

تقسیم کار در بازار رقابت کامل

رابطه‌ای غیرطبیعی برای ساخت فضای جامعه اسلامی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۸/۰۲

علی طوسی * حسین بیاتانی ** ۱۰۹

چکیده

جهان‌های معنایی به شرطی قابلیت تحقق اجتماعی دارند که قدرت تغییر و تصرف در روابط اجتماعی را بر اساس مبانی معنایی‌شان داشته باشند. با وجود این، این شرط لازم برای تحقق عینی جهان اجتماعی است، نه شرط کافی. بینش‌ها باید بتوانند ساختارها و نهادها - به تعبیر لوفوری، «فضایی» - را با حداکثر هماهنگی درونی پیشنهاد بدهند تا افراد در متن یک روابط سهل‌الوصول و هماهنگ یا فضای جامعه طبیعی متشکل از روابط، تنظیمات خرد و کلان، نظامات حق و تکلیف و ... قرار بگیرند؛ در غیر این صورت، محکوم به میرایی به نفع دیگر بینش‌ها خواهند بود. فضای اجتماعی مدرن، به مثابه فراگیرترین فضای اجتماعی زمانه ما، مبتنی بر طرحی است که آدام اسمیت برای نخستین بار آن را در «قالب تقسیم کار در بازار رقابت کامل» مدون نمود. در این تحقیق کارکردهای طرح اسمیت را در ساخت فضای زیست اجتماعی با کمک نظریه «تولید فضای هانری لوفور در قالب شهر جمع‌بندی کرده و در گامی دیگر، خصوصیات جامعه اسمیتی با احکام اسلامی مقایسه خواهد شد تا روشن گردد چگونه گسترش بازارگونه نظم اجتماعی با ساخت «انسان ادیان» قابل هماهنگی نیست و به تعارض ایمان فردی و فضای اجتماعی می‌انجامد.

واژگان کلیدی: جهان معنایی، فضای اجتماعی، تعادل اسمیتی، فضای لوفوری، انسان ادیان.

طبقه‌بندی JEL: Z12, D59, D50

مقدمه

فضای اجتماعی، یعنی محل فیزیکی یا مجازی تجمع و تعامل انسان‌ها، نوع خاصی از روابط انسانی را سامان می‌دهد که از سویی متأثر از اجزای تشکیل‌دهنده آن رابطه و از سوی دیگر متأثر از بینشی است که این سازه را آفریده است. در این مقاله ابتدا به توضیح «تولید فضای اجتماعی» بر اساس نظریه هانری لوفور (Henri Lefebvre) پرداخته (Lefebvre, 1974)، سپس نظریه دست نامرئی آدام اسمیت (Adam Smith) بررسی می‌شود که ایده اصلی تولید و تعادل‌بخشی به فضاها را اجتماعی روزگار ماست.

طبق نظریه لوفور، مسائل سیاسی و اقتصادی زندگی شهری و روستایی متأثر از جهان‌بینی‌های افرادند. وی فضای زیست مطلوب را تولیدکردنی می‌داند و معتقد است هر بینش و ایدئولوژی، فضای مخصوص خودش را می‌سازد تا به هدف خود در تغییر اجتماعی دست یابد. قسمت دوم مقاله بر فضای شهر مدرن متمرکز و توضیح داده می‌شود که شهر مدرن در سامان‌دهی و ساختاریابی خود، مدیون بینش اسمیتی در تعادل به وسیله دست نامرئی بازار است و بر آن است که تعادل اجتماعی را از طریق تبدیل همه جامعه به بازار محقق نماید. در بخش آخر مقاله به این پرسش پاسخ داده می‌شود که آیا فضای اسمیتی می‌تواند انسان‌های مؤمنی را پیروانند که بینش خود را از ایمان به نصوص دینی می‌گیرند؟ اگرچه اقبال به اندیشه هانری لوفور در جهان در سال‌های اخیر رواج یافته، اما استفاده توأمان از نظریه برای تولید فضای اجتماعی لوفور و نظریه تقسیم کار در فضای رقابت کامل اسمیت و مقایسه آن با بینش اسلامی، پژوهشی انجام نشده است. با توجه به این خلأ تئوریک، هدف از این تحقیق، شناسایی علل ناموزون شدن فرهنگ اسلامی در مواجهه با فضاها را مدرن است که مقایسه توأمان این سه مقوله کمک شایانی به ما خواهد کرد. این امر از بدو ورود آمرانه مدرنیته به کشورهای اسلامی، منشأ آسیب‌های اجتماعی متعددی در جوامع مسلمان بوده است. منابع پژوهش به روش کتابخانه‌ای گردآوری شده و در تجزیه و تحلیل داده‌های استخراج‌شده از ترکیب روش توصیفی و تحلیل محتوا استفاده شده است. ترکیب این دو روش کمک می‌کند بینش اسمیتی با جهان‌بینی اسلامی، در نحوه تحقیق‌بخشیدن به فضای شهر مدرن و مدینه اسلامی با یکدیگر مقایسه شود. سنجش

پیامدهای اجتماعی ناشی از آمیزش حساب نشده این دو جهان معنایی از دستاوردهای این پژوهش محسوب می شود.

۱. فضای اجتماعی

لوفور در نظریه «تولید فضا» (Production of space) می کوشد مسائل سیاسی و اقتصادی زندگی روزمره شهری و روستایی را با نگاه فلسفی گره بزند. وی بر این باور است که فضاهای زیست انسانی باید امتداد جهان معنایی برآمده از بینش و جهان بینی افرادش باشند. این نظریه می تواند مجموعه کارآمدی از ابزارهای مفهومی را برای ترسیم فضا‌مندی سیاست و تاریخ در اختیار ما قرار دهد (الدن، ۱۳۹۵، ص ۷۰). لوفور در کسوت یک منتقد سرمایه داری، از تفکر انتقادی مارکسیسم نیز انتقاد می کند که «اقتصاد سیاسی مارکس، جنبه مادی تولید را نادیده گرفته است؛ جهان کالاها افزون بر زمان، در فضا نیز وجود دارد ... دیالکتیک افزون بر اینکه زمانمند است، فضا‌مند نیز هست» (گاتدینر، ۱۳۹۵، ص ۱۸). لوفور مانند بسیاری از متفکران فرانسه بعد از جنگ است که به ایده های تلفیقی میان فضای مارکسیستی و نیچه ای - هایدگری رو آوردند. لوفور در این تطبیق صرفاً از حیث پدیدارشناسی یا ساختارگرایی، فضای اجتماعی را دنبال نکرده است؛ بلکه وی «به دنبال این بود که ببیند ساختارها، نشانه ها و رمزگان های امر روزمره چگونه با زندگی درمی آمیزند. لوفور این مفهوم را در کارهای پرشمارش در زمینه جامعه شناسی شهری و روستایی به کار بست» (الدن، ۱۳۹۵، ص ۷۱). او سعی کرد پژوهش در حوزه زندگی روزمره در شهر را از یک خرده گرایش کم اهمیت جامعه شناسی به موضوع پراهمیت در فلسفه و اقتصاد و علوم اجتماعی بدل کند.

لوفور سخنرانی خود در دانشگاه بوستون (اوایل دهه ۱۹۷۰) را این گونه شروع کرد که «تغییر در زندگی»، «تغییر جامعه» اینها شاید هیچ معنایی نداشته باشند، اگر هیچ گونه تولید فضای تصرف شده وجود نداشته باشد (لوفور، ۱۳۹۵، ص ۳۱). او در کتاب «تولید فضا و بقای سرمایه داری» توضیح داده است: انقلابی که فضای جدیدی را تولید نکند، پتانسیل کاملش را واقعیت نبخشیده است؛ این انقلاب از آن حیث شکست خورده که نه خود زندگی، بلکه صرف رونبهای ایدئولوژیک، نهادها یا دستگاه های سیاسی را تغییر داده است.

