زنان یزدی اتفاق نظر دارند. روستا (۱۳۸۸) نیز «مدیریت در محدودیت» را الگوی مدیریت یزدی‌ها معرفی می‌کند که

شامل مؤلفه‌های ایمان و اعتقاد، صرفه‌جویی، قناعت، اهل کار بودن، مردم‌مداری و مشتری‌مداری، کیفیت‌گرایی، دوراندیشی، اعتماد و اطمینان، خوش‌نامی و بهره‌وری بالاست. با وجود تلاش‌های درخور توجهی که برای ترسیم خلق‌وخوی اقتصادی یزدی‌ها صورت گرفته، این تلاش‌ها کمتر بر مبانی نظری و روش‌شناختی خاصی استوار بوده است. به‌علاوه، در این مطالعات، نگاه تاریخی به روحیه و خلق اقتصادی یزدی‌ها غایب است و به علل مؤثر و زمینه‌های نهادی شکل‌گیری این نوع اخلاق اقتصادی پرداخته نشده است. در این مقاله، ضمن بهره‌گیری از مطالعات پیشین یادشده، سعی می‌شود با بهره‌گیری از مبانی نظری و روش شناختی ماکس وبر، «سنخ آرمانی» اخلاق اقتصادی یزدی‌ها ارائه شود. همچنین، سعی می‌شود با بهره‌گیری از نگاهی تاریخی، محیط نهادی‌ای که به شکل‌گیری و تداوم این نوع اخلاق اقتصادی در یزد منجر شده، ترسیم شود.

ماکس وبر و اخلاق اقتصادی

مفهوم اخلاق اقتصادی نزد وبر ارتباط محکمی با درک او از فرهنگ دارد. وبر در تبیین اهمیت فرهنگ و فراگیری آن در همه عرصه‌ها، مفهوم فرهنگ را «درگیر شدن با ارزش‌ها» می‌داند و از «خوشه‌های خاص ارزش‌ها» یا «سپهر ارزش‌ها» در جامعه، از جمله «سپهر سیاسی»، «سپهر اقتصادی» و... سخن می‌گوید. انسان ناگزیر است در هریک از سپهرهای زندگی‌اش دست به انتخاب بزند و تصمیم بگیرد که از کدام ارزش‌ها پیروی کند؛ یعنی باید در هر سپهری اخلاق خاص آن سپهر را توسعه دهد و از جمله، در سپهر اقتصادی، اخلاق اقتصادی خاصی در پیش بگیرد. وبر اخلاق اقتصادی را از نوع «اخلاق عملی» می‌داند؛ یعنی آنچه «نبض کنش» فرد در زندگی عملی او را در دست دارد و کنش‌ها و پدیده‌های اقتصادی را از نگاه او ارزش‌گذاری می‌کند؛ برای مثال، اینکه افرادی پرکاری یا پس‌اندازکردن را درست بدانند، از اخلاق اقتصادی آن‌ها نشئت می‌گیرد (سوئدبرگ، ۱۳۹۱: ۳۸۸-۳۹۲). وبر ویژگی اخلاق اقتصادی را «اندازه بالای استقلال» می‌داند و هرچند مذهب را یکی از منابع عمده تأثیرگذار بر اخلاق اقتصادی هر جامعه ارزیابی می‌کند، آن را «در چارچوب مرزهای مشخص جغرافیایی، سیاسی، اجتماعی و ملی» مؤثر می‌داند (وبر، ۱۳۸۲: ۳۰۳-۳۰۴). وبر در مجموعه «اخلاق اقتصادی مذاهب جهان» تأثیر انواع اخلاق اقتصادی برآمده از ادیان جهانی را بر اقتصاد تمدن‌های مختلف واکاوی می‌کند و نشان می‌دهد که یک روحیه خاص («ذهنیت» یا «خلق‌وخوی») اقتصادی در اوایل انقلاب صنعتی در مغرب‌زمین به‌مثابه «سوزن‌بانی» عمل کرد

که لوکومتیو اقتصاد غرب را در مسیر جدیدی انداخت و گذر از سرمایه‌داری سنتی به سرمایه داری مدرن را ممکن ساخت (وبر، ۱۳۸۲: ۶۹-۷۰).

تحقیق وبر درباره اخلاق اقتصادی به تحقیقات متعدد نظری و تجربی در زمینه تأثیر رفتارها و نگرش‌های فرهنگی کنشگران در حوزه اقتصاد دامن زده است (بلا، ۱۹۵۷؛ لندز، ۱۹۹۹؛ گویشو و همکاران، ۲۰۰۶؛ هریسون و هانتینگتون، ۱۳۸۳). از جمله پیر بوردیو در مطالعه‌ای درباره الجزایر، علت بی‌سازمانی زیاد اقتصادی در الجزایر را آن می‌داند که هرچند نظام سرمایه داری در این کشور وارد شده، خلق‌و‌خو یا الگوهای ذهنی اقتصادی مردم (=هیبیتاس) همچنان به صورت الگوی ماقبل سرمایه‌داری باقی مانده است (سوندبرگ، ۱۳۹۵: ۱۴۳ و ۴۱۱). سوندبرگ نیز نشان می‌دهد مفهوم «منفعت» که معمولاً مفهومی صرفاً اقتصادی دیده می‌شود، وجوه اجتماعی برجسته‌ای دارد و افراد، بسته به متن اجتماع و شبکه روابطی که در آن قرار دارند، به گونه‌های مختلف منافع خود را تعریف می‌کنند (همان، ۳۷۳). پل دی ماجیو از قدرت «تشکیل‌دهندگی» و «تنظیم‌کنندگی» فرهنگ در حوزه اقتصاد سخن می‌گوید و آن را این گونه توضیح می‌دهد: «فرهنگ می‌تواند از طریق نفوذ بر تعریفی که کنشگران از منافعشان دارند (آثار تشکیل‌دهندگی)، یا محدود کردن تلاش‌های کنشگران (آثار تنظیم‌کنندگی [داشته باشد]) یا با شکل‌دادن ظرفیت گروهی برای تجهیز کنشگران، بر رفتار اقتصادی تأثیر بگذارد» (همان). ویویانا زلیزر نیز نقش ارزش‌ها را در زندگی اقتصادی برجسته کرده و نشان داده است که طرز تلقی‌ها از بیمه عمر و کودکان به‌مثابه سرمایه‌های اقتصادی، چگونه از قرن نوزدهم به قرن بیستم تغییر کرده است (همان، ۱۳۶ و ۴۱۸). مارک گرانووتر^۱ نیز با وام‌گیری از وبر و طرح مفهوم حک‌شدگی^۲، بر این نکته تأکید می‌کند که افراد حتی در حوزه اقتصادی نیز به متن اجتماعی خود پیوند خورده‌اند (هاس، ۲۰۰۷: ۲۱۱).

متغیر کلیدی این تحقیق مفهوم «اخلاق اقتصادی» است و با توجه به جمیع مباحث پیش گفته، می‌توان گفت اخلاق اقتصادی شامل الگوهای نگرشی و رفتاری افراد در حوزه اقتصاد (و به تعبیری، باورها، نگرش‌ها و ته‌نشست‌های پایدار ذهنی و قواعد رفتاری و کنش‌های خرد الگودار حاکم بر نوع رفتار افراد در مواجهه آن‌ها با مقولات اقتصادی به‌ویژه کار، پول و انباشت ثروت) است. اما نکته مهم آن است که این الگوها و نگرش‌های رفتاری در خلأ شکل نمی‌گیرند و تداوم نمی‌یابند، بلکه «محیطی نهادی» لازم است که این الگوهای نگرشی و رفتاری در آن شکل و نُضج گیرند. در این مقاله، به‌دنبال آن هستیم که این الگوهای انگیزشی و رفتاری حاکم

^۱. Mark Granovetter

^۲. Embeddedness

بر مردم یزد و نیز محیط نهادی‌ای را که این الگوهای انگیزشی و رفتاری در آن شکل گرفته‌اند، ترسیم کنیم.

روش تحقیق

همان‌گونه که بیان شد، مبانی نظری و مفهومی این نوشتار مبتنی بر دیدگاه ماکس وبر درباره تحلیل علمی فرهنگ است. مطابق این دیدگاه، هدف علوم اجتماعی فهم یکتایی ویژه واقعیتی است که در آن زندگی می‌کنیم. اما واقعیت زندگی یا فرهنگ، چندگانگی بی‌پایانی دارد؛ از این‌رو، تحلیل علمی مطلقاً «عینی» از فرهنگ ناممکن است و ذهن محدود انسان ناچار به انتخاب بخشی «مهم» از میان آن است. به بیان دیگر، در هر تحلیل، ما ناگزیریم نظرگاه خاصی را اتخاذ و موضوعات را با توجه به آن انتخاب و تحلیل کنیم و در جهت مقاصد تبیینی سازمان دهیم (وبر، ۱۳۸۲: ۱۱۵). از این‌رو، وبر ساخت «سنخ آرمانی» را در تحقیق ضروری می‌داند و آن را چنین تعریف می‌کند:

سنخ آرمانی «فرضیه» نیست، بلکه راهنمای ساختن فرضیات است؛ و همچنین سنخ آرمانی توصیف واقعیت نیست، بلکه ابزاری صریح و عاری از ابهام برای بیان چنین توصیفی است. سنخ آرمانی حاصل تأکید یک‌جانبه بر یک یا چند دیدگاه است و از طریق ترکیب کردن شمار زیادی از پدیده‌های منفرد انضمامی به دست می‌آید که در واقعیت، پراکنده و منفصل و کم‌وبیش موجود و گاهی ناموجودند و بر مبنای همان دیدگاه‌های مذکور، در یک برساخته تحلیلی واحد مرتب می‌شوند. این برساخته ذهنی به مفهوم خالص خود در عالم واقع و به‌صورت تجربی هیچ‌جا یافت نمی‌شود و از این نظر یک آرمان (اوتوپیا) است (همان، ۱۴۰-۱۴۱).

