

اقتصاد، اعتباریات و مسئله اخلاق

a.h.mohammadi@ase.ui.ac.ir

عبدالحمید معرفی محمدی / استادیار اقتصاد دانشگاه اصفهان

دریافت: ۱۳۹۸/۱۲/۱۹ - پذیرش: ۱۳۹۸/۰۵/۱۶

چکیده

پیوند بین اخلاق و اقتصاد در مکتب ارتودوکس نئوکلاسیکی همواره محل بحث بوده است. طرفداران این مکتب تلاش کرده‌اند با استفاده از مفاهیم «مطلوبیت» و «ترجیحات» و در چارچوب اقتصاد رفاه، بین اخلاق و اقتصاد پیوند برقرار کنند. به خاطر ابهام ذاتی معنای «مطلوبیت» در چارچوب روش‌شناسی فردگرایانه اقتصاد نئوکلاسیک، این پیوند به سرانجام مطلوب نمی‌رسد؛ زیرا با تجمیع انتخاب‌های فردی، نمی‌توان به یک انتخاب اجتماعی در اقتصاد رفاه رسید. این مقاله با استفاده از روش «تحلیلی» امکان به‌کارگیری نظریه «اعتباریات» علامه طباطبائی برای ایجاد رابطه بین اخلاق و اقتصاد را بررسی می‌کند. بنا بر یافته‌های پژوهش، استفاده از مفهوم «اعتباریات» علامه، می‌تواند به ایجاد رابطه بین ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی بینجامد. در این چارچوب، «مطلوبیت» به مثابه یک اعتبار اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. با توجه به ماهیت بین‌الذمه‌ای اعتباریات، مطلوبیت از عینیت و اطلاق کافی برای برقراری پیوند بین ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی برخوردار است. از این‌رو، نظریه «اعتباریات» علامه طباطبائی امکان پیوندی معقول بین اخلاق و اقتصاد را فراهم می‌آورد. این رویکرد می‌تواند به‌عنوان شروعی بر یک روش‌شناسی در اقتصاد اسلامی بر مبنای نظریات علامه نیز به‌شمار آید.

کلیدواژه‌ها: اقتصاد نئوکلاسیک، اعتباریات، اخلاق، علامه طباطبائی، مطلوبیت.

طبقه‌بندی JEL: B10, B40, B59

تحلیل اقتصادی در سنت پیشامدرن با/رسطو آغاز شد؛ در سنت اسلامی توسط فارابی و فلسفه اسلامی مطرح نظر قرار گرفت و در سنت مسیحی قرون وسطا نیز تداوم یافت. در این سنت، علم اقتصاد تحت عنوان «تدبیر منزل» جزو «حکمت عملی» محسوب می‌شد و در رابطه‌ای اساسی با سیاست (تحقق خیر یا خوبی در جامعه) و اخلاق (رسیدن به سعادت یا خوشبختی) محل توجه بود. ولی با تغییرات اساسی، که در موضوع و اهداف و روش این علم در دوران مدرن ابتدا توسط آدام اسمیت و سپس «نهایون» به‌وجود آمد، این ارتباط گسسته شد. آدام اسمیت با طرح بحث «تتایج ناخواسته یک کش»، و بعدها «نهایون» با طرح بحث «نظریه ذهنی ارزش» و گرایش به «مطلوبیت‌گرایی»، علم اقتصاد را از حوزه یک علم «عملی» خارج کردند و آن را در حیطه علمی نظری قرار دادند. بدین‌رو، این ارتباط اندام‌وار بین اخلاق و اقتصاد نیز گسسته شد (معرفی محمدی، ۱۳۹۲، ص ۱۱۲-۱۰۸). در این میان، گروهی سستی از «نهایون»، که بعدها به نام «نئوکلاسیک‌های ارتدوکس» مشهور شدند، علم فیزیکی نیوتنی را به‌عنوان الگوی علم اقتصاد، و ریاضیات را به‌عنوان زبان علم اقتصاد معرفی کردند. بدین‌رو، انسان اقتصادی نیز صرفاً یک رفتار مکانیکی می‌توانست داشته باشد.

این مقاله به این موضوع می‌پردازد که پیوند اساسی اخلاق و اقتصاد در مکتب اقتصادی نئوکلاسیک (ارتدوکس) امکان‌پذیر نیست. البته در این مکتب تلاش شده است در قالب مفهوم «مطلوبیت» و در چارچوب اقتصاد رفاه، این پیوند برقرار شود؛ ولی همان‌گونه که در ادامه خواهد آمد، در چارچوب روش‌شناسی فردگرایانه اقتصاد نئوکلاسیک، این پیوند به سرانجام مطلوب نمی‌رسد و عملاً در اقتصاد رفاه، نمی‌توان از تجمیع انتخاب‌های فردی به یک انتخاب اجتماعی رسید. ابهام ذاتی در مفهوم «مطلوبیت» نیز این موضوع را تشدید کرده است. در واقع، مسئله اصلی در این مقاله، نقد رابطه اخلاق و اقتصاد در مکتب نئوکلاسیکی اقتصاد است. به نظر می‌رسد به دو علت چنین رابطه‌ای در اقتصاد نئوکلاسیک چالش‌برانگیز است:

نخست، مسئله معناشناختی - معرفت‌شناختی: به سبب ابهام در مفهوم مطلوبیت، بازنمایی ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی و ارتباط بین آنها مشکل است. دوم، مسئله روش‌شناختی: به سبب نبود امکان تجمیع مطلوبیت‌های فردی با مطلوبیت جمعی، ساخت تابع رفاه اجتماعی مشکل است. به عبارت دیگر، مسئله، چگونگی ارتباط اخلاق و اقتصاد است. این مسئله در اقتصاد نئوکلاسیک، خود را به شکل مسئله ابهام در مفهوم مطلوبیت از یک سو، و مسئله تجمیع انتخاب فردی با جمعی از سوی دیگر، نشان می‌دهد. در واقع، فقدان تناسب بین روش‌شناسی فردگرایانه مکتب نئوکلاسیک با رویکرد مطلوبیت‌گرایی، رابطه بین اخلاق و اقتصاد را دچار اشکال کرده است. در ادامه، خواهیم دید که چگونه با توجه به آراء علامه طباطبائی در خصوص اعتباریات در حوزه علم عملی، می‌توان به این موضوع پرداخت.

پیشینه تحقیق

فعالیت‌های انجام شده در حوزه رابطه اخلاق و اقتصاد در اقتصاد اسلامی غالباً به موضوع اشاره ندارند و در بررسی مبانی اخلاقی رفتار اقتصادی، به تشریح یا تعدیل الگوهای رفتاری انسان اقتصادی نئوکلاسیکی بسنده کرده‌اند.

برای مثال، عربی و همکاران، با روش «توصیفی-تحلیلی» رابطه بین سیاست‌گذاری در اقتصاد متعارف و مبانی اخلاق هنجاری آن را مطالعه کرده و لوازم آن را در اقتصاد اسلامی بررسی کرده‌اند. یافته‌های این مقاله نشان می‌دهد که به‌کارگیری نظریه «مطلوبیت‌گرایی» به‌عنوان تنها مبنا برای سیاست‌گذاری در اقتصاد اسلامی، با وجود نقاط قوتش، موجب بروز کاستی‌های زیادی می‌شود (عربی و همکاران، ۱۳۹۲).