... «زندگی را تغییر دهید»؛ «جامعه را تغییر دهید»؛ این احکام بدون تولید فضایی مناسب هیچ معنایی ندارند (همان، ص ۳۰۹).

لوفور می‌کوشد به جهان‌بینی‌ها و بینش‌هایی که در کنش اجتماعی خود به دنبال ساخت یک وضعیت تمدنی متمایز هستند، این نکته را گوشزد کند که نباید انقلاب خود را در تصرف نهادها و دستگاه‌های سیاسی تقلیل دهند و بحران‌های پیش‌آمده در وضعیت کنونی خود را به بحران‌های اقتصادی فرو نگاهند و به جای آن به دنبال تغییر ژرف جامعه و تمدن باشند (همان، ص ۴۴). به نظر او تغییر ژرف تمدنی در جایی است که انقلاب‌های اجتماعی بتوانند تولید فضا بکنند. لوفور فضای زیست مطلوب را تولیدکردنی می‌داند؛ یعنی برخلاف آنچه امروزه گمان می‌شود زیست اجتماعی یک نظام یگانه است، وی معتقد است که انقلاب‌ها و بینش‌های اجتماعی دیگر هم می‌توانند فضا تولید کنند. وی با نگاه معصومانه به علم که «هر چیزی یک نسخه علمی دارد و بی‌شمار نسخه ایدئولوژیک»، به شدت مخالفت کرده و معتقد است استفاده از روش‌های علمی نیز مبتنی بر ایدئولوژی و حتی بینش سیاسی هستند (سوندرز، ۱۳۹۲، ص ۲۱۲). در واقع، لوفور ایدئولوژیک‌بودن ابتدای نظام اجتماعی بر جهان معنایی را نه تنها منفی نمی‌داند، بلکه بر این باور است که «نظامی را می‌توان ایدئولوژیک دانست که به‌گونه‌ای، هدایت‌کننده کنش‌های انسانی باشد و آن کنش‌ها نیز در خدمت حفظ نظام روابط اجتماعی [مبتنی بر آن ایده] باشند» (همان، ص ۲۱۱).

نظریه لوفور بر توضیح اوربانیسم (Urbanism) و شهری‌شدن در عصر جدید متمرکز است. او تأکید می‌کند که انفجار City تاریخی و شهری‌شدن فراگیر جامعه، یک امر متأخر و مربوط به سده‌های اخیر است که متأثر از رشد نیروهای مولد و مداخله مستقیم دانش در تولید مادی رخ داده است (لوفور، ۱۳۹۵، ص ۳۱). وی توضیح می‌دهد شهرگرایی که امروزه به عنوان یک نظام، طرفداران بسیاری پیدا کرده است، «هم ایدئولوژی است و هم پراکسیس» (سوندرز، ۱۳۹۲، ص ۲۱۳). فضای انتزاعی سرمایه‌داری و نوسرمایه‌داری، نوعی فضای انتزاعی را تولید کرده‌اند که بازتاب جهان دادوستد در سطحی ملی و بین‌المللی و نیز قدرت پول و سیاست دولت است. این فضای انتزاعی به شبکه‌های وسیع بانک‌ها، مشاغل و مراکز بزرگ تولید وابسته است؛ افزون بر این، مداخله فضایی بزرگراه‌ها، فرودگاه‌ها و شبکه‌های اطلاعاتی نیز وجود دارند.

فضا به سان یک کل، بخشی از شیوه مدرن شده تولید سرمایه دارانه به شمار می رود. فضا به منظور تولید ارزش اضافی به کار گرفته می شود. روی زمین، زیر زمین، هوا و حتی نور هم در زمره نیروهای مولد و فراورده ها قرار می گیرد. بافت شهری، با شبکه های چندگانه ارتباط و مبادله اش، بخشی از وسایل تولید است. City و تأسیسات گوناگونش (بنادر، ایستگاه های قطار و ...) بخشی از سرمایه هستند. City، فضای Urban و واقعیت آن را نمی توان صرفاً به سان مجموع مکان های مصرف اجناس (کالاها) و مکان های تولید (بنگاه های اقتصادی) دانست. فضا، به ابزار سیاسی برای دولت تبدیل شده است. دولت به شیوه ای از فضا استفاده می کند که کنترلش بر مکان ها، سلسله مراتب دقیقش، همگنی کلی و جدایی اجزا را تضمین کند (لوفور، ۱۳۹۵، ص ۳۴). فضا، پلیسی شده است؛ سلسله مراتب فضاها با سلسله مراتب طبقات اجتماعی هم خوان شده است؛ بنابراین در شیوه تولید کنونی، فضای اجتماعی در زمره نیروهای مولد و وسایل تولید، روابط اجتماعی تولید به ویژه بازتولید روابط تولید به شمار می رود. تاریخ در سطح جهانی شکل می گیرد و در نتیجه، فضایی را در همان سطح تولید می کند. شکل گیری بازار جهانی، تعمیم بین المللی دولت و مسائل آن، روابط جدید بین جامعه و فضا. فضای جهان، همگی زمینه هایی هستند که عصر ما در آن ساخته می شود. به این ترتیب بخشی از نظریه او به توضیح دقیق تاریخی این اتفاق بزرگ اختصاص دارد که چطور سرمایه داری توانست فضای خود را در مقیاس جهانی تولید کند تا دلالت های انتزاعی این چیدمان فضا، زندگی مردم را درون ایدئولوژی سرمایه داری فرو برد.

لوفور برای خروج از فضای سرمایه داری، به تبع مارکس، مبارزه طبقاتی را پیشنهاد می کند و توضیح می دهد:

فقط تضاد طبقاتی می تواند مانع از آن شود که فضای انتزاعی، خودش را در سرتاسر سیاره بگستراند و در نتیجه تمام تفاوت های فضایی را بزدايد. فقط کنش طبقاتی می تواند تفاوت هایی را تولید کند که در برابر آنچه برای رشد اقتصادی درونی است، یعنی در برابر استراتژی، منطق و نظام، ایستادگی کند (همان، ص ۳۵).

ما در صدیم که فارغ از لایه اثباتی و پیشنهاد مارکسیستی لوفور، از نظریه او درباره اینکه هر بینش و ایدئولوژی اجتماعی باید فضای خود را بسازد تا بتواند به هدف خود در

تغییر جامعه دست یابد، بهره ببریم؛ به این ترتیب روشن خواهد شد که نظریه «تقسیم کار اجتماعی در بازار رقابت کامل» *آدام اسمیت*، در اصل، یک نظریه راهنما برای تولید فضاست و کارکردی بسیار وسیع‌تر از اقتصاد دارد؛ همچنین نشان داده خواهد شد که این نظریه نمی‌تواند راهنمای مناسبی برای تولید فضایی با دلالت‌های دینی باشد؛ لذا متحول کردن «فضای جمهوری اسلامی ایران» با راهنمایی نظریات بازار رقابت کامل، به معنی مغلوب شدن بینش و جهان معنایی اسلام است؛ از این رو ما باید به دنبال نظریه راهنمایی دیگری باشیم که قدرت تعادل‌بخشی آن متناسب با اسلام باشد.