در این مقاله، با الهام از رویکرد وبر، تلاش شده «سنخ آرمانی» اخلاق اقتصادی یزدی‌ها ترسیم شود. برای ساخت این سنخ آرمانی و تشریح وجوه مختلف آن، از روش‌های کیفی و تکنیک‌های مربوط به آن، از جمله تحلیل محتوای کیفی اسناد و مصاحبه اکتشافی با مطلعان و افراد خبره استفاده شد. در گام نخست، سفرنامه جهانگردان و سیاحان درباره یزد، زندگی‌نامه و خاطرات افراد سرشناس یزدی و اظهارنظرهای افراد سرشناس یزدی و غیریزدی درباره یزد جمع‌آوری و با تحلیل محتوای کیفی آن‌ها (چند مرحله کدگذاری و استخراج مضامین و مقولات نهفته در متن)، تصویری اولیه از اخلاق اقتصادی یزدی‌ها تهیه شد. در گام دوم، با تعدادی از مدیران و فعالان اقتصادی و فرهنگی یزدی (مطلعان یزدی) مصاحبه صورت گرفت و

ضمن اخذ دیدگاه آنان درباره مؤلفه‌های اخلاق اقتصادی یزدی‌ها، تصویر اولیه اخلاق اقتصادی یزدی‌ها به آنان ارائه شد و اصلاح و راستی‌آزمایی (اعتبارسنجی) آن تصویر به کمک ایشان انجام گرفت. مصاحبه‌ها (حدود ۲۵ مصاحبه) تا رسیدن به «اشباع نظری» ادامه یافت؛ یعنی تا وقتی این اطمینان حاصل شد که تقریباً همه مصاحبه‌شوندگان درباره مؤلفه‌های پیشنهادی اخلاق اقتصادی یزدی‌ها به هم‌گرایی و اجماع مقبولی رسیده‌اند و صفات منسوب به یزدی‌ها به مرحله تواتر و تکرار رسیده است. تکنیک تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش تحلیل محتوای کیفی بوده که طی چند مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی متن مصاحبه‌ها (فلیک، ۱۳۸۷: ۳۲۸)، مضامین و مفاهیم نهفته در آن‌ها استخراج شد و مقولات مرکزی با استناد به آن‌ها بر ساخته شد. به دلیل تنوع و تعدد جدول‌های حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها و کدگذاری‌ها، در این مقاله فقط جدول نهایی تحلیل گنجانده شده است.

یافته‌های تحقیق

می‌توان اخلاق اقتصادی یزدی‌ها را به اخلاق اقتصادی عامه مردم و اخلاق اقتصادی فعالان اقتصادی (تجار و صنعتگران) تفکیک کرد. به عبارت دیگر، می‌توان گفت اخلاق اقتصادی یزدی‌ها از سویی در نگرش و رفتار عامه مردم و از سوی دیگر، در نگرش و رفتار تجار و صنعتگران یزدی تجلی یافته است. در ادامه، این دو تجلی اخلاق اقتصادی یزدی‌ها تشریح می‌شود:

عامه مردم یزد به‌مثابه مردم «خودساخته»^۱

اولین مؤلفه اخلاق اقتصادی یزدی‌ها را می‌توان «اهل‌کاربودن» و «سخت‌کوشی» آن‌ها دانست. نقل‌قول‌های بسیار زیادی بر این خصلت یزدی‌ها انگشت می‌گذارند و آن را برجسته‌ترین ویژگی یزدی‌ها می‌دانند؛ اینکه یزدی‌ها کار را جوهره زندگی و بزرگ‌ترین تفریح و نشاط، و بی‌کاری را مساوی بی‌عاری و عیب انسان تلقی می‌کنند؛ به‌علاوه اینکه یزدی‌ها مردمی پرتاقت‌اند و با کار مستمر و پشتکار توانسته‌اند تمدنی را در کویر سوزان ایران برپا کنند که به تعبیر یکی از جهانگردان غیرایرانی، مؤید آن است که «امید در دل آدمی‌زادگان جاودانه می‌جوشد» (قلم‌سیاه، ۱۳۷۳: ۲۱۳). همین خصلت یزدی‌ها باعث رواج افسانه‌ای شده که براساس آن، یکی از امامان شیعه دعا کرده‌اند خداوند یزد را همیشه نیمه‌خراب نگه دارد تا مردمش مهاجرت کنند و فعالیت و خوبی را با خود به همه‌جا ببرند (بشارت، ۱۳۹۵: ۲۱۷).

۱. این صفت را از جوادی‌یگانه الهام گرفتیم (نک: جوادیان‌زاده، ۱۳۹۵).

یزدی‌ها به همان اندازه که به پرکاری شهرت دارند، به درستکاری و صداقت در کار نیز شناخته می‌شوند. آنان مردمی باخیر و معتقد به حلال و حرام‌اند و هرگونه کم‌فروشی و حيله در کار را ناپسند می‌شمارند و به تعبیری، «بهترین حيله و حقه را راستی و درستى می‌دانند» (حسین بشارت، یکی از تجار و بازاریان باسابقه یزدی). به دلیل همین دو ویژگی، «لهجه یزدی سرقفلی دارد» (همان) و یزدی‌ها تقریباً در همه‌جای ایران به قابل اعتماد بودن شناخته می‌شوند؛ به طوری که حتی در حال حاضر هم بسیاری از یزدی‌ها تجربه‌هایی از اعتماد دیگران به آن‌ها، به دلیل یزدی‌بودنشان، دارند. یکی از خاطرات قدیمی در این زمینه از آن رضا اعتمادیان (۱۳۱۷-۱۳۹۷)، یکی از خیران و افراد سرشناس یزدی، است که نقل می‌کند در نوجوانی در تهران مبلغ زیادی پول نقد را از طرف یکی از بازاریان یزدی به بانک تحویل می‌دهد و کارمند بانک، بدون آنکه پول را بشمارد و با بیان اینکه «ما پول یزدی‌ها را نمی‌شماریم»، آن را به حساب واریز می‌کند.

از سوی دیگر، یکی از پربسامدترین صفت‌های منسوب به یزدی‌ها، مقتصد و صرفه‌جو بودن و روحیه حسابگری و اهل پس‌انداز بودن آنان است. خاطرات و تجربیات بسیاری درباره مقتصد و صرفه‌جو بودن یزدی‌ها و اینکه اهل حساب و کتاب‌اند و می‌کوشند حتی الامکان بیهوده خرج نکنند و همواره ذخیره‌ای برای خود نگه دارند نقل شده است: «هیچ یزدی‌ای را پیدا نمی‌کنید که خرجش بیشتر از درآمدش باشد. فقیرترین یزدی‌ها هم برای خودشان پس‌اندازی دارند... این باعث شده که همه غنی باشند... معروف است که یزدی‌ها پول دارند... ولی ثروت ذاتی و وجودی‌شان خیلی بیشتر است، ولی استاندارد زندگی‌شان پایین‌تر است» (مسعودی، معمار سرشناس یزدی). یکی از نشانه‌های بارز این ویژگی‌ها آن است که «در فرهنگ یزدی، مطلوبیت خانه‌دارشدن بالاست» (سیدمحمد المدرسی، از مدیران باسابقه یزدی)؛ یعنی یزدی‌ها، در مقایسه با مردم دیگر مناطق کشور، اهمیت بیشتری به خانه‌دارشدن می‌دهند. همچنین، هرچند طلا در همه فرهنگ‌ها هم ارزش تزیینی دارد و هم ارزش پس‌اندازی، اما در فرهنگ یزدی‌ها، ارزش پس‌انداز آن بیش از ارزش تزیینی‌اش است. شدت روحیه حسابگری و میل به پس‌انداز در میان برخی از یزدی‌ها سبب شده که گاه خسیس بودن هم به یزدی‌ها نسبت داده شود، اما خیلی از مصاحبه‌شوندگان یزدی، با اشاره به آثار عام‌المنفعه زیادی که در یزد و بیرون از یزد به دست یزدی‌ها ایجاد شده، تأکید داشتند که درباره یزدی‌ها درست‌تر آن است که آن‌ها را «اهل درست خرج کردن» بدانیم تا اهل خساست (بشارت، ۱۳۹۵: ۱۸۴).

