

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دفتر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری امور پژوهشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری پس از بررسی مستندات کنگره، با توجه به جایگاه علمی برگزارکنندگان و کارگروه مربوط به آن، سطح علمی و پژوهشی چهارمین کنگره بین‌المللی علوم انسانی اسلامی را تایید کرد. این موضوع طی نامه‌ای به شماره ۱۳۹۵۶۸ مورخ ۱۳۹۵/۰۷/۰۳ به اطلاع شورای سیاست‌گذاری کنگره رسیده است.



**مجموعه مقالات  
چهارمین کنگره بین المللی  
علوم انسانی اسلامی**

**کمیسیون تخصصی اقتصاد اسلامی**

## اسامی هیئت داوران

### کمیسیون «اقتصاد اسلامی» رئیس کمیسیون: دکتر محمدعلی متفکرآزاد

اسامی داوران به ترتیب حروف الفبا:

- حبیب آقاجانی: استادیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز
- محمد مهدی برقی اسگویی: دانشیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز
- احمد جعفری صمیمی: استاد دانشکده اقتصاد و علوم اداری دانشگاه مازندران
- علیرضا جلیلی مرند: دکترای اقتصاد دانشگاه تبریز
- سیدرضا حسینی: استادیار گروه اقتصاد پژوهشگاه حوزه و دانشگاه
- رضا زنج پور: دانشیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز
- حسن سبحانی: استاد اقتصاد دانشگاه تهران
- سکینه سجودی: استادیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز
- محمدرضا سلمانی بی شک: استادیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز
- سیدکمال صادقی: دانشیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز
- حسین صمصامی: استادیار دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی دانشگاه شهید بهشتی
- ناصر صنوبر: دانشیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز
- محمد مهدی عسگری: دانشیار دانشگاه امام صادق (علیه السلام)
- سعید علیزاده: استادیار دانشکده الهیات و علوم اسلامی دانشگاه تبریز
- حسین عیوضلو: دانشیار دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد دانشگاه امام صادق (علیه السلام)
- زهرا کریمی نکانلو: دانشیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز
- محمدعلی متفکرآزاد: استاد دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز
- سید جمال الدین محسنی زنوزی: استادیار گروه علوم اقتصادی دانشگاه ارومیه
- سید عباس موسویان: استاد پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی



سرشناسه	کنگره بین‌المللی علوم انسانی اسلامی (چهارمین : ۱۳۹۶ : تهران)
عنوان و نام پدیدآور	International Conference on Islamic Humanities (4th : 2017 : Tehran)
در چهارمین کنگره بین‌المللی علوم انسانی اسلامی : حامیان برگزاری کنگره مرکز پژوهش‌های علوم انسانی اسلامی صدرا ... (و دیگران) :	مجموعه مقالات چهارمین کنگره بین‌المللی علوم انسانی اسلامی نویسندگان جمعی از نویسندگان مقاله ویراستار مرتضی طباطبایی.
مشخصات نشر	تهران: آفتاب توسعه، ۱۳۹۸ -
مشخصات ظاهری	ج ۱۰ :
شابک	دوره: ۹۷۸۹۶۴۷۸۶۷۶۸۹ : ج ۱۰ : ۹۷۸۹۶۴۷۸۶۷۷۰۲۱ : ج ۱۰ : ۹۷۸۹۶۴۷۸۶۷۷۱۹ : ج ۲ : ۹۷۸۹۶۴۷۸۶۷۷۲۶ : ج ۳ : ۹۷۸۹۶۴۷۸۶۷۷۳۳ : ج ۴ : ۹۷۸۹۶۴۷۸۶۷۷۴۰ : ج ۵ : ۹۷۸۹۶۴۷۸۶۷۷۵۷ : ج ۶ : ۹۷۸۹۶۴۷۸۶۷۷۶۴ : ج ۷ : ۹۷۸۹۶۴۷۸۶۷۷۷۱ : ج ۸ : ۹۷۸۹۶۴۷۸۶۷۷۸۸ : ج ۹ : ۹۷۸۹۶۴۷۸۶۷۷۹۵ : ج ۱۰ : ۹۷۸۹۶۴۷۸۶۷۸۰۲
وضعیت فهرست نویسی	فیا :
یادداشت	کتابنامه .
مندرجات	۱. کمیسیون تخصصی تعلیم و تربیت اسلامی. - ج. ۲. کمیسیون تخصصی فلسفه و روش‌شناسی علوم انسانی اسلامی. - ج. ۳. کمیسیون تخصصی مدیریت اسلامی. - ج. ۴. کمیسیون تخصصی علوم سیاسی اسلامی. - ج. ۵. کمیسیون تخصصی اقتصاد اسلامی. - ج. ۶. مقالات کمیسیون تخصصی تمدن نوین اسلامی. - ج. ۷. مقالات کمیسیون تخصصی روان‌شناسی اسلامی. - ج. ۸. مقالات کمیسیون تخصصی هنر و معماری اسلامی اسلامی. - ج. ۹. مقالات کمیسیون تخصصی فقه و حقوق اسلامی. - ج. ۱۰. مقالات کمیسیون تخصصی ارتباطات و جامعه‌شناسی اسلامی. -
موضوع	علوم انسانی(اسلام) -- کنگره‌ها
موضوع	Humanities (Islam) -- Congresses :
موضوع	علوم انسانی -- کنگره‌ها
موضوع	Humanities -- Congresses :
شناسه افزوده	مرکز پژوهش‌های علوم انسانی اسلامی صدرا
رده بندی کنگره	BP۲۲۲ :
رده بندی دیویی	۲۹۷/۴۸۵ :
شماره کتابشناسی ملی	۵۹۴۰۳۹۸ :

## مجموعه مقالات چهارمین کنگره بین‌المللی علوم انسانی اسلامی

جلد پنجم | کمیسیون تخصصی اقتصاد اسلامی

ناشر: انتشارات آفتاب توسعه (ناشر آثار مرکز پژوهش‌های علوم انسانی اسلامی صدرا)

نویسندگان: جمعی از نویسندگان مقاله در چهارمین کنگره بین‌المللی علوم انسانی اسلامی

ویراستار: مرتضی طباطبایی

طراحی جلد: سید ایمان نوری نجفی

صفحه آرای: یوسف بهرخ

نوبت و سال انتشار: نخست، بهار ۱۳۹۸

شمارگان: ۵۰۰ دوره

شابک دوره: ۹۷۸-۹۶۴-۷۸۶۷-۶۸-۹

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۷۸۶۷-۷۴-۰

حق چاپ برای ناشر محفوظ است

نشانی ناشر: تهران، خیابان جمهوری اسلامی، خیابان کشور دوست، کوچه نوشیروان،

پلاک ۲۶، طبقه چهارم، مرکز پژوهش‌های علوم انسانی اسلامی صدرا

کد پستی: ۱۳۱۶۷۳۴۴۵۸

تلفکس: ۰۹۰۵۶۰۶۶۴

www.sccsr.ac.ir

پایگاه اینترنتی:

info@sccsr.ac.ir

رایانامه:

## فهرست مطالب

### کمیسیون تخصصی اقتصاد اسلامی

۹

بررسی و مقایسه صکوک انتفاعی با قراردادهای تأمین مالی مشابه در اقتصاد متعارف  
زانا مظفری، محمدعلی متفکرآزاد، سید مهدی موسویان، خاطره علی لو

۳۳

تبیین جوهره اندیشه شهید بهشتی در باب عدالت اجتماعی  
علی مصطفوی ثانی

۵۹

ماهیت عادلانه اقتصاد «اثباتی»؛ تقریری از کارکرد علم اقتصاد  
محمدجواد رضائی، مهدی موحدی بکنظر

۸۱

تبیین لزوم نگاه فرآیندی به تولید علم اقتصاد متناسب با جامعه مسلمین و تبیین  
جایگاه سرمایه علمی حوزوی و دانشگاهی در آن  
وحید ارشدی

۱۱۱

اقتصاد، اعتباریات و مسئله اخلاق  
عبدالحمید معرفی محمدی

۱۴۵

ارائه نهاد پیشنهادی برای ساماندهی و عملیاتی کردن سیاست مالیاتی زکات در کشور  
جعفر کوشکی فروشانی

۱۷۱

مبانی اقتصاد مقاومتی در سیره اخلاقی و عملی امام رضا علیه السلام

روح‌الله داوری، محمدجواد رضایی

۱۸۹

ارائه الگوی یک‌پارچه‌سازی نظام منابع مالی اسلامی و مالیات‌های متعارف در ایران (جمع‌آوری و مصرف منطقه‌ای در ماتریس سه بعدی ولی فقیه، منطقه و وظایف)

عبدالمحمد کاشیان، احمد شعبانی

۲۱۹

ترتیبات خلق پول عادلانه

سیدمهدی حسینی دولت‌آبادی

۲۳۵

دلالت‌هایی از اشتراکات کشفی در مکاتب فکری علم اقتصاد

محمدمهدی مجاهدی مؤخر، محمود عیسوی

۲۵۳

بحران‌های سیستمی در اقتصاد سیاسی ایران و راه برون‌رفت از آن

عبدالحمید معرفی محمدی، محمدرضا حیدری

۲۷۳

بازسازی اندیشه دکتر رضا داوری اردکانی در زمینه برنامه‌ریزی توسعه

سیدعقیل حسینی، نسیم قباشی



## اقتصاد، اعتباریات و مسئله اخلاق

عبدالحمید معرفی محمدی

عضو هیئت علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه اصفهان، ایران، اصفهان

mohammadi@ase.ui.ac.ir

### چکیده

در این مقاله به چگونگی به کارگیری نظریه اعتباریات علامه طباطبائی در حل یکی از مسائل علم اقتصاد یعنی رابطه بین اخلاق و اقتصاد می پردازیم. پیوند بین اخلاق و اقتصاد در سنت ارتدوکس مکتب نئوکلاسیکی اقتصاد، همواره چالش انگیز بوده است. در این سنت تلاش شده است تا این پیوند در قالب مفاهیم مطلوبیت و ترجیحات یا در چارچوب اقتصاد رفاه برقرار شود؛ ولی همان طور که نشان داده ایم، به دلیل مسائلی چون ابهام ذاتی معنای مطلوبیت، تناقض در به کارگیری مفهوم مطلوبیت و در نهایت تضاد خودگرایی و مطلوبیت گرایی در چارچوب روش شناسی فردگرایانه اقتصاد نئوکلاسیک، این پیوند به سرانجام مطلوب نمی رسد؛ بلکه عملاً اقتصاد رفاه دچار تناقض می شود و نمی تواند از تجمع انتخاب های فردی به انتخابی اجتماعی برسد. ایجاد ارتباط بین اخلاق و اقتصاد، مستلزم ایجاد ارتباطی معقول بین ارزش های اخلاقی و اقتصادی است. به دلایل گفته شده، در رویکرد سوژکتیویستی و فردگرایانه مکتب نئوکلاسیک این ارتباط ناممکن می شود. خواهیم دید که با تغییر رویکرد و استفاده از مفهوم اعتباریات علامه، می توان راه حلی برای این مسئله ارائه داد؛ به این معنا که اگر

مطلوبیت به مثابه یک اعتبار اجتماعی وضع شود، به دلیل ماهیت بین‌الذهانی اعتباریات، مطلوبیت از عینیت و اطلاق کافی برای برقراری پیوند بین ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی برخوردار خواهد بود و لذا امکان ایجاد پیوندی معقول بین اخلاق و اقتصاد فراهم می‌آید. این رویکرد می‌تواند به عنوان آغازی بر یک روش‌شناسی در اقتصاد اسلامی بر مبنای نظریات علامه نیز مد نظر باشد.

**کلیدواژگان:** اقتصاد نئوکلاسیک، اعتباریات، اخلاق، علامه طباطبائی، مطلوبیت.

#### مقدمه

اگر نگاهی تاریخی به تکوین علم اقتصاد داشته باشیم، می‌بینیم که در سنت پیشامدرن تحلیل اقتصادی که با ارسطو آغاز شد و در سنت اسلامی توسط فارابی و فلسفه اسلامی مورد توجه بود و در سنت مسیحی قرون وسطا نیز تداوم داشت، علم اقتصاد تحت عنوان «تدبیر منزل»، جزو حکمت عملی به شمار می‌آمد و در رابطه‌ای ارگانیک با سیاست (تحقق خیر یا خوبی<sup>۱</sup> در جامعه) و اخلاق (رسیدن به سعادت یا خوشبختی)<sup>۲</sup> کانون توجه بود؛ ولی با تغییرات بنیادینی که در موضوع و اهداف و روش این علم در دوران مدرن ابتدا توسط آدام اسمیت<sup>۳</sup> و سپس «نهایون»<sup>۴</sup> پدید آمد، این ارتباط ارگانیک<sup>۵</sup> گسسته شد. «آدام اسمیت» با طرح بحث «نتایج ناخواسته یک کنش»<sup>۶</sup> و بعدها «نهایون» با طرح بحث «نظریه ذهنی ارزش»<sup>۷</sup> و گرایش به «مطلوبیت‌گرایی»<sup>۸</sup> علم اقتصاد را از حوزه علمی عملی<sup>۹</sup> خارج ساختند و آن را در حیطه علمی نظری قرار دادند؛ لذا این ارتباط ارگانیک بین اخلاق و اقتصاد نیز گسسته شد.

