



اقتصاد سیاسی دین

محمد رضا نیکفر

درسگفتارهایی در رادیو زمانه

مارس - اوت 2007

گردآوری: تارنمای "سکولاریسم برای ایران"

www.secularismforiran.com

فهرست

1. **دین به مثابه سرمایه** (بود و نمود، پارسایی و سکولاریزاسیون، مفهوم سرمایه، چهار نوع سرمایه، کل دایره‌ی عمل اجتماعی، سرمایه‌ی دینی)
2. **سرمایه‌ی دین** (چهار نوع سرمایه، شرطهای تضمینی موفقیت در ایران، امتیاز دیانت، اقتصاد سیاسی دینی، رانت‌خواری ساختاری)
3. **اقتصاد همچون واقعیت و امکان** (تصریح و عدم تصریح مبادله، حسابگری، رابطه‌های انسانی از نظر بوردیو، تاریخت سرمایه، نسبییت و محدودیت نظریه‌سازی، واقعیت و تهدید سرمایه، نقد واکاست‌گرایی اقتصادی، کاسبی دینی)
4. **معرفی "اقتصاد سیاسی دین"** (سرمایه‌ی دینی، دین‌فروشی، پهنه‌ی دین و پهنه‌ی قدرت، دین به مثابه امری زیربنایی، معنای اقتصاد سیاسی، روش پژوهش، روشهای کمی در اقتصاد سیاسی دین)
5. **ارز ایدئولوژیک** (موقعیت دین‌فروشی، اقتصاد سیاسی ایدئولوژی، ارزش معاوضه‌ای ایدئولوژی، مسئله‌ی قیمت، سیستم چند ارزی، موقعیت فروش وجدان با وجدان آسوده)
6. **دین همچون رابطه و امتیاز** (اجتماعیت دین، تعریف خصوصی از دین، معنای داشتن، دین‌داری و حضور دیگری، دین و نابرابری، موضوع اقتصاد سیاسی دین)
7. **مقال دین** (فصل‌المقال، جامعه‌شناسی مقدمه‌ی هر نوع دین‌شناسی، پهنه‌ی اجتماعی، حوزه‌های اجتماعی، حوزه و سرمایه، حوزه‌ی ارباب دین، شگفتی دین)
8. **دین فروشی** (ظاهر و باطن، شاه آرمانی، دین‌فروش، خصلت مبادله‌ای دین، مبادله و معامله)
9. **حسابداری دوگانه‌ی دینی** (بانک مرکزی دینی، تغییر اعتبار، گفتار بازرگانی، حسابداری دوپل، سکولاریزاسیون، علت هراس از سکولاریزاسیون، سه وظیفه‌ی اقتصاد سیاسی دین)
10. **وجه ارتباطی دین** (دیانت به مثابه تعلق گروهی، دین به مثابه قرارداد اجتماعی، فرعی بودن الهیات، مشکل روشنگران، الهیات دینی و الهیات فلسفی، دین در پهنه‌ی اختلاف، سرمایه‌ی دینی)
11. **آغاز پدیدارشناسانه‌ی اقتصاد سیاسی دین** (همسانی حوزه‌ی دینی و حوزه‌ی اقتصادی، تاریخ طولانی دین، نحوه‌ی ورود به اقتصاد سیاسی دین، نحوه‌ی شروع "سرمایه"، نحوه‌ی آزمون پدیدارهای اقتصادی دینی، بود و نمود دین)
12. **کالای دینی** (اهمیت آموزه‌ی رسمی حکومتی، نیاز به یک مدل ساده، شرط وجود کالای دینی، دیانت آشکار و پنهان، خدمات دینی)
13. **کالای دین و کیفیت اجتماعی مصرف آن** (صنّف دین‌پیشگان، رازهای مالی حوزه، دین یعنی ظاهر دینی، تکسازهی خدایی، اجتماعیت دین)
14. **استاندارد کالاهای دینی** (علقه‌ی دینی، تعصب و ناامنی، دین و نابرابری، دین یعنی خدمات دینی استاندارد، اشاره‌ای به اخناتون)
15. **نظریه‌های ارزش و مشکل ارزش کالای دین** (دو نوع بازاریکنی، نظریه‌های ارزش، مشکل تبیین ارزش کالای دینی، منطق حاکم بر ارزش دینی، برخی پرسشها، کالای دینی و نظریه‌ی ارزش‌زایی کار)
16. **سیستم و ارزش** (درک مارکس از سیستم، نحوه‌ی پرسش از پی‌عامل اصلی، ارزش و مبادله، زمان و مبادله، نظریه‌های ارزش و منظرهای استاندارد آنها، لزوم تغییر برداشت از ارزش)

17. **مسئله ی ارزش** (ریشه‌شناسی ارزش، تازگی ارزش، تاریخ مفهوم در اروپا، ارج فئودالی و ارزش بورژوازی، عینیت علمی، تنوع معنایی ارزش، وجود و ارزش، ویژگی کالای دینی، ارزش پایه‌ای ارزش مشخصی نیست)
18. **ارزش و منفی بودگی آن** (سیر بحث در مورد ارزش، مفهوم جهان، مرکزیت انسان، زیست‌جهان و گیتی تلسکوپ، انسان‌محوری، اجتماعیت ارزش، ذات منفی ارزش، نمود منفی‌بودگی ارزش)
19. **قاعده ی منفی ارزش دین** (کالای دین، منفی‌بودگی ارزش دین، ارزش دین در هزینه‌ی نفی آن است، ارزش: زمان تاریخی لازم برای نفی، قدرت نفی‌گری دین)
20. **فرمول حیات حکومت دینی** (اندرون دین‌وار سرمایه‌داری، اندرون سرمایه‌دارانه‌ی دین، دو نوع دین، دین پرارزش، فرمول حیات حکومت دینی)
21. **منفیت و غیریت** (کارمایه‌ی نفی، غیریت و غیرت، سیاسیت سیاست دینی، تلاش برای رام کردن، استراتژی‌های تفسیری عرفان و فلسفه، مارکتینگ دینی)
22. **بازتولید غیریت** (تحلیل عبادت، دین‌های اولیه و ثانویه، قاعده‌ی منفی ارزش، بعد الهیاتی منفی‌بودگی، بازتولید تبعیض، الهیات سیاسی، رمز حیات حکومت اسلامی)
23. **پیگیری شیخان و ناپیگیری روشنفکران دینی** (غیریت‌های بنیادین، غیریت کاهن و جزکاهن، مقامات شیوخ دین، روشنفکران دینی، موضوع اختلاف، نقد نظام آپارتاید دینی)
24. **ارزش و نمایش** (وجه نمایشی کالا، سابقه‌ی دین در نمایش، دو چهره‌ی کالا، بی اهمیت بودن محتوا، خامطبعی روشنگران، چاره‌ی کار دین نمایشی)
25. **بهره کشی دینی** (نیاز، دین، نیازمندی‌ساز است نه برآوردده‌ساز، دین و اعتیاد، هستی و بایستی، کالای وعده، عاقبت اندیشه در ایمان)
26. **سیستم نیازها** (جایگاه حوزه‌ی دینی، نیاز و عقیده، اختراع نیاز، دین: تولیدکننده یا مصرف‌کننده؟، دین تاریخی و دین شخصی، کارکرد حوزه‌ی دینی)
27. **بلوک تاریخی و عوام‌گرایی حوزه ی دینی** (دو بلوک، جایگاه حوزه‌ی دینی، مشروعیت آسمانی و زمینی، دین و تماشاگران آن، شگرد مارکتینگ دینی، عوام‌گرایی)
28. **منطق مبادله میان حوزه ی دین با حوزه های سیاست و اقتصاد** (زنجیره‌ی دین-سیاست، مبنا بودن سیاست در رابطه‌ی دین-سیاست، ابتکار در دست سیاست است، اصالت سیاست، زنجیره‌ی دین-اقتصاد، دین در چه معنایی سرمایه است؟، سود و جزمیت، فایده‌مندی دین)
29. **عاملیت دین** (پیچیدگی واقعیت، نوع عاملیت دین، مشابهت دین و سرمایه، هویت دین و شاخص هویت دینی)
30. **انباشت آغازین دین** (انباشت سرمایه در نمونه‌ی ایران، دیدگاه ماکس وبر، سرمایه‌ی آغازین دینی، ابن خلدون، مدیریت سرمایه‌ی دینی)
31. **حوزه ی دینی** (معنای عمومی سرمایه‌ی دینی، عُلقه‌ی دینی، کسب و کار کاهنان، تفاوت دینها، حوزه‌ی دینی، بقای دین)
32. **مثبت‌گرایی در عین منفی بودگی** (ملاحظه‌کاری، نیهیلیسم، تعامل مثبت با جهان، انعطاف کاهنان، قدرت بقا)
33. **اقتصاد اسلامی** (آموزه‌ی اجتماعی مسیحی، قدرت‌مداری اسلامی، تنها ارزش کتابهای اقتصاد اسلامی، تنها اثر ارزشمند در مورد "اقتصاد اسلامی"، مسئله‌ی امروز)
34. **بت پرستی** (رابطه‌ی دین و سیاست، رابطه‌ی دین با حوزه‌ی اقتصاد، دین به مثابه سرمایه، تعیین‌کنندگی سیاست، بت‌واره‌ی سیاست، دو تحلیل، جمع دو نظر)

35. **کاهش نرخ بهره ی دینی** (نظام نیازها، دین در روند تمدن، سقوط ارزش، دیانت‌های رقیب، مشکلات عصر جدید، استراتژی‌های مقابله با کاهش نرخ سود)
36. **فرصت مدرن تزویج دین و دولت** (داستان دین، اعتیاد به حکومتگری، واکنش در برابر کاهش نرخ سودآوری، شانس دین در بحران است، ماتریس مدرن فاکتور دین، مدرنیزاسیون اسلامی)
37. **سه مرحله در تاریخ اخیر شیعه** (مفهوم سنت در اسلام، مسئله‌ی دین‌پیشگان، اهمیت اقتصاد سیاسی دین، تبار شیعه‌گری امروزی، مشکل اصلی از دید حوزویان، دین امروز، دین نفتی است)
38. **تشیع پهلوی** (بحران نخست، دوره‌ی آرامش و سازش، هم‌پایی رونق سرمایه‌داری و رونق دین، پیوند با لومین‌ها، مسلمان شدن مجدد ایرانیان، شبیه‌سازی)
39. **باز هم درباره ی حوزه ی دینی در عصر پهلوی** (پایان شیعه‌ی قجری، کلاسه‌بندی سنت، هم‌سازی با بازار مدرن، رجوع به استراتژی سابق، رابطه‌ی تشیع پهلوی با جهان مدرن، روحانیت مبارز!، بی‌استعدادی حوزه، سنت و اسلوب)
40. **سنت و اسلوب** (نه "حقیقت"، بلکه "رژیم حقیقت"، مدرنیزاسیون اسلامی، سنت و رژیم، اسلوب و رژیم، چند تز)
41. **سکولاریزاسیون** (سکولاریزاسیون پزشکی، سکولاریسم، خردمندی سیاسی، شرط‌های سکولاریزاسیون، بحث سکولاریزاسیون)
42. **تورم و بحران – پایان سخن** (بحث حکومت دینی از دید نظریه‌ی سیستم، کاستن از پیچیدگی زحمت‌زا، حکومت دینی ناب، خودپیرانگری نظام دینی، خلاف‌زایی دین دولتی، ابتذال، تورم، پایان سخن)

اقتصاد سیاسی دین – ۱

دین به مثابه سرمایه

در ایران امروز دین‌داری به نحو آشکاری نوعی سرمایه‌داری و کلاً از لوازم سرمایه‌داری است. تجربه‌ی روزمره به ما این را می‌آموزد. براساس این تجربه رویکرد انتقادی به وضعیت پیدا می‌کنیم یا خود نیز با جریان همراه شده و درمی‌یابیم هنر طی مراحل چیست. زرنگی ایرانی در ترکیب کردن این دو رویکرد است. ای بسا هم می‌نالیم هم دمسازی نشان می‌دهیم.

بود و نمود

قابلیتی در دین وجود دارد که تحمل این بازی را بر وجدانهای معذب آسان می‌سازد: این که می‌توان مدعی شد این دین به نمایش درآمده، دین حقیقی نیست و دینی که ما داریم چیز دیگری است. با هیچ استدلال عقلانی نمی‌توان این

ادعا را پس زد. تنها چیزی که می‌توان گفت دست گذاشتن روی واقعیت دین در نمود آن است و این حکم عقلانی که تا استعدادی در بود نباشد، این نمودها از آن بر نمی‌خیزند.

پارسایی و سکولاریزاسیون

به هر حال ما با نمودها کار داریم. موضوع، شناخت کارکرد است نه چیزی به نام "ذات". به کسانی که می‌گویند ذات را می‌شناسند، فقط می‌توانیم بگوییم خوشا به حالتان، ولی ما نمی‌شناسیم. آنان که ذات دین را می‌شناسند، به زبان دینی از اولیا هستند. ما با آنان نمی‌توانیم طرف شویم. در زمین می‌مانیم و به کارکرد می‌نگریم. بر این پایه است که دین-داری را نوعی سرمایه‌داری می‌دانیم. هر کس مدعی عکس این سخن است بهتر است رفتار دیگری نشان دهد و دیگران را به رفتار دیگری فراخواند. آن رفتاری که بدان پارسایی می‌گویند. شرط پارسایی واقعی امروزین گسستن رابطه‌ی دین با قدرت سیاسی است و بر این قرار گسستن ترادف دین-داری و سرمایه‌داری. نام علمی این رویکرد سکولاریزاسیون است. سکولاریزاسیون کمک می‌کند که دینداران پارسا باشند. از آن جایی که همهی این بحثها در ترویج سکولاریزاسیون است، دینداران می‌توانند از سر لطف آنها را همچون تذکر به پارسایی تعبیر کنند.

مفهوم سرمایه

دین چه نوع سرمایه‌ای است؟ پول نیست، تومان و دلار نیست، کارخانه نیست، کرسی صدارت نیست، اما می‌تواند همهی اینها را به دنبال آورد. در عصر حکومت فقیهان آن را که داشتی، می‌توانی اینها را نیز داشته باشی. در کتاب تاریخ‌ساز "سرمایه" اثر کارل مارکس امکان چنین تبدیل و جهشی کاویده نشده است. مارکس در آنجا سرمایه را فقط به عنوان سرمایه‌ی اقتصادی بررسیده است. به مفهوم گسترده‌تری از "سرمایه" نیاز داریم تا بتوانیم در جایی دین را نیز صورتی از آن در نظر بگیریم و در اقتصاد سیاسی در میان مجموعه‌ی عاملهای اساسی از دین نیز نام ببریم.

چهار نوع سرمایه

این مفهوم گسترده از سرمایه را در نزد پیر بوردیو (Pierre Bourdieu, 1930-2002) جامعه‌شناس فرانسوی می‌یابیم. او نظریه‌ی پیچیده‌ای را در این باب عرضه کرده که عزیمتگاه آن تشخیص حوزه‌های مختلف کنش اجتماعی است. ما در اینجا برای بیان منظور خود از دین به مثابه سرمایه، نظر او را ساده کرده و در آغاز به این اکتفا می‌کنیم که میان چهار نوع سرمایه فرق بگذاریم: سرمایه‌ی اقتصادی، سرمایه‌ی اجتماعی، سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی نمادین.

کل دایره‌ی عمل اجتماعی

با سرمایه‌ی اقتصادی آشنا هستیم. به هر نظریه‌ی اقتصادی هم که گرایش داشته باشیم با این حکم مخالفت نداریم که چیزی است که به طور مستقیم با کمیتی پول به بیان درمی‌آید. فرض کنید مقداری پول داریم و می‌خواهیم بنگاهی

تأسیس کنیم. اگر از روابط خوبی برخوردار باشیم، یعنی هم در دایره‌ی آشنایانمان آدمهای کاردان باشند و هم در ادارات پارتی داشته باشیم، کارمان بهتر پیش می‌رود. این روابط را سرمایه‌ی اجتماعی می‌نامیم. اگر این بنگاه مثلاً یک مؤسسه‌ی آموزشی باشد، ما بایستی دارای یک مدرک تحصیلی خاص باشیم که کاردانی ما را نشان دهد. مدرک تحصیلی یکی از شکل‌های سرمایه‌ی فرهنگی است. حال اگر ما در شهرمان از شهرت و اعتبار لازم برای کارمان برخوردار باشیم، بنابر اصطلاح بورديو سرمایه‌ی نمادین خوبی در اختیار داریم. سرمایه‌ی نمادین، سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی اجتماعی ما در خدمت آن قرار می‌گیرند که سرمایه‌ی اقتصادی ما کلانتر شود و چون این سرمایه کلانتر شد، نفوذ اجتماعی ما بیشتر می‌شود و بعید نیست که شهرت و اعتبار بیشتری نیز کسب کنیم و به ما مدرک‌های افتخاری نیز بدهند. سرمایه‌ها به هم تبدیل می‌شوند. در جامعه‌ی سرمایه‌داری سرمایه‌ی اقتصادی نقش محوری را ایفا می‌کند، اما کل دایره‌ی عمل اجتماعی از طریق آن توضیح دادنی نیست.

سرمایه‌ی دینی

حکومت اسلامی، بر پایه‌ی الهیات سیاسی خویش، با تقسیم جامعه به خودی و غیرخودی آغاز به کار کرد. دیانت به نمایش درآمده و همخوان با معیارهای فقها، شاخص تعلق به خودی‌ها شد. دایره‌ی خودی‌ها دایره‌ی است که سرمایه‌ی اصلی فرهنگی، اجتماعی و نمادین در آن جمع می‌شود. چون در ایران شرط تعلق به آن دیانت است، دیانت خود به خود شرط سرمایه‌اندوزی شده و بر این قرار است که دین-داری نوعی سرمایه-داری می‌شود. سرمایه‌ی دینی را که داشتی، از شانس بیشتری برای دستیابی به سرمایه‌ی اقتصادی برخوردار می‌شوی.

اقتصاد سیاسی دین - ۲

سرمایه‌ی دین

پیر بورديو جامعه‌شناس فرانسوی سرمایه را تنها سرمایه‌ی اقتصادی نمی‌داند و درک گسترده‌تری را از مقوله‌ی سرمایه عرضه می‌کند، درکی که از آن یک مقوله‌ی جامعه‌شناختی همه‌جانبه ساخته است.

چهار نوع سرمایه

در آثار او ما فرق‌گذاری‌ای می‌بینیم میان چهار شکل عمده‌ی سرمایه: سرمایه‌ی اقتصادی، سرمایه‌ی اجتماعی، سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی نمادین. سرمایه‌ی اقتصادی، سرمایه در مفهوم اخص آن است، چیزی است که به طور مستقیم با کمیتی از پول به بیان درمی‌آید. در بخش پیشین "اندیشه‌ی انتقادی" برای آشنایی با معنای سه نوع دیگر سرمایه این مثال را آوردیم: فرض کنید مقداری پول داریم و می‌خواهیم بنگاهی تأسیس کنیم. اگر از روابط خوبی برخوردار باشیم، یعنی هم در دایره‌ی آشنایانمان آدمهای کاردان باشند و هم در ادارات پارتی داشته باشیم،

کارمان بهتر پیش می‌رود. این روابط را سرمایه‌ی اجتماعی می‌نامیم. اگر این بنگاه مثلا یک مؤسسه‌ی آموزشی باشد، ما بایستی دارای یک مدرک دانشگاهی باشیم که کاردانی ما را نشان دهد. مدرک دانشگاهی یکی از شکل‌های سرمایه‌ی فرهنگی است. حال اگر ما در شهرمان از شهرت و اعتبار لازم برای کارمان برخوردار باشیم، به این معناست که سرمایه‌ی نمادین خوبی در اختیار داریم. سرمایه‌ی نمادین، سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی اجتماعی ما در خدمت آن قرار می‌گیرند که سرمایه‌ی اقتصادی ما کلانتر شود و چون این سرمایه کلانتر شد نفوذ اجتماعی ما بیشتر می‌شود و بعید نیست که شهرت و اعتبار بیشتری نیز کسب کنیم و به ما مدرک‌های افتخاری نیز بدهند. سرمایه‌ها به هم تبدیل می‌شوند.

شرط‌های تضمینی موفقیت در ایران

به این مثال در ایران امروز مضمون مشخص‌تری می‌دهیم. اگر کسی با مقامات در ارتباط باشد، شانس بیشتری دارد برای این که مجوز تأسیس آموزشگاه را بگیرد. او اگر خود روحانی باشد، یا پدرش آیت‌الله مهمی باشد یا کلاً آقازاده باشد، موفقیتش حتمی است. مؤسسه‌ی او از حمایت دولتی بالایی برخوردار می‌شود اگر از در و دیوارش اسلامیت ببارد. اگر چنین شود، عده‌ای ترجیح می‌دهند از آن جا مدرکی بگیرند، چون از نظر دولت معتبر است و با آن بهتر می‌توان طی مراحل کرد. استقبال که دم‌افزون شد، مؤسسه ثروتمند می‌شود، ثروتمندتر که شد معتبرتر می‌شود، شعبه باز می‌کند، از حمایت دولتی بیشتری برخوردار می‌شود. صاحب آن تقدیرنامه دریافت می‌کند، با مقامات عکس می‌گیرد، ممکن است پست مدیرکلی یا وکالت و وزارت به او پیشنهاد شود. در مقابل کس دیگری را داریم که از خودی‌ها نیست، کاردان است، در رشته‌ی خود تجربه‌ها اندوخته و کتابها نوشته است، پول اولیه را هم دارد. با همه‌ی اینها بعید است که موفق شود. اجازه‌ی کار را هم که بگیرد، مؤسسه‌اش را رونقی نخواهد بود. ممکن است در آن را ببندند، چون شئون اسلام در آن رعایت نمی‌شود. حتا اگر ظاهرسازی‌های لازم نیز در مؤسسه برقرار باشد، باز این خطر آن را تهدید می‌کند.

امتیاز دیانت

امتیاز فرد اول بر فرد دوم در این است که با سرمایه‌ی فرهنگی، اجتماعی و نمادین کلانتری پا به عرصه می‌گذارد. نقطه‌ی قوت او دیانت در مفهوم وسیع کارکردی این کلمه است که عبارت است از ظاهر دینی، داشتن خاستگاه سنتی، ارتباط با مجامع دینی و ارتباط با دولت دینی. می‌توانیم ماجرا را خلاصه کنیم و بگوییم فرد اول سرمایه‌ی دینی بیشتری از فرد دوم دارد. قاعده‌ای را نیز می‌توانیم به این صورت تقریر کنیم: در ایران امروز از دو فرد در شرایط مساوی آن کس شانس بیشتری برای اندوختن سرمایه در مفهوم وسیع کلمه دارد که دیانت بیشتری داشته باشد.

اقتصاد سیاسی دینی

بنابر این ما برای تحلیل گردش سرمایه در ایران امروز به اقتصاد سیاسی‌ای نیاز داریم که یک مقوله‌ی اساسی آن دین باشد. هیچ لزومی ندارد که در آن چیزهایی مثل فساد و رشوه را به‌عنوان مقوله‌های پایه‌ای وارد کنیم. در

مثالی که زدیم آن فرد متدین برای موفقیتش هیچ نیاز خاصی به رشوه دادن و این گونه فسادکاری‌های آشکار ندارد. او ممکن است بسیار درستکار و ساعی باشد و هر چه می‌کند از قصد خدمت برخیزد. به او هیچ اتهام شخصی نمی‌زنیم، چون بحث بر سر نظامی است که رانت‌خواری در آن یک امر ساختاری است.

رانت‌خواری ساختاری

رانت‌خواری را به آواز ادگی و پارتی‌بازی نسبت داده‌اند. این مقوله فراتر از این حرفه‌است. رانت در اصل ترکیبی است از سه شکل سرمایه‌ی فرهنگی، سرمایه‌ی اجتماعی و سرمایه‌ی نمادین. در یک رانت ممکن است این عامل بر آن عامل بچرخد. در جایی حاج‌آقا بودن مبنای رانت‌خواری می‌شود، در جایی آواز ادگی، در جایی حشر و نشر با عده‌ای خاص و در جایی ایفای نقشی همانند نقش خودی‌ها، بی آن که در این کار عمدی باشد. رانت، ذاتی نظام است. حتا یک منتقد رانت‌خواری، در مفهوم فساد آشکار، ممکن است خود در معنای ساختاری آن رانت‌خوار باشد. علت این که انتقادهایی که گاه و بیگاه بالا می‌گیرند، راه به جایی نمی‌برند، همین است. سیستم در منتهای طهارت خود آلوده است.

اقتصاد سیاسی دین - ۳

اقتصاد همچون واقعیت و امکان

هدیه گرفتن و هدیه دادن چیست؟ فرق آن با خرید و فروش کدام است؟ شما مرا به خانه‌ی خود دعوت می‌کنید، به من شامی می‌دهید، من سپاس گفته و یکی دو هفته بعد متقابلاً شما را به خانه‌ی خود دعوت می‌کنم. رسم جاری این است. خلاف عرف رفتار کرده‌ام، اگر بلافاصله پس از خوردن شام نزد شما بگویم حال که مرا دعوت کردید، من هم شما را دعوت می‌کنم. دعوت متقابل آنگاه به دل می‌نشیند که تصریح نشود، پسندیده آن است که همچون دعوتی مستقل بنماید. به این دلیل ناخوشایند است اگر بگویم، چون شما فلان مقدار برای عطایان هزینه کردید، همان قدر یا بیشتر از کرامت ما بهره می‌گیرید.

تصریح و عدم تصریح مبادله

به نظر پیر بوردیو میان دعوت شدن و دعوت کردن و هدیه گرفتن و هدیه دادن معمولاً یک فاصله‌ی زمانی حساب‌شده برقرار است و کاری می‌شود که این یک پاسخ آن یک جلوه نکند، تا معاوضه و مبادله‌ای که صورت می‌گیرد، در پرده بماند. در مورد خرید و فروش چنین نیست. مبادله تصریح می‌شود.

حسابگری

بی‌شک برخی بخشندگی‌ها و ابراز محبتها در پستان حسابگری‌هایی نهفته است که از ماهیت مبادله‌ای رابطه برمی‌خیزند. اما آیا همه‌ی رابطه‌ها توضیح‌پذیر به‌عنوان مبادله‌ای هستند که بتوان بدان بیان حسابدارانه‌ای داد؟

رابطه‌های انسانی از نظر بورديو

به نظر می‌رسد که بورديو رابطه‌های انسانی را به دو بخش تقسیم می‌کند، یک بخش مبادله‌ای است که تصریح می‌شود از جنس مبادله است، در بخش دیگر مبادله پنهان می‌ماند یا به هر دلیل تصریح نمی‌شود. کل جامعه‌شناسی بورديو را می‌توانیم تلاشی بدانیم برای بازنمایاندن ساختار و منطق مبادله‌ای ارتباطی انسانی. او مقوله‌هایی چون سرمایه‌ی نمادین پرورنده تا بتوانیم اقتصاد مخفی عمل‌کننده در پس رابطه‌ها و احساسها را بفهمیم. به او اما می‌توان این انتقاد را کرد که از جنس مبادله بودن یا تبدیل شدن به مبادله را نه چون یک امکان، بلکه یک واقعیت می‌نگرد. کنش متقابل انسانی و خصلت نمادین آن، بدانسان که در میانکنش‌باوری نمادین (symbolic interactionism) مکتب جامعه‌شناسی جرج هربرت مید به بیان درآمده، با یافتن ساختاری مبادله‌ای در نزد بورديو، دچار یک تنگی معنایی شده و در نتیجه جامعه‌شناسی‌ای پدید آورده که فقط قادر است جنبه‌ای و نوعی از روابط انسانی را بکاود: جنبه و نوع پوشیده یا آشکار بده‌بستانی، بهره‌کشانه و سرمایه‌دارانه را.

تاریخیت سرمایه

بورديو "سرمایه" را به مثابه نیرویی تعریف می‌کند که باعث می‌شود در ارتباطی انسانی امکانها یکسان نباشند. به نظر او به همین دلیل برخی ارتباطها ناممکن می‌گردند. اما بهتر است پیش از آنکه امکانها به عامل‌های ممکن‌سازی به نام سرمایه برگردانده شوند، از پی امکان خود سرمایه به مثابه نوعی رابطه پرسیده شود. اگر چنین کنیم، هر نایکسانی را به نایکسانی سرمایه‌ای بر نمی‌گردانیم. سرمایه به عنوان امکان، هم امکانی وجودی است، یعنی به وجود امکانی بر می‌گردد که باعث می‌شود رابطه‌ای انسانی با حسابگری پوشیده یا آشکار بهره‌کشانه پیش برده شود، هم تاریخی است. از آنجایی که سرمایه مقوله‌ای تاریخی است، روا نیست آن را از واژگان دوران سرمایه‌داری برگیریم و از آن همچون مقوله‌ای جهان‌روا و فرازمان استفاده کنیم. نامیدن صاحب یک کارگاه آهنگری در دوره‌ی پیش از سرمایه‌داری به‌عنوان سرمایه‌دار، در معنایی بسیار محدود ممکن است صحیح باشد. اگر در چنین موردی کنترل اکید مفهومی صورت نگیرد، نتیجه‌ی کار بدفهمی کامل خواهد بود.

نسبیت و محدودیت نظریه‌سازی

بورديو یک نظریه‌ی اجتماعی پیش‌گذاشته است. هر نظریه‌ای از جمله هر نظریه‌ی اجتماعی از دیدگاهی خاص به موضوع خود می‌نگرد، چیزهایی را به صورت شفاف می‌بیند، چیزهایی را به صورت مبهم و چیزهایی را اصلاً نمی‌بیند، چیزهایی را می‌تواند توضیح دهد و چیزهایی را نمی‌تواند. در مورد مدل و مقوله‌های نظری‌ای که بورديو عرضه کرده نیز چنین است. مدل او، به عنوان مثال، نمی‌تواند هر آن چیزی را که این‌خلدون دیده ببیند. در مورد

بورديو و ماکس وبر نیز چنین است. تمام بار معنایی فرّهمندی (کاریسما) در نزد وبر را نمی‌توان با کمک سرمایه‌ی نمادین بورديو توضیح داد.

واقعیت و تهدید سرمایه

محدویت در توضیح یک چیز است و اشکال در توضیح چیز دیگر. یک اشکال اساسی در نظریه‌ی بورديو بی‌توجهی به این است که برای رابطه‌های انسانی از جنس مبادله بودن و ماهیتی بهره‌کشانه داشتن نه همواره یک واقعیت، بلکه یک امکان است، یک تهدید است. در نوشته‌های بورديو از مفهوم سرمایه به شکل توری استفاده می‌شود. استفاده‌ی توری از مفهوم سرمایه، افزون بر این که مفهوم را بی‌مرز و در نتیجه کنترل‌ناپذیر می‌کند، بار انتقادی آن را نیز زایل می‌کند.

نقد واکاست‌گرایی اقتصادی

توضیح مختصری که داده شد، از دو نظر لازم بود: چون در بحث "اقتصاد سیاسی دین" از دیدگاه‌ها و مقوله‌های بورديو استفاده می‌کنیم، می‌بایست تصریح می‌شد که این استفاده با دید انتقادی همراه است. نکته‌ی مهمتر این است که اقتصاد در زمینه‌ای که هستی‌ای غیر اقتصادی دارد، یک امکان برای ساختار بندی و جهت‌دهی است، نه یک هستی فعلیت‌مند احیاناً پوشیده. بنابر این آنچه در اینجا درباره‌ی "اقتصاد سیاسی دین" می‌گوییم، هیچ سنخیتی ندارد با واکاست‌گرایی اقتصادی که هر رابطه‌ای را به رابطه‌ی اقتصادی برمی‌گرداند.

کاسبی دینی

برای یک دین تبدیل شدن به کاسبی یک امکان است. نمی‌توانیم این امکان را به‌عنوان یک واقعیت از مفهوم دین استخراج کنیم. رابطه‌ی دینی یعنی رابطه‌ی مؤمن با مقدس‌هایش و رابطه‌ای با بار دینی با همکیش و غیر همکیشش، صرفاً به اعتبار این که دینی است، از جنس معاوضه نیست، اما می‌تواند به چنین چیزی تبدیل شود. بویژه در آثار عرفانی عبادتی که به خاطر پاداش صورت گیرد، نامقبول تلقی شده است. در این آثار خدمت به خلق نیز اگر با تظاهر همراه باشد، مذموم شمرده شده است. هدف بررسی‌هایی که ما زیر عنوان "اقتصاد سیاسی دین" صورت می‌دهیم، بررسی امکان واقعیت‌یافته‌ی تبدیل دین به کاسبی است. ما در بررسی‌های خود به دین به‌عنوان یک پدیده‌ی اجتماعی می‌نگریم و کاری نداریم به تبیین‌های ناب آن، که وجودش را از جامعه منتزع می‌کنند.

سرمایه‌داری آن صورت‌بندی اقتصادی-اجتماعی‌ای است که در آن چه کار چه سرمایه، هر یک به صورتی منتزع از وجود مشخص فردی درمی‌آید و سرنوشت وجود مشخصش تابع وجود جداگشته از فردیتش می‌شود. دین نیز می‌تواند در این جامعه منتزع از ادعاهای مؤمنان و با وجود ادعاها و پنداشتهای آنان به صورت چیزی از جنس سرمایه درآید.

سرمایه‌ی دینی

دین سرمایه‌ی فرهنگی است، از جمله به این دلیل ساده که در جامعه‌ی دینی هر که آن را داشت، امکان بیشتری دارد که از امتیاز داشتن عنوان و مدرک فرهیختگی برخوردار شود و از مزیت‌های آن بهره‌مند شود. دین سرمایه‌ی اجتماعی است، زیرا آن که آن را داشت می‌تواند از مزایای رابط‌های اجتماعی با دیگر دینداران استفاده برد. و دین سرمایه‌ی نمادین است، زیرا دینداری در میان مؤمنان و متخصصان ایمان اعتبار ایجاد می‌کند و داشتن اعتبار در عبادتگاه اعتبار در بازار را بالا می‌برد.

دین‌فروشی

همه‌ی این سرمایه‌ها تبدیل‌پذیر به سرمایه‌ی اقتصادی هستند. آنگاه که دین و دولت با هم درآمیخته باشند، این تبدیل‌پذیری توجه ویژه‌ای را برمی‌انگیزد. چنین وضعی اگر در دوران معاصر پیش آید، که سرمایه‌داری یکی از رساترین عنوان‌های آن است، دلایل‌های بارزتری در دست داریم برای آن که دین‌داری را نوعی سرمایه‌داری تلقی کنیم. در این حال، همچنان که در ایران امروز می‌بینیم، می‌توان دین‌فروش بود و دین‌فروشی را مبنای سوداگری خود قرار داد. از سرمایه‌ی دینی می‌توان به جاه و مقام دولتی و نیز طبعاً به سرمایه‌ی اقتصادی دست یافت.

پهنه‌ی دین و پهنه‌ی قدرت

درآمیختن پهنه‌ی دین با پهنه‌ی قدرت چیز تازه‌ای نیست. پدیده‌ی تازه جدایی این دو از هم است. اگر در هم‌آمیزی آنها سعادت‌آور بود، تاریخ بشری را می‌شد به‌عنوان تاریخ سعادت بازخواند نه تاریخ بدبختی و شقاوت. همچنان که در گذشته تاریخ قدرت با تاریخ دین درآمیخته است، تاریخ اقتصاد به مثابه تاریخ تحول عاملها و ارزشهای پهنه‌ی معیشت و نحوه‌ی توزیع امکانات در آن، درآمیختگی جدایی‌ناپذیری با تاریخ دین دارد.

دین به مثابه امری زیربنایی

دین امری "زیربنایی" نیست و اگر به هر دلیل بخواهیم از اصطلاح‌های روبنا و زیربنا استفاده کنیم، موجه‌تر آن است که آن را امری زیربنایی بدانیم، به این سه دلیل عمده: دین مشروعیت‌بخش به نابرابری است و دست کم این است که در طول تاریخ تحمل‌پذیرکننده‌ی آن است؛ دین تعیین‌کننده‌ی نگرش به کار و تولید است، اخلاق کاری را تعیین می‌کند و منش مصرف‌را؛ و از همه‌ی اینها گذشته خود رواج‌دهنده‌ی سکه‌ای است تبدیل‌پذیر به سکه‌ی پول. این سکه، سکه‌ی دین است. آن را می‌توان تولید کرد، به نمایش گذاشت، با اتکا به آن در پهنه‌ی فرهنگ، جامعه و

قدرت کسب مقام کرد و با کمک آن به شکل‌های مختلف زراندوزی نمود. میراث مکتوب فرهنگی، با وجود این که از سانسور دینی گذشته، نمونه‌های فراوان و انکارناشدنی‌ای از پدیداری این پدیدارها به دست می‌دهد.

معنای اقتصاد سیاسی

به دلیل درآمیختگی تاریخی پهنه‌ی اقتصاد با پهنه‌ی دین حق داریم حوزه‌ی تحقیقی‌ای را در نظر بگیریم به نام "اقتصاد سیاسی دین". هدف پژوهش در این مورد به ساده‌ترین زبان، پژوهش در باب تحول و تطور سکه‌ی دین، ارزش آن و تأثیر آن بر دیگر عاملها و ارزشهای اقتصادی با توجه ویژه به دوران سرمایه‌داری است. در این عنوان‌گذاری به عمد از اصطلاح "اقتصاد سیاسی" استفاده می‌کنیم. واضعان و کاربرندگان این اصطلاح، که نام‌آورترینشان آدم اسمیت، دیوید ریکاردو و کارل مارکس بودند، رابطه‌ی تنگاتنگی میان اقتصاد با جامعه و سیاست در نظر می‌گرفتند. از قرن نوزدهم سیاست‌زدایی از اقتصاد آغاز شد و این گرایش غلبه یافت که اقتصاد ملی به صورت یک مدل ریاضی مطالعه شود. این امر سودها و زیانهای به همراه آورد. سود اصلی آن، جمع همه‌ی منفعت‌هایی بود که کاربست مدل‌سازی ریاضی به دنبال می‌آورد. زیان آن، تبدیل آن به یک ایدئولوژی بود: ادعای خودداری از ارزش‌گذاری، بی‌طرفی و توجیه چشم‌پوشی بر پهنه‌ی قدرت و از این طریق پرده افکندن بر بسیاری واقعیات این پهنه.