زاهدی‌وفا 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، درصدد 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، انس‌الزرقاء، اسد زمان، توتونچیان، میرمعزی، یوسفی و خادم‌علیزاده* هستند که اصل موضوعه پیشینه‌سازی 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 «پیشینه کردن تطابق رفتار با احکام شرع»، اصل «پیشینه کردن مصلحت‌العباد»، اصل «پیشینه کردن حبّ یا رضایت خداوند»، «پیشینه کردن کمال»، «رفع نیاز خود و دیگران در چارچوب اصول اسلامی» و «پیشینه‌سازی لذات اخروی» (*زاهدی‌وفا و همکاران، ۱۳۹۵*).

بنابراین، می‌بینیم که ادبیات موجود در این زمینه، رویکردشان را نفی اصل «مطلوبیت» یا پذیرش اصل «مطلوبیت» و تعدیل الگوهای رفتاری مبتنی بر آن قرار داده‌اند. رویکرد گروه دوم، که نفی اصل «مطلوبیت» است، ارتباط ما را با بدنه نظری اقتصاد متعارف قطع می‌کند، بدون آنکه جایگزینی داشته باشد، و در حد نقد باقی می‌ماند. بدین‌روی، مطلوب نیست. رویکرد گروه اول، این ارتباط را حفظ می‌کند، ولی به مسئله مورد نظر ما اشاره‌ای ندارد. طرح مسئله مذکور در چارچوب اعتباریات، می‌تواند راه‌حلی در زمینه ارتباط اخلاق و اقتصاد به ما نشان دهد.

ادبیات بحث

مروری بر ادبیات اقتصاد، ریشه مسئله مورد نظر را نشان می‌دهد:

الف. مطلوبیت‌گرایی، ترجیحات و اقتصاد رفاه

علم اقتصاد مثل هر علم اجتماعی دیگر، باید نظریه‌ای در خصوص کنش انسان در جامعه داشته باشد. اقتصاد نئوکلاسیک تعاریف خاص خود را از «خیر و خوشبختی» و در نتیجه، «کنش» دارد. در این سنت فکری، به تبع تحولات دوران مدرن، مفهوم «کنش» و همچنین «خیر و خوشبختی» تغییر کرده است؛ زیرا، اولاً به تبع بحث نتایج ناخواسته کنش، که با اسمیت مطرح شد، این پیش‌فرض وجود دارد که در حوزه اقتصاد، نیت اخلاقی افراد ربطی به نتایج کنش آنها ندارد. همچنین 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»، «لذت» و «منفعت» امری خوب و خیر تلقی می‌شود. ثالثاً، با توجه به فردگرایی و نگاه ذهن‌گرایانه «سوبژکتیویستی» حاکم بر مکتب نئوکلاسیک، تنها معیار داوری و قضاوت در مورد این خوبی

(مطلوبیت)، خود فرد است. در این میان، مطلوبیت، تنها هدف فرد است. نظریه ذهنی ارزش نیز چارچوب لازم برای چنین انتخابی را فراهم می‌آورد. اهداف بر مبنای میل شخصی فرد تعیین می‌شود و ابزار رسیدن به این اهداف نیز در چارچوب نظریه «انتخاب عقلایی» صورت‌بندی می‌شود که همان «عقلانیت ابزاری» است؛ یعنی: رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده (توسط شخص) با توجه به بهترین ابزار (معرفی محمدی، ۱۳۹۵، ص ۷۱-۶۹).

حال می‌توان این پرسش 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). مشکلی که در این پاسخ وجود دارد این است که مفهوم «رفاه» یک مفهوم اجتماعی و اخلاقی است که با عدالت اجتماعی پیوند می‌یابد، درحالی‌که مفهوم «مطلوبیت» یک مفهوم فردی است. مسئله‌ای که در اینجا ظاهر می‌شود، این است که اقتصاد نئوکلاسیک همزمان، مطلوبیت را در دو معنای فردی و جمعی به کار می‌برد. بدین‌روی، باید راهی بیابد تا از این مفهوم فردی مطلوبیت به مفهوم جمعی رفاه برسد.

راهی که اقتصاد نئوکلاسیک برگزیده است، این است که از اصل جمع‌گرایانه مطلوبیت‌گرایی استفاده کند که ریشه در اخلاق «نتیجه‌گرا» دارد. براین اساس، «اقتصاد رفاه» به‌عنوان شاخه‌ای از اقتصاد نئوکلاسیک به وجود آمده است. منطقی اقتصاد رفاه این است که بر مبنای اصل پارتو و اصل «جبران»، سعی می‌کند تابع رفاه اجتماعی را تشکیل دهد، به‌گونه‌ای که با تجمیع ترجیحات (اهداف) افراد به ترجیحات اجتماعی می‌رسند، البته به شرط آنکه این تجمیع ترجیحات، که به‌منظور 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، توانای کل و دانای کل نمود می‌یابد (فلدمن، ۲۰۰۸، ص ۷۳۰-۷۲۱).

در واقع، در اقتصاد نئوکلاسیک، مفهوم «مطلوبیت» به مفهوم «ترجیحات» تقلیل می‌یابد و بر این مبنای اقتصاد رفاه ادعا دارد که ترجیحات افراد به‌گونه‌ای 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 به تابع رفاه اجتماعی، با مشکلاتی روبرو است؛ نقدهای کنت /رو در قالب قضیه «عدم امکان» که در نظریه «انتخاب اجتماعی» نشان داد 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 فنون و رویکردهای مختلف، مثل نظریه «انتخاب عقلایی»، نظریه «بازی‌ها»، و «قراردادگرایی»، در چارچوب نظریه نئوکلاسیکی اقتصاد، این مسئله حل‌وفصل شود. از جمله آنها، می‌توان از تلاش‌های افرادی همچون سن، هارسانی، بینمور و رالز نام برد (رایلی، ۲۰۰۸، ص ۵۶۷-۵۷۵).

به نظر می‌رسد که با استعانت از مفهوم «ترجیحات» نمی‌توان این مسئله را حل کرد؛ زیرا مسئله مذکور در ابهام مفهوم «مطلوبیت» ریشه دارد؛ یعنی اقتصاد نئوکلاسیک در سطح فردی، معنایی از «مطلوبیت» را به کار می‌گیرد

که مبتنی بر نظریه «ذهنی ارزش» 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. بدین‌رو، به درستی نمی‌توان بین ارزش‌های اقتصادی (در سطح فردی) و ارزش‌های اخلاقی (در سطح جمعی) از طریق مفهوم «مطلوبیت» ارتباط برقرار کرد و همان‌گونه که خواهد آمد، مفهوم «ترجیحات» هم این کارکرد را ندارد.