۲. ارکان تقسیم‌کار در «بازار رقابت کامل» اسمیت

آدام اسمیت، پدر اقتصاد مدرن، مدرس «منطق» و «فلسفه اخلاق» بود. وی پیش از نوشتن کتاب معروف بررسی درباره ماهیت و علل ثروت ملل، با کتاب نظریه عواطف اخلاقی شناخته می‌شد؛ از این رو در کتاب ثروت ملل با نظریه‌پردازی مواجهیم که در کار بست عقل، عمل و نظر دقت‌های منطقی را به خوبی می‌شناسد و با چنین پیشینه‌ای در انسان‌شناسی، ثروت ملل را در قامت یک طرح برای جامعه‌پردازی ارائه می‌دهد. اگرچه ما نظریه دست نامرئی بازار را نظریه‌ای در حوزه اقتصاد سیاسی می‌شناسیم، اما او را باید از مؤثرترین نظریه‌پردازان در جامعه‌شناسی دانست. بدین دلیل است که *لویس آلفرد کوزر* (Lewis A. Coser) در اشاره به زمینه‌های اصلی مؤثر بر شکل‌گیری شخصیت *آگوست کنت*، به تأثیر نظریه تقسیم کار *اسمیت* اشاره کرده است (کوزر، ۱۳۸۰، ص ۶۵)؛ از این رو در مقاله حاضر، نظریه *اسمیت* به عنوان نظریه‌ای زیربنایی برای ساخت جامعه و تولید «فضا» مورد دقت قرار خواهد گرفت.

۲-۱. تقسیم کار

اسمیت مسئله خود را از اینجا آغاز می‌کند که مایحتاج یک «ملت» باید توسط کار سالانه آن ملت تأمین شود که در یک فرایند به سرمایه و پول آن ملت بدل شده است؛ سپس به این نکته توجه می‌دهد که خوب تأمین شدن این مایحتاج بسته به این است که چقدر پول برای چه تعداد وجود دارد. وی معتقد است که دو عامل در میزان این ثروت مؤثرند: اول مهارت،

چیره‌دستی و بصیرتی که معمولاً کار با آن انجام می‌شود و دوم، نسبت بین تعداد کسانی که در کار متمرکز و مفید استخدام شده‌اند و کسانی که در مشاغل غیرمفید کار می‌کنند؛ همچنین تصریح می‌کند که فراوانی یا کاستی محصول نیز بستگی به شرط اول دارد تا شرط دوم (اسمیت، ۱۳۵۷، ص ۱). / اسمیت به دنبال تحلیل این مسئله است که چرا «در بین کشورهای متمدن و ثروتمند با اینکه تعداد کثیری از مردم اصلاً کار نمی‌کنند و بسیاری از آنان ۱۰ برابر و گاهی ۱۰۰ برابر محصول کار یک نفر را مصرف می‌کنند، مع‌هذا کل محصول کار جامعه آنقدر زیاد است که همه آنها اغلب به حد وفور از آن بهره‌مند می‌شوند و یک کارگر، حتی از فقیرترین و پایین‌ترین طبقات اگر صرفه‌جو و کوشا باشد، ممکن است سهم بیشتری از مایحتاج و وسایل آسایش زندگی داشته باشد تا یک فرد غیرمتمدن در یک کشور ابتدایی؟» (همان، ص ۲).

از نظر او علل این ترقی، بهبود نیروی تولید کارگر و نظم است که به موجب آن، محصول وی طبیعتاً بین طبقات و گروه‌های مختلف جامعه توزیع می‌شود. البته این توجه، پایان تلاش / اسمیت برای یافتن پاسخ نیست؛ او به دنبال آن است که دقیقاً چه نوع بهبودی سبب رشد مهارت و بهبود نیروی کار و نظریه تولید شده است. / اسمیت پاسخ این سؤال را «تقسیم کار» می‌داند و می‌نویسد:

مهم‌ترین اصلاح و پیشرفت‌هایی که در نیروی مولد کارگر پدید آمده و قسمت اعظم مهارت، چابکی و بصیرتی که این نیروی مولد با آن در همه جا هدایت شده یا به کار رفته است، ظاهراً نتیجه و اثر تقسیم کار بوده است (همان، ص ۷).

اسمیت یک کارگاه کوچک سنجاق‌سازی را مثال می‌زند و معتقد است «تقسیم کار تا آنجایی که قابل اجرا باشد، در هر صنعتی موجب افزایش نیروی مولد کارگر می‌شود» (همان، ص ۸). به نظر او، جدایی حرف و مشاغل، نتیجه قهری [و از] محاسن تقسیم کار است؛ چراکه سبب می‌شود کارگر بتواند بیش از نیازش تولید کند؛ به این ترتیب غنای عمومی افزایش می‌یابد و قدرت تهیه مایحتاج زندگی، حتی برای کارگران ساده‌ای که تقسیم کار در آنها به حداکثر رسیده، بسیار بهتر از موارد مشابه در جامعه‌ای می‌شود که تقسیم کار در آنها ضعیف است.

اسمیت معتقد است که تلاش بشر برای تقسیم کار، معلول هیچ اصلی نیست؛ بلکه یک «ضرورت» است. این امر در «طبیعت مبادله‌گر انسان» ریشه دارد که یکی از اصول ابتدایی طبع بشر است (همان، ص ۱۴). این نگاه/اسمیت دقیقاً در تحلیل انسان‌شناسانه او و ماهیت و فلسفه اخلاق و ارزش نزد او ریشه دارد. وی در فلسفه اخلاق و توضیح عقل عملی انسان، یک «منفعت‌گرای شخصی» است. این بند معروف/اسمیت در ثروت ملل گویای دقت او به تحلیل انسان‌شناسانه‌ای است که آن را پایه تقسیم کار می‌داند.

حس خیرخواهی و بشردوستی گوشت‌فروش، آبجوساز و نانوا نیست که غذای ما را تأمین می‌کند، بلکه توجه آنها به نفع خودشان است که موجب این کار می‌شود. ما از صفات انسانی آنها سخن نمی‌گوییم، بلکه سخن از خودخواهی آنان است و از نیازهای خود با آنان سخنی به میان نمی‌آوریم، بلکه از مزایایی که از این مبادله نصیبشان خواهد شد، برایشان برمی‌شمریم. هیچ‌کس به‌طور کلی به حس خیرخواهی همشهریان خود متکی نیست، مگر گدایان (همان، ص ۱۵).

اسمیت تقسیم کار را به انسانی پیشنهاد می‌کند که طبیعت او، خودخواهی و سوداگری است؛ یعنی اگر انسان خودخواه است، پس ذاتاً مبادله‌گر است و اگر مبادله‌گر است، تقسیم کار، طبیعی‌ترین رفتاری است که می‌تواند داشته باشد تا بدون دست‌برداشتن از منفعت‌گرایی شخصی‌اش، منافع عمومی را تأمین کند.

۲-۲. بازار رقابت کامل

بنا بر اندیشه/اسمیت، ساخت صحیح جامعه باید بر بنیان ایجاد یک بازار استوار باشد و گسترش بازار، تنها راه گسترش تعادل اجتماعی در جامعه‌ای است که «سوداگری» صفت پایه او و گزاره اصلی محاسبات عقل عملی اوست. نتیجه بدیهی نظریه/اسمیت آن است که او برای رشد تعادل اجتماعی، گسترش بازار به همه عرصه‌ها را پیشنهاد می‌کند. /اسمیت تذکر می‌دهد: «همان‌طور که قدرت مبادله، موجب تقسیم کار می‌شود، همان‌طور هم وسعت و دامنه این تقسیم کار باید محدود به میزان قدرت مبادله گردد و یا به سخن دیگر محدود به دامنه وسعت بازار گردد» (همان، ص ۱۸). دلالت التزامی اما قطعی این سخن این است که تقسیم کار تنها در درون بازار سبب ایجاد تعادل انسان سوداگر می‌شود؛ بنابراین اگر انسان

سوداگر بخواهد از گرگی خود فاصله بگیرد، باید قدرت مبادله او در بازار به تقسیم کار منتهی شود.