روش پژوهش

روش پژوهش در اقتصاد سیاسی دین اساساً کیفی است. نمونه‌هایی پدیدارساز، از زاویه‌ی پرسش در مورد نقش دین در اقتصاد سیاسی تفسیر می‌شوند. نحوه‌ی تفسیر، هرمنوتیک عینی در علوم تاریخی است. دینی که نقش آن پژوهیده می‌شود، دین تاریخی یعنی آن دینی است که حضور عینی تاریخی ثبت‌شده‌ای دارد. از زاویه‌ی دید یک مؤمن امروزی ممکن است نقش خاصی که دستگاه دینی در دوره‌ای بازی کرده، از تحریف دین ناشی شده باشد. اقتصاد سیاسی دین نمی‌تواند به این ادعا بپردازد. تفکیک میان دین حقیقی و دین تحریف‌شده تفکیکی اعتقادی است نه علمی.

روشهای کمی در اقتصاد سیاسی دین

از روشهای کمی نیز می‌توان در اقتصاد سیاسی دین استفاده کرد. می‌توان به عنوان مثال با مجموعه‌ای از مطالعه‌های موردی حوزه‌ی علمیه را در ایران امروز به‌عنوان واحدی اقتصادی بررسی کرد، در این مورد به ارقام و اعدادی دست یافت، دریافت که نحوه‌ی رشد این واحد و هر یک از شعبه‌های آن در دوره‌های اخیر چگونه بوده، در متن کلی اقتصاد چه جایگاهی داشته و در حوزه‌ی قدرت چه ارجی یافته است. می‌توان به بیان تغییرات تبادل ارز رایج در حوزه با ارز رایج در پهنه‌ی قدرت و در بازار بیانی کمی داد و منحنی تغییرات آن را ترسیم کرد.

این موضوع را در بخشهای آینده‌ی "اندیشه‌ی انتقادی" پی خواهیم گرفت.

ارز ایدئولوژیک

شرط اندیشیدن انتقادی این است که در پس روابط ظاهری به دنبال روابط واقعی باشیم یا دست کم تا حد این شک و پرسش پیش رویم که چه در پس پرده نهفته است. شک طبعاً باید موجه باشد، نه بیمارگونه. شک موجه پیشاپیش فرض را بر توطئه نمی‌گذارد، از تجربه‌های تاریخی و مشاهده‌های امروزی عزیمت کند و می‌کوشد با پرسش به دل واقعیت رسوخ کند. موضوع شک و پرسش انتقادی در هم‌شکننده‌ی ایدئولوژی، گمان‌زنی درباره‌ی انگیزه‌های شخصی نیست. از این که درباره‌ی فرد یا افرادی حکمی صادر کنیم، چیزی نصیبمان نمی‌شود، جز این که شاید دلمان خنک شود. این انگیزه قابل فهم است اما جنسیتی اندیشه‌ای ندارد. اندیشه، اندیشه بر موقعیتها و رابطه‌هاست و انتقاد نگرنده به موضوع نیز، در نقد همین‌هاست.

موقعیت دین‌فروشی

موقعیتی وجود دارد که حتا فردی با آن نیت دینی‌ای که با صفت‌های پاک و مخلصانه توصیف می‌شود، دین‌فروشی می‌کند و در ازای جلوه‌ای که می‌فروشد، امتیازهایی را به دست می‌آورد. ما می‌خواهیم این کار و کسب را بررسی کنیم. این بررسی در چارچوب اقتصاد سیاسی دین صورت می‌گیرد. این پهنه‌ی پژوهشی را نه صرفاً اقتصاد، بلکه اقتصاد سیاسی می‌خوانیم، چون نظرم‌ان به جامعه و روابط قدرت است و چیزی همانند یک مدل ریاضی صرف در برابر نداریم. به بیان دیگر بر خلاف ایدئولوژی اقتصاد ناب، کتمان نمی‌کنیم که نگرشمان سیاسی است.

اقتصاد سیاسی ایدئولوژی

این موضوع را می‌توان مبحثی از اقتصاد سیاسی ایدئولوژی دانست. نوعی کاربست آن تحلیل نظام‌های آشکارا ایدئولوژیکی چون شوروی است. در شوروی حزبی بودن، یعنی در درجه‌ی اول ایدئولوژی حزبی را کسب کردن و باور خود را به آن به نمایش گذاشتن، امتیاز آور بود. ایدئولوژی‌ای که رسماً حکم ضد سرمایه را داشت، خود به شکل نوعی سرمایه درآمده بود. هر کس سرمایه‌ی ایدئولوژیک بیشتری داشت، بیشتر از این شانس بهره‌ور می‌شد که صاحب مقام و مال و منال شود. پس می‌توانیم بگوییم در نظام شوروی دو نوع ارز رایج بود: ارزی به نام روبل و ارزی که آن را ارز حزبی می‌نامیم. ارز حزبی را می‌شد به روبل تبدیل کرد. با روبل هم طبعاً می‌شد ارز حزبی خرید و آن را گرانتر فروخت و از این راه روبل بیشتری به دست آورد.

ارزش معاوضه‌ای ایدئولوژی

در نظام‌های ایدئولوژیک، در آغاز ارزش معاوضه‌ای ایدئولوژی پنهان می‌ماند. ایدئولوژی از جمله به دلیل همین

پنهانکاری ایدئولوژی است. این پنهانکاری همیشگی نیست و جایی می‌رسد که بازار کاملاً بر خصلت سرمایه‌ای آن واقف شود. ارزش ایدئولوژیک در هر مقطعی نرخ در مجموع مشخصی دارد. می‌توان در هر کشور ایدئولوژی‌زده‌ای تاریخ آن را نوشت و حتا تا جایی پیش رفت که منحنی نوسان‌های آن را ترسیم کرد.

مسئله‌ی قیمت

ایدئولوژی دولتی ظاهراً بازار آزاد سرمایه‌داری را به هم می‌زند، چون قهر دولتی را پشت سر خود دارد. به هم زدن مقررات اما ظاهری است. قهر، قیمت را بالا می‌برد. همه چیز خریدنی است. مسئله، مسئله‌ی قیمت است. امکان خرید و فروش که فراهم بود، مانع‌های مختلف برطرف می‌شوند. بازار سمج و پرحوصله است. بازار از هر ایدئولوژی‌ای پرطاقت‌تر است. ابن خلدون در "مقدمه" برنموده است که با نسل اول که نشد، با نسل دوم می‌شود، معامله را جور کرد. نسل سومی‌ها خودشان یک رکن بازار اند. در ایران این تجربه‌ی ابن‌خلدونی را داریم که آقازاده منعطف‌تر از خود حاج‌آقا است.

سیستم چند ارزی

گفتیم که در نمونه‌ی شوروی دو نوع ارز در جامعه رواج داشته است: یکی روبل بوده است، یکی ارزی که هر چه مقام حزبی بالاتر می‌رفت، یعنی هر چه شخص اعتبار ایدئولوژیک بیشتری داشت، امکان برخورداری از آن بیشتر بود. این ارز دوم ارز حزبی یا ایدئولوژیک بود. سکه‌ی ایدئولوژیک در شوروی در حزب ضرب می‌شد و موقعیت دستگاه حزبی و اراده‌ی کمیته‌ی مرکزی و پولیت‌بورو در این دستگاه ارزش مبادله‌ی آن را تعیین می‌کرد. مسئول ارز رسمی یعنی روبل بانک مرکزی کشور بود. ارز خارجی هم حضور داشت و قیمت‌ها با آن نیز سنجیده می‌شدند. این نظام چند ارزی را نه منطق بازار، بلکه زور حفظ می‌کرد. این امر وجود بازار را نفی نمی‌کرد. بازار می‌تواند با چند نوع ارز نیز کنار بیاید. آن چنان که گفتیم زور، قیمت‌ها را تغییر می‌دهد، اما در نفس نظام بازار تغییر اساسی ایجاد نمی‌کند.

موقعیت فروش وجدان با وجدان آسوده

توصیفی که در مورد نظام ایدئولوژیک شوروی شد، در مورد نظام ایدئولوژیک ایران نیز صدق می‌کند. در کاربست آن در مورد نظام دینی ایران، کاری به نفس دین و نیات دین‌داران نداریم. موضوع تحلیل، همچنانکه در آغاز گفتیم، نه فرد و وجدان وی، بلکه موقعیتی است که فرد را به فروش وجدان وامی‌دارد. این کار معمولاً با وجدان آسوده صورت می‌گیرد. فرد حتا حس می‌کند دارد وظیفه‌ی مقدسی را به انجام می‌رساند و به قول مسئولان حکومت اسلامی ایران تکلیف دینی خود را ادا می‌کند.

دین همچون رابطه و امتیاز

« دین نهادی اجتماعی است که اساس آن کنش و واکنشی است شکل‌گرفته توسط فرهنگ با آنچه در پنداشت فرهنگ باشنده‌هایی فرانسوی اند.» این تعریف را جامعه‌شناس آمریکایی اسپيرو (M. E. Spiro) عرضه کرده است. اهمیت و علت شهرت این تعریف در این است که رابطه‌ی تنگاتنگ دین و فرهنگ را به خوبی برمی‌نماید. از آن برمی‌آید که نحوه‌ی شکل‌گیری نهاد اجتماعی دین، تاریخی که می‌یابد، روال پیام‌رسانی، شکل سازمانی و رابطه‌ی آن با دیگر مؤسسه‌های اجتماعی تنها با رجوع به فرهنگی که آن دین در آن پا گرفته و به سهم خود به آن شکل داده، فهمیدنی هستند. دیگر این که می‌گوید فرهنگ، تصویری کلی دارد از باشنده‌هایی فرانسوی و دینی خاص در درون هر فرهنگی روایتی خاص از این پنداشتهای کلی است. دین، سامانگر کنش و واکنش انسانها با این پهنه‌ی "فرهنگی" فرانسوی است. خود این کنش و واکنشها همخوان با الگوهای و در مجراهایی صورت می‌گیرند، که فرهنگ در اختیار دین گذاشته است.

اجتماعیت دین

در تعریف اسپيرو دین به‌عنوان نهادی اجتماعی معرفی شده است. با وجود این، تعریف به اندازه‌ی کافی بر اجتماعیت دین تأکید نمی‌کند. ذهن عمدتاً متوجه رابطه با باشنده‌های فرانسوی می‌شود. دین ولی درکی از رابطه‌ی انسانها با انسانها و خود، نوعی از رابطه میان آنان است. این وجه موضوع را که در نظر گیریم، شکل و مضمون رابطه با باشنده‌هایی را که فرهنگ فرانسوی می‌داند، بهتر می‌فهمیم. شلایرماخر، فیلسوف و متاله آلمانی، دین را احساس وابستگی به خدا تعریف کرده است. او آنچه در نظر نگرفته این است که وابستگی مفهومی جامعه‌شناختی است. ریشه‌ی هر نوع وابستگی، در وابستگی انسان به انسان است. هیچ ترسی وحشتناکتر از ترس انسان از انسان نیست و هیچ مهری به پای مهر انسان به انسان نمی‌رسد. انسانها مهر و کین را از هم می‌آموزند و سپس از آنان مفهومی طبیعی و مابعدالطبیعی و ماوراءالطبیعی می‌سازند.

تعریف خصوصی از دین

فردی متدین ممکن است دین را برای خود چنان تعریف کند که در آن هیچ اشاره‌ای به رابطه‌های انسانی نباشد یا در آن جامعه به نحوی فرعی و حاشیه‌ای حضور یابد. با این تعریف خصوصی نمی‌توان پا در بحثهای جامعه‌شناسانه نهاد. دینی که به عنوان قدرت اجتماعی عمل می‌کند، نیاز به تعریف اجتماعی دارد. ما بر این مبنا کاری به احساس خصوصی و وابستگی ناب به هستی‌ای فرانسوی نداریم و در چارچوب رابطه‌های انسانی می‌مانیم. موضوع بررسی ما دین اجتماعی تاریخی است.

معنای داشتن

ایده‌ی آغازین بحثی که زیر عنوان "اقتصاد سیاسی دین" گشوده شده است، این است: با توجه به باری که "داشتن" دارد، دینی را "داشتن" به لحاظ اجتماعی یعنی چه؟ آیا تاریخ "داشتن" تاریخ دینی داشتن را تعیین نمی‌کند؟ رویینسون کروزونه در داستان دانیل دفو مدتی مدید تنها در جزیره‌ای زندگی می‌کرد. در داستان فلسفی‌ای از ابن طفیل فیلسوف غرناطه‌ای قرن ششم هجری به نام "حی بن یقظان" نیز به چنین افراد و انزوایی برمی‌خوریم. شخصیت‌های پرداخته شده در این دو داستان، اگر هم در تنهایی چیزی می‌داشتند، چیزی چون افزاری یا جایی برای خواب، این داشتن معنایی نداشت که از زندگی در جامعه تجربه می‌شود. داشتن اساساً نه رابطه‌ی انسان با چیزها، بلکه رابطه‌ی انسان با انسان‌های دیگر است. خواننده‌ایم که بالاخره رویینسون کروزونه از تنهایی درمی‌آید و کسی به نام "جمعه" مصاحب و خدمتکار او می‌شود. از این پس است که صاحب بودن، یعنی چیزی داشتن معنای واقعی خود را پیدا می‌کند. "جمعه" که وارد ماجرا می‌شود، رویینسون تازه صاحب چیزهایی می‌شود که بیشتر گرد آورده یا ساخته بود.

دین‌داری و حضور دیگری

رویینسون کروزونه، در آغاز ماجرا، زمانی که کشتی‌اش دارد غرق می‌شود، در هنگامه‌ی تلاش برای نجات، این فرصت را می‌یابد که با خود یک "کتاب مقدس" همراه کند. در تنهایی آن را می‌خواند و نویسنده از قول خود او می‌گوید با این مطالعه است که دیندار می‌شود. مضمون دین او در تنهایی نیز اجتماعی است، زیرا "کتاب مقدس" او عمدتاً حاوی قصه‌های انسانی است و خدایش نیز خدایی شخصانی است که در ارتباط با انسان قرار می‌گیرد و در رابطه‌های انسانی دخالت می‌کند. این موضوع را نادیده می‌گیریم و می‌گوییم از دید ما، در تنهایی مطلق، فرقی وجود ندارد میان دین داشتن با دین نداشتن، زیرا ما هرچه تجربه از دین داشتن داریم، دین داشتن در حضور دیگران است. با آمدن جمعه است که کروزونه دین‌دار می‌شود.

دین و نابرابری

دین را یکی دارد، یکی آن را ندارد، یکی این نوعش را دارد، یکی آن نوعش را. اگر در جامعه‌ی انسانی مساوات کامل برقرار بود و مفهومی از داشتن در آن شکل نگرفته بود که اختلافی را برساند، هیچ معلوم نبود که انسانها دینی می‌داشتند. اگر هم می‌داشتند، از جنس دینی نبود که اینک می‌شناسیم. برای اثبات این امر کافی است یک متن مقدس را برداریم و از آن حذف کنیم هر مفهومی را که به نوعی نابرابری اشاره دارد. در آخر سر بعید است چیزی از متن باقی بماند یا متنی به جا ماند که مفهوم باشد یا مفهوم باشد و آن را بتوان به عنوان متن متعارف دینی بازشناخت. عبادت بدون عبودیت معنایی ندارد. عبودیت مفهومی انسانی است، از بردگی انسان به دست انسان حاصل شده است.

موضوع اقتصاد سیاسی دین

موضوع اقتصاد سیاسی دین، دین در معنای چیزی است که آن را داریم و این داشتن ما را در جامعه‌ای که داشتن

مبنای تمایز در آن است، از دیگران متمایز می‌کند و در موقعیتی ما را برخوردار از امتیازهایی می‌کند که برپایه‌ی آنها می‌توانیم دارنده‌ی چیزهای دیگر شویم، بویژه در معنای بارز اقتصادی آن.

اقتصاد سیاسی دین - ۷

مقال دین

"حی بن یقظان" و "سلامان و ابسال" دو نوشته‌ی داستان‌وار از ابن سینا هستند. ابن طفیل فیلسوف غرناطه‌ای قرن ششم هجری شخصیت‌های ابن‌سینایی را گرفته، معنای استعاری آغازینشان را زدوده و آنان را در متن ماجرای فلسفی‌ای نشانده که موضوع آن تکامل روح انسانی است.

فصل المقال

ما در داستان ابن طفیل به طرح ساده‌ای از یک "پدیدارشناسی روح" برمی‌خوریم. "حی بن یقظان" در لغت به معنای "زنده‌ی بیدارپور" است. برخلاف رابینسن کروزوئه، که نه از آغاز زندگی، بلکه در جوانی سرنوشتش این می‌شود که مدتی مدید را در جزیره‌ای به تنهایی سر کند، حی بن یقظان در انفراد مطلق زندگی را می‌آغازد. او همه چیز را خود تجربه می‌کند و به آن رشد عقلی می‌رسد که لازمه‌ی فلسفیدن است. بنابر گزارش ابن طفیل، او همه چیز را اختراع یا کشف می‌کند، جز دین را. سرانجام چون از تنهایی به درمی‌آید، از زبان ابسال نامی از وجود پدیده‌ای به نام دین باخبر می‌شود. او در ادامه‌ی تجربه‌اش درمی‌یابد که دین پدیده‌ای اجتماعی است. مقال دین، مقال جامعه است. او مقال فلسفه را متمایز از این مقال می‌بیند. این متمایز بینی مبنای "فصل المقال" ابن رشد می‌شود. مقال همان چیزی است که در زبان مدرن به آن گفتمان می‌گوییم.

جامعه‌شناسی مقدمه‌ی هر نوع دین‌شناسی

ابن طفیل می‌گوید که عقل منزوی به سرحد فلسفه و الهیات فلسفی می‌رسد، اما به چیزهایی چون عبادات نمی‌رسد. "زنده‌ی بیدار" از وجود چنین چیزهایی سخت شگفت‌زده می‌شود. نکته‌ی پایدار در اندیشه‌ی ابن‌طفیل را این گونه می‌توانیم بیان کنیم: عبادت بدون عبودیت و عبودیت بدون تجربه‌ی اجتماعی نابرابری فهم‌شدنی نیست. جامعه‌شناسی، مقدمه‌ی هر نوع دین‌شناسی است. لودویگ فویرباخ آموزانده است که برای درک جوهر دین به دنبال فهم جوهر انسانی آن باشیم.

پهنه‌ی اجتماعی

جامعه به‌عنوان متن، متن اختلاف است. پدیده‌های اجتماعی پدیده‌های اختلاف اند. هیچ پدیده‌ی اجتماعی‌ای وجود

ندارد که فرق‌گذار نبوده و خود مبتنی بر فرق‌گذاری نباشد. جامعه به گفته‌ی پیر بورديو یک مکان است، یک پهنه است و هر چیزی در آن جایی را که اشغال می‌کند، بر پایه‌ی متفاوت بودن و خود را متفاوت ساختن است.

حوزه‌های اجتماعی

پهنه‌ی اجتماعی از مجموعه‌ای از حوزه‌ها تشکیل شده است که به شمارش درنیامده یا کلاً به شمارش درنیامدنی هستند. هر حوزه فعالیت است، عرصه‌ی نوعی خاص از کنش و واکنش است. حوزه‌ای داریم به نام حوزه‌ی دینی و حوزه‌ای داریم چون حوزه‌ی هنری. این دو در جایی به نام هنر دینی به شکل بارزی وجه مشترک دارند. خود این وجه مشترک یک حوزه است. حوزه‌ها ترجمان اختلاف و خود حوزه‌ها حوزه‌های اختلاف هستند.

حوزه و سرمایه

مانه چون خود پیر بورديو از زاویه‌ی جامعه‌شناسی عمومی، بلکه از دیدگاه اقتصاد سیاسی، در معنای اقتصاد جامعه‌شناختی، حوزه‌های کلانی چون حوزه‌ی سیاست یا حوزه‌ی دین را در نظر می‌گیریم و پس از این مرزبندی معنایی به پیروی از بورديو آنچه را که مبنای تمایز هر حوزه و اختلاف در درون خود حوزه است، سرمایه می‌نامیم. سرمایه در درون حوزه آن چیزی است که افراد کم یا زیادش را دارند و همین امر اساس اختلاف درونی می‌شود.

حوزه‌ی ارباب دین

حوزه‌ی متخصصان دین را در نظر می‌گیریم. در حوزه‌ی ارباب دین برخی سرمایه‌ی دینی بیشتر و برخی سرمایه‌ی دینی کمتری در اختیار دارند. مدتی است که مراتب روحانیت شیعه با درجه‌هایی یادآور سلسله‌مراتبی ارتشی مشخص می‌شود: آیت‌الله العظمی، آیت‌الله، حجت‌الاسلام، ثقة‌الاسلام، طلبه. در حوزه‌ی متخصصان دین آیت‌الله العظمی، به‌عنوان مرجع تقلید، بیشترین سرمایه‌ی دینی را در اختیار دارد. سرمایه‌ی دینی نوعی سرمایه‌ی فرهنگی است، چون در فرهنگ متأثر از دین سهم‌بری از کالای فرهنگی خاصی را می‌رساند. این سرمایه در عین حال یک سرمایه‌ی اجتماعی است. کسی که از آن برخوردار است، برخوردار از روابطی در جامعه است که به کمک آنها موقعیت خود را در جامعه تثبیت می‌کند و احیاناً ارتقا می‌بخشد. سرمایه‌ی دینی‌ای که ارباب دین دارند از بار نمادین بالایی برخوردار است. آیت‌الله العظمی مهم و محترم است. تفاوت سرمایه‌ی دینی قاری ساده‌ی قبرستانی متروک با سرمایه‌ی دینی این مقام عظمی به تفاوت سرمایه‌ی بادبادک‌فروش دوره‌گرد با ملک التجار می‌ماند.

در این تفکیک‌ها، در آن پهنه‌ی وسیعی که حوزه‌ی متخصصان دینی در آن قرار دارد و تأثیر مغناطیس‌وار قطب‌بندی‌های آن باعث درجه‌بندی‌های حوزوی می‌شود، در نهایت دو عامل از همه مؤثرتر اند: عاملی را که با سرمایه‌ی سیاسی مشخص می‌کنیم و عاملی را که با سرمایه‌ی اقتصادی. درجه‌بندی‌هایی که اینک از حوزه‌ی

ارباب دین می‌شناسیم، در مجموع جدید اند. کارکرد و جامعیت مفهومی آنها به فهم در نمی‌آیند، اگر حوزه‌ی علمیه‌ی اسلامیہ منتزع از جامعه بررسی شود.

شگفتی دین

حکومت و بازار را بایستی بشناسیم، تا حوزه را بشناسیم. بعید نیست که ابسال به "زنده‌ی بیدار" چنین چیزی گفته باشد و این باعث شده که او سخت از پدیده‌ی دین شگفت‌زده شود، از پدیده‌ای که خود را متعالی معرفی می‌کند، اما حقارت سازوکار درونی حوزه‌ی آن دست کمی از هیچ حوزه‌ی زمینی دیگری ندارد. اقتصاد سیاسی دین مدل تئوریکی است برای رفع مشکلی که این گونه شگفت‌زدگی‌ها را باعث می‌شود.

اقتصاد سیاسی دین-۸

دین‌فروشی

بنابر شهادت ادبیات، مردمانی که در خطه‌ی فرهنگی ما می‌زیسته‌اند، بهینگی عرصه‌ی قدرت را در آن می‌دیده‌اند که پادشاهی دادگر و شجاع بر تخت فرمانروایی بنشیند. دین‌پناهی پادشاه را در درجه‌ی نخست در ترس او از عواقب کردارش می‌دیده‌اند. مشکل در جایی بروز می‌کرده است که سلطان، عقوبت‌کننده به نام دین می‌شده است. آنچه شاه را از آن می‌ترساندند، آنگاه که خود به وسیله‌ای ترس‌آور در دست سلطان تبدیل می‌شد، نظام فکری را به هم می‌ریخت و چاره‌ای نمی‌ماند جز این که تمام ماجرا به ریاکاری نسبت داده شود.

ظاهر و باطن

فرق گذاشتن میان ظاهر و باطن شگردی است برای درآوردن سلاح دین از دست قدرت، خودکامه خواندن آن و گذاشتن دین حقیقی در برابر آن دینی که قدرت بدان متکی است. از دست خدایی که پشتیبان قدرت است می‌توان به خدایی پناه برد که قدرتی برتر دارد و دادگر است. در چارچوب باور به وحدانیت نیز توسل به این خدا علیه آن خدا ممکن است.

شاه آرمانی

در شاهنامه‌ی فردوسی از شاه آرمانی ایرانیان این توصیف به دست داده شده است:

نباشند شاهان ما دین فروش
به فرمان دارنده دارند گوش
به دینار و گوهر نباشند شاد
نجویند نام و نشان جز به داد
به بخشیدن کاخهای بلند
دگر، شاد کردن دل مستمند
سه دیگر، کسی کو به روز نبرد
بیوشد رخ شید گردان به گرد
بر و بوم دارد ز دشمن نگاه
جز این را خواند خردمند شاه

پس از این توصیف این بیت می‌آید:

جز از راستی هر که جوید ز دین
بر او باد نفرین بی آفرین

دین فروش

برپایه‌ی این بیت به نظر می‌رسد که منظور از دین فروش کسی باشد که از دین چیزی جز راستی طلب می‌کند. این تفاوت‌گذاری میان ارزش واقعی دین و دین به مثابه مجاز و ظاهر، سنتی طولانی دارد و نشان‌دهنده‌ی توانایی‌ای در دین است برای این که از واقعیت خود فراتر رود. اگر دینی با قدرت یکی شود، امکان و انگیزه‌ی فرق‌گذاری میان حقیقت و مجاز از آن گرفته می‌شود. مؤمن ظاهراً دیگر نمی‌تواند از دست آن به خود آن پناه برد. تاریخ نشان داده است که در این حالت نیز راه حلی دینی وجود دارد: پناه بردن به تفسیری تازه یا کلاً به دینی تازه.

خصلت مبادله‌ای دین

در سنت دینی فرق‌گذار میان دین حقیقی و دین ظاهری می‌توان برای دین ارزش مصرفی تصور کرد که در سخن فردوسی پی‌جویی راستی است و آن گاه که پای ظاهر در میان می‌آید، آن را کالایی تصور کرد که به فروش گذاشته می‌شود). البته کیفیت این کالا به گونه‌ای است، که چون بفروشمش، از دستش نمی‌دهیم و بعید نیست هر چه بیشتر بفروشمش، بر حجم و مقدار موجودی آن در نزد ما افزوده شود. این موضوع را در بخشهای آینده بررسی خواهیم رسید) بر این قرار اگر ما بیاییم و دین را دارای دو بعد مصرفی و مبادله‌ای بدانیم، چیزی نگفته‌ایم که مؤمن نتواند با آن همراهی کند. ولی تفاوتی در کار است: دین در تمایزش با اخلاق ناب از یکسو و از سوی دیگر با چیزی چون حکمت، دین است. دین امر اجتماعی است و امر اجتماعی امر باطن نیست. دین به خاطر

ارزش مبادله‌ای آن دین است، و این چیزی است که در آموزه‌ی دینی تصریح نمی‌شود. در مبادله است که دینی خاص دینی خاص می‌شود. به خاطر وجود مبادله‌ای آن است که کسی آن را بیشتر و کسی کمتر دارد. دین اگر فقط مصرف شخصی داشت، می‌شد شخصا آن را تولید کرد. این کار در دوران ما میسر شده است، تاریخ دینهای رسمی اما تاریخ مقابله‌ی حاد با تولیدهای معنوی شخصی و خانگی است.

مبادله و معامله

سنت دینی، همچنان که از زبان فردوسی شنیدیم، وجود پدیده‌ی دین‌فروشی را پنهان نمی‌کند. اشکال تفکر انتقادی سنتی این است که نمی‌بیند که دین‌فروشی فقط علامت فساد نیست. دین‌فروشی پدیده‌ای عادی است و از خصلت مبادله‌ای دین برمی‌خیزد. دین یک سرمایه است، در معصومانترین شکل خود یک سرمایه‌ی عادی فرهنگی است. با این سرمایه کالایی تولید می‌کنیم و آن را می‌فروشیم. هر چه جامعه‌ای دینی‌تر باشد و هر چه دینی اجتماعی‌تر و سیاسی‌تر باشد، ارزش مبادله‌ای دین در آن جامعه بارزتر است. دینی را داشتن، به معنای جواز شرکت در معاملات است. ناصر خسرو در این مورد گفته است:

سخن از مردم دیندار شنو و آن را
که ندارد دین، منگر سوی دینارش

در بخش‌های آینده موضوع ارزش مصرفی و مبادله‌ای دین را پی خواهیم گرفت.

اقتصاد سیاسی دین-۹

حسابداری دوگانه‌ی دینی

شریعت را شریعت‌گذار می‌آورد. او یک ارز دینی را از اعتبار انداخته و ارز دینی دیگری را به جای آن رواج می‌دهد. با از اعتبار افتادن یک ارز دینی، کاهنانی که پاسدارنده‌ی آن بودند، خود بی‌اعتبار می‌شوند. به نام سکه‌ی جدید، خزانه‌ی جدیدی تأسیس می‌شود. خزانهداران جدید، کاهنان شریعت تازه هستند.

بانک مرکزی دینی

وظیفه‌ی کاهنان پاسداری از ارز دینی است. آنان در رواج آن می‌کوشند و سخت مراقب‌اند که ارزهای دیگری در جامعه اعتبار نیابند. بیشترین حساسیت کاهنان به ارزهای مشابه است، ارزهایی که آنان اصالتشان را امضا

نکرده‌اند. ملایان در نابود کردن ارزش‌های "تقلبی" سخت کوشایند. ارزش‌های مشابه را دینهای حاشیه تولید می‌کنند. ارزش اصیل از آن دین مرکز است. روحانیت مرکز چیزی همچون یک بانک مرکزی است که کنترل‌کننده‌ی مشروع اصالت و ارزش‌گذاری ارز است.

تغییر اعتبار

شریعت‌گذار یعنی آورنده‌ی ارز جدید دینی، شخصیت کاریزماتیک است که در یک لحظه‌ی خاص تاریخی این امکان را می‌یابد که جنبشی به پا کند و با اتکا به آن تغییر اعتبار را ممکن سازد. تغییر اعتبار با یک گفتار بازرگانی مستدل می‌شود. گفته می‌شود که به نفع شماس است که به ارزشهای تازه بگروید.

گفتار بازرگانی

هر دینی خود را با منافع تعریف می‌کند. در دینهای ساده تمجید از خود ساده است و کسی را که در محیط زایش آن دین نباشد، قانع نمی‌کند. وقتی مثلاً من ندانم فلان کوه کجاست، در من هیجانی برانگیخته نمی‌شود اگر بدانم با گرویدن به کیشی خاص ارواح ساکن بر قله‌ی آن یاور من خواهند شد. گفتار بازرگانی دینی در جامعه‌ای با یک بازرگانی پیشرفته، به صورت متکاملی درمی‌آید. حسابداری متکامل دینی بر اساس این قاعده است که دنیا مزرعه‌ی آخرت است. کشت درست را قاعده‌های شریعت تعیین می‌کنند. متخصص شریعت به ما در نقشی چون مشاور بانک توصیه می‌کند که چه بیندوزیم و به چه مقداری، تا در این دنیا و آن دنیا برداشتهای مطلوب را داشته باشیم. در برخی آثار دینی حساب هر چیزی با دقت تعیین شده است: اگر چنین کنی، در این جهان این فایده را می‌بری و در آن جهان فلان تعداد خانه در بهشت نصیب می‌شود و اگر چنان کنی، گرفتار بهمان عقوبت می‌شوی، عقوبتی که جزئیات آن از هم اکنون مشخص است.

حسابداری دوپل

روحانیان، بوروکرات‌های دستگاه دینی هستند. جایگاه آنان در جامعه تابع جایگاه حوزه‌ی دینی است. هر چه ارزی که آنان رواج می‌دهند، خریدار بیشتری داشته باشد، بر نفوذ و قدرت فردی و جمعی آنان افزوده می‌شود. آنان با دقت ویژه‌ای حساب دو چیز را دارند: حساب ارزش دینی و حساب بارآوری اقتصادی پولی آن را. راز و رمز شیوه‌ی برخورد تشکیلات دینی به اتفاق‌های سیاسی را در درجه‌ی نخست باید در این حسابداری جست. نمونه: موضوعی که در بحث بر سر ملت و ملیت‌باوری در عصر جدید بسیار کاویده شده، نقش دین در جنبشهای ملی است. وجه اقتصادی این جنبشها در یک بیان ویژه، تلاش گروهی از مردم، که خود را ملت می‌خوانند، برای داشتن یک بازار مستقل است. دفاع از ارزش ملی چه بسا به صورت یک حرکت دینی درمی‌آید. ارزش دینی و ارزش اقتصادی در هم آمیزند و روحانیان به صورت رهبران ملی درمی‌آیند. دین منفعت ملی می‌یابد.

سکولاریزاسیون

موضوعیت سکولاریزاسیون، وجود حسابداری دوپل دنیوی-اخروی است. اگر دستگاه دینی فقط حساب و کتاب

آخرت را می‌داشت، چیزی به نام سکولاریزاسیون مطرح نمی‌شد. این اطمینان خاطر را اما به حسابداران دستگاه دینی می‌دهیم در جایی که سکولاریزاسیون خودش یافته، یعنی بوروکراسی دینی از دخالت در بوروکراسی دولتی منع شده، حسابداری دویل دینی همانچنان پا برجاست، چنان که واتیکان را در جامعیتش نمی‌توان فهمید، مگر آن که آن را به عنوان یک بانک و کلا یک کنسرن اقتصادی در نظر گرفت. بر این قرار سکولاریزاسیون، پارسایی کاملی را به دستگاه دینی تحمیل نمی‌کند. کاری که می‌کند جلوگیری از درآمیزی سه ارز دینی، اقتصادی و دولتی با یکدیگر است که شرارت‌هایی باورنکردنی را موجب می‌شود.

علت هراس از سکولاریزاسیون

تشکیلات دینی، حسابداری دویل دنیوی-اخروی خود را به شدت انکار می‌کند. هراس از سکولاریزاسیون هراس از جاری شدن این قاعده‌ی سکولار است که همه‌ی حسابها باید رو باشند و دولت موظف است که همه را بی‌طرفانه حسابرسی کند. برای اداره‌ی مالیات دولت سکولار، تشکیلات دینی چیزی نیست جز یک بنگاه اقتصادی. اگر هم در جایی تخفیف مالیاتی می‌گیرد، این بایستی بر پایه‌ی قانونی با جوانب روشن باشد.

سه وظیفه‌ی اقتصاد سیاسی دین

به دلیل وجود ارزش سه‌گانه‌ی سکه‌ی دینی، سکه‌ی پولی و سکه‌ی قدرت، اقتصاد سیاسی دین وظیفه‌ی سه‌گانه‌ای دارد: یک کار آن تحلیل ارز دینی و بررسی پویای سرمایه‌ای آن است، کار دوم آن سنجش چگونگی تبدیل آن به ارز پولی و کلا بررسی مناسبات میان این دو نوع ارز با توجه به وظیفه سوم است که همانا پرداختن به مناسبات میان سکه‌ی دین و سکه‌ی قدرت است. به این اعتبار "اقتصاد سیاسی دین" در درجه‌ی نخست نوعی ایدئولوژی‌سنجی است و در درجه‌ی دوم دانشی است کمک‌کار جامعه‌شناسی، سیاست‌شناسی، خود اقتصاد و نیز طبعاً دین‌شناسی.

اقتصاد سیاسی دین-۱۰

وجه ارتباطی دین

در اقتصاد سیاسی دین، دین اساساً به مثابه نوعی تعلق اجتماعی و کلاً نوعی رابطه‌گیری اجتماعی یا منشی در روابط اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. بر این قرار درک ایده‌ی این اقتصاد، پیش از هر چیز مستلزم توجه ویژه به وجه ارتباطی دین است.

دیانت به مثابه تعلق گروهی

دین در معنای مشخص اجتماعی آن تعلق داشتن به گروهی است. یهودی بودن به معنای تعلق به جامعه‌ی یهودی است و مسلمان بودن تعلق به جامعه‌ی مسلمان است. اسلامی جدا از مسلمانی وجود ندارد. مسلمان بودن یعنی در متن یک مناسبات تاریخی قرار گرفتن و بازی اجتماعی‌ای را مسلمانانه بازی کردن.

دین به مثابه قرارداد اجتماعی

دین یک واسطه‌ی ارتباطی است، واسطه‌ی ارتباطی‌ای با دو کارکرد: کارکرد یکم شکل و شیوه‌ی تماس‌گیری با ساحتی است که فرهنگ قابل به وجود آن است و قدسی‌اش می‌نامد، و کارکرد دوم برقراری نوعی رابطه میان انسانهاست. برخلاف تصور رایج کارکرد اول فرعی است و کارکرد دوم است که اصلی است. بقا و تداوم تاریخی دین نه به ترس از طبیعت و موجودهای پنداشته‌ی ماوراءالطبیعی، بلکه به ترس انسان از انسان برمی‌گردد. دین قرارداد اجتماعی است، اما قراردادی که با بحث و فحص قرارداد نشده، بلکه به گونه‌ای اسرار آمیز مقرر شده است.

فرعی بودن الهیات

در دین اسلام به خوبی می‌توانیم دو کارکرد دین را ببینیم. روایت رسمی حوزوی آن را در نظر می‌گیریم و آن را به صورت یک کتاب چند جلدی تصور می‌کنیم: امتیاز می‌دهیم و می‌گوییم جلد اول الهیات است. در واقعیت اما این نیست، زیرا مثلاً در شیعه - نه در شیعه‌ی کتابی مؤمنان درسخوانده‌ی امروزی، بلکه به عنوان مذهبی که زندگی شده و زندگی می‌شود - الهیات واقعی بیشتر شامل امامها و امام زاده‌هاست. اگر از الفاظ مقدس در کلام روزمره‌ی یک شیعه معمولی آمار بگیریم، به راحتی به این نکته پی می‌بریم. به هر حال الهیات کتاب نازکی است، بقیه مجلدات را فقه تشکیل می‌دهند. سیره نبوی و سیره‌ی امامان در مذهب شیعه و نیز احادیث اساساً در خدمت فقه هستند. فقه به روابط میان انسانها برمی‌گردد.

