



ارائه شده توسط:

سایت ترجمه فا

مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده

از نشریات معتبر

هدیه - مارسل مائوس و کمک‌های بین‌المللی

هدیه مائوس ارزشمند است هرچند لنزهایی برای بررسی کمک‌های بین‌المللی نادیده گرفته است. با مشخص کردن ویژگی‌های هدیه که غالباً اشتباه گرفته می‌شوند، این مقاله همکاری در جهت پیشرفت را مجدداً بررسی می‌کند. درحالی‌که وضعیت بازار و رفاه با پروژه‌های مدرنیته سازگار است، اما ادعا می‌شود که این هدیه با آنها ناسازگار است، درحالی‌که هنوز در امور انسانی فراگیر است. این مقاله دریافت که اهداکنندگان کمتر بر هدیه تأکید دارند و با این حال به روابطی وابسته هستند که تنها سیستم هدیه می‌تواند آنها را فراهم کند؛ آنها مبادله بازار مدرنیته تحریک می‌کنند، مبادله‌ای که در آن هدیه هنجاری اجتماعی است و آنها کمکی را برای ارتقای استقلال پیشنهاد می‌کنند درحالی‌که خرید بر آنها تأثیر می‌گذارد. این نتیجه پاسخی محتمل را به اهداکنندگان ارائه می‌کند که شامل جداسازی مدیریت ارتباط، کمک‌های بشردوستانه و پیشرفت سرمایه‌گذاری می‌شود؛ برای تقاضای متقابل؛ صدا و بهره‌برداری از توانایی‌های پتلاچ ارائه می‌شود.

کلیدواژه: کمک در جهت توسعه، بن‌بست دوسویه؛ مدرنیته؛ پارادوکس؛ متقابل

مقدمه

مؤلفانی که در مورد کمک‌های بین‌المللی در جهت توسعه (IDA) دست به قلم دارند، به مسائلی توجه کرده‌اند که معمولاً به عنوان پارادوکس توصیف می‌شوند (الرمان، ۲۰۰۵؛ نیپر بلک، ۱۹۹۹؛ کوالسکی، ۲۰۰۶، ۲۰۱۰، ۲۰۱۱؛ موهان، ۲۰۰۷). به طور خاص چیزی وجود دارد که بر تلمی آن را مشخص کرده است:

انگیزه‌های مربوط کمک در جهت توسعه در پیشینه مالی توسعه به مدت طولانی مورد بحث قرار گرفته است. این مباحث از دهه ۱۹۷۰ بر اختلافات میان رفتار خودخواهانه، ارتباط کمک به منافع شخصی اهداکنندگان و رفتار نوع-دوستانه متمرکز شده است، که به نیازها و شایستگی‌های گیرندگان مرتبط است. (۲۰۰۶، ص. ۱۷۹)

یعنی به روش‌های زیادی پارادوکس موجود در قلب سیستم هدیه مارسل مائوس را خلاصه می‌کند (مائوس، ۲۰۰۲).

اکنون، نگرانی‌ها نسبت به این بیان شده که چگونه افکار کوچک مربوط به هدیه بر تکنولوژی تأثیر گذاشته است، که به این سوءتفاهم منجر شده که هدیه تنها به جوامع قدیمی مرتبط است. برای مثال آدولف و مائو نشان دادند که: جامعه‌شناسان توجه کمی به اشکال تعاملات اجتماعی داشته‌اند یا از آن غفلت کرده‌اند، که نه در جهت منافع شخصی است و نه روی اخلاق متمرکز است. به نظر ما، این منطق مربوط به هدیه است ... که همه اشکال تعامل را از سطح خرد اجتماعی تا سطح کلان آن را ایجاد کرده و آنها را در بر می‌گیرد. (۲۰۰۶، ص. ۹۵)

واضح است که اگر جامعه‌شناسی به طور کلی و به اندازه کافی پاسخ نداده باشد، نتیجه غیرقابل اجتناب این است که این کمبود در گفتمان‌های مربوط به کمک در جهت توسعه (DA) گسترش می‌یابد، گرچه علی‌رغم پایه کل سرمایه‌گذاری بر اساس اهدا کردن، مفاهیمی که از هدیه مائوس سرچشمه گرفته، در هر روش سیستماتیک به کار گرفته شده تا درک ما را از DA بررسی و ارتقا دهد. اکنون زمان آن رسیده که این حذف مورد توجه قرار گیرد.

نکات کلیدی نظریات مربوط به هدیه

از آنجایی که کار مائوس به خوبی شناخته نشده، ما باید نظریات اصلی مربوط به هدیه را پیش از کاربرد آنها برای بررسی توسعه، دوباره تکرار کنیم. در این مقاله، دوباره به آثار اولیه گودبات و کاپلی (۲۰۰۰) و همچنین رساله اصلی مائوس (مائوس، ۲۰۰۲)، و نوشته‌های تعداد زیادی از نویسندگان دیگر برمی‌گردیم.

(۱) مفهوم اولیه این است که هدیه در جایی قرار ندارد که به طور سنتی اعتقاد بر آن باشد. معمولاً مکان‌هایی جایگزین برای تبادل اشیاء پیشنهاد می‌شود که یا یک مبادله تجارتي با ارزش برابر در میان قرار دارد که از طریق آن منافع شخصی محاسبه می‌شود (خودمحوری)، یا مسیری یک طرفه از ارزش‌ها به عنوان رفتار هنجار به عهده گرفته می‌شود (نوع دوستی). به این ترتیب، نشان داده شده که برای اینکه یک هدیه واقعاً هدیه محسوب شود، باید آزادانه و بدون منافع شخصی ارائه شود (دریدا، ۱۹۹۴). با این حال، مائوس معتقد بود که هدیه نه بخشی از مبادله با ارزش برابر و نه عملی خیرخواهانه و بی‌طرفانه است، همان طور که گودبات و کاپلی (۲۰۰۰، ص. ۱۴) استدلال می‌کنند: شناخت این دوگانگی‌های اضافی مهم است، که ما را وادار می‌کند تا تنها در دو شرایط مخالف فکر کنیم، یک صفحه نمایش دودی ایجاد کنیم که مانع دیدن ما از حقیقت می‌شود. بنابراین، آنها پارادوکس موجود را توضیح دادند:

- این هدیه در بازگشت انتظار چیزی را ندارد؛ هدیه دادن عملی از بی‌علاقگی است.
- اما در هر سیستم هدیه عمل متقابل وجود دارد. این همان چیزی است که مائوس با شگفتی عظیمش مشاهده کرده، و از آن زمان در مرکز مطالعات مربوط به هدیه قرار گرفته است.
- بنابراین، مهم نیست که از روی بی‌علاقگی نباشد یا اصلاً وجود نداشته باشد. (گودبات و کایلی، ۲۰۰۰، ص.

(۱۷۶)

همچنین، به نظر می‌رسد که ماهیت هدیه این است که هدیه نیست. (گودبات و کایلی، ۲۰۰۰، ص. ۹۲)

مائوس (۲۰۰۰، ص. ۴) هدیه را این‌چنین توصیف کرد: پیشکشی که با سخاوت داده می‌شود حتی در زمانی که در ظاهر مبادله باشد، تنها یک تصور مؤدبانه، فرمالیته و فریب اجتماعی وجود دارد و زمانی که واقعاً اجبار و منافع شخصی اقتصادی وجود داشته باشد. آدولف و مائو (۲۰۰۶، ص. ۱۰۷) هدیه را این‌گونه مشخص می‌کنند: بر اساس عدم تعادل، فوریت و بدهی به وجود آمده، یک ارتباط مبتنی بر هدیه با استفاده از رویکرد فردگرایی سوداگرایی یا کل‌گرایی هنجار قابل توضیح دادن نیست. در واقع، گودبات و کایلی (۲۰۰۰، ص. ۲۰) اهمیت واقعی هدیه را زمانی دریافتند که آنها گفتند: تنها هدیه می‌تواند به طور واقعی ... از اختلاف میان فرد و جمع فراتر رود، و افراد را بخشی از یک ماهیت بزرگ‌تر و عینی قلمداد کند.

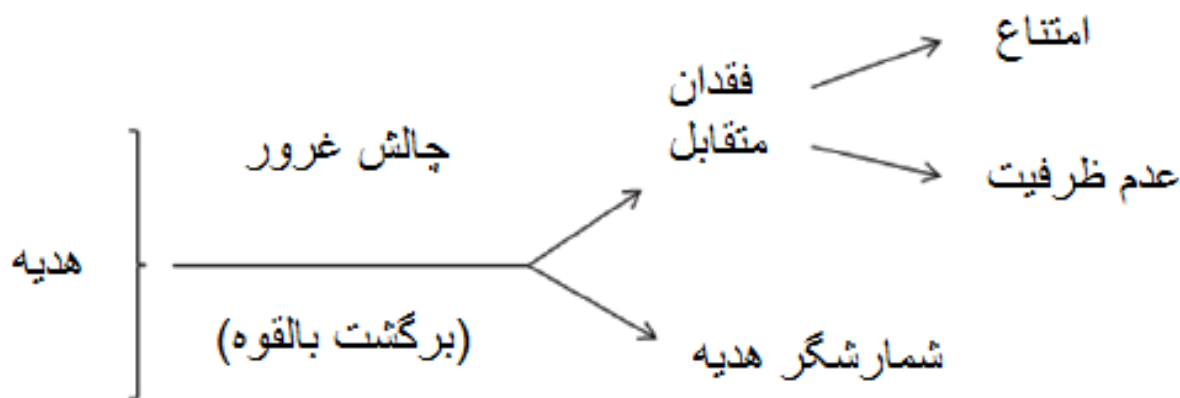
(۲) علاوه بر این، مائوس تأکید کرد که آنچه داده می‌شود نشانه‌ای از ماهیت ارتباطی است که آن را تقویت می‌کند. در نتیجه، ملاحظات مربوط به هدیه بر نمادگرایی متمرکز است، همان طور که وی آن را محصور کرده است:

هدیه دادن به کسی در واقع پیشکش کردن بخشی از خود است ... کسی که به وضوح و به صورت منطقی درک می‌کند که یک فرد باید چیزی را که بخشی از ماهیت و طبیعت وی است را به فرد دیگر بدهد. (مائوس، ۲۰۰۲، ص. ۱۶)

این ایده قبلاً توسط امرسون (۱۹۸۳، ص. ۵۳۶) پذیرفته شده بود: هدیه، در صورتی که واقعی باشد، باید از اهداکننده به من جریان داشته باشد، باید به جریان من با او مرتبط باشد و مبارک و خجسته باشد (۲۰۰۹، بخش ۶)، در رابطه با خیریه گفته شده: دادن چیزی به کس دیگر به خاطر وجود وی و کارهای وی است.