1. the good
2. happiness
3. Adam Smith
4. marginalist
5. organic
6. unintended consequence of action
7. subjective theory of value
8. utilitarianism
9. practical

در این میان برخی نهاییون که بعدها به نام «نئوکلاسیک های ارتدوکس»<sup>۱</sup> مشهور شدند، علم فیزیک نیوتنی را به عنوان الگوی علم اقتصاد و ریاضیات را به عنوان زبان علم اقتصاد برگزیدند؛ لذا انسان اقتصادی نیز صرفاً می‌توانست رفتاری مکانیکی داشته باشد. به بیان لیونل رابینز<sup>۲</sup> در این سنت برقراری ارتباط بین اخلاق و اقتصاد به جز با تکلف امکان‌پذیر نیست «برقرار ساختن ارتباطی منطقی بین اخلاق و اقتصاد ممکن نیست؛ اگرچه می‌توان آنها را به دلخواه در کنار یکدیگر قرار داد. اقتصاد با واقعیت‌های تحقیق‌پذیر سروکار دارد؛ درحالی‌که اخلاق به ارزش‌گذاری‌ها و تکالیف مربوط است» (رابینز، ۱۹۳۲، ص ۱۳۴). در این مقاله به این مسئله می‌پردازیم که پیوند ارگانیک اخلاق و اقتصاد در مکتب اقتصاد نئوکلاسیک (ارتدوکس) امکان‌پذیر نیست. البته در این مکتب تلاش شده است این پیوند در قالب مفهوم مطلوبیت و در چارچوب اقتصاد رفاه برقرار شود؛ ولی همان‌طور که خواهیم دید، به دلیل مسائلی چون تضاد خودگرایی و مطلوبیت‌گرایی در چارچوب روش‌شناسی فردگرایانه اقتصاد نئوکلاسیک، این پیوند به سرانجام مطلوب نمی‌رسد؛ بلکه عملاً اقتصاد رفاه دچار تناقض می‌شود و نمی‌تواند از تجمیع انتخاب‌های فردی به انتخابی اجتماعی برسد. در واقع در اقتصاد نئوکلاسیک عامل پیوند بین اقتصاد و اخلاق، مفهومی به نام مطلوبیت است که کارکردی دوگانه دارد؛ یعنی از سویی این مفهوم کاملاً فردی و شخصی است و لذا کارکرد اقتصادی آن فردگرایانه است؛ یعنی هر شخصی با ارجاع به لذت حسی خود (مصرف کالای بیشتر) به طور مستقیم یا ارجاع به علامت<sup>۳</sup> یا نمادهای<sup>۴</sup> این لذت حسی مثل پول (قدرت خرید کالای بیشتر)، می‌تواند آن را ادراک کند و درباره انتخاب‌های اقتصادی خود تصمیم بگیرد. از سویی در تصمیم‌های جمعی و در سیاست‌گذاری اقتصادی که درباره افراد دیگر تصمیم می‌گیریم، مطلوبیت باید کارکردی جمعی و اخلاقی نیز داشته باشد؛ چراکه در تصمیم‌های جمعی ملزم به تجمیع مطلوبیت افراد هستیم و باید این مطلوبیت‌های شخصی را با هم مقایسه کنیم؛ لذا ملزم به قضاوت اخلاقی هستیم. در اینجا است که مطلوبیت کارکردی اجتماعی می‌یابد و لذا کارکرد اخلاقی آن جمع‌گرایانه خواهد بود. این کارکرد دوگانه مطلوبیت (کارکرد اقتصادی فردگرایانه و در عین حال کارکرد اخلاقی جمع‌گرایانه) در مکتب نئوکلاسیک باید دو دنیای اقتصاد و اخلاق

1. neoclassical orthodoxy
2. Lionel Robbins
3. codes
4. symbols

را به هم پیوند دهد؛ کاری که از نظر روش‌شناختی امری متناقض است؛ تناقض به این معنا که مطلوبیت هم‌زمان مفهومی فردی (ذهنی) و جمعی (عینی) در نظر گرفته می‌شود. البته در اقتصاد نئوکلاسیک با تقلیل مفهوم مطلوبیت به ترجیحات تلاش می‌شود این تناقض حل شود؛ ولی حتی مفهوم ترجیحات نیز مسئله را حل نمی‌کند و ما با مسئله عدم امکان «ارو»<sup>۱</sup> روبه‌رو می‌شویم. در این مقاله می‌بینیم که دلیل این تناقض و عدم امکان، ابهام ذاتی در مفهوم مطلوبیت است. لذا مفهوم مطلوبیت نئوکلاسیکی نمی‌تواند این کارکرد پیوندی و دوگانه را داشته باشد. سپس نشان می‌دهیم که چگونه با توجه به آرای علامه طباطبائی درباره اعتباریات در حوزه علم عملی، می‌توان این مسئله را حل کرد؛ لذا می‌بینیم که استفاده از رویکرد علامه می‌تواند ابزار مناسبی برای نگاه اسلامی به علم اقتصاد متعارف نیز باشد.

### ۱. پیشنهاد تحقیق

در آثار منتشر شده در بحث رابطه اخلاق و اقتصاد در قلمرو اقتصاد اسلامی، اغلب به تناقض مورد اشاره توجه نشده است و در بررسی مبانی اخلاقی رفتار اقتصادی، به تعدیل مدل‌های رفتاری انسان اقتصادی نئوکلاسیکی بسنده شده است. زاهدی وفا و همکاران، در مروری که بر ادبیات موجود در این زمینه داشته‌اند، اشاره می‌کنند:

برخی از محققان اقتصاد اسلامی، به دلیل تفاوت آشکار دیدگاه‌های اسلام با مبانی انسان‌شناختی و نظام ارزشی حاکم بر مفروضات نظریه‌های انتخاب اقتصاد متعارف در صدد برآمده‌اند تا برای تحلیل انتخاب فرد مسلمان، چارچوبی متناسب با ارزش‌های اسلامی ارائه کنند. آنها را می‌توان در دو گروه قرار داد: گروه اول، افرادی مانند قحف، سیدعقیل، انس الزرقاء، اسد زمان، توتونچیان، میرمعزی، یوسفی و خادمعلیزاده هستند که اصل موضوعه پیشنهادسازی مطلوبیت را با وارد کردن احکام و محدودیت‌های اسلامی، برای فرد مسلمان بازسازی کرده‌اند... گروه دوم، کسانی هستند که با رد اصل موضوعه مطلوبیت، اصول موضوعه دیگری را مطرح ساخته‌اند. اصول موضوعه‌ای چون «اصل پیشنهادی کردن تطابق رفتار با احکام شرع»، «اصل پیشنهادی کردن مصلحت العباد»، «اصل پیشنهادی کردن حب یا رضایت خداوند»، «پیشنهادی کردن کمال»، «رفع نیاز خود و دیگران در چارچوب اصول اسلامی» و «پیشنهادی لذات اخروی»... (زاهدی وفا و

همکاران، بی تا، ص ۴-۵).

بنابراین می بینیم که ادبیات موجود در این زمینه رویکردشان را، نفی اصل مطلوبیت یا پذیرش اصل مطلوبیت و تعدیل مدل های رفتاری مبتنی بر آن قرار داده اند. رویکرد گروه دوم که نفی اصل مطلوبیت است، ارتباط ما را با بدنه نظری اقتصاد متعارف قطع می کند؛ بدون آنکه جای گزینی داشته باشد و در حد نقد باقی می ماند؛ لذا مطلوب نیست. رویکرد گروه اول، این ارتباط را حفظ می کند، ولی به تناقض مورد نظر ما اشاره ای ندارد؛ لذا حل تناقض مذکور در چارچوب اعتباریات می تواند راه حلی در ارتباط اخلاق و اقتصاد به ما نشان دهد.

## ۲. ادبیات موضوع

در این بخش مروری خواهیم داشت به ادبیات اقتصاد، تا ریشه تناقض مورد نظرمان را نشان دهیم. در بخش چهارم نیز راه حل خود را در چارچوب اعتباریات علامه ارائه خواهیم کرد.

### ۱-۲. مطلوبیت گرایی، عقلانیت ابزاری و کارکرد ترجیحات

علم اقتصاد مانند هر علم اجتماعی دیگری، باید نظریه ای درباره کنش انسان در جامعه داشته باشد. یک کنش، عمل یا فعل را می توان به سه جزء تقسیم کرد: «نیت کنشگر»، «صورت کنش» و «نتایج کنش». همان طور که در مقدمه نیز اشاره شد، در سنت پیشامدرن و همچنین در سنت فلسفه اسلامی، کنش یا عمل آدمی ذیل «حکمت عملی» بررسی می شد. در حکمت عملی، عمل انسان یا در جهت حصول به خوشبختی (سعادت)<sup>۱</sup> است که در «تهذیب اخلاق» بررسی می شود، یا مبتنی بر رفتار معیشتی است که در «تدبیر منزل» به آن پرداخته می شود و یا مسئله نظم اجتماعی و تحقق خیر (خوبی)<sup>۲</sup> در جامعه مدنظر است که موضوع «سیاست مدن» است.

اقتصاد نئوکلاسیک نیز تعاریف خاص خود از خیر و خوشبختی و لذا کنش را دارد (در این مقاله منظور از اقتصاد نئوکلاسیک همان شاخه ارتدوکس آن است که جریان غالب در علم اقتصاد را شکل داده است). در این سنت فکری به تبع تحولات در دوران مدرن، مفهوم کنش و نیز خیر و خوشبختی تغییر کرده است: اولاً به تبع بحث نتایج ناخواسته کنش که با اسمیت مطرح شد، این پیش فرض وجود دارد که در حوزه اقتصاد، نیت اخلاقی افراد ربطی به نتایج کنش آنها ندارد؛

1. happiness

2. good

لذا اگر به زبان فلسفه اسلامی سخن بگوییم، «حسن فاعلی» مدخلیتی در ارزیابی اخلاقی کنش اقتصادی افراد ندارد و از سویی با فرض دست نامرئی، «منفعت‌طلبی شخصی» نه تنها با منافع جمعی در تضاد قرار نمی‌گیرد، بلکه همسو با آن است؛ ثانیاً به تبع اصل «مطلوبیت»،<sup>۱</sup> «لذت»<sup>۲</sup> و «منفعت»<sup>۳</sup> اموری خوب و خیر به شمار می‌آیندی؛ ثالثاً با توجه به فردگرایی و نگاه سوبرکتیویستی<sup>۴</sup> حاکم بر مکتب نئوکلاسیک، تنها معیار داوری و قضاوت درباره این خوبی (مطلوبیت)، خود فرد است. در این میان، مطلوبیت، تنها هدف فرد است. نظریه ذهنی ارزش، چارچوب لازم برای چنین انتخابی را فراهم می‌آورد. اهداف بر مبنای میل شخصی فرد تعیین می‌شوند و ابزار رسیدن به این اهداف نیز در چارچوب نظریه انتخاب عقلایی صورت‌بندی می‌گردد که همان «عقلانیت ابزاری» است؛ یعنی رسیدن به اهداف از پیش تعیین‌شده (توسط شخص) با توجه به بهترین ابزار. بنابراین ما نظریه‌ای در باب کنش اقتصادی خواهیم داشت که در آن، نیت خیر یا شرّ فاعل کنش اهمیتی ندارد، صرفاً تناسب ابزار با اهداف مهم است. حال می‌توان پرسشی را مطرح کرد: آیا پیگیری مطلوبیت فردی (منفعت شخصی) در چارچوب عقلانیت ابزاری، ما را به رفاه همگانی می‌رساند؟ در مکتب نئوکلاسیکی اقتصاد، پاسخ این پرسش مثبت است. اقتصاد رفاه به شاخه‌ای از این مکتب اشاره دارد که به پیشبرد و اندازه‌گیری رفاه اجتماعی می‌پردازد (فلدمن، ۲۰۰۸، ص ۷۲۱)؛ اما مشکلی که در این پاسخ وجود دارد این است که مفهوم رفاه مفهومی اجتماعی و اخلاقی است که با عدالت اجتماعی پیوند می‌یابد، در حالی که مفهوم مطلوبیت، مفهومی فردی است. تناقضی که در اینجا ظاهر می‌شود، این است که اقتصاد نئوکلاسیک هم‌زمان مطلوبیت را در دو معنای فردی و جمعی به کار می‌برد؛ لذا باید راهی بیابد تا از این مفهوم فردی مطلوبیت به مفهوم جمعی رفاه برسد.

راهی که اقتصاد نئوکلاسیک برگزیده این است که:

از اصل جمع‌گرایانه مطلوبیت‌گرایی<sup>۵</sup> استفاده می‌کند که ریشه در اخلاق نتیجه‌گرا<sup>۶</sup> دارد... بر این مبنای اقتصاد رفاه به عنوان شاخه‌ای از اقتصاد نئوکلاسیک به وجود آمده

1. utility
2. pleasure
3. interest
4. subjectivistic
5. utilitarianism
6. consequential

است... منطق اقتصاد رفاه این است که بر مبنای اصل پارتو<sup>۱</sup> و اصل جبران<sup>۲</sup> سعی می‌کند تابع رفاه اجتماعی را تشکیل دهد... به طوری که با تجمیع<sup>۳</sup> ترجیحات<sup>۴</sup> (اهداف) افراد به ترجیحات اجتماعی برسد؛... البته به شرطی که این تجمیع ترجیحات که به منظور بازتوزیع منابع بین افراد صورت می‌گیرد، به کارایی اقتصادی لطمه نزند و در عین حال رفاه و برابری را افزایش دهد... برقراری قضایای اول و دوم رفاه این وضعیت را تضمین می‌کند؛... این وضعیت همان کارایی پارتو است... تابع رفاه اجتماعی در اینجا نمادی از ترجیحات عمومی است که در قالب ترجیحات یک حاکم خیرخواه<sup>۵</sup> توانای کل و دانای کل نمود می‌یابد (فلدمن، ۲۰۰۸، ص ۷۲۱-۷۳۰).