۲-۳. انسان تراز برای زندگی در فضای اجتماعی اسمیتی

انسان تراز / اسمیت از لحاظ روان‌شناسی و اخلاق، همان انسان «سوداگر» است؛ یعنی انسانی که به تعبیر بنتهام (Bentham)، انگیزه همه اعمالش، تمنای او برای کسب لذت و احتراز از درد است. از نظر بنتهام، طبیعت، نوع بشر را در انقیاد دو سلطان مطلق درد و لذت قرار داده است و این دو بر تمامی اعمال، گفتار و افکار ما حکومت می‌کنند (هانت، ۱۳۸۱، ص ۱۰۳). این نوع برداشت از مکانیزم عقل عمل انسانی، وقتی با این درک از خودخواه‌بودن انسان تلفیق می‌شود، معنای کامل انسان سوداگر را افاده می‌کند. البته پیش و پس از بنتهام، دیگرانی همچون هابز (هابز، ۱۳۸۹، ص ۱۸۹)، جان لاک (لاک، ۱۳۸۷، ص ۵۱) و اسمیت (اسمیت، ۱۳۵۷، ص ۱۵) هم به صراحت، تعریف پایه‌ای خود از انسان را بر انسان سوداگر بنا نهاده و کوشیده بودند که بهترین تنظیم و تعادل اجتماعی جامعه‌ای را بیابند که متشکل از چنین انسانی است.

دانشمندان در قرن ۱۷ و ۱۸ میلادی در حال تلاش برای تغییری خودآگاه در تعریف انسان پایه و جامعه مطلوب بودند. مورخان تاریخ اجتماعی در توصیف اخلاقی و فرهنگی مردم اروپا در قرون وسطی به علت حضور پررنگ کلیسا در عرصه علم و فرهنگ و حتی قدرت و تنظیم اجتماعی، انسان تراز و پیشرو را انسان اخلاقی می‌دانستند که تفسیری از سنت یهودی - مسیحی است. در این سنت، انسان مطلوب، انسانی است که اخلاقی مبتنی بر همکاری مسیحی دارد. این تلقی از انسان «بازتاب این حقیقت است که تمامی جامعه به عنوان وجودی واحد و به هم پیوسته در نظر گرفته شده بود» (هانت، ۱۳۸۱، ص ۴۵). از این اخلاق، غالباً با نام «اخلاق پدرسالارانه مسیحی» یاد می‌شود. در این تصور انسان‌شناختی، قدرت و ثروت انسان در مقام یک پدر برای خانواده خود قرار می‌گیرد؛ نه انسانی خودخواه که کسب لذت و ترس از درد خودش، محرک او به سمت افعال خیرش به دیگران باشد. در این دوره فرهنگ عمومی آن‌چنان بر علیه اخلاق سوداگری موضع می‌گیرد که گاهی کتاب‌هایی مثل کتاب رستگاری ثروتمند برای رفع «ناامیدی پایه‌ای» در ثروتمندان نوشته

می‌شود تا آنها بتوانند درک کنند که چون ثروتمند هستند، لزوماً انسان‌هایی نیستند که رستگار نشوند (همان، ص ۴۵-۴۹).

به این ترتیب، باید نظریاتی همچون نظریه لویاتان هابز و تقسیم کار در بازار رقابت کامل/سمیت را نظریاتی دانست که در صدد تنظیم دوباره جامعه‌ای برآمده‌اند که تعریف انسان تراز و پیشرو در آن متحول شده است. پذیرفتن این تنظیمات و پیشنهادهای مبتنی بر آنها، اولاً منوط به وجود غلبه این نوع انسان در جامعه‌ای است که می‌خواهد این تنظیم را بپذیرد؛ ثانیاً به قبول ارجحیت این نوع انسان نیز اشاره می‌کند. نتیجه منطقی سخن فوق این است که حتی اگر همه افراد جامعه سوداگر باشند، اما در نهم خود عبور از این وضعیت را طلب کنند، پذیرفتن نظریه هابز یا/سمیت معقول نیست.

۳. متروپل به مثابه فضای اسمیتی

متروپل (Metropolis) یا کلان‌شهر به فضایی اشاره دارد که از سویی ادامه پولیس (Polis) یونانی است و از سوی دیگر متناسب‌شده با فرهنگ نوظهور در اروپای بعد از رنسانس. متروپل مسئله‌ای مهم در شناخت تاریخی فضای اجتماعی مدرن است. اگرچه «پدیده شهری امروز کره زمین را تسخیر کرده است» (فیالکوف، ۱۳۸۳، ص ۱۳)، اما بر اساس آمار سازمان ملل متحد در حدود سال ۱۹۹۰ تنها ۵۰ درصد جمعیت جهان، شهری^۱ بوده‌اند. در سال ۱۹۵۰ تنها ۳۳ درصد جمعیت جهان شهرنشین بوده است. در سال ۱۹۵۰ تعداد شهرهای با جمعیت یک میلیون نفر، ۲۵۰ شهر بوده است؛ درحالی‌که در سال ۱۹۰۰ تنها ۱۶ شهر چنین جمعیتی داشته‌اند (همان). نکته حائز اهمیت این است که در انگلستانی که پیشرو شهری شدن در جهان امروز بود، در سال ۱۷۵۰ تنها دو شهر با جمعیت بالای ۵۰ هزار نفر وجود داشته است (هانت، ۱۳۸۱، ص ۱۴۳) و در سرتاسر قرون وسطی این روستاها (مانور) بودند که محل اصلی زندگی مردم محسوب می‌شدند و معدود شهرهای موجود که بورگ (Bourg) نامیده می‌شدند، همگی کمتر از ۵۰ هزار نفر جمعیت داشتند. همان‌طور که سندرز به‌درستی اشاره می‌کند در فرهنگ علوم اجتماعی تنش عمیق و بادوامی بین تصور از

^۱ بر اساس نقاط مسکونی ۵ هزار نفر به بالا.

شهر و تصور از روستا وجود دارد (سندرز، ۱۳۹۲، ص ۱۱۳) که حجم وسیعی از آنها را می‌توان نقد به متروپل، از آن حیث که فضای تولیدشده توسط مدرنیته سرمایه‌دارانه است، دانست. هم‌آهنایی که سعی می‌کنند از این ابرزیستگاه انسانی دفاع کنند و هم کسانی که نگاه انتقادی به آن دارند، آن را صرفاً محلی برای به‌حداقل‌رساندن فاصله بین کارگر و تاجر و مصرف‌نمی‌دانند، بلکه تبدیل بورگ‌های کوچک قرون وسطی به City و متروپل را نوعی تبدیل فضای زیست اجتماعی انسان دانسته‌اند که ریشه در بلی گفتن ایشان به پیشنهاد مدرنیته دارد.

فردینان تونیس (Ferdinand Tönnies) جامعه‌شناس آلمانی با مطالعه احساسات و انگیزه‌هایی که مردم را به هم نزدیک و متصل کرده و آنها را تشویق به کنش مشترک می‌کند (تونیس، ۱۹۵۵، ص ۳) معتقد است که «اراده طبیعی» و «اراده عقلانی» - که به تعبیر سودرز تمایز آنها تمایز قلب و سر است - دو نوع اراده متمایز هستند که می‌توان در امور اجتماعی، تسلط یکی از آن دو را بر فضای اجتماعی شناسایی کرد. در جایی که روابط اجتماعی زیر سلطه اراده طبیعی و پیوندهای طبیعی خونی و همسایگی و باورهای مذهبی است، می‌توان از «گمن‌شافت» (Gemeinschaft) سخن گفت؛ ولی در جایی که اراده عقلانی و پیوندهای هدفمند و محاسبه‌گرانه حاکم است، شاهد «گزل‌شافت» (Gesellschaft) هستیم (سندرز، ۱۳۹۲، ص ۱۱۷). تونیس بر این نظر است که جوامع بشری در طول زمان، از نوعی پیوندهای مبتنی بر گمن‌شافت به روابط مبتنی بر گزل‌شافت تغییر کرده‌اند. نکته حائز اهمیت و پیونددهنده نظریه او با این مقاله در این مطلب است که از نظر تونیس، عاملی که بیش از همه سبب این تغییر شده، تجارت و توسعه نظام سرمایه‌داری است. او حتی در جایی گزل‌شافت را به عنوان «جامعه بورژوازی» معرفی کرده است (همان، ص ۱۱۷). تونیس معتقد است که نظام سرمایه‌داری پیوندهای طبیعی اجتماعی را باز می‌کند، ولی در مقابل، وحدت متزلزلی مبتنی بر محاسبه مالی و جست‌وجوی قاطعانه منافع شخصی را جایگزین می‌سازد (همان، ص ۱۱۸). او تأکید می‌کند:

روابط در گزل‌شافت چیزی بیش از تعداد زیادی از صرف افرادی نیست که قادرند چیزی برای عرضه داشته باشند و در نتیجه وعده چیزی را بدهند. در گزل‌شافت هر فردی در جست‌وجوی منفعت خودش است و تا جایی با کنش‌های دیگران هم‌نوا و موافق است که

منافع او را تأمین کنند (تونیس، ۱۹۵۵، ص ۸۸).