از دیگر ویژگی‌های منتسب به یزدی‌ها، «کارکردگرایی» آن‌هاست؛ یعنی یزدی‌ها همواره به دنبال فایده‌مند بودن هر اقدامی هستند و فعالیتی را که در آن فایده و کارکرد نباشد، به مثابه

چیز بیهوده کنار می‌گذارند و گویی، فایده‌مندی را عمدتاً به معنای صرفه اقتصادی تعبیر می‌کنند. به سبب همین روحیه، در گذشته، یزدی‌ها در تربیت فرزندان خود بیش از آنکه آن‌ها را به سمت فعالیت‌های هنری و ورزشی سوق دهند، به سمت مشاغل هدایت می‌کردند که درآمد آن تضمین‌شده باشد و از فرزندان خود انتظار داشتند که موفقیت اقتصادی را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار دهند. به همین دلیل است که به تعبیر ایرج افشار، از یزد «هماره برزیگر چیره‌دست [و] استاد و بافنده هنرریز برمی‌خاسته است نه شاعر سخن‌پرداز لطیف‌گفتار چون حافظ» (افشار، ۱۳۷۱: ۲۰-۲۱). سادگی و هم‌گونی نوع معماری و شهرسازی یزد و به‌کارگیری کمترین آرایه و تزیین و تنوع رنگ‌آمیزی در آن را می‌توان به همین ویژگی یزدی‌ها نسبت داد. یکی دیگر از صفات پربسامد که تقریباً تمام جهانگردانی که به یزد آمده‌اند به آن اشاره کرده‌اند و همه تحقیقات با موضوع یزد نیز آن را تأیید می‌کند، خداباوری و مذهبی‌بودن یزدی هاست (قلم‌سیاه، ۱۳۷۳؛ حاجی‌زاده، ۱۳۸۶؛ جوادیان‌زاده، ۱۳۹۵). دارالعباده‌نامیده‌شدن یزد در طول تاریخ، تعداد زیاد علمای برجسته یزدی، تعدد مسجدها و حسینیه‌ها و مراسم مذهبی، به‌ویژه مراسم روضه‌خوانی و موقوفات متعلق به آن‌ها در یزد، همگی مؤید عمق روحیه مذهبی یزدی‌هاست. اگر این گفته و بر را بپذیریم که شهر و طبقه متوسط شهری خاستگاه دین اخلاقی و تقوای شخصی است (وبر، ۱۳۹۶: ۱۸۹-۱۹۰ و ۲۰۸)، با توجه به قدمت شهر یزد و حضور پررنگ پیشه‌وران و صنعتگران و تجار متوسط، می‌توان انتظار داشت که در یزد دین‌داری اخلاقی گسترده‌تری داشته باشد و شواهد نیز این انتظار را تأیید می‌کند. بسیاری از بزرگان یزدی رعایت سه اصل خداباوری، درستکاری و پشتکار را به‌مثابه سه اصل برای موفقیت در زندگی به فرزندانشان توصیه می‌کردند؛ بنابراین، می‌توان گفت درستکاری و معتمدبودن یزدی‌ها ارتباط نزدیکی با خداباوری آن‌ها دارد. برخی از جهانگردان خارجی که به یزد سفر کرده‌اند، به تعصب مذهبی مردم یزد اشاره کرده‌اند و روایت اقلیت‌های دینی در یزد را که مبنی بر تحت‌فشاربودن آن‌هاست، و نیز شور و هیجان موجود در مراسم عزاداری در ایام محرم در یزد را تأییدی بر گفته خود دانسته‌اند. با توجه به بسته‌بودن محیط اجتماعی و عدم تحرک اجتماعی در یزد که ناشی از دورافتادگی آن از نقاط تحول‌خیز ایران بوده و نیز با توجه به بی‌سوادی عامه مردم، بدیهی است که بخش‌هایی از مردم به دام تعصب مذهبی افتاده باشند؛ اما تداوم حضور اقلیت‌های دینی در یزد و شواهد گوناگون دیگر، از روحیه هم‌زیستی یزدی‌ها با اقلیت‌ها حکایت دارد و سبک نوحه‌ها و عزاداری یزدی‌ها در ایام محرم، به‌ویژه در سال‌های اخیر، تجلی دین‌داری عقلانی و به تعبیر جوادی‌یگانه، «بدون تحریفات و احساسات افراطی» (جوادیان‌زاده، ۱۳۹۵) است.

بی‌آزاری، مسالمت‌جویی و میانه‌روی و به تعبیر دیگر، «اهل حزم و احتیاط بودن»، از دیگر صفات یزدی‌هاست (دادبه، ۱۳۹۳) و به نظر می‌رسد یزدی‌ها این خصلت‌ها را از تعامل با طبیعت این منطقه آموخته‌اند. یزدی‌ها کمتر دنبال افراط و تفریط‌اند و عملشان بیشتر مصداق این حدیث مشهور است که «خیرالأمور أوسطها». برخلاف مناطق عشایرنشین و کوچ‌رو که مردمشان عموماً به صفاتی همچون سلحشوری و جسوربودن شناخته می‌شوند، چنین صفاتی کمتر درباره یزدی‌ها به کار می‌رود؛ در عوض، آنان به سنجیدن همه جنبه‌های کار و حزم و احتیاط در تصمیم‌شناخته شده‌اند و اینکه به دنبال دعوا و مجادله نیستند و سعی می‌کنند همواره با دیگران از در مصالحه و میانه‌روی وارد شوند.

علاوه بر آنچه گفته شد، خانواده‌محوری یزدی‌ها (پای‌بندی به خانواده) نیز از صفاتی است که به‌تواتر به یزدی‌ها نسبت داده شده است. زنان یزدی به عفت و نجابت شهرت دارند، تا جایی که تاورنیه، در حدود سه قرن قبل، با ذکر این ضرب‌المثل: «نان گندم ز خاک ایزدخواست/ زن یزدی، شراب شیرازی»، از زنان یزدی تمجید کرده است (قلم‌سیاه، ۱۳۷۳). یکی دیگر از ویژگی‌های زنان یزدی، سازگاربودن آنان با افت‌وخیز زندگی و تلاش‌کردن دوشادوش همسر برای ساختن زندگی بهتر است. مردان یزدی نیز به زن‌دوستی و پای‌بندی به خانواده شهره‌اند. آنان تمام تفریحات و فراغت خود را ذیل خانواده تعریف می‌کنند و همه فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی را با محوریت خانواده سامان می‌دهند. نتایج تحقیقات درباره خانواده در ایران نیز مؤید استحکام نسبی ارزش‌های سنتی خانواده در یزد، در مقایسه با بسیاری دیگر از مناطق کشور است (عسکری ندوشن، ۱۳۹۷).

در مجموع، اگر بتوان کل ویژگی‌هایی را که درباره مردم یزد و اخلاق اقتصادی آن‌ها برشمرده شد در یک مقوله کلی جای داد، می‌توان یزدی‌ها را مردمی «خودساخته» نامید، مردمی که با توکل به خدا و با پشتکار و سخت‌کوشی خود، در موقعیت سخت و نامطلوب کویری دست بر زانوی خود گذاشته و با جبران کمبودهای طبیعی منطقه، نمونه‌ای از هم‌زیستی فعالانه با طبیعت و با هم‌نوعان خود، و به بیان باستانی پاریزی (۱۳۹۳)، «حماسه کویر» را رقم زده‌اند.



نمودار ۱. الگوی اخلاق اقتصادی عامه مردم یزد

«قدرت ترکیب‌کنندگی» صنعتگران و تجار یزدی

طبیعی است که بسیاری از مؤلفه‌های اخلاق اقتصادی عامه مردم یزد درباره فعالان برجسته اقتصادی یزدی نیز صدق می‌کند. با این حال، با توجه به اهمیت فعالان برجسته اقتصادی در حیات اقتصادی این شهر، واکاوی دقیق‌تر روحیه اقتصادی آن‌ها ضروری می‌نماید. با مطالعه زندگی تجار و صنعتگران برجسته یزدی، چشمگیرترین ویژگی آنان تلاش و پشتکار است. جهانگردانی که در دوره‌های مختلف تاریخی از یزد گذشته‌اند، بارها به این ویژگی اشاره کرده‌اند. ابوت، حدود ۲۰۰ سال پیش، تجار یزدی را این‌گونه توصیف کرده است: «جامعه تجار آن پر تعداد و کامیاب و فعال‌اند... در هیچ‌یک از شهرهایی که من تا به حال رفته‌ام، تجاری به این خوبی و خوش‌فکری ندیده‌ام» (میرحسینی، ۱۳۸۰: ۱۷۵). نیوکامن بازرگانان شهر یزد را «بسیار لایق‌تر و پرنرزی‌تر» از بازرگانان کرمانی ارزیابی می‌کند (همان، ۱۷۶). حکیم، نویسنده عصر ناصرالدین‌شاه، تجار و صنعتگران یزدی را «مردمانی باغیرت» توصیف می‌کند که «نگذاشته‌اند صنایع و حرفه‌شان از بین برود و کمال جهد را در رونق آن دارند» (حکیم، ۱۳۶۶: ۱۰۲۰). این ویژگی در زندگی‌نامه صنعتگران و تجار دوره جدید یزد نیز برجسته است. یکی از صنعتگران موفق یزدی رمز موفقیت خود را چنین روایت می‌کند: «پشتکار، پشتکار، پشتکار و باز هم پشتکار؛ زندگی من هم‌ااش تلاش بوده. اگر تلاش نکنی که زندگی نمی‌کنی» (شکیب،

مؤسس گروه صنعتی ایران‌رادیاتور). یکی دیگر از کارآفرینان یزدی زندگی را سراسر کار و تلاش می‌داند: «زندگی اولش کار، وسطش کار و آخرش کار است و کسی از پرکاری نمرده است» (سعیدی، ۱۳۹۲: ۳۷۵).

خداباوری و روحیه توکل، به‌همراه درستکاری و راستی، یکی دیگر از خصوصیات است که همواره در فعالان اقتصادی یزدی بارز بوده است. پاتینجر، با اشاره به وضعیت خوب بازرگانی یزد، از «درستی و امانت‌داری» ساکنان یزد سخن می‌گوید (تشکری، ۱۳۷۷: ۱۷۲). حکیم نیز با اشاره به کیفیت خوب محصولات یزد، تجار یزدی را «مردمانی بادیانت، درستکار، قانع و کاسب» می‌داند (حکیم، ۱۳۶۶: ۱۰۲۰). گرامی، یکی از کارآفرینان و صنعتگران دوره اخیر یزد، سه اصل «راستی، درستی و دین‌داری» را مبنای فعالیت خود در شراکت معرفی می‌کند (شیرین‌کام و فرجام‌نیا، ۱۳۹۰: ۲۹۲). حاج‌محمدحسین برخوردار همواره به فرزندش توصیه می‌کند: «تنها به خداوند، راستی و تلاش خود تکیه نمایید که راهگشای هر مشکلی است» (سعیدی و شیرین‌کام، ۱۳۸۸: ۸۰).