مشکل روشنگران

روشنگران به وجه ارتباطی دین کم‌توجه بوده‌اند و به این جهت از جان‌سختی دین تعجب کرده‌اند. آنان با بخش الهیاتی دین درگیر شده‌اند و از وجه مبادله‌ای آن در رابطه‌های انسانی غافل بوده‌اند. علم به‌عنوان علم - اگر توده، درسخوانده باشد - شاید الهیات را پس زند، اما جای کدهای ارتباطی‌ای را نمی‌گیرد که دین عرصه کرده است.

الهیات دینی و الهیات فلسفی

در نزد عده‌ای از فیلسوفان، الهیاتی می‌یابیم معقولتر از الهیات هر دینی. اما الهیات آنان را توده‌ها نمی‌پذیرند چون هم پیچیده است و با باشنده‌هایی با صورت و سیرت انسانی کار نمی‌کند و هم این که مجموعه‌ی کدهایی را عرضه نمی‌کند که حکم قرارداد اجتماعی را داشته باشند. از خدای هگل کسی نمی‌ترسد. خدای کانت تمرکز تشویق اخلاق و سرزنش اخلاقی در جایی مشخص نیست. او چیزی چون جهنم و بهشت ندارد. هگل می‌توانسته است در سیستم

خود بسیاری چیزها را استنتاج کند. به "دائرة المعارف" او رجوع کنید تا دریابید. در آنجا ولی به چیزی چون مار غاشیه برنمی‌خورید.

کسی که می‌خواهد فرق فلسفه و دین را دریابد بایستی در یک روز دو کتاب را با هم بخواند: "نقد خرد عملی" کانت و "مبدأ و معاد" آیت‌الله دستغیب شیرازی را. اولی ما را با لذت ناب عقل از کار نیک و سرزنش عقل از بدکاری آشنا می‌کند و دومی ما را به بهشت و دوزخ دینی می‌برد. کانت در اوج انتزاع می‌ماند، دستغیب اما چنان توصیف مشخصی از بهشت و دوزخ می‌دهد که انگار خود معمار آنها بوده است.

دین در پهنه‌ی اختلاف

بهشت و دوزخ خود مکانهایی اجتماعی هستند. ورود به آنها حساب و کتاب دارد. میزان سنگینی کفهی اعمال خوب یا بد، تکلیف ورود به بهشت یا جهنم را تعیین می‌کند. اعمال، حسابگرانه سنجیده می‌شوند و فرد در نهایت جایی را در یک پهنه‌ی اختلافی اشغال می‌کند. دینداری چه در این جهان و چه در جهانی که دین به عنوان آن-جهان در برابر این-جهان می‌نهد، در جایی مستقر بودن است که مختصه‌های آن در این-جهان حساب‌شدنی هستند و در آن-جهان حساب‌شده. پهنه‌ی استقرار دینداری را پهنه‌ی اختلافی می‌نامیم، چون به‌عنوان پهنه‌ی اجتماعی، عرصه‌ی اختلاف است، هر نقطه‌ای در آن متمایز از نقطه‌ی دیگر است و این تمایز نشسته بر متن یک قشربندی اقتصادی و سیاسی مبنای بهر‌موری از امتیازهایی خاص یا محروم شدن از آنها می‌شود.

سرمایه‌ی دینی

دین در برابر اختلافهای اجتماعی خنثا و بی‌تفاوت نیست. آنها را توجیه می‌کند، آنها را دگرگون می‌کند، به آنها مشروعیت می‌دهد، با دگرگون شدن آنها مخالفت می‌کند. دین داور یا حتما ناظر بی‌طرف نیست. حوزه‌ی دینی و کانونهای قدرت در آن خود یک پای دعوای هستند. میزان نیرویی که اعمال می‌کنند، متناسب با آن چیزی است که ما آن را، از منظر اقتصاد سیاسی دین، سرمایه‌ی دینی می‌نامیم. سرمایه در اینجا نیز، همچنان که مارکس تصریح کرده است، نه صرفاً انباشته‌ای مادی، بلکه یک رابطه‌ی اجتماعی است.

اقتصاد سیاسی دین-۱۱

آغاز پدیدارشناسانه‌ی اقتصاد سیاسی دین

کسی که توجه ویژه به رابطه‌ی دین و اقتصاد را از آموخته‌ایم و می‌توان او را بنیانگذار دانش اقتصاد سیاسی دین دانست، ماکس وبر است. موضوع اصلی پژوهشهای او رابطه‌ی میان منش دینی و منش اقتصادی است. آثار او و بحثهایی که گرد آنها درگرفته، به ما می‌آموزند که بررسی چنین رابطه‌ای محدود به بررسی تأثیر یک ذهنیت بر روی یک عینیت نیست، بلکه در نظر گرفتن کلیتی است که فهم پویای آن، مستلزم تفکیک حوزه‌های مختلف کنشگری در آن سیستم و بررسی تأثیرهای آنها بر یکدیگر است.

همسانی حوزه‌ی دینی و حوزه‌ی اقتصادی

نحوه‌ای از بررسی تأثیر حوزه‌ی دین بر روی حوزه‌ی خاص اقتصاد دیدن نوعی همسانی میان آنهاست که باعث می‌شود ارزش رایج در حوزه‌ی دین ترجمانی در حوزه‌ی اقتصادی یابد، بر پویای ارزشهای اقتصادی تأثیر بگذارد و به طور مشخص به آن تبدیل‌پذیر باشد. با دیدن این همسانی است که می‌توانیم در اقتصاد سیاسی دین تا حدی از مدل اقتصاد سیاسی در معنای اخص آن بهره ببریم.

تاریخ طولانی دین

یک چهره‌ی نامدار تاریخ اقتصاد سیاسی کارل مارکس است. مارکس اقتصاد سیاسی را با بحث کالا شروع می‌کند. کالا پدیده‌ی مشخصی است که در سرمایه‌داری به نهایت تشخص می‌رسد، بدین صورت که بر تمامیت چیزها گسترش می‌یابد و خود را به‌عنوان واقعی‌ترین نحوه‌ی وجودی واقعیت می‌نماید: واقعیت یعنی کالا، جهان یعنی انباری از کالاها. تمامیت‌خواهی کالایی اراده به تبدیل هر چیزی به کالا است. از همین نکته نیز که حرکت کنیم به دانشهای جزءبینی می‌رسیم که حوزه‌های معینی را در زیر مجموعه‌ی موضوعهای اقتصاد سیاسی می‌کاوند. یکی از آنها می‌تواند مثلاً اقتصاد سیاسی هنر باشد، یکی اقتصاد سیاسی دین. این سبک کار موجه است، اما ما این گونه حرکت نمی‌کنیم. اقتصاد سیاسی دین می‌تواند، آن گونه که در آثار ماکس وبر ببینیم، هویت مستقلی برای خود داشته باشد. دین تاریخی طولانی دارد و تاریخ اقتصاد آن به دوران سرمایه‌داری محدود نمی‌شود.

نحوه‌ی ورود به اقتصاد سیاسی دین

ما جای‌جای از اقتصاد سیاسی کلاسیک می‌آموزیم. اولین چیزی که می‌آموزیم نحوه‌ی ورود به موضوع است. به پیروی از مارکس ما نیز بحث خود را با مقوله‌ی کالا می‌آغازیم. موضوع بحث ما اقتصاد سیاسی دین است، پس درمی‌نگریم که کالای دینی چیست.

نحوه‌ی شروع "سرمایه"

مارکس در ابتدای اثر گرانسنگش "سرمایه" چنین می‌نویسد: «ثروت همه‌ی جامعه‌هایی که در آنها شیوه‌ی تولید سرمایه‌داری مسلط است، همچون توده‌ی عظیمی از کالا می‌نماید، که هر کالای مجزا یک صورت عنصری از آن است. از اینرو پژوهش ما با تحلیل کالا می‌آغازد.» استدلالی که مارکس برای این نحوه‌ی آغازیدن دارد، توجه به

پدیداری پدیدار است. او می‌گوید پدیداری واقعیت چنین است. به خیابان که می‌رویم کوهی از کالا می‌بینیم. از این توده‌ی عظیم، به پیروی از روش علمی، عنصری نمونه‌وار را برمی‌گیریم و آن را عزیمتگاه تحلیل قرار می‌دهیم.

نحوه‌ی آزمون پدیدارهای اقتصادی دینی

اقتصاد سیاسی دین نیز می‌تواند به همین‌سان پدیدارشناسانه پیش رود. یک اصل بنیادی پدیدارشناسی همپیوندی میان نحوه‌ی پدیداری پدیدار و نحوه‌ی آزمون پدیداری آن است. اثبات این‌که هوای خوزستان در تابستان به شدت گرم است و این‌که آب از دو عنصر ئیدروژن و اکسیژن تشکیل شده است، به یک سان صورت نمی‌گیرد. برای اثبات گزاره‌ی نخست بایستی در مردادماه به اهواز و برای اثبات دومی به آزمایشگاهی با امکانات لازم رفت. بر این قرار بایستی چشم به عرصه‌ی خاصی دوخت تا بتوان پدیده‌های دینی را هم‌تراز با پدیده‌های اقتصادی دید. این عرصه، نه حوزه‌ی منزهی که در آن فرد از تعلق‌های مادی بریده و مشغول نیایش دینی است، بلکه خود عرصه‌ی اقتصاد سیاسی است. اکنون در ایران به سادگی می‌توان پدیده‌هایی دینی را به‌عنوان پدیده‌های اقتصادی-سیاسی ادراک کرد و آنها را به لحاظ علمی همچون واقعیتی که مبنای تحلیل علمی است، مهار کرد.

بود و نمود دین

به قراری که بارها و بارها آزموده شده، طبعاً اعتراض خواهد شد که آنچه شما در عرصه‌ی اقتصاد سیاسی می‌بینید رنگ دینی دارد، به نام دین نمود می‌یابد و شما با عزیمت از پدیداری آن برای خود موضوعی را زیر عنوان اقتصاد سیاسی دین جعل کرده‌اید که بیگانه با جوهر دین است. در پاسخ می‌گوییم: جدا کردن نمود از بود و بود تاریخی از بود آرمانی، یک امر اعتقادی است و با استدلال نمی‌توان آن را پس زد. این بطلان‌ناپذیری به معنای برخورداری از یک حقیقت ویژه نیست. ارزش آن هم‌تراز با ارزش ادعایی از این شاهانی که بر صحنه‌ی تاریخ حضور یافته‌اند، شاهان حقیقی نیستند، شاه حقیقی شاهی است که فقط به چشم عده‌ای حقیقتاً بصیر می‌آید؛ بصیر که شدید، آنگاه دیگر در مورد گوهر پادشاهی داوری صحیحی خواهید داشت!

اقتصاد سیاسی دین-۱۲

کالای دینی

شروع بحث اقتصاد سیاسی دین رجوع به واقعیت پدیداری آشکار دین در عرصه‌ی اقتصادی-اجتماعی است. در جامعه پدیده‌هایی وجود دارند که از یکسو دینی و از سوی دیگر آشکارا امور واقع و عاملهای واقعی اقتصادی و

سیاسی هستند. در ایران امروز، آموزه‌ی رسمی حکومتی حتا به این امکان را می‌دهد که فقط نگوئیم یک پدیده از یک سو دینی و از سوی دیگر اقتصادی یا سیاسی است، بلکه بگوئیم پدیده، پدیده‌ای است دینی-اقتصادی-سیاسی.

اهمیت آموزه‌ی رسمی حکومتی

آموزه‌ی رسمی بر جامعیت دین تأکید دارد، جامعیتی که باعث می‌شود اقتصاد و سیاست نیز زیر چتر دین قرار گیرند. ما با آموزه‌ی رسمی در مورد همبستگی عمیق میان حوزه‌های دین، اقتصاد و سیاست موافقت کامل داریم. بر این مبنا ما حوزه‌ی دینی را اساساً یک کمپلکس دینی-اقتصادی-سیاسی و به لحاظ این که سیاست دینی سخت با امر قشون پیوند خورده است، آن را یک همتافته‌ی دینی-اقتصادی-سیاسی-نظامی می‌دانیم. آموزه‌ی رسمی و جاری حکومتی در ایران رنج و زدالت بسیار بار آورده، اما این برکت را دارد که بتوان در چهره‌ی آن، این همتافتگی را دید، همتافتگی‌ای که ویژه‌ی امروز نیست و ریشه‌ی عمیقی در تاریخ دارد.

نیاز به یک مدل ساده

نظر به کمپلکس حکومت اسلامی انگیزه‌ی طرح ایده‌ی اقتصاد سیاسی دین را تقویت می‌کند، اما پیشبرد طرح نمی‌تواند با بررسی همین امر پیچیده بیاغازد. ما بر پایه‌ی روش تحلیلی به مدل ساده‌ای نیاز داریم تا رابطه‌های خاصی را بهتر بشناسیم و به مقوله‌هایمان شفافیت دهیم. ما بر این قرار کالای دینی را نخست در شکل ساده‌ای در نظر می‌گیریم.

شرط وجود کالای دینی

اگر دینها چنان بودند که چیزها و مکانهایی را مقدس اعلام نمی‌کردند، برای ابراز دیانت مراسمی خاص نداشتند و دستگاه دینی‌ای ایجاد نمی‌نمودند که کارگزاران آن عهده‌دار پاسداری از اشیا و اماکن دینی، برگزاری مراسم دینی و تفسیر متون و احکام دینی باشند، در این صورت نمی‌توانستیم پدیده‌ی مشخصی را بیابیم که بر آن کالای دینی نام نهیم. دین چیزی برای معاوضه نداشت. مثلاً کسی نبود که دعایی بخواند و در عوض اجرتی دریافت کند. در این حال دین حل شده در فرهنگ بود و می‌شد آن را به صورت مجموعه‌ای از کدهای زبانی تعبیر کرد.

دیانت آشکار و پنهان

در بحثهای جدید درباره‌ی جامعه‌شناسی دین میان دیانت آشکار و دیانت پنهان فرق گذاشته می‌شود. دیانت آشکار جلوه‌ی آشکاری دارد و مثلاً خود را به صورت حضور در اماکن دینی نشان می‌دهد. پدیده‌ی دیانت پنهان بروزیافته در دیانت مدرن است. در دیانت مدرن است که روگردانی از حوزه‌ی رسمی دینی جلوه‌ی بارزی می‌یابد. مبنای هستی دین به عنوان دیانت آشکار، حوزه‌ی دینی است. دیانت پنهان درست به دلیل استقلال‌جویی‌اش از آن حوزه‌ی رسمی دینی چنین عنوانی یافته است و هنوز وجودش با مرزبندی‌اش مشخص می‌شود. شاید آنچه اینک دیانت پنهان خوانده می‌شود، در آینده به شکل غالب دینداری بدل شود. تا آن هنگام اما به راحتی می‌توان دین را به

وجود حوزه‌ی دینی برگرداند. این حوزه، حوزه‌ی اجتماعی‌ای است که تخصصش تولید، عرضه و توزیع کالاهای دینی و تعیین قیمت اولیه‌ی آنهاست.

خدمات دینی

کالای دینی یا به مصرف ساده‌ی دینی می‌رسد یا از آن به‌عنوان ابزار استفاده می‌شود. کارکرد نمادین آن در حالت نخست در محدوده‌ی خاص دیانت می‌ماند، در حالت دوم مبنای کنش‌گری در حوزه‌های دیگری چون سیاست و اقتصاد می‌شود. در ابتدا شکل ساده‌ی نخستین را در نظر می‌گیریم، که عمدتاً به صورت خدمات دینی است. متخصصانی برای عرضه‌ی این خدمات وجود دارند. دیگران از آن بهره می‌گیرند. عرضه‌ی خدمات دینی و بهره‌گیری از آنها هسته‌ای اقتصادی دارد. یک طرف چیزی را می‌فروشد و طرف دیگر می‌خرد. این معامله معمولاً پنهان می‌ماند. قاری ساده‌ی گورستان آشکارا وجهی طلب می‌کند، آنهایی که بدنه‌ی میانه و بخش اشرافی روحانیت را تشکیل می‌دهند، خود را به صورت فروشنده‌ی خدمات دینی معرفی نمی‌کنند. حوزه‌ی دینی حوزه‌ای است که خود را با این ادعا معرفی می‌کند که بیشترین فاصله را با حوزه‌ی اقتصاد دارد. هر کس دروغ بزرگی در زندگی خود دارد. دروغ بزرگ حوزه‌ی دینی برائت آن از مادیات است.

در بخش آینده بحث بر سر کالای دین را پی می‌گیریم .

اقتصاد سیاسی دین-۱۳

کالای دین و کیفیت اجتماعی مصرف آن

در بخش پیشین، بحث بر سر سویه‌ی کالایی دین را آغاز کردیم. گفتیم که کالای دینی یا به مصرف ساده‌ی دینی می‌رسد یا از آن به‌عنوان ابزار استفاده می‌شود. کارکرد نمادین آن در حالت نخست در محدوده‌ی دیانت می‌ماند، در حالت دوم مبنای کنش‌گری در حوزه‌های دیگری چون سیاست و اقتصاد می‌شود. برای ما حالت دوم جذاب است، اما برای آنکه مدل‌سازی خود را گام‌به‌گام پیش ببریم و نخست از امور ساده سر در بیاوریم تا در برخورد با امور پیچیده سردرگم نشویم، در آغاز فقط به حالت یکم می‌پردازیم.

صنف دین‌پیشگان

در مدل آغازین، حوزه‌ی دینی را با دستگاه رسمی دینی، یعنی بوروکراسی روحانی، یکی می‌گیریم. مصداق تاریخی این نوع یکی گرفتن را بورديو در کلیسای کاتولیک در قرون وسطا می‌بیند. در این دوران، جامعه دینی است اما کار دین به طور مشخص بر عهده‌ی صنف خاصی است که گفتار و رفتاری ویژه‌ی خود دارد. اهل دین که می‌گوییم به این صنف نظر داریم.

رازهای مالی حوزه

اعضای صنف دین-پیشه کالاهای دینی را عرضه می‌کنند و بقیه‌ی جامعه آنها را می‌خرند و به مصرف می‌رسانند. کسی جز آنان جواز دین-فروشی ندارد. جنبه‌ی کالایی این کالا معمولاً نادیده گرفته می‌شود و ارباب دین اصرار ویژه‌ای دارند که کارشان به‌عنوان نوعی فروش خدمات جلوه نکند. هر چه به رأس دستگاه روحانی نزدیکتر شویم، این اصرار شدیدتر می‌شود. دستگاه دینی در خود هستی‌شناسی الهیاتی خود را بازتاب می‌دهد. بر مبنای این هستی‌شناسی، پهنه‌ی هستی کهتر و مهتر دارد. پایین‌تر مادی‌تر است و بالاتر معنوی‌تر. دستگاه روحانی فقط در پایین خود است که سعی ویژه‌ای در پنهان کردن روابطش با جهان مادی ندارد؛ در بالا اما پنهانکاری محض برقرار است. هیچ کس حساب دخل و خرج بالایی‌ها را ندارد. هم در قم، هم در واتیکان هیچ رازی چون راز مالی پنهان داشته نمی‌شود.

دین یعنی ظاهر دینی

جنبه‌ی مصرفی کالای دین را برخلاف کالاهای دیگر نمی‌توان با کیفیت مصرف آن توضیح داد. مصرف کالای دین مقایسه‌پذیر نیست با مصرف کالایی چون بالاپوشی که به کار مصون ماندن از سرما می‌آید. جامعه‌ی دینی نه به لباسی با کارکرد پوشاندگی، بلکه با کارکرد تظاهری و به بیان علمی نمادین می‌ماند. ما با پوشیدن چنین لباسی تعلق خود را به یک گروه اجتماعی و پیروی از مد زمانه به نمایش می‌گذاریم. کالای دینی حتا در جامعه‌های ابتدایی قرابت ویژه‌ای با کالاهای جامعه‌ی مصرفی سرمایه‌داری از خود نشان می‌دهد. جنبه‌ی طبیعی مصرفی فرع است، آنچه اصل است خودنمایی است. بدین خاطر می‌توان گفت توضیح دین از طریق یک الهیات یا مابعدالطبیعه تحریف بزرگی است. دین، دین ظاهر است. وجه باطنی دین به یک اعتبار اختراع و سرگرمی یک اقلیت کوچک "روشنفکر" است و به اعتباری دیگر وسیله‌ای تبلیغی است برای پوشاندن خصلت بنگاهی دستگاه دینی.

تک‌سازه‌ی خدایی

به نان یک نیاز طبیعی وجود دارد، اما به نهاد دین نه. البته در رشته‌ی تازه تأسیس شده‌ی پی‌یزدان‌شناسی (neurotheology)، که "الهیات"ی بر پایه‌ی عصب‌شناسی (پی‌شناسی) است، می‌کوشند، برای دین مبنایی طبیعی پیدا کنند. یکی از نامداران این رشته دانشمند پی‌شناس هندی‌تبار مقیم ایالات متحده رامانچندران (Vilayanur S. Ramachandran) است. او از آزمایشهایی که خود و همکارانش کرده‌اند، این تفسیر را نموده که در مغز گروه کثیری از انسانها در ناحیه‌ای پشت گوش چپ یک هم‌تافته‌ی نورونی وجود دارد که آنگاه که تحریک می‌شود،

افراد دچار شور و حال دینی می‌شوند. بر این همتافته‌ی عصبی در مغز "تکسازه‌ی خدایی (God Module)" نام نهاده‌اند. به باور رامچندران و همکارانش ژن خاصی این تکسازه را ایجاد می‌کند. کسانی که کشش دینی ندارند، از آن سهمی نبرده‌اند.

اجتماعیت دین

اما حتی اگر مستعد بودن برای دینداری از راه تکامل ژنتیک و جهشها و اختلالهایی که در جریان آن پدید می‌آید، توضیح‌دانی باشد، باز برای آن که بدانیم دین چیست، باید به جامعه رجوع کنیم. دین پدیده‌ای اجتماعی است.

نگرش پی-یزدان‌شناسان به دین در ادامه‌ی نگرش گروهی از روشنگران است که دین را نوعی آگاهی دروغین تعبیر می‌کرده‌اند، آگاهی‌ای که آگاهی نیست، آگاهی‌ای که در واقع ناآگاهی است. مسئله اما این است که جنبه یا بخش کوچکی از دین را می‌توان به عنوان آگاهی تعبیر کرد و بحث کرد در مورد راستی یا ناراستی آن. دین یک کنش اجتماعی است، یک همکنشی است. دین یک مبادله است. هرگاه که در جامعه‌ای حوزه‌ی دینی‌ای شکل گیرد، این مبادله شکل معاملی اقتصادی نیز به خود می‌گیرد. دین بر زمینه‌ی معامله‌ای خود به صورت کالا درمی‌آید. این کالا از آغاز غیر طبیعی بوده است.

اقتصاد سیاسی دین-۱۴

استاندارد کالاهای دینی

در ورود به اقتصاد سیاسی دین مدل ساده‌ای را پیش گذاشته‌ایم: حوزه‌ی دینی‌ای وجود دارد که همان تشکیلات کاهنان است، کار این حوزه تولید و عرضه‌ی کالای ایمانی است که عمدتاً به شکل خدمات دینی است، مثلاً در ایفای نقشی برای دادن فضای دینی یا انجام مراسمی برای تضمین‌دهی دینی در مجلس عزای عروسی. بخش بزرگی از جامعه، که هنوز معمولاً اکثریت اهالی‌اند، مشتریان کالاهای دینی هستند.

علقه‌ی دینی

نیاز به مصرف کالای دینی نه برای برآوردن خواستی طبیعی، چون نیاز به نان و آب و مسکن و پوشاک، بلکه پاسخگویی به یک نیاز اجتماعی است. این نیاز اجتماعی همچون هر نیاز اجتماعی دیگری از راه برساخته‌ای اجتماعی برآورده می‌شود. نیاز دینی از علقه‌ی دینی برمی‌خیزد که نوعی علقه‌ی گروهی است. تعصب دینی را بایستی یکی از شکل‌های بروز تعصب گروهی به شمار آورد.

تعصب و ناامنی

تعصب در محیط نامطمئن پا می‌گیرد. همان ناامنی‌ای که به دولت شکل می‌دهد، دین را نیز پدید می‌آورد. این ناامنی عمدتاً خطری است که انسانها برای یکدیگر ایجاد می‌کنند. دین مجموعه‌ای از کدها و کانالهای ارتباطی است که یا مستقیماً اجتماعی هستند، یا این که مبنایی اجتماعی دارند. رابطه با سرور آسمانی از نوع دوم است. همه‌ی مفهومهایی که سلطه و سروری را می‌رسانند، از رابطه‌های زمینی برگرفته شده و برای توصیف رابطه‌ی زمین با آسمان قدسی به خدمت گرفته شده‌اند.

دین و نابرابری

کدهای دینی برای مبادله‌ی اجتماعی هستند. دینی که کدهای آن منحصر به کدهای ارتباط قلبی و خصوصی با عالم قدسی باشد، وجود ندارد. مبادله‌ی کدهای دینی در محیط نابرابر و نامطمئن صورت می‌گیرد. این کدها هم زمینه‌ای این گونه دارند و هم پاسخی به نابرابری و عدم اطمینان‌اند، پاسخی که فقط از جنس واکنش نیست. دین بر محیطی که در آن پدید می‌آید، تأثیرهای عمیقی می‌گذارد. تأثیرگذاری دین بر جامعه، نه تأثیرگذاری از بیرون، بلکه یکی از شکلهای خودپویی اجتماعی است.

دین، مشروعیت‌دهنده به دگرگونی‌ها و مخالفت‌کننده با دگرگونی‌ها، توجیه‌کننده اختلافها و تعدیل‌کننده آنهاست. مشروعیت‌دهی نیرویی است که درست به دلیل ماهیت آن، در اختیار همگان نیست. همه‌ی شکلهای تجربه‌شده‌ی مشروعیت‌دهی دینی در جامعه‌های قشربندی‌شده، مشروعیت‌دهی از سوی نهادی دینی بوده است. جامعه‌ی دینی نمی‌تواند جامعه‌ی انسانهای برابر باشد، در درجه‌ی نخست به اعتبار نفس دیانت. در جامعه‌های تکامل‌یافته، قاعده این است که کسی از کسی دیگر متدین‌تر باشد، و مهمتر از این، کسی متخصص باشد و کسی از وی پیروی کند.

دین یعنی خدمات دینی استاندارد

خدمات دینی ارزشی ندارند، اگر هر کسی قادر به عرضه‌ی آنها باشد. آنها بایستی استاندارد باشند و از سوی متخصصان دینی عرضه شوند. استاندارد بودن و نیاز به عرضه توسط کاردان، دو پدیده‌ی همبسته هستند. استاندارد شدن به متخصص نیاز دارد و خود تخصص ایجاد می‌کند. متخصص، کاردانی را با آگاهی بر استانداردها موجه می‌کند. کاردان دینی بایستی توسط نهاد کاردانی دینی، که در مدل ساده‌ی ما مترادف با حوزه‌ی اجتماعی دینی است، تأیید شود.

نیاز به استاندارد در دیانت، مقایسه‌پذیر است با نیاز به استاندارد بودن ارزش رایج. هر کسی نمی‌تواند سکه بزند. به این دلیل که هر کس مجاز به ضرب سکه نیست، سکه به نام کسی خاص زده می‌شود. وجود دینی خاص، وجود دین‌آوری خاص و وجود حوزه‌ای خاص برای پاسداری از دینی خاص با استانداردهای خاص خویش، حلقه‌های یک زنجیر و سویه‌های یک پدیده‌اند.

اشاره‌ای به اخناتون

خاص بودن همواره به معنای توحید الهیاتی نیست. دینی با خدایان کثیر نیز می‌تواند حوزه‌ی دینی خاصی داشته باشد و در درون خود، با وجود کثرت اسامی و مراجع قدسی، نوعی وحدت ایجاد کند. در مصر این اشتراک منافع صنفی زمانی در برابر بینش توحیدی قرار گرفته است. اولین کسی که می‌توانیم با سند تاریخی او را به‌عنوان مخترع توحید بشناسیم، اخناتون فرعون مصر (قرن ۱۴ پیش از میلاد، از سلسله‌ی هجدهم فراغنه) بوده است. او "رع" را خدای واحد اعلام کرد، پرستیدن او را اجباری کرد و خودش را پیامبر وی خواند. کاری ابراهیمی کرد و نمادهای خدایان دیگر را از میان برد. علیه کیش او شورش شد، از جمله چون منافع معابد محلی که گرد خدایان محلی شکل گرفته بود، در خطر افتاده بود. کثرت‌گرایی، مبنای وحدت صنفی شد و بر وحدت‌گرایی الهیاتی غلبه کرد.

اقتصاد سیاسی دین-۱۵

نظریه‌های ارزش و مشکل ارزش کالای دینی

بخش عمده‌ی ارزش کالای دینی به این برمی‌گردد که تولید آن انحصاری است. در هر جامعه تعداد انحصارها محدود است. حتا در برخی جامعه‌های سکولار به لحاظ حقوقی میان دین و فرقه فرق می‌گذارند و برای اولی امتیازهایی قایل می‌شوند.

دو نوع بازارشکنی

ارزش کالای دینی به دو صورت ممکن است پایین آید: یکی این که از تعداد خریداران آن کاسته شود، دیگر این که مرکزهای متعددی انواع و اقسام آن را تولید و عرضه کنند. در حالت نخست با روگردانی از دین مواجه هستیم، در حالت دوم با کثرت‌گرایی دینی. از زاویه‌ی دید یک حوزه‌ی دینی هر دو حالت سخت ناخوشایندند و به نوعی هم‌معنایند، زیرا الحاد و پلورالیسم هر دو یک نتیجه را در بردارند: کم ارزش شدن بهای کالایی که آن حوزه‌ی دینی تولید می‌کند.

نظریه‌های ارزش

اما پیش از این که بحث تغییر در بها، یا به سخن دقیقتر، تغییر ارزش کالای دینی را پی‌گیریم، بایستی دریابیم که در این مورد ارزش را چگونه می‌توان تعیین کرد. در اقتصاد نظریه‌های مختلفی درباره‌ی ارزش وجود دارند. از جمله‌ی آنها باید نظریه‌ی کاری، نظریه‌ی هزینه‌ای، نظریه‌ی مصرفی و نظریه‌ی تعادلی. در نظریه‌ی کاری، مثلا در بیان کلاسیک مارکسیستی، زمان کاری که به لحاظ اجتماعی برای تولید کالایی لازم است، تعیین‌کننده‌ی ارزش آن

کالاست. در نظریه‌ی هزینه‌ای کل هزینه‌ی تولید و توزیع را در ارزش دخیل می‌دانند. در نظریه‌ی مصرفی از موضع مصرف‌کننده به موضوع می‌نگرند و معتقدند که مصرف‌کننده است که در نهایت، بنابر نیازش و ارزش‌گذاری ذهنی و احساسی‌اش، ارزش کالایی را تعیین می‌کند و، به بیان پولی، روی آن قیمتی می‌گذارد. در نظریه‌ی تعادلی که "مدرن" نیز خوانده می‌شود، خط تعیین‌کننده‌ی ارزش را عقربه‌ی نشان‌دهنده‌ی تعادلی می‌دانند که در هر مورد میان عرضه و تقاضا برقرار است.

مشکل تبیین ارزش کالای دینی

هیچ یک از این نظریه‌های اقتصادی به مسئله‌ی اصلی ارزش کالای دینی پاسخ نمی‌دهند. با کمک هر یک از این نظریه‌ها در بهترین حالت می‌توان مقایسه کرد میان شکل عرضه‌ی کالای دینی خاصی توسط دو نفر مختلف که شغلشان دیانت است. منبر این شیخ گرانتر از منبر آن شیخ تمام می‌شود. علت را همان‌گونه می‌توان توضیح داد که چرا مثلا کالای دارای این مارک گرانتر از کالای دارای آن مارک است، یا چرا فلان مطرب برای شرکت در مجلس بزم ما در مقایسه با رقیبش پول بیشتری می‌طلبد.

منطق حاکم بر ارزش دینی

برای طرح دقیق مسئله به مدل ساده‌ی خود برمی‌گردیم: جامعه‌ای وجود دارد که دارای یک حوزه‌ی دینی است. کار این حوزه عرضه‌ی کالای دینی به شکل خدمات دینی است، خدماتی چون شرکت در مراسم تولد و عروسی و عزاء، خواندن دعا برای تبرک‌دهی و رفع حاجات و کارگزاری دینی در اماکن دینی. موضوع اصلی پرسش از پی ارزش کالای دینی نه این است که چرا این کاهن از آن کاهن اجرت بیشتری دریافت می‌کند، بلکه این است که منطق حاکم بر ارزش دینی چیست.

برخی پرسشها

به جای جواب فوری بهتر است پیاپی سؤال طرح کنیم: بر چه مبنایی و بر چه روالی مجموعه‌ای از کدها و نمادها که دین نامیده می‌شود، چنان بیان ارزشی‌ای می‌یابد که در نهایت به زبان اقتصادی پولی برگرداندنی می‌شود؟ به زبانی ساده‌تر می‌توان چنین پرسید: چرا من باید به آخوند پول بدهم؟ مگر او چه می‌کند؟ چرا کسی دیگر نمی‌تواند کار او را انجام دهد؟ آیا فقط دعای او مستجاب می‌شود؟ اگر چنین است چرا؟ اگر چنین نیست چرا من باید به او رجوع کنم؟ آیا رجوع به کاهن، برای خریدن خدماتی از او، همانند رجوع به مهندس ساختمان است، همانند رجوع به پزشک است، همانند رجوع به تراشکار و صافکار است؟ کاهن مثلا وردی می‌خواند و من چیزی معادل ۱۰۰ دلار به او می‌دهم. در اینجا چه اتفاقی می‌افتد؟

کالای دینی و نظریه‌ی ارزش‌زایی کار

یک دلار می‌دهم و یک بستنی می‌خرم. یا این که یک دلار می‌دهم و صاحب دو عدد مداد می‌شوم. در این حال به‌عنوان مثال از دید نظریه‌ی کاری ارزش در مبادله زمان کار لازم به لحاظ اجتماعی برای تولید این یا آن کالا به

مثابه جوهر مشترکی عمل می‌کند که اجازه می‌دهد بگوییم این مقدار از این کالا را با آن مقدار از آن کالا عوض می‌کنیم. در مثالی که آوردیم زمان کار لازم به لحاظ اجتماعی برای تولید یک بستنی معادل است با زمان کار لازم برای تولید دو عدد مداد. در نهایت به این جهت است که بهای این دو قلم جنس به این میزان ذکر شده با هم برابرند.

در مورد کالای دینی چه توان گفت؟ به کاهنی چیزی معادل ۱۰۰ دلار می‌دهیم تا به زبان خاص صنف خودش حرفهایی بزند. به نزد پزشک می‌رویم و پزشک به زبان خاص صنف خودش چیزی را روی کاغذ می‌نویسد که نسخه نام دارد. او نیز بابت این کار چیزی معادل ۱۰۰ دلار می‌گیرد. آیا می‌توانیم مثلاً طبق نظریه‌ی مارکس بگوییم که زمان کار اجتماعاً لازم برای خواندن وردی با فلان خصوصیت معادل است با زمانی که به لحاظ اجتماعی لازم است تا در عمل نوشتن یک نسخه‌ی پزشکی تبلور یابد؟

اقتصاد سیاسی دین-۱۶

سیستم و ارزش

مارکس می‌گوید که اگر کالا را به‌عنوان کالا در نظر گیریم، نه به صورت کالایی مشخص که این یا آن مورد مصرف را دارد، در نهایت به این می‌رسیم که کالا در کالابودگی‌اش از آن رو حامل ارزش است، که کار انسانی آن را پدید آورده. کالاهای از نظر مارکس به عنوان تبلور این جوهر مشترک اجتماعی ارزش یا به سخن دیگر کالاهای ارزشی هستند. این رویکرد در بحث کالای دین به کار ما نمی‌آید. درست است که کالای دینی هم محصول کار انسانی است، اما ارزش آن بدان نیست که از کار پدیدآمده است. چندان جالب نیست اگر بگوییم محصول کار شیخان ارزش دارد، چون برای بار آوردن آن زحمت کشیده‌اند. مشکلی با این نداریم که بگوییم بسیار تلاش می‌کنند، اما این را نیز می‌افزاییم، تنها به این دلیل که تلاش می‌کنند، ارزش آفرین نیستند. خود کالایشان چیز ویژه‌ای است.

درک مارکس از سیستم

مارکس برای باز نمود کل سیستم اقتصادی از کار می‌آغازد. هر بحثی در اقتصاد بحثی است در باب ارزش و از نظر مارکس ارزش در نهایت به کار برمی‌گردد. رویکرد نویسنده‌ی "سرمایه" در آغاز کتابش برخاسته از درک هگلی از سیستم است. تفکر سیستماتیک از دید هگل عزیمت از یک عامل پایه‌ای و توضیح بقیه‌ی چیزها از طریق آن است. این یگانه‌نگاری (مونیسیم) و تک‌عامل‌بینی برای دانشهای اجتماعی از آن رو آفت‌زاست که پیشاپیش این امکان را از آنها می‌گیرد که اجتماع را به صورت کثرت و پدیده‌ای چندین-و-چند-عاملی ببینند. این درک با مفهوم مدرن سیستم نمی‌خواند، که شاخص آن مجموعه‌ای از ارتباطها به صورت همکنشی ستیز آمیز، هماهنگی و

پیروی است. واکاستن آن به یک عامل در بهترین حالت تنها قادر است توضیح محدودی در مورد یک جنبه‌ی مهم و یک گرایش مهم در نحوه‌ی پیدایی، تاریخ یا هستی کنونی پدیده عرضه کند.

نحوه‌ی پرسش از پی عامل اصلی

پرسش محبوب واکاست‌گرایان این است: چه چیزی اصلی است؟ آنها یک چیز را اصل گرفته، هر چه در مجموعه هست را به آن برگردانده و آنگاه دیگر بقیه‌ی چیزها را نادیده می‌گیرند. طرح درست پرسش پی‌جوی عامل اصلی چنین است: چه چیزی در چه مجموعه‌ای در چه موقعیتی برای چه روندی اصلی است؟

ارزش و مبادله

مارکس نمونه‌ی درخشانی از تفکر سیستمی را عرضه می‌کند، آنجایی که برمی‌نماید، در ذات هیچ چیز مجردی چیزی به نام ارزش وجود ندارد. هر چه کالایی را کاوش کنیم، به چیزی به نام ارزش نمی‌رسیم. ارزش خاصیتی طبیعی نیست که به آن دست توانیم یافت با بررسی طبیعت کالاها، مثلاً در مورد کالاهای مادی از راه کاوش فیزیکی یا شیمیایی. ارزش غیر طبیعی است، به این معنا که اجتماعی است. جامعه زمینه مبادله است. ارزش در مبادله معنا پیدا می‌کند. چون چیزی وارد نظام مبادله شود، ارزش می‌یابد، نه این که چون ارزش دارد، وارد سیستم مبادله‌ای می‌شود. اتیکتی بر ذات یک کالا نصب نشده که در این یا آن جامعه این یا آن ترجمان پولی را یابد. در بازار است که به چیز برچسب قیمت می‌خورد و از چیز به کالا تبدیل می‌شود.