گزل‌شافت تونیس به‌وضوح تحلیلی از فضای شهر و کلان‌شهر مدرن است که شاخصه‌های جامعه اسمیتی را در کانون توجه قرار داده است. تونیس انسان تراز گزل‌شافت را انسان منفعت‌جو و سوداگری معرفی می‌کند که در تقسیم کار قرار گرفته و عامل شکل‌گیری این جامعه، توسعه تجارت و به تعبیر دیگر، بازار است. او در نهایت پیش‌بینی می‌کند که «با توسعه شهر - که به‌طور کلی معرف گزل‌شافت است - و کلان‌شهر - به عنوان عالی‌ترین شکل گزل‌شافت - گمن‌شافت کاملاً از بین می‌رود (سندرز، ۱۳۹۲، ص ۱۱۸). سندرز در تحلیل خود از کتاب **جامعه و جامعه مدنی تونیس**، به‌درستی بر غیرقابل‌تفکیک بودن اثرات نظام سرمایه‌داری از تأثیرات شهرگرایی اشاره کرده و تأکید می‌کند: «اهمیت اثر تونیس در ارتباط با توسعه جامعه‌شناسی شهری در این است که او این دو بعد را در هم ترکیب کرد» (همان، ص ۱۱۹).

گئورگ زیمل (Georg Simmel) دیگر جامعه‌شناس آلمانی است که روی ماهیت شهر مدرن تحقیقاتی انجام داده است. او نه روی انگیزه‌های حاکم بر روابط اجتماعی، بلکه روی جوانب دیگری از کلان‌شهر متمرکز شده است. در آثار زیمل، متروپل در نقش «ساختار» مدرنیسم مطرح می‌شود (همان، ص ۱۲۶). دغدغه تعطیل‌ناپذیر زیمل در تحلیل متروپل، روی سه موضوع استوار است: «حجم»، «تقسیم کار» و «پول». در محور اول معتقد است وقتی گروه‌های کوچک به گروه‌های بزرگ تبدیل می‌شوند، یک تغییر کیفی رخ می‌دهد، نه یک تغییر صرفاً کمی. به نظر او بزرگ‌شدن گروه‌های اجتماعی از روستاها و شهرهای بسیار کوچک قدیمی به شهرهای بزرگ مدرن، سبب ایجاد حداقل ۵ تغییر کیفی شده است:

- رسوم، جای خود را به مکانیسم‌های کنترل رسمی می‌دهند؛
- تعهد فرد در بین تعداد زیادی از حلقه‌های اجتماعی گوناگون گسترش می‌یابد؛
- قلمرو آزادی فردی گسترده‌تر می‌شود؛
- ماهیت روابط اجتماعی، غیرشخصی می‌شود؛
- آگاهی فرد از خودش برجسته‌تر می‌شود (همان، ص ۱۲۳).

در بحث تقسیم کار، به این نکته متذکر می‌شود که در جوامع مدرن، حداقل سه تأثیر در

پیوندهای انسانی شکل گرفته است:

اول: تقسیم کار، الگوی متجانس و دارای انسجام عمودی جوامع قدیمی را فرو می‌ریزد و جامعه را بخش‌بندی و قشربندی می‌کند؛ به نحوی که انسان‌ها در حلقه‌های اجتماعی با یکدیگر تماس می‌شوند؛ لذا انسان‌ها ممکن است در چند حلقه عضو باشند، اما در هر کدام از این حلقه‌ها با عنصری از عناصر شخصیتی خود حاضر هستند، بدون آنکه دیگر عناصر شخصیتی‌شان حضور داشته باشد.

دوم: تقسیم کار، خودآگاهی ایجادشده بر اثر افزایش در حجم گروه را تقویت می‌کند. در یک جامعه با تقسیم کار پیشرفته، فرد همیشه در معرض انواع نامحدود شرایط و احساسات در حال تغییر است. در این شرایط، تنها عامل ثابت، همان شخصیت خاص خود فرد است. در نتیجه، تقسیم کار سبب تشویق خودپرستی و فردگرایی می‌شود.

سوم: تقسیم کار در جامعه موجب از خودبیگانگی فرد از جهان فرهنگی می‌شود. به تعبیر دیگر، هنر و تکنولوژی و علم و دیگر ابعاد فرهنگ انسانی، همگی بی‌ارزش می‌شوند و از فردی که به وجودآورنده آن است، فاصله می‌گیرند و به صورت یک روح عینی با افراد رودرویی پیدا می‌کنند. فرد به پیچ و مهره‌ای در یک ماشین بزرگ تبدیل می‌شود؛ ماشینی که تمام ترقی‌ها، معنویت و ارزش را از او می‌گیرد تا آنها را از شکل ذهنی خود به شکل کاملاً عینی درآورد. این علت اصلی شکل‌گیری رابطه غیرشخصی و محاسبه‌گرانه انسان‌ها در متروپل است (سندرز، ۱۳۹۲، ص ۱۲۷).

زیمل در محور سوم تحقیقاتش، پول را تجلی تام و کاملی از «از خودبیگانگی» و عامل تشدیدکننده شخصیت‌زدایی می‌داند؛ چراکه مبادله پول، هیچ اثری از شخصیت صاحب پول باقی نمی‌گذارد. «پول یک امر برابرکننده است؛ زیرا ارزش‌های کیفی را به بنیان کمی مشترک تقلیل می‌دهد» (همان، ص ۱۲۶).

در مجموع، زیمل، تولد زیستگاه متروپل را در حذف‌شدن باورهای مذهبی، رسوم و روابط شخصی می‌جوید و آن را یک نهاد اجتماعی خاص تلقی می‌کند که کارکرد آن در ضدیت با باورها و رسوم مذهبی و تعهد و ایثار است.

۴. مدینه به مثابه فضای اسلامی

فضای اجتماعی اسمیتی نیازمند دو عنصر مهم است: نخست اینکه انسان منفعت‌گرا تشکیل‌دهنده آن باشد؛ دوم اینکه تعادل اجتماعی در فضای بازار رقابت کامل، که «تقسیم کار» و «قیمت» عناصر اصلی آن هستند، به دست آید. اکنون این سؤال قابل طرح است که آیا جهان معنایی برآمده از تعالیم اسلامی اجازه می‌دهد که فضای اجتماعی از «انسان منفعت‌گرا» پر شود؟ همچنین، آیا جهان معنایی اسلامی با ماهیت جامعه بازار و ایجاد تعادل اجتماعی در میان نیروهای اجتماعی از طریق کشمکش بر سر قیمت سازگار است؟