ب. مفهوم ارزش در اقتصاد نئوکلاسیک

«ارزش‌شناسی»، رشته‌ای است که به چپستی ارزش‌ها می‌پردازد. معمولاً واژه «ارزش» به هر حوزه‌ای که با فعالیت انسانی در ارتباط باشد، مثل اقتصاد، جامعه‌شناسی، سیاست، حقوق، دین، و اخلاق مربوط می‌شود. در یک تقسیم‌بندی کلی، می‌توان ارزش‌ها را به «مادی» و «معنوی» تقسیم کرد. ارزش‌های مادی مربوط به نیازهای روزمره زندگی مثل کالاها مربوط می‌شود. ارزش‌های معنوی به قوای ذهنی، انگیزشی و ارادی انسان مربوط می‌شود که - به ترتیب - با مقولات حقیقت، زیبایی و خوبی سروکار دارد. از سوی دیگر، در نظریه نوین ارزش‌شناسی، که ریشه در متافیزیک جدید دارد، ارزش به‌عنوان هر کیفیتی در ایژه (شیء) که میل سوژه (انسان) را ارضا کند، تعریف می‌شود. بدین‌رو، مفهوم «ارزش» به مفهوم «میل سوژه» تبدیل می‌شود (لی، ۲۰۰۶، ص ۲۰۸-۲۱۱). در واقع، «مطلوبیت‌گرایی» تعبیر مادی ارزش در قالب این میل است که موجب نسبی شدن ارزش می‌شود (همان، ص ۲۶۹). بنابراین، وقتی در مکتب «نئوکلاسیکی»، «ارزش» به لذت حاصل 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. بدین‌رو، «مطلوبیت» جایگزین همان کیفیتی می‌شود که قرار است از منظر سوژه ارزش‌گذاری شود. حال به اختیار شخص است که متعلق مطلوبیت او مادی باشد یا معنوی. به همین دلیل است که مفهوم «مطلوبیت» مبهم است؛ زیرا می‌تواند بین انواع ایژه‌های لذت‌بخش (مادی و غیرمادی) جابه‌جا شود. پس ابهام مفهوم «مطلوبیت» در علم اقتصاد نیز ریشه در یک دوگانگی دارد که بین ارزش‌های مادی (مثل اقتصادی) و معنوی (مثل اخلاقی) وجود دارد؛ و ارتباط بین اخلاق و اقتصاد را مسئله‌دار می‌کند.

راه‌حل *آدام اسمیت* در حل این مسئله آن است که آن را منحل کند؛ یعنی با طرح «نتایج ناخواسته کنش» و «دست نامرئی» می‌خواهد بگوید: بُعد مادی و غیرمادی کنش ربطی به یکدیگر ندارند؛ زیرا در کنش اقتصادی، نتایج مادی کنش از نیات اخلاقی کنشگر مستقل است؛ یعنی اگر کنشگر به نیت کسب منفعت وارد بازار شود، به واسطه عملکرد دست نامرئی، نتایج مادی و عینی کنش او برای جامعه ایجاد منفعت و خیر می‌کند. در نگاه *اسمیت* و کلاسیک‌های بعد از او، پیگیری ارزش‌های اقتصادی خودبه‌خود به ارزش‌های اخلاقی هم منتهی می‌شود و این دو با یکدیگر هماهنگ است. اما همان‌گونه که در بالا نیز اشاره شد، مطلوبیت‌گرایان در سنت نئوکلاسیکی اقتصاد، برای حل مسئله توزیع و برقراری نظم اجتماعی در اقتصاد رفاه، باید در خصوص نتایج کنش هم تصمیم می‌گرفتند. بدین‌رو، آنها به دنبال معیاری برای تصمیم‌گیری اخلاقی درباره نتایج اقتصادی رفتند.

در سال ۱۹۲۰ پیگو کتاب *اقتصاد رفاه* 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، ۲۰۰۰). بنابراین، در یک رویکرد 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، می‌شود بر مبنای ارزش‌های اقتصادی (مطلوبیت حاصل از مصرف کالا) درباره ارزش‌های اخلاقی (برابری بیشتر در مطلوبیت حاصل از مصرف) تصمیم‌گیری کرد. از این‌رو، نئوکلاسیک‌ها مطلوبیت را به یک مفهوم دورگه تبدیل کردند که به نظر می‌رسید می‌تواند یک حلقه واسط بین دو نوع ارزش مادی و معنوی (اقتصادی و اخلاقی) باشد و ارتباط بین اخلاق و اقتصاد را برقرار سازد.

از سوی دیگر، با این مفهوم از «مطلوبیت»، اقتصاد نئوکلاسیک مجبور شد همزمان مطلوبیت را در دو معنای فردی و جمعی به کار برد که همان‌گونه که خواهیم دید، مشکلات روش‌شناختی هم ایجاد می‌کند و بر این ابهام می‌افزاید. در واقع، در پیوند بین اخلاق و اقتصاد، ما باید بتوانیم بین دو مفهوم متفاوت از ارزش، یعنی اقتصادی و اخلاقی ارتباط برقرار کنیم. این در حالی است که برای اولی معیاری فردی، و برای دومی معیاری جمعی در اقتصاد نئوکلاسیک تعریف شده است. شاید بتوان با مفهوم فردگرایانه «مطلوبیت» در سطح فردی، به انتخاب اقتصادی دست زد، ولی بر مبنای این انتخاب فردی، نمی‌توان در سطح جمعی به انتخابی اخلاقی رسید، مگر اینکه اولاً، معیاری عینی برای مطلوبیت داشته باشیم که میهم نباشد و ثانیاً، قاعده‌ای برای تجمع از فرد به جمع وجود داشته باشد. ولی در اقتصاد نئوکلاسیکی، نه تنها چنین قاعده‌ای وجود ندارد، بلکه اصولاً در سطح فردی هم معیار عینی برای مطلوبیت نداریم.

علم اقتصاد و ابهام مفهوم «مطلوبیت»

مفهوم «مطلوبیت» در علم اقتصاد، با ابهام زیادی همراه است. علت این ابهام آن است که «مطلوبیت» مفهومی است که با مصادیق متعدد و با توجه به اهداف اقتصاددان در نظریه‌پردازی، می‌تواند معانی متعددی بگیرد. شاید به همین علت بود که ساموئلسون سعی کرد با صورت‌بندی جدیدی به نظریه «مطلوبیت» به نوعی از این ابهام فرار کند. از منظر او، در سیر تحول علم اقتصاد، همواره تمایلی وجود داشته است تا مضمون اخلاقی، مطلوبیت‌گرایانه و رفاه‌گرایانه از مفهوم «مطلوبیت» حذف شود. همچنین در جهت رد عناصر لذت‌گرایانه، درون‌نگرانه و روان‌شناسانه از این مفهوم تلاش شده است. برای مثال، این مفهوم با مفاهیم دیگری همچون میل، ارضا، و خواسته، جایگزین شده است. اما اگر این‌گونه باشد چه محتوایی از تحلیل مطلوبیت باقی می‌ماند؟ آیا در یک نگاه اثبات‌گرایانه از نوع عمل‌گرایی، این مفهوم بی‌معنا نخواهد شد؟ خیر، اگر تحلیل مطلوبیت در چارچوب *www.STD.ir* «تقدیر» 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. او از اصل مطلوبیت برای تحلیل انواع موضوعات، از رفتارهای فردی و روابط شخصی گرفته تا سازماندهی اجتماعی یا قانون گذاری، استفاده می کند (رالز، ۱۹۹۳، ص ۱۳). *Archive of SID*