طبیعی است که فعالیت‌های اقتصادی و تجاری فعالان اقتصادی و تجار ماهیتی سوداگرانه داشته باشد و شواهد و خاطراتی از سوداگری و منفعت‌گرایی تجار و صنعتگران یزدی در تاریخ دیده می‌شود [به‌ویژه در دوره‌هایی که ایران و یزد دچار آشفتگی‌های سیاسی و اقتصادی بوده‌اند (مالکوم، ۱۳۹۴)]، اما بسیاری از تجار و صنعتگران یزدی از سوداگری محض به دور بوده‌اند، تا جایی که می‌توان آنان را در دسته «کارآفرینان اخلاقی» جای داد (سعیدی و شیرین‌کام، ۱۳۸۸: ۲۷). اصولاً تاجران یزدی با در نظر گرفتن اصل «اعتماد» در تجارت، درستکاری و خوش‌حسابی را سرلوحه خود قرار داده بودند و شعارشان این بود که «حیله‌ای یا حقه‌ای بهتر از راستی و درستی نیست» (حسین بشارت). از این‌رو، به فرزندانشان «خوش‌حسابی و پرداخت حق مردم در همه‌حال» را توصیه می‌کردند (همان، ۸۲). تجار یزدی بر این باور بودند که «صحت عمل و گفتار درست و کردار نیک رمز موفقیت است» (بشارت) و «نه می‌خواهد بخشش الکی بکنید و نه می‌خواهد حق کسی را بخورید و نه بیش از حق خودتان را مطالبه کنید. اگر حسابگر و درستکار باشید، خدا به شما برکت می‌دهد» (مدرسی سریزدی، فعال اقتصادی و فرهنگی یزدی). اولین باری که یکی از کارگران سیدمحمد گرامی چای را بسته‌بندی کرد و پنج‌گرم از وزن لازم آن کمتر بود، به کارگرش دستور داد بسته‌بندی را پاره کند و از نو بسته چای را کامل پر کند؛ زیرا معتقد بود «نباید حق مردم را، هرچند اندک باشد، دزدید» (شیرین‌کام و فرجام‌نیا، ۱۳۹۰: ۲۸۶-۲۸۹).

تجار یزدی در گذشته، در جهت حفظ اعتبار خود و نام شهر یزد، اهتمام زیادی به کیفیت محصولات که از یزد صادر می‌شد داشتند و به همین جهت، در دوره‌های مختلف تاریخی، محصولات مختلف تولید شهر یزد زبازد بود، از جمله انواع پارچه، حنا، قند و شیرینی و... (میرحسینی، ۱۳۸۰). به نظر می‌رسد اصلی که بنیان‌گذاران و مالکان بنگاه شیرینی‌پزی حاج خلیفه علی رهبر و شرکا در گذشته و حال رعایت می‌کنند، یعنی اصل «ترجیح کیفیت بر کمیت» (ریسمانیان، از مدیران بنگاه شیرینی‌پزی حاج خلیفه رهبر و شرکا)، اصلی بوده که تجار و صنعتگران یزدی همواره به آن پای‌بند بوده‌اند. رعایت همین اصل باعث شده نام یزد با نام «کیفیت محصولات» گره بخورد و اعتبار زیادی برای یزدی‌ها بیاورد: «از دوستم مسیح ذبیحی شنیدم که تا چهل پنجاه سال قبل نمد یزدی به استرآباد می‌آمده است. درحالی‌که ناحیهٔ گرگان خود از مراکز نمدسازی است. پس، معلوم می‌شود که مرغوبیت نمد سفید نرم خوش‌طرح یزد چنان بوده است که استرآبادیان اعیان‌منش هم بدان نیازمند بوده‌اند» (افشار، ۱۳۷۱: ۳۹).

«دست‌به‌خیربودن» تجار و سرمایه‌داران یزدی و فعال‌بودن آنان در فعالیت‌های عام‌المنفعه، هم در گذشته و هم در دورهٔ معاصر در ایران سرآمد است. از شواهد این دعوی آن است که گسترهٔ فعالیت‌های خیریه و وقفی در یزد، در میان شهرهای مختلف ایران رتبهٔ بالایی دارد. این کارهای خیریه و عام‌المنفعه در گذشته در قالب ساخت کاروان‌سرا، رباط، آب‌انبار، و وقف مغازه، قنات، زمین و... انجام می‌شده و در دهه‌های گذشته در قالب ساخت مدرسه و بیمارستان و کتابخانهٔ عمومی و... ادامه یافته است.

در هنگام مخاطره‌های طبیعی و انسانی، احتمال ورشکستگی تجار نیز بسیار زیاد می‌شده است و وجود نوعی نظام غیررسمی حمایت اجتماعی-اقتصادی در میان تجار می‌توانسته بخشی از مشکلات تجار ورشکسته را جبران کند. این نوع نظام غیررسمی حمایتی در میان تجار یزد رایج بوده است، به طوری که «معمولاً کُمَلین یا ریش‌سفیدان بازار جمع می‌شدند و کار تاجر ورشکسته را روبه‌راه می‌کردند» (بشارت، ۱۳۹۵: ۲۲۳). «یکی از تاجران یزدی در همدان ورشکست شده بوده است و آقای برخوردار و رسولیان و دیگر تاجران مهم یزد جلسه‌ای تشکیل داده بودند تا هم‌فکری کنند که بدهی او چقدر است و چگونه این بدهی‌ها را پرداخت نمایند که اسم تاجر یزدی بد در نرود» (مدرسی سریزدی).

دنیای تجارت همواره دنیای محاسبهٔ دقیق سود و زیان و آینده‌نگری و حزم و احتیاط و به تعبیری، محافظه‌کاری بوده است و این وضعیت به‌ویژه دربارهٔ تجار ایرانی که «عدم امنیت» و «خودکامگی حکام» یکی از ویژگی‌های اصلی این سرزمین بوده، صدق می‌کند. هرچند یزد در

مقایسه با دیگر مناطق کشور از امنیت نسبی بیشتری برخوردار بوده، تجار یزدی از قاعده عمومی حاکم بر رفتار تجار ایرانی، یعنی محافظه‌کاری، مستثنا نبودند و شواهد و مصادیق مختلفی از رفتارهای محافظه‌کارانه تجار قدیم یزد در تاریخ ثبت شده است (میرحسینی، ۱۳۸۰: ۱۸۲). یکی از نشانه‌های مهم محافظه‌کاری تجار ایرانی، به‌ویژه یزدی‌ها، سرمایه‌گذاری عمده آنان روی ملک بود: «اصطلاحی بود در بین تاجران (یزدی) که می‌گفتند سرمایه را باید سه جا کنی: یکی جنس، یکی پول و یکی ملک. بیشتر ملک می‌خریدند. مثلاً اطراف دهات ملک می‌خریدند. هرچند ملک درآمدزایی نداشت، اما می‌خریدند برای پشتوانه» (حسین بشارت). میرحسینی (۱۳۸۰) شواهد زیادی از سرمایه‌گذاری تجار یزدی در گذشته بر زمین و ملک گزارش کرده است.

در مجموع، تجار و صنعتگران یزدی در طول تاریخ توانسته بودند تصویری شفاف از شخصیت تجاری و روحیه کارآفرینی برجا بگذارند که بر خداپاوری، راستی و سخت‌کوشی استوار بود. بنابراین، می‌توان سنخ آرمانی شخصیت تاجر و صنعتگر یزدی را به‌صورت فردی دارای «قدرت فکری ترکیب‌گری» ترسیم کرد؛ شخصیتی که از سویی با آینده‌نگری تصمیم می‌گیرد و به‌دقت حساب سود و زیان خود را دارد و کمتر بی‌محابا دست به عمل می‌زند و از سوی دیگر، مهارت بالایی در استفاده بهینه از امکانات جغرافیایی، اقتصادی و سیاسی منطقه و ترکیب آن‌ها برای ایجاد فرصت از خود نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، تاجر و صنعتگر یزدی نشان داده است که در طول تاریخ از امکانات طبیعی بسیار کم‌کوپر، فرصت‌های بسیار خوبی برای ایجاد محصولات باکیفیت و مراودات تجاری بادوام و گسترده با مناطق دور و نزدیک ایجاد کرده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



نمودار ۲. الگوی اخلاق اقتصادی تاجر و صنعتگران یزدی

دو سنخ آرمانی از دو نسل تاجر-صنعتگران یزدی: محمدحسین و حاج‌محمدتقی

برخوردار

اگر بتوان از دو دسته تاجر یا تاجر-صنعتگر سنتی و دوره جدید در ایران سخن گفت، می‌توان حاج محمدحسین برخوردار (۱۲۷۴-۱۳۴۰) را نماینده سنخ آرمانی تاجر سنتی و حاج‌محمدتقی برخوردار (۱۳۰۳-۱۳۹۰) را نماینده سنخ آرمانی تاجر-صنعتگران دوره جدید دانست. در جدول زیر که براساس کتاب سعیدی و شیرین کام (۱۳۸۸) درباره این خاندان تهیه شده است، ویژگی‌های شخصیتی و الگوی رفتاری این دو شخصیت ترسیم شده است.