۴-۱. انسان تراز اسلامی

برای بررسی اینکه آیا انسان تراز اسلامی می‌تواند سوداگر باشد یا نه، می‌توان کلی‌ترین نگاه‌ها و بصائر انسان‌شناسانه موجود در منابع درجه اول اسلامی را بررسی کرد. به نظر می‌رسد که آیات قرآن و روایات صحیح‌السند مندرج در کتاب الکافی (کلینی، ۱۴۰۷ق) با منفعت‌گرا شدن انسان مؤمن مقابله می‌کند. از منظر این منابع درجه اول، نحوه ارتباط مؤمنان با یکدیگر بسیار حائز اهمیت است تا جایی که این رابطه را با رابطه «برادری» برابر می‌داند؛ برادری برادرانی که از یک پدر و مادر هستند! (همان، کتاب الایمان و الکفر، باب اخوة المومنین). امام صادق علیه السلام در توصیف معنی این برادری می‌فرمایند: «مؤمن، برادر مؤمن است؛ یعنی چشم بینای اوست؛ راهنمای اوست؛ به او خیانت و ظلم نمی‌کند؛ در معامله با او غش نمی‌کند و اگر کسی با او دشمنی کند، پشتیبان اوست» (همان). امام باقر علیه السلام فرموده‌اند: «حق مؤمن بر برادر مؤمنش این است که گرسنگی‌اش را برطرف کند؛ عیویش را بپوشاند؛ مشکلاتش را برطرف سازد؛ در رفع دیون و بدهی‌های او یار او باشد و اگر از دنیا رفت، پشتیبان اهل و فرزندانش شود». چنین نگاه و تصویری از زندگی سبب زنده‌شدن حس مسئولیت‌پذیری نسبت به دیگران می‌شود، نه فزاینده میل منفعت‌گرایی. این مکتب بر پایه نوعی ایثار و محبت و دیگرخواهی استوار است؛ جامعه‌ای بر بنیان رابطه غیربازاری، مثل روابط عاطفی برادرانه در خانواده. آموزه‌های اسلام اجازه نمی‌دهند درک انسان از تقسیم‌بندی اوقات روزانه‌اش به نحوی باشد که به محوریت منفعت‌گرایی شخصی بینجامد.

این آموزه‌ها، دگرخواهی و خواستن بیش از دنیا را در تقسیم‌بندی زمان‌های روزانه دخالت می‌دهند. امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «سزاوار است که مؤمن برای سه امر، غیر از معیشت خود وقت تعیین کند. ابتدا ساعتی که در آن به آنچه بین خودش و خداست بپردازد؛ دوم، ساعتی که در آن به ملاقات برادران مؤمنش برود و در آن به امر آخرت بپردازد؛ سوم، ساعتی که با لذات غیر حرام خلوت کند؛ چراکه این دو ساعت کمک او در آن دو ساعت دیگر است» (همان، کتاب المعیسه، باب اصلاح المال). در روایاتی از پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله و علیه السلام اوقات روزانه انسان مؤمن گاهی برای سودهایی بیش از عالم دنیا معین شده‌اند که هدف آنها در دنیا، به منفعت دیگران فکرکردن است. در این دست روایات نیز منفعت‌گرایی معطوف به آخرت در بخشی از ساعات روزانه گنجانده شده است.

امر مهم دیگری که در جهان‌نگری مؤمنانه مانع محوریت منفعت‌گرایی شخصی می‌شود، باور به این است که روزی و منفعت انسان از پیش خدای متعال معین شده و خدا آن را ضمانت کرده است. امام باقر علیه السلام می‌فرماید: «پیامبر اسلام در حجة‌الوداع به مردم گفتند خدا به او وحی کرده است که هیچ انسانی نمی‌میرد، الا اینکه قبل از مرگ او همه رزقی که برای او از قبل در نظر گرفته شده است، به تمامه به او برسد». ایشان به یاران خود توصیه می‌کنند: «پس تقوای خدا را پیشه کنید و در طلب رزق و روزی به اجمال اکتفا کنید» (همان). درحالی‌که انسان سوداگر مدرن از لحاظ جهان‌بینی در پی تحقق آرزوهایش در همین عالم است؛ اما در مقابل، معارف دینی اسلام مؤکداً توصیه می‌کنند که نباید همه آرزوها را در دنیا دنبال نمود. امام علی علیه السلام می‌فرماید: «الزهد فی الدنيا قصر الأمل» (همان، باب معنی الزهد). جهان‌بینی دینی در ازای امتناع از آرزوهای دور و دراز دنیایی، بهشتی را ورای عالم دنیا به تصویر می‌کشد که در آن، هر آنچه انسان طلب کند، می‌یابد و هیچ‌گاه نیز از این فضای لذت‌بخش خارج نمی‌شود. در قرآن آمده است: «فِيهَا مَا تَشْتَهِيهِ الْأَنْفُسُ وَ تَلذُّ الْأَعْيُنُ وَ أَنْتُمْ فِيهَا خَالِدُونَ» (زخرف: ۷۱).

نکته مهم این است که اگر خواست‌های انسان با جهان‌معنایی منفعت‌گرای اسمیتی گره بخورد، شخصیتش نیز از حیث سوداگری به نقص دیگری مبتلا خواهد شد؛ چنین انسانی فاقد این توان کلیدی است که خود را از انقیاد میل‌های دنیایی آزاد کرده و از رنج‌های آن رها سازد.

در جهان معنایی اسلام، کسی که بار معیشتش را بی دلیل بر دوش دیگران بیندازد، ملعون خدا معرفی شده است (کلینی، ۱۴۰۷ق، کتاب المعیسه، باب الزهد) مراد از غنا در این جهان معنایی، نه کسب هرچه بیشتر، بلکه در قناعت به اندازه کفایت معنا شده است. امام باقر علیه السلام به نقل از رسول خدا صلی الله علیه و آله می فرماید: «کسی که می خواهد غنی ترین مردم باشد، باید به آنچه در دست خداوند است، بیشتر از آنچه در دست مردم است، تکیه کند» (همان، کتاب الایمان و الکفر، باب القناعه). قرآن کریم به مؤمنان یادآوری می کند که به زرق و برق زندگی کفار چشم ندوزند (طه: ۱۳۱) و از حکمت الهی، که در دنیا وضعیت مالی خوب و امکانات عالی را برای کفار در نظر گرفته است، تعجب نکنند (توبه: ۵۵)؛ چراکه این امکانات در طرح بزرگ خدا، برای آنها فتنه است (طه: ۱۳۱) تا به سمت عذابشان سوق پیدا کنند (توبه: ۸۵).

آموزه های اسلامی جمع کردن مال دنیا برای نفع شخصی را نهی کرده اند. پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله می فرماید: «قلب انسان در پیری در دوست داشتن دو چیز جوان می ماند؛ نخست، جمع کردن مال و دوم، حیات طولانی» (ابن احمد نیشابوری، ۱۳۷۵، ص ۴۲۹). از امام علی علیه السلام نقل شده است که جمع مال برای اینکه به دیگران نفع رسانده شود، اطاعت خداست و جمع مال برای نفع خود، ضایع کردن اطاعت خدا (لیثی واسطی، ۱۳۷۶، ص ۴۵۹). از امام صادق علیه السلام نقل شده است که «خدا مخلوقاتی دارد که آنها را خلق کرده است تا حاجت فقرایی از پیروان ما را (شیعیان) را برطرف کنند تا در عوض، بهشت را به آنها بدهد؛ پس اگر می توانی از آنها باشی، از آنها باش!» (کلینی، ۱۴۰۷ق، کتاب الایمان و الکفر، باب السعی فی حاجه المومن). در واقع، این تعابیر حاکی از آن هستند که در این جهان معنایی اگر انسان مؤمن مالش را در جهت رفع حاجت و گشایش کار دیگر «برادران» اش استفاده نکند، رحمت خدا را از دست می دهد؛ همان رحمتی که صلاح معیشت خود او در آن بوده است (همان، باب تفریح الکرب المومن).