در واقع در اقتصاد نئوکلاسیک مفهوم مطلوبیت به مفهوم ترجیحات تقلیل می‌یابد و بر این مبنای اقتصاد رفاه ادعا دارد که ترجیحات افراد به گونه‌ای است که می‌توان آنها را تجمیع کرد و از تجمیع ترجیح تک‌تک افراد به یک ترجیح جمعی رسید؛ اما نقدهای بعدی در درون سنت نئوکلاسیکی نشان داد که چنین تجمیعی از ترجیحات فردی برای رسیدن به تابع رفاه اجتماعی، با مشکلاتی روبه‌روست:

نقدهای کنت ارو<sup>۶</sup> در قالب قضیه عدم امکان<sup>۷</sup> در نظریه انتخاب اجتماعی نشان داد که اقتصاد رفاه نئوکلاسیکی نمی‌تواند از انتخاب فردی به یک چنین تابع رفاه اجتماعی برسد... البته تلاش‌های زیادی برای حل این مسئله (مسئله تجمیع ترجیحات) انجام شده است تا با استفاده از تکنیک‌ها و رویکردهای مختلف مثل نظریه انتخاب عقلایی، نظریه بازی‌ها، قراردادگرایی و... در چارچوب نظریه نئوکلاسیکی اقتصاد این مسئله حل و فصل شود... از جمله آنها می‌توان از تلاش‌های افرادی چون سن<sup>۸</sup>، هارسانی<sup>۹</sup>، بینمور<sup>۱۰</sup>

1. Pareto
2. compensation
3. aggregation
4. preference
5. benevolent
6. Kenneth Arrow
7. impossibility
8. Sen
9. Harsanyi
10. Binmore

رالز<sup>۱</sup> و... نام برد (رایلی،<sup>۲</sup> ۲۰۰۸، ص ۵۶۷-۵۷۵).

نکته مورد نظر ما این است که با استعانت از مفهوم ترجیحات نمی‌توان این مسئله را حل کرد؛ چراکه مسئله مذکور، ریشه در ابهام مفهوم مطلوبیت دارد؛ یعنی اقتصاد نئوکلاسیک در سطح فردی معنایی از مطلوبیت را به کار می‌گیرد که مبتنی بر «نظریه ذهنی ارزش»<sup>۳</sup> است؛ فردگرایانه است و معنایی اقتصادی دارد؛ ولی در سطح جمعی برای رسیدن به رفاه به اصل مطلوبیت‌گرایی متوسل می‌شود که جمع‌گرایانه است و معنایی اخلاقی دارد؛ لذا به‌درستی نمی‌تواند بین ارزش‌های اقتصادی (در سطح فردی) و ارزش‌های اخلاقی (در سطح جمعی) از طریق مفهوم مطلوبیت ارتباط برقرار کند. شاید به همین دلیل است که بیشتر جدال‌ها در رابطه بین اخلاق و اقتصاد بر سر این است که از چه راهی می‌توان منافع و ترجیحات شخصی را در چارچوب نظریه انتخاب عقلایی به نحوی سامان داد که بتواند مبنای یک کنش اخلاقی باشد؛ کنشی که ما را به خیر فردی و اجتماعی برساند. در واقع عقلانیت نئوکلاسیکی صرفاً به مقادیر پولی نتایج توجه دارد و لذا ارزش‌ها تا جایی که امری بیرونی و کمیت‌پذیر باشند معنا دارند. ارزش‌هایی که کیفی و درونی باشند، از حیثه این علم خارج‌اند و ارزش‌های اخلاقی نیز از نوع اخیرند؛ اما ارزش چیست؟

## ۲-۲. مفهوم ارزش در اقتصاد نئوکلاسیک

ارزش‌شناسی<sup>۴</sup> رشته‌ای است که به چیستی ارزش‌ها می‌پردازد:

معمولاً واژه ارزش به هر حوزه‌ای که با فعالیت انسانی در ارتباط باشد، مثل اقتصاد، جامعه‌شناسی، سیاست، حقوق، دین، اخلاق و... مربوط می‌شود... در یک تقسیم‌بندی کلی می‌توان ارزش‌ها را به مادی<sup>۵</sup> و معنوی<sup>۶</sup> تقسیم کرد... ارزش‌های مادی مربوط به نیازهای روزمره زندگی مثل کالاها مربوط می‌شود و ارزش‌های معنوی به قوای ذهنی،<sup>۷</sup>

1. Rawls
2. Riley
3. subjective theory of value
4. axiology
5. material
6. spiritual
7. intellect



انگیزشی<sup>۱</sup> و ارادی<sup>۲</sup> انسان مربوط می‌شود که به ترتیب با مقولات حقیقت،<sup>۳</sup> زیبایی<sup>۴</sup> و خوبی<sup>۵</sup> سروکار دارد... از سویی در نظریه مدرن ارزش‌شناسی که ریشه در متافیزیک مدرن دارد، ارزش به عنوان هر کیفیتی در ابژه (شی) که میل<sup>۶</sup> سوژه (انسان) را ارضا کند، تعریف می‌شود... لذا مفهوم ارزش به مفهوم میل سوژه تبدیل می‌شود (لی،<sup>۷</sup> ۲۰۰۶، ص ۲۰۸-۲۱۱).

درواقع، «مطلوبیت‌گرایی تعبیر مادی ارزش در قالب این میل است که موجب نسبی شدن ارزش می‌شود» (همان، ص ۲۶۹). لذا وقتی در مکتب نئوکلاسیکی ارزش به لذت ناشی از میل تقلیل یابد، با توجه به روش‌شناسی فردگرایانه و اثباتی حاکم بر این مکتب، ارزش امری شخصی می‌شود که نسبی است و اسم رمز آن هم مطلوبیت است. لذا مطلوبیت جای‌گزین همان کیفیتی می‌شود که قرار است از منظر سوژه ارزش‌گذاری شود. حال به اختیار شخص است که متعلق مطلوبیت او مادی یا معنوی باشد. به همین دلیل است که مفهوم مطلوبیت مبهم است؛ چون می‌تواند بین انواع ابژه‌های لذت‌بخش (مادی و غیرمادی) جابه‌جا شود. لذا ابهام مفهوم مطلوبیت در علم اقتصاد نیز در یک دوگانگی ریشه دارد که بین ارزش‌های مادی (مثل اقتصادی) و معنوی (مثل اخلاقی) وجود دارد؛ به طوری که اگر به این دوگانگی توجه نکنیم، این دوگانگی خود را به شکل تضادهای عملی و تناقضات نظری نشان می‌دهد. در اینجا آنچه برای ما مهم است، تمایز بین ارزش‌های اقتصادی و اخلاقی است. نکته اینجاست که این تمایز ریشه در تفاوتی واقعی دارد که نمی‌توان یکی را به دیگری فروکاست. ارزش‌های اقتصادی بُعدی مادی دارند و قابل اندازه‌گیری‌اند، در حالی که ارزش‌های اخلاقی با بعد غیرمادی وجود انسان سروکار دارند و لزوماً تعیین مادی ندارند. این دو بُعد لزوماً در انطباق با یکدیگر نیستند. مسئله اصلی این است که اگر این دو با یکدیگر در تضاد قرار گرفتند، کدام یک باید اصل قرار گیرد؟ کدام یک هدف و کدام یک ابزار تلقی شود؟ راه‌حل آدم اسمیت در حل این تضاد این است که مسئله را منحل کند؛ یعنی با طرح «نتایج

1. emotion
2. will
3. truth
4. beauty
5. goodness
6. desire
7. Lee

ناخواسته کنش» و «دست نامرئی» می‌خواهد بگوید بعد مادی و غیرمادی کنش ربطی به یکدیگر ندارند؛ چراکه در کنش اقتصادی نتایج مادی کنش از نیات اخلاقی کنشگر مستقل است: در بسیاری از موارد که افراد به قصد کسب منافع شخصی دست به کار می‌شوند، حاصل کار آنها منافع اجتماعی خواهد بود، بدون آنکه قصد<sup>۱</sup> چنین کاری داشته باشند. در این فرایند افراد<sup>۲</sup> با یک دست نامرئی هدایت می‌شوند. افراد در تعقیب منافع شخصی خیلی مؤثرتر از حالتی که عمداً بخواهند منافع جامعه را تأمین کنند عمل خواهند کرد (اسمیت، ۱۷۷۶، ص ۴۲۳).

یعنی اگر کنشگر به نیت کسب منفعت وارد بازار شود، به واسطه عملکرد دست نامرئی نتایج مادی و عینی کنش او برای جامعه ایجاد خیر و منفعت می‌کند. لذا در نگاه اسمیت و کلاسیک‌های پس از او، پیگیری ارزش‌های اقتصادی خودبه‌خود به ارزش‌های اخلاقی نیز منتهی می‌شود و این دو با یکدیگر هماهنگ‌اند؛ اما همان‌طور که پیش‌تر نیز اشاره شد، مطلوبیت‌گرایان در سنت نئوکلاسیکی اقتصاد برای حل مسئله توزیع و برقراری نظم اجتماعی در اقتصاد رفاه، باید درباره نتایج کنش نیز تصمیم می‌گرفتند؛ لذا به دنبال معیاری برای تصمیم‌گیری اخلاقی درباره نتایج اقتصادی رفتند. در سال ۱۹۲۰ پیگو<sup>۳</sup> کتاب اقتصاد رفاه<sup>۴</sup> را منتشر ساخت. در این کتاب «نظریه توزیع مجدد ثروت مبتنی بر یک قانون نئوکلاسیکی ساده (قانون مطلوبیت نهایی نزولی) استخراج شد. از نظر پیگو اگر قانون مطلوبیت نهایی نزولی درست باشد، این قانون برای پول (یا درآمد) هم صادق است؛ حتی اگر مطلوبیت نهایی از یک شخص به دیگری متفاوت باشد» (پاتنام، ۲۰۰۲).

بنابراین در رویکردی نئوکلاسیکی، می‌توان از ثروتمندان مالیات گرفت و بین فقرا توزیع کرد و این‌گونه رفاه جامعه را افزایش داد. البته این کار مستلزم پذیرش این پیش‌فرض است که مقایسه بین شخصی مطلوبیت‌ها امکان‌پذیر است. بنابراین می‌شد درباره ارزش‌های اقتصادی (مطلوبیت حاصل از مصرف کالا) بر مبنای ارزش‌های اخلاقی (برابری بیشتر در مطلوبیت حاصل از مصرف) تصمیم‌گیری کرد. لذا نئوکلاسیک‌ها مطلوبیت را به مفهومی دورگه تبدیل کردند که به نظر می‌رسید می‌تواند حلقه واسطی بین دو نوع ارزش مادی و معنوی (اقتصادی و اخلاقی) باشد؛ اما به نظر

1. Intention
2. Individuals
3. Pigou
4. Welfare
5. Putnam

ما این ابهام معنایی در مفهوم مطلوبیت به تناقضی می‌انجامد که قبلاً نیز به آن اشاره کردیم: اینکه اقتصاد نئوکلاسیک هم‌زمان مطلوبیت را در دو معنای فردی و جمعی به کار می‌برد.

### ۲-۳. علم اقتصاد و ابهام مفهوم مطلوبیت

برخی مفاهیم در علم اقتصاد با ابهام فراوانی همراه است. از جمله این مفاهیم مطلوبیت‌گرایی به عنوان اصل اخلاقی حاکم بر علم اقتصاد است. شاید به همین دلیل است که این مفهوم نقش‌های متعددی در نظریه اقتصاد نئوکلاسیک بازی می‌کند: «در یک سو به عنوان یک نظریه اخلاق شخصی و در سوی دیگر به مثابه نظریه انتخاب عمومی یا معیاری در سیاست‌گذاری اقتصادی، مورد استفاده قرار می‌گیرد» (سن و ویلیامز،<sup>۱</sup> ۱۹۸۲، ص ۱-۲). دلیل این ابهام ذاتی این است که مطلوبیت مفهومی است با مصادیق متعدد و با توجه به اهداف اقتصاددان در نظریه‌پردازی، می‌تواند معانی متعددی بگیرد. شاید به همین دلیل بود که ساموئلسون<sup>۲</sup> کوشید با صورت‌بندی جدیدی از نظریه مطلوبیت، به نوعی از این ابهام ذاتی فرار کند. از منظر او در سیر تحول علم اقتصاد، «همواره تمایلی وجود داشته است تا مضمون اخلاقی، مطلوبیت‌گرایانه و رفاه‌گرایانه مفهوم مطلوبیت حذف شود. همچنین تلاش در جهت رد عناصر لذت‌گرایانه، درون‌نگرانه<sup>۳</sup> و روان‌شناسانه از این مفهوم بوده است. به عنوان مثال این مفهوم با مفاهیم دیگری چون میل، ارضا، خواسته و... جای‌گزین شده است... اما اگر این‌گونه باشد، چه محتوایی از تحلیل مطلوبیت باقی می‌ماند؟ آیا در نگاهی اثبات‌گرایانه از نوع عمل‌گرایی این مفهوم بی‌معنا نخواهد شد؟... خیر، اگر تحلیل مطلوبیت بتواند در چارچوب رفتار مقدار-قیمت نتایج تجربی قابلیت آزمون داشته باشد... در این صورت تحلیل مطلوبیت همچنان علمی و معنادار خواهد بود...» (ساموئلسون، ۱۹۳۸، ص ۲۱-۲۲). رالز نیز به این تعدد معانی اشاره دارد: «اصل مطلوبیت برای تحلیل انواع موضوعات از رفتارهای فردی و روابط شخصی گرفته تا سازماندهی اجتماعی یا قانون‌گذاری و... مورد استفاده قرار می‌گیرد...» (رالز، ۱۹۹۳، ص ۱۳).