زمان و مبادله

مارکس اما متن سیستم مبادله را ترک می‌کند، آنگاه که زیر فشار درک هگلی خود از سیستم، دنبال جوهری در کالا می‌گردد که حامل ارزش باشد. آنگاه که این جوهر ثابت به کار برگردانده شده و کار با زمان کار اندازم‌گیری می‌شود، معنایی از یک پهنه‌ی غیرمبادله‌ای به نام فیزیک به صورت مفهوم پایه‌ای در توضیح پهنه‌ی مبادله‌ای اجتماع به کار گرفته می‌شود. تصحیح بعدی‌ای که در این مفهوم به صورت قید "اجتماعاً لازم" وارد می‌شود، مشکل اختلاط معنایی فیزیک و جامعه را حل نمی‌کند. زمان کار اجتماعاً لازم نیز در نهایت زمان فیزیکی است.

نظریه‌های ارزش و منظرهای استاندارد آنها

هر نظریه‌ای در باب ارزش برای اثبات درستی خود توجه ویژه‌ای می‌کند به نوعی کالا و نوعی بازار و در نقد نظریه‌های رقیب دست روی کالاها یا موقعیتهای خاصی از نظر نیاز یا عرضه و تقاضا می‌گذارد که در منظر استاندارد آن نظریه‌ها قرار نمی‌گیرند. به عنوان مثال منظر استاندارد نظریه‌ی عرضه و تقاضا منظر سوداگرانه است یا نظریه‌ی مارکسیستی ارزش منظر کارگری است که به ماده‌ای خام صورت می‌دهد. اوج قدرت توضیح‌گر مدل مارکس در جایی است که در کارخانه‌ای با زور بازوی کارگر ماده‌ای خام دارای صورت می‌شود. کار ماده‌ای ارسطویی را دارای صورتی ارسطویی می‌کند. این کارکنش یا به سخن دیگر این صورت‌گری در مبادله به‌عنوان ارزش برشناخته می‌شود. مدل مارکس در تبیین ارزش صورت‌گری‌ای چون آهن‌گری تواناست، اما

نمی‌تواند توضیح راضی‌کننده‌ای در مورد صورت‌گیری‌ای از نوع صورت‌گیری علمی، ذوقی، و هنری بدهد. چرا اثری که مثلاً پیکاسو آن را در ظرف چند دقیقه کشیده، ممکن است بهایی داشته باشد بیشتر از بهای کار صد کارگر در تمام طول زندگی کاریشان؟

لزوم تغییر برداشت از ارزش

موضوع کار ما ارزش کالای دینی است. این کالا از آن کالاهایی است که همه‌ی نظریه‌های ارزش را دچار گیج‌سری می‌کند. آیا این کالا کالایی استثنایی است یا بایستی با درک دیگری از ارزش به سراغ آن رفت؟ - درکی متفاوت با آنچه در نظریه‌های رایج ارزش پذیرفته شده است.

اقتصاد سیاسی دین-۱۷

مسئله‌ی ارزش

ریشه‌شناسی ارزش

پیش از آن که بحث ارزش دین در چارچوب اقتصاد سیاسی دین را پی‌گیریم، لازم است در مورد مفهوم ارزش تأمل بیشتری کنیم. ریشه‌ی ارزش "ارج" است که به صورت "ارجه" در اوستایی و "ارگه" در هندی باستانی بدان برمی‌خوریم. ارج هم قیمت است و هم احترام، یا دقیقتر بگوییم آن چیزی که احترام برمی‌انگیزد. در مفهومهای ارج، ارج و ارزش از آغاز ارزیابی اقتصادی و ارزیابی اجتماعی و نمادین به هم پیوند خورده‌اند. در فارسی به تدریج جنبه‌ی اقتصادی ارزش بر جنبه‌ی نمادین آن غلبه می‌کند و واژه عمدتاً باری مترادف با بها و قیمت می‌یابد. معمولاً در جایی که ارزش اجتماعی و نمادین در نظر بوده، از "ارج" استفاده می‌شده است.

تازگی ارزش

با وجود قدمت مفهوم ارزش، عبارتهایی چون "ارزش قابل شدن"، "ارزش گذاشتن"، "ارزش زندگی"، "ارزشهای اخلاقی"، "ارزشهای فرهنگی" و "ارزشهای دینی" همگی جدید اند. آنها نخست از راه ترجمه وارد زبان فارسی شده‌اند. اینک نیروهایی در جمهوری اسلامی خود را "ارزش‌گرا" یا "نیروهای ارزشی" می‌نامند. اینان می‌خواهند با این عنوان‌گذاری خود را به نحو اکیدی پایبند به سنت بنمایند. در سنت اما چنین اصطلاح‌هایی نداریم. اینها اصطلاح‌هایی وارداتی هستند. خاستگاهشان عمدتاً گفتارهای ناسیونالیستی و فاشیستی در اروپاست.

تاریخ مفهوم در اروپا

در اروپا واژه‌های مترادف value همچون "ارزش" فارسی تا پیش از عصر جدید و در دوره‌های آغازین عصر

جدید مترادف با قیمت بوده است. اقتصاد سیاسی کلاسیک این واژه را از زبان روزمره‌ی بازار برمی‌گیرد و از آن یک فن-واژه می‌سازد، ترمی علمی که هر مکتبی بدان بار خاصی می‌دهد. از زمان کانت به بعد گرایش دیده می‌شود که آنچه به لحاظ اخلاقی یا از زاویه‌ی سنجش نیروی داورى ارج‌برانگیز است نیز، ارزش خوانده شود. تحول قطعی در کاربست واژه در متنهای فلسفی را نیچه با تأثیرگیری از سودباوری در فلسفه‌ی اخلاق انگلیسی باعث می‌شود، آن هم با "فراسوی نیک و بد" خاصه جستار یکم آن. از دید این کتاب مسئله‌ی اصلی فلسفه، نه هستی است، نه شناخت، بلکه ارزش است. نیچه می‌نویسد: «از این پس تمامی علم‌ها می‌باید راه وظیفه‌ی آینده‌ی فیلسوف را هموار کنند: و این وظیفه را چنین دریافته‌ایم که کار فیلسوف حل مسأله‌ی ارزش‌هاست و رده‌بندی ارزش‌ها.» (ترجمه‌ی آشوری، ص. ۶۸).

ارج فنودالی و ارزش بورژوایی

از سوی دیگر این گرایش پدید می‌آید که "ارج" فنودالی خود را به پیروی از زبان بورژوازی "ارزش" بخواند. ابتدا دین علاقه‌ی خاصی به لغت "ارزش" پیدا می‌کند و بعد دیگر ایدئولوژی‌ها تمامی حس تفکیکشان را در این واژه می‌ریزند. همه چیز می‌شود ارزش: ملت خودی، دین خودی، هویت خودی، طبقه‌ی خودی و حزب خودی. طرف مقابل خوار شمرده می‌شود، کالایی پست تلقی می‌شود.

عینیت علمی

در برخی حوزه‌ها دعوت به پرهیز از ارزش‌گرایی و ارزش‌گذاری می‌شود. در حوزه‌ای که ارزش آن دانسته می‌شود که ذهنیت دخالت نیابد و از همه چیز ارزیابی‌ای عینی صورت گیرد، ارزش‌گرایی مغل و منفی تلقی می‌شود.

تنوع معنایی ارزش

به نظر می‌رسد که این همه تنوع معنایی اتفاقی نباشد. با عصر جدید ارزش‌ها نظم سنتی‌شان را از دست می‌دهند و نظم‌بخشی به آنها موضوع ثابت ذهن انسانها می‌شود. انسان در برابر معنایی نامتعیین از ارزش قرار می‌گیرد و تعین بخشیدن به آن به ارزش پایدار زندگی‌اش تبدیل می‌شود. در اصل، یعنی در یک معنای اصیل پدیدارشناسانه، میان ارزش در معنای مثلاً اقتصادی آن با ارزش در معنایی مثلاً اخلاقی تفاوت نیست. این تفاوت‌گذاری در مرحله‌ای فراتر از آن ارزش‌گذاری بنیادی‌ای صورت می‌گیرد، که همبسته با بودن انسان در جهان است و نفس ارزیابی را ممکن می‌کند. معنای این نکته‌ی پدیدارشناسانه را می‌توانیم این گونه مفهومی‌تر کنیم: تا درکی از ارزش وجود نداشته باشد، درکی از قیمت وجود ندارد و درست به دلیل همین درک بنیادی است که درکی از کردار وجود دارد که خود را با ارزشهای اخلاقی خوب و بد بیان می‌کند.

وجود و ارزش

وجود انسانی ارزشگذار است. نگاه انسان به جهان با ارزشگذاری همراه است. فرآوردن ارزش و گذاردن ارزش تنیده با فرآوردن و نسبت دادن معناست. به این اعتبار پرسش نیچه از پی ارزش، پرسش از پی وجود ماست.

ویژگی کالای دینی

در دین به خوبی در هم‌آمیزی معناهای مختلف ارزش را می‌بینیم. در آن ترکیب ارزش در معنایی هنجارین با ارزش در معنایی اقتصادی نمود بارزی دارد. کالای دینی کالایی است که گویا از حوزه‌ی ارزشها یعنی هنجارها به حوزه‌ی قیمت‌ها می‌پرد. تنها دین چنین نیست، اما دین نمونه‌ی جالبی برای بررسی نحوه‌ی در هم‌آمیزی ارزشهاست.

ارزش پایه‌ای ارزش مشخصی نیست

بدبینی یا سخره‌گری خاصی لازم است تا از میان ارزشها ارزشی مترادف با بها در معنای اقتصادی را پایه‌ای بدانیم. ما در این بحث جاری این رویکرد را نداریم. ارزشها می‌توانند به هم تبدیل شوند، یعنی مرزهای معنایی میان خود را بزدايند و با هم مترادف شوند. این ترکیب و تبدیل نه اتفاقی، بلکه جنبه‌ی سازنده‌ای از واقعیت وجودی آنهاست. می‌توانیم در برابر تبدیل آنها در موضعی خاص مقاومت کنیم، می‌توانیم نکنیم. برخورد با ارزشها خود عملی ارزشگذارانه است. همین نکته می‌نماید که انسان به لحاظ وجودی ارزشگذار است.

اقتصاد سیاسی دین-۱۸

ارزش و منفی‌بودگی آن

بحث بر سر ارزش دین در کلیت آن در هر جامعه و ارزش خدماتی که عرضه می‌کند، ایجاب کرد که دقیقتر در معنای ارزش بنگریم، زیرا همچنان که دیدیم، نمی‌توانیم از مفهومهای رایج در اقتصاد سیاسی بعینه در پهنه‌ی کار دین‌سنجی استفاده کنیم.

سیر بحث در مورد ارزش

در بخش پیش تاریخ مفهوم ارزش را بررسی‌دیدیم و گفتیم که تنوع معناهای ارزش نیاپستی اتفاقی باشد. و نیز گفتیم که با عصر جدید ارزشها نظمشان را از دست می‌دهند و نظم‌بخشی به آنها موضوع ثابت ذهن انسانها می‌شود. انسان در برابر معنایی نامتعیین از ارزش قرار می‌گیرد و تعین بخشیدن به آن به یک ارزش اساسی در زندگی‌اش تبدیل می‌شود. این بار می‌خواهیم اشاره‌ی پدیدارشناسانه‌ای داشته باشیم به ارزش در بنیادی‌ترین و نامتعیین‌ترین

معنایش. در ادامه به ارزش در مبادله می‌پردازیم و نیز به وجود منفی ارزش. این نکته‌ی آخر را برای بحث اصلی خود نیاز داریم که در بخش بعد زیر عنوان قاعده‌ی منفی تعیین ارزش دین عرضه خواهد شد. پدیدارشناسی ارزش با پدیدارشناسی مربوطیت آغاز می‌شود.

مفهوم جهان

جهان انبانی از چیزها نیست. جهان شبکه است، در کلیت خود شبکه‌ای از شبکه‌هاست. در آن هر چیزی به مجموعه‌ای از چیزهای دیگر مربوط است. معنا از مربوطیت برمی‌خیزد. آنگاه که از پی معنای چیزی می‌پرسیم، می‌خواهیم جایگاه آن را در شبکه‌ی مربوطیتی‌ای بدانیم که جهان ماست. ارزش نیز چنین است. ارزش و معنا هم‌بنیاد اند، یعنی یک خاستگاه پدیدارشناختی دارند. ارزشی که به چیزی می‌نهمیم، بسته به جایگاهی است که برای آن در شبکه‌ی ارتباطی چیزها در نظر می‌گیریم.



مرکزیت انسان

در کانون همه‌ی ارتباطها انسان نشسته است. انسان مرکز جهان است. همه‌ی جهان و کل آنچه در پندارها فراجهان است، گرد انسان می‌چرخند. کتابهای مقدس را نیز که بر خوانیم، آشکارا می‌بینیم که خدا یا خدایان مشغولیتی جز انسان ندارند. انسان زمینی کانون زندگی مقدسان آسمانی را تشکیل می‌دهد.

زیست‌جهان و گیتی تلسکوپ

جهان موضوع دانش‌های طبیعی، جهانی که مثلاً از دریچه‌ی تلسکوپها بر ما پدیدار می‌شود، جهان طبیعی انسان نیست، آن جهانی نیست که در آن متولد می‌شویم، به عنوان عضوی از جامعه بار می‌آییم و در معنایی فرهنگی و تاریخی کاری می‌کنیم و می‌میریم. در گیتی تلسکوپ، می‌توان وجود انسان را نادیده گرفت. گیتی علمی اما انتزاعی از جهان طبیعی انسانی است. در گیتی ارتباط چیزها با انسان قطع می‌شود و آنها به این اعتبار عینی می‌شوند. گیتی هم در کلیت و هم در اجزایش نامفهوم می‌شود، اگر یکسر ارتباط خود را با زیست‌جهان و فهم پروریده در آن از دست بدهد. فهم، در درجه‌ی اول فهم زیست‌جهان است.

انسان‌محوری

زیست‌جهان آشکارا انسان‌محور است. از دید زیست‌جهانی "آهن چیست؟" یعنی "آهن برای چیست؟". آهن برای چیست؟ برای ساختن میخ است. میخ برای چیست؟ برای کوبیدن به دیوار است. برای چه آن را در دیوار فرو می‌کنیم؟ برای آنکه لباسمان را به آن ببویزیم. در نهایت همه چیز برای ماست، و هر چیزی بسته به اینکه چگونه برای ماست و برای ما چه می‌کند، معنایی و ارزشی می‌یابد.

هیچ چیزی به خودی خود ارزشی ندارد. انسان نیز ارزشی ندارد، سوای آن ارجی که به خود می‌نهد. انسان ممتاز است نه به خاطر ارج ویژه‌اش، بلکه به خاطر اینکه با او ارج و ارزش، بودیش می‌یابند.

اجتماعیت ارزش

ارزش‌گذاری انسان و – در معنایی مثبت از ارزش – اینکه انسان چیزها را با ارزش، کم‌ارزش یا بی‌ارزش می‌کند، کنشی نیست که فهم آن با منتزع کردن فرد از رابطه‌های اجتماعی‌اش ممکن باشد. انسان، غوطه‌ور در ارتباط‌های انسانی، با چیزها ارتباط می‌گیرد. ارزش‌گذاری عملی فردی نیست. ساختار پایه‌ای ارتباط‌ها "انسان-انسان-چیز" یا "انسان-چیز-انسان" است.

اگر اجتماعیت انسان را کنار بگذاریم، ارزش تا سطح یک کنش طبیعی ساده برای بقا تنزل می‌یابد، در حد پهنه‌ی ادراک حیوانی در این مورد که این چیز گرسنگی را رفع می‌کند و آن جنبنده موجودی آسیب‌رسان است. بر این قرار ارزش در معنای ویژه‌ی انسانی آن ارزش در مبادله‌های انسانی است. در مبادله‌های انسانی است که ارزشها دسته‌بندی می‌شوند. ارزشی بیان اقتصادی می‌یابد و ارزشی نمی‌یابد. مرزها را نظام ارزش‌گذاری تعیین می‌کند، وگرنه هیچ مرزی وجود ندارد که با استواری هستی‌شناسانه‌ی ارزشها را از هم جدا کند.

ذات منفی ارزش

در جهانی که از یک انسان و یک چیز تشکیل شده باشد، آن چیز نه با ارزش است نه بی‌ارزش. دست کم به دو انسان و دو چیز نیاز داریم تا پدیده‌ای به نام ارزش داشته باشیم. اینکه ارزش مستلزم کثرت چیزهاست، بدان

برمی‌گردد که ارزشگذاری را وجود اختلاف ممکن می‌کند و شرط اختلاف کثرت است. ارزش در ذات خود منفی است. ارزش "الف" به آن برمی‌گردد که "ب" و "پ" نیست و ارزش "ب" به آن برمی‌گردد که "الف" و "پ" نیست.

نمود منفی‌بودگی ارزش

نمود منفی‌بودگی ارزش در بازار در تأکید بر آن تمایزهایی است که یک کالا دارد، تمایزهایی که با الفاظی منفی بیان می‌شوند، مثلاً: این ماشین کاری می‌کند که ماشین‌های دیگر نمی‌توانند. جایی که امکان انتخاب وجود ندارد و برای رفع نیازهایی خاص فقط کالاهایی خاص وجود دارند، ارزش به صورت مثبت بیان می‌شود. نمود بارز منفی‌بودگی ارزش در جایی است که تنوع و همزمان رقابت وجود داشته باشد. برنهیست بنیادی این گفتار در مورد اقتصاد سیاسی دین این است: ارزش دین را بایستی در منفی‌بودگی آن جست. در بخش آینده این تز را تشریح می‌کنیم.

اقتصاد سیاسی دین-۱۹

قاعده‌ی منفی ارزش دین

در سیستم مبادله‌ی جامعه، در مورد دین، آشکارا دو مفهوم از ارزش با هم ترکیب می‌شوند و همین است که بحث ارزش دین را پیچیده می‌سازد. یک مفهوم همان چیزی است که ترجمان پولی آن را قیمت می‌گوییم. مفهوم دیگر ارزش در معنایی مترادف با هنجار است. بر این قرار در مورد کالای دینی، پنداری پای پدیده‌ای در میان است که از پهنه‌ی هنجارها به پهنه‌ی قیمت‌ها می‌پرد. میان پهنه‌ی هنجارها و پهنه‌ی قیمت‌ها نه ورطه‌ای برقرار است نه دیوار چینی، که بخواهیم از یک جهش سخن گوئیم. ارزشها در هم آمیخته‌اند و پرش از ارزشی مثلاً به نام "خوبی" به ارزشی چون "سود" بسیار ساده صورت می‌گیرد. در زندگی واقعی می‌بینیم که این گذار چه آسان انجام می‌شود، نرم و موجه، بی عذاب وجدان و حتا آمیخته با حس طلبکاری.

کالای دین

ما در بررسی خود مدل ساده‌ای را در نظر گرفته‌ایم به صورت جامعه‌ای با یک حوزه‌ی تخصصی دینی. رابطه‌ی دین و سیاست را موقتاً نادیده گرفته‌ایم و فقط به رابطه‌ی دین و اقتصاد توجه داریم. موضوع بحثمان پرسش از پی ارزش است با نظر به کالای دین یا کالای دینی. منظور از کالای دین، کلیت دین به مثابه سرمایه‌ی نمادین است که در این یا آن نوع عرضه‌داشت دین متبلور می‌شود. هر عرضه‌داشت مشخصی را کالای دینی می‌نامیم. کالای دینی

عمدتاً به صورت خدمات دینی است. با این توضیح که هر کالای دینی بازتاب‌دهنده‌ی کلیت ارزشی دین است، می‌توانیم بسته به زمینه‌ی آنی بحث مسامحتاً این دو مفهوم را مترادف گیریم.

منفی‌بودگی ارزش دین

پیشتر در این مورد گفته آمده است که ارزش در ذات خود منفی است. ارزش "الف" به آن برمی‌گردد که "ب" و "پ" نیست و ارزش "ب" به آن برمی‌گردد که "الف" و "پ" نیست. نمود بارز منفی‌بودگی ارزش در جایی است که تنوع و همزمان رقابت وجود داشته باشد. ارزش دین را با بیان خاصی از منفی‌بودگی ارزش می‌توان تعیین کرد: مشخصه‌ی بارز کالای دینی در بحث مقایسه‌ای ارزش نه هزینه‌ای است که بابت خود آن می‌پردازیم، بلکه هزینه‌ای است که باید بپردازیم تا کلاً بی‌نیازی خود را از آن کالا اعلام و تثبیت کنیم یا کالای دینی ساخت کارخانه‌ی دینی دیگری را به جای کالای موجود بگذاریم. ارزش دین به این هزینه‌ی منفی برمی‌گردد، هزینه‌ای که آن را منفی می‌نامیم، چون هزینه‌ی ناشی از یک برخورد نفی‌کننده است. هزینه در اینجا فقط پول نیست. مقدم بر هر چیزی کارمایه‌ی فرهنگی است که بایستی برای نفی به کارگرفته شود.

ارزش دین در هزینه‌ی نفی آن است

در اقتصاد، ارزش کالاها معمولاً در رویکرد مثبت به آنها تعیین می‌شود. درست است که رقابت وجود دارد و در مورد هر کالایی چنان تبلیغ می‌شود که جانشین‌ناپذیر بنماید، اما در وضعیت عادی بازار، مصرف‌کننده با نظر به این که کالایی که می‌خواهد بخرد چه چند و چونی دارد و چگونه و تا چه حد نیازهای او را برطرف می‌کند، بهای آن را می‌پردازد. در مورد دین، آنچنان که آمد، گویا قضیه برعکس است: ارزش دین به مثابه کالا بسته به هزینه‌ی نفی آن دارد. هر چه پیدا کردن جانشینی برای یک دین در یک جامعه پرهزینه‌تر باشد، آن دین پربهاتر است.

ارزش: زمان تاریخی لازم برای نفی

استفاده از فرمول‌بندی‌های مارکسی در توضیح این قاعده می‌تواند مفید باشد. مارکس می‌گوید: ارزش یک کالا بسته به زمان کار اجتماعاً لازمی است که در آن متبلور شده است. قاعده‌ی منفی ارزش دین می‌گوید: ارزش هر دینی بسته به میزان زمان تاریخی‌ای است که بایستی برای نفی آن صرف کرد.

قدرت نفی‌گری دین

در اینجا در توضیح قاعده مثال ساده‌ای می‌زنیم و شرح و بسط آن را به بخش بعدی این گفتار وامی‌گذاریم. می‌توانیم یک اتوموبیل مارک پژو بدهیم و چند رأس اسب بگیریم، می‌توانیم آن را با مقداری طلا عوض کنیم و می‌توانیم آن را با یک اتوموبیل مارک فورد تاخت بزنیم. یک کاهن به ازای وردی که می‌خواند، مثلاً دو عدد مرغ می‌گیرد یا یک کیلو پنیر. اما او حاضر نیست وارد معامله‌ای این گونه شود: وردی برخواند از کیش خاص خود و به ازای آن از ورد خاص کیش دیگری بهره‌مند شود. اتوموبیل این مارک را می‌توان با اتوموبیل آن مارک تاخت زد، اما نمی‌توان کالایی از این دین را با کالایی از آن دین عوض کرد. ممکن است در یک نمایش صلح وردی از این دین

پاسخش را در وردی از آن دین بیابد، اما این معاوضه اساساً منتفی است. منتفی است چون هر دینی با رقیب خود رابطه‌ای منفی می‌گیرد. جامعه‌ی دینی جامعه‌ای است که در آن دین قدرت نفی دارد. چون دین قدرت نفی دارد، ارزش دارد. این نیز سویه‌ای دیگر از قاعده‌ی منفی ارزش دین است.

اقتصاد سیاسی دین-۲۰

فرمول حیات حکومت دینی

والتر بنیامین، که از نسل نخست اندیشمندان "نظریه‌ی انتقادی" است، مقاله‌ای دارد به نام "سرمایه‌داری همچون دین". آنچه در بحث جاری زیر عنوان اقتصاد سیاسی دین مطرح می‌شود، می‌تواند همچون ایده‌ی واژگون‌شده‌ی مقاله‌ی بنیامین تعبیر شود. والتر بنیامین کوشیده است بنمایاند که سرمایه‌داری ایستاری دینی دارد. ما برعکس می‌کوشیم ایستار سرمایه‌دارانه‌ی دین را بفهمیم. این فهم اولویت دارد، زیرا از آن جهت که دین رویکردی سرمایه‌دارانه دارد، رویکرد سرمایه‌داری را می‌توانیم، همان گونه که بنیامین توصیف کرده، به‌عنوان رویکردی دینی اندریابیم.

اندرون دین‌وار سرمایه‌داری

بنیامین می‌گوید که در اندرون سرمایه‌داری نوعی دین دیده می‌شود. او در اثبات این نکته نخست این نظر را مطرح می‌کند که سرمایه‌داری به رفع همان نگرانی‌ها و بی‌قراری‌هایی کمر بسته، که قبلاً دین مرجع رفع آنها بوده است. در اقتصاد سیاسی دین به پدیداری چشم می‌دوزیم که عکس این پدیداری سرمایه‌داری به مثابه دین است: نگرانی‌ها و بی‌قراری‌هایی در رفتار حوزه‌ی دینی دیده می‌شود که به نگرانی‌ها و بی‌قراری‌های کانونهای سرمایه‌داری می‌مانند. تشویش‌های حوزه‌ی دینی بدان برمی‌گردد که آنچه این حوزه تولید می‌کند، به صورتی منفی ارزش می‌یابد: از طریق نفی غیر، از طریق در هم کوبیدن و خرد کردن آنچه برای آن "دیگری" محسوب می‌شود. در سرمایه‌داری نیز رقیبان به چشم نفی به هم می‌نگرند. کسی نمی‌گوید که ارزشی که رقیبش تولید می‌کند، شایسته‌ی ارج است. تمام تلاش روی رونق‌بخشی به بازار خویش متمرکز است و همبسته با آن ورشکسته کردن حریف.

اندرون سرمایه‌دارانه‌ی دین

سه دلیل اصلی بنیامین برای این که بنماید سرمایه‌داری وجهه‌ای دینی دارد، از این قرارند: در سرمایه‌داری همه چیز معنا و اصلانش را با کیش سودجویی سرمایه‌دارانه می‌یابد و از این نظر سرمایه‌داری به دین می‌ماند که همه چیز را از دریچه تنگ مصالح خویش می‌بیند. دلیل دیگر مشابهت سرمایه‌داری و دین در گرایش هر دو به گسترش

و قدرت‌گیری بی‌وقفه است. و دلیل سوم این است که هیچ کدام ما را به رهایی نمی‌رسانند، به این حس که گناهی نداریم و دیگر نایبستی نگران و آشفته باشیم. هر دو از ما بیشتر و بیشتر را می‌خواهند. هر چه مصرف کنیم، حریص‌تر می‌شویم، هر چه بیندوزیم کم است، هر چه کار کنیم، کافی نیست. راندمان را مدام بایستی بالا برد.

می‌توان همین سه دلیل را آورد، برای اینکه عکس قضیه را اثبات کرد و برنمود چرا دین ایستاری سرمایه‌دارانه دارد.

دو نوع دین

دین از آغاز چنین نبوده است. در آغاز ارزش خود را در نفی ارزشهای دیگر نمی‌جسته است. اما از زمانی که مبنای وجودی آن غیریت می‌گردد، ایستار وجودی آن سرمایه‌دارانه می‌شود، آنهم هزاران سال پیش از آن که سرمایه‌داری در شکل جدید آن پدید آید، در شکلی که در عصر جدید بدان برمی‌خوریم. نفی، خصلت دینهای است که، بنابر یک تقسیم‌بندی، ادیان ثانویه خوانده می‌شوند: آنها دینهایی هستند که خود را برحق و دینهای دیگر را باطل می‌دانند، پیروان خود را رستگار و دیگران را گمراه یا دشمن خدا اعلام می‌کنند. ادیان اولیه برخلاف ادیان ثانویه مرزکشی نمی‌کنند. در آنها پذیرفته می‌شود که ما خدایان خود را داشته باشیم و دیگران هم خدایان خود را داشته باشند. ادیان ثانویه نوع متأخر دینها هستند. در "عهد عتیق" می‌توان جلوه‌هایی از گذار از دین نوع اول به دین نوع دوم را دید.

دین پرارزش

هر چه دینی در نفی‌گری و بنابر توضیحی که در همصحبتی با والتر بنیامین داده شد، در رویکرد سرمایه‌دارانه‌ی خود موفقتر باشد، در قلمرو اجتماعی خود، پرارزش‌تر محسوب می‌شود. معیار پرارزش بودن این است که با چه ضربی سکه‌ی آن به سکه‌های رایج اجتماعی، از جمله سکه‌ی پولی، سکه‌ی فرهنگی و سکه‌ی سیاسی تبدیل‌پذیر باشد. منظور از آن ارج از دیدگاه اخلاقی و معرفتی ناب نیست.

فرمول حیات حکومت دینی

ایران را مثال بزنیم: با انقلاب اسلامی ارزش دین در ایران بالا رفته، چون بر توانایی نفی‌گری آن افزوده شده است. کلید زندان در دست فقهاست و آنان‌اند که می‌توانند فرمان به شلیک دهند. آنان‌اند که تعیین می‌کنند رسانه‌ی مجاز کدام است، نظام آموزشی باید چه سامانی داشته باشد و بازار بر چه روالی بچرخد. آنان می‌توانند نفی کنند، روزنامه‌ها را ببندند، قلمها را بشکنند، انواع و اقسام ممیزی برقرار کنند و حکم به ارتداد و مرگ بدهند. آنان می‌توانند بگویند ممنوع چیست و مجاز کدام است، دوست کیست و دشمن کیست. بر اساس پشتوانه‌ی انرژی نفی، سکه‌ای که در حوزه‌ی دینی تولید می‌شود، سخت پر اعتبار است. ضریب نفوذ آن را با حرف k مشخص می‌کنیم و

انرژی نفی را با حرف N. نخستین روایتی که از قاعده‌ی منفی ارزش دین به دست توانیم داد، چنین است :

$$k=F(N)$$

یعنی k تابعی است از N. این معادله‌ی ساده، فرمول حیات حکومت دینی است .

اقتصاد سیاسی دین-۲۱

منفیت و غیریت

قاعده‌ای گذاریم به نام قاعده‌ی منفی ارزش دین و در بخش پیش این روایت را از آن به دست دادیم: شاخص ارزش دین در یک جامعه ضریب تبدیل‌پذیری سکه‌ی آن به دیگر سکه‌های ارزشی در سه پهنه‌ی اساسی اقتصاد، فرهنگ و سیاست است. این ضریب تبدیل‌پذیری تابع توانایی عملی دین برای نفی است: نفی هر آن چیزی که برای آن "دیگری" به شمار آید. اگر در جامعه‌ای دین بتواند کیشهای رقیب را سرکوب کند و مرزهایی در فرهنگ و سیاست بکشد تا سلطه‌ی بلامنازع‌اش حفظ شود، متاع آن دین بسیار خریدار می‌یابد. هر چه دینی نرمخوتر شود و روادارتر گردد، از ارزش آن بنا بر منطق ارزشی سرمایه‌داری انحصاری کاسته می‌گردد، منطقی که ایجاب می‌کند منفعت خودی بی هیچ گونه ملاحظه‌کاری پی گرفته شود. دین نرمخو ممکن است نفوذ فرهنگی خود را حفظ کند و از این طریق بر سیاست نیز تأثیر بگذارد. در اینجا پای دینی در میان است که در فرهنگ حل شده است و سرمایه‌ی آن را بایستی همچون یک سرمایه‌ی فرهنگی دید. دین منفی‌گرا در مقابل، اگر چه جزئی از فرهنگ است، دینی است که خود را در مقابل فرهنگ قرار می‌دهد تا آن را زیر سیطره‌ی کامل خود درآورد.

کارمایه‌ی نفی

کلا باید توجه شود که وقتی در چارچوب بحث فعلی از بالا رفتن و پایین آمدن ارزش یک دین سخن می‌گوییم، به ارزش باری اخلاقی یا معرفتی نمی‌دهیم. توجه ما به کارمایه‌ی نفی است. دین پرارزش از نظر ما، بنا بر تعریفی که از ارزش در چارچوب اقتصاد سیاسی ایدئولوژی به دست داده‌ایم، دینی است دارای آن حد از انرژی نفی که بتواند دیگر سکه‌های اعتقادی را از دور خارج کند و تبدیل‌پذیری سکه‌ی خود به سکه‌های سیاسی و اقتصادی و فرهنگی را با بالاترین ضریب ممکن تضمین نماید.

غیریت و غیرت

کارمایه‌ی منفی دین به غیریت برمی‌گردد. خدایان، کسان، قوما و آیین‌هایی به‌عنوان غیر تعیین می‌شوند و پس زدن و درهم‌کوبیدن آنها به‌عنوان پیروزی ایمان اعلام می‌شود. برکت نصیب مؤمنی می‌شود که در نبرد با غیر

شرکت جوید. اگر از متنهای مقدس دینهای نوع دوم، یعنی دینهای متأخری که غیرت ایمانی آنها به غیرت برمی‌گردد، هر آنچه را که به غیر و غیرت اشاره دارد، حذف کنیم، از آنها چیز چندانی به جا نمی‌ماند.

سیاست سیاست دینی

البته طبیعی است که غیر به عنوان شر تلقی شود و بر اساس این مرکزگشی با غیر خود را با قرار دادن نیکی در برابر پلشتی معرف کند. خیر و شر دینها - دینها به مثابه پدیده‌های تاریخی - نسبی هستند. نسبت آنها جلوه‌ی بس آشکاری می‌یابد، آنگاه که دو دین با هم بستیزند: خیری که نصیب این یکی می‌شود از دید آن یکی شر است و برعکس. دینها آنگاه که در برخورد با غیر غیرتشان به جوش می‌آید، به سادگی اصول اخلاقی پذیرفته‌شده از طرف خود را زیر پا می‌گذارند. فرمان عهد عتیقی "همنوع خود را مکش" آشکارا در خود "عهد عتیق" با فرمان دادن به قتل و ستایش از جهاد خونبار انبیا و اولیا زیر پا گذاشته می‌شود. سیاست دینی شنیع‌ترین نمونه‌ی سیاست را به نمایش می‌گذارد.

تلاش برای رام کردن

کار فرهنگ در در برخورد با دین گرفتن انرژی منفی آن است. از همان نخستین تفسیرهایی که از یک متن مقدس می‌شود، تلاشی آغاز می‌گردد برای آنکه غیرت چنان تعبیر نشود که سامان جامعه‌ی موجود به هم ریزد. در دورانهای آرامش در تفسیرگری تأکید بر مفهومی مثبت می‌شود، مقدس‌ها متعالی می‌شوند، بر فاصله‌ی‌شان با زمین افزوده می‌شود تا در نمازهای روزمره دخالت نکنند. بحران که پیش می‌آید، غیرتها به جوش می‌آید و آنگاه است که آیه‌های مربوط به غیرت بازخوانی می‌شوند. دین انرژی منفی نهفته در خود را در خدمت سنیها قرار می‌دهد. خدای عشق به خدای جنگ تبدیل می‌شود. داشتیم فراموش می‌کردیم که خدا منتقم و قاسم و مکار است. این صفتها را فقیهان به یادمان آوردند. در همان روز اول قدرت‌گیری‌شان، در رادیو خدا به عنوان خدای منتقم معرفی شد.

استراتژی‌های تفسیری عرفان و فلسفه

مشکل دین با عرفان از یکسو و فلسفه از سوی دیگر از همین طریق توضیح‌دانی است. استراتژی‌های تفسیری در عرفان و فلسفه چنان‌اند که مفهوم غیرت رنگ می‌بازد. عرفان بر عشق تأکید می‌کند و حنا تا جایی پیش می‌رود که نماد مطلق غیرت در دینهای عبری را که ابلیس است، مشمول عشق می‌کند و فلسفه چنان خدا را متعالی می‌کند که منفی‌بودگی آن به خاطر فاصله‌گیری مطلقش از هر نوع مرزگذاری رو به زوال می‌رود.

دین به عنوان سرمایه‌ی حوزه‌ی دینی ممکن است زیر فشار فرهنگ گوشه‌ها و جنبه‌هایی از تفسیرهای مثبت‌گرا، تعالی‌جو و عشق‌انگیز را بپذیرد، اما تا جایی پیش نمی‌رود که مفهوم غیرت را فروهد.

مارکتینگ دینی

حوزه دینی در تجربه‌ی تاریخی خود اعتبار سکه‌ی دینی را در پشتوانه‌ای از انرژی منفی دیده است. حتا تجربه‌های پس از دین‌اصلاح‌گری فرهنگی در جهان مسیحی نتوانسته است تغییری اساسی در بازاریابی دینی ایجاد کند. پُر مارکتینگ فعلی مثبت است، ولی کنه استراتژی میسیوناریمی است، که چون میسیوناریم است، یعنی غیرخودی را می‌خواهد از موضعی خودخواهانه به خودی تبدیل کند، مبنایش غیریت است و به این دلیل منفی است.

اقتصاد سیاسی دین-۲۲

بازتولید غیریت

گفتیم که ارزش در مبادله معنا دارد. ارزش دین نیز همچون هر ارزش دیگر مبادلاتی است.