(۳) علاوه بر این، اگرچه هدیه دادن با تبادلات میان اعضای یک خانواده گسترده همراه است، اما اهمیت واقعی آن در حمایت آن از تعاملات اجتماعی میان اشخاص غریبه قرار دارد. نمی‌توان بیش از حد بر این تأکید کرد که در چیزی که بازگردانده می‌شود، علاقه شخصی به هدیه وجود ندارد، اما در ارتباطی که به وجود می‌آید علاقه شخصی وجود دارد. به این ترتیب هدیه پیش از شروع روابط بازاری به وجود آمده است. همان طور که مائوس (۲۰۰۲، ص. ۱۰۵) آن را روشن می‌کند: برای تجارت کردن، اولین شرط کنار گذاشتن موانع است. به طور مشخص این نقش هدیه است، همان طور که آدولف و مائو بیان کردند: پیشنهاد هدیه روابط انسجام را در ابتدا تأیید و حفظ می‌کند، بنابراین تبادلات خودمحور و چهارچوب‌دار کالاها می‌توانند آغاز شوند (۲۰۰۶، ص. ۹۷) و هدایا و منافع القاشده اعمالی عمیقاً اجتماعی هستند که بر مبنای علاقه نیستند، اما بی‌علاقه نیز نیستند؛ آنها روابط متقابل بدهکاری را همیشگی و تأیید می‌کنند (۲۰۰۶، ص. ۱۰۰).

(۴) سیستم هدیه با تعهدی سه گانه ایجاد می‌شود. بورديو (۱۹۹۲، ص. ۹۸) آن را به این صورت به تصویر می‌کشد: قوانین خودکار چرخه متقابل اصولی ناخودآگاه از تعهدات هدیه دادن هستند، تعهد به بازگشت هدیه و تعهد نسبت به دریافت آن - و وی این تعامل را راهنمایی برای این سه پیامد معرفی کرد: امتناع، ناتوانی در پاسخ دادن یا شمارشگر هدیه (به شکل ۱ مراجعه کنید).



شکل ۱. سیستم اجتماعی هدیه. منبع: اقتباس شده از بورديو (۱۹۹۲، ص. ۱۰۰۰)

به این ترتیب، هدیه اگرچه آزادانه داده می‌شود، اما چالشی را برای دریافت‌کننده نشان می‌دهد که باید شامل یک پاسخ شود (از جمله عدم حضور محتمل شمارشگر هدیه)، که ارتباط میان آنها را از آن زمان توصیف می‌کند. در واقع، در یک سطح هدیه دادن ادعای تمایل به ارتباط را دارد، همان طور که آدولف و مائو (۲۰۰۶، ص. ۱۰۹) مشخص می‌کند: در این معنا هدایا نشانه‌ها و بازنمودهایی از تقاضای التزام به عنوان هدفی خودبه‌خودی هستند. و علاقه به چنین روابطی نیروی محرکه مبادله است.

به طور کلی، برای اینکه یک هدیه عملی صحیح باشد، باید توانایی دریافت‌کننده را برای شرکت در چنین رابطه‌ای در نظر گرفته شود. همان طور که بورديو آن را شرح داد:

مبادله افتخار، مانند هر مبادله‌ای (هدیه، کلمات و غیره) به این صورت توصیف می‌شود: ... به این معنی که، به عنوان اشاره به امکان ادامه، یک پاسخ، یک خرابکاری، یک برگشت هدیه، شامل شناخت از شریکی می‌شود که در موردی خاص، برابری را با افتخار می‌پذیرد. (۱۹۹۲، ص. ۱۰۰)

علاوه بر این، یک هدیه و تعهد آن برای متقابل بودن ممکن است شامل افرادی مختلف با گروه‌های اجتماعی مشخص شود، مثل یک خانواده با خانواده یا اجتماعی دیگر. در واقع، مائوس (۲۰۰۲، ص. ۶) آن را روشن ساخت: تنها افراد نیستند، بلکه جوامعی هستند که تعهدات مبادله را تحمیل کرده و با یکدیگر قرارداد می‌بندند.

علاوه بر این، پاسخ متقابل نباید بلافاصله صورت گیرد، بلکه می‌تواند در طول ارتباط به عنوان تنش مفیدی که باید در نهایت با پاسخ در موقعیتی صحیح رها شود، به تعویق بیفتد، همان طور که بورديو (۱۹۹۲، ص. ۱۰۵) اشاره کرد: در هر جامعه‌ای ممکن است مشاهده شود که در هر جامعه‌ای ممکن است مشاهده شود که اگر از یک اهانت تشکیل نشده باشد، شمارشگر هدیه باید معوق و متفاوت باشد، زیرا روشن است که بازگشت فوری یک شیء مشابه پذیرفته نخواهد شد. داگلاس به طور قابل توجهی برای مبحث ما استدلال‌ها را بیان کرده:

هیچ هدیه رایگانی نباید وجود داشته باشد. چیزی که در مورد هدیه‌های به اصطلاح رایگان واضح است این است که نیت اهداکننده ممانعت از بازگشت هدیه از سوی دریافت‌کننده است. عدم پذیرش فعالیت‌های مربوط به اهدا کردن

را خارج از روابط متقابل قرار می‌دهد. پس از اهدا، هدیه رایگان هیچ ادعایی از جانب دریافت‌کننده را در بر نمی‌گیرد.
(۲۰۰۲، ص. ix)

(۵) سپس، گودبات و کایلی (۲۰۰۰، ص. ۱۵) اهمیت دو سیستم دیگر مبادله را مشخص کردند که این دو سیستم با این بیان در جامعه وجود دارد که: سیستم هدیه ... سیستمی اجتماعی است که بر روابط فردی متمرکز است. تنها مکملی برای بازار یا حالتی برای آن نیست که نسبت به سایر سیستم‌های زیربنایی و اولیه باشد. در واقع، همان طور که آدولف و مائو (۲۰۰۶، ص. ۱۱۰) تصریح کرده‌اند: روابط متقابل نه تنها اهمیت زیادی در خانواده و روابط نزدیک اجتماعی دارند، بلکه همه فرآیندهای تعامل اجتماعی را ایجاد یا همراهی می‌کنند، که شامل تعاملات سازمان‌یافته توسط بازار می‌شود. این نشان می‌دهد که ما باید ماهیت پدیده‌های بعدی را متمایز کنیم؛ بازار و وضعیت رفاه.

بازار در کنار سیستم هدیه قرار می‌گیرد و صرفاً بیشتر در مورد دستیابی به منافع شخصی در تبادل اشیائی است که دارای ارزش افزوده ۲ هستند، با محاسبه همزمان برنده و بازنده. همان طور که بورديو آن را به تصویر می‌کشد:
همان طور که این ارتباط بیشتر غیرشخصی می‌شود، یعنی، چون یک فرد از ارتباط میان برادران بیرون می‌رود و به روابط میان غریبه‌های مجازی می‌رود، پس یک معامله به طور کلی کمتر و کمتر تثبیت می‌شود، اما می‌تواند بیشتر اقتصادی شود و محاسبه مورد علاقه هرگز غایب نمی‌شود و اکثریت مبادلات سخاوتمندانه می‌توانند بیشتر و بیشتر آشکار شوند (۱۹۹۲، ص. ۱۱۵)

سیستم بازار با سه ویژگی مشخص می‌شود که آن را از هدیه متمایز می‌کند: این پژوهش برای برابری در ارزش‌های مبادله شده، فوریت مورد نیاز امور متقابل و آزادی ترک تعامل در هنگام معامله انجام شده است. مطمئناً تعادل تبادل مقیاس بسیاری کوچکی است که با درک تعیین شده است و اکنون با پول تسهیل می‌شود. برای کسانی که در سیستم بازار کار می‌کنند، اخطار به خریدار بک اصل محسوب می‌شود و این سیستم موجب تشویق موارد اموری می‌شود. بورديو (۱۹۹۲، ص. ۱۱۵) اشاره کرد که: منابع خبری به صورتی بی‌هدف در مورد طرفندها و حقه‌هایی صحبت

می‌کنند که در بازارهای بزرگ رایج هستند، یعنی در مبادله با بیگانگان. گودبات و کایلی (۲۰۰۰، ص. ۹۵) دریافتند که: زمان در قلب هدیه و روابط متقابل قرار دارد، درحالی‌که حذف زمان در هستهٔ یک رابطه تجاری قرار دارد. هدیه دادن به صورت خیریه و درک نوع دوستی همیشه در مباحث مربوط به هدیه قرار دارد. Alms به طور سنتی در بیگانگان یا آنهایی قرار دارد که در حاشیه جامعه هستند، کسانی که قربانیانی بدشانس هستند و مستحق حمایت از یکدیگر هستند. Alms نمونه‌ای کامل از بی‌علاقگی هستند، همان طور که استیرات و هنکل (۱۹۹۷، ص. ۷۲) آن را بیان می‌کنند: بر خلاف هدیه‌های مربوط به مائوس، این هدایا بدون توجه به بازگشت اهدا می‌شدند ... و هیچ‌گونه تعهدی را برای دریافت‌کننده ایجاد نمی‌کند. با این وجود، در این سطح اشکال مربوط به مزایای متقابل وجود دارد که می‌توانند توسط دریافت‌کنندگان نهایی به صورت متقابل رخ دهند (مثل پاداشی از جانب خدا).