۴-۲. تمایزهای فضای اجتماعی اسلام و مدرنیته

اسلام در سرزمینی ظهور کرد که تنها، تجارت می توانست کانون فعالیت اقتصادی آن باشد؛ چراکه نه دامداری و نه کشاورزی گسترده در سرزمین های کم آب حجاز، که خاک آن برای

رشد گیاهان نامناسب است، مقدور نبود. خود پیامبر اسلام ﷺ نیز در جوانی بیشتر به تجارت اشتغال داشتند و بر سود حاصل شده از تجارت صحه گذاشته‌اند؛ درعین حال به ایمان‌آوردندگان به اسلام آموخته‌اند که حب و تعلق به دنیا رأس همه خطاهاست (همان، باب حب الدنيا).

همان‌گونه که ذیل عنوان انسان‌شناسی اسلامی گفته شد، مثل اعلاى رابطه انسان‌های

۱۲۵ مؤمن، در فضایی که پیامبر اسلام آن را تأسیس کرده و مدیریت نموده و توسعه داده است، رابطه برادری (شبهه نهاد خانواده تفصیل یافته) است. درعین حال، مسابقه و رقابت نیز در این فضای زیست برادرانه اسلامی مجاز شمرده شده است. موضوع این مسابقه و ارزش‌های این رقابت، صرفاً محدود به قیمت‌های قابل محاسبه با معیارهای دنیایی نیست: «سَارِعُوا إِلَىٰ مَغْفِرَةٍ مِّن رَّبِّكُمْ وَجَنَّةٍ عَرْضُهَا السَّمَاوَاتُ وَالْأَرْضُ أُعِدَّتْ لِلْمُتَّقِينَ» (آل عمران: ۱۳۳). این نوع رقابت در سه جای دیگر قرآن توضیح داده شده است: در آیه ۱۱۴ سوره مبارکه آل عمران، آیه ۹۰ سوره مبارکه انبیا و آیه ۶۱ سوره مبارکه مؤمنون. در مواردی نیز قرآن، فضای زیست غیرمؤمنانه را با همین مفهوم توضیح داده، اما به صورتی که در آن، رقابت و مسارعه بر سر کفر است، نه بندگی: «وَلَا يَحْزَنكَ الَّذِينَ يُسَارِعُونَ فِي الْكُفْرِ إِنَّهُمْ لَنُضْرُوا بِاللَّهِ شَيْئًا يُرِيدُ اللَّهُ إِلَّا لِيَجْعَلَ لَهُمْ حِطًّا فِي الْآخِرَةِ وَ لَهُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ» (آل عمران: ۱۷۶). این آیات نشان می‌دهند که مسارعه در فضای اسلامی، نه بر سر سود بیشتر، که همه ارزش آن در دنیا قابل استیفاست، بلکه رقابتی است بر سر محتواهایی که اصل آن، بیرون از عالم دنیا است و انسان آن را در آخرت به دست می‌آورد. با احتساب این تصویرهای ترسیم شده در جهان معنایی اسلام، فضای اجتماعی رقابت در اسلام نمی‌تواند بازاری باشد که «قیمت» یک شیء صرفاً با جمع و تفریق اندازه مطلوبیت‌های قابل محاسبه در دنیا به دست می‌آید. واضح است که این مسئله با انسان سوداگر مدرنی که رقابت منفعت‌گرایانه محدود در ظرف دنیا دارد، نمی‌تواند سازگاری داشته باشد. در چنین جامعه‌ای اگرچه اصلاح و تدبیر معیشت و کسب، از فروع ایمان دانسته شده و کسب‌نکردن مورد لعن قرار گرفته است (کلینی، ۱۴۰۷ق، کتاب المعیشت، باب اصلاح المال)، اما موازنه بین نیروهای شرکت‌کننده در یک رقابت اجتماعی، با قیمت بازاری تعیین نمی‌شود؛ بلکه قیمت آن باید با مدلی مشخص و

محاسبه گردد که مطلوبیت اصلی در آن، کسب رحمت و مغفرت و بهشت الهی باشد و این همه را در مفهوم پرتنگنای «قیمت» در بازار مدرن نمی‌توان گنجانند.

از سوی دیگر بسیاری از لوازم رقابت منفعت‌گرایانه در بازار نیز در فضای مسارعه اجتماعی اسلامی مذموم انگاشته می‌شود؛ همچون تکاثر (جمع مال) و کسب بیش از کفاف (حدید: ۲۰)، جمع مال از طریق کسب سود از ربا که جنگ با خدا معرفی شده است (بقره، ۲۷۹) و کراهت کارمند (اجیر) شدن برای دیگران (کلینی، کتاب المعیشه، باب کراهیه إجارة الرجل نفسه) که سبب می‌شود اصل در فعالیت اقتصادی جامعه این باشد که کسی به استخدام دیگری در نیاید تا او بتواند شرکت‌های بزرگ تأسیس کند و ... این دست از موارد هم سبب می‌شوند که بازار رقابت سوداگرانه نتواند سرعت مناسبی برای توسعه خود پیدا کند و با کندشدن این سرعت، نظام اجتماعی مبتنی بر انسان منفعت‌گرا، رکودهای بزرگ و کوچک متوالی را تجربه کند.

۳-۴. تمایز امت اسلامی با شهر مدرن

تصویر، مثل و مثال معارف اسلامی برای فضای جامعه‌ای که مسلمانان در آن نیروهای اجتماعی را به تعادل می‌رسانند، تصویر مسارعه‌ای در محیط رابطه برادری است، نه رابطه رقابت سوداگرانه در بازار. کلینی در کتاب الکافی، حداقل ۲۰ باب روایی با بیش از ۲۰۰ روایت را در توصیف جوانب اجتماعی رابطه برادری و اخوت بین کسانی که ایمان به خدا آورده‌اند، گردآوری کرده و تبویب نموده است (کلینی، ۱۴۰۷ق، کتاب الایمان و الکفر، ابواب ۷۲ تا ۹۲). تصویری که از یک انسان مؤمن در جهان معنایی اسلامی ترسیم شده و در قامت تعالیم دینی بازتاب یافته، این است که در صورت توسعه همه‌جانبه ابعاد فضای زیست اجتماعی مسلمین و به تعادل رسیدن همه‌جانبه آن و شکل‌گیری روابط انسانی در آنچه «امت اسلامی» خوانده می‌شود، روابط انسان‌ها با یکدیگر به روابط درون یک خانواده شبیه‌تر از رابطه موجود در بازار سوداگری است. حتی در این جامعه، بازاریان نیز به برادران شبیه‌ترند تا منفعت‌گرایان شخصی.

پیامبر اسلام ﷺ نیز در مقام عمل، فضای زیست اجتماعی امت اسلامی را بر نظام عشیره و قبیله، که تصویر گسترده‌ای از خانواده است، استوار نمود. در واقع، فضای زیست

اجتماعی مسلمان تا قبل از ورود فرهنگ مدرن اروپایی، همواره درون همین نوع رابطه توسعه می‌یافت. البته به نظر می‌رسد که فضای اجتماعی برآمده از تجربه جامعه‌پردازی انبیای بنی‌اسرائیل در بسط دین یهود و مسیحیت، بر فرهنگ شبانی (pastoral) استوار بوده است؛ درحالی‌که پیامبر اسلام برخلاف چنین دیدگاهی، در تأسیس و بسط فضای اجتماعی اسلامی با نظام قدرت پاستورال مرزبندی کرده است (فیرحی، ۱۳۸۵، ص ۱۲۸). این نظام سیاسی و اجتماعی در جغرافیایی محقق شد که فضای شبانی عملاً امکان تحقق نداشت؛ چراکه مدینه‌النبی و مکه به عنوان ام‌القری و الگوی اصلی و پایتخت مدیریتی فضای اسلامی، بیشتر مبتنی بر روابط تجاری بنا شده و امرار معاش مسلمانان حول چنین نظامی صورت گرفته است؛ لذا قدرت نظام شبانی و کشاورزی در این جامعه در کمترین سطح قرار داشت؛ به این ترتیب تأسیس امت اسلامی توسط پیامبر اسلام ﷺ در تأسیس فضای زیست برادرانه، در بستر محیطی صورت گرفت که دوگانه روابط تاجرانه و رقابت بازاری در عین روابط عشیره‌ای (خانواده گسترده) دو مؤلفه مهم آن بود؛ از این رو برخلاف ادعاهای صورت‌گرفته، این نظام نه یک نظام چوپانی و نه یک نظام روستایی، آن‌گونه‌که در جامعه‌شناسی پاستورال مدنظر قرار می‌گیرد، نبوده تا بگوییم نهاد اجتماعی تأسیس شده توسط نبی مکرم اسلام ﷺ برای عصر رقابت تاجرانه حرفی برای گفتن ندارد.