محمدحسین برخوردار در جایگاه سنخ آرمانی تاجر سنتی یزدی	محمدتقی برخوردار در جایگاه سنخ آرمانی تاجر-صنعتگر یزدی دوره جدید
دارای اقتدار سنتی مرد ایرانی، حساس به حفظ اعتقادات دینی فرزندان، توجه به آموزش باکیفیت و دانشگاهی برای فرزندان، تأکید بر استقلال مالی فرزندان	تغییر کیفی نگاه به آموزش، زندگی، کار و به‌ویژه نقش زنان در جامعه، پای‌بندی اخلاقی به خانواده و رعایت روابط اخلاقی در محیط کار
توصیه به تکیه بر خداوند، راستی و تلاش، رابطه	رهایی از سنت‌گرایی اقتصادی همراه با حفظ اعتقادات

محمد تقی برخوردار در جایگاه سنخ آرمانی تاجر-صنعتگر یزدی دوره جدید	محمد حسین برخوردار در جایگاه سنخ آرمانی تاجر سنتی یزدی
اساسی دینی	عمیق با روحانیت سنتی و کمک مالی به حوزه
توان مدیریتی، جذابیت شخصیت، الگوی انسانی در مدیریت، صبر و شکیبایی، استفاده از مدیران ارشد، واگذاری قدرت و مسئولیت، بخشش، مشتری‌مداری	درستکاری و امانت‌داری، امین و مورد اعتماد مردم بودن، اخلاق نیکو، توصیه به خوش‌حسابی و پرداخت حق مردم، روی‌نیاموردن به مصرف‌تظاهری و فاصله‌نگرفتن فرهنگی از مردم
روحیه کارآفرینی، شم اقتصادی خوب، دغدغه توسعه و گسترش صنعت و اشتغال، محوریت کسب‌وکار، تکیه بر نیروی انسانی کارآمد و توانا و جست‌وجوی افراد امین خصوصاً یزدی	گستره دید و بینش تجاری و اجتماعی، علایق اقتصادی، زیرکی، موقعیت‌سنجی، مکتوب‌کردن فعالیت‌ها و حفظ اسناد، گستره جغرافیایی فعالیت، تنوع شرکا و کالا، تأکید بر سرعت و افزایش حجم معامله گرچه با سود کم
داشتن اندیشه خیریه و نوع‌دوستی، عمل به مسئولیت‌های اجتماعی	مشارکت در فعالیت خیریه و دینی
پشتکار و تحرک و پرکاری، سعی و کوشش، کار مداوم، فضیلت‌دانستن کار، وقت‌شناسی	شخصیت منظم و تلاشگر و باپشتکار، تلاش خستگی‌ناپذیر
نداشتن نگاه سوداگرانه، درستکاری، صداقت در رفتار	محافظه‌کار و طالب امنیت، سفت‌کردن جای پا، کاهش خطر مبادلات از طریق کار هم‌زمان با چندین شریک تاجر، تمرکز بر تجارت محصولات کشاورزی و مشارکت محدود در تأسیس کارخانه صنعتی

«محیط نهادی» اخلاق اقتصادی یزدی‌ها

اخلاق اقتصادی یزدی‌ها فقط در نگرش و رفتار عامه مردم و صنعتگران و تاجر یزدی ظهور نیافته است، بلکه تجلی بیرونی نیز داشته است؛ یعنی به‌صورت محیطی نهادی و بافتی اجتماعی و اقتصادی تداوم یافته است. به بیان دیگر، اخلاق اقتصادی یزدی‌ها نه تنها در عادت‌های ذهنی و الگوهای رفتاری مردم و فعالان اقتصادی، بلکه در تاروپود روابط و شاکله‌های اجتماعی و اقتصادی این خطه نیز ظهور یافته است و همین، دلیل ماندگاری و استمرار این اخلاق بوده است. این محیط نهادی، از سویی تجلی نگرش‌ها و رفتارهای مردم و تاجر و صنعتگران و از سوی دیگر، زمینه‌ساز و نگهدارنده چنین نگرش‌ها و رفتارهایی است. محیط نهادی مرتبط با اخلاق اقتصادی یزدی‌ها را می‌توان در پنج بعد دنبال کرد: در معماری هم‌زیستانه و سازگار با طبیعت، در نهاد وقف و خیریه، در نظام اقتصادی مبتنی بر تجارت و

صنعت بازفرآورانه و در خصلت مهاجرفرستی و مهاجرپذیری شهر یزد. در ادامه، هریک از این ابعاد تشریح خواهد شد.

معماری هم‌زیستانه

بافت سنتی شهر یزد که از یادگارهای تاریخ این شهر است، یکی از نمونه‌های برجسته معماری هم‌زیستانه و تجلی اصول پنج‌گانه معماری ایرانی است که پیرنیا (۱۳۸۲) آن‌ها را برشمرده است: مردم‌واری^۱، خودبسندگی، نیارش^۲، پرهیز از بیهودگی، و درون‌گرایی (پیوسته‌گر و همکاران، ۱۳۹۶؛ سلیمانی و مندگاری، ۱۳۹۴). یکی از مهم‌ترین تجلی‌های این نوع معماری، استفاده بهینه از مصالح بومی، یعنی خاک (و تولید خشت، کاه‌گل و آجر) و استفاده بهره‌ورانه از آن برای ایجاد سازه‌هایی متناسب با اقلیم گرم و خشک یزد است. یکنواختی رنگ و بافت بیرونی معماری خشت‌وگلی یزد چندان چشم‌نواز نیست، اما این نوع معماری نمونه برجسته تبعیت از اصول «انطباق‌پذیری با محیط» و «تجدیدپذیری» است؛ یعنی ساخت‌وسازها با کمترین دست‌کاری در محیط و کمترین جابه‌جایی مصالح صورت گرفته و حجم سازه بناشده با حجم خاک برداشته‌شده در آن محوطه برابر است. به‌علاوه، ترکیب شهرسازی و معماری کوچه‌ها و خانه‌ها (از جمله کوچه‌های تنگ، دیوارهای بلند و سایه‌انداز، تعبیه زیرزمین در خانه‌ها، سقف‌های کوتاه برای بناهای مربوط به زمستان، تعبیه بادگیر برای خنک‌نگه‌داشتن هوا و...) که سازوکار ایجاد امنیت و استفاده بیشینه از گرمایش و سرمایش طبیعی هوا را در خود نهفته دارد، از دیگر جلوه‌های معماری هم‌زیستانه و سازگار با طبیعت است.

از دیگر نمونه‌های بسیار مهم معماری هم‌زیستانه در یزد، فناوری‌ها و سازه‌های خلاقانه مرتبط با آب، به‌ویژه قنات و آب‌انبار و سرداب است (مسرت، ۱۳۹۲). این سازه‌ها یکی از شیوه‌های کارآمد برای استخراج آب از اعماق زمین و هدایت آن از مناطق دوردست و خنک‌نگه‌داشتن آن بوده است. این سازه‌ها نه تنها نماد برجسته هم‌زیستی انسان با طبیعت است، بلکه از آنجاکه ایجاد و نگهداری این سازه‌ها و مدیریت آب به‌دست‌آمده مستلزم همکاری و همیاری تعداد زیادی از افراد و خانواده‌هاست، قنات نماد برجسته هم‌زیستی انسان‌ها نیز هست.

^۱ معماری مردم‌وار به معماری‌ای گفته می‌شود که اجزا و اندازه‌های ساختمان متناسب با نیازهای انسانی باشد و به تمامی نیازهای انسانی توجه کرده باشد.

^۲ نیارش به معنی دانش ایستایی، فن ساختمان و مصالح‌شناسی است. یکی از مفاهیم مهم مرتبط با آن در معماری سنتی، مفهوم پیمون است که معادل مفهوم مدول در معماری مدرن است و وسیله‌ای است برای سهولت کار و جهت‌دادن به تمامی اندازه‌ها در معماری.

به عبارت دیگر، هریک از این سازه‌ها، به همان اندازه که مادی است، نهاد اجتماعی نیز هست و درست‌کارکردن آن‌ها منوط است به ایجاد یک نهاد اجتماعی کارآمد و هم‌زیستانه. این همان چیزی است که در جایی مانند یزد اتفاق افتاده است. به همین سبب است که می‌توان از پیوند «تمدن کاریزی و قناتی» و مدنیت تاریخی ایران سخن گفت و اینکه قنات‌ها تجلی اراده تاریخی مردم فلات مرکزی ایران، از جمله مردم یزد هستند و در فرهنگ همکاری، تعاون، وقف و کارهای عام‌المنفعه نقش تأثیرگذاری داشته‌اند (پاپلی یزدی، ۱۳۹۸).