تحلیل عبادت

عبادت را در نظر می‌گیریم: عبادت رابطه‌ای است نه دو وجهی، بلکه چهاروجهی. برداشت دووجهی از آن چنین است: "الف خدایی را عبادت می‌کند." کل داستان اما چنین است: "الف در برابر چشمان ب بر مبنای قاعده‌ی پ خدایی را عبادت می‌کند." عبادت ارزش می‌یابد در نگاه "ب" به خاطر قاعده‌ی "پ". در عرفان تلاشهای در مجموع بی‌حاصلی صورت گرفته، برای آن که عبادت‌کننده از زیر سنگینی نگاه ناظر و قاعده‌های اجتماعی کنترل درآید. این تلاشها از آن رو بی‌حاصل‌اند که انسان تنها نیست و به لحاظ وجودی نمی‌تواند تنها باشد، حتا در عصر جدید، که عصر نهادگانی (سویژکتیویته) است و در آن امکانهای معینی برای تنهایی یعنی گریز از سنتهای برنهادین (ایژکتیو) برنهادکننده (ایژه ساز) پدید می‌آید. عصر جدید پارساترین عصر تاریخ است. به خاطر امکان پارسایی در این عصر است که می‌توانیم با نگاه از منظر آن مشکل دین با پارسایی را دریابیم. دین فقط عبادت نیست، اما اگر هم فقط عبادت بود، به عبادت پارسایانه‌ای نمی‌رسید: "الف در برابر چشمان ب بر مبنای قاعده‌ی پ خدایی را عبادت می‌کند." چشمان ب و قاعده پ عبادت خدا را به بدهبستان با خلق خدا تبدیل می‌کند. ارزش دین، حتا در غیرمبادلاتی‌ترین کنش دینی، ارزشی مبادلاتی است با قابلیت تبدیل به ارزشهای بازاری و سیاسی.

دین‌های اولیه و ثانویه

این نیز گفته شد که دینها از زاویه تکامل تاریخی بر دو نوع‌اند: دینهای اولیه و دینهای ثانویه. دینهای اولیه دینهایی بوده‌اند بدون چنان ادعاهایی که به خاطر آنها با دینهای همسایه درگیر شوند. این گروه انسانی، خدایان خود را

داشته و آن گروه، خدایان خود را. دوستی و دشمنی خدایان با هم تابع مستقیم و آشکار روابط آدمیان بوده است. در مقابل، دینهای ثانویه مبنا را بر نفی مطلق می‌گذارند. آنها خود را حق و دینهای دیگر را باطل می‌خوانند، پیروان خود را رستگار و ناگروندگان به خود را گمراه یا دشمن خدا اعلام می‌کنند. این ادیان، نوع متأخر دینها هستند. نفی، خصلت همه دینهای توحیدی است. دینهای غیرتوحیدی نیز می‌توانند - چنانکه همجواری ادیان در نمونه‌ی هندوستان از نشان می‌دهد - منفی‌بودگی را از آنان بیاموزند.

قاعده‌ی منفی ارزش

با این توضیح‌ها، قاعده گذاریم که ارزش دین‌های منفی‌گرا تابع قدرت نفی آنهاست. قاعده‌ی منفی ارزش دین را به این صورت بیان کردیم: ضریب نفوذ دین در پهنه‌های مختلف جامعه تابعی از انرژی منفی آن است. به سخن دیگر هر چه دینی در منع کردن و ممانعت در برابر هر آنچه انحرافش می‌داند، پرتوانتر باشد، سکه‌اش در هنگام تبدیل به سکه‌های رایج در پهنه‌های بازار و سیاست ضریب مبادلاتی درشت‌تری خواهد داشت.

بعد الهیاتی منفی‌بودگی

اینکه بُعد الهیاتی منفی‌بودگی چیست و در شریعت و اخلاق دینی خود را چگونه می‌نماید، موضوع مهم و جذابی است که پرداختن به آن از چهارچوب کار ما، که تحلیل کاسبی دینی در بازار و سیاست است، فراتر می‌رود. اگر کسی بخواهد خود موضوع را بکاود، این است ساده‌ترین کاری که می‌تواند برای مطالعه در مورد یک دین کند، از زاویه‌ای که در اینجا گشوده شده است: متنهای مقدسی از آن دین را بردارد و درنگرد که اگر در جهان غیریت نباشد، از آن متنها چه می‌ماند.

بازتولید تبعیض

ممکن است گفته شود که دین آمده است برای حل مسئله‌ی غیریت و کنترل آن، برای آنکه کار به نابودی نکشد و چنان شود که با وجود غیریت صلح برقرار باشد. در این شکی نیست که دین، تقابل را کنترل می‌کند؛ تقابل اما نه موضوع کار دین، بلکه مبنای وجودی آن است. دین به عنوان مثال از غیریت زن و مرد قاعده می‌سازد و کل رابطه را زیر کنترل درمی‌آورد، از طرف دیگر اما این غیریت در پنداشتگی تاریخی‌اش یک مبنای وجودی دین است. پاک و نجس نیز چنین‌اند. از پنداشت غیریت آنها قاعده ساخته می‌شود و آن قاعده‌ها آنها را بازتولید می‌کنند. بازتولید غیریت آنها ادامه می‌یابد، حتا در آنجایی که پزشکی و بهداشت مدرن عهده‌دار تعریف پاکیزگی و آلودگی می‌شود.

الهیات سیاسی

نمود سیاسی منفی‌بودگی دینی، الهیات سیاسی است. الهیات سیاسی از انطباق دو جفت تقابلی "دوست-دشمن" و "مؤمن-کافر" بر یکدیگر پدید می‌آید. هرگاه دین میداندار شود و عرصه‌ی سیاست را زیر کنترل انرژی منفی خود درآورد، الهیات سیاسی آشکارا به آموزه‌ی کانونی آن تبدیل می‌شود. هرگاه سیاست و دیانت در هم آمیزند، قاعده‌ی

ارزش منفی دین شکلی از بیان این تجربه‌ی آشکار همگانی است که دستگاه دینی فقط با سرکوبگری قادر است، قدرت خود را حفظ کند.

رمز حیات حکومت اسلامی

بر این اساس بود که پیشتر گفتیم این قاعده که ضریب نفوذ دین تابع انرژی منفی دین است، رمز حیات حکومت اسلامی است. ضریب نفوذ آن را با حرف k مشخص کردیم و انرژی نفی را با حرف N و گفتیم:

$$k=F(N)$$

باز هم تکرار می‌کنیم که این معادله‌ی ساده، فرمول حیات حکومت دینی است. در بخش‌های آینده آن را بیشتر خواهیم گشود. پیش از پرداختن به آن نخست بایستی در بحث اقتصاد سیاسی پیشتر رویم.

اقتصاد سیاسی دین-۲۳

پیگیری شیخان و ناپیگیری روشنفکران دینی

ارزش دین در انرژی منفی آن است. هر چه دینی پرتوانتر بتواند آنچه را که ناروا می‌داند، پس زند، از قدرت نفوذ بیشتری در جامعه برخوردار است. منظور از نفوذ بیشتر این است که حوزه‌ی دینی نماینده‌ی آن قادر است با ضریب تبدیل بالاتری سکه‌ی خود را به دیگر سکه‌های رایج در عرصه‌های سیاست و فرهنگ و اقتصاد تبدیل کند.

غیریت‌های بنیادین

منطق نظر و عمل دین‌هایی که حقیقت مطلق را در خود متجلی دیده و خارج از خود را ضلالت می‌دانند، غیریت است. غیریت‌های بنیادین دین‌های موسوم به ابراهیمی اینهاست: الهی - شیطانی، آسمانی - زمینی (که روحی - جسمی و معنوی - مادی بیانهای دیگری از آن‌اند)، حلال - حرام، پاک - نجس، مؤمن - کافر و، فراموش نکنیم، مرد - زن. الهی، آسمانی، حلال، پاک، مؤمن و مرد در یک زنجیره‌ی معنایی هستند و شیطانی، زمینی، حرام، نجس، کافر و زن به رشته‌ی معنایی مقابل آن کشیده شده‌اند. هر دسته را یک رشته یا زنجیره‌ی معنایی می‌نامیم، به خاطر تداعی معنایی میان عناصر آنها، تداعی‌ای که فقط کنشی روانی نیست. در اینجا تداعی، منطق ارزشی‌ای است با تأثیری نیرومند بر مبادله‌های اجتماعی، که مجرای آن، بسته به جامعه و دوران، شکلی آشکارا ساختاری و سخت‌افزارانه نیز می‌یابد.

غیریت کاهن و جزکاهن

هر چه در یک دین یا در دورانی از تاریخ آن تأکید بر منطق غیریت قویتر باشد، غیریت حوزه‌ی دینی و جامعه‌ی خارج از آن حوزه فرسخت‌تر است. فرسختی این غیریت در تجربه‌ی تاریخی تا به حدی رسیده است و هنوز چنان واقعیت آشکار و عامل مؤثری است، که غیریت کاهن و غیرکاهن را نیز بایستی جزو دوگانه‌بینی‌های بنیادین دینهای غیریت‌مدار گذاشت. بدون حوزه‌ی دینی سازمان‌یافته و قدرت‌طلب غیریت‌ها رنگ می‌بازند. به خاطر غیریت‌هاست که خاخام و کشیش و آخوند وجود دارند، و چون اینان وجود دارد غیریت‌های دینی وجود دارند و غیرتی که پاسدار آنهاست.

مقامات شیوخ دین

سیر قدسی را شیوخ دین می‌دانند. آنان آسمانی‌اند؛ آنان راهبر به سوی عالم بالا هستند؛ تاریخ آنان تاریخی قدسی است. تاریخ قدسی همان تاریخ آنان است.

سرمایه‌ای که شیوخ هر دینی دارند، ادامه‌ی همان سرمایه‌ای است که انباشت اولیه‌ی آن در دوران بنیانگذاری دینشان صورت گرفته است. سکه‌ای که آنان خرج می‌کنند، به نام مقدسان ضرب شده است.

شیوخ دین عالم‌اند، عالم در معنایی مطلق. هیچ علمی در جهان تاریخی ما بازدهی ارزشی علم دین را نداشته است. علمی چون شیمی و فیزیک به گرد تأثیرگذاری و بهره‌زایی تاریخی علم دین نمی‌رسند. علم دین در این معنا برتر از هر علمی است و برخورداری از آن بی‌نیازی از هر علمی است. علمای دین تا عصر جدید در این مورد با چالشی جدی مواجه نبوده‌اند. در عصر جدید است که سرمایه‌ی فرهنگی دیگری به نام علوم جدید شکل می‌گیرد که اعتبارش نه به حوزه‌ی علمی دینی، بلکه به حوزه‌ی علمی‌ای به نام مدرسه‌ی جدید و دانشگاه است. این سرمایه با توانش واقعی‌ای که دارد، رشد می‌کند. منطق رشد آن غیریت نیست. بدیل خود را نمی‌کوبد تا رشد کند، چون رشد می‌کند، بدیلش در تنگنا قرار می‌گیرد.

روشنفکران دینی

شیوخ دین، پاسدارنده‌ی غیریت‌های دینی‌اند. مصداق غیریت را آنان تعیین می‌کنند. سرمایه‌ی دینی‌ای که دارند، به آنان این مشروعیت را می‌دهد. کسانی را که بخواهند با سرمایه‌ی فرهنگی دیگری جز این سرمایه‌ی فرهنگی مشروعیت‌بخش دینی در کار دین شوند و با آنان رقابت کنند، پس می‌زنند. در ایران دوران ما گروه موسوم به روشنفکران دینی از این دسته‌اند. اینان سرمایه‌ی فرهنگی‌شان را در دانشگاه انداخته‌اند. تا زمانی که کارکردشان نفی دیگران بود، حوزه‌ی دینی وجودشان را مفید می‌دانست. آنگاه که خواستند، سخنی به اثبات گویند، مغضوب شدند. شیخان در کار دین فقط کسانی از غیر خودی‌ها را به خدمت می‌گیرند که همتشان نیز بودن در ستیز با دیگران باشد.

موضوع اختلاف

شیوخ دین می‌دانند که ورود سرمایه‌ی دیگری به بازار دین که خاستگاهی جز حوزه‌ی دینی داشته باشد و بخواهد با منطق سود و زیان خود کار کند، نظام غیریت و غیرت دینی را به هم می‌زند، آن هم چون در گام نخست غیریت حوزه‌ی دینی و آنسوی آن را کمرنگ می‌کند. روشنفکران دینی متوجه این امر هستند و از این رو فکر و ذکرشان رد این ادعاست که تنها حوزه‌ی دینی برای تفسیر دین مشروعیت دارد.

در این چالش منطق آنان کند و ناپیگیر است. آنچه بایستی نقد شود، نه انحصارطلبی و غیرستیزی حوزه‌ی دینی، بلکه کل نظام فکری مبتنی بر غیریت است که به خودخواهی حوزه و ستیزش با جز خودی‌ها راه می‌برد.

نقد نظام آپارتاید دینی

در کشورهای پیشرفته‌ی غربی می‌بینیم که حوزه‌ی دینی در عین باورش به مبانی آپارتاید دینی، لیبرال‌مسلك شده است. مارکتینگ، این تغییر رویه را ایجاب کرده است. جایی که حوزه‌ی دینی هنوز بر فرهنگ چیره است و فراتر از آن قدرت سیاسی را نیز در دست دارد، چنین تغییر رویه‌ای رخ نخواهد داد. ما در نظام مسلط یک نظام آپارتاید کامل می‌بینیم. نقد آن از این زاویه که در تفسیر متون دینی، آپارتاید برقرار کرده است، بی‌آنکه اساس تبعیض‌گری آن نقد شود، لیبرالیسمی ناپیگیر است.

اقتصاد سیاسی دین-۲۴

ارزش و نمایش

مارکس در بررسی ماهیت کالا مدل ساده‌ای را پیش گذاشته است: کالا پدیده‌ای دو چهره است: چیزی است با خصوصیت‌های معین که به نیازی پاسخ می‌دهد، برای رفع آن نیاز مصرف می‌شود و در عین حال چیزی است که مبادله می‌شود، یعنی ارزشی دارد که در بازار آن را با کالاهای دیگر معادل می‌کند. وجه اجتماعی کالا این وجه مبادلاتی‌ای است که بیان پولی می‌یابد. بر این قرار آنگاه که من به‌عنوان مصرف‌کننده به بازار می‌روم و مثلاً یک پیراهن برای خود می‌خرم، در حالی که نخواهم با کالا تجارت کنم یعنی آن را دوباره بفروشم، با عمل خریدن به حیات مبادلاتی پیراهن پایان می‌دهم. اگر مبادله را فقط به معنای خرید و فروش بگیریم، حق با مارکس است، اما اگر به مبادله باری گسترده دهیم و مبادله‌ی صورت گرفته در بازار را نوعی از یک کل جامع در نظر بگیریم، در این صورت دیگر نمی‌توانیم به پیروی از مارکس به این قانع شویم که ارزش کالا را در ارجی گذاشته شده به صورت مقداری پول در ازای زمان کار اجتماعاً لازم برای تولید آن تصور کنیم.

وجه نمایشی کالا

مثال پیراهن را در نظر گیریم: پیراهن چیست؟ اگر پیراهن فقط تن‌پوش بود و فقط از آن عمل فیزیکی تن‌پوشی برمی‌آمد، حق با مارکس بود. پیراهن اما هم تن‌پوش است، هم وسیله‌ای است برای خودنمایی. من با آن فقط خود را نمی‌پوشانم، بلکه در ضمن با آن خود را می‌آرایم. آراستن یک کنش مرادده‌ای است: من خود را برای دیگری می‌آرایم. می‌شود گفت که وجهی از عمل غذا خوردن نیز مرادده‌ای است: من برای دیگری غذا می‌خورم. این که مهمان را به چه رستورانی ببریم، چه سفارش دهیم، چگونه بخوریم و این که چگونه مراقب وزن خود به دلیل جنبه‌ی نمایشی تن باشیم، جلوه‌های آشکاری از این وجود مرادده‌ای هستند.

اشیا همیشه برای انسان وجهی نمایشی داشته‌اند. انسان فقط با زبان سخن نمی‌گوید، حالتش گویاست، اشیا نیز برای او گویا هستند. حضور انسان جهان را به سخن درمی‌آورد.

سابقه‌ی دین در نمایش

دین سابقه‌ای طولانی در نمایش دارد. باستان‌شناسان چون در دفینه‌ای به اشیایی دست یابند که به نظر آید کارکردشان فراتر از استفاده‌ی عادی بوده است، در درجه اول فکر می‌کنند، که مصرفی دینی داشته‌اند، یعنی به کار نمایش دینی می‌آمده‌اند. کالاهای دینی کالاهای نمایشی هستند. ارزش کالاهای مدرن دارای مارکهای مشهور نیز به وجه نمایشی‌شان است. دین بسیار پیشتر از دوران سرمایه‌داری مدرن از مصرف نمایش را فهمیده است. برای تبارشناسی کریستین دیور، لیموزین مرسدس بنز، رستوران‌های برگزیده‌ی میشلن و دیگر پدیده‌های لوکس باید به دین‌شناسی پرداخت.

دو چهره‌ی کالا

مارکس دو چهره‌ی کالا را با عنوانهای شکل طبیعی و شکل کالایی نیز مشخص کرده است. چیزی از جنس خاصی است و کارکرد و کاربردهای خاصی دارد، در عین حال کالا است و به‌عنوان کالا حامل ارزش است. در مورد دین نمی‌توان تفکیکی این‌گونه کرد. کالای دینی می‌نامیم هر پدیده‌ی دینی را که حامل ارزش مرادده‌ای بوده و بدین عنوان تبدیل‌پذیر به ارزشهای خاص حوزه‌های دیگر باشد. در مورد کالای معمولی، این که جنسش چیست و چه خواص طبیعی‌ای دارد، اهمیت تعیین‌کننده‌ای در ارزش آن دارد. در مورد پدیده‌ی دینی تقریباً بی‌اهمیت است که ذات آن چیست؛ مهم، شکل نمایشی آن است. ارزش از نمایش می‌آید.

بی‌اهمیت بودن محتوا

پدیده‌ی دینی بایستی به رسمیت شناخته شده و پذیرفته شود. رسمیت‌یابی تقریباً بی‌ربط به محتواست. اگر محتوا تعیین‌کننده بود، شاید اکنون دینی در جهان وجود نداشت. ارزش دین ربطی به محتوای تعالیم آن ندارد. کتابهای دینی را نمی‌خوانند، تلاوت می‌کنند. اگر آنها را با همان دید و دقتی می‌خواندند که کتابهای راهنمای راه‌اندازی چرخ گوشت یا دستگاه دی-وی-دی را، این قدر پر فروش نبودند.

خام‌طبعی روشنگران

نقل است که عیسی مسیح گفته است: من از این جهان نیستم. این سخن بیشتر شامل حال روشنگران منتقد دین می‌شود تا خود مردان دین. روشنگران منتقد دین معمولاً توجه‌شان به محتوای متون مقدس باورهای دینی و مناسک دینی است. ولی چیزی که در دنیای واقعی اهمیت ندارد، محتوای این گونه چیزهاست. مردان دین به این دنیا تعلق دارند و می‌دانند که عقل انسانها به چشمشان است، ایمانشان نیز. معبدها و زیارتگاه‌ها مظهر بارز فریب چشم هستند.

چاره‌ی کار دین‌نمایشی

هرچه دینی تجاری‌تر، مبادلاتی‌تر و نمایشی‌تر باشد، روشنگری در حوزه‌ی فرهنگی آن مشکل‌تر است، زیرا روشنگری به لحاظ نفس‌کارش به محتوا می‌پردازد. دین بایستی مایه‌ای از درونگرایی داشته باشد، تا انرژی منفی خود را کنترل کند. چاره‌ی کار دین‌نمایشی تغییر صحنه‌ی نمایش است. بایستی نقشهای اجتماعی عوض شوند و قانون انسانی، تنظیم‌گر رابطه‌ها و نقش‌ها شود. با تغییر صورت‌بندی می‌توان به لایه‌هایی از حوزه‌ی دینی تقوی را تحمیل کرد. در مورد دینی که جای اصلی در صحنه‌ی نمایش اجتماعی را اشغال کرده، دیگر هیچ امید نجاتی از درون حوزه‌ی آن وجود ندارد. تغییر معادله‌ی قدرت تنها شرط تحمیل پرهیزکاری دینی به مؤمنان نقش‌باز است.

اقتصاد سیاسی دین-۲۵

بهره‌کشی دینی

مصرف کالا به استفاده از فیزیک آن محدود نمی‌شود. کالا جنبه‌ی نمایشی نیز دارد. در سرمایه‌داری مدرن این جنبه پراهمیت‌تر و بارزتر شده است. تبارشناسی جنبه‌ی نمایشی کالاها را بایستی در دین‌شناسی جست. دینها نخستین عرضه‌کننده‌ی کالاهایی بوده‌اند، که جنبه‌ی نمایشی‌شان بر واقعیت طبیعی‌شان غلبه داشته است.

نیاز

کالا مصرف می‌شود: چه به صورت کارکردی محضش با صرف نظر از جنبه‌ی نمایشی‌اش و چه به عنوان وسیله‌ی نمایش. از اتوموبیل استفاده می‌کنیم، هم به عنوان وسیله‌ی نقلیه و هم به عنوان وسیله‌ی پُز دادن.

با استفاده نیازی برآورده می‌شود. انسان اما همواره نیازمند است. نیازی دیگر جای نیاز قبلی را می‌گیرد که ممکن است از همان جنس سابق باشد، یا بسیار تغییر کرده باشد.

کالاها به قصد برآوردن نیاز تولید نمی‌شوند. سرمایه‌دار به قصد کسب سود آنها را تولید می‌کند، کسب سود اما مستلزم آن است که کالا فروش رود، یعنی نیازی واقعی یا مجازی را برآورده کند.

دین، نیازمندساز است نه برآورده‌ساز

کالایی عادی را در نظر می‌گیریم: تولیدکننده‌ای آن را با هزینه‌ی "الف" تولید کرده و به قیمت "ب" می‌فروشد. تفاوت میان "ب" و "الف" را ارزش افزوده و به بیان پولی سود می‌گوییم. چون این "ب" از "الف" بیشتر است، یعنی ارزش افزوده به راستی ارزشی اضافی است و با عددی مثبت بیان می‌شود، معامله سودآور است و انگیزه برای تداوم آن وجود دارد. مارکس منشأ ارزش افزوده را آن بخش از نیروی کار کارگر می‌داند، که مزد آن پرداخته نمی‌شود. بحث او در باب استثمار با بحث ارزش افزوده آغاز می‌شود. ما از او الهام گرفته و به جای ارزش افزوده از نیاز افزوده حرف می‌زنیم. برنهیست این گفتار این است: موتور تولید دینی ایجاد نیاز است. تضمین‌کننده‌ی کسب سود دینی ایجاد نیاز به کالای دینی است. دین منفی‌گراست، چون نیازمندساز است نه برآورده‌ساز. توضیح:

دین و اعتیاد

در جامعه‌ی مدرن بسیاری از کالاها اعتیادآورند، یعنی نیازی را برآورده می‌کنند و در همان حال نیازی را ایجاد می‌کنند، حتا به صورتی شدیدتر. کالاهای اعتیادآور مدرن از این نظر به کالاهای دینی می‌مانند. دین نیازی را برطرف می‌کند، چه نیازی نمایشی را، چه نیازی را که گیریم بتوان آن را به طور اخص وجودی دانست؛ در همان حال اما نیاز بیشتری را ایجاد می‌کند. شما یک بار برای همیشه آمرزیده نمی‌شوید، منطق آمرزش را که پذیرفتید، مدام باید آمرزش بطلبید.

هستی و بایستی

جهان مطلوب دینی هیچگاه جهان امروزی نیست. مطلوب یا در گذشته است یا در آینده‌ای موعود. دین شکافی تصنعی میان هستی و بایستی ایجاد می‌کند که از جنس اخلاق نیست: شکافی است میان واقعیت موجود و واقعیتی که بنابر باور دینی بایستی جای آن را بگیرد، اما هیچگاه نمی‌گیرد. اخلاق وعده نمی‌دهد، می‌گوید عمل کن و شکاف هستی و بایستی را پر کن؛ دین اما وعده می‌دهد. ایران را در نظر بگیریم. در این کشور حکومت دینی برقرار است. این یک واقعیت است، اما چون بخواهیم این واقعیت را نقد کنیم، به ما تذکر می‌دهند که واقعیت موجود دینی نیست و بدی‌های آن را به حساب دین مگذارید؛ واقعیت قرار است دینی بشود. از واقعیت بهره می‌گیرند، اما آن را به‌عنوان واقعیت نمی‌پذیرند. این سوءاستفاده یکی از نمودهای بهره‌کشی دینی است.

نمونه‌ای دیگر در همین رابطه: می‌گوییم تاریخ یک دین، واقعیت مستمر آن است و همه‌ی تواناهایی دین را آشکار می‌کند؛ پس می‌توانیم با رجوع به عینیت تاریخی، به قضاوتی عینی در مورد دین برسیم. مدافعان فوراً به مقابله

برخاسته و دین را از تاریخ آن جدا می‌کنند. آنان از دین بایستگی‌ای بی‌ربط به واقعیت می‌سازند. می‌گوییم بسیار خوب: پس دست از سر واقعیت بردارید. چنین نمی‌کنند. همچنان شلاق بایستی را بر جان واقعیت می‌کشند.

کالای وعده

سرمایه‌ی دینی بهره‌کش است؛ هم در ذات خود بهره‌کش است، هم به اعتبار تبدیلش به سرمایه‌های سیاسی و اقتصادی. جنبه‌ی ذاتی بهره‌کشانه‌ی سرمایه‌ی دینی در این است که کالایی را که تولید می‌کند، نه به قصد برآوردن نیاز، بلکه به قصد ایجاد نیاز و تشدید نیاز روانه‌ی بازار می‌کند. هر کالایی فقط یک وعده است و برای آنکه وعده برآورده شود، شما بایستی به کالای بعدی دست یازید، که آن نیز خود از همین جنس است.

عاقبت اندیشه در ایمان

منفی‌بودگی ارزش دینی به این برمی‌گردد که دین نیازی را برآورده نمی‌کند، در عین حال سخت مواظب است که رقیبی سربرنیاورد که بخواهد نظام نیازها را تغییر دهد، به نیازها پاسخی دیگر دهد، از آنها تفسیری دیگر کند یا زیر عنوان دینی دیگر با وعده‌های دیگر با آنها مواجه شود. دین می‌گوید اگر من تو را نیامرزم، تو همواره ملعون خواهی ماند. می‌گوییم: پس بیامرزم! به جای آمرزیدن، مرا فقط نیازمندتر می‌کند. مؤمنان معمولی به این بازی توجهی ندارند. کار خود را می‌کنند، بازی را بازی می‌کنند، چندان سخت نمی‌گیرند. مبتکر نقشی نمی‌شوند و واکنش‌هایشان انعکاسی است. طبق تعریف و قراردادی که هیچگاه بسته نشده، اما اعتبار قدسی دارد، احساسات نشان می‌دهند، می‌گیرند، می‌خندند، می‌بخشند، خشم می‌گیرند، دعا می‌کنند، نفرین می‌کنند. مشکل نصیب کسی می‌شود که بازی را جدی بگیرد و در مورد محتوای نقشهای آن و کل هدف بازی با جدیت بیندیشد. مؤمنانی از این نوع به الحاد می‌گروند.

اقتصاد سیاسی دین-۲۶

سیستم نیازها

هگل جامعه در دوران جدید را همچون نظام پیچیده‌ای از نیازها در نظر می‌گیرد. او در طرح این موضوع در فصلی به نام "نظام نیازها" در "عناصر فلسفه‌ی حق" از اقتصاد سیاسی، که آن را به درستی محصول «دوران نوین» می‌داند، با قدردانی یاد می‌کند. به نظر او اقتصاد سیاسی «به تفکر اعتبار می‌بخشد، زیرا قوانینی را کشف می‌کند که بر انبوهی از رویدادهای احتمالی حاکم است.» (نقل‌قول‌ها از ترجمه‌ی مهید ایرانی‌طلب) این رویدادهای احتمالی، حرکتی انبوه در برآوردن نیازها و نیز در تولید نیاز است. هر رویداد به تنهایی احتمالی است، حرکت

کلی اما قانونمند است. هگل در ادامه می‌افزاید: «منظره‌ی جذابی است دیدن این که چه گونه تمامی این به هم پیوستگی‌ها بر همدیگر تأثیر می‌گذارند و به همدیگر یاری می‌رسانند یا مانع یکدیگر می‌شوند».

جایگاه حوزه‌ی دینی

پیچیده نیست تعیین جایگاه مثلا کشاورز، نانوا، صافکار و معلم در منظومه‌ی نیازها. به عنوان نمونه کشاورز می‌گوید که گندم بار می‌آورد و نانوا می‌گوید گندم را به نان تبدیل می‌کند. هر دو برآورنده‌ی نیاز اند. انگیزه، سود است نه انجام تعهدی اخلاقی. نانوا اگر دریابد بقالی ساده‌تر و به صرفه‌تر است، به این پیشه رو می‌آورد. جای خالی‌شده‌ی او را کسی دیگر پر می‌کند. در مورد کاهنان چه توانیم گفت؟ آنان چه نیازی را برآورده می‌کنند؟ جایگاه حوزه‌ی دینی در نظام نیازها چیست؟

نیاز و عقیده

نیازهای انسانی بسیار متنوع و پیچیده‌اند. آنها به نیازهای طبیعی محدود نمی‌شوند. هگل در همان‌جایی که بدان اشاره داشتیم، می‌گوید: «آدمی موجودی روحانی است. فهم، که می‌تواند تمایزها را درک کند، این نیازها را از گونه‌گونی برخوردار می‌سازد؛ و از آنجا که سلیقه و سودمندی معیار قضاوت می‌شود، خودِ نیازها از آن تأثیر می‌پذیرند. در نهایت دیگر نه نیاز، بلکه عقیده است که باید ارضا شود.» در توضیح سخن هگل می‌توان به یک خرید ساده برای برآوردن نیازی طبیعی اشاره کرد: ما معمولاً نه نان، آن هم هر چه باشد، بلکه نان معینی را می‌خریم. عمل نان خریدن هم بنابر اصطلاح هگل نوعی ابراز «عقیده» است. بر این پایه کالای دینی بایستی کالایی سرتاپا عقیدتی باشد. ولی عقیده داریم تا عقیده. درباره‌ی عقیده‌ی دینی نمی‌توان آن گونه سخن گفت که در مورد عقیده‌ی شخصی درباب این که کدام نوع نان خوشمزه‌تر است.

اختراع نیاز

به جز نیازهای طبیعی، بقیه‌ی نیازها تولید شده‌اند. تولید شده‌اند در جریان رشد تمدن انسانی. هگل می‌گوید: «نیاز را نه آن کسانی که آن را به گونه‌ای مستقیم تجربه می‌کنند، بلکه آن کسانی که می‌کوشند از پدیدار شدن آن سود برند، می‌آفرینند.» این نکته یک راهنمای روش‌شناسانه‌ی مهم است. همواره باید دریابیم که با پدیده‌ای که می‌خواهیم آن را بشناسیم، کجا و چگونه می‌توانیم برخورد مستقیمی داشته باشیم.

دین: تولیدکننده یا مصرف‌کننده؟

برخورد مستقیم با نیاز دینی برپایه‌ی نکته‌ی پدیدارشناختی هگل با چشم دوختن بر مخترعان آن و حوزه‌ی تولید و بازتولید آن میسر می‌شود. معمولاً اما در این زمینه روش مخالفی را پیش می‌برند: به جای تولیدکننده به مصرف‌کننده نظر می‌دوزند و وانمود می‌کنند که نیازی سرشتی برای مصرف کالای دینی وجود دارد. اینکه انسان

نگرانی‌های وجودی دارد، اینکه نیاز به تسلی و اتکا دارد، اینکه انسان از انسان می‌ترسد و آدمیان چاره را در این دیده‌اند که یکدیگر را از موجودی قدرتمند بترسانند - که با وجود لطف ویژه‌اش به شاهان، از آنان نیز قدرتمندتر است - هیچ یک ضرورت وجود مؤسسه‌ای به نام دین را ثابت نمی‌کند و بویژه ثابت نمی‌کند که آن نگرانی‌ها و ترسها در دینی خاص به آرامش می‌رسند. مغلطه است استنتاج یک امر واقعی و تاریخی مشخص از مجموعه‌ای از "نیاز"ها، که می‌توانستند و می‌توانند برای برآورده‌سازی خویش به گرایشهای متناقضی میدان دهند.

دین تاریخی و دین شخصی

دین همان حوزه‌ی دینی است. تاریخ دین تاریخ تشکیلات کاهنان است. سلیقه‌ی شخصی‌ای به نام دین شخصی، پدیده‌ای حاشیه‌ای است که خود را به دین می‌چسباند. تاریخ ادوکلن را می‌توان نوشت بر مبنای سلیقه‌های شخصی گروهی از افراد. تلاش مشابهی در زمینه‌ی تاریخ دین، کاری بی‌فایده است و چیز خاصی به ما نمی‌آموزد.

کارکرد حوزه‌ی دینی

وظیفه‌ی تولید و بازتولید نیازهای دینی بر عهده‌ی حوزه‌ی دینی است. جایگاه خود حوزه‌ی دینی در نظام نیازها این گونه تعیین می‌شود: این حوزه خود را در مقام قضاوت درباره‌ی نیازها می‌گذارد. نانوا می‌گوید، کار من برآوردن نیاز شما به نان است، جوشکار می‌گوید، کار من این است که هرگاه لازم شود دو قطعه فلز را به هم جوش دهم، مطرب می‌گوید کار من این است که طرب برانگیزم، و کاهن می‌گوید نیازی که به من دارید این است که به شما بگویم به چه نیاز دارید و نیازهای مشروع و نامشروع شما چیستند. این بحث را ادامه خواهیم دارد.

اقتصاد سیاسی دین-۲۷

بلوک تاریخی و عوام‌گرایی حوزه‌ی دینی

جامعه را می‌توان به صورت نظامی از نیازها در نظر گرفت. در این نظام، وظیفه‌ی تولید و بازتولید نیازهای دینی بر عهده‌ی حوزه‌ی دینی است. این حوزه خود را در مقام قضاوت درباره‌ی مجموعه‌ی نیازهای انسانی می‌گذارد. همین امر جایگاه آن را در نظام نیازها تعیین می‌کند. افراد در صحن بازار جامعه پا می‌گذارند و ادعا می‌کنند که نیازی را برآورده می‌سازند. در این معرکه صدای کاهن از همه بلندتر است. او می‌گوید: نیازی که به من دارید این است که به شما بگویم به چه نیاز دارید، کدام نیازتان مشروع است و کدام یک نامشروع.

دو بلوک

دولت نیز دخالتگر و قضاوتگر در رابطه با نظام نیازهاست، و نه فقط دولت، بلکه هر فرد و گروه قدرتمند. یک بلوک تاریخی وجود دارد متشکل از کسان، گروهها و مؤسسه‌هایی که در نظام نیازها دخالت می‌کنند و به آن جهت می‌دهند، بلوک دیگری وجود دارد از توده‌ای که موضوع دخالت و موضوع قضاوت است. بلوک اول کنش‌گر است، بلوک دوم کنش‌پذیر، بلوک اول تولیدکننده‌ی نیازهاست، بلوک دوم مصرف‌کننده‌ی آنهاست؛ بلوک اول به اعتباری گروه بی‌نیازان است، گروه دوم گروه نیازمندان؛ بلوک اول قاضی است، بلوک دوم متهم و مجرم؛ بلوک اول حاکم است، بلوک دوم محکوم؛ بلوک اول ستمگر است، بلوک دوم ستمبر؛ بلوک اول بنابر و ازگان انقلاب اسلامی بلوک مستکبران است، بلوک دوم بلوک مستضعفان. جای حوزه‌ی دینی در قطب استکبار است.

جایگاه حوزه‌ی دینی

پس پاسخ مشخصتری به این پرسش که جایگاه حوزه‌ی دینی در نظام نیازها چیست، این است که این حوزه یکی از پاره‌های اصلی بلوک دخالتگر، تولیدگر و قضاوتگر است. این بلوک سه پاره‌ی اصلی دارد: پاره‌ی را با شمشیر مشخص می‌کنیم، پاره‌ی را با طلا و پاره‌ی را با فتوا. فتوای کار حوزه‌ی دینی است. فتوا در ارتباط ارگانیک با شمشیر و طلاست. ارتباط ممکن است در دوره‌های بحرانی خاصی مختل شود، اما به سرعت خود را بازسازی می‌کند. بحرانی که پیش می‌آید، بحران در ائتلافهاست، نه در نفس جایگاه. نه قدرقدرتان همه یکدست‌اند، نه اغنیا همه از یک حزب‌اند. مفتیان امکانهای مختلفی برای ائتلاف دارند و شامه‌ی تیزی دارند برای آنکه منفعت خود را تشخیص دهند.

مشروعیت آسمانی و زمینی

ائتلاف یک بدهستان است: حوزه‌ی دینی هم مشروعیت می‌دهد، هم مشروعیت می‌گیرد. درست است که مشروعیت خود را به عالم غیب نسبت می‌دهد و این امر پذیرفته می‌شود، اما بدون اتکا به قدرت زمینی مشروعیت آسمانی پا نمی‌گیرد و اگر هم بگیرد، زوال‌یابنده است. یا باید خود به قدرت تبدیل شد، یا از ائتلاف با قدرتهای موجود بهره جست. ائتلاف از هر دو سو کسب مشروعیت است.

دین و تماشاگران آن

حوزه‌ی دینی برای ائتلاف دو نقطه‌ی قوت دارد: سرمایه‌ی مشروعیت قدسی را دارد و چیزی که تازه در عصر جدید است که از انحصار کاهنان خارج می‌شود: تماشاگران. این تماشاگران اصطلاح تلویزیون زمان شاه است. گویندگان خطاب به بینندگان می‌گفتند: "تماشاگران عزیز!". تماشایی شبک‌شده‌ی تماشاچی بود. تماشاگران ظاهر کسانی هستند که نشسته‌اند و تماشا می‌کنند، ولی تماشاگر صرف نیستند، تماشایی‌اند و این "ی" نسبتی از نوع اعتیاد را می‌رساند، به عنوان مثال در بنگی و تریاکی. دین اولین پدیده‌ی تاریخی دارای توده‌ی تماشاگران است. این توده نقطه‌ی قوت حوزه‌ی دینی است و هر چه وسیعتر باشد، ارجح دین بیشتر است.