این سخن امری برای هدیه دادن اخیراً توسط ایالات متحده غصب شده است. گودبات و کایلی آن را این‌گونه توصیف می‌کنند:

جایی که سیستم تجارت بر خلاف هدیه است، توسعه وضعیت رفاهی غالباً به عنوان جایگزینی شاد برای هدیه در نظر گرفته می‌شود، که بر خلاف سیستم قبلی توزیع مجدد که در خیریه مستقر شده، محدودیت‌های بی‌عدالتی و احیای رتبه را به ارمغان می‌آورد. (۲۰۰۰، ص. ۵۱)

با این حال، در بازبینی دقیق‌تر به نظر می‌رسد که وضعیت رفاهی نسبت به هدیه، چیزهای بیشتری را با بازار در اشتراک دارد. در آن هدیه با حرکتی خودجوش و سخاوتمندانه مشخص می‌شود، وضعیت رفاهی محاسبه‌ای و اجباری است، همان طور که گودبات و کایلی (۲۰۰۰، ص. ۶۰) مشخص می‌کند: همهٔ منابعی که از طریق کانال‌های دولتی حرکت می‌کنند، از طریق محدودیت آنجا می‌روند. اما این دقیقاً برخلاف هدیه داوطلبانه است - هدیه‌ای که تحمیل می‌شود هدیه نیست. همچنین لطفاً توجه داشته باشید، داگلاس (۲۰۰۲، ص. XIX) استدلال می‌کند که: توزیع مجدد دموکراسی اجتماعی برای افراد منتخب مجاز است و از درآمدهای مالیات مبالغی گرفته می‌شود. آنها کاملاً فاقد هر گونه قدرت دوجانبه برای اجبار افراد در مباحث مربوط به افتخار هستند.

در حقیقت، غالباً قوانین بازار در سیستم‌های دولتی ظاهر می‌شود، برای مثال، گودبات و کایلی (۲۰۰۰، ص. ۵۸) اشاره می‌کند که: اصل عدالت ... نقشی مشابه را در سیستم دولتی بازی می‌کند، نقشی مشابه با برابری در بازار. همان طور که استیرات و هنکل (۱۹۹۷، ص. ۷۴) در متون مربوط به NGOهای بین‌المللی اشاره می‌کنند: هدایای خالص (مربوط به خیریه)، در پایان، به ارز سیستم‌های حامی تبدیل می‌شوند.

به طور خلاصه، تفاوت اصلی میان سیستم هدیه و بازار یا دولت این است که سیستم هدیه در درجه اول به ایجاد روابط اجتماعی مربوط است، درحالی‌که سایر سیستم‌ها در مورد تبادل ابزار است. در حقیقت، گودبات و کایلی (۲۰۰۰، ص. ۱۹۵) تأکید کردند که: هدیه ... در مقایسه با بازار و دولت، یک متاسیستم است، یعنی در سطح بالایی از سیستم‌های اقتصادی قرار دارد و بافتی را فراهم می‌کند که در آن هر فرد توانایی عملکرد دارد. بازار با استفاده از توانایی مشخص می‌شود:

هیچ‌چیزی را به کسی قرض ندهید تا بتوانید از بندهای اجتماعی رها شوید و از تعهد اجتناب کنید درست همان طور که معامله‌گران را در زمانی که راضی نیستید تغییر می‌دهید - این ظرفیت برای خروج که توسط هرشمان تحلیل شده، ویژگی‌های آزادی مدرن را توصیف می‌کند، همان طور که در بازار مجسم شده و در وضعیت رفاهی تکرار می‌شود. (گودبات و کایلی، ۲۰۰۰، ص. ۶۳)

آنها تأکید کردند که: بروکراسی و بازار، از این نقطه‌نظر، برابر هستند، چون هر دو به مدل تولیدکننده-واسطه-مشتری نیاز دارند و هر دو ارتباط هدیه را انکار می‌کنند و گودبات و کایلی (۲۰۰۰، ص. ۱۶۱) مانند استیرات و هنکل به مرکانتیلیسم اجازه داده‌اند تا خود را در آنچه که در بسیاری از موارد رابطه نوع‌دوستانه شناخته می‌شود، معرفی کند. بنابراین، برای رقابت برای قراردادها، NGOها تحت تأثیر کار هستند، انگار که آنها شرکت‌هایی خصوصی هستند و شیوه‌های عملیاتی و اشکال فرهنگ سازمانی را اتخاذ می‌کنند، که اشکال بازار جهانی تجارت را به هم نزدیک می‌کند. (استیرات و هنکل، ۱۹۹۷، ص. ۷۰)

(۶) در نقطه مقابل، در ایده‌های در حال توسعه مائوس، گودبات و کایلی (۲۰۰۰) استدلال کردند که پروژه مدرنیته خود به تنهایی برای در متضاد هدیه است. آنها گفتند که: هدیه قدیمی برخلاف زمینه‌های تعهد اجتماعی

است و تنها از این تعهد است که مدرنیته می‌تواند ما را آزاد کند. (گودبات و کایلی، ۲۰۰۰، صص. ۱۶۱-۱۶۲). در حقیقت، استیرات و هنکل (۱۹۹۷، ص. ۷۷) در حمایت از دیدگاه آنها گفت: هدیه خالص در واقع بر خلاف روابط محاسبه شده‌ای است که برای مشخص کردن جهان مدرن در نظر گرفته شده‌اند. در واقع، گودبات و کایلی تلاش می‌کنند تا این را حفظ کنند که پیامد ضروری مدرنیته نابودی سیستم هدیه است، یعنی هدیه دادن اختراع مدرنیته است، توهمی فراگیر که مدرنیته را در ذهن عزیز می‌کند (۲۰۰۰، ص. ۱۶۲).

برخلاف این ریشه‌کنی، گودبات و کایلی مشخص کردند که هدیه انعطاف‌پذیر است و حتی در اکثر جوامع مدرن ادامه پیدا می‌کند، گفته می‌شود که: آنچه که کاملاً باید محتمل به نظر برسد این است که هدیه جدای از مرده بودن، بسیار زنده است (۲۰۰۰، ص. ۱۲) و اینکه: علی‌رغم همه دلایل برای باور ناپدید شدن نهایی و غیرقابل‌برگشت آن، هدیه در همه جا حضور دارد. (۲۰۰۰، ص. ۱۱) و بنابراین هدیه از طریق شکاف‌ها به هر کجا می‌رود، راه خود را پیدا می‌کند، به آنچه روابط سوداگرایی تلاش می‌کند تا ساده‌ترین بیانات را کاهش دهد، چیزی را اضافه می‌کند (گودبات و کایلی، ۲۰۰۰، ص. ۱۶۵).

(۷) البته، سیستم هدیه‌ای که مائوس توصیف کرد بدون نقص نیست. اولین مورد در مورد نقش‌های اهداکننده، دریافت‌کننده، و نقش‌های متقابل است، همان طور که کار، مک‌الیوف و مک‌لاچلان (۱۹۹۸، ص. ۱۸۹) بیان کردند: کمک گیرنده بودن چه احساسی دارد؟ امرسون (۱۹۸۳، ص. ۵۳۶) یادآوری کرد: دریافت هدیه کار یک مرد نیست ... امیدواریم که پایدار بمانیم. ما کاملاً یک اهداکننده را نمی‌بخشیم.

تمام رویکرد نوع‌دوستی با خشم و عصبانیت از بین می‌رود، مثلاً امرسون (۱۹۸۳، ص. ۵۳۷) پیشنهاد می‌کند که همه ذینفعان از تیمون‌ها متنفر هستند، ارزش هدیه را در نظر نمی‌گیرند، اما به فروشگاه‌های بزرگ‌تر نگاه می‌کنند که دقیقاً با دیدگاه گرگن و گرگن (۱۹۷۱، ص. ۱۰۱) هماهنگ است، این دیدگاه نشان می‌دهد که زمانی که یک کشور بسیار ثروتمند به نظر می‌رسد، کمک آن برای دریافت‌کننده کمتر تأثیرگذار است. می‌توانیم در سیستم سه جانبه هدیه، متشکل از اهداکننده-دریافت‌کننده-ارتباط متقابل، دریافت‌کننده کار اهدا را تقویت می‌کنند، امام مهم‌تر این است که عمل متقابل دریافت‌کننده را در تقویت می‌کند. اما این بر اهمیت بر عهده گرفتن هر یک از این سه نقش

تأکید می‌کند و بی‌انصافی نقش اهداکننده را از بین می‌برد. فقر در توانایی ارتباط متقابل از ماهیت دریافت کردن تخطی می‌کند و مانع ارتباط متقابلی می‌شود که هدیه سعی می‌کند آن را تقویت کند.