1. Williams
2. Samuelson
3. introspective

### ۱-۳-۲. مطلوبیت‌گرایی و علم اخلاق

در این بخش به مفهوم مطلوبیت از منظر علم اخلاق می‌پردازیم تا نشان دهیم که از همان ابتدا بزرگان مطلوبیت‌گرایی نیز در تعریف این مفهوم و وجوه فردی و اجتماعی آن یعنی جایگاه آن در اخلاق و حقوق با یکدیگر اختلاف داشتند. در این راستا ابتدا به آرای مطلوبیت‌گرایان می‌پردازیم تا ببینیم که آنها چه معنایی به مطلوبیت می‌دادند و آیا این مفهوم از مطلوبیت می‌تواند در علم اقتصاد به کار رود یا نه. جرمی بنتام<sup>۱</sup> مطلوبیت را بر مبنای مفهوم لذت<sup>۲</sup> و درد<sup>۳</sup> تعریف کرد. بر مبنای فلسفه بنتام ما باید چنان عمل کنیم که (کل) لذت را به حداکثر و (کل) درد را به حداقل برسانیم. این رویکرد به مطلوبیت را «مطلوبیت‌گرایی لذت‌گرا»<sup>۴</sup> می‌خوانند (هینمن، ۲۰۰۰، ص ۱۳۱). جان استوارت میل<sup>۵</sup> این تعریف بنتام را نقد کرد؛ چراکه از نظر او لذت حسی مورد نظر بنتام معنایی فقیر از مطلوبیت به ما می‌دهد و بهتر است مفهوم سعادت یا خوشبختی<sup>۶</sup> جای‌گزین آن شود. این رویکرد به مطلوبیت را «مطلوبیت‌گرایی سعادت‌گرا»<sup>۷</sup> می‌خوانند (همان، ص ۱۳۱). از نظر «میل»، لذت معمولاً ادراکی بی‌واسطه از طریق قوای حسی بدن است، ولی در خوشبختی معمولاً یک بعد روحی و غیرمادی نیز واسطه می‌شود. به همین دلیل لذت بعدی روان‌شناسانه دارد؛ کوتاه‌مدت است و با اشباع حسی به پایان می‌رسد؛ درحالی‌که خوشبختی خود را به شکل تحقق یک هدف یا آرزو نشان می‌دهد. از سویی خوشبختی لزوماً در تضاد با درد و یا سازگار با لذت حسی نیست (همان، ص ۱۳۲).

بنتام اصل مطلوبیت‌گرایی (جست‌وجوی لذت و گریز از درد) را نه یک توصیه اخلاقی صرف، بلکه قانونی ضروری می‌دانست که گریزی از آن نیست و باید مبنای حقوق و نظم اجتماعی قرار گیرد:

طبیعت، بشر را زیر فرمان دو حاکم قدرتمند قرار داده است: یکی لذت و دیگری درد؛

1. Jeremie bentham
2. pleasure
3. pain
4. hedonistic
5. Hinman
6. john Stuart Mill
7. happiness
8. eudaimonistic

تنها این دو به ما نشان می‌دهند که چه باید بکنیم و چه خواهیم کرد. از سویی معیار درست و نادرست و از سوی دیگر زنجیره‌های علت و معلول به تخت این دو بسته شده است... ممکن است انسان به زبان منکر حاکمیت این دو شود، اما در واقع همیشه بنده آنها خواهد ماند. اصل مطلوبیت این انقیاد را به رسمیت می‌شناسد و آن را شالوده نظامی قرار می‌دهد که هدف آن برافراشتن بنای سعادت به دست عقل و قانون است (به نقل از: سامونلز، ۱۳۹۱، ص ۳۳۶).

تقریر بنتام از اصل مطلوبیت را می‌توان به این شکل بیان کرد که معیار انجام یا عدم انجام هر عملی باید افزایش مطلوبیت باشد؛ این اصل برای کنش خصوصی افراد و یا اقدامات دولت هر دو صادق است.

همان‌طور که هنری سجویک<sup>۱</sup> نیز اشاره می‌کند، به نظر می‌رسد که بنتام در به‌کارگیری این اصل برای فرد و جامعه (دولت) دچار نوعی ابهام و آشفتگی است: «بنتام لذت‌گرایی خودگرایانه<sup>۲</sup> را به عنوان یک اصل اخلاقی شخصی به کار گرفته است که متفاوت از استفاده از اصل مطلوبیت در قانون‌گذاری است» (سجویک، ۱۸۷۴، ص ۸۸). از نظر سجویک «بنتام در مورد افراد به لذت‌گرایی خودگرایانه (به معنای بیشینه‌سازی خوشبختی فردی) توجه دارد، درحالی‌که در حوزه قانون‌گذاری به نظر می‌رسد که از یک نوع لذت‌گرایی جهان‌شمول (به معنای بیشینه‌سازی خوشبختی عمومی) طرف‌داری می‌کند؛ یعنی می‌گوید بیشترین خوشبختی برای بیشترین افراد تنها استاندارد درست است که هر فردی باید برای خود هدف‌گذاری کند» (همان، ص ۱۱۹)؛ ولی این چیزی بیش از یک ابهام است. در واقع نوعی تناقض در نظریه است (که ناشی از تضاد بین خودگرایی و مطلوبیت‌گرایی است)؛ مگر اینکه مثل اسمیت یک اصل دیگر مثل اصل دست‌نامرئی را پیش فرض بگیریم. در واقع نیز گسترش نظریه مطلوبیت‌گرا در پناه این اصل اخیر به حیات خود ادامه داده است.

میل به بنتام نقد می‌کند که چرا او مطلوبیت را به لذت حسی تقلیل داده و وجه کیفی انواع مختلف لذت را در نظر نگرفته است. به نظر او «بهتر است انسان موجودی ناکام باشد تا خوکی کامیاب؛ سقراطی ناکام بهتر است از احمقی کامیاب» (میل، ۱۸۶۱، ص ۱۴). تصور میل بر این است که با آموزش درست افراد می‌توان به جامعه‌ای آرمانی رسید که در آن افراد وجه کیفی لذات

1. Henry Sidgwick
2. egoistic hedonism

غیرمادی را تشخیص دهند و بین خیر جامعه و خود اتحاد ببینند: «ترتیبات اجتماعی و قوانین باید خوشبختی را نهادینه کند، به وجهی که منافع فردی در هماهنگی با منافع جمع باشد. این کار از طریق تعلیم و تربیت افراد انجام می‌شود، به وجهی که در ذهن افراد وحدت خیر و خوشبختی فردی و جمعی نهادینه شود» (میل، ۱۸۶۱، ص ۲۱۸). میل اگرچه نفع شخصی و رقابت را جزء لاینفک توسعه اقتصادی می‌داند، ولی ساختن جامعه‌ای مبتنی بر نوع دوستی را ناممکن نمی‌داند؛ اگرچه راه‌حلی برای ساختن آن جز تکیه بر تعلیم و تربیت نمی‌شناسد.

ولی از نظر سجویک، تضاد بین خودگرایی و مطلوبیت‌گرایی واقعی است و با تفکیک وجه کمی مطلوبیت از وجه کیفی آن، نمی‌توان این تضاد را حل کرد: «معلوم نیست چگونه فرد در انتخاب بین دو لذت جای‌گزین وقتی لذت کمتر را به واسطه کیفیت بالاتر آن انتخاب می‌کند، این منجر به انتخاب بیشترین خوشی یا لذت برای بیشترین افراد می‌شود» (سجویک، ۱۸۸۶، ص ۲۴۷).

سجویک در کتاب روش‌های اخلاق به این نتیجه می‌رسد که «تجربه به ما نشان می‌دهد که هیچ تطابق ضروری بین اصل خودگرایی و مطلوبیت‌گرایی وجود ندارد؛ بلکه برعکس نه تنها امکان تضاد بین این دو اصل است، بلکه در عمل نیز در تضاد قرار می‌گیرند» (اورسی، ۲۰۰۸، ص ۱۹-۲۰). بنابراین می‌بینیم که این تناقضی که بین اخلاق و اقتصاد یا تجمیع ترجیحات از فرد به اجتماع در اقتصاد رفاه وجود دارد، از همان ابتدا به نوعی دیگر بین خودگرایی و مطلوبیت‌گرایی در اندیشه مطلوبیت‌گرایی نیز وجود داشته است.

## ۲-۳-۲. مطلوبیت‌گرایی در علم اقتصاد

با غلبه رویکرد ریاضی در اقتصاد نئوکلاسیک، و ورود مفهوم مطلوبیت از فلسفه اخلاق به علم اقتصاد، این الزام پدید آمد که این مفهوم قابلیت کمیت‌پذیری پیدا کند؛ چراکه مطلوبیت یک مفهوم اقتصادی نیز داشت که مبنای شکل‌گیری ارزش‌های اقتصادی در نظریه ارزش ذهنی نهاییون بود. از سویی مطلوبیت‌گرایی نیز یک نظریه نتیجه‌گرا در اخلاق هنجاری است و لذا این نتیجه به گونه‌ای باید قابل اندازه‌گیری باشد. در واقع اهمیت و جاذبه مطلوبیت‌گرایی به عنوان یک اخلاق نتیجه‌گرا در علوم اجتماعی، همین ادعای ارائه مقیاس‌هایی برای اندازه‌گیری مطلوبیت بر مبنای نتیجه است. در قرن بیستم از سویی این مفهوم در فلسفه اخلاق بسط یافت (مثلاً در آثار مور)<sup>۱</sup>

1. Moore

که مطلوبیت بر مبنای خوب‌های آرمانی و غیر قابل کمی شدن همچون آزادی، شناخت، عدالت و... قابل تعریف است (هینمن، ۲۰۰۰، ص ۱۳۳) و از سوی دیگر نیز تعریف این مفهوم بر مبنای مفهوم «ترجیحات فردی» در علم اقتصاد توسط افرادی مثل «ارو» صورت گرفت (همان). با تقلیل مطلوبیت به ترجیحات، مطلوبیت مفهومی صوری و در عین حال نامتعیین<sup>۱</sup> به خود گرفت؛ چراکه در این تعریف هیچ محتوای انضمامی‌ای مانند لذت روان‌شناختی مد نظر نبود، بلکه صرفاً کمیت‌های پولی از کالاها موضوع ترجیح افراد قرار می‌گرفتند. تنها مکتب اخلاقی‌ای که می‌تواند با این تعریف از مطلوبیت سازگار باشد، «خودگرایی» است که در آن فرد به دنبال مطلوبیت خود می‌رود (خودگرایی روان‌شناختی) و یا باید این‌گونه عمل کند (خودگرایی اخلاقی). البته اینکه «مطلوبیت چیست؛ لذت است یا منفعت؟» دیگر پاسخی عینی نمی‌یابد و به خود فرد واگذار می‌شود. البته با این تعریف از مطلوبیت، تشخیص اینکه چه چیزی مطلوب است از دایره انتخاب فردی فراتر نمی‌رود و لذا ذهنی<sup>۲</sup> باقی می‌ماند. این در حالی است که اقتصاد نئوکلاسیک با اصل مطلوبیت‌گرایی که اصلی جمع‌گرایانه است می‌خواهد این تجمیع از فرد به جمع را انجام دهد و نیاز به یک معیار عینی دارد.

بنابراین مشکل اصلی در پیوند بین اخلاق و اقتصاد، هماهنگی منافع فردی و جمعی است؛ ولی وقتی قرار باشد حلقه اتصال اخلاق و اقتصاد مطلوبیت باشد، به دلیل ابهام معنایی مطلوبیت چنین معیاری در دسترس قرار نمی‌گیرد. همان‌طور که در بخش قبل اشاره کردیم، در سنت کلاسیک، بنیاد این هماهنگی را از طریق دادن اولویت به کدهای حقوقی، و استوارت میل از طریق توجه به تربیت امکان‌پذیر می‌دید:

بنیاد تصور می‌کرد که این هماهنگی از طریق وجود کدهای حقوقی که افراد بر مبنای «خودگرایی عقلانی» و ترس از مجازات، خود را با آن هماهنگ می‌کنند شکل می‌گیرد... و میل تصور می‌کرد با تربیت اخلاقی افراد می‌توان آنها را به درجه‌ای از آگاهی رساند که با محدود کردن منفعت‌طلبی شخصی در قالب قوانین مطلوبیت‌گرایانه به یک تعاون برسند و یک سری حقوق و وظایف احترام بگذارند (رایلی، ۲۰۰۸، ص ۵۶۹-۵۷۰).

البته بعدها سجویک هم مطلوبیت‌گرایی کیفی میل را زیر سؤال برد و هم مطلوبیت‌گرایی کمی بنیاد را؛ چراکه از نظر او:

1. indeterminate
2. subjective

یک مطلوبیت‌گرایی سازگار صرفاً می‌تواند کمیت‌گرا باشد؛ چراکه اگر بخواهیم به مطلوبیت وجه کیفی بدهیم، نیازمند داشتن ارزش‌هایی ذاتی به عنوان معیار، غیر از لذت هستیم تا بتوانیم بین انواع لذت‌ها تمیز قائل شویم... از سویی مطلوبیت‌گرایی کمیت‌گرایانه نیز دچار تناقض است؛ چراکه موقعیت‌هایی وجود دارد که «خودگرایی عقلانی» و «خیرخواهی عقلانی» در تضاد با یکدیگرند (همان، ص ۵۷۱).

مور، فیلسوف اخلاق انگلیسی از موضع سجویک نیز فراتر رفت و بحث مغالطه طبیعت‌گرایانه<sup>۱</sup> را مطرح کرد:

این یک «مغالطه طبیعت‌گرایانه» است که یک مفهوم درون‌گرایانه مثل خوب را بر مبنای ویژگی‌های طبیعی مثل لذت تعریف کنیم. خوبی یک کیفیت غیرطبیعی و غیرقابل تعریف است که شاید بتواند خود را در یک کل ارگانیکی نشان دهد که لذت نیز یکی از اجزای آن است (همان، ص ۵۷۱).