واضح است که پس از وفات پیامبر اسلام ﷺ، دستگاه خلافت با فتح امپراطوری ایران و سپس سرزمین‌های امپراطوری روم، از نرم‌افزارهای اجتماعی زیست ایرانی و رومی نیز وام گرفت، اما از آنجایی که ادغام با این دو فضای اجتماعی، از سوی مؤسس امت اسلامی و جانشینان معین‌شده توسط خود پیامبر - بنا بر قرائت شیعی از اسلام - صورت نگرفت، در این تحقیق این ادغام‌ها به عنوان یک گنش صحیح اسلامی در نظر گرفته نشده است.

جمع‌بندی

در این مقاله مبتنی بر نظریه هانری لوفور، که تولید یک فضای اجتماعی را برای هر جهان‌بینی ضروری می‌داند، امکان استفاده از تعادل اجتماعی آدم/اسمیت برای تأسیس فضای اجتماعی اسلامی مورد دقت قرار گرفت. بر این اساس گفته شد که تعادل اجتماعی

در فضای اسمیتی متکی بر دو رکن مهم است: رسیدن به انسان بهینه و ترازوی که از نظر او انسان منفعت‌گرای شخصی است و تبدیل همه عرصه‌های جامعه به بازار رقابت کامل که انسان‌ها در قالب تقسیم کار اجتماعی با همدیگر در ارتباط هستند. فضای اجتماعی تشکیل شده از انسان منفعت‌طلب و محاسبه‌گر با عقلانیت صرفاً اقتصادی مبتنی بر رقابت کامل اسمیتی، جامعه را از اخلاق و معنویت تهی کرده و انسان زیاده‌طلب و گرگ‌صفت را جایگزین انسان مؤمن رحمت‌گرا و مودت‌طلب می‌کند.

در ادامه با ارجاع به قرآن و کتاب **الکافی**، به عنوان منبع جهان معنایی مکتب تشیع، به این سؤال جواب داده شد که آیا جهان معنایی برآمده از این دو کتاب می‌تواند با بینش اسمیتی به عنوان یک الگو زیست اجتماعی هماهنگ شود؟ در این مقاله، وجود دو منظر مهم در جهان معنایی برآمده از این دو منبع، به عنوان عناصر مخل در ایجاد تعادل اسمیتی در فضای زیست مدرن بررسی گردید: نخست، ایجاد معنای برادری بین مؤمنان، به جای نگاه منفعت‌گرایی شخصی و استخدام‌گرایانه در فضای اسمیتی و دوم، القای تصویر خانواده و مشارکت یاری‌گرایانه، به جای بازار و مشارکت رقابتی سوداگرانه از کلیت فضای زیست اجتماعی امت اسلامی. این دو ایده مهم و کلان در حیات جمعی مؤمنینی که خواهان تشکیل فضای اجتماعی اخلاق‌گرا هستند، تعادل اسمیتی را به عنوان نرم‌افزار اصلی ساخت فضای اجتماعی به چالش می‌کشد و ظرفیت فضاسازی مدرنیته را در فضایی که مؤمنین خودآگاه به هویتشان زیست می‌کنند، به حداقل می‌رساند.

فایده مترتب بر این مقاله گویای این نکته بود که بخشی از بحران‌های اجتماعی و اقتصادی جوامع مسلمان در عدم توفیق در ارائه یک فضای اجتماعی متناسب و هماهنگ با اخلاق نهادینه‌شده در جوامع اسلامی ریشه دارد؛ از این رو ضرورت دارد جمهوری اسلامی برای حل تعارض بینش و اخلاق اسلامی مردم و فضای برساخته دانش‌های اجتماعی این روزگار - که مسئولیت ساخت فضای اجتماعی را بر عهده دارند و عمیقاً متأثر از تعادل اسمیتی هستند - باید به دنبال راه‌حل‌های جدی‌تری باشد؛ چراکه تعارض‌های مستقر در بینش‌ها به بحران‌های روحی و تحلیلی بدل می‌شوند و حتی با هنجارسازی در مرحله قانون‌گذاری سیاسی نیز قابل جبران نیستند.

منابع و مأخذ

* قرآن مجید.

۱. اسمیت، آدام؛ ثروت ملل؛ ترجمه سیروس ابراهیم‌زاده؛ تهران: انتشارات پیام، ۱۳۵۷.
۲. الدن، استوارت؛ «نوعی سیاست فضا وجود دارد، چون فضا سیاسی است!»؛ ترجمه آیدین ترکمه؛ در کتاب درآمدی بر تولید فضای هانری لوفور؛ چ ۲، تهران: تیس، ۱۳۹۵.
۳. زیمل، گئورگ؛ «کلانشهر و حیات ذهنی»؛ ترجمه یوسف اباذری؛ نامه علوم اجتماعی، ش ۳، ۱۲۹
۱۳۷۲.
۴. سوندرز، پیترو؛ نظریه اجتماعی و مسئله شهری؛ ترجمه محمود شارع‌پور؛ تهران: انتشارات تیس، ۱۳۹۲.
۵. فتال نیشابوری، محمدبن‌احمد؛ روضة الواعظین و بصیرة المتعظین؛ ج ۲، قم: انتشارات رضی، ۱۳۷۵.
۶. فیالکوف، یانکل؛ جامعه‌شناسی شهر؛ ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر؛ تهران: نشر آگه، ۱۳۸۳.
۷. فیرحی، داود؛ قدرت، دانش و مشروعیت در اسلام؛ چ ۵، تهران: نشر نی، ۱۳۸۵.
۸. الکلینی، محمدبن‌یعقوب؛ الکافی؛ تهران: دارالکتاب الاسلامیه، ۱۴۰۷ق.
۹. کوزر، لوئیس؛ زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی؛ ترجمه محسن ثلاثی؛ تهران: انتشارات علمی، ۱۳۸۰.
۱۰. گاتدینر، مارک؛ «مارکس زمان ما: هانری لوفور و تولید فضا»؛ در کتاب درآمدی بر تولید فضای هانری لوفور؛ ترجمه آیدین ترکمه؛ چ ۲، تهران: تیس، ۱۳۹۵.
۱۱. لاک، جان؛ رساله‌ای درباره حکومت؛ حمید عضدانلو، تهران: نشر نی، ۱۳۸۷.
۱۲. لوفور، هانری؛ «فضا: فرآورده اجتماعی و ارزش مصرفی»؛ در کتاب درآمدی بر تولید فضای هانری لوفور؛ ترجمه آیدین ترکمه؛ چ ۲، تهران: تیس، ۱۳۹۵.
۱۳. لیثی واسطی، علی‌بن‌محمد؛ عیون الحکم و المواعظ؛ قم: دارالحدیث، ۱۳۷۶.
۱۴. هابز، توماس؛ لویاتان؛ ترجمه حسین بشیریه؛ چ ۶، تهران: نشر نی، ۱۳۸۹.
۱۵. هانت، ای.ک.؛ تکامل نهادها و ایدئولوژی‌های اقتصادی؛ ترجمه سهراب بهداد؛ تهران: نشر آگه، ۱۳۸۱.