ثانیاً، سلسله‌مراتبی وجود دارد را رابطه متقابل وجود دارد، همان طور که بلائو تشخیص داد: رابطه متقابل - و این نیز ایده‌ای مرکزی است - مکانیسمی برای بی‌تقارنی‌های قدرت است (آدولف و مائو، ۲۰۰۶، ص. ۱۰۴). به طور مشخص، بورديو پیشنهاد کرد که:

یک فرد برای اهدا کردن چیزی را در اختیار دارد، اما با هدیه دادن هم چیزی را در اختیار می‌گیرد. هدیه‌ای که بازگردانده نمی‌شود می‌تواند به بدهی تبدیل شود، یک تعهد همیشگی، و تشخیص قدرت، پرستیژ یا وفاداری فردی - چیزی است که با اهدا کردن به دست می‌آید. (۱۹۹۲، ص. ۱۲۶)

و دریافت‌کننده احساس می‌کند که آنها تحت برخی از الزامات هستند. در این مورد مائوس اشاره می‌کند که: هدایای غیرمتقابل فردی که آن را می‌پذیرد، پایین می‌آورد، به ویژه زمانی که بدون فکر کردن در مورد بازگرداندن آن پذیرفته شود (۲۰۰۲، ص. ۸۳) و تأکید کرد که: اهدا کردن برتری یک فرد را نشان می‌دهد، هر چه میزان آن بیشتر باشد، رتبه بالاتر وی را نشان می‌دهد. پذیرش هدیه بدون بازگرداندن آن، یا بدون اهدا کردن چیزی در مقابل، وی را تبدیل به مشتری یا خدمه می‌کند، وی را کوچک کرده و پایین‌تر می‌کشد (۲۰۰۲، ص. ۹۵).

این نابرابری‌ها دریافت‌کننده را به دیگر اشکال رابطه متقابل مجبور می‌کند. بنابراین، در شرایط خاص رابطه متقابل ممکن است به سمت شخص ثالث کشیده شود، که به طریقی چرخه هدیه را تکمیل می‌کند. عدم وجود چنین جایگزین‌هایی می‌تواند با رفتارهای تحقیرآمیز همراه شود، روش اهدا کردن در محیط‌های اجتماعی مختلف می‌تواند با همه ارتباط اجتماعی نسبی برقرار کند (آدولف و مائو، ۲۰۰۶). در حقیقت، گرگن و گرگن (۱۹۷۴، ص. ۱۳۳) اظهار داشتند: اهداکنندگان غالباً از هدیه برای گیر انداختن دریافت‌کنندگان در جهت خواسته‌های خود استفاده کرده‌اند.

سومین اشکال این است که در شرایط خاص این هدیه به صورتی دقیق برای دستیابی به سلسله‌مراتب بالا به کار می‌رود. مائوس (۲۰۰۲) استدلال کرد که، درحالی‌که هدیه سیستمی از مبادله است که روابط اجتماعی را تقویت و

فعال می‌کند، اما با این وجود، به سمت رابطه‌ای مبهم تمایل دارد که شکل‌های رفتاری مخرب و رقابتی را ارتقا می‌دهد. واضح‌ترین نشانه این رفتار تکراری پتلاچ است، همان‌طور که مائوس (۲۰۰۲، ص. ۷) به آن اشاره می‌کند: سیستم مجموع خدمات - که در آن هر چیزی به طور مؤثر در مبادله قرار می‌گیرد. روشن است که یک سیستم رفتاری بر مبنای سه مرحله اهدا کردن؛ دریافت کردن و ارتباط متقابل قرار دارد و هر کجا که دومی آشکار شد و مقیاس سخاوت آن ضرورتاً از هدیه اصلی بزرگ‌تر باشد، یک سیستم بازخوردی مثبت است که یادآور تولید مجدد متقارن است (باتسون، ۱۹۷۲)، با یادآوری آن چشم‌انداز مسابقات تسلیحاتی می‌تواند این باشد که: با موضوعات تکمیلی مانند سلطه، وابستگی، تحسین و غیره میان آنها پذیرش میان آنها کاهش یافت (باتسون، ۱۹۷۲، ص. ۳۲۴). چهارم، راهی وجود دارد که در آن هدیه ایجاد می‌شود. هدیه می‌تواند عمیقاً برای دریافت‌کننده نقش حمایتی داشته باشد: در همان نقش به عنوان کودک یا بیمار (کار و دیگران، ۱۹۹۸، ص. ۱۹۱). همان‌طور که گودبات و کایلی (۲۰۰۰، ص. ۸) تأکید می‌کند: زمانی که راهی به آنها داده می‌شود یا آنهایی که از آنها استفاده می‌کنند هدایا به طور ویژه سمی هستند، و در یک مسیر یا مسیر خطرناک دیگر قرار دارند. بورديو آن را این‌گونه بیان می‌کند:

روش، رفتار، شکل، هدیه دادن چیزی است که هدیه را از یک مبادله مستقیم، تعهدات اخلاقی مربوط به تعهدات اقتصادی جدا می‌کند. رعایت ضوابط شیوه رفتار و اشکال خارجی انکار عملی محتویات و خشونت بالقوه آن را می‌تواند پنهان کند. (۱۹۹۲، ص. ۱۲۶)

هر چه میزان اختلاف میان قدرت اهداکننده و دریافت‌کننده بیشتر باشد، احتمال چیزی که بورديو (۱۹۹۲، ص. ۱۲۷) آن را خشونت نمادین نامیده بیشتر می‌شود، که این را می‌توان درک کرد.

(۸) مانعی دیگر که در مسیر روابط هدیه وجود دارد تأثیر ناهماهنگی نمادگرایی فرهنگی است که مبنای مبادله هدایا است. هر ملاقاتی میان بیگانگان به برخورد میان فرهنگ‌های مختلف گرایش دارد. اسکیز (۲۰۰۵، ص. ۱۰۰) چالشی را در مواجهه میان فرهنگ‌های آمریکای شمالی نشان داد: سرخ‌پوستان و آمریکایی‌های اولیه در اینکه چه چیزی و چه کسی آنها را دنبال می‌کند، فریب خورده‌اند، زیرا آنها با دیدگاه‌های مختلف به یکدیگر نگاه می‌کنند.

باتسون (۱۹۷۲) سه نتیجه جایگزین را برای این تصادف پیشنهاد کرد؛ همجواری کامل فرهنگ‌ها، حذف یک فرهنگ یا هر دو، یا پایداری فرهنگ‌ها در تعادل پویای درون یک جامعه.

به نظر می‌رسد بزرگ‌ترین تفاوت به ارتباط میان فرهنگ هدیه و یک عامل از دیدگاه بازار مرتبط باشد. سایکس، در مورد خردی جزیره منهن، تبادلات نابرابری را میان آمریکایی‌های بومی و ساکنان بیان می‌کند بنابراین: اروپایی‌ها ممکن است فکر کرده باشند که آنها این جزیره را با قراردادی توافقی خریده‌اند، احتمالاً سرخ‌پوستان منهن فکر می‌کنند که آنها ترتیبات صلح‌آمیزی را برای یک رابطه مثبت با اروپایی‌ها تأیید کرده‌اند که در آینده ادامه می‌یابد (۲۰۰۵، ص. ۹۹). نتیجه این مبادله به نظر می‌رسد که مبنی بر این نکته باشد که: عمل کردن درون سیستم هدیه معادل استفاده از همه زمان‌ها است (گودبات و کایلی، ۲۰۰۰، ص. ۳۸).

(۹) از آنجایی که سیستم هدیه متناقض است، هدیه دادن شامل ابهاماتی عمیق است، همان طور که آستین (۲۰۰۲، ص. ۱۴) تأکید می‌کند: هدیه آزادی را بیان می‌کند و تعهداتی اجباری را ایجاد می‌کند و ممکن است با سخاوت یا محاسبه، یا هر دو تحریک شود. پس چگونه می‌توان فهمید که چه چیزی پشت هدیه قرار دارد؟ مائوس (۲۰۰۲، ص. ۹۹) اشاره می‌کند که: عادی‌ترین و معمول‌ترین مبادلات زندگی روزانه، مانند هدایای کوچکی که دوستی‌ها را به هم گره می‌زند، یک بدیهی را پیش‌بینی می‌کنند و بنابراین یک عدم قطعیت همیشگی همه جذابیت آنها و از این رو همه کارایی اجتماعی آنها را ایجاد می‌کند. دوباره، همان طور که آدولف و مائو (۲۰۰۶، ص. ۱۰۷) بیان می‌کنند: یک ارتباط مبتنی بر هدیه شامل عدم قطعیت غیرقابل تقلیل، بی‌تکلیفی و خطر می‌شود؛ که تمایل به این دارد تا در حالت عدم قطعیت ساختاری باقی بماند، بنابراین چنین اعتمادی می‌تواند ایجاد شود. به این ترتیب، به نظر می‌رسد انجام هدف اصلی هدیه غیرقابل اجتناب است، طوری که نه اطمینانی برای انگیزه وجود دارد نه پاسخی صحیح. همان طور که سایکس (۲۰۰۲، ص. ۱۰۰) اشاره می‌کند: مبادلات به وجود آمده برای گشودن روابط جدید، هر بخش را بیشتر از آنچه برای تجارت چانه‌زنی شده، باز می‌کند.