اگرچه «بعضی از نئوکلاسیک‌های اولیه مثل اجورث به تبع انقلاب نهاییون سعی داشتند بر مبنای روش ریاضی به صورت‌بندی مطلوبیت‌گرایی لذت‌گرا پردازند» (همان، ص ۵۷۲)، ولی با انقلاب اوردینال<sup>۲</sup> در قرن بیستم، کسانی چون رابینز، هیکس<sup>۳</sup> و سامونلسون مکتب لذت‌گرا را کنار گذاشتند:

آنها اعتقاد داشتند که تخصیص بهینه<sup>۴</sup> نه نیازی به اندازه‌گیری کاردینال<sup>۵</sup> و کمی مطلوبیت دارد و نه به «مقایسه بین شخصی»<sup>۶</sup> مطلوبیت‌ها. آنها مفهوم مطلوبیت را این‌گونه تعریف کردند که آن را یک بازنمایی صوری و عددی از اولویت‌بندی ترجیحات فرد می‌دانستند که از طریق عمل انتخاب خود را نشان می‌دهد؛ لذا دیگر نیازی به مفاهیم محتوایی مثل لذت و یا هر انگیزش دیگری برای تبیین مطلوبیت نبود (همان، ص ۵۷۲).

ولی با این تعریف صوری از مطلوبیت، اقتصاد تمام بار هنجاری خود را از دست داد و دیگر نمی‌توانست درباره مفاهیم اجتماعی و اخلاقی مثل عدالت توزیعی اظهار نظر محتوایی و مشخص

1. naturalistic fallacy
2. Ordinal
3. Hicks
4. optimal allocation
5. cardinal
6. interpersonal comparison



داشته باشد:

اقتصاد هنجاری به مباحث «کارایی<sup>۱</sup> پارتو» محدود شد که در آن به شرایط رقابتی می‌پرداخت که می‌توانست منجر به کارایی شود و خود را در قضایای اساسی اقتصاد رفاه نشان می‌داد... البته اِرو بعدها در قضیه عدم امکان نشان داد که این نظریه هیچ‌گاه با اطلاعات مربوط به ترجیحات نمی‌تواند به یک انتخاب اجتماعی برسد (همان).

بنابراین تناقض در نظریه اقتصاد رفاه (تناقض در جمع بین فردگرایی و مطلوبیت‌گرایی که در تضاد بین خودگرایی و نوع دوستی ریشه دارد) یا رسیدن از انتخاب فردی به جمعی در جهت رسیدن به اهداف اجتماعی چون رفاه، عملاً لاینحل باقی مانده است. این مسئله در تفاوتی اساسی بین ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی ریشه دارد که با مفهوم مبهمی همچون مطلوبیت قابل پیوند نیست. حال ببینیم چگونه استفاده از مفهومی همچون اعتباریات می‌تواند این مسئله را حل کند.

### ۳. استفاده از اعتباریات در حل تناقض اقتصاد رفاه

در این بخش می‌کوشیم از منظر رویکرد اعتباریات علامه، رابطه اخلاق و اقتصاد را در اقتصاد نئوکلاسیکی نقد کنیم. هدف این است که نشان دهیم تناقضی که در نظریه اقتصاد رفاه در جمع بین روش‌شناسی فردگرایانه و اهداف و معیارهای جمع‌گرایانه وجود دارد، با رویکرد اعتباریات قابل حل است. البته این به معنای پذیرش مبانی نئوکلاسیکی یا التقاطی نیست، بلکه ما رویکرد علامه را روشی فلسفی و جهان‌شمول در تحلیل کنش انسانی می‌دانیم که محدود به پیش‌فرض‌های ارزشی خاصی نیست. هدف خود علامه نیز ارائه رویکرد و روشی جدید برای غلبه بر شک‌گرایی، نسبی‌گرایی و مادی‌گرایی حاکم بر زمانه خودش بوده است.

#### ۱-۳. اعتباریات و مطلوبیت

از نظر علامه، علوم و ادراکات آدمی بر دو گونه‌اند: یکی واقعی و دیگری اعتباری. علوم و ادراکات واقعی، از جهان خارج حکایت می‌کنند و علوم و ادراکات اعتباری، گرچه از جهاتی با جهان واقع نسبت و ارتباط دارند اما از خارج حکایت نمی‌کنند، بلکه مقامشان مقام جعل و اعتبار و قرارداد و فرض است و از این جهت، با استعاره مشابهت دارند. از سویی، علامه اعتباریات را از جنبه نسبت با اجتماع، به دو گونه تقسیم می‌کند: ۱. اعتباریات «قبل اجتماع» همچون اعتبار حسن و قبح،

1. efficiency

و ۲. اعتباریات «بعد اجتماع» همچون اعتبار ملک. اعتباریات، به اختصار یعنی «مفاهیمی که شخص به خاطر نیازهای زندگی و به کمک عواطف و امیال درونی، خلق و فرض و اتخاذ می‌کند. در مقابل، حقایق یعنی مفاهیمی که عقل با نظر در واقعیت‌های خارجی اشیا و روابط آنها کشف می‌کند» (سروش، ۱۳۵۸، ص ۲۴۳). بر مبنای این تعریف علامه از اعتباریات، ما نیز تفسیر و لذا تعریف مختار خود را از اعتباریات ارائه می‌دهیم که عبارت است از: مفاهیمی که انسان برای ادراک و فهم خود از جهان وضع می‌کند. علامه در مقاله «ادراکات اعتباری» از مجاز و استعاره وام می‌گیرد و اندیشه‌های اعتباری اخلاقی را نیز از جنس مجاز می‌داند. ایشان ادراکات را «دادن حد چیزی به چیز دیگر» می‌داند (طباطبائی، ۱۳۸۵، ص ۱۶۵). از نظر ما طبق رویکرد علامه می‌توان مطلوبیت را نیز جزء اعتباریات دانست؛ چراکه برای ادراک لذت و منفعت یک شیء همچون سیب، پول یا طلا، ارزشی همچون لذت یا منفعت را به آن نسبت می‌دهیم که در واقع ممکن است به شکل ذاتی نیز واجد آن ارزش نباشد، بلکه صرفاً علامت یا نماد آن ارزش باشد. این علامت یا نماد، اعتبار ماست. مثلاً در علم اقتصاد، این ارزش را مطلوبیت می‌نامیم و لذت، منفعت یا موارد دیگر را به مثابه امر مطلوب اعتبار می‌کنیم. بنابراین نکته اصلی مورد نظر ما این است که اگر از رویکرد اعتباریات علامه کمک بگیریم، می‌توان مطلوبیت را امری اعتباری و نه حقیقی دانست. البته این به معنای این نیست که یک شیء حقیقی، همچون سیب ارزش و مطلوبیت ذاتی ندارد؛ بلکه منظور این است که ارزش اقتصادی شیء (قیمت کالا) که از منظر ما مهم است و مطلوبیت ایجاد می‌کند، امری قراردادی است و رابطه مستقیم با ویژگی در خود شیء ندارد. به همین دلیل است که ممکن است یک شیء بدون تغییر در خواص ذاتی و فیزیکی اش، قیمتش تغییر کند و حتی ممکن است قیمتش به صفر برسد.

منظور اینکه هرگاه ما در زندگی عملی خود، مثل اقتصاد با اموری انتزاعی روبه‌رو شویم که برخلاف اشیا انضمامی، مابازای خارجی عینی ندارند و ما نمی‌توانیم از طریق عقل و تجربه به روابط حقیقی آنها در دنیای واقعی برسیم، با توجه به نیازهای خود مفاهیم و معانی‌ای به نام اعتباریات وضع می‌کنیم که بیانگر آن روابط باشند. این معانی نه حقیقی، بلکه وهمی‌اند و لذا در ظرف وهمی، نه خارجی، مابایزا دارند. از جمله این امور وهمی، مطلوبیت حاصل از یک شیء است. در واقع ادعای ما این است که آنچه در اقتصاد نئوکلاسیک مطلوبیت خوانده می‌شود، نه به مابازای خارجی خود که امری حقیقی است، بلکه به علامت یا نمادهای آن امر خارجی ارجاع می‌دهد. این علامت و نمادها در ظرفی غیر از ظرف امر خارجی معنا می‌یابند. این ظرف، نه ظرفی

ذهنی، بلکه ظرفی بین‌الذهانی است که به شکل اجتماعی برساخته می‌شود. اگر به زبان علامه سخن بگوییم، این ظرف بین‌الذهانی، ظرف توهم است. البته امر وهمی در زبان علامه به معنای امر خیالی و غیر واقعی نیست، بلکه اتفاقاً امری واقعی است ولی در جهان خارج قرار ندارد؛ یعنی در زبان علم اقتصاد وقتی از مطلوبیت سیب یا اسکناس صحبت می‌کنیم، به نماد و علامت آنچه منشأ لذت است ارجاع می‌دهیم، نه به خود سیب یا اسکناس.

به همین دلیل است که علامه می‌گوید:

این معانی وهمیه در ظرف توهم مطابق دارند؛ اگرچه در ظرف خارج مطابق ندارند؛ بلکه در ظرف توهم حد یک چیز به چیز دیگر داده می‌شود... البته این معانی قابل تغییر و تبدل هستند... اگرچه روی حقیقتی استوارند... یعنی هر وهمی را که به مصداقی می‌دهیم یک مصداق واقعی هم دارد که از آنجا گرفته شده است... این معانی وهمیه در عین حال که غیر واقعی اند اثر واقعی دارند... لذا لغو نخواهند بود... در این عمل (اعتبارسازی) با عوامل احساسی حد چیزی را به چیز دیگر می‌دهیم، به واسطه آثاری که در ارتباط با عوامل احساسی خود دارند... این ادراکات و معانی چون زائیده عوامل احساسی اند، ارتباط تولیدی با ادراکات و علوم حقیقی ندارند و به اصطلاح، منطبق آن را (که مثل منطق شعری از نوع استعاری است) با برهان نمی‌توان اثبات کرد؛ لذا برخی تقسیمات حقیقیه مثل ضروری و محال و ممکن در مورد این معانی وهمیه (اعتباریات) جاری نخواهد بود... ممکن است این معانی وهمیه را اصل قرار داده معانی دیگری نیز از آنها بسازیم... لذا ممکن است انسان با توجه به احساسات درونی خویش که مولود احتیاجات اوست یک رشته افکار و ادراکاتی بسازد که بستگی خاصی با احساسات او داشته و رافع احتیاجات مذکور باشد، ولی با تبدلان احساسات یا احتیاجات، این معانی نیز زایل شود؛ این معانی همان ادراکات بالمعنی الاخص است (طباطبائی، ۱۳۳۲، ص ۲۸۵-۲۹۳).

با این نگاه می‌توان گفت مطلوبیت نیز امری در ظرف وهم است که ما آن را اعتبار می‌کنیم تا با اشیای واقعی که با ما نسبت دارند (مثلاً از طریق ایجاد لذت و درد) ارتباط عملی برقرار کنیم. به زبان علامه، مثلاً مجازاً حد مطلوبیت را به طلا یا پول کاغذی داده‌ایم؛ در حالی که در جهان خارج هر چه در فلزی به نام طلا یا کاغذی به نام پول از نظر عقلی و تجربی مکاشفه کنیم، به خاصیتی به نام مطلوبیت نمی‌رسیم؛ ولی مثلاً در دنیای واقعی و انضمامی، از خوردن گوشت لذت و مطلوبیت

کسب می‌کنیم و همان را مجازاً به شیئی دیگر همچون طلا یا پول که با آن نسبت نمادین دارد یا نشانه و علامت آن است، تسری می‌دهیم؛ ولی رابطه بین آن نشانه یا نماد و امر حقیقی، رابطه‌ای قراردادی یا اعتباری و در ظرف بین‌الذهانی یا وهمی است. به همین دلیل است که با رویکرد علامه، این مفهوم مطلوبیت به معنای عامش در علم اقتصاد را می‌توان مفهومی اعتباری در نظر گرفت.

درواقع در تفسیر ما از علامه، اعتباریات یک واسطه بین‌الذهانی بین ما و جهان خارج از ما هستند که ادراک و فهم ما از جهان خارج را شکل می‌دهند. حال وقتی با جهان اقتصادی به عنوان جهان خارج روبه‌رو می‌شویم، این اعتباریات کدام‌اند؟ اقتصاد نئوکلاسیک مفهومی به نام مطلوبیت را واسطه قرار می‌دهد؛ یعنی مطلوبیت علامت و نماد هر نوع مواجهه ما با اشیایی در جهان اقتصاد است که ارزش اقتصادی دارند. آیا مفهوم مطلوبیت می‌تواند به عنوان یک اعتبار عمل کند؟ از نظر ما نیز مفهوم مطلوبیت می‌تواند این کارکرد را داشته باشد. تنها نقد ما به مکتب نئوکلاسیک این است که این کار را با رویکرد و روش‌شناسی غلطی انجام می‌دهد؛ به این معنا که از سویی به واسطه روش‌شناسی فردگرایانه این مفهوم را به عنوان یک مفهوم کاملاً ذهنی و شخصی در نظر می‌گیرد (وقتی که از انتخاب فردی صحبت می‌کند)؛ از سوی دیگر در سیاست‌گذاری درباره جمع که انتخاب برای افراد مطرح می‌شود، مفهومی بین‌الذهانی و جمعی به آن می‌دهد؛ یعنی مطلوبیت مفهومی است که هم‌زمان ذهنی و بین‌الذهانی، و هم‌زمان فردی و هم جمعی است. از نظر ما این تناقض است؛ چون یک مفهوم نمی‌تواند هم‌زمان هم ذهنی باشند و هم بین‌الذهانی.