نهاد وقف و خیریه فراگیر

وقف و خیریه یکی از نهادهای ریشه‌دار، پرسابقه و گسترده در شهر یزد است (میرحسینی، ۱۳۸۵: ۹۸) و در طول تاریخ، علما، سادات، حاکمان محلی، تجار و مردم عادی موقوفات زیادی (از جمله ملک، آب، مغازه و...) را برای کمک به مستمندان و سادات و ساخت و نگهداری بناهای عام‌المنفعه مانند مسجد، خانقاه، آب‌انبار، سقاخانه، رباط، دارالشفا، دارالکتاب و... اختصاص داده‌اند (مسرت، ۱۳۸۷؛ ملک‌زاده و خانی‌سانج، ۱۳۹۲). با اینکه به مرور زمان بسیاری از این موقوفات را افراد متنفذ در هر دوره غصب کرده‌اند (میرحسینی، ۱۳۸۵: ۹۸)، یزد به لحاظ تعداد موقوفات شناسایی‌شده، در مقایسه با دیگر مناطق کشور، سرآمد است (نقل از رئیس اداره اوقاف استان یزد). تعداد سندهای وقفی بازشناسی‌شده در شهر یزد و حومه آن به ۱۳۳۷ فقره می‌رسد که ۲۳ فقره آن متعلق به پیش از قاجار، ۶۰۰ فقره مربوط به دوره قاجار، ۳۱۵ فقره مربوط به دوره پهلوی و ۳۶۹ فقره مربوط به سی سال نخست بعد از انقلاب است. از کل این وقفیات، ۱۲۳ فقره نیز مربوط به زرتشتیان است (عرفان‌فر، ۱۳۸۷: ۱۲-۱۳). یکی از وقف‌نامه‌های بسیار قدیمی در ایران، وقف‌نامه جامع‌الخیرات (نوشته سال ۷۳۲ق) است که درباره موقوفات دو تن از رجال و سادات برجسته یزد در دوره ایلخانان، یعنی سیدرکن‌الدین محمد و فرزندش سیدشمس‌الدین است (میرحسینی، ۱۳۸۴: ۱۶۶). بازار سنتی یزد یکی از بازارهایی است که وقف، سهم و نقش مؤثری در آن داشته است. از ۹۵۶ مغازه درون راسته بازارهای یزد، ۳۸۱ واحد وقف است و از میان مالکیت‌های وقفی، مدرسه در درجه اول و مسجد در درجه دوم قرار دارد. مجموعاً ۸۰ درصد موقوفات بازار به دو مجموعه مدارس و مساجد اختصاص یافته است (مدارس ۵۱ درصد و مساجد و حسینیه‌ها ۳۰ درصد) (بونین، ۱۹۸۷؛ میرحسینی، ۱۳۸۰: ۱۲۱-۱۲۴؛ حاجی‌زاده میمندی، ۱۳۹۱). نهاد وقف و خیریه در یک‌صد سال اخیر همچنان در یزد فعال بوده و به‌ویژه زرتشتیان در این یک‌صد سال نقش برجسته‌ای ایفا کرده‌اند؛ برای نمونه، زمین بیمارستان گودرز، زایشگاه بهمن، مدرسه کیخسروی، دانشکده منابع طبیعی و پردیس فناوری و نوآوری دانشگاه یزد و... از

نمونه‌های وقفیات و فعالیت‌های خیریه زرتشتیان است. ساخت ده‌ها مسجد و حسینیه و مدرسه و کتابخانه و مرکز بهداشتی و بیمارستانی و دانشکده و خوابگاه دانشجویی خیرساز نیز از دیگر نمونه‌های وقفیات و فعالیت‌های خیریه مسلمانان در یزد است.

اقتصاد تجاری و صنعت بازفرآورانه یزد

با توجه به قرارگرفتن یزد در فلات مرکزی ایران و بارندگی اندک و خشکی هوا در این منطقه، اقتصاد یزد کمتر حول محور دامپروری و کشاورزی و بیشتر بر محور صنایع دستی و کارگاهی و تجارت چرخیده است. یزدی‌ها در طول تاریخ از موقعیت سوق‌الجیشی یزد (دوری یزد از مرزهای سرزمینی و مناطق عشایرنشین و در نتیجه، امنیت نسبی در این منطقه) و قرارگرفتن این شهر در چهارراه مواصلاتی کشور (نقطه اتصال راه جنوب به شمال و غرب به شرق) برای رونق تجارت و صنایع دستی و کارگاهی بهره‌کافی برده‌اند و این شهر را به یکی از کانون‌های تجاری ایران تبدیل کرده‌اند؛ به طوری که این شهر در دیدگاه جهانگردان همواره به «مسکن اهل تجارت و صاحب ثروت» شهرت داشته و جهانگردان بسیاری از رونق بازار و صنعت و تجارت در یزد سخن گفته‌اند (قلم‌سیاه، ۱۳۷۳). وجود بازاری با قدمت زیاد در یزد و وجود کاروان‌سراهای متعدد در این شهر و پیرامون آن، گواه برجسته‌ای بر این ادعاست (تشکری، ۱۳۹۲: ۲۶۷-۲۸۴). به طور خاص، یزد در تولید انواع پارچه‌های ابریشمی و غیرابریشمی و صادرات آن به مناطق دیگر سابقه‌ای چندصدساله دارد (امامی میبیدی، ۱۳۹۴). گزارش مارکوپولو در دوره ایلخانی مبنی بر تولید پارچه معروف به «پارچه یزدی» و نیز تأکید رشیدالدین فضل‌الله، وزیر برجسته دوره ایلخانی، بر پرورش درخت توت در این شهر و درخواست او از نساجان یزدی برای تهیه مقادیر زیاد پارچه زینتی، رونق نساجی و مهارت بافندگان یزدی را در این دوره نشان می‌دهد. در دوره تیموریان، از صدور انواع پارچه‌های تولید یزد به «هند و جغتای و چین و ماچین و بخشی از ختا و بروسه و ترکستان» سخن گفته شده (تشکری، ۱۳۹۲: ۳۰۰-۳۰۱) و در دوره قراقویونلوها نیز یکی از جهانگردان از رونق تجاری و صنعتی یزد و کیفیت خوب پارچه‌های این شهر سخن گفته است: «کسانی که پارچه‌های ابریشمین خوب و خوش‌بافت سوریه را می‌خرند، گو برونند و پارچه‌های یزد را برگزینند» (قلم‌سیاه، ۱۳۷۳: ۴-۵). در دوره صفوی نیز ارتقای غیاث‌الدین یزدی به سرپرستی کارخانه سلطنتی شاه‌عباس اول از جایگاه برجسته یزد در این صنعت حکایت دارد (تشکری، ۱۳۹۲: ۳۰۴-۳۰۹؛ تشکری، ۱۳۸۹).

در دوره قاجار و به‌ویژه دوره ناصری، گزارش‌های متعدد جهانگردان حاکی از رونق زیاد صنعت نساجی در یزد و حجم و گستره تجارت در این شهر است، به‌طوری‌که کارگزار سفارت فرانسه در ایران در این دوره، یزد را در میان شهرهای ایران «از همه صنعتی‌تر و بازرگانی‌تر» و «منچستر ایران» توصیف می‌کند (روششوار، ۱۳۷۸: ۲۷). یک ناظر خارجی در اوایل دوره ناصری نیز از ورود یا خروج حدود هزاروپانصد قافله بار میان یزد و کرمان و یزد و فارس در فاصله دو ماه سخن گفته است (میرحسینی، ۱۳۸۰: ۲۲۷-۲۲۸). شهر یزد در این سال‌ها با داشتن صدها کارگاه ابریشم‌بافی، در کنار کاشان و گیلان، از مهم‌ترین مراکز تولید پارچه‌های ابریشمی و پشمی بود (تشکری، ۱۳۷۷: ۱۷۲-۱۷۴).

بیش از ۹۰ درصد تهیه و توزیع و تجارت حنا نیز در دست یزدی‌ها بود. مواد خام حنا به‌صورت برگ‌های خشک از اطراف شهر بم به یزد می‌آمد و در یزد به‌صورت پودر حنا درمی‌آمد. حنای تولیدشده در یزد، به‌دلیل کیفیت بالای آن، زبازد بود و به‌ویژه مهر حنای مازار از اعتبار زیادی برخوردار بود، به‌طوری‌که مقادیر زیادی از آن به هند و استانبول صادر می‌شد (همان).

یزدی‌ها در شیرینی‌پزی نیز شهره بودند، به‌طوری‌که پولاک، یزد و اصفهان را تولیدکننده بهترین شیرینی‌ها معرفی می‌کند (همان، ۱۷۶-۱۷۸). در دوره قاجار، به‌ویژه در عهد ناصری، یزد با شهرهای کرمان، اصفهان، کرمانشاه، شاهرود، رشت، قزوین، سبزوار، بیرجند، هرات، عشق آباد، بمبئی، استانبول و حتی شانگهای چین روابط تجاری داشت. اهمیت هرکدام از این شهرها عمدتاً به این دلیل بود که آن‌ها بارانداز بارهایی بودند که از یزد به دیگر شهرها یا از دیگر شهرها به یزد تجارت می‌شد (میرحسینی، ۱۳۸۰).

مهاجرپذیری و مهاجرفرستی یزد

شهر یزد به‌سبب قرارگرفتن در دل کویر و دوری از مناطق متراکم جمعیتی، به‌لحاظ سیاسی شهری دورافتاده و نه‌چندان مهم محسوب می‌شده و دارای مراودات اجتماعی و سیاسی کم و محیط اجتماعی و سیاسی نسبتاً بسته با ضربه‌نگ‌کند تحولات بوده است. اما، همان‌گونه که اشاره شد، این وضعیت درباره بعد اقتصادی و تجاری این شهر صدق نمی‌کرد و به دلیل ماهیت صنعتی و تجاری یزد، در طول تاریخ، تجار و حتی صنعتگران زیادی از شهرهای دیگر به یزد می‌آمدند و گاه در این شهر ماندگار می‌شدند. وجود نام‌های خانوادگی متعددی مانند اصفهانی، شیرازی، عرب، قندهاری، هراتی، لاری، رشتی، کسمایی، کرمانی، همدانی، تبریزی، خراسانی و امثال این‌ها، و همچنین خانه‌های قدیمی بازمانده به نام این تجار در یزد (ازجمله خانه کلاهدوز، ملک‌زاده، لاری‌ها، ملک‌التجار، شفیع‌پور، اربابی، مستر وای و...) شاهد آشکاری بر

این موضوع است (میرحسینی، ۱۳۸۰؛ بشارت، ۱۳۹۵؛ عزیزی و کریمیان، ۱۳۹۴). همچنین، به دلیل مراودات زیاد تجاری شهر یزد، تجار یزدی به‌منظور پیشبرد اهداف تجاری خود به شهرهای دیگر ایران و حتی خارج از ایران سفر می‌کردند و گاه در آن شهرها مقیم می‌شدند و بسیاری از آنان توانستند در آن شهرها به اعتبار و خوش‌نامی دست یابند:

در یاد من، محمد شیخ‌زاده هراتی و حاجی حسین یزدی در اصفهان، خانواده یزدی در قم و همین‌طور در قزوین، شاهرود و نیشابور که در سر راه روسیه بود، نام‌آور شده بودند. خانواده حایری و خانواده جعفرزاده در سبزوار از بازرگانان نام‌آور بودند. گرجی‌ها و گرجستانی‌ها در مشهد از خانواده مهاجر یزدی در مشهد بودند. در کرمان و رفسنجان خانواده مرشد، آگاه و هرندی نام‌آور بودند. مهدی ارباب‌یزدی و محمد رزاق‌زاده از تجار مشهور یزدی مقیم بودند... (بشارت، ۱۳۹۵: ۲۱۷).