یکی از نتایج پارادوکس، مانند آنچه توسط هدیه توضیح داده شده، معیار بن‌بست دوسویه است (کاوالسکی، ۲۰۰۴). باتسون (۱۹۷۲، ص. ۲۰۸) توصیفی دقیق از بن‌بست دوسویه را ارائه می‌کند، وی معتقد است که سه ویژگی موقعیت بن‌بست دوسویه از قرار زیر است:

۱- زمانی که یک فرد در روابطی شدید درگیر می‌شود؛ یعنی ارتباطی که آن فرد تصور می‌کند از نظر حیاتی مهم است، طوری که او به دقت تشخیص می‌دهد که چه نوع پیامی برقرار می‌شود تا وی به طور صحیح به آن پاسخ دهد.

۲- و فردی که در موقعیتی قرار دارد که در آن فرد دیگری که در ارتباط قرار دارد دو پیام را بیان می‌کند که یکی از آنها دیگری را انکار می‌کند.

۳- و، این فردی نمی‌تواند در مورد این پیام اظهار شده نظر بدهد تا تشخیص خود را در جهت پاسخ دادن به آن تصحیح کند، یعنی وی نمی‌تواند گفته‌ای فراتر از ارتباط تولید کند.

در حقیقت، می‌توانیم این ویژگی‌های هدیه را بینیم، چون همیشه و کاملاً در مورد روابط مهمی هستند که در موقعیت‌های مختلف با مقاصد مبهم انجام شده‌اند. همان طور که گودبات و کایلی (۲۰۰۰، ص. ۱۸۷) اشاره می‌کند: فهم و درک وجود دارد، اما یک واکنش فعال و آگاهانه از صراحت در هر دو طرف وجود دارد، یک ریاکاری دوگانه و متقارن و بنابراین، به صورتی منطقی، پوچ و بی‌اساس ممنوعیت‌هایی قوی وجود دارد که مانع ارجاع به تعهد می‌شود - یعنی، هدیه باید آزادانه داده شود؛ هر چه چیزهای بیشتری روشن شوند، ما به یک قرارداد نزدیک می‌شویم، هر چه میزان آزادی عمل متقابل کمتر باشد، ارزش‌های کمتری در بافت ارتباطی وجود خواهد داشت (گودبات و کایلی، ۲۰۰۰، ص. ۱۸۸). در حقیقت، پنهان کردن آنچه واقعاً اتفاق می‌افتد ضروری است، تا کالاهایی که در حال چرخش هستند پیوند تعهد را مجسم نکنند. اما این نباید مشخص شود، زیرا واقعیت امر این است که پیام درک نشده است! زبانی صریح برای هدیه امری متناقض است. (گودبات و کایلی، ۲۰۰۰، ص. ۱۹۰). علاوه بر این، این اشتباه استراتژیک مستلزم تلاش است، همان طور که بورديو (۱۹۹۲، ۱۱۲) مشخص می‌کند: کار مورد نیاز برای پنهان کردن نقض مبادله به اندازه‌ای مهم است که این کار به انجام این عمل نیاز دارد.

با استثمار اعمال شده، تأخیر زمانی، اختلاف بین حرف و عمل و بالاتر از همه ضرورت حفظ روابط اجتماعی قابل اجرا، روشن است که شرایط هدیه حاوی تمام مواد لازم برای بن بست دوسویه است، با تمام احتمالات مثبت و منفی که آنها دارند (باتسون، ۱۹۷۲).

پس از نقطه نظر هدیه کمک‌های مالی بین‌المللی در جهت توسعه چگونه به نظر می‌رسند؟

امکان تشخیص تعداد نقاط ارتباطی با تمرین DA و زمینه‌های آنها وجود دارد:

برنامه‌نوسازی

همان طور که اسکوبار (۲۰۰۴، ص. ۱۵) اشاره کرد: توسعه نامی است که به استراتژی مدرنیزاسیون داده شده است. بنابراین ممکن است توسعه را به عنوان زیرمجموعه در مباحث مربوط به مدرنیته در نظر بگیریم. از آنجایی که IDA در پروژه مدرنیته قرار دارد، پس اهداکنندگان از جایگاهی عمل می‌کنند که در آن بر سیستم هدیه کمتر تأکید می‌شود و به دنبال نابودی آن است، درحالی که از نظر منطقی کاملاً به روابط سطوح دولتی و فردی وابسته است که تنها سیستم هدیه می‌تواند آن را فراهم کند، همان طور که گرگن و گرگن اشاره کرده‌اند: اکثر دولت‌ها حتی از کشوری که روابط دوستانه را حفظ نمی‌کند، مقدمات آغازی را نمی‌پذیرند (۱۹۷۱، ص. ۹۰) و جدای از روابط میان شرکت‌کنندگان، برنامه‌های کمکی وجود ندارد (۱۹۷۱، ص. ۸۸). دستورالعمل فرهنگی غربی که بر اساس IDA است، برای مبادله به شدت تحت تأثیر رویکرد بازار است (حتی کمک‌های بشردوستانه (HA)) که اهمیت ویژه‌ای به شکل فرمالیته مبادله، ارائه ارزش به اهداکنندگان و ماهیت کوتاه‌مدت تعهد می‌دهد. به این ترتیب، این نمی‌تواند ویژگی‌های مثبت هدیه مخصوصاً اعتماد، فوریت و دوجانبه بودن را تقویت کند؛ که بر ماهیت و ویژگی‌های سایر بخش‌های مبادله تأکید می‌کند.

تأثیر ناسازگاری فرهنگی

سایکس (۲۰۰۵، ص. ۱۱۰) در بحث درگیری‌های فرهنگی پرسید: آیا این در همه رخدادهای استثماری خطرناک است که افرادی حاضر در برتری انسان‌های اقتصادی، عقیده شخصی اقتصادی عقلانی را در اشتراک دارند؟ علاوه بر این، کار و دیگران (۱۹۹۸، ص. ۱۵۸) اذعان داشت که: میزبان ممکن است خود را در مسیرهای مختلف پیدا کند، از

یک طرف با یک سیستم کار خارجی در مقابل سیستم سنتی رفتار اجتماعی و تعهدات اخلاقی است. برای بار دیگر، روشن است که در IDA اتخاذ بیشتر فرضیات اساسی مدرنیته و در واقع غوطه‌ور شدن در آن از یک طرف، و احتمال پذیرش فرهنگی دریافت‌کنندگان هدیه، چون دریافت‌کنندگان به طور اجتناب‌ناپذیری در فرهنگ عمل می‌کنند که از طرف دیگر باید مشاهده‌گرهای بسیار مختلفی را ارائه دهد که از طریق آن می‌توان هر موقعیت خاص را درک کرد و به آن پاسخ داد. بنابراین ممکن است نتیجه بگیریم که سیستم هدیه بخشی از سوءتفاهمات فرهنگی است که هافستد (۱۹۸۴) آن را برجسته کرده است. با توجه به این شرایط، سوءتفاهمات این رابطه با مسائل صرفه‌جویی، محاسبه، فردگرایی، سخن گفتن و فساد اجتناب‌ناپذیر است.

ناسازگاری برنامه‌ها و گزینه‌ها

سه دستورالعمل در کسب‌وکار IDA وجود دارد: به دست آوردن روابط کاری برای ترویج تمایل به مقابله -مانند هدیه میان بیگانگان؛ ارتقای توسعه سیستماتیک برای حمایت از رشد اقتصادی، تجارت بین‌المللی و دستورالعمل سیاست-های بزرگ‌تر همراه با منافع ملی- مثلاً در سیستم بازار برای دنبال کردن علایق شخصی و مبارزه با آثار بلایای طبیعی و انسانی (SIC) و کاهش شدید فقر -مثلاً در HA و سیستم ملی برای جبران خسارت‌های اجتماعی. از موارد بالا مشخص می‌شود که این اهداف اگر از طریق رویکردی ترکیبی دنبال شوند، ناسازگار هستند. گرگن و گرگن (۱۹۷۴، ص. ۱۲۵) مشاهده کردند که: کمک می‌تواند برای تضمین اهداف فوری‌تر به کار رود، مانند امتیازات اقتصادی مطلوب، نفوذ سیاسی، حفاظت از سرمایه‌گذاری‌های تجاری و پایگاه‌های نظامی- و آنها آن با درک این پانوشت را دنبال می‌کنند: این اهداف مختلف ممکن است دو طرف را تقویت نکنند. اگر این هدف برای خرید استفاده شود، از یک سو تأیید یا رد می‌شوند تا به اعتمادبه‌نفس صدمه وارد شود یا از طرف دیگر الزاماً برای توسعه به کار رود (گرگن و گرگن، ۱۹۷۱).

همان طور که هاگن می‌گوید:

اکثر پیشینه روابط مربوط به کمک‌های خارجی ممکن است به عنوان یک جستجوی دائم توسط اهداکنندگان برای یافتن راه‌هایی برای به حداکثر رساندن بازپرداخت بودجه آنها به کار رود تا دریافت‌کنندگان مطمئن شوند که اولویت‌های هزینه‌ای آنها غالب شود - که همیشه مانند اهداکنندگان نبوده است. (۲۰۰۶، ص. ۲۶۷)

به نظر می‌رسد مانند توصیفی دقیق از مدل تبادل بازار است. با این حال، سردرگمی موجود در این رویکرد مدت زیادی است که ارائه شده، همان طور که گرگن و گرگن (۱۹۷۱، ص. ۸۷) معتقدند که: دولت‌های اهداکننده برای مدتی طولانی از این آگاهی داشته‌اند که کمک‌های فنی می‌توانند به عنوان ابزاری برای حکومت‌داری به کار گرفته شود و اینکه پیامدهای سیاسی می‌توانند با هدایای ظاهراً اقتصادی حفظ شوند.