البته اقتصاد نئوکلاسیک همان‌طور که در بخش قبلی اشاره کردیم، از مفهوم ترجیحات بهره می‌گیرد تا این تناقض را حل کند؛ یعنی می‌گوید این مفهوم ذهنی خود را در ترجیحات افراد نشان می‌دهد و چون این ترجیحات را می‌توان تجمیع کرد، پس این مطلوبیت‌ها را نیز می‌توان تجمیع کرد و از مطلوبیت فردی و ذهنی به مطلوبیت جمعی رسید. این تجمیع نیز می‌تواند بر اساس قواعد متفاوتی انجام شود؛ مثلاً اینکه مطلوبیت جمعی، جمع جبری مطلوبیت‌های فردی باشد با وزن‌های مساوی یا متفاوت. لذا مطلوبیت تجمیع‌شده از نظر معنایی و معرفت‌شناختی نمی‌تواند همان مطلوبیت بین‌الذهانی باشد، بلکه تجمیع مطلوبیت‌ها، خود می‌تواند قائم به مفروضات و قواعد متفاوتی باشد. بنابراین خلطی که اقتصاد نئوکلاسیک انجام می‌دهد تا تناقض مربوطه را رفع کند، مشخص شد. مطلوبیت‌های تجمیع‌شده به فرض امکان (اگر بتوان مطلوبیت‌ها را به ترجیحات تقلیل داد و از عدم امکان‌رو رهایی یافت) با مفهومی بین‌الذهانی مطلوبیت متفاوت

است. مفهوم بین‌الذهانی مطلوبیت، امری معناشناسانه است که می‌تواند کارکرد معرفت‌شناسانه نیز داشته باشد، ولی مفهوم تجمیع‌شده مطلوبیت امری روش‌شناسانه است که صرفاً می‌تواند کاربرد محاسباتی داشته باشد.

نکته این مقاله درباره کارکرد اعتباریات در حل تناقض اقتصاد رفاه نیز به همین خلط مفهومی مربوط می‌شود. از نظر رویکرد علامه مطلوبیت به عنوان واسطه ما و جهان خارج علی‌الاصول ذهنی و فردی نیست که بعد بخواهیم نگران تجمیع آن باشیم. مطلوبیت به عنوان اعتباری اجتماعی، امری بین‌الذهانی است یا به عبارتی وجود ذهنی است یا در ظرف و هم شکل می‌گیرد؛ ولی قائم به شخص نیست. لذا از نظر معرفت‌شناختی امکان شناخت عینی مطلوبیت وجود دارد، اگرچه مستقیماً مابازای خارجی هم نداشته باشد. البته توجه کنیم که اگرچه یک کالای مصرفی همچون سیب مطلوبیت ذاتی هم دارد، ولی در اقتصاد نئوکلاسیک وقتی از مطلوبیت یک کالا صحبت می‌شود، اصلاً آن مطلوبیت ذاتی مد نظر نیست، بلکه ادراک و فهم ذهنی ما از آن مد نظر است که ارزش اقتصادی آن خوانده می‌شود و در قیمت انعکاس می‌یابد. با این تفاسیر، مطلوبیت در رویکرد علامه، از همان ابتدا مفهومی اجتماعی دارد و مفهوم فردی و شخصی آن امری عارضی است؛ لذا مسئله تناقض بین مفهوم فردی و جمعی یا عدم امکان تجمیع ترجیحات فردی به جمعی اصلاً مطرح نمی‌شود؛ بلکه مطلوبیتی که به اشیا یا نماد و علامت آنها نسبت داده می‌شود، اعتباری اجتماعی خواهد بود. وقتی مطلوبیت اعتباری اجتماعی باشد، خودبه‌خود ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی همچون عدالت در وضع آن دخیل خواهد بود.

## ۲-۳. اعتباریات و عینیت ارزش‌های اخلاقی

می‌توان هستی‌شناسی علامه را در بحث اعتباریات بر مبنای رابطه انسان با طبیعت (واقعیت) و خدا (فطرت و حقیقت) از یک سو (اعتباریات قبل از اجتماع که ثابت است) و دیگر انسان‌ها (اعتباریات بعد از اجتماع که متغیر است) از سوی دیگر، تقسیم‌بندی کرد؛ لذا می‌توان گفت:

اختلاف در اعتباریات در جوامع مختلف ریشه در تفاوت جهان‌بینی و انسان‌شناسی دارد... اعتباریات مبتنی بر تمایلات برآمده از نیاز طبیعی و فطرت الهی از یک سو و غایت رفع نیاز طبیعی و رسیدن به کمال از سوی دیگر است. نیازها، امیال و غایات واقعی و حقیقی‌اند، درحالی‌که واسطه‌ای که این نیاز و میل را به غایت ارتباط می‌دهد اعتباری است؛ اما کیفیت این اعتباریات یا سنت‌ها بستگی به این دارد که نگاه انسان به خودش

(انسان‌بینی) و جهان (جهان‌بینی) و رابطه بین این دو چگونه باشد (پارسانیا، ۱۳۹۳، ص ۳۳-۳۴).

به بیان علامه: «انسان‌ها در وجوهی (صورت) متحد و در وجوهی دیگر (ماده) مختلف‌اند» (طباطبائی، ۱۳۷۴، ص ۱۷۷)؛ لذا اعتباریات، تا جایی که اهداف و مقاصد اجتماعی مد نظر است، متفاوت‌اند و تا جایی که فطری الهی و نیاز طبیعی انسان مد نظر است، وحدت دارند؛ ولی به هر حال رویکرد علامه به عنوان یک روش‌شناسی در علم عملی، امری فلسفی و لذا عام است و می‌تواند در تحلیل کنش اقتصادی مورد استفاده قرار گیرد. لذا به کارگیری آن در نقد روش‌شناسانه اقتصاد نئوکلاسیک نیز بلامانع است.

بنابراین یک جهان‌بینی الهی که در آن ارزش‌های الهی و فطری حاکم است، به اعتباریاتی می‌انجامد که نیازها و غایات فطری انسان را مشخص می‌کند و در یک جامعه غیرالهی ممکن است امور دیگری اعتبار شود؛ ولی روش خلق اعتبار در هر جامعه وجود دارد. نکته کلیدی این است که اعتباریات واسطه‌ای است بین فطرت و طبیعت انسان از یک سو و غایات و اعمال انسان از سوی دیگر. طبیعت مبتنی بر میل و غایات مادی انسان ایجاد نیاز و خواست می‌کند و فطرت الهی مبتنی بر غایت نهایی انسان یعنی کمال‌طلبی و تقرب به خدا، نیاز دیگری را ایجاد می‌کند که امیال معطوف به طبیعت مادی انسان را تعدیل می‌نماید. واسطه این تعدیل بین فطرت و طبیعت و یا بین این دو و غایات آنها (کمال و رفع نیاز) اعتباریات هستند. بنابراین اعتباریات «بعد اجتماع» مبنای یک نوع عقلانیت از نوع حکمت عملی است که بین وجه علوی انسان (فطرت) و وجه سفلی او (غریزه، میل و نیاز) واسطه می‌شود و امکان رفع نیازهای اجتماعی انسان را با توجه به غایات فراهم می‌آورد. البته اینکه در خلق اعتباریات غریزه وزن بیشتری داشته باشد یا فطرت، از جامعه‌ای به جامعه دیگر متفاوت است.

رویکرد اعتباریات، روش‌شناسی ما را در اقتصاد تغییر می‌دهد و امکان ورود اخلاق به اقتصاد را فراهم می‌آورد؛ چراکه اعتباریات می‌تواند هم نمودی از نیازهای مادی (اقتصادی) و هم جلوه‌ای از نیازهای معنوی (اخلاقی) انسان باشد. تغییر اعتباریات نمودی از بسط امیال و نیازهای مادی انسان است، ولی مقید شدن و لذا ثبات آنها تابعی از قیود فطری و طبیعی است که خود را در این اعتباریات نشان می‌دهد. از آنجاکه اعتباریات مبتنی بر طبیعت و فطریات شکل می‌گیرند، در یک حالت آرمانی، دچار نسبییت ارزشی در اخلاق نمی‌شویم (البته در عمل همیشه امکان انحراف از

این حالت آرمانی وجود دارد) و از آنجاکه در وعایی بین‌الذّهانی<sup>۱</sup> وضع می‌شوند، عینی هستند و قابلیت شناخت دارند؛ لذا دچار ذهن‌گرایی و نسبیّت معرفت‌شناختی نمی‌شویم. «اگرچه اعتباریات حقیقی نیستند و با واقع مطابقت ندارند، ولی ساخت آنها مبتنی بر حقایق (نیازهای مادی و نیل به کمالات فطری و معنوی) بوده، آثار حقیقی دارند» (طباطبائی، ۱۳۶۲، ص ۱۲۴). البته از دیدگاه ایشان «علوم اعتباریه تابع احساسات درونی می‌باشند» (طباطبائی، ۱۳۷۵، ص ۲۲۷)؛ ولی این لزوماً به معنای نسبیّت در اخلاق نیست؛ چراکه «احساسات درونی بشر، خود به دو دسته تقسیم می‌شوند. برخی از این احساسات زودگذر، متغیر، و شخصی‌اند و بعضی عمومی، همیشگی و ثابت. اعتبارات بشری نیز به تبع احساسات به دو قسم تقسیم می‌شوند. اعتباراتی که بر دسته اول مبتنی‌اند، همچون آنها شخصی، متغیر و زودگذرند، ولی اعتباراتی که بر احساسات دسته دوم مبتنی هستند، از ثبات، کلیت و جاودانگی برخوردارند (طباطبائی، ۱۳۷۵، ص ۲۲۷).

منشأ اعتباریات، حقایق و واقعیاتی ثابت است؛ لذا اگرچه اعتباریات وضعی‌اند، ولی این بدان معنا نیست که دل‌بخواه باشد. البته عده‌ای علامه را به نسبیّت‌گرایی متهم کرده‌اند؛ چراکه ایشان ریشه اعتباریات را در احساسات درونی می‌داند، اما علامه در جلد دوم المیزان به صراحت و روشنی نسبیّت‌گرایی را رد می‌کند:

عدالت مفهوماً مطلق است، ولی حسن و مصادیق آن در طول زمان تغییر و تحول می‌یابد. انسان همیشه در مسیر تحول عوامل اجتماعی، رضا می‌دهد که همه احکام و قوانین اجتماعی به طور دفعی و تدریجی تغییر یابد، ولی هیچ‌گاه راضی نمی‌شود که صفت عدالت را از وی سلب کرده و ظالمش بنماید (طباطبائی، ۱۳۴۶، ص ۱۴).

در نظریه اعتباریات نیز چنین آمده است:

اعتباریات قالب‌هایی هستند که مصادیق متفاوت و متعدد را در بر می‌گیرند. این قالب‌ها خود تغییر نمی‌کنند، اما مظروف آنها متفاوت است. احکام اعتباری که احکام اخلاقی هم از جمله آنهاست، به صورت منطقی از قضایای حقیقی قابل استنتاج نیستند. درعین حال بی‌اساس هم نیستند؛ یعنی فرایند تکون ارزش‌ها ناظر به واقعیت‌هاست. این احکام (عملی) بالأخره سر از اقتضایی درمی‌آورد که دائماً در طبیعت انسان هست (طباطبائی، ۱۳۷۵، ص ۳۱۹).

براین اساس بشر به هدایت طبیعت و فطرت که ویژگی مشترک انسان‌هاست، به ارزش‌هایی

#### 1. intersubjective medium

ثابت می‌رسد (طباطبائی، ۱۳۶۳، ص ۲۸۷). بنابراین اعتباریات همواره بر اساس نیازهای فطری و طبیعی قابل وضع شدن است و لذا نیازی نیست نگران دوگانگی ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی باشیم؛ چراکه دوگانگی وقتی به وجود می‌آید که از مبنایی فردگرایانه، ذهنی و لذا شخصی آغاز کنیم؛ ولی اعتباریات از مبنایی بین‌الذهانی (لذا عینی) آغاز می‌کند که همواره مورد توافق عقلاست. بنابراین علامه با بحث اعتباریات، دو امکان در رابطه اخلاق و اقتصاد برای ما فراهم می‌آورد: اول از نظر معرفت‌شناختی، امکان شناخت عینی برخی مقولات کلیدی، همچون مطلوبیت را که مابازای خارجی ندارند برای ما فراهم می‌آورد؛ چراکه اعتباریات در ظرف وهم یا به عبارتی دیگر در یک ظرف بین‌الذهانی شکل می‌گیرد که قابلیت عینی شدن دارد و بدین ترتیب از ذهنی‌گرایی در شناخت مطلوبیت (که مبتلا به مکتب نئوکلاسیک است) در امان می‌مانیم؛

دوم اینکه این اعتباریات می‌تواند با توجه به اهداف بر مبنای ارزش‌های ثابت اخلاقی یا نیازهای متغیر یا ثابت فردی و اجتماعی وضع شود. لذا در چارچوب نظام ارزشی مان (که اسلام باشد) می‌توانیم اعتباریات را به عنوان مفاهیم و قواعد کلی داشته باشیم و دچار نسبیّت نمی‌شویم. به عبارتی اگرچه اعتباریات به دلیل اجتماعی بودن و تاریخی بودن، جهان‌شمولی<sup>۱</sup> مقولات و مفاهیم علم فیزیک را ندارد، ولی به شکل قواعدی عام<sup>۲</sup> عمل می‌کند که از نظر محتوایی می‌تواند مبتنی بر اصول دینی باشد و از سوی دیگر مورد اجماع بین‌الذهانی عقلا خواهد بود. پس اطلاقش را از مطلق بودن اصول و ارزش‌ها می‌گیرد، ولی ظهورش تابع مقتضیات و نیازهای انسان است. به قول علامه، «انسان بر حسب پیشرفت اجتماع و تکامل فکر خود مفاهیم اعتباری تازه‌ای می‌سازد...» (طباطبائی، ۱۳۳۲، ص ۳۳۳).

