

نقد دوگانه‌های متعارف جامعه‌شناختی با تحلیل ساختار اقتصادی-اجتماعی شرکت‌های استارت‌آپی

محمد توکل^۱
یوسف اباذری^۲
منصوره خائفی^۳

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۳/۱۱

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۰/۰۹

چکیده

در شرایط فعلی و با وجود اعتراضات و بحران‌های اجتماعی متفاوت، بیشتر مسئولان و سیاست‌گذاران اجتماعی و اقتصادی، سیاست‌هایی را مطرح می‌کنند که پیش از این بارها اجرا شده و به شکست و نارضایتی‌های اجتماعی متعددی منجر شده است. حال آنکه با توجه به ادعای این پژوهش، پیچیدگی مسائل کنونی و انتزاع عینی یا ذهنی حاکم بر جامعه سبب شده است که حتی استفاده متعارف از دوگانه‌های مفهومی جامعه‌شناختی مانند عقلانیت-ناعقلانیت و سنت-مدرنیته نیز برای نقد روندهای موجود، نابسند به نظر بیاید. روندهایی که هم‌اکنون اشکال مختلف سرمایه‌مالی از جمله استارت‌آپ‌ها را جایگزین صنعت و شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی را جایگزین عرصه عمومی سیاسی و فرهنگی کرده است؛ از این رو در این نوشتار به تبعیت از نظریه آدرنو تلاش شده است تا نابسند بودن نگاه یک‌سویه و غیردیالکتیکی به این مفاهیم برای نقد کلیت اجتماعی فعلی و مسائل آن در ساختاری انضمامی، یعنی ساختار شرکت‌های استارت‌آپی نشان داده شود. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که این دوگانه‌ها تنها موضوعاتی معرفت‌شناختی نیستند که از جانب جامعه‌شناسان و نظریه‌پردازان برای تحلیل واقعیت اجتماعی ساخته شده باشند، بلکه سازنده نظم اجتماعی فعلی هستند؛ نظمی که در شرایط بحرانی (ناعقلانی) از جمله شرایط فعلی، میانجی انواع واپس‌روی به اشکال پیشامدرن سیاست و اجتماع است.

واژه‌های کلیدی: آنتروپرونر، سرمایه‌مالی، شرکت‌های استارت‌آپی، سنت-مدرنیته، عقلانیت-ناعقلانیت.

۱. استاد گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)، mtavakol@ut.ac.ir

۲. دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران، yabazari@ut.ac.ir

۳. دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه تهران، khaefi.m@gmail.com

مقدمه و طرح مسئله

جامعه‌شناسی در نگاه سیاستمداران و اقتصاددانان کنونی ایران هم نویدبخش و هم خطرآفرین محسوب می‌شود. با بسط سیاست‌های اقتصادی جدید که بر رقابت‌پذیری بیشتر افراد و نهادها و سلب حمایت‌های رفاهی دولت‌ها مبتنی است، بروز بحران و نارضایتی طبقات مختلف اجتماعی پیش‌بینی می‌شود؛ نارضایتی‌هایی که پس از دی‌ماه ۱۳۹۶ تاکنون ادامه داشته و اولیای امر را به هم‌اندیشی با برخی از جامعه‌شناسان واداشته است.

در پس خواست هم‌اندیشی با جامعه‌شناسان، گمان می‌رود که اعتراضات و بحران‌های اجتماعی کنونی محصول ناعقلانیت توده‌ها یا ناعقلانیت نهادهای سنتی، اجتماعی و سیاسی است که جامعه‌شناسی باید برای حذف این عناصر ناعقلانی و مدرنیزاسیون فرهنگی-اجتماعی به خدمت فراخوانده شود. در واقع همسو با اوج گرفتن مناسبات نئولیبرالی در ایران، دعوت به خردورزی و عقلانیت به صورت پیوسته و روزافزونی به گوش می‌رسد. با وجود این افراد، ایران دهه‌ها در حال گذار است و با وجود استقرار نهادهای مدرن، نهادهای غیرمدرن و رفتارهای غیرعقلانی همچنان بر حیات اقتصادی-اجتماعی ایران حکومت دارند؛ برای نمونه شکست مؤسسات مالی ناشی از ناعقلانیت فسادآلودی است که در پیوند با نهادهای به‌ظاهر سنتی توانسته است نظم عقلانی بانکی را برهم بزند و با فشار آوردن به دولت و استمداد از ناعقلانیت توده‌ها، منافع بیشتر مردم را قربانی منافع سپرده‌گذاران کند؛ از این رو جامعه‌شناسی باید به دلیل دوگانه‌های مفهومی عقلانیت-ناعقلانیت و سنت-مدرنیته همه افراد را به همسویی با اقتضائات جوامع مدرن فراخواند و ناعقلانیت به یادگار مانده از گذشته را رفع کند.

با توجه به دعوی این نوشتار، ناعقلانیت مفروض نه تنها یادگار صورت‌بندی قدیم جامعه نیست، بلکه با عقلانیت انتزاعی و ابزاری پیوند دارد که به صورتی روزافزون به کمک نهادها و ساختارهای سرمایه‌داری نئولیبرال به همه ساحت‌های حیات اجتماعی ایران تسری یافته است. این شکل از سرمایه‌داری نیز به صورت روزافزونی سازنده آن است و از آن بهره می‌برد. بر همین اساس، اگرچه مؤسسات مالی ورشکسته به‌ظاهر وام‌های بدون بهره و قرض‌الحسنه به سپرده‌گذاران می‌دادند، بر مبنای منطق مالی و سوداگرانه‌ای عمل می‌کردند که در عین مدرن بودن، بیشتر به غارت شبیه است. از آنجا که این مؤسسات متأثر از سازوکار سنتی درک می‌شدند، توانسته بودند میانجی‌های دموکراتیک را به راحتی کنار بگذارند و به شیوه‌ای

متناقض، مدرن‌ترین شکل سرمایه‌داری یعنی سرمایه‌داری مالی را تجسم بخشند. از سوی دیگر نیز با تمرکز بر سازوکارهای مالی که به‌روزترین و به‌عبارتی مدرن‌ترین شکل اقتصاد سرمایه‌داری است، سنتی‌ترین شکل اقتصاد را که بیشتر به غارت شبیه است، محقق کنند؛ غارت و فساد آشکاری که با منطق و سازوکارهای سرمایه‌داری مالی اخیر بیش از پیش ممکن و موجه شده است.

درواقع در این شکل از سرمایه‌داری ممکن است المان‌های سنتی و دینی از جمله قرض‌الحسنه به ضد خود بدل شوند؛ همان‌طور که به‌روزترین سازوکارهای اقتصادی از جمله شرکت‌های جدید استارت‌آپی می‌توانند مدرن‌ترین و دموکراتیک‌ترین سازوکارهای اقتصادی اجتماعی از جمله اتحادیه‌های کارگری را منتفی کنند. بینش غیردیالکتیکی مستتر در دوگانه سنتی-مدرن در جایی مسئله‌دارتر به‌نظر می‌رسد که سهام بسیاری از این شرکت‌ها در ایران پس از معرفی شدن از جانب نهادهایی خریداری می‌شود که در گفتار متعارف نهادهای سنتی محسوب می‌شوند و ارزش‌های به‌ظاهر مدرن شرکت‌های مذکور را تحقق می‌بخشند. در عین حال به‌صورت متناقض‌نمایی عملکرد این نهادها در سازوکارهای اقتصادی دیگر مانند بانک‌ها، به‌مثابه تجسم ناعقلانیت سنت و نهادهای سنتی تقبیح می‌شود.

درواقع با توجه به ادعای این نوشتار، دوگانه سنتی-مدرن در پیوند با دوگانه عقلانیت-ناعقلانیت، اموری تنها نظری-معرفت‌شناختی نیستند، بلکه منطق عمل جامعه و شکلی از سرمایه‌داری محسوب می‌شوند که این مفاهیم را ساخته و تداوم می‌بخشند، اما هم‌زمان همین دوگانه‌های مفهومی، مبنای هم‌بستگی بسیاری از جامعه‌شناسان و حتی فلاسفه با منطق سرمایه‌داری قرار گرفته‌اند. بسیاری از جامعه‌شناسان این مفاهیم را نوعی طبقه‌بندی ابدی برای تحلیل واقعیت‌های اجتماعی می‌دانند. عده‌ای نیز در واکنش، با طرد معرفت‌شناسانه این دوگانه‌های مفهومی همه تأملات نظری گروه نخست را نقد می‌کنند.