با غلبه رویکرد ریاضی در اقتصاد نئوکلاسیک و ورود مفهوم «مطلوبیت» از فلسفه اخلاق به علم اقتصاد، این الزام به وجود آمد که این مفهوم قابلیت کمیت پذیری پیدا کند؛ زیرا «مطلوبیت» یک مفهوم اقتصادی نیز داشت که مبنای شکل گیری ارزش های اقتصادی در نظریه «ارزش ذهنی» نهاییون بود. از سوی دیگر، مطلوبیت گرایی نیز یک نظریه نتیجه گرا در اخلاق هنجاری است و بدین روی، این نتیجه به نحوی باید قابل اندازه گیری باشد. در واقع، اهمیت و جاذبه مطلوبیت گرایی به عنوان یک اخلاق نتیجه گرا در علوم اجتماعی، همین ادعای ارائه مقیاس هایی برای اندازه گیری مطلوبیت بر مبنای نتیجه است. در قرن بیستم، در یک سو، بسط این مفهوم در فلسفه اخلاق انجام گرفت که می توان از کار مور نام برد که مطلوبیت را بر مبنای خوب های ایدئال و غیر قابل کمی شدن، مثل آزادی، شناخت، و عدالت تعریف کرد (هینمن، ۲۰۰۰، ص ۱۳۳). در سوی دیگر، 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، نامتعین به خود گرفت؛ زیرا در این تعریف، هیچ محتوای انضمامی، مثل لذت روان شناختی مد نظر نبود، بلکه صرفاً کمیت های پولی از کالاها موضوع ترجیح افراد قرار می گرفت. تنها مکتب اخلاقی، که با این تعریف از مطلوبیت می تواند سازگار باشد، «خودگرایی» است که در آن فرد به دنبال مطلوبیت خود می رود (خودگرایی روان شناختی) و یا باید این گونه عمل کند (خودگرایی اخلاقی). البته اینکه «مطلوبیت چیست؟ آیا لذت است یا منفعت؟» دیگر پاسخی عینی نمی یابد و به تشخیص خود فرد واگذار می شود. البته با این تعریف از «مطلوبیت»، تشخیص اینکه چه چیزی مطلوب است از دایره انتخاب فردی فراتر نمی رود و در نتیجه، ذهنی باقی می ماند. این در حالی است که اقتصاد نئوکلاسیک با اصل «مطلوبیت گرایی»، که اصلی جمع گرایانه است، باید این تجمیع از فرد به جمع را انجام دهد و بدین سان، به یک مفهومی عینی از مطلوبیت نیاز دارد. منظور این است که باید معیاری عینی برای اندازه گیری مطلوبیت داشته باشیم تا امکان تجمیع «مطلوبیت» از فرد به جمع نیز فراهم شود. مفهوم ذهنی «مطلوبیت» مطمح نظر نئوکلاسیک ها نمی تواند این کار را انجام دهد. بنابراین، وقتی قرار باشد حلقه اتصال اخلاق و اقتصاد مطلوبیت باشد، به خاطر ابهام معنایی مطلوبیت، امکان چنین پیوندی میسر نمی گردد.

اگرچه بعضی از نئوکلاسیک های اولیه، مثل /جورث به تبع انقلاب نهاییون، سعی داشتند بر مبنای روش ریاضی به صورت بندی «مطلوبیت گرایی لذت گرا» بپردازند (همان، ص ۵۷۲)، ولی با انقلاب «اوردینال» در قرن بیستم، مکتب لذت گرا توسط افرادی مثل /رابینز، هیکس و ساموئلسون کنار گذاشته شد. آنها اعتقاد داشتند که «تخصیص بهینه» نه نیازی به اندازه گیری کاردینال و کمی مطلوبیت دارد و نه به «مقایسه بین شخصی» مطلوبیت ها. آنها مفهوم «مطلوبیت» را یک بازمانده صوری و عددی از اولویت بندی ترجیحات فرد می دانستند که از طریق عمل انتخاب خود را نشان می دهد. در نتیجه، دیگر نیازی به مفاهیم محتوایی، مثل لذت و یا هر انگیزش دیگری برای تبیین مطلوبیت

نبرد (همان، ص ۵۷۲). ولی با این تعریف صوری از «مطلوبیت»، اقتصاد تمام بار هنجاری خود را از دست داد و دیگر نمی‌توانست در خصوص مفاهیم اجتماعی و اخلاقی، مثل عدالت توزیعی، اظهارنظر محتوایی و مشخص‌نشده باشد. اقتصاد هنجاری به مباحث «کارایی 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/رو بعدها در قضیه «عدم امکان» نشان داد که این نظریه هیچ‌گاه با اطلاعات مربوط به ترجیحات نمی‌تواند به یک انتخاب اجتماعی برسد (همان).

بنابراین، در نظریه «اقتصاد رفاه»، مسئله رسیدن از انتخاب فردی به جمعی در جهت رسیدن به اهداف اجتماعی همچون رفاه، عملاً لاینحل باقی مانده است. این مسئله، ریشه در یک تفاوت اساسی بین ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی دارد که در مفهوم مبهمی مثل «مطلوبیت» قابل پیوند نیست. حال ببینیم چگونه استفاده از مفهومی مثل «اعتباریات» می‌تواند این مسئله را حل کند.

اعتباریات و مسئله ارتباط اخلاق و اقتصاد

این بخش از منظر رویکرد اعتباریات علامه طباطبائی، رابطه اخلاق و اقتصاد را در اقتصاد نئوکلاسیکی نقد می‌کند. هدف آن است که نشان دهیم مسئله‌ای 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 التقاط نیست، بلکه ما رویکرد علامه را یک روش فلسفی و جهان‌شمول در تحلیل کنش انسانی می‌دانیم. هدف خود علامه نیز ارائه یک رویکرد و روش جدید برای غلبه بر شک‌گرایی، نسبی‌گرایی و مادی‌گرایی حاکم بر زمانه خویش بوده است.

اعتباریات و مطلوبیت

از نظر علامه، علوم و ادراکات آدمی دو گونه است: 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 ارتباط دارند، اما از خارج حکایت نمی‌کنند، بلکه مقام آنها مقام جعل و اعتبار و قرارداد و فرض است و از این نظر، با استعاره مشابهت دارند؟ از سوی دیگر، علامه اعتباریات را از جنبه نسبت با اجتماع، به دو گونه تقسیم می‌کند: ۱. اعتباریات «قبل اجتماع» مثل اعتبار حسن و قبح؛ ۲. اعتباریات «بعد اجتماع»؛ مثل اعتبار ملک.

«اعتباریات»، - به اختصار - یعنی: مفهیمی که شخص به خاطر نیازهای زندگی و به کمک عواطف و امیال درونی، خلق و فرض و اتخاذ می‌کند. در مقابل، «حقایق» یعنی: مفهیمی 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 از «اعتباریات» را ارائه می‌دهیم: «اعتباریات قواعد یا مفهیمی است که انسان برای ادراک و فهم خود از جهان وضع می‌کند».

علامه در مقاله «ادراکات اعتباری» از مجاز و استعاره وام می‌گیرد، و اعتبار اخلاقی را نیز از جنس مجاز می‌داند. ایشان ادراکات را به حد چیزی به چیز دیگر دادن می‌دانند (طباطبائی، ۱۳۸۵، ص ۱۶۵). به نظر می‌رسد طبق رویکرد

ایشان، می‌توان مطلوبیت را نیز جزو اعتباریات دانست؛ زیرا در آن برای ادراک لذت و منفعت یک شیء مثل سیب، پول یا طلا، ارزشی مثل 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، نام این ارزش را «مطلوبیت» می‌گذاریم، و لذت یا منفعت را به مثابه امر مطلوب، اعتبار می‌کنیم. بنابراین، نکته اصلی منظور ما این است که اگر از رویکرد اعتباریات علامه کمک بگیریم، می‌توانیم مطلوبیت را یک امر اعتباری، و نه حقیقی بدانیم. البته این به معنای آن نیست که یک شیء حقیقی، مثل 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 - تا حدی امری اعتباری است و رابطه‌ای مستقیم با ویژگی خود شیء ندارد، اگرچه بی‌ارتباط با آن هم نیست.