### ۳-۳. اعتباریات و نقد صورت‌بندی نئوکلاسیکی مطلوبیت

اعتباریات می‌تواند به عنوان ابزار روش‌شناختی برای ارتباط اخلاق و اقتصاد مورد استفاده قرار گیرد. اگر بخواهیم رابطه بین اخلاق و اقتصاد را با رویکرد اعتباریات حل کنیم، مسئله به این شکل مطرح می‌شود که: چگونه اعتباریاتی تأسیس کنیم که ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی را به یکدیگر پیوند دهد؟ می‌توان مطلوبیت را، به مثابه یک امر اعتباری که بازنمایی‌کننده هر دو ارزش (اقتصادی و اخلاقی) باشد، وضع کرد. البته اعتبارسازی به مثابه یک روش در علم عملی، رویکردی عام است

1. universality
2. general



و در هر جامعه‌ای می‌تواند استفاده شود؛ ولی محتوای ارزشی آن با توجه به درجه کمال یک جامعه در نزدیک شدن به فطرت متفاوت خواهد بود. لذا وضع اعتبار دلخواه نیست. مثلاً در سنت فلسفه اسلامی ما مفهوم سعادت را داریم. مطلوبیت را نیز می‌توانیم «هر آنچه ما را به سعادت می‌رساند» بدانیم. لزومی ندارد معنای لذت‌گرایانه به آن بدهیم. البته این معنای مطلوبیت متفاوت با معنایی است که در سنت مطلوبیت‌گرایانه وجود دارد؛ لذا می‌توان هر آنچه را مطابق با فطرت و طبیعت ماست امری مطلوب تعریف کرد و آن را مبتنی بر رویکرد علامه اعتبار نمود و جزو اعتباریات قرار داد. به بیان علامه، «میان طبیعت انسان از یک سو و آثار طبیعی و تکوینی وی از طرف دیگر یک سلسله ادراکات و افکار میانجی است که طبیعت نخست آنها را ساخته و به واسطه آنها خواص و آثار خود را در خارج بروز می‌دهد» (طباطبائی، ۱۳۳۲، ص ۳۰۲). به عبارتی اعتباریات واسطه‌ای است بین فطرت الهی و امیال طبیعی ما (مثلاً بین ارزش‌های اخلاقی و ارزش‌های نااخلاقی مثل ارزش‌های اقتصادی) از یک سو، و آثار و نتایج آنها در جهان خارج از سوی دیگر، که با عمل ما ظهور می‌یابد. به اعتبار ماست که یک ارزش نااخلاقی تا چه اندازه ارزشی اخلاقی به شمار آید. هم فطرت الهی ما حقیقی است و غایت معطوف به کمال را تعیین می‌بخشد و هم امیال طبیعی ما واقعی‌اند و اهداف مربوط به بقا و زندگی اجتماعی را تعیین می‌بخشند. اینکه چگونه این امیال ارضا شوند تا خوشبختی (سعادت) نیز حاصل آید، بستگی به نوع اعتباریاتی دارد که وضع می‌شوند. هیچ‌گاه بی‌واسطه از میل به سعادت یا از ارزش‌های اقتصادی به ارزش‌های اخلاقی نمی‌رسیم (کاری که در اقتصاد نئوکلاسیک رایج است)، بلکه همواره اعتباریات باید واسطه شوند.

برای مثال ما هیچ‌گاه با تأمل در میل جنسی به روش اخلاقی ارضای آن نمی‌رسیم؛ ولی وقتی اعتباری همچون عقد نکاح تحقق می‌یابد، نهاد خانواده شکل می‌گیرد که این میل به روش اخلاقی ارضا می‌شود. لذا اعتبار عقد در خانواده، ارزش‌های زیستی و غریزی را با ارزش اخلاقی و فطری همچون عفت و داشتن خانواده پیوند می‌زند. در اقتصاد نیز همین گونه است؛ مثلاً در اسلام میل به منفعت‌طلبی روش اخلاقی ارضای خود را در چارچوب اعتباری مثل عقد مضاربه و نهاد بیع (و نه ربا) می‌یابد. این در حالی است که تعریف مطلوبیت در رویکرد ذهن‌گرایانه و فردگرایانه مکتب نئوکلاسیک به دلیل ابهام و عدم تعیین، توان برقراری ارتباط بین دو نوع ارزش متفاوت را ندارد؛ ولی اعتباریات چون هم وجه قبل اجتماعی و هم وجه بعد اجتماعی دارند، این امکان را فراهم می‌آورند. لذا درباره مطلوبیت اگر به مثابه اعتبار وضع شود (و نه امری ذهنی) می‌توان ارزش اخلاقی را به واسطه اعتبار قبل اجتماعی حسن و قبح، و ارزش اقتصادی را به واسطه اعتبار بعد

اجتماعی مثل مالکیت، برای آن تعریف کرد.

#### ۴-۴. اعتباریات و نقد دوگانگی ارزش / امر واقع<sup>۱</sup> در مکتب نئوکلاسیکی

یکی از نتایج بحث اعتباریات علامه این است که میان ادراکات اعتباری و حقیقی رابطه تولیدی وجود ندارد؛ یعنی از هیچ‌یک از دو طرف نمی‌توان میان این دو سنخ تصدیقات رابطه برقرار کرد: «این ادراکات (اعتباری) و معانی، چون زاییده عوامل احساسی هستند، دیگر ارتباط تولیدی با ادراکات و علوم حقیقی ندارند» (طباطبائی، ۱۳۸۵، ص ۱۶۷). به عبارتی نمی‌توان از مفاهیم و گزاره‌های تجربی و اثباتی درباره مطلوبیت (مثل لذت) به مفاهیم و گزاره‌های هنجاری درباره مطلوبیت یعنی خوب و خیر بودن آن رسید. این نکته از این نظر مهم است که به ما نشان می‌دهد که از مفهوم روان‌شناختی مطلوبیت یعنی لذت (که ادراکی حقیقی به شمار می‌آید) نمی‌توان به مفهوم اخلاقی مطلوبیت (که ادراکی اعتباری است) رسید؛ در حالی که وقتی مطلوبیت در ظرف اعتبار تعریف شود، دیگر لزومی ندارد نگران رابطه تولیدی بین بُعد روان‌شناختی لذت و بُعد هنجاری مطلوبیت در نظریه ارزش اقتصادی یا اخلاقی باشیم؛ چراکه از ابتدا می‌دانیم که ماهیت مطلوبیت به عنوان یک اعتبار از جنس یک قاعده هنجاری است که بر مبنای غایات اجتماعی و از روی عقل اعتبار شده است. نکته مهم‌تر اینکه در چارچوب بحث علامه، مطلوبیت وجه اخلاقی خود را از اعتبار «حسن و قبح» می‌گیرد که قبل اجتماعی است و لذا از ابتدا به عنوان امری هنجاری وضع می‌شود. از طرفی ضرورت فعل اخلاقی نیز حاصل از اعتبار قبل اجتماعی «وجوب» است. لذا دیگر دچار دوگانگی‌های کاذبی (روش‌شناسی اثباتی حاکم بر مکتب نئوکلاسیک) همچون دوگانگی «است» و «باید»، امر اثباتی و امر هنجاری، یا ارزش و امر واقع نمی‌شویم.

علامه در این باره می‌گوید: «انسان با به کار انداختن قوای فعاله‌اش نسبت ضرورت و وجوب (باید) را میان خود و صورت احساسی خود که با نتیجه عمل تطبیق می‌نماید می‌گذارد؛ حال آنکه این نسبت به حقیقت میان قوای فعاله و حرکت حقیقی صادره از آنها جریان دارد؛ لذا نسبت نام‌برده اعتباری خواهد بود» (طباطبائی، ۱۳۳۲، ص ۳۱۵).

البته اعتباریات دلخواهی نیستند؛ اگرچه ضرورت قوانین طبیعی را هم ندارند. در جایی دیگر می‌گوید:

اگر در معلومات اعتباری دقت کنیم می‌بینیم که حال ادراکات اعتباری در تولید و استنتاج

1. Fact/value dichotomy

مانند حال علوم حقیقی است. مثلاً نسبت وجوب را از نسبت ضرورت خارجی که میان علت و معلول خارجی است گرفته‌ایم و عامل اصلی این اعتبار همین بود که دیدیم فعل با قوه فعاله ارتباط داشته و به ایدئال (مصلحت) قوه نام‌برده مشتمل می‌باشد و البته این وجوب اعتباری مانند وجوب حقیقی میان یک فاعل و یک فعل تحقق پیدا می‌کند (وجوب تعیینی به اصطلاح فن اصول)؛ ولی پس از انجام این امر چون گاهی می‌بینیم که دو فعل مختلف در اشمال بر مصلحت یک‌سان می‌باشند، وجوب نام‌برده را میان قوه فعاله و میان یکی از دو فعل (لا علی التبعین) اعتبار می‌کنیم و در نتیجه وجوبی تازه به نام وجوب تخییری پدید می‌آید (طباطبائی، ۱۳۳۲، ص ۳۳۲).

در واقع اعتباریات «وجوب» و «خوب» به عنوان اعتباری قبل اجتماعی، امکان صورت‌بندی یک نظریه کنش بر مبنای ارزش‌های مشترک را فراهم می‌آورد، بدون اینکه دچار نسبیّت ارزشی شویم. نتایج کنش نیز بر مبنای اعتباریات بعد اجتماعی همچون مالکیت و توزیع قابل ارزیابی است. از سویی اعتباریات بعد اجتماعی نیز بر مبنای اعتباریات قبل اجتماعی استخراج‌پذیرند؛ چراکه این اعتباریات قبل اجتماعی اگرچه درباره کنش فرد هستند، ولی دیگر ذهنی و شخصی نیستند (چراکه بین‌الذهانی‌اند) که ما در استخراج اعتباریات بعد اجتماعی (مثلاً در حوزه عدالت اجتماعی و رفاه) دچار تناقض (جمع هم‌زمان معیارهای فردگرایانه و جمع‌گرایانه) شویم. در واقع اعتباریات چون ماهیت بین‌الذهانی دارند و عینیت می‌یابند، هم کارکرد فردی دارند و هم کارکرد اجتماعی؛ لذا مسئله استنتاج احکام جمعی از فردی حل می‌شود؛ چون هر دو اعتباریات قبل و بعد اجتماعی، عینی هستند، نه ذهنی.

#### ۴-۵. اعتباریات و نقد معرفت‌شناختی مطلوبیت‌گرایی مکتب نئوکلاسیکی

از دیگر نتایج بحث اعتباریات، به عینیت مطلوبیت و شناخت آن راجع است. می‌توان گفت که اقتصاد نئوکلاسیک به یک معنا نسبت به مفهوم مطلوبیت ناشناخت‌گراست؛ چون آن را ذهنی تعریف می‌کند و به انتخاب فرد محول می‌نماید. این ناشناخت‌گرایی خودبه‌خود به ناشناخت‌گرایی اخلاقی در اقتصاد نیز انجامیده است؛ یعنی اگر در نگاهی خودگرایانه یا مطلوبیت‌گرایانه، خوبی را مطلوبیت تعریف کنیم، خودبه‌خود بعد ذهنی مطلوبیت در تعریف ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی نیز خود را نشان می‌دهد؛ در حالی که اگر مطلوبیت از جنس اعتبار باشد، این مسئله حل می‌شود؛

چراکه اعتباریات قابل شناخت و عینی‌اند. اعتباریات متعلق به «ظرف» یا «وعایی»<sup>۱</sup> خواهد بود که پس از وضع درباره شناخت آن می‌توان به عینیت رسید. به همین دلیل عده‌ای علامه را شناخت‌گرا می‌دانند:

به نظر می‌رسد اخلاق طباطبائی را باید در دسته شناخت‌گرایان قرار داد... طباطبائی در تفسیر المیزان و اصول فلسفه دو نوع خوب و بد را مد نظر قرار داده است: خوب حقیقی و خوب مجازی یا اعتباری. خوب حقیقی آن است که ملائم با طبع و موافق اغراض باشد. این معنای خوب به هیچ عنوان یک خوب اخلاقی نیست. این معنای خوب وقتی در حوزه اخلاق وارد شد، استعاری و مجازی می‌شود. گویی مفهوم خوب در وعاء‌های گوناگون، به صفات گونه‌گون متصف می‌شود... بنا بر رأی طباطبائی، گزاره‌های اخلاقی از آن حیث که به وعاء دیگری متعلق هستند، علی‌الاصول می‌توانند معرفت‌بخش باشند و در زمره تصدیقات به حساب آیند. در این صورت، می‌توان طباطبائی را جزو شناخت‌گرایان به حساب آورد؛ هرچند وی برای مفاهیم اخلاقی‌ای نظیر خوبی، هیچ مطابقی در عالم خارج قائل نیست و در معنای وجودشناختی، واقع‌گرا نیست. با این توضیح که گزاره‌های اخلاقی، کاشف از عالم واقع نیستند و نسبتی با وقایع پیرامون ما ندارند؛ اما در عین حال، می‌توان درباره صدق و کذب و حجیت مدعیات اخلاقی، به نحو بین‌الذهانی گفت‌وگو کرد (دباغ، ۱۳۸۴، ص ۱۸۲).

لذا می‌توان گفت حوزه اعتباریات، وعایی معقول است که از منظر هستی‌شناختی، ذهنی ولی از منظر معرفت‌شناختی عینی است. بنابراین اعتباریات، بر خلاف امور طبیعی، جزو امور واقع نیستند، ولی اموری ذهنی و شخصی هم نیستند. می‌توان گفت جزء ظرف یا وعایی بین‌الذهانی‌اند و لذا از منظر شناختی می‌توان درباره‌شان گزاره‌های صادق بیان کرد. مطلوبیت نیز به مثابه یک اعتبار همین ویژگی را دارد؛ یعنی از نظر هستی‌شناختی ذهنی و از نظر معرفت‌شناختی عینی است.