بدین ترتیب در جهان سرمایه‌داری مقوله‌ها و مفاهیم مناقشه‌برانگیزی مانند سنت-مدرنیته یا عقلانیت-ناعقلانیت دیالکتیک خاص خود را می‌یابند و در نتیجه تحلیل عینیت این مفاهیم (به‌جای نقد معرفت‌شناسانه آنها) در ساختاری انضمامی، امکان درک بنیادی‌تر این دوگانه‌ها را فراهم می‌کند؛ از این‌رو در این مقاله با شرح پیوند درونی این دوگانه‌ها با شکل جدید سرمایه‌داری که در پدیدارهایی مانند شرکت‌های استارت‌آپی و فضای مجازی تجلی یافته است،

منطق تداوم آن‌ها (از جمله دعوی گذار به عقلانیت و مدرنیته) در ساحت اندیشه اجتماعی-فرهنگی و عمل سیاسی-اقتصادی روشن شده است. به همین دلیل می‌توان نابسند بودن نظریه‌های جامعه‌شناسانه موجود و منتقدان آن‌ها را ارزیابی کرد.

چارچوب نظری

پدیدارهای جامعه سرمایه‌داری در نگاه متعارف و پوزیتیویستی به‌مثابه پدیدارهای درخودی ظاهر می‌شوند که باید جدا از سایر پدیدارها تحلیل شوند. بیشتر افراد آگاهانه یا ناآگاهانه بر این باورند که ارتباط چندانی میان قلمرو اقتصاد، از جمله شرکت‌های استارت‌آپی با ساحت فرهنگ و مقوله‌ها و مفاهیم ذهنی وجود ندارد؛ زیرا در نگاه غالب، جامعه کلیتی انتزاعی یعنی جمع جبری امور خاص اجتماعی پنداشته می‌شود؛ اموری که هر یک به‌صورت جداگانه و تجربی درک‌پذیرند. همچنین آرامش و جدیت به‌ظاهر خیرخواهانه و پدرسالارانه مسئولان و سیاست‌گذاران اقتصادی و اجتماعی کنونی، مبتنی بر فرض ضمنی وحدت و یکپارچگی کلیت اجتماعی است؛ نگاهی که خود محصول ذهنیت انتزاعی و شی‌واره جامعه سرمایه‌داری است. حال آنکه اکنون تنش‌ها و تضادهای عینی این جامعه به‌دلیل شکل وحدت‌یابی آن به تقابل‌ها و رقابت‌های فردی افسارگسیخته‌ای منتهی شده است که نافی هر نوع امر اجتماعی و نمادین هستند؛ از این‌رو پدیدارهای اجتماعی متفاوت این جامعه در عین نویدبخش بودن هراس‌انگیزند؛ برای نمونه در زمانی که فضای مجازی و شرکت‌های استارت‌آپی به‌مثابه پیشگامان نظم سرمایه‌داری جدید پدیدار می‌شوند و به‌ظاهر می‌توانند جامعه را به شکل بهتر و به‌روزتری سامان‌دهی کنند، شکل آشوبناک و تهدیدکننده نظم موجود را نیز به خود می‌گیرند. در پس همه ستایش‌ها از این فضا، هراسی همیشگی از آشوب‌های اجتماعی یا مداخله دشمنان خارجی وجود دارد که کنترل و اعمال عقلانیت انتزاعی مضاعفی را با نظارت‌های دقیق‌تر و پیشرفته‌تر و فیلترکردن سایت‌ها و کانال‌های مجازی برای حذف دقایق ناعقلانی آن فرامی‌خواند.

با توجه به تحلیل نظریه‌پردازان انتقادی این دقایق وحدت‌بخش و آشوبناک، عقلانی و ناعقلانی ارتباط دیالکتیکی با یکدیگر دارند و در جامعه سرمایه‌داری محقق شده‌اند که کلیت آن ناشی از وحدت و یکپارچگی امور خاص نیست، بلکه از منافع متخاصم افراد و گروه‌های اجتماعی مختلف حاصل شده است. ضمن اینکه با توجه به تقریر آدرنو و سنت انتقادی، جامعه مفهوم انتزاعی کلی نیست که حاصل جمع جزئیات اجتماعی باشد، بلکه مفهوم کلی انضمامی

است؛ یعنی درحالی‌که همهٔ امور خاص وابسته به آن هستند، نمی‌تواند از نظر منطقی از آن‌ها منتزع شود و به‌عنوان شرط امکان خودش، همهٔ دقایق جزئی انضمامی را درون خود داشته باشد که جامعه‌شناسی‌های تخصصی آن‌ها را مطالعه می‌کنند (آدرنو، ۲۰۰۰: ۵۹-۶۰).

به همین دلیل مسائل جامعه‌ای که به‌دلیل غلبهٔ شیء‌وارگی و عقلانیت صوری و انتزاعی چندپاره و مخدوش شده است، با چینش ساده‌انگارانه و یکدست اجزای آن رفع نمی‌شود، بلکه نیازمند نظریه‌ای است که جامعه را کلیتی انضمامی و نه کنار هم‌نشینی صرف دقایق انضمامی یا وحدت‌یابی انتزاعی این دقایق تلقی کند، اما کلیت اجتماعی مذکور هیچ‌گاه به‌صورت درخودی تجربه نمی‌شود، بلکه درون ابژه و در شکل‌بندی خاصی بروز می‌یابد. همان‌گونه که در این پژوهش، کلیت سرمایه‌داری نئولیبرال کنونی از خلال تحلیل شرکت‌های استارت‌آپی بررسی شده است.

برای انجام این کار قرار نیست که تحلیل صرفاً علمی از مناسبات اقتصادی ارائه شود یا مسائل انضمامی به شیوهٔ نظری و هستی‌شناسانه تحلیل شوند، بلکه به تبعیت از فلسفه-جامعه‌شناسی تفسیری مدنظر آدرنو، عناصر دریافت‌شده از علوم اقتصاد و روان‌شناسی (به‌ویژه علمی که ذات آن‌ها دیالکتیکی هستند، مانند اقتصاد مارکسیستی و روان‌شناسی فروید) در قالب منظومه‌های متغیر یا ترکیب‌های آزمایشی متغیر گرد هم می‌آیند تا زمانی که در هیئت چهره‌بندی خاصی قرار بگیرند (آدرنو، ۱۳۹۵: ۳۴) که می‌توانند پاسخی برای مسائل و تنش‌های کلیت اجتماعی پرتناقض کنونی فراهم کنند؛ مسائلی که در چارچوب گفتارهای علمی جزئی‌نگر رایج، دشوار یا لاینحل به‌نظر می‌رسد.

انتخاب مقوله‌های مذکور به شیوهٔ معرفت‌شناختی صورت نمی‌گیرد، بلکه هستی‌شناسانه-معرفت‌شناسانه است؛ زیرا مدعی آن است که این مقوله‌ها هستی اجتماعی کنونی را تجلی می‌بخشند، نه اینکه جامعه‌شناسان آن‌ها را به شیوهٔ معرفت‌شناختی استنتاج کرده باشند؛ برای نمونه همان‌طور که آدرنو در آثار خویش از جمله مقالهٔ *نظریهٔ فرویدی و الگوی تبلیغات فاشیستی* نشان می‌دهد، پدیدارهای جامعهٔ سرمایه‌داری به‌وسیلهٔ روان‌شناسی فردی ساخته و بازتولید می‌شوند. روان‌شناسی فردی نیز در ساختار اجتماعی مذکور تعیین می‌یابد. در این کار نیز تحلیل می‌شود که چگونه شرکت‌های استارت‌آپی به‌کمک منطق تجاری-بازاریابانهٔ خود و بهره‌گیری از روان‌شناسی فردی و حوزهٔ ناعقلانی عاشقانه-لیبدویی، اقتصاد نئولیبرال را به نتیجهٔ

منطقی آن یعنی ظهور فضای توده‌ای و فاشیسم نزدیک کرده‌اند. در نهایت نیز به کمک جامعه‌شناسی تفسیری آدرنو، نشان داده می‌شود که ناعقلانیت تجلی‌یافته در مناسبات اجتماعی و اقتصادی امروز، تنها بازمانده سنت‌های ناعقلانی جامعه ایرانی یا تنها محصول ناعقلانیت توده‌ها نیست، بلکه با کلیت سرمایه‌دارانه به‌ظاهر عقلانی و مدرن امروز میانجی‌دار است؛ کلیتی که هم‌اکنون در شرکت‌های استارت‌آپی تجلی یافته است.