البته، مهاجرفرستی و مهاجرپذیری یزد به تجار و بازرگانان محدود نمی‌شده و در دوره‌های مختلف تاریخی، طیف‌های مختلف مردم، از جمله صنعتگران و کشاورزان را در بر می‌گرفته است. اگر مهاجرت گسترده یزدی‌ها در شصت سال اخیر به شهرهایی مانند کرج و تهران و... و نیز مهاجرت جمعیت زیادی از شهرهای دیگر ایران به یزد را نادیده بگیریم، در دوره‌های مختلف تاریخی، شاهد مهاجرفرستی و مهاجرپذیری شهر یزد بوده‌ایم. از جمله در دوره حمله مغول به ایران، گویا تعداد زیادی از اهل علم و فن و صنعت از مناطقی که در معرض حمله بودند به مناطق امنی مانند یزد مهاجرت کردند. در دوره ایلخانان نیز به خواست رشیدالدین فضل‌الله همدانی، وزیر برجسته ایلخانی، سیصد تن از کشاورزان یزدی به‌منظور آبادان کردن مزارع ربع رشیدی به تبریز مهاجرت کردند (افشار، ۱۳۷۱). در دوره شاه‌عباس و به درخواست او، غیاث‌الدین یزدی، از نساجان و طراحان برجسته پارچه، به همراه تعدادی از بافندگان زبردست دیگر، به اصفهان مهاجرت کردند (تشکری، ۱۳۸۹: ۵۱).



نمودار ۳. محیط نهادی اخلاق اقتصادی یزدی‌ها

جمع‌بندی

می‌توان به پیروی از بازرگان (۱۳۴۳) و توحیدلو (۱۳۹۴)، «سازگاری» را اصلی‌ترین ویژگی یزدی‌ها دانست؛ اما نشانه‌های متعدد حاکی از آن است که به‌رغم ارائه تعبیری منفعلانه از سازگاری ایرانیان در نوشته‌های بازرگان و توحیدلو، سازگاری یزدی‌ها عمدتاً از نوع «سازگاری فعالانه» (کنشگرانه و اراده‌گرایانه و مهم‌تر از آن، ترکیب‌گرانه و پردازش‌گرانه) بوده است. می‌توان تجلی سازگاری فعالانه یزدی‌ها را در سه بعد به این شرح دنبال کرد: سازگاری با نظام هستی که در خداباوری و دین‌داری یزدی‌ها متجلی شده است، سازگاری با محیط طبیعی و اقلیم که در سازه‌ها و معماری هم‌زیستانه و نیز اقتصاد مبتنی بر تجارت و صنعت بازرگانی تجلی یافته است و سازگاری با محیط اجتماعی که در پذیرش اقلیت‌های دینی زرتشتی و یهودی در یزد و نیز سپاهی‌گری نکردن یزدی‌ها در طول تاریخ و حمله‌نبردن آنان به شهرهای هم‌جوار نمود یافته است. همان‌گونه که اشاره شد، یزدی‌ها در هر سه بعد پیش‌گفته، روحیه فعالانه و کنشگرانه و ترکیب‌گرانه از خود به نمایش گذاشته‌اند؛ یعنی هرچند اهل توکل به خدا و باور به تقدیر الهی بوده‌اند، کار و تلاش و پشتکار را نیز جزئی از دستور دین دانسته‌اند و به‌جای تقدیرگرایی افراطی و طرد دنیا و تن‌دادن به وارheidگی، کوشیده‌اند با همت و کوشش و خلاقیت خود آیه «و ان لیس للانسان الا ما سعی» را تجلی بخشند. به بیان دیگر، هرچند باور

داشتند که تقدیر همهٔ امور به‌دست خداوند است و سختی‌ها و مشکلات و کمبودها را پذیرفته و خود را با اقلیم سازگار کرده بودند، هم‌زمان بر این باور بودند که باید با سخت‌کوشی و پشتکار و قناعت، کمبودهای محیط طبیعی و کویری را جبران کنند و برای آبادانی آن بکوشند. با همین نگاه بود که هم‌زیستی فعالانه با طبیعت را در پیش گرفتند و با ساخت سازه‌های آبی هم‌ساز با طبیعت، از جمله قنات، آب‌انبار و سرداب و نیز معماری متناسب با اقلیم خشک و کویری، از جمله ساخت سازه‌های خشت‌وگلی، بادگیر، زیرزمین و... ضمن بهره‌گیری حداکثری از منابع طبیعی، هم‌زیستی با طبیعت را به نمایش گذاشتند.

مردم این خطه توانستند منطقهٔ کویری و بی‌بهره از مواهب طبیعی یزد را به فرصت تجاری و صنعتی درخور توجهی تبدیل کنند، به طوری که در ایران و حتی فراتر از ایران، به اعتبار و نشان (برند) خاصی تبدیل شود. یزدی‌ها دورافتادگی یزد و امنیت نسبی ناشی از آن را به فرصتی برای معرفی یزد به‌مثابهٔ محلی برای نگهداری اموال و کالاهای تجاری تبدیل کردند و با بهره‌گیری از موقعیت سوق‌الجیشی و مواصاتی خاص یزد، آن را به‌عنوان یکی از شهرهای مهم تجاری ایران مطرح نمودند. آنان با سخت‌کوشی و بهره‌گیری از ذهنیت ترکیب‌کنندهٔ خود، از خشکی هوای یزد، فرصتی ساختند برای رونق صنایع فرآورانه (تبدیلی) و کارگاهی، مانند تبدیل برگ حنا به حنای ساییده، تبدیل پنبه و پیلۀ ابریشم به نخ و پارچه‌های نخی و ابریشمی و...

علاوه بر همهٔ این‌ها، هم‌زیستی اجتماعی در این شهر، با وجود فراز و فرودهای آن در طول تاریخ، مستمر و بادوام بوده و نه‌تنها به سمت حذف اقلیت‌های دینی به‌ویژه زرتشتی‌ها پیش نرفته، بلکه به‌ویژه در یک‌صد سال اخیر، به سمت اعتماد متقابل پیش رفته است. در یک‌صدوپنجاه سال گذشته، یزدی‌ها توانستند از ارتباط تجاری زرتشتی‌ها با پارسیان هند و نیز فعالیت‌های گستردهٔ عام‌المنفعهٔ آنان در جهت آبادانی و توسعهٔ یزد بهره بگیرند و الگویی از هم‌زیستی نسبتاً مسالمت‌آمیز عرضه کنند.

یزدی‌ها با اینکه در طول تاریخ همواره به لحاظ سیاسی جزو ایالت‌ها یا استان‌های هم‌جوار (اصفهان، کرمان، فارس) محسوب می‌شدند، اما هیچ‌گاه به‌لحاظ اجتماعی و فرهنگی، خود را ذیل هیچ‌کدام از آن ایالت‌ها و استان‌ها تعریف نکردند؛ در عوض، فرهنگ، گویش (لهجه)، ذائقه و مهم‌تر از همه، نشان (برند) خاص خود را عرضه کردند که با اعتماد، درستی و سخت‌کوشی گره خورده است.

منابع

- افشار، ایرج (۱۳۷۱) *یزدنامه*، ج ۱، تهران: جداگانه.
- امامی ميبیدی، سيدمنصور (۱۳۹۴) *سیر تحول نساجی در یزد؛ از صفویه تا پایان قاجار*، یزد: انتشارات تیک.
- بازرگان، مهدی (۱۳۴۳) *سازگاری ایرانی*، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- باستانی پاریزی، محمدابراهیم (۱۳۹۳) *حماسه کویر*، تهران: علم.
- بشارت، حسین (۱۳۹۵) *یزد شهر من*، ج ۳، یزد: شاهنده.
- بلیکی، نورمن (۱۹۹۳) *استراتژی‌های پژوهش اجتماعی*، ترجمه آقابیک پوری‌هاشم، تهران: جامعه‌شناسان.
- بندیکس، راینهارد (۱۳۸۲) *سیمای فکری ماکس وبر*، ترجمه محمود رامبد، تهران: هرمس.
- بیتس، دانیل و فرد پلاگ (۱۳۹۰) *انسان‌شناسی فرهنگی*، ترجمه محسن ثلاثی، ج ۱۰، تهران: علمی.
- پاپلی یزدی، محمدحسین (۱۳۹۸) «تمدن قناتی یا تمدن کاریزی»، سخنرانی در «شب یزد»، ۲۸ فروردین ۱۳۹۸، خانه فرهنگ شهید صدوقی.
- پیرنیا، محمدکریم (۱۳۸۲) *سیک‌شناسی معماری ایرانی*، تدوین غلامحسین معماریان، تهران: پژوهنده.
- پیوسته‌گر، یعقوب و همکاران (۱۳۹۶) «بازشناسی اصول پنج‌گانه استاد پیرنیا در معماری خانه‌های سنتی ایران و تحلیل آن با استناد به منابع اعتقادی اسلامی، مطالعه موردی: خانه‌های شهر یزد»، *مطالعات شهر ایرانی اسلامی*، دوره هفتم، شماره ۲۷: ۵۱-۶۶.
- تشکری بافقی، علی‌اکبر (۱۳۷۷) *مشروطیت در یزد*، یزد: مرکز یزدشناسی.
- تشکری بافقی، علی‌اکبر (۱۳۸۹) «درآمدی بر صنعت بافندگی یزد در عصر صفوی»، *تحقیقات تاریخ اجتماعی*، سال اول، شماره ۱: ۴۱-۵۸.
- تشکری بافقی، علی‌اکبر (۱۳۹۲) *یزد عصر صفوی*، یزد: اندیشمندان یزد.
- توحیدلو، سمیه (۱۳۹۴) *حیات اقتصادی ایرانیان در دوره مشروطه*، تهران: هرمس.
- ثلاثی، محسن (۱۳۷۹) *جهان ایرانی و ایران جهانی: تحلیل رویکرد جهان‌گرایانه در رفتار، فرهنگ و تاریخ ایرانیان*، تهران: مرکز.
- جمالزاده، محمدعلی (۱۳۴۵) *خلقیات ما ایرانیان*، آلمان: نوید.
- جوادیان‌زاده، مجید (۱۳۹۵) *یزد در تراز گفت‌وگو*، یزد: آرتاکاوا.
- جوادی‌یگانه، محمدرضا (۱۳۹۴) *ایرانیان در زمانه پادشاهی*، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی و شورای اجتماعی کشور.
- چلبی، مسعود و علی جنادله (۱۳۸۶) «بررسی عوامل فرهنگی مؤثر بر موفقیت اقتصادی»، *پژوهشنامه علوم انسانی*، شماره ۵۳: ۱۱۷-۱۵۴.
- حاجی‌زاده میمندی، مسعود (۱۳۸۶) *عملیاتی‌کردن فرهنگ دارالعباده: شناخت شاخص‌ها و معرف‌ها*، یزد: اداره کل فرهنگ و ارشاد استان یزد.