شگرد مارکتینگ دینی

حوزه دینی برای وسعت بخشیدن به اتکای توده‌ای خود، از شگرد خاصی در مارکتینگ استفاده می‌کند، که نمونه‌ی آن را در فروشگاه‌های زنجیره‌ای ارزان‌فروش می‌بینیم. فروشگاه "آلدی" که در اروپای غربی و مرکزی و نیز ایالات متحده شعبه‌های فراوانی دارد، مظهر شگرد "ارزان و بسیار" است، یعنی ارزان بفروش و انبوه، تا به سودی انبوه برسی. بوتیک‌هایی هستند که مارکتینگ آنها نخبه‌گر است: کم می‌فروشند و گران. مارکتینگ دینی عوام‌گر است، شگرد حوزه دینی عرضه‌ی وسیع کالای دین به قیمت ارزان است. کالا حتا به رایگان توزیع می‌شود، چون بهره‌ی اصلی در پایگاه توده‌ای ایجاد شده به عنوان پشتوانه‌ی سرمایه‌ای است.

عوام‌گرایی

دین نخبه‌گرا نیست، نه تنها نیست، بلکه نخبگان را دشمن می‌داند، خاصه نخبگان فکری را. حوزه دینی به عوام نظر دارد. صلابت دین نه در تعلیمات آن است، نه در منفی‌گرایی زعمای آن، بلکه در آن است که می‌تواند انرژی منفی خود را به عوام تزریق کند.

اقتصاد سیاسی دین—۲۸

منطق مبادله میان حوزه دین با حوزه‌های سیاست و اقتصاد

گفتیم که در جامعه به عنوان نظامی از نیازها و وظیفه‌ی تولید و بازتولید نیازهای دینی بر عهده‌ی حوزه دینی است. این حوزه خود را در مقام قضاوت درباره‌ی مجموعه‌ی نیازهای انسانی می‌گذارد. همین امر جایگاه آن را در نظام نیازها تعیین می‌کند.

زنجیره‌ی دین-سیاست

درست است که نقش اصلی دین در این نظام قضاوت و هنجارگزاری است، اما این وظیفه را از پشت پرده انجام نمی‌دهد. دین حضور فعالی در بازار دارد و آن هنگام می‌تواند نقش اصلی‌اش را پیش برد، که سکه‌اش خریدار داشته باشد. دین بانفوذ دینی است که سکه‌اش مدام در گردش باشد. گردش آن در رابطه با ارز حوزه دین قدرت سیاسی را به صورت زیر نمایش می‌دهیم:

R-P-R-P-R-P ...

در اینجا زنجیره‌ی را می‌بینیم که حلقه‌ی آغازین آن دین ® است، در مبادله با حوزه‌ی سیاست (P) ارز دینی به

صورت ارز سیاسی درمی‌آید. این تبدیل در خود حوزه‌ی دینی صورت می‌گیرد، یعنی حوزه‌ی دینی ابتدا سیاسی شده، به ارز خود صورتی سیاسی می‌دهد و پس آنگاه با این سرمایه‌ی سیاسی وارد بازار مبادله با حوزه‌ی سیاست می‌شود.

مبنا بودن سیاست در رابطه‌ی دین-سیاست

در رابطه‌ی R-P ارزش مشترک سیاست است. در رابطه‌ی معکوس P-R نیز سیاست مبناست. استدلال: در اینجا ارزی سیاسی به ارزی دینی تبدیل می‌شود. سیاست ارزی سیاسی را می‌دهد و می‌خواهد در قبال آن سیاست بستاند. خود سیاست دست به exchange نمی‌زند، مبادله در درون حوزه‌ی دینی صورت می‌گیرد. در آنجا ارزشی سیاسی ترجمان دینی پیدا می‌کند و سپس مجدداً از زبان دینی به زبان سیاسی ترجمه می‌شود. حتماً اگر چیزی که از حوزه‌ی دینی به حوزه‌ی سیاست تحویل داده می‌شود، یک فتوای دینی باشد، بروز آن یعنی آن چیزی که به حوزه‌ی سیاست تحویل داده می‌شود، یک حکم سیاسی است با ارزشی سیاسی.

ابتکار در دست سیاست است

در زنجیره‌ی "R-P-R-P-R-P ..." مبتکر ظاهراً دینی است، چون حرکت با دین آغاز می‌شود. در واقعیت تاریخی زنجیره‌ی واقعی با ابتکار سیاست آغاز می‌شود (به صورت P-R...). حتماً اگر زمانی مبتکر دین باشد، پس از این که دین به قدرت تبدیل شد، دیگر خود قدرت دینی نقش مبتکر را در رابطه‌ی قدرت و دین بازی می‌کند، یعنی بلافاصله ابتکار به دست سیاست می‌افتد.

اصالت سیاست

پس هم به دلیل ابتکار در شروع مجموعه‌ای از همکنشی‌ها و هم به دلیل ارز تعیین‌کننده در رابطه‌ی دین و سیاست اصل را، بایستی سیاست گرفت.

زنجیره‌ی دین-اقتصاد

در مورد رابطه‌ی حوزه‌ی دینی و حوزه‌ی اقتصادی نیز به همین صورت استدلال توانیم کرد. در زنجیره‌ی R-E... نیز ارز تعیین‌کننده ارز حوزه‌ی اقتصاد (E) است. تفاوتی که وجود دارد، نحوه‌ی گذار ارزش از حوزه‌ی دین به حوزه‌ی اقتصاد است. حوزه‌ی دین ارزشش را به‌عنوان ارزشی دینی یا سیاسی و بهتر است بگوییم دینی-سیاسی تحویل حوزه‌ی اقتصاد می‌دهد. این حوزه در همکنشی با حوزه‌ی سیاست، از ارز دینی سود می‌سازد یا در صورت زیانبار بودن آن، پشش می‌زند. در این حال نیز همه چیز به زبان اقتصاد ترجمه می‌شود. دین و ایمان بازار، در چارچوب سود است.

دین در چه معنایی سرمایه است؟

آنچنانکه آمد، ارزش دینی، آن سان که هست، ارز تعیین‌کننده‌ای نیست، حتماً اگر در بورس ارزشها بسیار مقبول باشد. این بدان برمی‌گردد که ارزش دینی در ذات خود منفی است. در تبدیلهای دیگر است که مثبت

می‌شود و درست به دلیل تبدیل‌پذیری است که می‌توان از دین به‌عنوان سرمایه نام برد. دین سرمایه است چون می‌تواند در زنجیره‌های "...R-P..." و "...R-E..." قرار گیرد. دینی‌گرایی به پارسایی دارد که از قرار گرفتن در چنین زنجیره‌هایی بگریزد.

سود و جزمیت

در این که در زنجیره‌های مذکور سیاست و اقتصاد تعیین‌کننده هستند، اراده‌ی دین به پایبندی موبه‌مو به جزمیات خود هیچ تغییری نمی‌دهد. اقتدار بیشتر و جزمیت بیشتر فقط ممکن است نرخ معامله را به سود حوزه‌ی دینی بالا برد و این آغاز خوبی برای تجارت‌های بعدی است. پرهیزکاری و جزمیت آغازین، رهگشای معامله‌های چرب بعدی است.

فایده‌مندی دین

اقتصاد و سیاست می‌توانند از انرژی منفی دین استفاده‌های سازنده‌ای کنند. مفید بودن و مؤثر بودن، حوزه‌ی دینی را به شوق می‌آورد. زعمای دین می‌بینند که مثبت بودن چه لذتی دارد. با هر معامله‌ای که پیش می‌رود، می‌گویند: می‌بینید ما چقدر خوب و مفیدیم؛ فقط وعده نمی‌دهیم، عمل نیز می‌کنیم!

اقتصاد سیاسی دین-۲۹

عاملیت دین

ما در ابتدای بحث "اقتصاد سیاسی دین" مدل ساده‌ای را در نظر گرفتیم، به این صورت که فرض کردیم در جامعه یک حوزه‌ی دینی وجود دارد که کالاهای تولیدی خود را، که آنها را کالاهای دینی نامیدیم، می‌فروشد. روش تحلیلی، ترغیب‌کننده در پیش گذاشتن چنین مدلی بوده است. ما به کمک آن دست کم شاید این موضوع را روشن کرده باشیم که چگونه می‌توانیم حوزه‌ی دینی را همچون تولیدگر ارزی ویژه در نظر بگیریم و از جمله بررسییم که این ارز چگونه وارد مکانیسم مبادله با ارزهای دیگر می‌شود. مشکل هر مدل ساده‌ای، کاستن از تعداد عامل‌های مؤثر در یک مکانیسم و ساده کردن رابطه‌های میان عامل‌هایی است که در نظرشان گرفته‌ایم. مدل ما، افزون بر این مشکل عمومی، این مشکل را هم دارد که ممکن است از آن چنین برآید که حوزه‌ی دینی همچون نهادی آگاه است، مدیری دارد چون مدیر یک کارخانه که می‌تواند تصمیم بگیرد چه تولید کند، با چه کیفیتی و به چه میزانی.

پیچیدگی واقعیت

در بخش پیش بدان آغازیدیم که مدل را به واقعیت نزدیک‌تر کنیم، به واقعیت که پیچیده است و همتافته‌ای از

عاملهای مختلف است. بدهبستانی را در نظر گرفتیم میان حوزه‌ی دین و حوزه‌ی اقتصاد و نیز حوزه‌ی دین و حوزه‌ی سیاست. زنجیره‌ای در نظر گرفتیم در مورد بدهبستان نخست به صورت:

... عمل دینی - عمل اقتصادی...

و در مورد بدهبستان دوم به صورت:

... عمل دینی - عمل سیاسی...

زنجیره‌ی نخست معامله‌ی دین و اقتصاد است و زنجیره‌ی دوم معامله‌ی دین و سیاست. در مورد این هر دو زنجیره، با مقدمه‌ای که در بخش پیشین چیده شد، می‌توان گفت که هیچگاه هیچ کدامشان زیر سیطره‌ی کامل دین قرار نتوانند گرفت. از آنجایی که تاریخ از صفر آغاز نمی‌شود و هیچ زنجیره‌ی تاریخی‌ای وجود ندارد که حلقه‌ی نخستش حلقه‌ی زنجیره یا زنجیره‌های پیشتر نباشد، دین را در هیچ موردی نمی‌توانیم شروع‌کننده‌ی مطلق بدانیم. هر شروعی را اما می‌توانیم به‌عنوان آرایشی از قدرت تصور کنیم. در این آرایش قدرت، دین به‌عنوان یک عامل قدرت وارد می‌شود.

نوع عاملیت دین

حال زنجیره‌ای را در نظر می‌گیریم که در آن دین به صورتهای مختلف ظاهر می‌شود، به صورت $R1$ ، $R2$ ، $R3$ و Rn این عاملی که به صورتهای مختلف نقش بازی می‌کند، عاملی از نوع یک نهاد آگاه نیست. در مورد فردی به نام رستم می‌توانیم بگوییم او همانی است که از رودابه زاده شد، پهلوان شد، پهلوانی‌ها کرد و در ماجرای دردانگیز فرزند خود را کشت. هویت مستمری را در نظر می‌گیریم که حوادث مختلف بر آن گذر می‌کنند و آن هویت خود درگیر آنها می‌شود. به حامل این هویت، به آن عاملی که تغییر می‌کند، اما همواره به‌عنوان خود، خودباش است، در خودباشی‌اش سوژه یا نهاد می‌گوییم. در مورد دین، آن چه زمانی $R1$ است، زمانی $R2$ و زمانی Rn ، نبایستی این تصور را داشت که نوع عاملیت آن از نوع عاملیت یک نهاد است. دین عامل است، اما یک عامل آگاه نیست، عاملی خودکار است، بی‌آنکه خودی داشته باشد. درست به دلیل این بی‌خود بودن دین است که همواره در این مورد که عاملی چون Rx را دین بدانیم، یا نه اختلاف نظر وجود دارد. دسته‌ای آن را دین، می‌دانند دسته‌ای نه. مثلاً یک کشتار گروهی از یک دیدگاه جهاد دینی نامیده می‌شود، از دیدگاهی دیگر آدم‌کشی محض، که دین مسئول آن نیست. دین به‌طور کلی در این مورد که مسئول کار خاصی هست یا نه، خاموش است؛ خاموش است، چون وجودش در عاملیتی بدون اراده و مسئولیت است. مسئول انسانها هستند. آن چه باید عوض شود آن موقعیتهای انسانی است که عاملی را وارد کارزار می‌کند، با این جلوه‌گری یا توهم که راهنماست، در واقع

اما وسیله‌ای بیش نیست که کنترل‌پذیر یا برخوردار از امکان کنترل بر خود تلقی می‌شود، غافل از آنکه آن عامل خودپویی خود را دارد، خودپویی‌ای بدون خودآگاهی و مسئولیت‌پذیری، خودپویی‌ای که می‌تواند فاجعه بیافریند.

مشابهت دین و سرمایه

عاملیت دین به عاملیت سرمایه می‌ماند. مارکس عاملیت سرمایه را در شکل‌های مختلف آن بررسی کرده است، از جمله در گردش "پول - کالا - پول". پول به کالا تبدیل می‌شود و کالا مجدداً به پول. این، یک حرکت سخنمای سرمایه است. سرمایه در این حرکت تغییر شکل می‌دهد، اما همواره خودش می‌ماند: خودش به عنوان ارزش. انگیزه‌ی حرکت خودپویی که در "پول - کالا - پول" دیده می‌شود، افزون گشتن است.

هویت دین و شاخص هویت دینی

دین خودش می‌ماند، به اعتبار بازتولید غیریت‌هایی که شاخص آن است. کسانی که هویت خود را با یک دین معرفی می‌کنند و با این هویت پا در پهنه‌ی مبارزه بر سر قدرت می‌گذارند، فقط با مرکزکشی‌های پرنرنگ معرف غیریت، می‌توانند هویت خود را حفظ کنند. اینان معرف خوبی برای دینشان هستند. دین در وجود آنها عاملیت خود را به تمام و کمال به نمایش می‌گذارد. در چنین موردی، آنان مسئول دینشان هستند و دینشان مسئول اعمال آنان است.

اقتصاد سیاسی دین - ۳۰

انباشت آغازین سرمایه

پول به خودی خود سرمایه نیست. باید به کمیت خاصی برسد و گردش اقتصادی‌ای را به صورت "پول - کالا - پول" یا به شکل رباخوارانه‌ی "پول - پول" آغاز کند، تا حکم سرمایه را یابد. هرگاه گردش اقتصادی در جامعه‌ای اساساً و عمدتاً به شکل‌های "پول - کالا - پول" و "پول - پول" باشد، در آن جامعه نظام سرمایه‌داری غالب شده است. این نظام به لحاظ تاریخی یک دوره‌ی شروع دارد. در این دوره سرمایه با نیروی خاصی حرکت خود را می‌آغازد. پشتوانه‌ی این نیرو حدی از انباشتگی است. انباشتگی سرمایه در دوره‌ی آغازین سرمایه‌داری را، به پیروی از کارل مارکس، انباشتگی آغازین سرمایه می‌گویند.

انباشت سرمایه در نمونه‌ی ایران

انباشتگی آغازین، در جامعه‌های مختلف به صورتهای مختلف انجام گرفته است. در همه جا قاعده آن بوده است که سرمایه از دل خون و کثافت سر برآورد. داستان شروع سرمایه به هیچ رو داستانی در محدوده‌ی تاریخ علم و

تکنیک به صورت اکتشاف‌ها و اختراعات‌های مدرن نیست. در ایران به عنوان نمونه پولهایی که به سرمایه‌ی آغازین در سرمایه‌داری ایرانی تبدیل شدند، عمدتاً ریشه در بهره‌کشی‌های فئودالی، چپاولگری‌های درباریان، جاسوسی و خوش‌خدمتی برای استعمارگران، پاداش سرکوبگری، ایجاد بازارهای سیاه در دورانهای قحطی، قاچاق‌فروشی و انواع و اقسام تبهکاری‌های دیگر دارند. در سرمایه‌داری اسلامی‌شده‌ی پس از انقلاب نیز انباشت آغازین نه از راه ابتکار و تلاش و اکتشاف و اختراع، بلکه از راه رانت‌خواری و فساد و چپاول صورت گرفته است. تاریخ مالداري اسلامی، تاریخی پر از شناعت و کثافت است. ایمان و تکنیک در مزبله‌ی سقوط اخلاقی به هم جوش خورده‌اند.

دیدگاه ماکس وبر

در تاریخ، انباشتگی پول و طلا مدام پیش آمده است. حاصل انباشتگی گنج بوده است و فقط در یک مقطع تاریخی است، که انباشتگی صورت گنج را نمی‌یابد، بلکه به حرکتی تحول‌آور تبدیل می‌شود. ماکس وبر شرط‌های تحول را بررسی‌ده و از میان آنها بر یک عامل تأکید ویژه‌ای کرده است: اخلاق سرمایه‌دارانه، صرفه‌جویی و سخت‌کوشی برای ازدیاد ثروت، ثروتی نه برای نمایش، بلکه برای پویایی خود را. کیش انباشت آغازین سرمایه، کیش پول برای پول است. کیش پول برای پول نوعی ریاضت‌کاری است، چون پول را برای مصرف نمی‌خواهد. بر این پایه است که ماکس وبر نقش پروتستانتیسم در شکل‌گیری سرمایه‌داری را برجسته کرده است. ریاضت‌پیشگی پروتستانتیسم در ترکیب با عقلانیتی حسابگرانه در محیطی که امکان‌های اجتماعی و تضمین‌های حقوقی برای انباشت سرمایه وجود داشته، به شکل‌گیری سرمایه‌داری جدید راه برده است. در تحلیل ماکس وبر دین به عنوان یک عامل اقتصادی در نظر گرفته می‌شود. ولی طرح اقتصاد سیاسی دین در نزد او طرحی جامع نیست، زیرا در آن دین چیزی از مقوله‌ی خلقیات است و خود به عنوان یک ارزش سرمایه‌ای نگریسته نمی‌شود.

سرمایه‌ی آغازین دینی

هر نظام دینی‌ای نیز همانند نظام سرمایه‌داری آغازی دارد. زمان-مکانی تاریخ وجود دارد که در آن انباشت آغازین سرمایه‌ی دینی صورت گرفته است. موضوع را اگر این‌گونه طرح کنیم، این امکان را می‌یابیم که مفهوم ماکس وبری کاریسما را بازتعریف کنیم. بنیانگذاران دین و کسانی که در فرازهای تاریخی آن نشسته‌اند، بنابر تعبیر ماکس وبر شخصیت‌هایی کاریسماتیک هستند. بنابر تعبیر اقتصاد سیاسی دین آنان کسانی‌اند که انباشت آغازین سرمایه‌ی دینی یا تحولی در روند انباشت این سرمایه با نام آنان گره خورده‌ای است. بازنوشت مفهوم کاریسما به کمک مقوله‌ی سرمایه‌ی دینی، نگاه ما را متوجه موقعیت‌هایی می‌کند که انباشت ارزشی به نام دینی خاص میسر می‌شود و ورود این ارزش در بازار مبادله‌ی ارزش‌ها، دگرگونی بنیادی در نظام آنها را ایجاد می‌کند.

ابن خلدون

در مورد انباشت آغازین سرمایه‌ی دینی بسیار اسطوره‌پردازی می‌کنند. افسانه‌سرایی‌های مداحان سرمایه‌داری در این مورد که سرمایه‌داری با اختراع و اکتشاف و سخت‌کوشی، یعنی در ترکیبی از علم و استقامت، آغاز شد، به گرد افسانه‌سرایی‌های مداحان دینی نمی‌رسند. در خطه‌ی فرهنگی ما نگاه واقع‌بینانه‌ی ابن‌خلدون به دوره‌ی بینانگذاری دین استثناست. او در "مقدمه" با خونسردی علمی شگفت‌آوری انباشت آغازین سرمایه‌ی دینی را با "عصبیت" توضیح داده است، مفهومی که به کمک آن هم می‌توان شکل‌گیری دینی را بررسی کرد و هم پا گرفتن سلسله‌های پادشاهی را. به این خاطر با کمک ابن‌خلدون می‌توان از دوره‌ی انباشت آغازین سرمایه‌ی دینی، دست کم در مورد دین‌هایی خاص، اسطوره‌زدایی کرد.

مدیریت سرمایه‌ی دینی

سرمایه‌ی اقتصادی سرچشمه‌ی خود را می‌پوشاند و هیچ لزومی نمی‌بیند که یادآور شود از کجا برخاسته است. سرمایه‌ی دینی در مقابل مشروعیتش را در پیوستگی‌اش به سرمایه‌ی آغازین دینی می‌بیند. دین به این اعتبار دارای خودآگاهی تاریخی است. حوزه‌ی دینی مدام به حساب آن سرمایه‌ی آغازین چک می‌نویسد، و آن را چنان مدیریت می‌کند که لایزال بنماید. این کار، شاهکار مدیریت مالی در کل تاریخ بشری است.

اقتصاد سیاسی دین-۳۱

حوزه‌ی دینی

انسان موجودی نمادین است، یعنی هرچه می‌بیند، نمادین می‌بیند و خود را و جهان را در نمادها بیان می‌کند. فرهنگ از مجموعه‌ای از نمادها تشکیل شده است. ارزش دینی نیز ارزشی نمادین است. آن را کالا می‌نامیم، آنگاه که در تعامل با ارزشهای دیگری چون ارزشهای اقتصادی و سیاسی قرار گیرد و برپایه‌ی آن معامله‌ای پیش برده شود. کالاهای دینی، و کلاً ارزشهای دینی، از ذخایر دینی می‌آیند. ذخایر دینی مجموعه‌ای از آیین‌ها، چیزها، مکانها، زمانها، نامها و کسان مقدس است. نقش‌آفرین‌های مقابل آنها، یعنی شیاطین و کفار و دهریون و طبیعیون و نسوان فاسقه و حرامزاده‌ها و نظایر اینان را نیز می‌توان جزو ذخایر دینی محسوب کرد، با این تعبیر که مفهومهای دینی از راه غیریت تعریف می‌شوند.

معنای عمومی سرمایه‌ی دینی

ذخایر دینی محدود هستند. هیچ دینی به عنوان نمونه تعداد نامحدودی زیارتگاه ندارد. هیچ دینی کدها و کانالهای نامحدودی برای ارتباط با ساحت فراانسانی و ارتباط در ساحت انسانی در اختیار متدین نمی‌گذارد. سرمایه‌ی دینی است که ذخیره‌ی دینی را متعین و محدود می‌کند. نیروی تعیین‌چیزی به عنوان ذخیره‌ی دینی، نیروی حفاظت از

ذخایر دینی و توزیع اعتبار ارزشی میان آنها، نیروی تولید کالای دینی، ارزشگذاری روی آنها و توزیع آنها، سرمایه‌ی دینی در معنای اخص آن است. معنای عمومی سرمایه‌ی دینی نیروی تبدیل ارزشی دینی به کالای دینی است. در معامله با کالای دینی در واقع این سرمایه‌ی دینی است که وارد تعامل با ارزشهای اقتصادی و سیاسی شده و به آنها تبدیل می‌گردد.

عُلقه‌ی دینی

هر چه فرد سرمایه‌ی دینی بیشتری در اختیار داشته باشد، توانایی بیشتری برای اعمال نفوذ در حوزه‌ی دینی دارد. حوزه‌ی دینی یک حوزه‌ی اجتماعی است که روابط میان کنش‌گران در آن از زاویه‌ی دینی سنجیده می‌شود. سنجیده شدن از زاویه‌ی دینی به معنای بررسی کنش‌گری به اعتبار پیگیری عُلقه‌ی دینی است که یک علقه‌ی گروهی نمادین است. حوزه‌ی دینی را چون وسیع در نظر گیریم، بدانسان که شامل هم متخصصان شود و هم غیرمتخصصان، علقه‌ی دینی را با تلاش برای کسب ارزش دینی مشخص می‌کنیم، که بسته به آنکه پا در عرصه‌ی معامله‌گری سرمایه‌ای بگذارد، سرمایه‌ی دینی در معنایی عمومی است. اما اگر حوزه‌ی دینی را کاملاً تنگ در نظر گیریم و منظور از آن دستگاه روحانیت باشد، جنبش کنش‌گران در آن را بهتر درک می‌کنیم، اگر انگیزش آنان را اراده به کسب سرمایه‌ی دینی در معنای اخص آن بدانیم.

کسب و کار کاهنان

هر کاهنی مجموعه‌ای از کالای دینی را خود به خود در اختیار دارد. او از ابتدای طلبگی تلاش می‌کند به مقامی برسد که بتواند توزیع‌گر کالاهای دینی باشد و قیمت هر شکل آن را تعیین کند. این توانایی، از اعتبار آفرینی و اعتباربخشی سرمایه‌ی دینی برمی‌خیزد. سرمایه‌ی دینی سهم بری از یک سرمایه‌ی کلان اعتقادی است. در کلیسای کاتولیک کار دینالها هیئت مدیره‌ی بنگاه حفاظت از این سرمایه را تشکیل می‌دهند. دبیر کل بنگاه پاپ است. در شیعه‌ی معاصر آیت‌الله‌های بزرگ این وظیفه را به عهده دارند. بنگاه جامع تشکیل شده است از چند بنگاه که در رأس هر یک، یکی از مراجع تقلید نشسته است. هر مرجعی می‌کوشید بنگاه خود را پرمایه کند. رقابت تا حد تخریب نیز پیش می‌رود، اما همه این تجربه را دارند که این بنگاه به سادگی نمی‌تواند رأس آن بنگاه را تخریب کند و بنیه و بدنه‌اش را به تصرف کامل خود درآورد.

تفاوت دینها

دینها متفاوت‌اند و هر یک حوزه‌ی دینی خاص خود را دارند. در مورد برخی دینها، خاصه دینهای بدوی، همواره تشخیص چیزی به نام حوزه‌ی دینی به صورت پایگان "روحانیان" ساده نیست، چیزی که در مورد دینهای به اصطلاح پیشرفته معمولاً با مشکلی مواجه نیست و اصولاً وجود یک حوزه‌ی دینی بارز شاخص متأخر بودن آنهاست.

حوزه‌ی دینی

تفکیک حوزه‌ی دینی از دیگر حوزه‌های اجتماعی جزئی از تفکیک‌هایی است که جامعه‌های مختلف در مسیر تکامل نظام اجتماعی از سر می‌گذرانند. از دید یک نظریه‌ی جامع اقتصاد سیاسی، یعنی آن‌چنان نظریه‌ای که فقط به ارزش اقتصادی نپردازد و موضوع آن ارزشهای مختلفی باشد که به هم تبدیل می‌شوند و در این معامله سیستم نابرابری را حفظ و بازتولید می‌کنند، این حوزه یکی از کنشگران اصلی سیستم نیازهاست.

این به این معنا نیست که نیاز به حوزه‌ی دینی یک الزام اجتماعی است. کارکرد آن را حوزه‌ها و نهادهای دیگر نیز می‌توانند به عهده گیرند. سرمایه‌داری خود دارای مکانیسمی برای تبدیل شدن به دین است، چون همانند دین تولیدکننده‌ی نیازهایی است که برآورده شدن آنها به نیازمند شدن بیشتر می‌انجامد. هر روز انواع و اقسام "ستارگان" تولید می‌شوند. آنها فرانسوی جلوه می‌کنند. هر یک لحظه‌ای می‌درخشد و جای خود را به ستاره‌ای دیگر می‌دهد. نمایش‌هایی را که سرمایه‌داری، در اصل، از دین یاد گرفته، اکنون سرمشقی برای خود نمایش‌های دینی می‌شوند. دین از این نظر امکان وسیعی برای بقا یافته است.

بقای دین

امکانهای تولیدگری فقط در سطح شوهایی برای عوام نیست. دانشگاه خود راه‌گشای تولیدگری دینی است. هر نظریه‌ای در علوم انسانی را، حتا اگر با صراحت پس‌زننده‌ی دین باشد، می‌توان گرفت و از آن آموزه‌های دینی ساخت.

ممکن است که نیاز به کالای دینی به دلیل وجود کالاهای مشابه کاهش گیرد، اما دین در مجموع دلیلی ندارد که نگران بقای خود باشد. سرمایه‌داری بسیار گشاده‌دست است. آنقدر گشاده‌دست است که حتا در آن آموزه‌های ضد سرمایه‌داری به صورت کالا درمی‌آیند و ارجشان با تعداد مصرف‌کنندگانشان سنجیده می‌شود.

اقتصاد سیاسی دین-۳۲

مثبت‌گرایی در عین منفی‌بودگی

سرمایه‌ی دینی مستهلک می‌شود، اگر نیاز به دین کاهش یابد. فرایند ایجاد نیاز تضمین‌کننده‌ی گرمی بازار دین است. سرمایه‌ی دینی به سرمایه‌ی بانکی می‌ماند که قاعده‌ی حرکت آن تبدیل پول به پول است. پول رشد می‌کند به اعتبار بهره‌ی پولی، و بهره‌ی پولی مثبت است، چون ارزشی که بانک در اختیار می‌نهد، می‌تواند پا در مبادلاتی

ارزش‌ها را بگذارد. سرمایه‌ی دینی در گردش را قابل اندازه‌گیری فرض می‌کنیم. آن را در یک مقطع زمانی $R1$ می‌نامیم و در مقطع زمانی بعدی $R2$ نسبت $R2$ به $R1$ بهره‌ی دینی است. این نسبت که آن را با حرف z مشخص می‌کنیم بایستی بزرگتر از 1 باشد تا بتوان سرمایه‌ی دینی را رشدیابنده دانست. میان z با k که قبلاً آن را به‌عنوان ضریب تبدیل‌پذیری ارزش دینی به ارزش‌های دیگر تعریف کردیم، رابطه‌ای مستقیم برقرار است k . اما خود تابعی است از انرژی منفی دین، پس z نیز تابع این انرژی است. پرسش این است: آیا حوزه‌دینی، با تمهیداتی از جمله با تصرف دستگاه دولت، می‌تواند z را به هر میزان دلخواهی رشد دهد؟

ملاحظه‌کاری

نیازمندی‌های دینی از یکسو مستلزم آن است که مشتریان به نیازهای دیگر و به کالاهای دیگری که به نیازهای آنان پاسخ می‌گویند، کمتر توجه نشان دهند، از سوی دیگر ایجاب می‌کند که آن سامان اجتماعی‌ای حفظ شود که زمینه‌ساز گردش سرمایه‌ی دینی است. به بیانی دیگر این فرایند از یکسو منفی و مخرب است و از سوی دیگر ملاحظه‌کار است.

نیهیلیسم

ضریب نفوذ دین تابع انرژی منفی دین است. فرقه‌های دینی‌ای وجود داشته و دارند که انرژی منفی خود را به اوج رسانده‌اند و با یک کنش انفجاری ویرانگر جهان را ترک گفته‌اند. نیهیلیسم دینهای توده‌ای تاریخ‌مند کنترل شده است. از خود گاهگاه عناصر تارک دنیا بیرون می‌دهند، اما خودشان نمی‌خواهند دنیا را ترک کنند. نیاز به دین را نمی‌توان از حدی بالاتر برد، از راههای سیاسی نیز نمی‌توان ضریب نفوذ دین را از حد خاصی بالاتر کشاند. جایی می‌رسد که کل سیستم بازار ارزشها به خطر می‌افتد. دین با نیهیلیسم کنترل‌شده‌اش می‌داند که تخریب آن به تخریب خودش نیز منجر می‌شود.

تعامل مثبت با جهان

دین منفی است، اما ناگزیر از تعامل مثبت با جهان است. تشکیلات کاهنان به مثابه بوروکراسی دینی خط رسمی این تعامل مثبت را تعیین می‌کند. ما صرفاً با آگاهی از مبانی الهیات یک دین دارای آموزه‌ی قانونی مدون نمی‌توانیم به صورتی پیشین تعیین کنیم که در این یا آن وضعیت تعامل مثبت آن دین با جهان چگونه پیش می‌رود. دین همواره بیش از آن که فکر کنیم، دنیوی است. فقط با رجوع به دنیاست که می‌توان دین را فهمید. کاهنان در عین این که دنیویت دین را هدایت می‌کنند، همواره می‌کوشند که دین دینی‌تر از آنچه هست، پنداشته شود.

انعطاف کاهنان

استراتژی کاهنان بالا بردن بهره‌ی دینی است. آنچه کاهن برای آن می‌کوشد، بهره‌ی ممکن است، یعنی بهره‌گشی در وضعیتی که رقابت وجود دارد. فرض می‌کنیم ارزش فرهنگی رقیبی شکل گیرد، که هیچ پشتوانه‌ای نداشته باشد. کار ارزش دینی خرد کردن این ارزش رقیب است. اگر این ارزش رشد کند و فراگیر شود، در قدرت دولتی

پشتیبانی یابد و ارز آن به خوبی به ارز اقتصادی تبدیل‌پذیر باشد، سیاست دین در قبال آن تغییر می‌کند. مثالی توضیح‌گر: فرض می‌کنیم جامعه‌ای داشته باشیم که حوزه‌ی دینی بر فرهنگ آن فرمانروایی کند. در آن جامعه مدرسه‌ی جدید تأسیس می‌شود، یعنی تلاش می‌شود که یک ارزش فرهنگی تازه در آن رواج یابد. دین ابتدا در برابر ارزش تازه می‌ایستد. "علما" اگر بتوانند مدرسه را می‌بندند تا دینشان را نجات دهند. اگر نتوانند، به تبلیغ برای ورشکسته کردن رقیب بسنده می‌کنند. باز که موفق نشوند، در عین حفظ نگره‌ی منفی‌شان درمی‌نگرند که چه تلاقی مثبتی می‌توانند با آن داشته باشند، یعنی آیا می‌توانند نوعی تلفیق ایجاد کنند. مدرسه‌ی جدید پذیرفته می‌شود و تلاش می‌شود که دینی شود. علوم جدید نیز "دینی" می‌شوند. کشف می‌شود که دین و علم جدید هیچ منافاتی با هم ندارند.

قدرت بقا

این انطباق‌یابی حیرت‌انگیز، این توانایی تلفیق، این توانایی تشکیل joint venture، استعدادی است که به دین قدرت بقا می‌دهد. سرمایه‌داری، این استعداد دین را به شدت تقویت می‌کند.

دین منفی است، در عین حال مثبت است. قانون اصلی بقای آن نه قانونی بر اساس منفیت انرژی آن، بلکه تدوام بهره‌کشی به هر صورت ممکن است. اکل حرام نیز ممکن است ضرورت یابد.

آنچه در نهایت انعطاف را باعث می‌شود نه اصولی در خود آموزه‌ی دینی است، بلکه مکانیسم پیچیده‌ی مشروعیت‌دهی است که پا در زمین دارد و در آن قدرتهای آسمانی همه ابزار دست قدرتهای زمینی‌اند.

اقتصاد سیاسی دین-۳۳

اقتصاد اسلامی

کتابهای فراوانی را می‌توان به فارسی یا عربی در مورد اقتصاد اسلامی یافت. سالهای آغاز انقلاب اسلامی در ایران دوره‌ی رونق انتشار آثاری در این مورد به فارسی بود. محتوای این آثار آواز مگری و ادعا بود: آواز مگری در این مورد که اسلام دارای یک آموزه‌ی اقتصادی سنجیده و کامل است و ادعا در این مورد که به همه‌ی مسایل عمده‌ی مطرح در زمینه‌ی اقتصاد پاسخ می‌دهد. آموزه‌ی رقیب، مارکسیسم پنداشته می‌شد. مؤلفان کتابهای اقتصاد اسلامی چیزهایی از آن برمی‌گرفتند، دست کم در حد طرح مسئله، و ادعا می‌کردند بهتر از آن برای مشکلاتی چون عدالت طرح و برنامه دارند. نویسندگان به مارکسیسمی پاسخ می‌دادند، که آن را نمی‌شناختند و از جانب اسلامی حرف می‌زدند، که بیشتر از آن که واقعیتی تاریخی باشد، حرف و ادعا و شعار بود.

آموزه‌ی اجتماعی مسیحی

آن لفاظی‌ها همه پوچ‌اند. پوچی‌شان را خود معتقدان به آنها ثابت کرده‌اند، زیرا مؤمنان در مقام اجرا خود آنها را جدی نگرفته و در عمل به رهنمودهای کارشناسان بانک جهانی بیشتر از توصیه‌های آنها توجه دارند. از مجموع آن نوشته‌ها در مورد اقتصاد اسلامی چیزی حاصل نمی‌شود که دست کم یک آموزه‌ی اجتماعی خوانده شود و مقایسه‌شدنی باشد با آموزه‌ی اجتماعی مسیحی. آموزه‌ی کاتولیکی، که روایت پرنفوذ این آموزه است، در رقابت‌جویی با مارکسیسم شکل گرفت، اما برخی آموزگاران آن این صداقت را داشتند که بگویند از مارکسیسم آموخته‌اند. مهم اما این مسئله است که این آموزگاران دینی نیکوکاری مسیحی را مبنا گذاشتند و کوشش کردند از ایده‌ی آن یک هنجار اجتماعی همه‌جانبه بسازند. آنان می‌توانستند به عملکردی استناد کنند که همواره برقرار بوده، از جمله در آن دورانهایی که دستگاه مذهبی پیوند آشکاری با قطبهای زر و زور داشته است.

قدرت‌مداری اسلامی

مسلمانان بر خلاف مسیحیان در این زمینه‌ها از ایده‌ی دولت می‌آغازند. بایستی نخست دولتی باشد تجسم آموزه‌های آنان، آنگاه خیر موعود متحقق می‌شود. اصل قدرت است. نیکوکاری به عنوان نیکوکاری، بدون نیاز به نمایش، فقط کار گروه کوچکی از مؤمنان مسلمان است که کارهای خیرشان معمولاً ربطی به حوزه‌ی دینی و آموزه‌های آن ندارد.

تنها ارزش کتابهای اقتصاد اسلامی

مسلمانان در دهه‌های اخیر آثار فراوانی در زمینه‌ی اقتصاد اسلامی نوشته‌اند، آنها اما همه فراموش‌شدنی‌اند. نه علمی‌اند، نه اهمیت عملی دارند. آنها را نمی‌خوانیم که دریابیم آموزه‌ی اقتصادی اسلام چیست، بلکه می‌خوانیم تا بفهمیم گروهی از مسلمانان چه تصویری از خود داشتند، چگونه ذهنشان بر مدار قدرت می‌چرخیده است و چگونه به فکر باطل کردن آموزه‌های رقیب بوده‌اند.