توضیح آنکه هرگاه ما در زندگی عملی خود، مثل اقتصاد، با اموری انتزاعی مواجه می‌شویم که مثل اشیای انضمامی، مابازای خارجی عینی ندارند و ما نمی‌توانیم از طریق صرف عقل و تجربه به روابط حقیقی آنها در دنیای واقعی برسیم، با توجه به نیازهای خود، برخی مفاهیم و معانی به نام «اعتباریات» وضع می‌کنیم که بیانگر آن روابط باشند. این معانی، نه حقیقی، بلکه وهمی‌اند و بدین‌روی، در ظرف وهمی، نه خارجی، مابازاء 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 نماد در ظرفی غیر از ظرف امر خارجی معنا می‌یابد. این ظرف یک ظرف ذهنی هم نیست، بلکه ظرفی بین‌الذهانی است که به شکل اجتماعی برساخته می‌شود. اگر به زبان علامه صحبت کنیم این ظرف بین‌الذهانی، ظرف توهم است. البته امر وهمی در زبان علامه به معنای امر خیالی و غیرواقعی نیست، بلکه اتفاقاً امری واقعی است، ولی در جهان خارج قرار ندارد.

به همین دلیل ایشان می‌فرماید:

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 غیرواقعی‌اند، 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 زاینده عوامل احساسی‌اند، ارتباط تولیدی با ادراکات و علوم حقیقی ندارند و به اصطلاح، منطقی، 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 اراف احتیاجات مذکور باشد، ولی با تبدل آن 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؛ درحالی‌که در جهان خارج، ما هر چه فلزی به نام «طلا» یا کاغذی به نام «پول» را از نظر عقلی و تجربی بررسی 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 یک شیء دیگر مثل طلا یا پول، که با آن نسبت نمادین دارد یا نشانه و علامت آن است، تعمیم می‌دهیم. ولی رابطه بین آن نشانه یا نماد و امر حقیقی رابطه‌ای قراردادی یا اعتباری و در ظرف بین‌الذهانی یا وهمی است. به همین علت است که با رویکرد علامه، این مفهوم «مطلوبیت» به معنای عامش را در علم اقتصاد می‌توان مفهومی اعتباری در نظر گرفت.

در واقع، در تفسیر ما از علامه، اعتباریات یک واسطه بین‌الذهانی بین ما و جهان خارج از ماست که ادراک و فهم ما از جهان خارج را شکل می‌دهد. حال وقتی با جهان اقتصادی به‌عنوان جهان خارج روبرو می‌شویم این اعتباریات کدامند؟ 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. اما آیا مفهوم مطلوبیت می‌تواند به‌عنوان یک اعتبار عمل کند؟ از نظر ما مفهوم «مطلوبیت» می‌تواند این کارکرد را داشته باشد؛ اما نقد ما به مکتب نئوکلاسیک این است که این کار را با رویکرد و روش‌شناسی غلطی انجام می‌دهد؛ به این معنا که از یک سو، به‌واسطه روش‌شناسی فردگرایانه، این مفهوم را به‌عنوان یک مفهوم کاملاً ذهنی و شخصی در نظر می‌گیرد، وقتی که از انتخاب فردی صحبت می‌کند. از سوی دیگر، در سیاست‌گذاری در خصوص جمع، که انتخاب برای افراد مطرح می‌شود، مفهومی بین‌الذهانی و جمعی به آن می‌دهد؛ یعنی «مطلوبیت» مفهومی می‌شود که همزمان ذهنی و بین‌الذهانی، و همزمان فردی و جمعی است. اما این تناقض است؛ زیرا یک مفهوم نمی‌تواند همزمان، هم ذهنی (فردی) باشد و هم بین‌الذهانی (جمعی).

البته اقتصاد نئوکلاسیک - همان‌گونه که در بخش قبلی اشاره شد - از مفهوم ترجیحات استفاده می‌کند تا این مسئله 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 هم می‌تواند بر اساس قواعد متفاوتی انجام شود؛ مثلاً، اینکه مطلوبیت جمعی جمع جبری مطلوبیت‌های فردی باشد، با وزن‌های مساوی یا متفاوت. ولی مطلوبیت تجمیع شده از نظر معنایی و معرفت‌شناختی نمی‌تواند همان مطلوبیت بین‌الذهانی باشد، بلکه تجمیع مطلوبیت‌ها خود قائم به مفروضات و قواعد متفاوتی است. بنابراین، خلطی که اقتصاد نئوکلاسیک انجام می‌دهد تا مسئله مربوط را حل کند، مشخص شد. مطلوبیت‌های تجمیع شده به فرض امکان (یعنی اگر بتوان مطلوبیت‌ها را به ترجیحات تقلیل داد و از «عدم امکان» / روهایی یافت) با مفهوم بین‌الذهانی مطلوبیت دو امر متفاوت است. مفهوم بین‌الذهانی مطلوبیت یک امر معنائی‌شناخته است که می‌تواند کارکرد معرفت‌شناسانه هم داشته باشد، ولی مفهوم تجمیع شده مطلوبیت یک مفهوم روش‌شناسانه است که صرفاً می‌تواند کاربرد محاسباتی داشته باشد.

نکته این مقاله در خصوص کارکرد اعتباریات در حل مسئله اقتصاد رفاه نیز به همین خلط مفهومی مربوط می‌شود. از نظر رویکرد علامه، مطلوبیت به‌عنوان واسطه ما و جهان خارج علی‌الاصول ذهنی و فردی نیست که بعد بخواهیم نگران عینیت یا تجمیع آن باشیم. مطلوبیت به‌عنوان یک اعتبار اجتماعی، امری بین‌الذهانی (و بدین‌رو، امری از ابتدا جمعی) است، یا به عبارت دیگر، وجود ذهنی است، یا در ظرف وهم شکل می‌گیرد، ولی قائم به شخص نیست. بنابراین، از نظر معرفت‌شناختی، امکان شناخت عینی مطلوبیت وجود دارد، اگرچه مستقیماً مابازای خارجی هم نداشته باشد. البته باید توجه کنیم که اگرچه یک کالای مصرفی، مثل سیب مطلوبیت ذاتی هم دارد، ولی در اقتصاد نئو کلاسیک وقتی از مطلوبیت یک کالا صحبت می‌شود اصلاً آن مطلوبیت ذاتی مد نظر نیست، بلکه ادراک و فهم بین‌الذهانی ما از آن مد نظر است که ارزش اقتصادی آن خوانده می‌شود و در قیمت انعکاس می‌یابد. با این تفاسیر، در رویکرد علامه مطلوبیت از همان ابتدا مفهومی اجتماعی دارد و مفهوم فردی و شخصی آن امری عارضی است بدین‌رو، مسئله تفاوت بین مفهوم فردی و جمعی مطلوبیت یا عدم امکان تجمیع ترجیحات فردی به جمعی اصلاً مطرح نمی‌شود، بلکه مطلوبیتی که به اشیاء یا نماد و علامت آنها نسبت داده می‌شود یک اعتبار بین‌الذهانی و جمعی خواهد بود. وقتی مطلوبیت، اعتباری اجتماعی باشد، خودبه‌خود ارزش‌های اجتماعی، مثل عدالت - که ماهیت اخلاقی دارند - می‌توانند در وضع آن دخیل باشند.