روش‌شناسی پژوهش

اگرچه روش و نظریه آدرنو درهم‌تنیده هستند و نمی‌توان آن‌ها را به راحتی از یکدیگر تفکیک کرد، در این بخش برخی از ابعاد روشی نظریه آدرنو که در این کار استفاده شده است، شرح داده می‌شود. در نظریه آدرنو دو دقیقه در هم‌تنیده نقد یعنی نقد درونی و نقد بیرونی اهمیت دارند. همان‌طور که او در مقاله *انتقاد فرهنگ و جامعه* بیان کرده است، در وهله نخست نقد درون‌ماندگاری نیاز است که منطق تناقض‌ها را دنبال کند و در این تناقض‌ها، تناقض‌های جامعه را درک کند، اما انتقاد درون‌ماندگار نمی‌تواند به تصور خویش توجه کند. همچنین نمی‌تواند آن قدر خودخواه باشد که تصور کند می‌تواند ذهن را مستقیم و با فرورفتن در اعماق آن آزاد کند و نه آن قدر ساده لوح که گمان کند غوطه‌ور شدن در موضوع ناگزیر راه به حقیقت می‌برد؛ زیرا منطق چیزها در صورتی که معرفت ذهنی درباره کلیت دروغین از بیرون [نوعی نقد بیرونی] مداخله نکند، راهنمای ما نخواهد بود (آدرنو، ۱۳۸۷: ۳۲۰).

در این پژوهش، به کمک نقد اقتصاد سیاسی نئولیبرال، موقعیت شرکت‌های استارت‌آپی و مسائل و تناقضات درونی آن در نسبت با کلیت اجتماعی فعلی بیان می‌شود و از سوی دیگر به کمک مؤلفه‌های مختلف نقد درون‌ماندگار آدرنو، مقوله‌ها، مسائل و تنش‌هایی که در گفتار استارت‌آپی رایج کنار گذاشته شده است، آشکار می‌شود. در میدان پژوهش نیز، آدرنو میان دو سنت جامعه‌شناسی نظری و پژوهش اجتماعی تجربی که سابقه پوزیتیویستی دارند قرار می‌گیرد و هیچ‌یک از آنان را به کلی طرد نمی‌کند، بلکه آن‌ها را به صورت دیالکتیکی در نسبت با یکدیگر قرار می‌دهد؛ از این رو برای او هم روش‌های متنوع جامعه‌شناسی تجربی اعم از مصاحبه، پرسشنامه، تحلیل‌های آماری مشاهده و غیره وجاهت علمی دارند و هم تأملات نظری که ضرورتاً از شواهد تجربی پراکنده فراتر می‌روند، اما نقطه کلیدی روش او در تمایز با هر دو

سنت در این عبارات بیان شده است که «نخستین پیش شرط برای ساختن یک کلیت، مفهومی سراسری و جامع است که بتوان داده‌های پراکنده را براساس آن سازمان‌دهی کرد. این مفهوم باید از تجربه زیسته‌ای که خود را با سازوکارهای کنترل اجتماعی سازگار نکرده است و از یادآوری اندیشه پیشین و از پایداری بی‌تزلزل بر تأملات خود شکل بگیرد و سپس به عرصه واقعیت مادی آورده شود و از رهگذر تماس با این واقعیت تعدیل شود» (آدرنو، ۱۳۸۷).

در این نکته از بحث آدرنو عرصه‌ها و تجربه‌های زیسته‌ای به میان می‌آیند که در اندیشه‌های علمی رایج مطرح نمی‌شوند؛ یعنی عرصه ادبیات و هنرهای مدرن و تجربه‌ها و حساسیت‌های فردی که به کمک پراکسیس‌های فرهنگی-سیاسی حاصل شده است. در واقع ادبیات و فرهنگ مدرن مشاهده و ادراکی را در جهان ممکن می‌کنند که با مفهوم ایماژهای تاریخی آدرنو قرابت دارند؛ یعنی مقوله‌های مارکسی و فرویدی را در جهان رؤیت‌پذیر می‌کنند و آن‌ها را در انتزاع از ویژگی‌های درونی هر حوزه نگه نمی‌دارند؛ به این ترتیب اگرچه مشاهدات متداول در جامعه‌شناسی تجربی برای آدرنو اهمیت دارد، نوع خاصی از مشاهده که بر نوعی تجربه مشاهده تربیت‌شده مبتنی است، قرابت بیشتری با روش او دارد.

بدین ترتیب نظریه انتقادی باید به کمک شکل خاصی از مشاهده و تجربه، مفاهیمی را که از بیرون (مانند علم اقتصاد یا روان‌شناسی) وارد کرده است، به مفاهیمی تبدیل کند که خود موضوع به آن‌ها تمایل دارد و در آخر این مفاهیم را با چیستی بالفعل موضوع روبه‌رو کند. برای تحقق این امر ضمن مطالعه نظریه‌ها و انتقادات مرتبط با سرمایه‌داری نئولیبرال از یک سو و نظریات مربوط با فناوری‌های جدید از سوی دیگر، مجموعه‌ای از روش‌ها برای فهم ویژگی‌های درونی این حوزه‌ها و چیستی بالفعل آن‌ها استفاده شده است؛ از جمله مشاهده فضاهای مجازی و شرکت‌های استارت‌آپی و حدی از مشارکت در این فضاها، مصاحبه دوستانه با برخی مدیران و فعالان شرکت‌های استارت‌آپی و تحلیل محتوای گفتار سیاست‌گذاران و مسئولان و فعالان این حوزه در سایت‌هایی مانند معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری و همچنین روزنامه دنیای اقتصاد و مجله اینترنتی www.shanbemag.com که سایت اصلی رویدادهای استارت‌آپی هستند و سایت‌های اینترنتی دیگری مانند آکادمی چرخ و غیره.

یافته‌های پژوهش

شرکت‌های استارت‌آپی به مثابه تجسم عقلانیت

شرکت‌های استارت‌آپی در شرایط اقتصادی چند سال اخیر ایران، به مثابه نوری در تاریکی تلقی می‌شوند. در شرایطی که خصوصی‌سازی بخش‌های دولتی به بن‌بست رسیده است و شرکت‌های فروخته‌شده به جای رقابت‌پذیری در آستانه تعطیلی و ورشکستگی هستند، استارت‌آپ‌ها به مثابه شکلی از بنگاه‌های اقتصادی کوچک و زودبازده، نوید این را می‌دهند که سرمایه‌داری از پایین نضج می‌گیرد و نواقص شرکت‌های موسوم به حصولتی را به مرور رفع می‌کنند. بیشتر آن‌ها می‌پندارند که این شرکت‌ها می‌توانند کاری را انجام دهند که تاکنون دولت‌ها، به‌ویژه در حوزه رفع بیکاری انجام نداده‌اند و افراد را به مثابه ارائه‌دهندگان خدمات مختلف به کار می‌گیرند، اما بخش مهمی از این خدمات‌دهندگان، همان کارگرانی هستند که در نتیجه سیاست‌های اقتصادی این چند دهه از کار برکنار یا مجبور شده‌اند برای گذران زندگی به مشاغل دیگری روی بیاورند. به این ترتیب این شرکت‌ها نه از منبعی قائم به‌ذات، بلکه از ظلمات وضعیت اخیر نشئت می‌گیرند، اما گفتار اقتصادی مروج آن‌ها و ساختار فناورانه این شرکت‌ها، این نور را همچنان به مثابه نور عقلی پدیدار می‌کند که به مرور توانسته است نواقص خویش را رفع کند و چهره‌ای انسانی‌تر به خود بگیرد. همان‌طور که معماری شرکت‌های بزرگ استارت‌آپی جهان از جمله گوگل و فیس‌بوک یا بسیاری از نمونه‌های ایرانی مانند شرکت دیجی‌کالا، اسنپ، بامیلو و غیره تصویر متفاوتی را از جهان اقتصادی نشان می‌دهند؛ جهانی نورانی و مفرح با روابط کاری دوستانه و شرایط کاری پیشرفته و خلاقانه و آزاد. زیبایی این تصویر در همین دقیقه، خود را بر مبنای طرد تصویری از کارخانه‌ها و محیط‌های صنعتی متقدم می‌کند که ماشینی و غیرانسانی و تبلور عقلانیت ابراری محض هستند.