تنها اثر ارزشمند در مورد "اقتصاد اسلامی"

در میان آثاری که من می‌شناسم، تنها یک نوشته‌ی کوتاه را شایسته‌ی آن می‌دانم که "اقتصاد اسلامی" نام گیرد. این اثر سنجیده و مبتنی بر واقعیات، مقاله‌ای است از مرتضی مطهری که نخست در سال ۱۳۴۱ انتشار یافته و اینک در کتابی از وی با عنوان "ده گفتار" (انتشارات صدرا، قم) در دسترس است. مقاله "مشکل اساسی در سازمان روحانیت" نام دارد. مطهری در این مقاله شرح می‌دهد که چون روحانیت شیعه از پولی که عوام می‌دهد، ارتزاق می‌کند، عوام‌زده است. او برمی‌نماید که در نهایت این روزی‌رسانان هستند، که تعیین می‌کنند طلاب در مدرسه‌ی دینی‌شان چه یاد گیرند. او در این مورد این مثال را می‌زند: «مرحوم آیه الله حاج شیخ عبدالکریم حائری یزدی ... به فکر افتادند یک عده از طلاب را به زبان خارجی و برخی علوم مقدماتی مجهز کنند تا بتوانند اسلام را در محیط‌های تحصیل‌کرده جدید، بلکه در کشورهای خارج تبلیغ نمایند... وقتی که این خبر منتشر شد، گروهی از عوام و شبه عوام تهران رفتند به قم و اولتیماتوم دادند که این پولی که مردم به عنوان سهم امام می‌دهند، برای این نیست

که طلاب زبان کفار را یاد بگیرند، اگر این وضع ادامه پیدا کند، ما چنین و چنان خواهیم کرد!!! آن مرحوم هم دید که ادامه این کار موجب انحلال حوزه علمیه و خراب شدن اساس کار است، موقتا از منظور عالی خود صرف نظر کرد.» (ص. ۲۶۳)

مسئله‌ی امروز

آنچه مرتضی مطهری «مشکل اساسی در سازمان روحانیت» نامیده، شایسته‌ی آن است که «مسئله‌ی اساسی در اقتصاد سیاسی شیعی» نام گیرد. این مسئله اکنون، پس از انقلاب اسلامی، شکل دیگری یافته است: پیشتر حوزه‌ی روحانی جیره‌خوار عوام و پیش از همه زمینداران و بازاریان بود. اکنون نحوه‌ی ارتزاق روحانیت شیعه فرق کرده است. روحانیت هم از عوام می‌گیرد، هم از دولت و بخشی از روحانیت خود خزانهدار است، یعنی به مثبته از عوام روزی می‌دهد. کمپلکسی تشکیل شده است که با استفاده از عنوان مقاله‌ی مطهری می‌توانیم آن را «مشکل اساسی در سازمان روحانیت» بدانیم. این مشکل، همچنان که اشاره شد، مسئله‌ی اصلی اقتصاد سیاسی شیعه در ایران امروز است.

اقتصاد سیاسی دین-۳۴

بت‌پرستی

می‌خواهیم درنگریم که دین سیاسی چگونه به بت‌پرستی می‌افتد، یعنی مثلاً اسلام، چگونه به چیزی تن می‌دهد که در الهیات خویش آن را به شدت پس می‌زند. در این مورد ایده‌ی مبنایی نگرش ما بحث مشهور مارکس در کتاب «سرمایه» در مورد بت‌وارگی کالا است.

رابطه‌ی دین و سیاست

پیشتر رابطه‌ی دین-سیاست و دین-اقتصاد را بررسی کردیم و گفتیم که در رابطه‌ی دین با سیاست ارزش مشترک سیاست است. در رابطه‌ی معکوس سیاست با دین نیز سیاست مبناست. در این مورد این گونه استدلال کردیم: در تبدالی میان دین و سیاست ارزی سیاسی به ارزی دینی تبدیل می‌شود. سیاست ارزی سیاسی را می‌دهد و می‌خواهد در قبال آن سیاست بستاند. خود سیاست دست به exchange نمی‌زند، مبادله در درون حوزه‌ی دینی صورت می‌گیرد. در آنجا ارزشی سیاسی ترجمان دینی پیدا می‌کند و سپس مجدداً از زبان دینی به زبان سیاسی ترجمه

می‌شود. حتماً اگر چیزی که از حوزه‌ی دینی به حوزه‌ی سیاست تحویل داده می‌شود، یک فتوای دینی باشد، بروز آن یعنی آن چیزی که به حوزه‌ی سیاست تحویل داده می‌شود، یک حکم سیاسی است با ارزشی سیاسی.

رابطه‌ی دین با حوزه‌ی اقتصاد

در مورد رابطه‌ی حوزه‌ی دینی و حوزه‌ی اقتصادی نیز گفتیم که به همین صورت استدلال توانیم کرد. همچنان که در رابطه‌ی دین و سیاست ارز تعیین‌کننده‌ی سیاسی است، در زنجیره‌ی مناسبات حوزه‌ی دینی و حوزه‌ی اقتصادی ارز تعیین‌کننده‌ی ارز حوزه‌ی اقتصاد است. حوزه‌ی دین ارزشش را به‌عنوان ارزشی دینی یا سیاسی و بهتر است بگوییم دینی-سیاسی تحویل حوزه‌ی اقتصاد می‌دهد. این حوزه در همکنشی با حوزه‌ی سیاست، از ارز دینی سود می‌سازد یا در صورت زیانبار بودن آن، در درازمدت پشش می‌زند. در این حال نیز همه چیز به زبان اقتصاد ترجمه می‌شود.

دین به مثابه سرمایه

از بحثهایی که در مورد رابطه‌ی حوزه‌ی دینی با حوزه‌های سیاست و اقتصاد داشتیم این نتیجه را گرفتیم که ارزش دینی، آن سان که هست، ارز تعیین‌کننده‌ای نیست، حتی اگر در بورس ارزشها بسیار مقبول باشد. این بدان برمی‌گردد که ارزش دینی در ذات خود منفی است. در تبدیلیش به ارزشهای دیگر است که مثبت می‌شود و درست به دلیل تبدیل‌پذیری است که می‌توان از دین به‌عنوان سرمایه نام برد. دین سرمایه است، چون می‌تواند در زنجیره‌هایی از ارتباطها با حوزه‌های سیاسی و اقتصادی قرار گیرد. دینی گرایش به پارسایی دارد که از قرار گرفتن در چنین زنجیره‌هایی بگریزد.

تعیین‌کنندگی سیاست

دوباره به رابطه دین و سیاست باز می‌گردیم. بحثی که در این مورد پیش می‌بریم، در مورد رابطه‌ی حوزه‌ی دینی و حوزه‌ی اقتصادی نیز صدق می‌کند. دین را مساوی با سیاست قرار می‌دهیم، چنانکه گفته‌اند و می‌گویند "دین ما همان سیاست ماست": دین = سیاست. این رابطه را می‌توان معکوس کرد، چنانکه رابطه‌ی "کالا = پول" را، که فروش را می‌رساند، می‌توان معکوس کرد و گفت "پول = کالا"، معادله‌ای که ترجمان آن خرید است. معکوس رابطه‌ی "دین = سیاست" می‌شود "سیاست = دین". در این رابطه‌ی معکوس آشکارا اصل "سیاست" است. پیشتر اما گفتیم که در رابطه‌ی "دین = سیاست" نیز بر حسب قاعده نقش مبنایی را سیاست ایفا می‌کند.

بت‌واره‌ی سیاست

"دین = سیاست". سیاست امری انسانی است، سازه‌ای انسانی است، همان‌گونه که بت آشکارا سازه‌ای انسانی است. تکه‌ای چوب، سنگ یا فلز برمی‌داشتند، بدان شکل می‌دادند و می‌آراستندش و سپس در برابر آن به سجده می‌افتادند. دینهای ابراهیمی همواره این بت‌پرستی را نشانه‌ی جهالت و گمراهی دانسته و آن را به سخره گرفته‌اند. در آنها اما گرایش به بت‌پرستی همواره قوی مانده است: این گرایش از اراده به قدرت برخاسته است. بت‌واره

می‌شود، هر چه مظهر قدرت گردد، و برای آن دینها قدرت و مظاهر آن بسیار وسوسه‌انگیز است. قدرت سیاسی همواره بت دینها بوده است. انواع بت‌شکن‌شان نیز از پرستیدن این بت دست برداشته‌اند.

دو تحلیل

از دو زاویه‌ی مختلف به موضوع می‌نگریم: یکی از نگر مصرشناس و فرهنگ‌شناس آلمانی یان آسمن و یکی از نگر فیلسوف آلمانی ارنست کاسیرر. یان آسمن این بت‌پرستی سیاسی را در دینهای توحیدی، درست برآمده از توحید آنها می‌داند. پیروان این دینها معتقدند حقیقت واحد را در اختیار دارند، به شدت خودی و غیرخودی می‌کنند. این خودی و غیرخودی کردن، سیاست در معنای کارل اشمیتی آن است. آن دینها ذاتاً به چنین سیاستی گرایش دارند. آنها ذاتاً سیاسی‌اند و چنان استعدادی برای افراطکاری در این مسیر دارند که به سادگی سیاست برای آنها اصل می‌شود، یعنی به بت‌پرستی آشکار سیاسی می‌گروند - بت‌پرستی، به بیانی که ما با استفاده از بحث مارکس در مورد فتنیسم سرمایه‌داری، به موضوع دادیم.

ارنست کاسیرر توحید را نفی جادو می‌بیند، در آن تعالی‌ای می‌بیند که به مؤمن این امکان را می‌دهد گول اسطوره‌ها را نخورد، اسیر ایدئولوژی‌های سیاسی نشود و به هیچ قدرتی سر فرود نیاورد. ارنست کاسیرر در توحید امکانی واقعی برای سکولار شدن حوزه‌ی سیاست می‌بیند، بدین صورت که خدا با تعالی خود از بازی‌های زمینی فاصله می‌گیرد و متعالی‌تر از آن می‌شود که بتوان از آن ابزار سیاسی ساخت. از نظر ارنست کاسیرر هیچ مؤمنی فاشیست نمی‌شود. از نظر آسمن، در ایمان به دلیل تصور مؤمن از برخورداری از حقیقت و به دلیل در ضلالت پنداشتن دیگران یک گرایش قوی فاشیستی نهفته است.

جمع دو نظر

کاسیرر و آسمن، هر دو واقعیت‌های انکارناپذیری را دیده‌اند. هم گرایش فاشیستی و هم گرایش به رد فاشیسم در دین وجود دارد. دین، بدانسان که در بحث بر سر عاملیت دین باز نمودیم یک سوژه‌ی خودکار است و بسته به محیط و زمان این یا آن جنبه از استعدادهای خود را بروز می‌دهد. آگاهی می‌تواند تا حدی این خودکاری را مهار کند.

کانت مهارگر را عقل می‌دانست. در عصر ما بایستی مشخصاً از لزوم مهار شدن دین توسط سکولاریزاسیون و دموکراسی سخن گفت. گروهی از مؤمنان نیز از این مهار شدن نفی می‌برند: آن گروهی که می‌خواهند از ضلالت پرستش بت‌واره‌های سیاسی رهایی یابند.

کاهش نرخ بهره‌ی دینی

برای آنکه یک بنگاه اقتصادی بتواند به حیات خود ادامه دهد، دست کم باید این شرط را برآورد که بتواند وضع موجود را حفظ کند، یعنی بنابر قاعده جمع ارزش مجتمع در آن در هر مقطع زمانی کمتر از ارزش آن در مقطع پیشین (مثلا در سال مالی گذشته) نباشد. در مورد بنگاه دین نیز روال همین گونه است. برای بقا باید بیلان خرج و دخل چنان نباشد که ارزش نسبی کل سرمایهی آن رو به تحلیل رود.

سرمایهی دینی اگر به حالت خود رها شود، مستهلک می‌شود. آن را به حال خود رها نمی‌کنند، با وجود این بهره‌زایی آن در درازمدت کاهش می‌یابد. بر پایه‌ی پیش‌گفته‌ها می‌کوشیم این نظر را مستدل می‌کنیم. در اینجا طرح ساده‌ای از موضوع به دست می‌دهیم. بیان استوارتر آن در قالب یک مدل ریاضی است، با شباهتهایی به بحث مارکس در "کاپیتال" در مورد گرایش عمومی نرخ سود به کاهش.

نظام نیازها

گفتیم که جامعه را می‌توان به صورت نظامی از نیازها در نظر گرفت. در این نظام، وظیفه‌ی تولید و بازتولید نیازهای دینی بر عهده‌ی حوزه‌ی دینی است. این حوزه خود را در مقام قضاوت درباره‌ی مجموعه‌ی نیازهای انسانی می‌گذارد. همین امر جایگاه آن را در نظام نیازها تعیین می‌کند. افراد در صحن بازار جامعه پا می‌گذارند و ادعا می‌کنند که نیازی را برآورده می‌سازند. این را نیز گفتیم که در این معرکه صدای کاهن از همه بلندتر است. او می‌گوید: نیازی که به من دارید این است که به شما بگویم به چه نیاز دارید، کدام نیازتان مشروع است، کدام یک نامشروع.

دین در روند تمدن

"روند تمدن" (اصطلاح ثربرت الیاس) را به صورت روند پیچیده‌تر شدن و متنوع‌تر شدن نیازها در نظر می‌گیریم که با انتقال شیوه‌ی پاسخ به نیازها از فرادستان به فرودستان همراه است. دین قادر به اعمال کنترل کامل بر این روند تمدنی نیست و خود، تابع آن می‌شود. همسازی دین با روند، انرژی منفی آن را کم می‌کند و به جای آن که ضریب نفوذش را افزایش دهد، از آن می‌کاهد. چنین پدیده‌ای را ممکن بود ابن خلدون سقوط عصبیت بنامد).

مشروعیتی که از انباشت آغازین سرمایهی دینی برمی‌آید، فقط به گونه‌ای اسمی و ظاهری به حکم‌های جدید درباره‌ی نیازهای جدید منتقل می‌شود، حکم‌هایی که مشروعیت می‌دهند، یا چیزی را فاقد مشروعیت می‌خوانند. دین بایستی به سرمایهی ثابت خود بیفزاید، تا بتواند کالاهای دینی بیشتری را متناسب با پیچیده شدن سامان اجتماعی عرضه کند. بدین منظور حوزه‌ی دینی نیز بایستی بر عرض و طول خود بیفزاید. متناسب با گسترش دستگاه بوروکراتیک دینی، یعنی تشکیلات کاهنان، بهره‌زایی و نفوذ آن گسترش نمی‌یابد. مخارج دستگاه بالا می‌رود و در دسری بزرگ برای دستگاه روحانی کنترل خود روحانیان می‌شود. در جریان روند تمدن کانونهای

رقیب حوزه‌ی دینی مدام قدرتمندتر می‌شوند. سرمایه‌ی دینی فقط یکی از شکل‌های سرمایه‌ی فرهنگی می‌شود. سرمایه‌ی فرهنگی مشروعیت خود را عمدتاً از کانون‌های دیگری می‌گیرد، کانون‌هایی چون آموزشگاه‌های علمی و هنری.

سقوط ارزش

نتیجه‌ی روند کاهش نرخ سود دینی است. امروز دین سرمایه‌ای دارد که ارزش آن را می‌توان از طریق مقبولیت و نفوذی که در بورس مجموعه‌ی ارزش‌ها دارد، تعیین کرد. اگر این سرمایه ثابت بماند، در یک روند تمدنی بی‌بحران ارزش آن سقوط می‌کند. یک کار حوزه‌ی دینی برای جلوگیری از کاهش نرخ سود دینی سرمایه‌گذاری بیشتری است که خود را به صورت تلاش برای افزودن به سرمایه‌ی ثابت دینی نشان می‌دهد. ثمره‌ی مستقیم این تلاش گسترش یافتن بوروکراسی تشکیلات روحانی است. این امر ارزش‌افزاست، اما حد ارزش‌افزایی آن به اندازه‌ی نیست که کاهش نرخ سود دینی را جبران کند. مثلاً اگر تعداد کاهنان دو برابر شود، این بدان معنا نیست که امکان نفوذ در جامعه دو برابر می‌شود.

دیانت‌های رقیب

در جریان روند تمدن، انحصار پاسخگویی به علایق خاص دینی نیز از دست حوزه‌ی رسمی دینی خارج می‌شود. کانون‌های شبه‌دینی فراوانی شکل می‌گیرند و دین فردی، یعنی دیانتی مستقل از حوزه‌ی دینی، رواج فراوان می‌یابد. این پدیده‌ها را پیچیده‌تر شدن نظام نیازها موجب می‌شود. جایی می‌رسد که حوزه‌ی دینی حتی کنترل خود بر روی نیازهای خاص دینی را نیز از دست می‌دهد.

مشکلات عصر جدید

دین چه امکاناتی برای مقابله با کاهش نرخ سود دینی دارد؟ تا پیش از عصر جدید کاهش نرخ سود دینی آن چنان آهنگی ندارد که حوزه‌ی دینی را نگران کند. سقوط عصبیت با تلاش‌های احیاگرانه، که هدفشان احیای مشروعیت آغازین است، و تلاش برای سیاسی کردن احیاگری، از جمله از طریق یاری‌رسانی به نشستن یک سلسله‌ی پادشاهی به جای سلسله‌ی دیگر، صورت می‌گیرد. در عصر جدید کاهش نرخ سود دینی به امری چشمگیر تبدیل می‌شود. مشخصه‌ی این عصر نشستن نظامی از نیازها به جای نظام نیازهای سابق است، نظامی که بسیار پیچیده است، پویایی نفسگیر و کنترل‌ناپذیر دارد، و دین با آن بیگانه است، بیگانه از این نظر که تجارت خود را در زمانی آغاز کرده که نظامی متفاوت برقرار بوده، نظامی در مجموع ساده و کنترل‌پذیر.

استراتژی‌های مقابله با کاهش نرخ سود

در اروپا دین در عصر جدید شروع به آزمودن استراتژی‌های دیگری برای مقابله با کاهش نرخ سود می‌کند. سکولاریزاسیون، با این که دست دین را به تمامی از قدرت سیاسی کوتاه نمی‌کند، اما دین را وامی‌دارد به جامعه بنگرد، نیازهای تازه را به رسمیت بشناسد و خود را به‌عنوان ممیز و مبصر معرفی نکند.

اسلام نیز با کاهش نرخ سود مواجه می‌شود، اما تصور می‌کند با به حرکت درآوردن انرژی منفی خود می‌تواند روند تمدنی تازه را زیر کنترل خود درآورد. امید اسلام به کنترل درآوردن قدرت دولتی می‌شود. در بخش بعد اندکی بر روی کیفیت سیاسی شدن اسلام در عصر جدید مکث می‌کنیم.

اقتصاد سیاسی دین-۳۶

فرصت مدرن تزویج دین و دولت

روند تمدن، روند پیچیده شدن نظام نیازهاست. با عصر جدید نظام نیازهای انسانی دستخوش چنان دگرگونی‌هایی می‌شود و چنان پیچیده می‌گردد، که از نظر ابعاد کمی و کیفی تغییر با هیچ عصر دیگری قابل مقایسه نیست. وظیفه‌ی اصلی دینهای بایست-نبایست‌گو آن بوده که بر نیازها کنترل داشته باشند و تعیین کنند که کدام یک مشروع است و کدام یک نامشروع. این دینها در عصرهای پیشین کارکرد موفقی داشته‌اند. وظیفه‌ی‌شان را به انجام می‌رسانده و اگر رقیب جدی‌ای داشته‌اند، آن رقیب خود از سنخ دین بوده است. دینها و فرقه‌ها بر سر این که کدام یک در هنجارگذاری مشروعیت دارند، با هم ستیز می‌کرده‌اند. دولت، یاری‌رسان دین در انجام وظیفه بوده است. دین و دولت با هم درآمیخته بودند و سخت به یکدیگر نیاز داشتند. جدایی‌ای اگر بوده در لحظه‌ی تغییر جفت بوده است. دین جفت دولتی خود را می‌جسته و دولت جفت دینی خود را. پیش آمده است که دین و دولت به هم خیانت کنند و همسری دیگر بجویند: این دولت دینی دیگر را و این دین دولتی دیگر را.

داستان دین

در عصرهای کهن کاهش بهره‌زایی دینی چشمگیر نبوده است. پیش می‌آمده است که حوزه‌ی دینی دریابد بازار کسادی دارد. در این حال معمولاً احیاگری پیدا می‌شود و مشروعیت نخست را تا حدی زنده می‌کند. گاه تلاش تا حد سرمایه‌گذاری مجدد و تولید کالاهاى تازه نیز پیش می‌رود. انباشت آغازین سرمایه‌ی دینی و تحولاتی که این سرمایه از سر می‌گذراند، تابع اقتصاد عمومی ارزش‌هاست. ماجرای آن تاریخ تحریف‌شده‌ای می‌یابد، اگر درباره‌ی آن داستانی با قهرمانان معنوی محض گفته شود. قهرمانان اصلی داستانهای دینی دولتمردان‌اند، نه پیمبران اخلاق و معنویت. داستان مؤسسه‌ی اجتماعی دین، داستان قدرت است.

اعتیاد به حکومتگری

از این زاویه که به سه دین خویشاوند یهودیت، مسیحیت و اسلام بنگریم، تفاوت چندانی میان آنها نمی‌بینیم. هر سه آن شده‌اند، که شده‌اند، به دلیل تاریخ سیاسی‌ای که داشته‌اند. هر سه دین، اعتیادی بنیادی به درآمیختگی با

حکومتگری داشته‌اند. مسیحیت در عصر جدید تا حدی مجبور به ترک این اعتیاد می‌شود. برای اسلام شرایط تغییر منس - هنوز - فراهم نبوده است.

واکنش در برابر کاهش نرخ سودآوری

مشکل اصلی اسلام را با تعبیرات خاص اقتصاد سیاسی بررسی می‌کنیم:

با آغاز عصر جدید، آنچنان که در بخش پیش آمد، نرخ سود دینی کاهش می‌یابد، این بار بدانسان که دیگر نمی‌توان با راه‌های سنتی افت ارزش را جبران کرد. اسلام بیش از هر هنگام دیگری چاره‌ی افت ارزش را در ترکیب شدن با دولت می‌بیند و می‌پندارد که می‌تواند با پشتوانه‌ی قدرت دولتی اعتبار ارز دینی را حفظ کند. دین برای خود این حق ترکیب با دولت را طبیعی می‌داند و فقط به خاطر گذشته‌اش نیست که دچار وسوسه‌ی احیای ترکیب می‌شود. در جامعه هنوز ارز دینی اعتباری اجتماعی دارد، اعتباری فراتر از علقه‌ی دینی. کتاب قانون در واقع فقه است، نه کتاب قوانین جدید. مدرن شدن جامعه به دلیل پویای جمعیتی، سوادآموزی و رسانه‌های جدید بر امکانات دین برای سوداگری می‌افزاید. افزون بر این ملت‌باوری عصر جدید از دین نیز مدد می‌گیرد و ارزشهای دینی را به‌عنوان ارزش‌های ملی فرهنگی وارد بازار ارزشها می‌کند. این انتقال نیز تا حدی افت عمومی ارزش دینی را جبران می‌کند. جایی که روند به پایان می‌رسد و فرهنگ می‌خواهد مرحله‌ی تازه‌ای از همسازی خود با جهان مدرن را بی‌آغازد، با واکنشهای تند از جانب دین مواجه می‌شود.

شانس دین در بحران است

جایی که نابسامانی‌های اجتماعی رشد کنند، برای کنترل و رفع آنها یک نیروی سیاسی با کفایت موجود نباشد و/یا راه حلی برای رفع آنها بر پایه‌ی وفاقی همگانی پیدا نشود، دین این شانس را می‌یابد که خود را به عنوان تنها ارز معتبر معرفی کند و مدعی شود که قادر به بازسازی تمام ارزشهاست. تشیع در ایران چنین شانسی یافت، چنین ادعایی کرد و شاهدان نیز این فرصت را یافتند که ببینند محتوای واقعی کردارش چیست.

ماتریس مدرن فاکتور دین

بایستی فرق گذاشت میان علت واکنش اسلام در برابر عصر جدید و پی‌آمدهای تجدد با نفس واکنش آن. از دید اقتصاد سیاسی ایدئولوژی، به هم خوردن تناسب ارزشها و کاهش عمومی نرخ بهره‌ی دینی، دین را به واکنش وامی‌دارد. چارچوب این به هم خوردن تناسب، مرحله‌ای دیگر از گذار از جامعه‌ی سنتی به جامعه‌ی مدرن است. دین در آنجایی که واکنشش به‌عنوان کنش بروز می‌کند و بر آن می‌شود که مناسبات ارزی را با تدبیر تغییر دهد، دیگر فقط با انرژی منفی ویرانگر خویش پیش نمی‌آید. دین مجبور می‌شود ارز خود را در رابطه‌های مثبت به ارزشهای دیگر تبدیل‌پذیر کند، تبدیل‌پذیر به ارزشهایی که از منطق جهانی سنتی پیروی نمی‌کنند. آن ماتریسی که دین در آن به عنوان ارزشی با ترجمان عددی می‌نشیند، مدرن است. دین سازنده می‌شود، رابطه‌های مثبت با پدیده‌های مدرن قدرت می‌گیرد و برنامه‌ای را برای مدرنیزاسیون پیش می‌گذارد: مدرنیزاسیون اسلامی.

مدرنیزاسیون اسلامی

در ایران ترکیب مجدد اسلام و دولت با اراده به این مدرنیزاسیون همراه است. آن زمان که می‌پنداشتیم رژیم می‌خواهد جامعه را به قرون وسطا برگرداند، ساده‌لوحانه شیخان را بسیار متقی و کم‌ادعا تصور می‌کردیم. قرون وسطا در برابر این ترکیب ایمان و تکنیک، که جهنمی است که اینک می‌خواهند هیزمش را اتمی کنند، جلوه‌ای بهشتی دارد.

اقتصاد سیاسی دین-۳۷

سه مرحله در تاریخ اخیر شیعه

در کانون رابطه‌ی اسلام با عصر جدید و تجدد، مسئله‌ی دولت قرار دارد. در این رابطه، در بُعد اجتماعی، مسئله‌ی دیگری برای اسلام مطرح است که همانا مسئله‌ی زن است. هیچ موضوع دیگری چون این دو موضوع، ذهن رهبران و ایده‌پردازان دینی را به خود مشغول نداشته و اگر داشته، فرع این دو موضوع بوده است.

مفهوم سنت در اسلام

چارچوبی که ناظران بیرونی معمولاً برای رابطه‌ی اسلام با عصر جدید در نظر می‌گیرند، سنت و مدرنیت است. الهیات سیاسی اسلامی خود مسائش را در این چارچوب مطرح نمی‌کند و در این مورد تا حد بسیاری حق دارد. برای این الهیات قدرت مطرح است، نه سنت. سنت تابع قدرت است. اسلام رابطه‌ای بس منعطف‌تر از یهودیت و مسیحیت با سنت دارد. انعطاف اسلامی، مصلحت قدرت است. سنت در اسلام از ابتدا زیر عنوان قدرت مطرح بوده است. در همان صدر اسلام اختلاف نظر بر سر سنت اختلاف نظر بر سر شیوه‌ی فرمانروایی بوده و اینکه کدام قبیله و خاندان فرمانروایی کند. اختلافها هیچ مضمون جدی دیگری نداشته‌اند.

مسئله‌ی دین‌پیشگان

در آستانه‌ی ورود به عصر جدید، آنچه سران دینی را در قلمرو اسلام به واکنش وامی‌دارد، جهان‌شناسی جدید نیست. مسئله رهبران دینی این نیست که نه خورشید گرد زمین، بلکه زمین گرد خورشید می‌چرخد. مسئله‌ی آنان سیاسی محض است. آنان به کیهان‌شناسی، زیست‌شناسی، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی توجهی ندارند. قدرت، قدرت، قدرت: همه چیز فرع مسئله‌ی قدرت است. هیچ نشنیده‌ایم که در حوزه‌ی علمیه‌ی اسلامی بر سر درک جدید از فیزیک آسمان بحثی جدی درگیرد.

اهمیت اقتصاد سیاسی دین

آنچه به عنوان انقلاب اسلامی می‌شناسیم، یک سر از دل چاهی به نام سنت بیرون نهجیده است. این پدیده، مدرن

است و فقط به عنوان پدیده‌ای مدرن فهم‌شدنی است. پی‌گرفتن ریشه‌های فکری رهبران آن در اعصار گذشته اهمیتی بیشتر از تاریخ‌کیمیای برای فهم شیمی مدرن دارد، اما تنها در آن اعماق پی‌جوی راز انقلاب شدن تقلیل یک پیکربندی پیچیده به یکی از اجزای آن، غفلت از فعلیت نزدیک آن جزء و توضیح تمامی حال آن از راه پیشینه‌ی دور آن است.

فصل مفصل هر پیشینه‌شناسی روحانیت حاکم و ایدئولوژی آن بایستی به بررسی حوزه‌ی دینی در عصر پهلوی اختصاص یابد. برای شناختن این حوزه اقتصاد سیاسی دین می‌تواند ابزارهای مفهومی کارآمد و امکانهای تحلیلی راهگشایی در اختیار بگذارد. مهمترین کاری که در این رابطه از اقتصاد سیاسی دین برمی‌آید، دادن طرحی از تاریخ اقتصادی حوزه‌ی دینی در عصر جدید است. چون در چارچوب این گفتارها به دلیل تنگی جا و گاه، سخن گزیده می‌گویم، از میان مجموعه‌ی مباحثی که در اینجا مطرح می‌توانند باشند، برای این بخش و بخش بعدی موضوعی را برگزیده‌ام که اهمیت روشی فراوانی دارد: وجود سه مرحله در حیات حوزه‌ی دینی در عصر جدید ایرانی. این سه مرحله را با نامهای تشیع فجری، تشیع پهلوی و تشیع حاکمیت پس از انقلاب اسلامی مشخص می‌کنیم.

تبار شیعه‌گری امروزی

شیعه‌ای که اینک می‌شناسیم، تشیع صفوی نیست، تشیع دوران قاجار نیست، تشیع خاصی است که سلف آن تشیع دوران پهلوی است. کالای دینی موجود همان کالای دورانه‌های کهن نیست. رد آن را در اعصار کهن جستن، ژرف‌بینی گمراه‌کننده‌ای است. شیعه‌ی مؤثر معاصر، شیعه‌ی پهلوی است؛ آن شیعه‌ای است که به عنوان مذهب مرکز، تمرکز و انسجام خود را مدیون برپایی دولت مرکزی مدرن در متنی سرمایه‌دارانه است.

مشکل اصلی از دید حوزویان

قم محصول دوران پهلوی است. این نکته به سادگی در شرح تاریخ انقلاب اسلامی فراموش می‌شود. در این دوران مشکل اصلی اجتماعی از نظر حوزویان آزاد شدن زنان است. در کانون چیزی که به نام فساد مطرح می‌شود، گسستن قیود سنتی بر دست و پای زن نشسته است. بقیه‌ی موضوع‌های مطرح سیاسی برای حوزه‌ی دینی موضوع‌هایی هستند که از ناسیونالیسم می‌آیند و امکان ترجمه به زبان دینی داشته‌اند. مسئله‌ی اسرائیل به‌عنوان نمونه مسئله‌ای است مطرح برای ناسیونالیسم، اما دارای این امکان که به زبان دینی ترجمه شود و به دعوی کهن اسلام و یهودیت گره خورد.

دین امروز، دین نفتی است

از منظر تفکر کلیشه‌ای مبتنی بر تضاد امر موهومی به نام سنت با امر موهومی به نام مدرنیته، بایستی با رشد ساختارها و نهادهای مدرن نیروهای سنت‌گرا ضعیف شوند. ایران نشان می‌دهد که چنین نیست. بایستی منظور از

آن مفاهیم را روشن کرد و از آن کلیشه دست برداشت. پیکربندی سنتی که حوزه‌ی دینی متولی آن است، درست در همین دوران مدرن رخ داده است.

تحولات اجتماعی و نیز برخی تحولات فرهنگی دوران پهلوی نه تنها از رونق دین نمی‌کاهند، بلکه کلیت سرمایه‌ی دینی را به شدت تقویت می‌کنند. دین رونق می‌یابد و بنگاه دینی امکان آن را می‌یابد که دست به سرمایه‌گذاری‌های کلانی بزند، که با وجود افت نرخ سود دینی حجم کلی سود را بالا برد. تجربه‌ی این سرمایه‌گذاری بود که روحانیت شیعی را به جایی رساند که به سوی بزرگترین پروژه‌ی تاریخ خود خیز بردارد: مقابله با کاهش عمومی نرخ سود از راه تصرف دولت، از طریق دولتی کردن سرمایه‌ی دینی به امید دینی شدن سرمایه‌ی دولتی. با تحقق این پروژه دین و نفت در هم آمیختند. عاملیت خودکار دین، اینک بیش از گذشته برکنده از سنتهایی است که در تاریخ ایده‌ها پی‌جوییشان می‌شویم.

اقتصاد سیاسی دین-۳۸

تشیع پهلوی

عصر جدید ایرانی در دوره‌ی مشرف به انقلاب مشروطیت آغاز می‌شود. می‌توان آغاز آن را مثلاً شکست ایران از روس و طرح ایده‌ی اصلاحات از سوی شاهزاده عباس‌میرزا گرفت. در آغاز این دوران حوزه‌ی دینی متوجه هیچ تغییر خاصی نیست *business as usual*؛ کاسبی روال همیشگی خود را دارد. ارتباطهای ایران با دنیای خارج جدی‌تر می‌شوند، کالاهای فرهنگی جدید، به تدریج در نزد دولتمردان نیز اعتباری بیش از اعتبار کالاهای فرهنگی سنتی می‌یابند، میسیونرها با حمایت قدرتهای بزرگ در ایران فعال می‌شوند و کالاهای دینی دیگری را عرضه می‌کنند، جنبش بابیان نزدیک است دکان تازه‌ی پررونقی در بازار دین بگشاید. همه‌ی اینها باعث می‌شود حوزه‌ی دینی به وجود بحران پی ببرد. مرحله‌ی اول حیات حوزه‌ی دینی در عصر جدید ایرانی رو به پایان می‌گذارد. در این مرحله حوزه‌ی دینی در حالتی خواب و بیدار است. طلایه‌های انقلاب مشروطیت به تدریج شیعه‌ی قجری را از خواب بیدار می‌کند.

بحران نخست

بحران پدیدآمده در بورس ارزش‌ها، دین را مضطرب می‌کند. اسلام بنابر سنت خود موضوع را سیاسی می‌بیند و در صدد بازتعریف رابطه‌ی خود با حکومت برمی‌آید. اگر حکومت فاسد است و به قدرت خارجی تسلیم شده است، از نظر سران دین، این امر تنها یک دلیل دارد: فاصله‌گیری‌اش با حوزه‌ی دینی.

بحران سیاسی و اجتماعی که بالا می‌گیرد، رهبران دینی نیز دخالت می‌کنند. دخالت این بار در برابر چشم توده‌ی شهری صورت می‌گیرد. توده در مفهوم جدید خود پا به صحنه گذاشته و به گروه‌بندی‌های سیاسی بار تازه‌ای می‌دهد. با آن، برای تبدیل ارز دینی به ارز سیاسی امکان تازه‌ای پیدا می‌شود. روحانیت میان امکانهای سنتی و جدید کاسبی، بازی می‌کند و به ایفای نقش‌های مختلفی می‌پردازد: شاهدوست، ضد شاه، مشر و عه‌خواه و مشروطه‌خواه می‌شود. بورس ارزشها متحول می‌شود. بازار بازار سابق نیست. کالای دینی‌ای هم که عرضه می‌شود، کالای سابق نیست و اگر باشد، دست کم این است که اینک در ویتترین تازه‌ای گذاشته شده است.

دوره‌ی آرامش و سازش

تقریباً در همه‌ی کشورهای اسلامی شاهد این هستیم که در مرحله‌ی نخست ورود به عصر جدید، حوزه‌ی دینی به شکل خاصی سیاسی می‌شود، احساس خطر می‌کند، امکان آنچه را ما "کاهش نرخ سود دینی" نامیدیم، جدی می‌بیند و این گرایش طبیعی را از خود نشان می‌دهد که از طریق قدرت سیاسی تجارت خود را بیمه کند. بحران آغازین که از سر می‌گذرد، حوزه‌ی دینی از تکاپو می‌افتد. در ایران به عنوان نمونه دوره‌ای آغاز می‌شود که شاخص آن زعامت آیت‌الله بروجردی بر حوزه است.

همپایی رونق سرمایه‌داری و رونق دین

نکته‌ی مهم این است که در این دوره رشد سرمایه‌داری موجب رونق دین می‌شود. همپای تقویت دولت مرکزی، دین مرکز هم رشد می‌کند و دینهای حاشیه و دیانت‌های سرخود جماعت‌های مستقل را به سمت اضمحلال می‌برد. سوادآموزی کشف تازه‌ی دین را موجب می‌شود. شهرها بزرگ می‌شوند و پیاپی مسجد تأسیس می‌شود. قم محصول دوران پهلوی است. حوزه‌ی علمیه قم در آغاز دوران پهلوی شکل می‌گیرد. در این حوزه شیعه آموزه‌ی خود را منسجم می‌کند، در سنت دست به گزینش می‌زند، تاریخ تازه‌ای برای خود می‌نویسد. شیعه‌ی پهلوی شیعه متمرکز مدون منسجم است. بسیاری پندارها، گفتارها و کردارهایی که سنت خوانده می‌شوند و به نظر می‌رسد از دیرزمان وجود دارند، در همین دوران پهلوی رسم شده‌اند و رسمیت حوزوی یافته‌اند. شیعه‌ی پهلوی مذهبی است متمرکز، برخوردار از حوزه‌ای که بوروکراسی آن در دوران مدرن قوام یافته است، با رشد سرمایه‌داری رونق داشته است و خطر را نه در رونق سرمایه‌داری، بلکه در نیروهای پیشرو منتقد آن دیده است.

پیوند با لومین‌ها

در دوران پهلوی پیوندهای میان حوزه‌ی دینی و لومین‌های شهری و توده‌ی رانده شده از روستا تقویت می‌شود. بر تعداد اینان مدام افزوده می‌شود. این امر، در کنار گشاده‌دستی بازار ثروتمند از یکسو و اداره اوقاف از سوی دیگر باعث می‌شود که سران حوزه به تذکرات نوگرایان دینی توجه نکنند، نوگرایانی که به این نتیجه رسیده بودند که جامعه‌ی نو به کالای دینی نو نیاز دارد.