اعتباریات و عینیت ارزش‌های اخلاقی

می‌توان هستی‌شناسی علامه طباطبائی را در بحث «اعتباریات» بر مبنای رابطه انسان با طبیعت و فطرت از یک سو (اعتباریات قبل از اجتماع که ثابت است)، و سایر انسان‌ها (اعتباریات بعد از اجتماع که متغیر است) از سوی دیگر، تقسیم‌بندی کرد. بدین‌رو، 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 (پارسا، ۱۳۹۳، ص ۳۳-۳۴). به بیان علامه: «انسان‌ها در وجوهی (صورت) متحد و در وجوهی دیگر (ماده) مختلفند» (طباطبائی، ۱۳۷۴، ص ۱۷۷). بنابراین، اعتباریات، تا جایی که اهداف و مقاصد اجتماعی مد نظر است متفاوت، و تا جایی که فطری الهی و نیاز طبیعی انسان مد نظر است، وحدت دارند. در این بین، رویکرد علامه به‌عنوان یک روش‌شناسی در علم عملی، می‌تواند در تحلیل کنش اقتصادی مورد استفاده قرار گیرد.

اعتباریات همواره بر اساس نیازهای فطری و طبیعی قابل وضع شدن است. بنابراین، نیازی نیست نگران دوگانگی ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی باشیم؛ زیرا دوگانگی وقتی به وجود می‌آید که از یک مبنای فردگرایانه، ذهنی (شخصی) شروع کنیم؛ ولی اعتباریات از مبنای بین‌الذهانی (عینی) شروع می‌کند که همواره محل توافق عقلاست. بنابراین، علامه با بحث «اعتباریات»، دو امکان در رابطه اخلاق و اقتصاد برای ما مطرح می‌کند:

اول. از نظر معرفت‌شناختی، امکان شناخت عینی برخی مقولات کلیدی، مثل مطلوبیت که مابازای خارجی ندارند؛ زیرا اعتباریات در ظرف وهم، یا به عبارتی، در یک ظرف بین‌الذنه‌ای شکل می‌گیرد که قابلیت عینی شدن دارد و از ذهنی‌گرایی در شناخت مطلوبیت - که مبتلا به مکتب نئوکلاسیک است - در امان می‌مانیم.

دوم. این اعتباریات می‌تواند با توجه به اهداف، بر مبنای ارزش‌های ثابت اخلاقی یا نیازهای متغیر یا ثابت فردی و اجتماعی وضع شود.

بدین‌رو، در چارچوب نظام ارزش اسلام، می‌توانیم اعتباریات را به‌عنوان مفاهیم و قواعد کلی داشته باشیم و دچار نسبیت نشویم. به عبارت دیگر، اگرچه اعتباریات به سبب اجتماعی بودن و تاریخی بودن، جهان‌شمولی مقولات و مفاهیم علم فیزیک را ندارد، ولی به شکل قواعدی عام عمل می‌کند که از نظر محتوایی می‌تواند مبتنی بر اصول دینی، و از سوی دیگر، محل اجماع بین‌الذنه‌ای عقلاً باشد. 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).

اعتباریات و نقد صورت‌بندی نئوکلاسیکی مطلوبیت

اعتباریات می‌تواند به‌عنوان یک ابزار روش‌شناختی برای ارتباط اخلاق و اقتصاد قابل استفاده باشد. اگر بخواهیم بین اخلاق و اقتصاد با رویکرد اعتباریات ارتباط برقرار کنیم مسئله به این شکل مطرح می‌شود: چگونه اعتباریاتی وضع کنیم که بیانگر پیوند بین ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی باشد؟ در مکتب نئوکلاسیک، از مطلوبیت به گونه‌ای صحبت می‌شود که گویی انعکاسی ضروری و شفاف از طبیعت انسان است و صرفاً می‌تواند نمایاننده ارزش اقتصادی باشد. ولی 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 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. پس وضع اعتبار به دلخواه نیست؛ مثلاً در سنت فلسفه اسلامی، مفهوم «سعادت» را داریم. «مطلوبیت» را هم می‌توانیم به «هر آنچه ما را به سعادت می‌رساند» تعبیر کنیم. و لزومی ندارد معنای لذت‌گرایانه به آن بدهیم. البته این معنای مطلوبیت متفاوت از معنایی است که در سنت مطلوبیت‌گرایانه وجود دارد. بدین‌رو، می‌توان هر آنچه را مطابق فطرت و طبیعت ما می‌باشد را امری مطلوب تعریف کرد، و مبتنی بر رویکرد علامه آن را اعتبار نمود و جزو اعتباریات قرار داد. به بیان علامه، میان طبیعت انسان از یک سو، و آثار طبیعی و تکوینی وی از سوی دیگر، یک سلسله‌ادراکات و افکار میانجی است که طبیعت نخست آنها را می‌سازد و به واسطه آنها، خواص و آثار خود را در خارج بروز می‌دهد (طباطبائی، ۱۳۳۲، ص ۳۰۲).

به عبارت دیگر، اعتباریات واسطه‌ای است بین فطرت الهی و امیال طبیعی ما (مثلاً، بین ارزش‌های اخلاقی و ارزش‌های غیر اخلاقی 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 غیر اخلاقی تا چه اندازه ارزشی اخلاقی به حساب آید. هم فطرت

الهی ما حقیقی است و غایت معطوف به کمال را تعیین می‌بخشد و هم امیال طبیعی ما واقعی است و اهداف مربوط به بقا و زندگی اجتماعی را تعیین می‌بخشد. اینکه چگونه این امیال ارضا شود تا خوشبختی (سعادت) نیز حاصل آید، بستگی به نوع اعتباریاتی دارد که وضع می‌شود. 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 شود.

برای مثال، در اسلام میل به منفعت‌طلبی روش اخلاقی ارضا 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 سبب ابهام و عدم تعیین، توان برقراری ارتباط بین دو نوع ارزش متفاوت را ندارد. ولی اعتباریات چون، هم وجه قبل و هم وجه بعد اجتماعی دارند، این امکان را فراهم می‌کنند. بدین‌روی، در خصوص مطلوبیت اگر به‌مثابه اعتبار وضع شود (و نه یک امر ذهنی) می‌توان ارزش اخلاقی را به واسطه اعتبار قبل اجتماعی حسن و قبح، و ارزش اقتصادی را به واسطه اعتبار بعد اجتماعی مثل مالکیت، تعریف کرد.

اعتباریات و نقد دوگانگی «ارزش - امر واقع» 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 زاینده عوامل احساسی هستند، دیگر ارتباط تولیدی با ادراکات و علوم حقیقی ندارند» (طباطبائی، ۱۳۸۵، ص ۱۶۷). به عبارت دیگر، نمی‌توان از مفاهیم و گزاره‌های تجربی و اثباتی در خصوص 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 از مفهوم روان‌شناختی «مطلوبیت»، یعنی لذت (که ادراکی حقیقی تلقی می‌شود) نمی‌توان به مفهوم اخلاقی مطلوبیت (که ادراکی اعتباری است) رسید، درحالی‌که وقتی مطلوبیت در ظرف اعتبار تعریف شود، دیگر لزومی ندارد نگران رابطه تولیدی بین بعد روان‌شناختی لذت و بعد هنجاری مطلوبیت در نظریه ارزش اقتصادی یا اخلاقی باشیم؛ زیرا از ابتدا می‌دانیم که ماهیت مطلوبیت به‌عنوان 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 بنابراین، از ابتدا به‌عنوان امری هنجاری وضع می‌شود. از سوی دیگر، ضرورت فعل اخلاقی نیز حاصل از اعتبار قبل اجتماعی «وجوب» است. بدین‌روی، دیگر دچار دوگانگی‌های کاذب (روش‌شناسی اثباتی حاکم بر مکتب نئوکلاسیک) مثل «است» و «باید» یا «امر اثباتی» و «امر هنجاری» یا «ارزش» و «امر واقع» نمی‌شویم.