مدافعان این شرکت‌ها بر این باورند که عقلانیت مکانیکی تحمیل‌شده پس از دوره روشننگری جای خود را به الگویی ارگانیکی و طبیعی‌تر داده است. آنچه سبب جذابیت و درخشانندگی شرکت‌های استارت‌آپی و اکوسیستم آن‌ها می‌شود، با تلقی ارگانیکی که پیش از این آرتور درباره فناوری‌های نوین عنوان کرده است، قرابت دارد. به گفته او «فناوری‌ها ویژگی‌هایی کسب می‌کنند که ما به ارگانسیم‌های زنده نسبت می‌دهیم. از آنجا که محیط خود را حس می‌کنند و به آن واکنش دارند، ترمیم‌کننده و شناخت‌نگرند و هرچه بیشتر به ارگانسیم‌های زنده

شباهت پیدا می‌کنند. هرچه فناوری‌ها پیچیده‌تر و «های‌تک» تر شوند، زیستی‌تر هم می‌شوند» (آرتز، ۲۰۰۹: ۲۱۱).

جابه‌جایی از الگوی ماشینی به الگوی ارگانیکی از اقتصاد در ساختار و نحوه عملکرد شرکت‌های استارت‌آپی نمود روشنی یافته است. الگوی کسب‌وکار آنها «سیلیکون ولی» در آمریکا است که با سامان‌دهی عمده دانشگاه‌ها، نهادها، اتاق‌های فکر و واحدهای توسعه و پژوهش نظامی در محلی خاص تعیین می‌یابد و این سامان‌دهی از طریق دولت سرمایه‌داری و کلان‌شرکت‌های سرمایه‌داری به دنبال نوآوری برای دستیابی به برتری در عرصه رقابت است (هاروی، ۱۳۹۴: ۱۲۷). در این الگو که در ایران نیز در قالب پیوند دانشگاه‌های دولتی مانند دانشگاه صنعتی شریف با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری اجرا شده است، ساختارهایی مانند دانشگاه، صنعت، بازارهای مالی و حتی دولت و اقتصاد که پس از روشنگری به مثابه تجسم خرد، طبقه‌بندی و متمایز و مستقل شده بودند، به وحدت و سنتزی جدید رسیده‌اند.

با چنین تغییراتی به نظر می‌رسد تناقضات درونی سرمایه‌داری از جمله ناعقلانیت خرد ابزاری یا نابرابری در عین برابری صوری در برابر قانون یا تضاد میان کار و سرمایه و غیره رفع شده است. درباره شرکت‌های استارت‌آپی فرض این است که همه چیز به نحوی آزادانه و گام به گام توسعه می‌یابد و افرادی که سرمایه‌ای جز دانش یا ایده خویش ندارند، می‌توانند با گرفتن حمایت اندکی از دولت یا صندوق‌های مالی (شتاب‌دهنده‌ها) و در جمعی دوستانه، هسته اولیه شرکتی را بنا کنند و در صورت ارائه محصول مناسب، سرمایه کلان‌تری را به خود جذب کنند؛ به این ترتیب شرایط برای بسط برابری در کنار آزادی و برادری هموارتر خواهد شد و این همه به یمن ساختار اقتصادی-تکنیکی جدید حاصل می‌شود.

اکنون به ادعای این پژوهش، سرمایه برای بهبود بهره‌وری، کارایی و سودآوری به این سو متمایل شده است که شرایط اجتماعی کار را به ظاهر انسانی‌تر کند؛ به‌ویژه با این تصور که هماهنگی و همگرایی میان شرکت‌های کوچک دوستانه و غیررسمی در مقایسه با برنامه‌ریزی قاطع بهره‌وری را افزایش می‌دهد (آدرنو، ۲۰۰۰: ۵۶). روان‌شناسی و جامعه‌شناسی خرد نیز برای تحقق این امر و به‌عنوان جزئی از فرایند کاری-اقتصادی به خدمت گرفته می‌شوند، اما غایت عقلانی سرمایه‌داری که بر ارزش افزوده به مثابه امری مثبت استوار است، در همین دقیقه نظم‌بخشی و با استفاده از امور انسانی و اجتماعی در فرایند اجتماعی کار عقلانی‌شده، آنها را

به‌مثابهٔ ساحت‌های ناعقلانی تثبیت می‌کند و درنهایت نیز برای انباشت سود بیشتر به‌خدمت می‌گیرد. از این چشم‌انداز، رشد شاخص‌های انسانی در شرکت‌های جدید ناشی از عقلانیت فراگیری است که مکمل ناعقلانی را ایجاد کرده و در نتیجه حوزهٔ روابط دوستانه و انسانی را در ذیل ساختار عقلانی خود ادغام کرده است.

سرمایه پیش از این نیز عقلانیت ابزاری و محض خود را با تثبیت حوزه‌هایی مانند روابط دوستی و عاشقانه به‌مثابهٔ حوزه‌های ناعقلانی بر ساخته بود، اما در دوران نخست سرمایه‌داری این حوزه‌ها از روابط اقتصادی و عقلانی تاحدی جدا بودند و در عین حال قلمرو عقلانی را به فروپاشی تهدید می‌کردند. چنانکه به تعبیر هابرماس حوزهٔ عمومی سیاسی از درون حوزهٔ عمومی ادبی مبتنی بر مناسبات دوستانه و عاشقانه نضج گرفت و امکاناتی را برای مقابله با منطق سرمایه فراهم کرد، اما این بار سرمایه به‌صورت هوشمندانه‌ای، حوزه‌های مذکور را ذیل نظام عقلانی خود قرار داده و همهٔ سویه‌های رهایی‌بخش و نفی‌کنندهٔ آن‌ها را مضمحل کرده است.

بدین ترتیب اگر زمانی در قلمرو دوستی و عشق، سوژه با فقدان و معمای میل خود مواجه می‌شد و به‌کمک آن امکانی برای فرارفتن از قانون مبادله فراهم بود، امروزه و در شکل اقتصادی اخیر، دوستی قلمروی است که باید مهار شود تا مفید ارزش افزوده باشد. در جهان اقتصادی اخیر باید دوستانی اختیار و روابط مبتنی بر جذبه‌ای را پی‌ریزی کرد که به پیشرفت شرکت و تحقق سود بیشتر کمک کنند. در این فرایند میل به‌صورت ایجابی در ایزه‌های پیشاپیش مشخصی تثبیت می‌شود و دیگری نه در دیگربودگی آن، بلکه در چارچوب قانون مبادله ارزش‌گذاری می‌شود. این امر با غلبهٔ فضای روان‌شناختی و توده‌ای پیوند دارد که در نتیجهٔ گسترش سرمایه‌داری مالی حاکم شده است و در ساحت فردی و روان‌شناختی به تضعیف آگو و تشدید خودشیفتگی دامن زده است. از آنجا که بازارها و روندهای مالی سرنوشت فردی و جمعی را تعیین می‌کنند و بر آن غلبه دارند، ضرورت تصمیم‌گیری یا خودکنترلی حذف شده است و کارکرد آگو که در سرمایه‌داری اولیه اوج گرفته بود، منحل شده است. در این شرایط دیگر ایزه‌ای برای وجدان باقی نمی‌ماند؛ زیرا مسئولیت فرد در قبال خود و خانواده‌اش با مشارکت او در نوعی آپارتوس از پیش تعیین‌شده جایگزین شده است (بنیامین، ۱۹۷۷). همان‌طور که هم‌اکنون در شرکت‌های جدید استارت‌آپی، شایستگی‌های علمی

و تکنیکی سرمایه‌داری صنعتی که بر نوعی آگوی عقلانی و رشدیافته بنا شده بودند، جای خود را به مهارت‌های بازاریابی داده‌اند.

این‌گونه حوزه روابط دوستانه-عاشقانه در رقابت دهشتناک بازار سهیم می‌شود و دیگر به‌سختی می‌توان بر مبنای بازشناسی متقابل دیگری (و رنج دیگری) و در جریان کنش جمعی مانند اتحادیه‌های سابق به علائق و منافع مشترکی رسید و در برابر منطق سلطه و استثمار جهان عقلانی سرمایه‌دارانه مقاومت کرد، بلکه باید به شکلی عقلانی و منفعت‌طلبانه دوستانی اختیار کرد که برای پیشبرد بهتر اهداف عقلانی فردی کمک کنند. از سوی دیگر عقلانیت انتزاعی مضاعف این شرکت‌ها و تمرکز بر سودآوری کوتاه‌مدت سبب می‌شود که جدیت تمایزات فردی براساس معیارهای اجتماعی مشخص و ثابتی مانند سطح تحصیلات یا رشته تحصیلی و سابقه کاری در حوزه‌های مشخص کاسته شود و در نتیجه امکان تغییر کار و جابه‌جایی راحت‌تر صورت بگیرد، اما در مقابل، رقابت بی‌واسطه در جدی‌ترین شکل آن برای کسب موفقیت مالی صورت می‌گیرد. به عبارت دیگر افراد می‌توانند بدون تلاش و تمرکز جدی بر حوزه کاری مشخص و به شکلی بازیگوشانه و سطحی (که در انعطاف‌پذیری و شیطنت مدیران استارت‌آپی بروز می‌یابد)، گستره‌ای از مهارت‌ها را بیاموزند و به‌سرعت خود را برای رقابتی جدی (که در جدیت اقتصاددانان بروز می‌یابد) با افراد مشابه خود آماده کنند.