حاجی‌زاده میمندی، مسعود (۱۳۹۱) *بازار یزد و بازارچه‌های پیرامونی آن در دویست‌سال اخیر*، تهران: بنیاد ایران‌شناسی.

حکیم، محمدتقی‌خان (۱۳۶۶) *گنج دانش: جغرافیای تاریخی شهرهای ایران*، تهران: زرین. دادبه، اصغر (۱۳۹۳) «یزد؛ خاستگاه فرهنگ کم‌آزاری»، فرهنگ یزد، سال پانزدهم، شماره ۵۱-۵۰: ۱۱-۱۴. رحمانی، جبار (۱۳۹۶) «فرهنگ و شخصیت در اصفهان؛ مطالعه‌ای انسان‌شناختی در باب یک گونه شخصیتی در شهر اصفهان»، پژوهش‌های انسان‌شناختی ایران، دوره هفتم، شماره ۱: ۷-۲۹. رجایی، فرهنگ (۱۳۹۶) *مشکله هویت ایرانیان امروز؛ ایفای نقش در عصر یک تمدن و چند فرهنگ*، چ ۲، تهران: نی.

روستا، احمد (۱۳۸۸) *الگوی مدیریت یزدی‌ها*، بی‌جا: شرکت کار و اندیشه. روششوار، ژولین دو (۱۳۷۸) *خاطرات سفر ایران*، ترجمه مهراں توکلی، تهران: نی. زند، زاگرس (۱۳۹۸) «بررسی انتقادی نظریه سازگاری ایرانی و پیشنهاد نظریه دوسویه فرهنگی سازگاری-سازش‌کاری ایرانی»، *تحقیقات تاریخ اجتماعی*، سال نهم، شماره ۱: ۱۷۳-۱۹۸. سعیدی، علی‌اصغر، و فریدون شیرین‌کام (۱۳۸۸) *زندگی و کارنامه حاج محمدتقی برخوردار*، تهران: گام‌نو. سلیمانی، مریم و کاظم مندگاری (۱۳۹۴) «بازشناسی اصول خانه‌های سنتی یزد در پاسخگویی به نیازهای اساسی روان‌شناختی»، *هنرهای زیبا*، دوره بیستم، شماره ۴: ۹۹-۱۰۹. سوئدبرگ، ریچارد (۱۳۹۱) *منفعت‌طلبی و ساختار اجتماعی: مباحثی در جامعه‌شناسی اقتصادی*، ترجمه علی‌اصغر سعیدی، تهران: لوح فکر.

شیرین‌کام، فریدون و ایمان فرجام‌نیا (۱۳۹۰) *پیش‌گامان رشد*، تهران: اندیکا. عرفان‌فر، محمدجواد (۱۳۸۷) *فهرست اسناد و موقوفات ایران*، دفتر پنجم، ج ۱، یزد: عرشیان. عزیززی، حمید و حسن کریمیان (۱۳۹۴) «نقش بازرگانان در بافت تاریخی شهر یزد در عصر قاجار»، *تاریخ اسلام*، سال شانزدهم، شماره ۱: ۲۳۱-۲۶۱.

عسکری‌ندوشن، عباس (۱۳۹۷) «نظری و گذری بر تحولات جمعیت‌شناختی ازدواج و خانواده در ایران»، در: نشست کانون تفکر سلامت اجتماعی، یزد: کانون‌های تفکر دانشگاه یزد. علی‌نژاد، منوچهر (۱۳۹۲) «تحلیل جامعه‌شناختی کنش‌های اقتصادی آذری‌زبان‌ها»، رساله دکتری دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

فراستخواه، مقصود (۱۳۹۶) *ما ایرانیان؛ زمینه‌کاوی تاریخی و اجتماعی خلیفات ایرانی*، تهران: نی. فلیک، اووه (۱۳۸۷) *درآمدی بر تحقیق کیفی*، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نی. قاضی‌مرادی، حسن (۱۳۸۷) *در پیرامون خودمداری ایرانیان: رساله‌ای در روانشناسی اجتماعی مردم ایران*، تهران: اختران.

قلم‌سیاه، اکبر (۱۳۷۳) *یزد در سفرنامه‌ها*، یزد: مؤسسه انتشارات یزد. مالکوم، ناپیر (۱۳۹۴) *خاطرات مالکوم؛ پنج‌سال زندگی در یکی از شهرهای ایران*، ترجمه علی‌اکبر تشکری، تبریز: بهاردرخت.

- مزیدی، علی محمد (۱۳۸۸) نقش وسایل ارتباط جمعی در احیای فرهنگ دارالعباده، طرح پژوهشی اداره کل فرهنگ و ارشاد استان یزد.
- مسرت، حسین (۱۳۸۷) «بررسی وقف و نیکوکاری در آبنبارهای ایران (به‌ویژه یزد)»، میراث جاویدان، سال شانزدهم، شماره ۶۳: ۶۰-۷۶.
- مسرت، حسین (۱۳۹۲) «آبنبارهای شهر یزد»، چیدمان، سال دوم، شماره ۳: ۲۲-۲۸.
- ملک‌زاده، الهام و مهدیه خانی سانج (۱۳۹۲) «آبنبارهای وقفی یزد در دوره‌های قاجار و پهلوی»، مسکویه، سال هشتم، شماره ۲۴: ۱۳۳-۱۶۴.
- میرحسینی، محمدحسن (۱۳۸۰) «بازرگانی یزد در دوره ناصرالدین‌شاه»، رساله دکتری دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران.
- میرحسینی، محمدحسن (۱۳۸۴) «نکته‌یابی از وقفنامه جامع‌الخیرات»، فرهنگ، شماره ۵۶: ۱۶۳-۱۸۴.
- میرحسینی، محمدحسن (۱۳۸۵) «وضعیت زمینداری و اقتصاد زراعی یزد در دوره ناصری»، بررسی‌های نوین تاریخی، سال دوم، شماره ۲: ۹۲-۱۰۴.
- نراقی، حسن (۱۳۸۰) جامعه‌شناسی خودمانی، تهران: اختران.
- ویر، ماکس (۱۳۸۲) اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری، ترجمه عبدالکریم رشیدیان و پریسا منوچهری کاشانی، تهران: علمی و فرهنگی.
- ویر، ماکس (۱۳۸۲) روش‌شناسی علوم اجتماعی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: مرکز.
- ویر، ماکس (۱۳۸۲) دین، قدرت، جامعه، ترجمه احمد تدین، تهران: هرمس.
- ویر، ماکس (۱۳۹۶) جامعه‌شناسی دین، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: ثالث.
- هریسون، لارنس و ساموئل هانتینگتون (۱۳۸۳) اهمیت فرهنگ، ترجمه انجمن توسعه مدیریت ایران، تهران: امیرکبیر
- Bellah, Robert N. (1957). Tokugawa Religion: The Values of Pre-Industrial Japan, Glencoe, Illinois: The Free Press
- Bonine Michael E. (1987). "Islam and commerce: waqf and the bazaar of Yazd, Iran", *erdkunde*, Pp. 182-196
- California publications in American archaeology and ethnology.
- Guiso, Luigi, Paola Sapienza and Luigi Zingales (2006). "Does Culture Affect Economic Outcomes?", *Journal of Economic Perspectives*, V. 20, N. 2, Pp. 23-48
- Hass, Jeffrey K. (2007). Economic sociology an introduction, UK: Routledge
- Kroeber, Alfred L. (1931). The Cultural Area and Age Area Concepts of Clark Wissler
- Kroeber, Alfred L. (1939). Cultural and natural areas of Native North America. University of
- Landes, David (1999). The Wealth and Poverty of Nations: Why Some are So Rich and Some So Poor, New York: Norton & Company Inc.

Wissler, Clark (ed.) (1975) Societies of the Plains Indians AMS Press, New York, Reprint of v. 11 of Anthropological papers of the American Museum of Natural History, published in 13 pts. from 1912 to 1916.