علامه طباطبائی در این باره می‌نویسد:

انسان با به کار انداختن قوای فعاله‌اش، نسبت ضرورت و وجوب (باید) را میان خود و صورت احساسی خود، **که با انجام 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 به دلخواه نیست، اگرچه ضرورت قوانین طبیعی را هم ندارد. ایشان در جایی دیگر می‌گوید:

اگر در معلومات اعتباری دقت کنیم، می‌بینیم که حال ادراکات اعتباری در تولید و استنتاج مانند حال علوم حقیقی است؛ مثلاً نسبت و 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 اشتغال بر مصلحت یکسان می‌باشند، وجوب نامبرده را میان قوه فعاله و میان یکی از دو فعل (لاعلی‌التعین) اعتبار می‌کنیم و در نتیجه، وجوبی تازه به نام «وجوب تخییری» پدید می‌آید (همان، ص ۳۳۲).

در واقع، اعتباریات «وجوب» و «خوب» به‌عنوان اعتباری قبل اجتماعی امکان صورت‌بندی یک نظریه‌کنش بر مبنای ارزش‌های مشترک را فراهم می‌آورد، بدون اینکه دچار نسبیّت ارزشی شویم. نتایج کنش نیز بر مبنای اعتباریات بعد اجتماعی، مثل مالکیت و توزیع قابل ارزیابی است. از سوی دیگر، اعتباریات بعد اجتماعی نیز بر مبنای اعتباریات قبل اجتماعی قابل استخراج است؛ زیرا این اعتباریات قبل اجتماعی اگرچه در زمینه کنش فرد است، ولی دیگر ذهنی و شخصی نیست (زیرا بین‌الذهانی است) تا ما در استخراج اعتباریات بعد اجتماعی (مثلاً، در حوزه عدالت اجتماعی و رفاه) دچار مشکل (مسئله تجمیع از فرد به جمع) شویم. در واقع، اعتباریات چون ماهیت بین‌الذهانی دارند و عینیت می‌یابند، هم کارکرد فردی دارند و هم کارکرد اجتماعی. بنابراین، مسئله استنتاج احکام جمعی از فردی حل می‌شود؛ زیرا هر دو اعتباریات قبل و بعد اجتماعی عینی هستند، نه ذهنی.

اعتباریات و نقد معرفت‌شناختی مکتب نئوکلاسیکی

از دیگر نتایج بحث اعتباریات، مربوط به عینیت مطلوبیت و شناخت آن است. می‌توان گفت که اقتصاد نئوکلاسیک به یک معنا، نسبت به مفهوم «مطلوبیت» ناشناخت‌گراست؛ زیرا آن را ذهنی تعریف می‌کند و به انتخاب فرد نسبت می‌دهد. این ناشناخت‌گرایی خودبه‌خود، به ناشناخت‌گرایی اخلاقی در اقتصاد نیز منجر شده است؛ یعنی اگر در یک نگاه خودگرایانه یا مطلوبیت‌گرایانه، «خوبی» را «مطلوبیت» تعریف کنیم، خودبه‌خود، بعد ذهنی مطلوبیت در تعریف ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی نیز خود را نشان می‌دهد، درحالی‌که که اگر مطلوبیت از جنس اعتبار باشد، این مسئله حل می‌شود؛ زیرا اعتباریات قابل شناخت و عینی است. اعتباریات متعلق به «ظرف» یا «وعایی» است که بعد از وضع، در خصوص 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 میزان 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 هیچ‌عنوان، یک خوب اخلاقی نیست. این معنای «خوب» وقتی در حوزه اخلاق وارد شد، استعاره‌ای و مجازی می‌شود. گویی مفهوم «خوب» در وعاء‌های گوناگون، به صفات گونه‌گون متصف می‌شود. ... بنا بر رای 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 طبیعی 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 دربارهٔ صدق و کذب و حجیت مدعیات اخلاقی، به نحو بین‌الذهانی گفت‌وگو کرد (دباغ، ۱۳۸۴، ص ۱۸۲).

بدین‌رو، می‌توان گفت: حوزه اعتباریات وعایی معقول است که از منظر هستی‌شناختی ذهنی، ولی از منظر معرفت‌شناختی عینی است. بنابراین، اعتباریات جزو امور واقع نیست؛ مثل امور طبیعی، ولی اموری ذهنی و شخصی هم نیست. می‌توان گفت: جزو ظرف یا وعایی است بین‌الذهانی و از این‌رو، از منظر شناختی، می‌توان دربارهٔ آن گزاره‌های صادق گفت: مطلوبیت نیز به مثابه یک اعتبار، همین ویژگی را دارد؛ یعنی از نظر هستی‌شناختی ذهنی، و از نظر معرفت‌شناختی عینی است.

اعتباریات و نقد دوگانگی فرد - جامعه

نکتهٔ مهم دیگر، که در رویکرد علامه طباطبائی وجود دارد، این است که اعتبارات در ظرفی متفاوت از واقعیت به شکل استعاری اعتبار می‌شوند. بدین‌رو، قابل‌تقلیل به امور فردی هم نیست. اشتباه مکتب نئوکلاسیک در این است که مطلوبیت را امری فردی و ذهنی در نظر می‌گیرد (علامه آن را «قبل اجتماعی» اعتبار می‌کند)، ولی در قالب اصل «مطلوبیت‌گرایی»، کارکرد «بعد اجتماعی» از آن می‌خواهد؛ ولی به این نکته توجه ندارد که اگر مفهوم مطلوبیت بخواهد بعد اجتماعی شود، ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی وابسته به آن نیز باید وجه اجتماعی بیابد؛ یعنی نظریه ارزش دیگر نمی‌تواند ذهنی بماند و یا نظریه اخلاق خودگرایانه باشد. خودگرایی و نظریه ذهنی ارزش هر دو فردگرایانه است. بدین‌رو، با مفهومی از مطلوبیت قابل جمع است که «قبل اجتماعی» است. ولی مطلوبیت‌گرایی بر مبنای معیارهای بُعد اجتماعی معنا می‌یابد؛ زیرا از مطلوبیت کل افراد جامعه سخن می‌گوید. بدین‌رو، با ارزش‌های اجتماعی باید در پیوند باشد. مسئله‌ای را که قبلاً در اقتصاد رفاه از آن نام بردیم با رویکرد علامه 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. همان‌گونه 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. بنابراین، اگر مطلوبیت نیز به‌عنوان یک اعتبار وضع شود ارتباط بین فرد و جامعه و به تبع آن، ارتباط بین اخلاق و اقتصاد امکان‌پذیر می‌شود.

قبلاً در یک تعریف 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 است که انسان بین خود (قوای فعاله طبیعی و فطری) و فعل‌آرادی‌اش وضع می‌کند تا به اهداف خود برسد. در واقع، اعتباریات از جنس قرارداد است. 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، به شکل یک قاعده رفتاری خود را نشان می‌دهد.

پیوند اخلاق و اقتصاد با ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی باید در یک ظرف مفهومی به نام «اعتباریات» انجام شود که این اعتباریات اولاً، عقلی است و در یک فضای بین‌الذهانی شکل می‌گیرد؛ پس عینیت دارد و قابل شناخت است و قائم

به فرد نیز نیست که نسبی شود. بدین‌روی، معیارهایی برای ارزش اقتصادی و اخلاقی خواهیم داشت که با توجه به اعتباریات قابل تعین است. ثانیاً، در این پیوند، اعتباریات قبل اجتماعی به‌عنوان یک قید بر اعتباریات بعد اجتماعی تقدم دارد؛ زیرا 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 امر اجتماعی است که قابل تقلیل به امور فردی و روان‌شناختی یا ذهنی نیست، بلکه یک اعتبار بعد اجتماعی است که بر مبنای اهداف اجتماعی، مثل کاهش فقر، و توزیع درآمد وضع می‌شود و البته با توجه به امور ثابت قبل اجتماعی، مثل نیاز و میل و انگیزش و فطرت نیز مقید می‌شود.