درنهایت در عین طرد مناسبات دوستانه، برابر و برادرانه در اتحادیه‌های کارگری، اصناف و سایر نهادهای واسطه، شکلی از مناسبات واپس‌رو برادرانه در میان فرادستان - آقازاده‌های کنونی در ایران - شکل گرفته است که به‌کمک نظریه فروید می‌توان آن را شرح داد. فروید در کتاب *روانشناسی توده‌ای و تحلیل آگو*، اسطوره علمی پدر رمه آغازین را تشریح می‌کند. به‌زعم او این شخصیت «بعدها به مقام آفریننده جهان برکشیده شد و به‌حق؛ زیرا او پدر همه پسرانی بود که توده نخستین را تشکیل می‌دادند. او ایده‌آل هریک از آن‌ها بود و هم‌زمان رعب برمی‌انگیخت و احترام؛ واقعیتی که بعدها به ایده تابو منجر شد. این افراد بسیار درنهایت با هم متحد شدند، او را کشتند و قطعه‌قطعه کردند. هیچ‌کس از توده فاتحان نمی‌توانست جای او را بگیرد، یا اگر کسی چنین می‌کرد، نبرد از نو آغاز می‌شد، تا جایی که آنان دریافتند باید همگی از میراث پدر چشم‌پوشند. آنگاه جماعت توتمی برادران را تشکیل دادند که همگی در آن حقوق برابر داشتند

و ممنوعیت‌های توت‌م که باید حفظ می‌شد و کفاره‌خاطرۀ پدر بود، آن‌ها را با هم متحد می‌کرد» (فروید، ۱۳۹۳: ۹۷).

هم‌اکنون نیز در ایران شکلی از وحدت برادرانۀ پیشاتاریخی در اشکال اقتصادی مشابه با شرکت‌های استارت‌آپی در جریان است؛ زیرا در زمینۀ اقتصاد کنونی بیشتر میانجی‌های متعارف پیشرفت در سرمایه‌داری اولیه و صنعتی کنار گذاشته می‌شوند. نتیجۀ این روند از یک سو واپس‌روی افراد به خودشیفتگی اولیه و از سوی دیگر واپس‌روی مناسبات اجتماعی مدرن به مناسبات برادرانۀ پیشاتاریخی است که پیش‌تر در ساختارهای اجتماعی قبیله‌ای بروز یافته است و هم‌اکنون نیز در میان آقازاده‌ها و آنتروپرونرهای ایرانی مشاهده می‌شود. اگرچه این افراد پیش از این در حوزه سیاست و در دوقطبی متعارف جامعۀ ایرانی با یکدیگر رقابت می‌کردند، با پیشرفت مناسبات نئولیبرالی، جدال سابق را رها کردند و سعی می‌کنند به شکلی مسالمت‌آمیز منابع عمومی ملت ایران را میان خود تقسیم کنند.

از سوی دیگر ادغام روابط دوستانه در نظم اقتصادی از جمله سازوکارهای طرد دیگری در ساختار سرمایه‌داری متأخر است. این شکل از سرمایه‌داری به دو شکل، هر نوع دیگربودگی را حذف می‌کند و از این طریق خود را تداوم می‌بخشد: از یک سو در جنبش‌های فاشیستی در حال‌رشد، مترصد طرد مطلق دیگری می‌شود یا شکلی لیبرال و روادارانه به‌خود می‌گیرد که مبتنی بر پذیرش دیگری محروم از دیگربودگی است. سرمایه‌داری در شرایط فعلی که مخاطرات جهانی‌سازی دامن دولت-ملت‌ها را گرفته است، به‌صورت خودشیفته‌واری، تنش‌ها و تناقضات درونی خود را به دیگری برون‌افکنی می‌کند که به‌مثابۀ امری تهدیدکننده و خطرناک بر ساخته می‌شود. به موازات این دیگری‌سازی، واقعیت مجازی توسعه می‌یابد. این واقعیت میانجی ساختار شرکت‌های استارت‌آپی است که به تعبیر ژیزک شکل تعمیم‌یافته‌ای از فرآورده‌های سرمایه‌داری چندفرهنگ‌گرایانۀ لیبرالی است که از دیگربودگی و جوهریت خود محروم شده‌اند. به تعبیر او واقعیت مجازی خود واقعیت را به‌صورت چیزی بی‌جوهر ارائه می‌کند، چیزی بدون هسته سخت و مقاوم «واقع». همه‌چیز روا و مجاز است و می‌توان از هر چیزی لذت برد، به‌شرط اینکه آن چیز جوهره‌ای نداشته باشد که آن را خطرناک کند (ژیزک، ۱۳۹۲: ۵۲).

به این ترتیب سرمایه‌داری از یک سو مخاطرات هر سطح از دیگربودگی را با نابودی هسته مقاوم و امر واقع‌گونه آن رفع می‌کند و از سوی دیگر شبیحی از دیگری خطرناک و همواره

تهدیدکننده می‌سازد تا منطق دیگری زدوده خویش را قوام بخشد. این امر در چارچوب نظریه انتقادی به میانجی دوگانه عقلانیت و ناعقلانیت صورت‌بندی شده است. از یک سو، انتزاع و عقلانیت صوری درون‌بود نظم سرمایه‌داری به دنبال تسری منطق خود به همه حوزه‌های اجتماعی است و در فرم کالایی خود دیگری، کلیت و امر خاص را حذف می‌کند. از سوی دیگر، در چارچوب عقلانیت انتزاعی آن، دیگری و کلیت در قامت امر غیرعقلانی که تهدیدکننده نظم عقلانی مستقر است، پدیدار می‌شوند. این دیالکتیک در نسبت با وجه تهدیدکننده و خطرناک دیگری، مفهوم مخاطره و ریسک را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بنیان‌های عمل شرکت‌های استارت‌آپی مطرح می‌کند. این شرکت‌ها به دلیل وجود این مفهوم، متصدی حذف هر نوع امر انضمامی و اجتماعی هستند.

دوگانه عقلانیت و ناعقلانیت و سرمایه خطرپذیر شرکت‌های استارت‌آپی

شرکت‌های استارت‌آپی عموماً در حوزه اقتصاد جدید یا New Economy فعال هستند که شامل حوزه‌های IT و ICT و نانو تکنولوژی و بیوتکنولوژی است. در بخش IT که تمرکز اصلی این نوشتار است، شرکت‌های استارت‌آپی به ارائه خدمات و سرویس‌هایی می‌پردازند که با زیرساخت‌های IT تحقق‌پذیر باشند. این خدمات و سرویس‌ها هم به حوزه خدمات شهری و خرده‌بورژوازی مرسوم و هم به سرویس‌ها و نرم‌افزارهایی تعلق می‌گیرند که خاص فضای مجازی و اقتصاد جدید هستند؛ از جمله خدمات بانکداری مجازی؛ برای نمونه معروف‌ترین استارت‌آپ‌های ایرانی عبارت‌اند از شرکت دیجی کالا که به خدمات حوزه تجارت الکترونیکی می‌پردازد، شرکت اسنپ که در حوزه حمل‌ونقل شهری و سفارش آنلاین غذا فعالیت می‌کند، شرکت علی‌بابا که به خدمات گردشگری می‌پردازد، شرکت کافه‌بازار که برنامه‌ها و بازی‌های اندرویدی و ویدئو ارائه می‌دهد، شرکت آپارات که به اشتراک‌گذاری ویدئو می‌پردازد و شرکت‌های دیگر.