مسلمان شدن مجدد ایرانیان

سرمایه‌داری در ایران رشد می‌کند، جامعه پوشش می‌یابد، در کشور تحرک ایجاد می‌شود، مردم باسواد می‌شوند، راه‌های ارتباطی تازه روستاهای دور را نیز از طریق مراکز استان و تهران به قم و مشهد وصل می‌کنند و این امکان را می‌دهند که برای نخستین بار آخوند پا در روستاهایی بگذارد که مسلمانی‌شان در حد یک نام بود. دوران پهلوی دوران مسلمان شدن مجدد ایرانیان است.

شبیه‌سازی

رونق تازه باعث زیاده‌خواهی می‌شود. زیاده‌خواهان به شکلهای مختلفی شورش‌گری می‌کنند. آنان هنوز به رأس قدرت چشم ندوخته‌اند، به رقبا می‌تازند و مشکل اصلی‌ای که با پهلوی‌ها دارند بر سر مسئله‌ی زن است. تشیع پررونق پهلوی مذهب همساز با سیستم است. زعمای اصلی حوزه، روحانیت را از دخالت مستقیم در سیاست باز می‌دارند. جوانان مذهبی چپ‌گرا از آنان رو برمی‌گردانند و تشیع حوزه را تشیع صفوی می‌خوانند. ایدئولوژی آنان ولی خود محصول مکانیسمی است که عاملیت خودکار دینی برای رونق‌گیری از راه مشابه‌سازی ایجاد کرده است. از طریق این مکانیسم گفتمان‌های رقیب را می‌گیرند، مشابه دینی آنها را تولید می‌کنند و مشابه را آلترناتیو اصل قرار می‌دهند. گفتمان دینی در ایران را نه با رجوع به سنت دینی گذشته، بلکه از طریق توجه به مکانیسم شبیه‌سازی باید شناخت. شبیه‌سازی شگرد همه‌ی حضرات است، از آیت‌الله‌های پیر گرفته تا روشنفکران دینی جوان. فایده‌ی اصلی رجوع به سنت گذشته، پی بردن به تقلب‌های رایج است.

اقتصاد سیاسی دین-۳۹

باز هم درباره‌ی حوزه‌ی دینی در عصر پهلوی

پیشتر گفتیم که برای فهم انقلاب اسلامی توجه به وجود سه مرحله در حیات حوزه‌ی دینی در عصر جدید ایرانی اهمیت روش‌شناختی تعیین‌کننده‌ای دارد. این سه مرحله را با نامهای تشیع قجری، تشیع پهلوی و تشیع حاکمیت پس از انقلاب اسلامی مشخص می‌کنیم. بر این نکته نیز تأکید کردیم که اگر بخواهیم شیعه‌ی ولایتی دولتی امروزین را درک کنیم، بایستی در درجه‌ی نخست به شیعه‌ی پهلوی چشم‌دوزیم، نه به گذشته‌ی پرابهامی به نام سنت.

پایان شیعه‌ی قجری

از منظر اقتصاد سیاسی دین به اختصار به نحوه‌ی گذار از شیعه‌ی قجری به شیعه‌ی پهلوی و از شیعه‌ی پهلوی به شیعه‌ی ولایت فقیه اشاره می‌کنیم. دوره‌ی شیعه‌ی قجری با بحران به پایان می‌رسد. نرخ سود دینی کاهش گرفته است، بورس ارزش‌ها متلاطم شده است و رقیبان تازه‌ای سر برآورده‌اند. دین دیگر به شیوه‌ی سنتی قادر نیست

سودآوری خود را تضمین کند. استراتژی‌های مختلفی برای غلبه بر بحران آزموده می‌شوند: از مشروعه‌خواهی گرفته تا مشروطه‌خواهی. ایده‌شناسی، یعنی رجوع به آگاهی و نهاد آگاه فردی (سویژکنیویته) تنها بر جنبه‌ی محدودی از آن واقعیت پیچیده‌ای پرتو می‌افکند که این استراتژی‌ها را می‌پروراند.

کلاسه‌بندی سنت

جامعه به تدریج متجدد می‌شود. تجدد، بازار دین را گرم می‌کند. در آغاز عصر پهلوی با تأسیس حوزه‌ی علمیه‌ی قم، عصر تازه‌ی شیعه نیز آغاز می‌شود. در این عصر شیعه‌ی مرکزی، همپای رشد دولت مرکزی منسجم و مدون و دارای بوروکراسی مدرن خود می‌شود، تاریخ خود را از نو می‌نویسد و در این تاریخ‌نویسی از روی دست تاریخ‌نویسی ناسیونالیستی رونویسی می‌کند. بخش بزرگ آن چیزی که به عنوان سنت دینی در ایران کلاسه‌بندی شده است و اینک، آنگاه که از سنت سخن می‌رود، بدان اشاره می‌شود، ساخته و پرداخته‌ی این دوره است. دروغ بزرگ تاریخ‌نویسی معاصر ما تحویل دادن مصنوعات معاصر به‌عنوان سنت سلف است.

همسازی با بازار مدرن

قم محصول عصر پهلوی است. قم، در این عصر در مجموع با سیستم همساز است و از قبل رشد سرمایه‌داری نان می‌خورد. حوزه‌ی دینی، در این دوران آداب بازار جدید را می‌آموزد و درمی‌یابد اینک چگونه و کجا باید سرمایه‌گذاری کرد؛ رقیبان را می‌شناسد و برای رونق کار خود با مکانیسم شبیه‌سازی آشنا می‌شود. این مکانیسم، از مهمترین شگردهای دینی برای همسازی با بازار مدرن است: آنگاه که می‌خواهند متفکر جلوه کنند، گفت‌مان رقیب را می‌گیرند، مشابه دینی آن را تولید می‌کنند و سپس مشابه را بدیل اصل قرار می‌دهند. حوزه‌ی علمیه‌ی جدید هیچ محصولی خلق نکرده، که مونتاژ شده، تقلیدی و تقلبی نباشد. راز این حوزه، در سنت نیست، در تقلب است. این تقلب از الزامات کاسبی دینی در دوران مدرن است.

رجوع به استراتژی سابق

در دهه‌ی ۱۳۵۰ کاهش سود دینی محسوس می‌شود. دوران رونق به پایان رسیده است. سرمایه‌داری رشد سطحی خود را کرده و اینک می‌خواهد به عمق رود. بحران رشد درمی‌گیرد که سیستم سیاسی، بر خلاف ۱۳۴۲، توانایی کنترل آن را ندارد.

حوزه‌ی دینی با به پایان رسیدن دوره‌ی رونق به استراتژی سابق خود برمی‌گردد: چاره‌ی افت ارزش از راه ترکیب شدن با دولت. آنچه باعث شده بود حوزه‌ی دینی ساکت شود و این خواست قدیم را پنهان دارد، رونقی بود که کالای دینی با رشد سرمایه‌داری کسب کرده بود.

رابطه‌ی تشیع پهلوی با جهان مدرن

حوزه‌ی دینی در این دوره ثابت کرد که با مدرنیت قادر است تنها رابطه‌ای مصرفی بگیرد. حوزه می‌تواند مدرنیت

را به عنوان کالا و تکنیک بپذیرد، و اگر سرمایه‌داری، بازاری باشد که دین در آن نرخ سود تضمین‌شده‌ای داشته باشد، هیچ مشکلی با آن ندارد.

در دوره‌ی رونق هیچ تلاشی از جانب حوزه‌ی دینی برای شناخت جامعه‌ی مدرن صورت نگرفت. اشراف بوروکراسی روحانیت، موجودات دو زیستی‌ای بودند که در حجره‌ها احکامی را می‌خواندند و تدریس می‌کردند که حتا در قرون وسطا پشتوانه‌ی اجرایی نداشتند، و از حجره که بیرون می‌آمدند، زیستی مشابه قشر مرفه ایرانی داشتند. مصرف می‌کردند و در پنهان از آن کارهای دیگر غافل نبودند.

روحانیت مبارز!

این یک دروغ بزرگ است که روحانیت سهم اصلی را در مبارزه‌ی سیاسی در دوران شاه داشته است. از میان سه نیروی چپ، ملی و مذهبی، کمترین سهم از آن مذهبی‌هاست. به خاطرات چاپ شده، به مجموعه‌ی مشاهدات زندگان در عرصه‌هایی چون رسانه‌ها، دانشگاه، کارخانه، روستا و مناطق قومی و به آمار زندانیان سیاسی تا سال ۱۳۵۶ که رجوع کنیم به سادگی به این نکته پی می‌بریم. در ضمن حساب بسیاری از نیروهای مذهبی را بایستی از حوزه‌ی رسمی دینی جدا کرد.

بی‌استعدادی حوزه

حوزه‌ی دینی در دوران رونق، بی‌استعدادی کامل خود را برای درک جهان مدرن نشان داد. هیچ اثری خلق نکردند که بتوان ذره‌ای تفکر در آن یافت. هر جا که گفتند چیزهای نوبی در جهان وجود دارد، بلافاصله می‌افزودند که دینشان خیلی خوب است و برای هر مشکلی بهترین راه حل را دارد. برای آقایان هیچ چیزی به عنوان مسئله مطرح نشد، تا مجبور به فکر کردن شوند. مسائل حوزه همان مسائل قدیم است. مسائل جدید را مستحدثاتی می‌دانند که با "قدرت" می‌توان چاره‌ای برایشان جست.

سنت و اسلوب

حوزه‌ی دینی در دوره‌ی پهلوی انگلی ماند: تولید قابل‌ذکری نداشت و عمدتاً کالای گذشته را می‌فروخت. به مرجعیتی که دستگاه سیاسی، رسانه‌های تبلیغاتی آن و نیز دانشگاه در جامعه یافته بود، با حسادت می‌نگریست. هیچ تلاش اصیلی از حوزه سر نزد، که بتوان آن را رقابتی مدنی و سازنده تلقی کرد. از این حوزه حتا کارهای ساده‌ی نیکوکاری مثل کمک به مردم در دوره‌های بدبختی و سوانح طبیعی مصیبت‌زا بر نمی‌آمد. افت سود، آن را به سوی الهیات سیاسی سوق داد. انرژی منفی‌ای را در خود بیدار کرد که ویرانگریش را در انقلاب اسلامی به نمایش گذاشت. این‌ها هستند برخی خطوط عمده‌ی آن "سنتی" که حکومت دینی حیات خود را با اتکا به آن آغاز کرد. اما آیا بهتر نیست به جای "سنت"، از "اسلوب" سخن گوئیم و حوزه‌ی دینی را اساساً یک رژیم تلقی کنیم، یعنی بنگاهی با یک سبک و منش خاص؟

سنت و اسلوب

حوزه دینی در دوران پهلوی، همچنانکه در بخش پیش گفته شد، نتوانست با جهان مدرن رابطه‌ای جز یک رابطه‌ی مصرفی بگیرد. جهان مدرن را دارای دو وجه تصور کرد: وجهی مصرفی-تکنیکی و وجهی فرهنگی. وجه فرهنگی را غربی، فاسد، یهودی، مسیحی، کمونیستی، ماتریالیستی و ضد دینی اعلام کرد و آن را پس زد، اما به وجه مصرفی-تکنیکی آن با دیدی مثبت نگر است.

فکر می‌کرد تکنیک غربی همان قدرت تمدنی‌ای است که زمانی به جهان اسلام تعلق داشته و مسلمانان را بر دیگران برتری می‌داده است. این نوع محاسبه‌ها و مقایسه‌ها اساساً اختراع ناسیونالیست‌هاست. (البته باید در نظر گرفت که خود ناسیونالیسم ریشه‌ای در دین دارد.)

حوزه دینی دیار ما هیچ نظریه‌ی سیاسی‌ای که در اصل از آن خود وی باشد، ندارد. اعتقاد به حق انحصاری سلسله‌ای از یک خاندان و فقهایی که در غیاب آن سلسله صاحب امرند، ابتدایی‌تر از آن است که بتواند یک نظریه‌ی سیاسی نام گیرد.

نه "حقیقت"، بلکه "رژیم حقیقت"

برای حوزه دینی نه نظریه مهم است، نه سنت. حوزه نه یک "حقیقت"، بلکه - با استفاده‌ی آزاد از اصطلاحی از میشل فوکو می‌گوییم - یک "رژیم حقیقت" دارد، یعنی شیوه‌ای برای آنکه چیزی را "حقیقت" قلمداد کند. آنچه رفتارهای آن را تعیین می‌کند، یک اسلوب است.

اسلوب حوزه دینی شیعه در ایران معاصر در عصر پهلوی قوام گرفته است. آنچه اسلوب پندار و کردار حوزه را تعیین کرده، این واقعیت است: از رونق وجه سرمایه‌دارانه‌ی عصر جدید رونق گرفتن، بدون هیچ گونه استعداد و تلاشی برای فهم این عصر و تماس با جهان متجدد از راهی جز مصرف و تکنیک.

مسئله‌ی محوری حوزه دینی در عصر جدید نه این است که چگونه کلیت تجدد را پس زند، بلکه این است که چگونه با مال و امکانه‌ی تکنیکی و دستگاه مدرن قهر جنبه‌های رهایی‌بخش تجدد را در هم‌کوبد.

مدرنیزاسیون اسلامی

در این دوره‌ای که روحانیت در ایران سلطنت می‌کند، ثابت کرده است که ضد مدرنیزاسیون نیست؛ دارد مدرنیزاسیونی را پیش می‌برد که نه فقط از نظر میزان وارد کردن تکنیک و مصرف در زندگی، بلکه از نظر میزان نابود کردن ساختارهای سنتی نیز بی‌سابقه است. مدرنیزاسیون شاهی روستا را تکان داد، مدرنیزاسیون اسلامی آن را منفجر کرد.

این روند چون مدرن بود قصبه‌ها را به شهر تبدیل کرد و چون اسلامی بود شهرها را به قصبه تبدیل کرد. بنابراین منطق مدرنیزاسیون، افراد گسترش یافت و رژیم برای اینکه افراد به فردیت تبدیل نشود، کوشید افراد پندار و کردار قبیله‌ای بیابند. جامعه‌ی ایران تا کنون هیچگاه تا این حد مدرن نبوده است و با وجود این هیچگاه به هم‌ریختگی و بی‌سامانی کنونی را نداشته است. جامعه‌ی ایران در عصر حکومت مردان دین جامعه‌ای است مصرفی، به شدت پول‌پرست، به شدت فاسد و به شدت دستخوش تضاد و بی‌عدالتی.

سنت و رژیم

در ایران یک مدرنیزاسیون اسلامی پیش می‌رود. اراده به قدرت، محور اصلی ارتباطی این روند، با سنت دینی است. اراده به قدرت در عین حال آن چیزی است که به سادگی ترجمان مدرن می‌یابد. آنچه به همتافته‌ی در نگاه نخست ناهمساز مدرنیزاسیون اسلامی استواری می‌بخشد، اراده به قدرت است.

خواست قدرت یک اسلوب است، یک "رژیم" است. رژیم را بایستی با این "رژیم" توضیح داد. انتخاب سنت و گزینش در درون سنت خود نوعی "رژیم" است. ما نه با سنت به طور کلی، بلکه گزینش در میان آن از طریق این "رژیم" مشکل داریم. این سخن به معنای معصوم جلوه دادن سنت نیست.

سنت دینی به سادگی به الهیات سیاسی تبدیل شدنی است. اما سنت با این تبدیل، خود سرکوبگر خود می‌شود، زیرا سنت دینی چیزی نیست که فقط به برخی متنها و برخی اشخاص فروکاستنی باشد. مردم از روز نخست پاگرفتن دین، در جهت مهار انرژی منفی آن می‌کوشند. می‌کوشند آن را نرم کنند، گام به گام استثناهایی را در برابر قاعده‌های آن می‌گذارند، تا جایی که آنها یکی پس از دیگری فراموش شوند. هم قاعده‌گذاری به سنت دینی تعلق دارد، هم استثناگذاری. خطر الهیات سیاسی همواره در این است که یکباره ممکن است تلاشهای چندین نسل را برباد دهد و قاعده‌ها را احیا کند.

اسلوب و رژیم

سنت، ترکیبی از یاد و فراموشی است. حضور زنده‌ی آن با یادآوری جنبه‌هایی از آن و سانسور جنبه‌هایی دیگر همراه است. این کار در هر عصری و در نزد هر جریانی اسلوب خود را دارد. یادآوری و سانسور در دوران صفوی آن گونه صورت نمی‌گیرد که در دوران پهلوی و در این عصر روشنفکران دینی به همان‌سانی تذکر نمی‌دهند و کتمان نمی‌کنند که نمایندگان دین دولتی کار احیاء و انشاء را پیش می‌برند.

در هر حال مهم نحوه‌ی انتخاب است. نحوه‌ی انتخاب همانی است که بدان اسلوب نام دادیم. اسلوب رژیم است، وقتی متمرکز، سیستماتیک و در احیا و سانسور سرکوبگر و خشونت‌وزر باشد.

چند تز

در ادامه از تفصیل درمی‌گذرم و فشرده‌ی نظرم را در مورد بحث گشوده شده با تزه‌های زیر بیان می‌کنم:

۱. معرف حکومت دینی نه سنت‌گرایی آن، بلکه یک اسلوب است، نه یک "حقیقت"، بلکه یک "رژیم حقیقت" است.

۲. تنها از راه ایده‌شناسی محض نمی‌توانیم تکوین و رشد این "رژیم" را درک کنیم، نیاز به ابزارهای نظری جامعه‌شناسی، اقتصادشناسی و سیاست‌شناسی نیز داریم. "اقتصاد سیاسی دین" جامع ابزارهای لازم است.

۳. رژیم "فعلی" در دوران تشیع پهلوی شکل گرفته است و از ناتوانی در رابطه‌گیری مثبت و زایا با عصر جدید حاصل شده است.

۴. شاخص این "رژیم"، اراده به قدرت است.

۵. اراده به قدرت از دل سنت دینی می‌آید، می‌تواند اما ترجمانی مدرن بیابد.

۶. اراده به قدرت پیوند خاصی را میان سنت و مدرنیت برقرار می‌کند.

۷. مظهر این پیوند مدرنیزاسیونی است که در جامعه‌ی ایرانی پیش می‌رود.

۸. مدرنیزاسیون اسلامی آن واقعیتی است که بایستی توجه نظری برای درک وضعیت بر آن متمرکز شود. کمپلکس حکومت دینی نه کمپلکس سنت به طور کلی، بلکه کمپلکسی دینی-نظامی-اقتصادی است.

۹. بحث‌هایی چون سکولاریزاسیون بایستی به جای کلی‌گویی درباره‌ی این-جهانی‌گری و آن-جهانی‌گری، به این همتافته توجه کند.

۱۰. معنای نخست سکولاریزاسیون و دموکراتیزاسیون در ایران، در هم‌شکستن این کمپلکس است.

سکولاریزاسیون

سکولاریزاسیون مفهومی است ناظر به یک روند، اقدام یا شَوند، که در محدوده‌ای می‌گنجد که موضوع پژوهشی اقتصاد سیاسی دین است. سکولاریزاسیون به معنای سکولار شدن است، به معنای سپردن امور این-جهان به دست این-جهانیان است و مجبور کردن روحانیان به فعالیت در آن حوزه‌ای که معتقدند تخصص اصلی‌شان است: یعنی امور "آخرت". روحانیانی که معتقدند وظیفه‌ی اصلی‌شان و بزرگترین سعادتمندان پرداختن به عبادت است، می‌توانند به سکولاریزاسیون به عنوان یک هدیه‌ی آسمانی بنگرند. سکولاریزاسیون آنان را از پرداختن به امور "مادی" مرخص می‌کند و می‌گوید بروید به وظیفه‌ی اصلی خود بپردازید. سکولاریزاسیون شرط اول پارسایی دینی در زمانه‌ی ماست. از منظر درون دینی می‌توان گفت که "بت" زمانه‌ی ما قدرت سیاسی است.

سکولاریزاسیون پزشکی

این عادی شده است که به روحانیان بگویند در امور پزشکی دخالت نکنند. اگر حتا در حکومت دینی شیخی با صدای بلند بگوید که در دانشکده‌های پزشکی بایستی خواص "آب تربت" را تدریس کرد، سران قوم ساکتش می‌کنند. در زمینه‌ی پزشکی در مجموع سکولاریزاسیون خودش یافته است. جدایی دین و پزشکی را همگان پذیرفته‌اند. موضوع بحث‌انگیز پهنه‌ی سیاست است. وقتی از سکولاریزاسیون سخن می‌رود، معمولاً پهنه‌ی سیاست و لزوم جدایی دین و دولت مطرح است. اگر پای عقل و درایت در میان بود، این جدایی می‌بایست اکنون کاملاً متحقق می‌بود، زیرا جدایی دین و دولت کمتر از جدایی دین و پزشکی فرمان عقل نیست.

سکولاریسم

همان گونه که لازمه‌ی جدایی دین و پزشکی دین‌زدایی نیست یا حتا رویکردی انتقادی به دین نیست، شرط سکولاریزاسیون به معنای جدایی دین و دولت آن نیست که اکثریت مردم "سکولاریست" باشند، یا ایدئولوژی‌ای به نام "سکولاریسم" بیاید به جای ایدئولوژی‌ای دینی بنشیند. سکولاریسم ایدئولوژی نیست و اصولاً به یک پدیده‌ی توده‌ای سیاسی اشاره ندارد. سکولاریسم یک مقوله‌ی فرهنگ‌شناسانه‌ی توصیفی است که رویکرد شاخصی را به جهان در عصر جدید، وصف‌کننده ثبت می‌کند. آنچه ثبت می‌کند دارای صفت این-جهانی‌گر برای حل مسائل این-جهانی است.

سکولار بودن هیچ چیز عجیبی نیست. مثلاً جمهوری اسلامی را در نظر بگیریم. این رژیم برای سرکوب مخالفان خودش نه به فرشتگان، بلکه به یک دستگاه امنیتی عریض و طویل متوسل می‌شود که کارآیی‌اش تابع میزان

بودجه‌ی آن است. در هنگام بودجه‌بندی، کمک از راه ورد و دعا منظور نمی‌شود، زیرا حساب حساب دلار است، که حساب عاقلانه‌ای است. آیت‌اللهی نیز که برای معالجه راهی لندن می‌شود، به جای آن که خود را به ضریح حضرت ببندد، حساب عاقلانه‌ای می‌کند، چون راهی دنیوی می‌جوید برای مسئله‌ای زیست‌شناختی که امری دنیوی است. سکولاریسم، آگاهی شرافتمندانه به این حسابگری‌های عقلانی است که همیشه وجود داشته‌اند. این آگاهی و شرافت مختص عصر جدید است و یکی از دلایل برتری اخلاقی این عصر بر دیگر عصرهای تاریخی به شمار می‌آید.

خردمندی سیاسی

مردمان مختلف به درجات مختلفی متجددند. در برخی فرهنگها روشنگری متجددانه نفوذ بیشتری یافته است. حضور عصر جدید در نزد گروهی از مردم فقط به صورت مصرفی و تکنیکی است. به همین سان می‌توان در مقام مقایسه گفت که در فرهنگی گرایش سکولار پررنگ‌تر از فرهنگی دیگر است. سکولاریسم سیاسی، با توصیفی که شد، بازتاب مستقیم سکولار شدن فرهنگ نیست. سکولاریسم سیاسی یک خردمندی سیاسی است که از جمع‌بندی درست تجربه‌ی حضور مردان دین در حوزه‌ی قدرت سیاسی حاصل شده است. برای رسیدن به این جمع‌بند، مثلاً در ایران، لازم نیست نامسلمان بود، فقط کافی است منصف، حساس به چشم‌دیدهای خود و دارای حسی اخلاقی بود. فرد از شدت ایمان نیز می‌تواند به ایده‌ی سکولاریسم برسد، اگر فتیشیسم قدرت را دریابد (ر.ک. به بخش ۳۴ "اقتصاد سیاسی دین" با عنوان "بت‌پرستی").

شرطهای سکولاریسم

به نظر من از دیدگاه اقتصاد سیاسی دین باید این شرطها برآورده شوند، تا بگوئیم سکولاریسم بودش یافته است: ۱. بایستی به درآمیختگی پرسنلی میان دولت و حوزه‌ی دینی پایان داده شود. دولت پرسنل خود را دارد، حوزه پرسنل خود را. رهبری دولتی بایستی بر عهده هیچ مقام دینی‌ای نبوده و دولت کلاً بایستی در قبال حوزه‌ی دینی استقلال کامل داشته باشد. ۲. دولت بایستی هیچ‌گونه سوبسیدی به حوزه‌ی دینی ندهد. به هیچ کالای دینی‌ای نبایستی یارانه‌ی دولتی تعلق گیرد. ۳. روحانیان و کل حوزه بایستی مالیات بپردازند. ۴. حوزه‌ی دینی بنگاهی است مثل هر بنگاه دیگر؛ بایستی حساب دخل و خرجش مشخص و علنی باشد.

هیچ یک از این چهار شرط به خودی خود و هن دین نیست. مثلاً در مورد شرط آخر می‌توان گفت که آن را که حساب پاک است، از محاسبه چه باک است. حتا از منظری درون-دینی می‌توان استدلال کرد که هیچ یک از این الزامها اصلی یا فرعی را در آموزه‌ی دینی نقض نمی‌کند.

بحث سکولاریسم

حمله به سکولاریسم به معنای "دین‌خواهی" معمولاً از طریق یکی گرفتن آن با سکولاریسم و مترادف دانستن سکولاریسم با بی‌دینی، مادیگری و حتا ضدیت با اخلاق صورت می‌گیرد. خلاصه‌ی استدلال آخوندی در

این باب این می‌شود که اگر نمی‌خواهید جامعه بی‌دین و بی‌اخلاق و گرفتار مادیات و فساد باشد، قدرت بایستی در دست آخوند قرار گیرد.

گروهی از غیر آخوندها نیز از طریق خلط چند مطلب، با سکولاریزاسیون مشکل پیدا کرده‌اند: سکولاریزاسیون در دولت را با سکولاریسم فرهنگی یکی می‌گیرند، از راه نسبت‌باوری فرهنگی سکولاریسم را مختص اروپا و فرهنگ مسیحی می‌کنند و از طرف دیگر پیش می‌آید حتماً ادعا کنند که اسلام خود دینی سکولار است و بدین جهت مسئله ما سکولار شدن نیست.

سکولار شدن می‌توانست مسئله‌ی ما نباشد، اما شده است. این مسئله را حکومت دینی در قرن بیست و یکم به شکل میرمی در مقابل ما نهاده است. مسئله‌ی سکولاریزاسیون در ایران نه طرح یک موضوع انتزاعی ایده‌شناسانه، بلکه ارزیابی از یک حکومت حی و حاضر است. بحث را بایستی از این واقعیت آغاز کرد و با نظر به آن پایان برد.

اقتصاد سیاسی دین-۴۲

تورم و بحران - پایان سخن

آیت الله خمینی در آغاز کتاب "حکومت اسلامی" گفته است که ولایت فقیه از آن چیزهایی است که تصورش موجب تصدیقش می‌شود. یعنی اگر درست تصور کنید که این نظام چگونه نظامی است، تصدیق می‌کنید که نظام خوبی است. ما دیگر "تصور" نمی‌کنیم، زیرا می‌دانیم؛ همه چیز در برابر چشمانمان مجسم است.

بحث حکومت دینی از دید نظریه‌ی سیستم

با وجود این، استدلال عقلی آیت‌الله را جدی می‌گیریم و در مقابل آن، این ادعا را از دیدگاه سیستمی می‌گذاریم: چون نظام سکولار از حد کمپلکس بودن دستگاه سیاسی با ایجاد جدایی میان دولت و حوزه‌ی دینی می‌کاهد و با این کار اجازه‌ی تمرکز آن روی وظایف سیاسی خویش را می‌دهد، نظام بهتری است. پس تصور آن بایستی منجر به تصدیق مؤکدتری شود. (در مورد رابطه‌ی تمرکز و شانس بقا با کاستن از میزان پیچیدگی به آثار نیکلاس لومن، نظریه‌پرداز سیستم رجوع کنید). ما در این مورد به تفصیل در اقتصاد سیاسی دین سخن گفته‌ایم. در این بحث پای اشخاص را پیش نیاوردیم و مثلاً نگفتیم مجریان دولت دینی فاسدند. تمام مدت سیستم را تحلیل می‌کردیم. در بحث منطق مبادله میان حوزه‌ی دین با حوزه‌های سیاست و اقتصاد، تعیین‌کنندگی سیاست را ثابت کردیم. با وجود

واقعیت نقش تعیین‌کننده‌ی سیاست، حضور دین سیستم را کمپلکس می‌کند و به شدت از کارآیی آن می‌کاهد. ارزشی منفی که بخواد نقشی مثبت باز کند، فقط اختلال‌آور است.

کاستن از پیچیدگی زحمت‌زا

ممکن است گفته شود که می‌توان از پیچیدگی زحمت‌زای سیستم کاست، به این صورت که تشریفاتی مثل مجلس و کابینه و رأی‌گیری را حذف کرد و با حذف این نهادهای اقتباس شده از غرب سکولار به حکومت دینی ناب رسید. این ایده همواره در ایران مطرح بوده است. در ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی و در هنگام بحث قانون اساسی شیخ مشهوری به نام شیخ علی تهرانی به طنز و طعنه گفت که: رأی‌گیری و پارلمان و نخست‌وزیر و رئیس‌جمهور را برای چه می‌خواهیم؟ حکومت دینی یعنی یک خلیفه بعلاوه یک شمس‌وزیر و یک قمر‌وزیر! او منتقد بود، اما هنوز کسانی هستند که به طور جدی خواهان حکومت اسلامی ناب باشند. آنان به تجربه به لزوم کاهش حد کمپلکس بودن رسیده‌اند.

حکومت دینی ناب

بحث سیستمی ما با اینان چه می‌شود؟ ما در برابر ایده‌ی جمهوری اسلامی ایده‌ی جمهوری سکولار را گذاشتیم و گفتیم تصور سیستمی آن بایستی به تصدیق مؤکدتر آن راه برد. اما اگر جمهوری اسلامی ساده شود و به صورت "امارت اسلامی" طلاب درآید، باز می‌توانیم با استدلال سیستمی یک نظام سکولار را بر آن ترجیح دهیم؟ پاسخ این است که با حذف برخی تشریفات، سیستم چندان ساده نمی‌شود. در حکومت دینی در نابترین شکلش نیز شکافی برقرار است میان دین و سیاست، که هر چقدر دین سیاسی باشد و حکومت‌گران دینی باشند، باز برطرف نمی‌شود. حکومت دینی ناب این مشکل را هم دارد که انرژی منفی دین را این بار بی‌واسطه‌تر متظاهر می‌کند و همین امر به شدت در کار سیاست اختلال‌آور می‌شود. بنابر این باز با استدلال سیستمی می‌توان نظام سکولار را کارآتر و عقلانی‌تر دانست.

خودپیرانگری نظام دینی

از این بحث اما نتیجه‌ی جالبی می‌توان گرفت: هر گاه نظام دینی بخواد به صورت کارآیی درآید و بدین منظور از کمپلکس بودن دست‌وپاگیر خود بکاهد، در آن، دین سیاست را می‌زند، تا برای خود جا باز کند. در ماجرای حذف بنی‌صدر و در ماجرای حذف اصلاح‌گران نمونه‌هایی از این شیوه‌ی کاهش پیچیدگی را می‌بینیم. این اعمال اما خود سیاسی هستند. در جریان آنها دین سیاسی با اقدامی سیاسی رابطه‌ای منفی با سیاست می‌گیرد. با این رابطه‌گیری انرژی منفی آن متوجه خود سیاست نیز می‌شود و از این طریق به خود نیز ضربه می‌زند. دین، چون بخواد ضریب نفوذ خود را در حوزه‌ی سیاست بالا برد، انرژی منفی ویرانگر خود را متظاهر می‌کند، در حالی که آن را بیشتر از کنترل مصلحت سیاسی خارج کرده است. نظام دینی خودپیرانگر است. (در اصل به این خاطر بود که فرمول مطرح شده در بخش ۲۰ "اقتصاد سیاسی دین" در مورد تابعیت ضریب نفوذ از انرژی منفی را فرمول حیات حکومت دینی نامیدیم.)

خلافزایی دین دولتی

بحران در حالت کنترل انرژی منفی نیز بروز خواهد یافت. ماجرا از زاویه‌ی اقتصاد سیاسی دین این گونه شرح‌دانی است: دین ارزشی است که جایگاه و حد ارزشمندی خود را در بورس ارزشهای تعیین‌کننده‌ی نظام از طریق سوبسید دولتی به دست می‌آورد. دین دولتی، در حالی که به یارانه‌ی دولتی وابسته است، برای دولت و بورس ارزشهای نظام تعیین تکلیف می‌کند. این وابستگی باعث خلافزایی (counterproductivity) تحمیل‌گری دینی می‌شود. هر چه دین دولتی کند، خلاف آن تولید می‌شود. تلاش آن برای گرفتن رابطه‌ی مثبت با سیاست و جامعه نیز خلاف‌زاست. در دوران اصلاحات این خلافزایی را آزمودند و اکنون ترجیح می‌دهند، دیگر آن را نیازمایند.

ابتدال

بارگاه دینی دولتی می‌کوشد خلافزایی به دلیل وابستگی به یارانه‌ی دولتی را از طریق تقویت ارزش دین به طور کلی و از این طریق تقویت ارزش دین دولتی جبران کند. کار حضرات در این حال به چاپ اسکناس بدون پشتوانه می‌ماند. ارزشهای دینی ارزشهایی باد کرده‌اند. دین مبتذل شده است. چهره‌های ترس‌آور در عین حال به شدت خنده‌آور شده‌اند.

تورم

دین دولتی متورم است. نرخ تورم آن به نرخ تورم اقتصادی نیز وابسته است، زیرا در کمپلکس ارزشها در حکومت دینی، ارزشهای دینی و اقتصادی بر هم تأثیر می‌گذارند. تولید کالاهای دینی بالا گرفته است و این از ارزش عمومی دین کاسته است. دین‌داری اما جواز ورود به حوزه‌های سیاست و سرمایه است. به این اعتبار سودآور است و بدین جهت مسابقه‌ای در گرفته برای داشتن دکانی در بازار دین. بادکردگی و ابتدال ارز دولتی دینی به عنوان ارز محوری، همه‌ی ارزشهای اجتماعی و فرهنگی را به ابتدال کشانده است. هیچ چیزی دیگر ارزش نیست. جامعه پا در یک مرحله‌ی تورمی گذشته است.

پایان سخن

«تورم داریم تا تورم. تورمهایی هستند که می‌آیند و می‌روند و تأثیر چندانی بر روان ملت به جا نمی‌گذارند. اما نوعی تورم وجود دارد که شاخص آن دوره‌ای است که می‌توانیم آن را دوره‌ی تورمی بنامیم. هر چه در این دوره واقع است، تورمی است. فقط پول نیست که بی‌اعتبار می‌شود، ارزشهای اندیشه و رفتار نیز بی‌اعتبار شوند.» این سخن را از بخش ۵۹ "اندیشه‌ی انتقادی" نقل می‌کنم. عنوان گفتار "تورمزدگی" بود. برای این که بگویم مرحله‌ی تورمی فعلی در ایران چه خصالتی دارد، پس از طرح موضوع تورم خواستم پیرانتری بگشایم و سخنی در حاشیه گویم در مورد "اقتصاد سیاسی دین". اما همچنان که دیدید کلام کلام آورد و سخن به درازا کشید. ۴۲ گفتار صرف

موضوع اقتصاد سیاسی دین شد. به گفتار ۱۰۰ رسیدم، بی آنکه بتوانم نکته‌هایی را که برای "اندیشه‌ی انتقادی" در نظر گرفته بودم، طرح کنم. لازم است به خاطر پایبند نماندن به برنامه‌ی اعلام شده، پوزش بطلبم. امیدوارم اگر کسی این گفتارها را شنیده یا آنها را خوانده، حس نکند وقتش تلف شده است. خوشحالم اگر پرسشهایی را برانگیخته باشم.

فکر کرده بودم که برنامه‌ی "اندیشه‌ی انتقادی" را این گونه پیش می‌برم: در ادامه‌ی آن چه آمد، مطابق با یک تقسیم‌بندی کلاسیک در منطق به بحث تصور، بعد تصدیق و سپس به موضوع استدلال می‌پردازم. اما آنچنان که گفتم بحث از "تورم‌زدگی" به "اقتصاد سیاسی دین" کشید. در اینجا مشکلی که داشتم، تنگی جا بود. بنابر این امیدوارم چندان نامفهوم و شتابزده سخن نگفته باشم. موضوع کار من دین به عنوان دین نبود، موضوع دین‌فروشی بود. در بحث دین‌فروشی نیز من مبنا را فساد شخصی نگذاشته بودم. سیستمی را تحلیل می‌کردم و پیش می‌رفتم. این را می‌دانم که واقعیت پیچیده‌تر از این حرف‌هاست و تنها کاری که شده است، پیشنهاد یک مدل نظری برای تحلیل آن از زاویه‌ای محدود است. این را نیز پنهان نمی‌کنم که در شرح ماجرا حالت ناظر بی‌طرف را نداشته‌ام. گفته‌ام که دین‌داری، داشتن چیزی در متن تفاوت‌هاست؛ متفاوت بودن به لحاظ دین‌داری به سادگی ممکن است به تفاوت‌های دیگر راه برد. من از زاویه‌ای عدالت‌خواهانه به تفاوت‌ها حساسم و از این رو توجه را جلب می‌کنم به آنچه تبعیض و ستم برمی‌انگیزد. من به دنبال آن بودم که دریابم دین‌داری چگونه سرمایه‌داری می‌شود. آنچه در چارچوب "اقتصاد سیاسی دین" عرضه شد، برگرفته از یادداشتهایی بود که هنگام کار روی پروژه‌ای فراهم کرده بودم که فشرده‌ای از آن پیشتر به صورت مقاله‌ای با عنوان "ایمان و تکنیک" منتشر شده است. امیدوارم بتوانم "اقتصاد سیاسی دین" را تکمیل و آراسته کنم و به صورت کتاب درآورم. از توجه همگان سپاسگزارم. از "زمانه" به خاطر فرصتی که به من داد، تشکر می‌کنم. بنابر خواست آقای مهدی جامی، مدیر "زمانه" و تمایل خودم به دلیل کمبود وقت، با این گفتار مجموعه‌ی "برای مخاطبان زمانه" را به پایان می‌رسانم. با درود و سپاس.