نتیجه‌گیری

رابطه اخلاق و اقتصاد در مکتب نئوکلاسیک دارای اشکالاتی است:

الف. از نظر معناشناختی، مفهوم «مطلوبیت» مبهم است و همزمان به ارزش اقتصادی و فردی از یک سو، و ارزش‌های اخلاقی و جمعی، از سوی دیگر، اشاره دارد.

ب. از نظر معرفت‌شناختی نیز مفهوم «مطلوبیت» مبهم است و همزمان به اموری ذهنی و عینی ارجاع می‌یابد.
ج. از نظر روش‌شناختی نیز نمی‌توان از مطلوبیت فردی به جمعی رسید؛ یعنی قاعده‌ای روش‌شناختی برای این کار در مکتب نئوکلاسیک نداریم. بدین‌روی، نمی‌توان از مبانی اقتصاد خردی در سطح فردی به نتایج اقتصاد رفاه در جامعه رسید.
د. البته اقتصاد نئوکلاسیک ادعا دارد که با جمع‌گیری مطلوبیت‌ها، می‌توان این تجمیع را انجام داد، ولی این به قیمت گسست رابطه اخلاق با اقتصاد است؛ زیرا قاعده تجمیع جبری که ارائه می‌دهد مبتنی بر معیار اخلاقی، که اجتماعی هم باشد، نیست، بلکه یک فن‌روش‌شناسانه است.

نتیجه اینکه پیوند معقول بین اخلاق و اقتصاد در مکتب نئوکلاسیک امکان‌پذیر نیست؛ زیرا پیوند بین انتخاب فردی و جمعی از طریق مفهوم فردگرایانه و ذهنی از مطلوبیت امکان‌پذیر نیست. مکتب نئوکلاسیک «مطلوبیت» را به‌عنوان «یک بازنمایی شخصی از ارزش‌ها» تعریف می‌کند که ماهیتی ذهنی دارد. از این‌رو، در مکتب نئوکلاسیکی به سبب نسبیّت و عدم عینیت مطلوبیت و فقدان روشی برای تجمیع مطلوبیت‌های فردی، معیاری جمعی برای تصمیم اخلاقی در خصوص مطلوبیت کل جامعه به دست نمی‌آید. در واقع، در مکتب نئوکلاسیکی بین وجه قبل اجتماعی مطلوبیت فردی و کارکرد بعد اجتماعی اصل مطلوبیت‌گرایی، ارتباطی اساسی و درونی وجود ندارد. وضع مطلوبیت به مثابه یک اعتبار اجتماعی نتایج روش‌شناختی متعددی برای علم اقتصاد دارد که بر ذهنی‌گرایی و نسبی‌گرایی حاکم بر ارزش‌ها در اقتصاد غلبه می‌کند و امکان ارتباط بین اخلاق و اقتصاد را فراهم می‌آورد. اعتباریات به سبب بین‌الذهانی بودن، امری جمعی است و نه فردی، و امری عینی و قابل شناخت است و نه ذهنی و نسبی. بنابراین، اگر مطلوبیت نیز به مثابه یک اعتبار اجتماعی وضع شود، از یک سو، عینی و قابل شناخت خواهد بود و دچار نسبیّت و ابهام معنایی نمی‌شویم. از سوی دیگر، امری علی‌الاصول جمعی است و دچار مسئله تجمیع از فرد به جمع نمی‌شویم. با توجه رویکرد سوپرکتیویستی، فردگرایانه و اثبات‌گرایانه حاکم بر مکتب نئوکلاسیک، که عملاً علم اقتصاد را دچار نسبیّت و ذهن‌گرایی کرده است، استفاده از رویکرد اعتباریات علامه طباطبائی می‌تواند الگویی مناسب برای روش‌شناسی اقتصاد اسلامی در فهم رابطه اخلاق و اقتصاد باشد.

- پارسانیه، حمید و همکاران، ۱۳۹۳، «دلالت‌های نظریه اعتباریات برای تحول در علوم انسانی»، *اسلام و مطالعات اجتماعی*، ش ۵، ص ۳۳-۴۸.
- زاهدی‌وفا، محمدهادی و همکاران، ۱۳۹۵، «نقد ابتدای اقتصاد اسلامی بر مطلوب‌بینگرایی دوساحتی، درآمدی بر تکلیف‌گرایی دینی»، *مطالعات اقتصاد اسلامی*، ش ۱۷، ص ۵۹-۸۴.
- دباغ، سروش و حسین دباغ، ۱۳۸۸، «اعتبار و حقیقت در اخلاق: افتراق و اشتراک اخلاق طباطبایی و اخلاق ویتنگشتاین متقدم»، *فلسفه دین*، ش ۱۴، ص ۱۷۵-۱۹۲.
- سروش، عبدالکریم، ۱۳۵۸، *دانش و ارزش*، تهران، یاران.
- طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۳۲، *اصول فلسفه و روش رئالیسم*، تهران، افست.
- ____، *تفسیر المیزان*، ۱۳۷۴، ترجمه سیدمحمدباقر موسوی همدانی، چ پنجم، قم، دفتر انتشارات اسلامی.
- ____، ۱۳۸۵، *اصول فلسفه و روش و رئالیسم*، تهران، صدرا.
- عربی، هادی و همکاران، ۱۳۹۲، «نظریه «اخلاق هنجاری» و دلالت‌های آن در سیاست‌گذاری اقتصادی؛ درس‌هایی برای اقتصاد اسلامی»، *معرفت اقتصاد اسلامی*، ش ۸، ص ۲۹-۵۰.
- معرفی محمدی، عبدالحمید، ۱۳۹۲، «اخلاق، عقلانیت و مسئله نظم در علم اقتصاد»، *معرفت اقتصاد اسلامی*، ش ۹، ص ۱۰۶-۱۲۹.
- ____، ۱۳۹۵، «اقتصاد اسلامی: حکمت نظری یا حکمت عملی؟»، *معرفت اقتصاد اسلامی*، ش ۱۵، ص ۶۳-۷۸.
- Hinman, Lawrence, 2000, *Ethics: A Pluralistic Approach to Moral Theory*.
- Feldman, A, 2008, *The New Palgrave Dictionary of Economics*, Second Edition, Eds, Steven N, Durlauf and Lawrence E, Blume, Palgrave Macmillan.
- Lee, S. H, 2006, *Essentials of Unification Thought: The Headwing Thought*, Tokyo, Unification Thought Institute.
- Putnam, H, 2000, *The Collapse of the Fact/Value Dichotomy and Other Essays*, Cambridge, MA, Harvard University Press.
- Riley, Jonathan, 2008, "utilitarianism and economic theory", in: *The New Palgrave Dictionary of Economics*, Second Edition, Eds, Steven N, Durlauf and Lawrence E, Blume, Palgrave Macmillan.
- Samuelson, Paul A, 1938, "The Empirical Implications of Utility Analysis", *Econometrica*, P. 344-356.
- Rawls, John, 1993, *Political Liberalism*, New York, Columbia University Press.