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های ساختاری شرکت‌های استارت‌آپی این است که برخلاف کارخانه‌های تولیدی و بخش صنعتی، پیش از آنکه بازار اولیه آن‌ها شکل بگیرد، سرمایه ثابت کلانی را برای خرید ماشین‌آلات و لوازم تکنیکی به‌خطر نمی‌اندازند. سرمایه خطرپذیر برای کاهش مخاطرات به‌صورت گام به گام در این شرکت‌ها صورت می‌گیرد. در مرحله نخست شرکت‌های استارت‌آپی با سرمایه اندکی که از شتاب‌دهنده‌ها (شکلی از سرمایه مالی) می‌گیرند،

با محوریت نوعی نوآوری و سرمایه انسانی آغاز به کار می‌کنند. پس از گذشت زمانی مشخص (حدوداً ۱ تا ۱/۵ سال) و در صورت تداوم رشد و توسعه کسب‌وکارشان می‌توانند در چند مرحله با نمایندگان دیگر سرمایه مالی، یعنی سرمایه خطرپذیر وارد معامله شوند؛ به عبارت دیگر محصول و گستره بازار آن‌ها گام به گام آزموده می‌شود تا در ظاهر برگشت سرمایه را عقلانی‌تر کند، اما با وجود تلاش برای کاهش ریسک، سرمایه مالی تأمین شده، سرمایه خطرپذیر نام می‌گیرد که این نام بر این اساس بیشتر شایسته سرمایه تولیدی است؛ زیرا سرمایه عظیمی را به ماشین‌آلات و زیرساخت‌ها اختصاص می‌دهد، اما ادعا می‌شود که خطرپذیری این شکل از سرمایه در قیاس با سرمایه بانکی و بهره‌آوری سنجیده می‌شود که بدون هیچ نوع کار و خطری بهره ثابت و امنی را نصیب صاحبان سرمایه می‌کند. حال آنکه با توجه به شرایط اخیر، کذب این قیاس آشکارتر شده است؛ زیرا پیوند اخیر بانک‌ها با سرمایه مالی به جای صنعت و تولید (که باید بر وام‌دهی به تولیدکنندگان مبتنی باشد) موجب شده است که امنیت ذکر شده نیز به خطر افتد. به هر ترتیب سرمایه خطرپذیر در دو شکل نهادی و غیرنهادی مدیریت می‌شود. سازمان بورس پشتیبان و متکفل شکل‌گیری VC‌های نهادی یا صندوق‌های خطرپذیر نهادی است؛ یعنی مجموعه‌هایی که با اخذ سرمایه مالی از نهادهای دیگر که بیشتر بانک‌ها یا صندوق‌های پژوهش فناوری وابسته به دولت یا حتی دانشگاه‌های دولتی هستند، به گزینش شرکت‌های استارت‌آپ می‌پردازند و در ازای تأمین سرمایه مشخصی برای این شرکت‌ها، بخشی از سهام آن‌ها را از آن خود می‌کنند. خارج از سازمان بورس نیز سرمایه‌دارانی که درآمد سالانه زیاد و مطمئنی دارند، می‌توانند VC‌های مخصوص خود را تأسیس کنند، اما در حال حاضر نه تنها مشارکت این گروه از سرمایه‌داران کم است، بلکه در گفتار رایج، پیروی از الگوی سرمایه‌گذاری صندوق‌های بازنشستگی آمریکا در صندوق‌های سرمایه خطرپذیر ترویج می‌شود؛ به عبارت دیگر، آن‌ها در همان زمان که خود را مدافع صندوق‌های سرمایه خطرپذیر خصوصی معرفی می‌کنند و از مداخله دولت شکایت دارند، گفتار خصوصی‌سازی منابع عمومی، یعنی صندوق‌های بازنشستگی را توسعه می‌دهند و ترویج می‌کنند.

با این حال سرمایه مالی این شرکت‌ها باید سرمایه خطرپذیر معرفی شود تا سودآوری مضاعف آن را مشروعیت بخشد و گفتاری را تقویت کند که بدون آن این سودآوری ممکن نخواهد بود. سود مضاعف این سرمایه در قیاس با نرخ بهره بانکی، بهای خطری پنداشته می‌شود

که سرمایه مالی حامی استارت‌آپ‌ها متقبل شده است، اما در واقع این شکل از سرمایه، بسیاری از مخاطرات به‌ظاهر مرسوم سرمایه‌داری را مدیریت و حذف می‌کند و با حذف این مخاطرات، که در واقع مقاومت امری اجتماعی و نه ناعقلانی است، شکل مضاعفی از ریسک و ناعقلانیت بروز می‌کند. در وهله نخست، این شرکت‌ها تلاش می‌کنند تا با روندهای بازاریابی و در ساختار گام به گام جذب سرمایه، مخاطرات ناشی از تحقق نیافتن ارزش مبادله کالاها در بازار را به‌نحوی مدیریت کنند و پیشاپیش تضمین‌هایی برای فروش محصولات به قیمت مفروض فراهم کنند. در واقع آن‌ها به‌دنبال غلبه بر ناعقلانیتی در بازار هستند که از منطق عقلانی-انتزاعی سرمایه‌داری در بحث قانون عرضه و تقاضا و فاصله‌گرفتن قیمت کالا از ارزش (زمان کار لازم) نشئت گرفته است؛ زیرا ریسک متداول سرمایه‌داری ناشی از نوسانات قیمت کالاها حول ارزش آن‌هاست و این شکل از جذب سرمایه و توسعه بازار، این نوسانات را تخفیف می‌دهد.

بخش مهم دیگر مدیریت مخاطرات، به روابط کاری و طرد هر نوع امکان مقاومت از جانب نیروهای کار مربوط است. استارت‌آپ‌ها با بازتعریف روابط کاری و به‌کمک ساختار سازمانی و تکنیکی خاص خود توانسته‌اند کارگران را از نام-حق خویش محروم کنند و آن‌ها را به‌عنوان ارائه‌دهندگان خدمات استخدام کنند، اما از آنجا که تمرکز فعالیت‌های این شرکت‌ها بر بخش خدمات است، آن‌ها با افرادی مواجهند که در نتیجه سیاست‌های نئولیبرالی و برون‌سپاری‌های صورت‌گرفته، پیش از این نیز از حمایت‌های دولتی و اجتماعی نهادینه و حتی اشتغال محروم شده‌اند. همین امکان اشتغال ناپایدار و منعطف نیز به‌مثابه عطیه کسب‌وکارهای جدید تلقی می‌شود. به این ترتیب بیشتر آن‌ها بعد از به‌دست‌آوردن بازار مناسب و وابسته‌کردن کارگران به خود، به‌راحتی می‌توانند فشار و نوسانات بازار را به حقوق آن‌ها منتقل کنند.

همچنین باید توجه داشت که سرمایه تنها به سطوح عینی بسنده نمی‌کند، بلکه در ساحت سوپزکتیو و روان‌شناختی نیز نفوذ می‌کند و روحیه خطرپذیر مؤسسان و مدیران را پیش‌بینی‌پذیر می‌کند. با رشد میزان سرمایه اختصاص داده‌شده از سوی صندوق‌های خطرپذیر، آزمون‌هایی ذهنی برای سنجش روحیه خطرپذیر آنتروپرونها اجرا می‌شود. قرار نیست آنتروپرونها و مؤسسان این شرکت‌ها در رشته‌های متعارف دانشگاهی دقت و پشتکار علمی داشته باشند، بلکه نیازمند تربیت نسبتاً متفاوتی در رشته‌هایی مانند مدیریت اجرایی هستند تا با گذراندن دوره‌هایی مشخص با فضای کسب و کارهای جدید خو بگیرند و منطق عمل و مناسبات جدید را

بیموزند. تهور، خطرپذیری، مصمم‌بودن، اتکا به نفس، نگرش جهان‌وطن، شجاعت ورود به حوزه ناآشنا، توانایی قیمت‌گذاری بالاتر بر توانایی‌های خود و غیره شرایط ذهنی لازم برای جذب سرمایه است. در واقع آن‌ها باید بتوانند خود را به‌عنوان آنتروپروبر، هرچه رقابت‌پذیرتر جلوه دهند و در صورت شکست در یک حوزه، با امکانات زیرساختی مشابه، بازار جدیدی را ایجاد کنند و در برابر مقاومت‌های اجتماعی ناشی از بازاری‌کردن‌های جدید بایستند. آن‌ها بنا نیست شجاعت به‌چالش‌کشیدن منطق سرمایه را داشته باشند، بلکه خطرپذیری آن‌ها باید درون فرم جهان سرمایه‌داری پیش‌بینی‌پذیر شود.