رویکرد بازار نسبت به IDA به صورتی قراردادی صریح بوده و به مبادله فوری ارزش‌ها متصل است. محاسبه منافع است و انواع رفتارهای مشکوک را توجیه می‌کند، برای مثال گرگن و گرگن (۱۹۷۱، ص. ۹۲) اشاره کردند که: چند تن از کارکنان هدف حالت‌های فریب را یادآوری کرده‌اند که آنها را قادر می‌سازد تا سازمان‌های خود را هنگام ظاهر شدن کنترل کنند. علاوه بر این، استیرات و هنکل (۱۹۹۷، ص. ۷۵-۷۶)، در بافت‌های مربوط به NGOهای بین-المللی، اظهار داشتند که: هنوز یک عدم تقارن میان اهداکنندگان و دریافت‌کنندگان وجود دارد و کسی که فلوت را می‌زند نه تنها آن را به صدا درمی‌آورد بلکه تلاش می‌کند تا اطمینان حاصل کند که آیا این کار انجام شده یا خیر. بنابراین رویکرد بازار در شرایطی ظاهر می‌شود که الرمان (۲۰۰۵، ص. ۲۱۱) به آن اشاره می‌کند: نکته مربوط به شرایط صرفاً این نیست که ممکن است آنها ناکارآمد باشند اما آنها هدف توسعه خودمختاری را تضعیف می‌کنند. تنها راه عمل کردن در یک رویکرد مبتنی بر بازار مطابقت خواسته‌های اهداکننده - تشخیص قدرت و وضعیت خود در این سلسله‌مراتب، تحت‌الشعاع قرار دادن خود، با همه احساساتی بدی است که مستلزم آن است.

گزینه جایگزین پیشنهاد شده HA است - سیستم‌هایی که به دنبال مقابله با فجایع از هر جایی هستند یا به دنبال افراط‌گرایی ناشی از سرمایه‌داری و بازار هستند (هربرت، ۱۹۹۱)، که غالباً به عنوان خیریه، نوع‌دوستی، کارهای اخلاقی و سامری خوب شناخته می‌شود. اما در چنین کمک‌هایی دقیقاً یک خطر اخلاقی وجود دارد که بوچانان (۱۹۷۷) به آن به عنوان معضل سامری اشاره می‌کند که به ایجاد وابستگی کمک می‌کند، همان طور که الرمان

(۲۰۰۵، ص. ۱۴) به آن اشاره می‌کند: کمک‌های خیریه برای کاهش نشانه‌های فقر ممکن است خطری اخلاقی را ایجاد کند که انگیزه‌های اصلاحات را تضعیف می‌کند و تلاش‌های لازم برای تغییرات رشدی مثبت را برای از بین بردن فقر کاهش می‌دهد. که به نوبه خود به قانون سای مرتبط می‌شود که این قانون در DA به کار می‌رود: وجود پیشنهاد کمک سناریویی جدید می‌سازد که در آن موقعیت‌های مشکل‌ساز تا حدودی با پیشنهاد کمک انگیزه پیدا می‌کنند. ترتیب علیت برعکس است. (الرمان، ۲۰۰۵، ص. ۱۱۳)

تلاش برای کانال‌بندی منابع از طریق کانال‌های خیریه جدید کمی بهتر است. همان طور که استیرات و هنکل اشاره کردند: انتقال هدیه از NGO شمالی به جنوبی منافع را نشان نمی‌دهد، بلکه با محاسبه، مذاکره، و گاهی اوقات با سوءظن مشخص می‌شود (۱۹۹۷، ص. ۷۶-۷۵) و روشن است که هدیه مربوط به توسعه دیگر هدیه‌ای آزاد نیست، بلکه هدف سیستم‌های محاسباتی تبادل و مذاکره است (۱۹۹۷، ص. ۷۷)، یک بار دیگر تمایز میان خیریه و بازار را محو می‌کند.

به عنوان نتیجه‌ای از ناسازگاری و اشتباه رویکردها، هیچ کس نمی‌تواند مطمئن باشد که آیا هر معامله خاصی تحت قوانین هدیه، بازار یا صدقه‌های رسمی قرار می‌گیرد. پیامدهای ناشی از این تناقض و ابهام به طور جدی برای روابط و دستیابی به رفاه پایدار از یک طرف، و برای آن دسته از اقدامات مشکوک مربوط به توسعه اقتصادی مضر است، خواه این اقدامات از سوی دیگر پنهانی، مزیتی، دست‌کاری، تعویق منابع، اجاره‌ای یا فسادآمیز باشند.

هدایای دو طرفه در جهت توسعه

ناسازگاری و ابهام همراه با هدیه، زمانی که با روابط قدرت و بر مبنای جایزه و تنبیه باشد، زمینه‌ای مناسب برای اقدامات دو طرفه است. به این معنا نیست که گزینه‌های غیرممکن پارادوکس آیب‌رسان هستند، اگرچه هستند، بلکه به این معنا که گزینه‌های دو طرفه مستعد هستند، زیرا پارادوکس در دو سطح قرار دارد. اولین سطح خود پارادوکس است و دومین سطح پیوندی دیگر را شامل می‌شود که مانع حل اولین پارادوکس است.

دو طرفه‌ها جدای از خود سیستم هدیه هستند، همان طور که فوکودا-پار، لویز و مالک (۲۰۰۲) اشاره می‌کنند: ارتباط نامتقارن اهداکننده-دریافت‌کننده شامل این باور می‌شود که احتمالاً اهداکنندگان در نهایت این فرایند را

کنترل کنند و با این حال دریافت‌کنندگان را شرکایی برابر در نظر می‌گیرند. خطرات اصلی شامل عدم توانایی در عقب کشیدن و ناتوانی در بیان ناهماهنگی می‌شود. واتزلاویک، باوالاس و جکسون اظهار داشتند:

یک فرد با موقعیتی دو طرفه احتمالاً برای اصلاح ادراکات خود را مجازات می‌کند (یا حداقل احساس گناه می‌کند)، و به عنوان بد شناخته می‌شوند، حتی برای تفاوتی که او می‌بیند و آنچه که باید ببیند. (۱۹۶۷، ص. ۲۱۳)

آنها اظهار نظر کردند که: این از مسائل واقعی فاصله می‌گیرد و به مسائلی قابل قبول‌تر تبدیل می‌شود، اگر به یاد بیاوریم که عنصر ضروری یک موقعیت دو طرفه ممنوعیت آگاهی از تناقض موجود است (واتزلاویک و دیگران، ۱۹۶۷، ص. ۲۱۸). در DIA، بحث کردن در همهٔ انگیزه‌هایی که چامبرز (می‌توانید کل سیستم را بی‌ثبات کنید) بالا رتبه می‌نامد، به عنوان نامناسب (از سیستمی بدگویی می‌شود که قصد انجام دادن کار خوب دارد) یا بد شناخته می‌شود.

علاوه بر این، واتزلاویک و دیگران (۱۹۶۷، ص. ۲۱۴) اشاره می‌کند که: اگر ... روش‌های دو طرفه رفتاری متناقض را تولید کنند، پس موجب دوبرینی می‌شود. کمک‌کنندگان نمی‌توانند از کمک کردن عقب بکشند و نیز نمی‌توانند در مورد تناقضی نظر بدهند که جزو آن هستند. بنابراین، اهداکنندگان خود در بسیاری از موارد در دیدن این ناتوان هستند که چه چیزی رخ می‌دهد، به جز مواردی که برای اصلاح امور نیست (کوالسکی، ۲۰۰۴).

رویکرد هدیه ممکن چگونه کار کند

ابعادی از IDA وجود دارد که ممکن است به عنوان نتیجه‌ای ادراکات مارسل مائوس تغییر یابند. مهم‌ترین بعد از میان آنها نیاز به تشخیص تفاوت میان توسعه، کمک‌های بشردوستانه و مدیریت ارتباط است و توجه به پیشنهادات مربوط به نحوهٔ دستیابی به این چالش را برجسته می‌کنم.

توجه به دستورالعمل‌های نامطلوب

همان طور که گرگن و گرگن (۱۹۷۱، ص. ۱۰۲) اشاره می‌کنند: کمک‌های دوجانبه عمدتاً در افزایش قدرت یا رفاه دولت اهداکننده یاری‌رسان هستند. همان طور که آفرمان (۲۰۰۲، ص. ۱۴۲۴) مشاهده کرد: انحرافات رفتار خودخواهانه با ارزیابی‌های مربوط به مقاصد مثبت و منفی سایر بازیگران تحریک می‌شود، به نظر می‌رسد که مانند

دال کارنیگ (۱۹۳۶)، اگر ما واقعاً به دنبال منافع ملی تأثیرگذاری بر بیگانگان باشیم، پس تنها رویکرد هدیه کار خواهد کرد. هر گونه آلودگی این سیستم توسط برنامه‌های غلط یا پنهانی خودخواهانه، ارتباطی منفی را ایجاد خواهد کرد. بنابراین، اولین پیشنهاد جداسازی این سه دستورالعمل به ایجاد رابطه؛ HA و DA است که با جداسازی آژانس-هایی نشان داده می‌شود که آنها را دنبال می‌کنند.