#### ۴-۶. اعتباریات و نقد دوگانگی‌های فرد / جامعه و اخلاق / اقتصاد

نکته مهم دیگر که در رویکرد علامه وجود دارد، این است که اعتبارات در ظرفی متفاوت با واقعیت به شکل استعاری اعتبار می‌شوند؛ لذا به امور فردی نیز تقلیل‌پذیر نیستند. اشتباه مکتب نئوکلاسیک

1. medium

در این است که مطلوبیت را امری فردی و ذهنی در نظر می‌گیرد (به زبان علامه آن را «قبل اجتماعی» اعتبار می‌کند)، ولی در قالب اصل مطلوبیت‌گرایی کارکرد «بعد اجتماعی» از آن می‌خواهد؛ اما به این نکته توجه ندارد که اگر مفهوم مطلوبیت بخواهد بعد اجتماعی شود، ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی وابسته به آن نیز باید وجه اجتماعی بیابند؛ یعنی نظریه ارزش دیگر نمی‌تواند ذهنی بماند و یا نظریه اخلاق خودگرایانه باشد. خودگرایی و نظریه ذهنی ارزش هر دو فردگرایانه‌اند؛ لذا با مفهومی از مطلوبیت قابل جمع‌اند که قبل اجتماعی است؛ ولی مطلوبیت‌گرایی بر مبنای معیارهای بعد اجتماعی معنا می‌یابد؛ چون از مطلوبیت کل افراد جامعه صحبت می‌کند و لذا باید با ارزش‌های اجتماعی در پیوند باشد. تناقض پیش‌گفته در اقتصاد رفاه با رویکرد علامه را می‌توان این‌گونه بیان کرد که مکتب نئوکلاسیک در چارچوب فلسفه ذهن‌گرایانه‌اش، نمی‌تواند کارکرد بعد اجتماعی (جمع‌گرایانه) و قبل اجتماعی (فردگرایانه) مطلوبیت را از یکدیگر تفکیک کند. همان‌طور که در ادامه خواهیم دید، ویژگی بحث اعتباریات این است که رویکردی را به ما می‌دهد که می‌توان به وضع مقولاتی پرداخت که هم کارکرد اجتماعی داشته باشد و هم کارکرد فردی. لذا اگر مطلوبیت نیز به عنوان یک اعتبار وضع شود، ارتباط بین فرد و جامعه و به تبع آن ارتباط بین اخلاق و اقتصاد امکان‌پذیر می‌شود. اگر به مسئله‌ای که تحت عنوان تناقض در اقتصاد رفاه از آن یاد کردیم توجه کنیم، می‌بینیم که ریشه این تناقض در عدم امکان استنتاج از فرد به جامعه است. دلیل عدم امکان این است که وقتی در مکتب نئوکلاسیک از فرد آغاز کنیم، در تبیین مطلوبیت دچار نسبیت و عدم عینیت می‌شویم؛ دچار عدم عینیت می‌شویم چون مطلوبیت را ذهنی تعریف کرده‌ایم؛ و دچار نسبیت می‌شویم، چراکه معیاری جز خود فرد برای تشخیص مطلوبیت وجود ندارد. لذا وقتی بخواهیم مطلوبیت افراد را تجمیع کنیم بیش از یک معیار برای تجمیع وجود دارد. لذا مطلوبیت به عنوان یک مفهوم دوگانه که قرار است دو نوع ارزش را به یکدیگر نسبت دهد، خود دچار عدم تعین<sup>۱</sup> می‌شود. این نسبیت و عدم عینیت، دسترسی به یک معیار معین و لذا استنتاج از فرد به جمع را ممتنع می‌کند؛ کاری که مکتب نئوکلاسیک ادعای انجام آن را دارد. البته همان‌طور که پیش‌تر نیز اشاره کردیم، مکتب نئوکلاسیک مفهوم مطلوبیت تجمیع‌شده را نیز با مفهوم بین‌الذهانی مطلوبیت خلط می‌کند. با تعریف مطلوبیت به مثابه اعتبار، این خلط نیز رفع می‌شود.

از منظر علامه میان طبیعت انسان از یک سو و آثار طبیعی و تکوینی وی از سوی دیگر، یک سلسله ادراکات و افکار میانجی هستند که طبیعت نخست آنها را می‌سازد و به واسطه آنها خواص و

آثار خود را در خارج بروز می‌دهد (طباطبائی، ۱۳۳۲، ص ۳۰۲). قبلاً در تعریفی مختار گفتیم که اعتباریات مفاهیمی هستند که انسان برای ادراک و فهم خود از جهان وضع می‌کند. در تکمیل این تعریف می‌توان گفت: اعتباریات قواعدی هستند که انسان بین خود (قوای فعاله طبیعی و فطری) و فعل ارادی‌اش وضع می‌کند تا به اهداف خود برسد. در واقع اعتباریات از جنس قراردادند؛ اما این قرارداد دلخواهی نیست، بلکه ریشه در طبیعت و فطرت دارد و با اهداف اجتماعی جهت می‌یابد و چون باید مبنای کنش افراد باشد، خود را به شکل قاعده‌ای رفتاری نشان می‌دهد. اعتبار به مثابه مفهوم وجودی در وعایی بین‌الذهانی، کلی است؛ اگرچه تعیین و تقرر آن در یک جامعه خاص، جزئی و نسبی است؛ به این معنا که می‌تواند اشکال متفاوتی به خود بگیرد. دلیل اشکال متفاوت نیز روش‌ها و نهادهای متفاوت در رسیدن به غایات (مادی و معنوی) است. درباره ارزش‌های اقتصادی می‌توان گفت به شکل قبل اجتماعی ریشه در نیاز طبیعی ما دارند و به شکل بعد اجتماعی با دیگر اعتباریات مربوط به مالکیت و توزیع ارتباط می‌یابند. درباره ارزش‌های اخلاقی نیز همین‌طور می‌توان گفت که به شکل قبل اجتماعی ریشه در فطرت الهی ما دارند و به شکل بعد اجتماعی نیز با دیگر اعتبارات ارتباط می‌یابند. این در حالی است که اقتصاد نئوکلاسیک به دلیل نظریه ذهنی ارزش، ارزش‌های اقتصادی را قبل اجتماعی در نظر می‌گیرد، ولی چون با مسائلی همچون توزیع روبه‌رو می‌شود، مجبور به ارائه معیارهایی بعد اجتماعی همچون مطلوبیت‌گرایی است.

حال که تناقض را تشخیص دادیم، می‌توانیم راه‌حل را این‌گونه ارائه کنیم که پیوند اخلاق و اقتصاد یا ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی باید در ظرفی مفهومی به نام اعتباریات انجام شود که این اعتباریات، اولاً عقلی‌اند و در فضایی بین‌الذهانی شکل می‌گیرند؛ لذا عینیت دارند و قابل شناخت هستند و قایم به فرد نیز نیستند که نسبی شوند. بنابراین معیارهایی برای ارزش اقتصادی و اخلاقی خواهیم داشت که با توجه به اعتباریات تعیین‌پذیرند؛ ثانیاً در این پیوند، اعتباریات قبل اجتماعی به عنوان یک قید بر اعتباریات بعد اجتماعی تقدم دارد؛ چراکه اولی ریشه در فطرت و نیاز دارد و ثابت است، ولی دومی با توجه به غایات اجتماعی معنا می‌یابد. برای مثال در اقتصاد وقتی مطلوبیت را تعریف می‌کنیم، یک اعتبار اجتماعی است که به امور فردی و روان‌شناختی یا ذهنی تقلیل‌پذیر نیست، بلکه اعتباری بعد اجتماعی است که بر مبنای اهداف اجتماعی همچون کاهش فقر و توزیع درآمد وضع می‌شود و البته با توجه به امور ثابت قبل اجتماعی همچون نیاز، میل، انگیزش و فطرت نیز مقید می‌شود.

## نتیجه‌گیری

مکتب نئوکلاسیک مطلوبیت را به عنوان یک بازنمایی شخصی از ارزش‌هایی که ماهیتی ذهنی دارند تعریف می‌کند؛ لذا در مکتب نئوکلاسیکی به دلیل نسبیّت و عدم عینیت مطلوبیت، معیاری معین برای تجمیع مطلوبیت‌های فردی وجود ندارد. از سویی همواره وجه قبل اجتماعی مطلوبیت فردی و کارکرد بعد اجتماعی اصل مطلوبیت‌گرایی، با یکدیگر در تضادند و به تناقضاتی لاینحل در اقتصاد رفاہ می‌انجامند. وضع مطلوبیت به مثابه امری اعتباری، نتایج روش‌شناختی پرشماری برای علم اقتصاد دارد که بر ذهنی‌گرایی و نسبی‌گرایی حاکم بر ارزش‌ها در اقتصاد غلبه می‌کند و امکان رابطه اخلاق و اقتصاد را فراهم می‌آورد. اعتباریات به دلیل بین‌الذهانی بودن، عینی و شناخت‌پذیرند؛ لذا اگر مطلوبیت نیز به مثابه یک اعتبار وضع شود، عینی و شناختنی خواهد بود. از سویی اعتباریات قائم به شخص نیستند؛ لذا با وضع مطلوبیت به مثابه یک اعتبار دچار نسبیّت نمی‌شویم. با توجه رویکرد سوپزکتیویستی، فردگرایانه و اثبات‌گرایانه حاکم بر مکتب نئوکلاسیک که عملاً علم اقتصاد را دچار نسبیّت و ذهن‌گرایی کرده است، استفاده از رویکرد اعتباریات علامه می‌تواند الگویی مناسب برای روش‌شناسی اقتصاد اسلامی در تعامل با اقتصاد نئوکلاسیک باشد.

## منابع

۱. پارسا، حمید و همکاران (۱۳۹۳). دلالت‌های نظریه اعتباریات برای تحول در علوم انسانی، فصلنامه اسلام و مطالعات اجتماعی. ۲(۱): ۲۳-۴۸.
  ۲. زاهدی وفا، محمدهادی و همکاران (بی‌تا). نقد ابتدای اقتصاد اسلامی بر مطلوبیت‌گرایی دوساخته، درآمدی بر تکلیف‌گرایی دینی، ۱۷: ۵۹-۸۴.
  ۳. دباغ، سروش، و دباغ، حسین (۱۳۸۸). اعتبار و حقیقت در اخلاق؛ افتراق و اشتراک اخلاق طباطبائی و اخلاق ویتگنشتاین متقدم، نامه حکمت. ۷(۲): ۱۷۵-۱۹۲.
  ۴. ساموئلز، وارن و همکاران (۱۳۹۱). تاریخ اندیشه اقتصادی. ترجمه محمدحسین وقار. تهران: نشر مرکز.
  ۵. سروش، عبدالکریم (۱۳۵۸). دانش و ارزش. تهران: انتشارات یاران.
  ۶. طباطبائی، سیدمحمدحسین (۱۳۳۲). اصول فلسفه و روش رئالیسم، مقدمه و پاورقی: مرتضی مطهری. تهران: افست.
  ۷. طباطبائی، سیدمحمدحسین (۱۳۷۹). اصول فلسفه و روش رئالیسم. مقدمه و پاورقی: مرتضی مطهری. تهران: صدرا.
  ۸. طباطبائی، سیدمحمدحسین (۱۳۸۵). اصول فلسفه و روش و رئالیسم. جلد ۲. تهران: انتشارات صدرا.
  ۹. طباطبائی، سیدمحمدحسین (۱۳۴۶). المیزان. جلد ۵. قم: دارالعلم.
  ۱۰. طباطبائی، سیدمحمدحسین (۱۳۶۳). المیزان فی تفسیر القرآن. جلد ۳۱. ترجمه سیدمحمدباقر موسوی. تهران: کانون انتشارات محمدی.
  ۱۱. طباطبائی، سیدمحمدحسین (۱۳۷۴). المیزان فی تفسیر القرآن. جلد ۲. ترجمه سیدمحمدباقر موسوی همدانی. قم: دفتر انتشارات اسلامی. چاپ پنجم.
  ۱۲. طباطبائی، سیدمحمدحسین (۱۳۷۵). المیزان فی تفسیر القرآن. جلد ۲. ترجمه سیدمحمدباقر موسوی. قم: دارالعلم.
  ۱۳. طباطبائی، سیدمحمدحسین (۱۳۶۲). رسائل سبعة. قم: بنیاد علمی و فکری علامه.
14. Hinman, Lawrence (2000). *Ethics: A Pluralistic Approach to Moral Theory*. Cengage Learning US.



15. Feldman, A. (2008) .*welfare economics*,in *The New Palgrave Dictionary of Economics. Second Edition*. Eds. Steven N. Durlauf and Lawrence E. Blume. Palgrave Macmillan.
16. Mill. John Stuart (1861). Utilitarianism, In: *The Collected Works of John Stuart Mill*. University of Toronto Press.
17. lee, S. H. (2006). *Essentials of Unification Thought: The Headwing Thought*. Tokyo: Unification Thought Institute.
18. Moore, G. E. (1903). *Principia Ethica. Cambridge: Cambridge University Press*.
19. Orsi, Francesco. (2008). The Dualism of the Practical Reason: Some Interpretations and Responses, *Etica & Politica / Ethics & Politics*. X (2): 19-41.
20. Riley, Jonathan. (2008). Utilitarianism and Economic Theory , *The New Palgrave Dictionary of Economics*. Second Edition. Eds. Steven N. Durlauf and Lawrence E. Blume. Palgrave Macmillan.
21. Robbins, L. (1932). *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*. London: Macmillan.
22. Rawls, John (1993). *Political Liberalism*. New York: Columbia University Press.
23. Samuelson, Paul A. (1938). *The Empirical Implications of Utility Analysis, Econometrica*. 6-4: 344-356.
24. Sen, Amartya, and Williams, Bernard (ed.)(1982). *Utilitarianism and Beyond*. Cambridge: Cambridge University Press.
25. Sidgwick, Henry (1874) [1901]. *The Methods of Ethics. 6th edition*. London: Macmillan.
26. Sidgwick, Henry (1886) [1892]. *Outlines of the History of Ethics*. 3rd edition. London: Macmillan.