سرمایه با این تدابیر، خطرات سرمایه‌گذاری را برای کسب سود کارفرمایی تقلیل می‌دهد. به‌موازات این امر، گفتار ایدئولوژیکی از جانب دولت و مراکز علمی و دانشگاهی و رسانه‌های ملی (از جمله برنامه‌های تلویزیونی مانند نسیم دانش، صفر تا صد، دات.آی.آر، دانش‌نما در شبکه پویا و پوشش‌های قابل‌توجه در بخش‌های خبری^۱) تقویت می‌شود؛ در نتیجه شرکت‌های استارت‌آپی را بهینه‌ترین، عقلانی‌ترین و مدرن‌ترین ساختار اقتصادی معرفی می‌کند؛ از این رو ساختار مالی و فروش سهام و محصولات آن‌ها را بر مبنای باور به سودآوری فراوان در آینده تضمین می‌کند و ریسک سرمایه‌گذاری در این شرکت‌ها را تخفیف می‌دهد. از سوی دیگر این شرکت‌ها در پیوند با رسانه‌های ارتباطی-اطلاعاتی می‌توانند با حذف تعینات زمان‌مند و مکان‌مند، عرصه فعالیت خود را در گستره مکانی و با فرهنگ‌ها و آداب اجتماعی متفاوت توسعه دهند و به‌کمک تکنیک‌های پرداخت و خرید و فروش آنلاین بر مخاطرات ناشی از اختلاف زمانی-مکانی میان تولید و فروش محصول غلبه کنند.

در این میان، مدیریت مخاطرات و تحقق هدف عقلانی سود، سرمایه را بیش از پیش به بخش خدمات و تجارت متمایل کرده است؛ زیرا شرکت‌های استارت‌آپی با تمرکز بر این حوزه‌ها می‌توانند از هزینه فراوان فناوری‌های سخت و مقاومت‌های کارگری محیط‌های صنعتی اجتناب

۱. پرویز کرمی مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در تیرماه سال ۹۶ به طیفی از برنامه‌های تلویزیونی مدافع گفتار استارت‌آپی اشاره می‌کند و به قانون حمایت از شرکت‌های استارت‌آپی و دانش‌بنیان اشاره دارد که «سرفصل‌های گوناگونی را برای حمایت و توسعه هرچه بهتر شرکت‌های فناور نوپا در نظر گرفته است و یکی از بندهای تفاهم‌نامه میان معاونت علمی و رسانه ملی، کمک هرچه بیشتر به تولیدکنندگان داخلی با معرفی و فرهنگ‌سازی دستاوردهای آنان در رسانه ملی است»:

کنند. از سوی دیگر آن‌ها باید به‌طور متوسط در بازه زمانی بین دو تا سه سال، سرمایه جذب‌شده را به‌نحوی بازگردانند. در نتیجه بیشتر آن‌ها، به‌ویژه در ایران به حوزه خدمات و تجارت الکترونیکی سوق می‌یابند. حتی توسعه نرم‌افزارهای فنی و ساختار سازمانی این شرکت‌ها بیش از هر چیز به نحوه جذب سرمایه مالی و جایگاه آن‌ها درون فضای اقتصادی کنونی وابسته و محدود به آن است؛ از این رو به دلیل سطح کم خدمات ارائه‌شده و سهولت برابری کیفی محصولات-خدمات، رقابت نه در جذب مشتری، بلکه در جذب سرمایه مالی است تا آن‌ها بتوانند در زمان بیشتری قیمت خدمات خود را با وجود ضرر و زیان جاری کم نگه دارند و بازار را تا حدی به انحصار خود درآورند. اگرچه انحصار بازار با برخی مقررات و نظارت‌ها مدیریت‌پذیر است، به دلیل بکربودن و گاهی غیرضروری بودن خدمات ارائه‌شده نوعی انحصار باقی می‌ماند؛ به همین دلیل به‌سادگی در معرض فروپاشی است، اما فروپاشی آن برای صاحبان سرمایه مسئله چندانی ایجاد نمی‌کند و تنها کارگران آن‌ها را متأثر و از کار بیکار می‌کند؛ زیرا سرمایه خطرپذیر ضررهای ناشی از سرمایه‌گذاری اشتباه در یک حوزه را با تئوری‌های فاینانس مدیریت می‌کند.

به این ترتیب، منطق مالی و رقابتی متمایزی حاکم می‌شود که بر فاینانس مبتنی است نه بر کیفیت و توان رقابت‌پذیری محصولات. به موازات همین امر، عقلانیت و محاسبه‌گری جزئی‌نگر مبتنی بر زمان کار لازم به نوعی عقلانیت شبه‌استعلایی جهان فاینانس تغییر شکل می‌یابد که سطح انتزاع به مراتب بیشتری دارد و در برابر امور مشخص و انضمامی بی‌تفاوت‌تر است. براساس تئوری‌های فاینانس، سرمایه‌گذاری در بخش مالی در عین حال که از نظر تجربی شکلی قمارگونه دارد، براساس نظریه‌های احتمالاتی می‌توان به کمک آن به سود قطعی دست یافت. در واقع اگرچه نمی‌توان تغییرات آینده قیمت‌ها را در بازار مالی به صورت تجربی و پسینی (در قیاس با نظریه معرفت کانت) پیش‌بینی کرد، به شکلی ریاضی‌وار و پیشینی می‌توان به تخمین احتمالاتی تغییرات آینده دست یافت. برای این تخمین باید فرضیه‌های خطاپذیر را درباره قیمت‌های مبتنی بر اقتصاد بالفعل رها کرد و به جای سهام مشخص یا سرمایه‌گذاری بر بخش مشخصی از تولید، دارایی و غیره، سبدی از سهام و دارایی‌ها را بر مبنای تئوری‌های احتمالاتی انتخاب کرد.

اما رهاکردن فرضیه‌های خطاپذیر در اقتصاد بالفعل به جدایی روزافزون بازار مالی از بازار اقتصاد بالفعل و ایجاد بحران‌های مالی منتهی می‌شود. در شکلی خلاصه می‌توان این‌گونه عنوان کرد که حجم بازار کالاهای مصنوعی، به دلیل نیاز به دسترس‌پذیری نیروی کار، مواد خام و غیره محدود است، اما حجم بازارهای مالی از جانب منابع متناهی محدود نمی‌شود. از سوی دیگر، تقاضای پول اعتباری در اقتصاد مولد از جانب عواملی صورت می‌گیرد که به دنبال توسعه تجارت و صنعت و با سرمایه‌گذاری بر ماشین‌آلات جدید، پژوهش و توسعه، بازاریابی و غیره هستند. در نتیجه این تقاضا به دلیل دسترس‌پذیری فرصت‌های سرمایه‌گذاری و دسترس‌پذیری نیروی کار و مواد خام محدود می‌شود. حال آنکه وقتی پول اعتباری برای خرید دارایی‌های مالی و برای سفته‌بازی استفاده می‌شود تا سرمایه‌گذاری در بخش مولد، این محدودیت‌ها وجود ندارند. سفته‌بازی به جای اینکه فرصت‌های سرمایه‌گذاری موجود را توسعه دهد، فرصت‌های جدید برای استفاده از پول اعتباری خلق می‌کند؛ در نتیجه تزریق پول به بازار مالی سبب افزایش قیمت‌ها می‌شود، تقاضا برای پول بیشتر را افزایش می‌دهد و افراد بیشتری امکان کسب سود را در این بازار می‌یابند. در نهایت زمانی که بانک‌ها دارایی‌های مالی را به عنوان وثیقه برای وام‌های جدید می‌پذیرند، چرخه مذکور کامل می‌شود. ارزش دارایی‌های به وثیقه گذاشته شده در همان بازاری تعیین می‌شود که پول اعتباری (وام) جدید در آن استفاده می‌شود؛ یعنی ثبت اعتبارهای جدید سبب افزایش قیمت دارایی‌هایی می‌شود که به وثیقه گذاشته شده‌اند. به این ترتیب می‌توان بازار مالی را ایجادکننده میل خودانگیخته برای پول اعتباری عنوان کرد که در ذات آن بی‌ثبات‌ساز است (جرگ، ۲۰۱۴: ۷۹-۸۲).

این روند با تفاوت‌هایی در فرایند توسعه شرکت‌های استارت‌آپی در حال وقوع است. در وهله نخست این شرکت‌ها به سادگی جزء اقتصاد مولد مرسوم محسوب نمی‌شوند که سود آن‌ها مبنایی برای سرمایه‌گذاری سرمایه مالی باشد، اما نظریه احتمال به سوداگران مالی می‌آموزد که چگونه با فراهم کردن سببی از دارایی‌های مالی و سهام شرکت‌های جدید بتوانند به سود قطعی دست یابند. در این شرکت‌ها، سرمایه خطرپذیر به کمک نبود تقارن اطلاعاتی و نوعی محاسبات احتمالاتی، از متوسط بازار شرکت‌های استارت‌آپی فاصله و سببی از سهام شرکت‌های متنوع را در اختیار می‌گیرد که توزیع متفاوتی از متوسط بازار دارند تا برای نمونه بتوانند در سبب سهام خود، شرکت‌هایی را قرار دهند که در نهایت به توزیعی چون ۵، ۳۰ و ۶۵ درصد برسند؛ یعنی ۵

درصد آن‌ها در طول مدت مشخص (بین پنج تا ده سال) وارد بورس شوند و ۳۰ درصد هم به شرکت‌های متوسط مبدل شوند.