این مورد هدیه را به عنوان نقش اصلی و سیستم رفتاری را برای وزارت امور خارجه قرار می‌دهد، که دستورالعمل صحیح آن ایجاد بستری ارتباطی است که سازمان‌های دیگر می‌توانند از آن استفاده کنند. ویژگی‌های هدیه به شدت به نمایش گذاشته می‌شود، که در آن آنچه ارائه می‌شود با توجه به ماهیت و شخصیت اهداکننده و دریافت‌کننده با آنها مطابقت خواهد داشت. هدایا بدون توجه به توانایی دریافت‌کننده برای ارتباط متقابل، خودبه‌خودی و سخاوتمندانه هستند، توجه داشته باشید که: یک ارتباط یک طرفه، بدون علاقه و بدون انگیزه، اصلاً ارتباط نیست (گودبات و کاپلی، ۲۰۰۰، ص. ۷). این هدایا به سمت زیرساخت‌ها، اشیای و/یا فرصت‌های فرهنگی تمایل دارند. این امر نمی‌تواند مانع از هدف‌گیری گروه‌های محروم شود. با این حال، چنین هدایای با هزینه‌های بالای نگهداری نباید همراه باشند که باری بر دوش دریافت‌کننده باشند.

توجه به نوع دوستی

خطرناک‌ترین جنبه هدیه پاسخ به نیازهای وحشتناک است. در مواجهه با فاجعه، حس بشردوستانه ما تقاضای پاسخ می‌کند و همان طور که الرمان (۲۰۰۷، ص. ۱۵۳) اشاره می‌کند، این سخن که بچه‌ها دارند می‌میرند! در مورد کمک‌های بشردوستانه است نه توسعه به تنهایی. با این حال، مسائل مشترک خطرات اخلاقی و قانون سای، از یک طرف، و وسوسه پیوستن به شرایط کمکی، از طرف دیگر منافع اهداکننده را مورد توجه قرار می‌دهد که چنین کمک‌هایی را نسبت به آنچه که هست، بیشتر مشکل‌ساز می‌کند. بنابراین پیشنهادی که به این موضوع اشاره دارد، کانال‌بندی صرفی HA از طریق سازمان‌های چندجانبه است (مثل سازمان ملل متحد، اتحادیه اروپا، NGOهای بین-المللی)، که هر گونه ناسازگاری در مورد منافع خود را برطرف می‌کند (گرگن و گرگن، ۱۹۷۱). این سازمان‌ها بیشتر مانند سیستم‌های رفاهی در سطح ملی عمل می‌کنند، اما برای اطمینان از اینکه نمونه‌های HA از کمک‌های محلی

محروم نبوده‌اند، به نظارت‌های بیشتری نیاز است (الرمان، ۲۰۰۵)، که ارزش‌هایی پولی را برای مالیات‌دهندگان کشورهای اهداکننده ارائه می‌کنند و آنها هزینه‌های فرصت واقعی را در نظر می‌گیرند (الرمان، ۲۰۰۷).

مجدداً یادآوری می‌شود که: تنها خدا است که می‌تواند هدیه‌ای را همیشه بدون ارتباط متقابل دریافت کند (گودبات و کایلی، ۲۰۰۰، ص. ۴۱) و با توجه به نظرات کار و دیگران (۱۹۸۸) و بیرهوف و کلین (۱۹۹۰) در مورد اهمیت ارتباط متقابل، مهم است که با فرصت‌های این سیستم کمکی به مشارکت برسیم، طبق نیت‌های یک فرد. بنابراین، سیستم کمکی پیشنهادی ممکن است شکل صندوق بیمه‌ای متقابل را به خود بگیرد که در آن ملت‌ها می‌توانند به صورت آگاهانه به آنچه که می‌خواهند بپردازند و به نیازهای خود برسند، آنها را به اشتراک بگذارند و می‌توانند بخشی از بخشی از برنامه‌ریزی مدیریت بلایای طبیعی شوند. لازم به ذکر است که توانایی کمک به HA باید به عنوان نتیجه مطلوب فرآیند توسعه درک شود.

جداسازی کمک‌های مربوط به توسعه از کمک‌های بشردوستانه

زمانی که کمک از طریق سیستم هدیه دریافت می‌شود، از یک سو، با ماهیت قریب‌الوقوع نیاز در آن لحظه، و از سوی دیگر، با توانایی‌های پیش‌بینی‌شده برای پاسخگویی به چنین کمک‌هایی بهبود پیدا می‌کند. با این حال، توسعه این فوریت را تحمل نمی‌کند و در حال حاضر نیازمندی‌های متقابل طرفین را در آینده ندارد. علاوه بر این، همان طور که الرمان (۲۰۰۷، ص. ۱۵۱) تشخیص می‌دهد: مشکلات موجود در کمک‌های مربوط به توسعه سازمان‌های زیادی را برانگیخته تا مجدداً در جهت کاهش فقر تمرکز کنند - درحالی‌که در همه شرایط توسعه‌ای آن را توصیف می‌کند. توسعه یک تعهد است، نه راه نجات و نه هدیه‌ای برای بخشیدن، اما در مورد حضور در یک فرآیند فعال اقتصادی و/یا تغییر اجتماعی است که برای اهداکنندگان و دریافت‌کنندگان مزایایی دارد. به همین ترتیب، الرمان (۲۰۰۵، ص. ۱۵۳) به این نتیجه رسید که: کمک‌های واقعی مربوط به توسعه ... فرایندی کند، ظریف و دشوار هستند.

با توجه به این موضوع و ایده‌های مربوط به هدیه، به نظر روشن می‌رسد که ابتکارات توسعه دوجانبه و چندجانبه را می‌توان از طریق رویکرد بازار توسط آژانس‌های متمایز و تعیین‌شده و با قراردادهای و شرایط صریح و شفاف بر عهده گرفت، و در آن ماهیت این عمل متقابل با این چشم‌انداز تنظیم می‌شود: فرصت استفاده از مزیت‌ها، با کمک شخص

ثالث (کار و دیگران، ۱۹۹۸، ص. ۱۹۶). یا به طور متقابل، همان طور که آدولف و مائو (۲۰۰۶، ص. ۱۱۵) نظر دادند که: خدمات عمومی مربوط به ایجاد یک رابطه بدهی به فعالیت‌های جبرانی بدهکار نیاز دارد که هنجارهایی همکاران و سازگاری هستند، مثل تلاش برای ورود مجدد به بازار کار. در این شرایط، مبادله می‌تواند به هر روشی که مناسب باشد، گره زده شود. هر دو طرف می‌توانند منافع خود را دنبال کنند، و در صورت لزوم در هر مرحله‌ای که موقعیت لازم می‌داند، مذاکره و دست‌کاری و عقب‌نشینی کنند.

با این حال، باید با مقیاس‌هایی جهت اجتناب از وسوسه برای به تصویر کشیدن IDA به عنوان روشی از بی‌علاقگی و خیرخواهی همراه باشد، به ویژه با استفاده از زبان نادرست (کونور و کوالسکی، ۲۰۰۵)، به جای ایجاد ماهیت توضیحی و مبتنی بر بازار رابطه. ادامه درخواست کمک‌های مربوط به توسعه به نظر نادرست است و در آینده ارجاع به آن به عنوان سرمایه‌گذاری مربوط به توسعه مناسب‌تر به نظر می‌رسد (بیکر، pers.comm)، در نتیجه، حذف مفاهیم با توجه به نوع دوستی و جایگزینی آنها با توجه به منافع شخصی صورت می‌گیرد.

این پیشنهاد، جدایی نهایی دستورالعمل‌های مبادله‌ای مختلف برای این توسعه نیافته‌اند که بتوانند منافع شخصی خود را بر فراز فرآیندهای توسعه بیفزایند، بلکه شفافیت را ترویج می‌دهد و برای مبهم کردن نیاز به ایجاد پیشرفت واقعی در عدالت اجتماعی، هیچ انحرافی در نوع دوستی رخ نمی‌دهد. پذیرش رویکرد مبتنی بر بازار برای سرمایه‌گذاری در توسعه به بازچینی مجدد سیستم‌های ارزش افزوده تجارتي از طریق ابتکاراتی مانند مسئولیت اجتماعی سازمانی، مشارکت سه جانبه، طرح‌های صدور مجوز تجارت و مدیریت استقراض، از یک سو و از سوی دیگر به حکومت قانون و رویکردهای مبتنی بر حقوق برای بهبود در حکومت اجازه رشد می‌دهد.

توجه به غرور اهداکننده

موهان (۲۰۰۷) در مورد چالش‌های مربوط به غرور اهداکننده بحث کرد که به طوری اجتناب‌ناپذیر از جایگاه بالای اهدا کردن ناشی می‌شود. نقش سه‌گانه هدیه به طور کلی مانع برتری می‌شود، به ویژه آنکه در برابر هدف اصلی تقویت روابط عمل می‌کند. همچنین، بازار با تبادل ارزش‌های برابر مشخص می‌شود و به ندرت برتری را تشویق می‌کند، هرچند در نهایت روابط قدرت شرایط مبادله را دیکته می‌کند. این به نوعی ناهمخوانی دارد که خیرخواهی به

روابطی منتقل می‌شود که عدالت را تقویت می‌کند و با روابط درونی موجود در دموکراسی و محبت بدون قید و شرط مثبت نامتجانس است.

با این وجود، راهی برای مقابله با غرور وجود دارد. این راه با توجه به نقش دریافت‌کننده است، که با تأیید نظر دالیل (۲۰۰۰) در ارتباط با مسائل مشکل‌آفرین حاکمان انجام شد. در حقیقت، این موضوع توسط الرمان (۲۰۰۱، ص. ۲۹) زمانی که آن را پیشنهاد کرد، ادامه یافت: حمایت از بدی ممکن است نه تنها قابل تحمل باشد، بلکه در سازمان‌های توسعه به عنوان یک سازمان یادگیری باز تقویت شود. به همین ترتیب، فوکودار-پار و دیگران اشاره کردند که: دولت تانزانیا ... با اهداکنندگان به عنوان گروهی از تغییرات اساسی قوانین و نقش‌های میان شرکای توسعه موافقت کردند، که شامل چیزی می‌شود که به ترتیب به ۱۸ گام ویژه تبدیل شد که در آن پیشرفت در رابطه می‌تواند به ارزیابی مستقل مدیریت شود. (۲۰۰۲، صص. ۱۶-۱۵)

پیش‌فرضی قوی در مورد این وجود دارد که این جنبه خاص از بیان کردن برای تعادل ارتباط نامتقارن اهداکننده-دریافت‌کننده در واقع مسئله کاربرد حکومت‌داری خوب است. این نیز مستقیماً به قلب بن‌بست‌های دوسویه می‌رود. به همین ترتیب، قرار دادن یک بازرسی قانونی برای توسعه (کاوالسکی، ۲۰۰۴) در تمام سازمان‌های اهداکننده می‌تواند به جبران خسارت کمک کند، و ممکن است گامی مناسب در جهت انجام آن باشد.

کاربرد پتلاچ

یکی از ابعاد مطالعه مائوس که غرورآفرین است، پتلاچ است. پتلاچ سیستمی اجتماعی است که وضعیت را از طریق میزبانی عظیم حوادث؛ از طریق ارائه هدایای پر زرق و برق؛ و در حقیقت از طریق تخریب واقعی ثروت در چرخه افزایش عملکرد رقبا ایجاد می‌کند. در عصری که افرادی در آن وجود دارند که فوق‌العاده ثروتمند هستند، جامعه باید نوع‌دوستی افراطی و ظهور در میان ثروتمندان را تشویق کند، چیزی مانند پتلاچ. ثروتمندان می‌توانند در مسابقه‌ای افتخاری با یکدیگر شرکت کنند تا ببینند چه کسی می‌تواند از بیش‌ترین حوادث و هدایای حمایت کند (مثل مانند جشن‌ها، رویدادهای فرهنگی، کلینیک‌ها، مدارس، بیمارستان‌ها، دانشگاه‌ها، جوایزی برای دسترسی به کارآفرینی و غیره) -دریافت‌کنندگان آن باید به طور پیش‌فرض جوامعی در کشورهای در حال توسعه باشند.

تقدیر و تشکر

نظرات بیان شده در این مقاله نتایج یک پروسه چند ماهه است. افرادی به این فرآیند کمک کرده‌اند و نویسنده می‌خواهد از آنها تشکر کند. از جمله مهم‌ترین آنها پروفیسور بروس بیکر، مارسل بوتهوو و نیل مالکوم و آقای براون دیویس هستند.

References

- Adloff, F., & Mau, S. (2006). Giving social ties, reciprocity in modern society. *European Journal of Sociology*, 47, 93–123.
- Bateson, G. (1972). *Steps to an ecology of mind*. Chicago: University of Chicago Press.
- Benedict XVI. (2009). *Caritas in veritate*. Encyclical letter Vatican: Libreria Editrice. Retrieved October 8, 2010, from http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/encyclicals/documents/hf_ben-xvi_enc_20090629_caritas-in-veritate_en.html
- Berthélemy, J.-C. (2006). Bilateral donors' interest vs. recipients' development motives in aid allocation: Do all donors behave the same? *Review of Development Economics*, 10, 179–194.
- Bierhoff, H.W., & Klein, R. (1990). Prosocial behaviour. In M. Hewstone, W. Stroebe, J. Codol, & G.M. Stephenson (Eds.), *Introduction to social psychology: A European perspective* (pp. 285–314). Oxford: Blackwell.
- Bordieu, P. (1992). *The logic of practice* (R. Nice, Trans.). Cambridge: Polity Press.
- Buchanan, J. (1977). The Samaritan's dilemma. In J. Buchanan (Ed.), *Freedom in constitutional contract* (pp. 169–185). College Station: Texas A&M University Press.
- Carnegie, D. (1936). *How to win friends and influence people*. New York: Simon and Schuster.
- Carr, S., McAuliffe, E., & MacLachlan, M. (1998). *Psychology of aid*. London: Routledge.
- Chambers, R. (1997). *Whose reality counts?: Putting the first last*. London: Intermediate Technology.
- Dalyell, T. (2000). *Democracy needs its awkward squads*. Retrieved April 28, 2003, from <http://www.theherald.co.uk/perspective/archive/16-8-1999-23-37-35.html>
- Derrida, J. (1994). *Given time: 1. Counterfeit money*. Chicago: Univ. of Chicago Press.
- Douglas, M. (2002). No free gifts. Foreword in M. Mauss, *The Gift: The form and reason for exchange in archaic societies* (pp. vii–ix). Abingdon: Routledge.
- Ellerman, D. (2001). *Helping people help themselves: Towards a theory of autonomy-compatible help*. World Bank Working Paper 2693. Retrieved 28 April, 2003, from <http://econ.worldbank.org/view.php?type=5&id=2513>.
- Ellerman, D. (2005). *Helping people help themselves: From the World Bank to an alternative philosophy of development*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Ellerman, D. (2007). Microfinance: Some conceptual and methodological problems. In T. Dichter & M. Harper (Eds.), *What's wrong with microfinance?* (pp. 149–161). Rugby: Intermediate Technology Publications.
- Emerson, R.W. (1983). Gifts. Essay V, second series. In J. Porte (Ed.), *Ralph Waldo Emerson: Essays and lectures* (pp. 535–538). Cambridge: The Press Syndicate of the University of Cambridge on behalf of the Library of America.
- Escobar, A. (2004). Development, violence and the new imperial order. *Development*, 47, 15–21.
- Fukuda-Parr, S., Lopes, C., & Malik, K. (2002). Institutional innovations for capacity development. In S. Fukuda-Parr, C. Lopes, & K. Malik (Eds.), *Capacity for development* (pp. 1–21). London: Earthscan Publications.

- Gergen, K.J., & Gergen, M.M. (1971). International assistance from a psychological perspective. In G.W. Keeton & G. Schwartzberger (Eds.), *Year book of world affairs 1971* (pp. 87–103). London: Stevens and Sons.
- Gergen, K.J., & Gergen, M.M. (1974). Understanding foreign assistance through public opinion. In G.W. Keeton & G. Schwartzberger (Eds.), *Year book of world affairs 1974* (pp. 125–140). London: Stevens and Sons.
- Godbaut, J.T., & Caillé, A. (2000). *The world of the Gift* (D. Winkler, Trans.). London: McGill-Queen's University Press.
- Hagan, R.J. (2006). Buying influence: Aid fungibility in a strategic perspective. *Review of Development Economics*, 10, 267–284.
- Herbert, C. (1991). *Culture and anomie*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hofstede, G. (1984). The cultural relativity of the quality of life concept. *Academy of Management Review*, 9, 389–398.
- Knippers Black, J. (1999). *Development in theory and practice: Paradigms and paradoxes*. Oxford: Westview Press.
- Kowalski, R. (2004). Development – Paradox, paralysis and praxis. *Protosociology*, 20, 390–411.
- Kowalski, R. (2006). The paradoxes of management with particular reference to the conduct of development assistance. *International Journal of Management Concepts and Philosophy*, 2, 168–182.
- Kowalski, R. (2010). The phenomenology of development. *Journal of Comparative Social Welfare*, 26, 153–164.
- Kowalski, R. (2011). Paradox and logical types in social enterprises. In G. Peter & R.-M. Krause (Eds.), *Neue Grenzen des Sozialen. Zwischen Globalisierung, Erkenntnis und Ästhetik (in press)*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Mauss, M. (2002). *The gift: The form and reason for exchange in archaic societies*. Abingdon: Routledge.
- Mohan, B. (2007). *Fallacies of development: Crises of human and social development*. New Delhi: Atlantic Publishers and Distributors.
- O'Connor, S., & Kowalski, R. (2005). On twining: The impact of naming an EU accession programme on the effective implementation of its projects. *Public Administration and Development*, 25, 437–443.
- Offerman, T. (2002). Hurting hurts more than helping helps. *European Economic Review*, 46, 1423–1437.
- Osteen, M. (2002). Introduction: Questions of the Gift. In M. Osteen (Ed.), *The Questions of the Gift, essays across disciplines* (pp. 1–41). London: Routledge.
- Stirrat, R.L., & Henkel, H. (1997). The development gift: The problem of reciprocity in the NGO world. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 554, 66–80.
- Sykes, K. (2005). *Arguing with anthropology: An introduction to critical theories of the gift*. London: Routledge.
- Watzlawick, P., Bavelas, J.B., & Jackson, D.D. (1967). *Pragmatics of human communication*. London: WW Norton and Company.

این مقاله، از سری مقالات ترجمه شده رایگان سایت ترجمه فا میباشد که با فرمت PDF در اختیار شما عزیزان قرار گرفته است. در صورت تمایل میتوانید با کلیک بر روی دکمه های زیر از سایر مقالات نیز استفاده نمایید:

لیست مقالات ترجمه شده ✓

لیست مقالات ترجمه شده رایگان ✓

لیست جدیدترین مقالات انگلیسی ISI ✓

سایت ترجمه فا ؛ مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده از نشریات معتبر خارجی