همچنین سرمایه‌گذاری روی شرکت‌های استارت‌آپی در قیاس با سرمایه‌گذاری روی شرکت‌های فعال در بورس که سود نهایی آن مشخص و تاحدودی تثبیت شده است، سودای کسب سود مؤسسان را دارد و در نتیجه در کنار ریسک بالا، از حوزه‌های جذاب به‌شمار می‌آید (البته در شرایط ثبات بازار). ضمن اینکه دارندگان سهام این شرکت‌ها با ساختارهایی مشابه با فرابورس یا خرید از جانب بخش‌های اقتصادی دیگر و به‌ویژه از جانب بخش‌های عمومی خصوصی شده در ایران، امکان فروش و تحقق این سود را پیش از ورود به بورس پیدا می‌کنند. به عبارت دیگر سود مؤسسان مذکور، امکان این را می‌یابد که از آینده به حال آورده شود و به گردش درآید. حتی در شرایطی که امکان فروش این سهام نباشد، مبنای قیمت‌گذاری محصولات این شرکت‌ها به یکدیگر یا حتی حقوقی که به برخی از مدیران آن‌ها پرداخته می‌شود با توجه به ارزش سهام آینده آن‌هاست.

گردش معادل سرمایه‌ای این سود پیش از تحقق واقعی آن در بورس و ارزش‌گذاری محصولات و کار بر این مبنای بیش از آنکه پیش‌بینی‌کننده آینده و عقلانی‌سازی آن باشد، در اختیار گرفتن پیشاپیش امکانات آینده با عینیت‌بخشیدن به آینده در فرمول‌های ارزش سهام است. این شرکت‌ها مدت‌ها پیش از آنکه وارد بورس شوند، با فرمول‌های ریاضی‌وار، سود مفروض آینده را در تخمین‌های ارزش سهام بالفعل خود پیش‌بینی می‌کنند. بر همین منوال می‌توانند بخشی از آن را پیشاپیش تحقق بخشند و حتی براساس همین ارزیابی قیمت، محصولات خود را پیش از رسیدن به آینده مفروض با دیگر شرکت‌ها مبادله کنند، اما این به معنای تثبیت مناسبات قدرت در آینده و افزایش بی‌ثباتی است؛ زیرا سرمایه‌ی تحقق‌نیافته مذکور گردش را آغاز می‌کند و تغییراتی را در بازار به همراه دارد که در نهایت حتی بنیان مادی - اقتصادی این سرمایه‌ی خیالی را متزلزل می‌کند (مطابق با تحلیل هیلفردینگ سود مؤسسانی که از ورود شرکت‌ها به بورس و در نتیجه تبدیل سود صنعتی به شکلی از بهره حاصل می‌شود، سرمایه‌ای خیالی است). این شکل از سرمایه که مبنای مادی آن (کسب سودآوری لازم برای رفتن به بورس) محقق نشده است با خریداری سهام این شرکت‌ها از جانب بانک‌ها و صندوق‌های خطرپذیر و همچنین با شکلی از پول اعتباری (وام) آزاد می‌شود و گردش جدیدی

را در بازار سرمایه آغاز می‌کند؛ حال آنکه مبنای مادی آن دقیقاً در نتیجه همین سازوکار متزلزل می‌شود و بسیار محتمل است که بسیاری از شرکت‌های استارت‌آپی ورشکسته شوند؛ زیرا امکان فروش سهام مؤسسان پیش از ورود این شرکت‌ها به بورس، ارزش کار متعین و مداوم مبتنی بر مهارت‌آموزی زمان‌مند و هر نوع بازشناسی فرد را در کار منتفی می‌کند و از خودبیگانگی از کار و تعلق‌نداشتن به شرکت و کار مشخص را در همه سطوح کاری به‌همراه خواهد داشت.

از سوی دیگر سرمایه‌گذاران استارت‌آپ‌ها، بسیاری از ویژگی‌های متعین حوزه کاری مربوط را به نفع انتخاب انتزاعی مبتنی بر فاینانس کنار می‌گذارند؛ در نتیجه نمی‌توانند با پیچیدگی‌ها و مسائل خاص آن حوزه مواجه شوند و در نهایت ورشکستگی این شرکت‌ها امری بسیار محتمل است. بدین ترتیب می‌توان گفت سودآوری زیاد این شرکت‌ها بر بی‌ثباتی درونی آن‌ها و در واقع شکست آن‌ها بنا شده است. با این حال ساختار آن‌ها در مقایسه با دولت و جامعه به‌گونه‌ای است که شکست آن‌ها در نهایت شکست خود مردم و نه سرمایه‌گذاران است. در واقع مسئله‌ای که وجه ایدئولوژیک سیاست‌های نئولیبرال کنونی را آشکارتر می‌کند، این است که برخلاف دعاوی گفتار نئولیبرالی، شکست بیشتر سرمایه‌گذاران مالی از جمله سرمایه‌گذاران شرکت‌های استارت‌آپی، به کمک دولت نئولیبرالی جبران می‌شود. در بحران‌های مالی اخیر، دولت‌های نئولیبرال سیاست‌های حمایت‌گرایانه و کینزی در قبال بانک‌ها و مؤسسات مالی درپیش گرفتند و در قبال مردم و مالیات‌دهندگان سیاست‌های ریاضت‌کشانه داشتند. خلاصه اینکه سرمایه خطرپذیر این شرکت‌ها بیش از آنکه نوعی «سرمایه حمایتی» یا سرمایه‌های در خطر باشد، مولد مخاطرات بازار است. در این میان به تأسی از آدرنو می‌توان گفت خطر در سرمایه است، نه اینکه سرمایه در خطر باشد. با توجه به آنچه گفته شد، این شکل از سرمایه نه به دلیل وجود مخاطرات از پیش موجود، بلکه در کاهش مخاطرات (حذف مقاومت امور متعین) و اعمال عقلانیت مضاعف به مخاطرات کلان‌تر بازارهای مالی و پولی دامن می‌زند و متأثر از آن‌هاست. به عبارت دیگر، آن‌ها به علت تقلیل مخاطرات و عقلانی‌سازی پرمخاطره‌تر می‌شوند و برعکس به دلیل پرمخاطره‌بودن، به عقلانی‌سازی مضاعف تمایل پیدا می‌کنند.

از سوی دیگر شکل مداخله دولت و نهادهای حکومتی ایران با دو جریان موازی غلبه سرمایه مالی و بورس‌بازی و بسط اشکال متفاوت پول اعتباری پیوند دارد. از یک سو سیاست‌های خصوصی‌سازی در ظاهر سیاستی برای کوچک‌شدن دولت هستند، اما در عمل به

غلبه سرمایه مالی و بورس‌بازی بر سرمایه صنعتی منجر می‌شوند (و شده است)؛ زیرا سهام‌داران جدید در بیشتر موارد می‌توانند هر زمان که بخواهند سهام خود را در بورس مبادله و آن را در جای دیگری سرمایه‌گذاری کنند. مقررات‌زدایی در سوی دیگر این روند به غلبه پول‌اعتباری و امکان بیشتر برای خرید و فروش سهام شرکت‌های خصوصی‌شده، آزادشدن سرمایه صنعتی و ایجاد بازار مالی متورم کمک می‌کند.

شرکت‌های استارت‌آپی نیز درون همین چارچوب عمل می‌کنند. این شرکت‌ها از یک سو ادامه‌دهنده مسیری هستند که از سیاست‌های خصوصی‌سازی منتج می‌شود. آن‌ها براساس همان منطق عمل می‌کنند و با بخش‌های خصوصی‌شده ارتباط دارند (از جمله در سرویس‌های پرداخت) و از سوی دیگر بخش مهمی از سرمایه خطرپذیر و خریداران سهام این شرکت‌ها اغلب بانک‌ها یا شرکت‌های دولتی خصوصی‌شده‌ای هستند که از محل منابع بانکی و در واقع در شکل نوعی پول‌اعتباری این خرید و فروش را انجام می‌دهند. به موازات این امر سرمایه‌گذاران نیز از شکل فردی و خصوصی‌تر به نهادهای سرمایه‌گذاری تغییر کرده‌اند؛ نهادهایی که مانند بانک‌ها پیش‌تر در اقتصاد مالی درگیر بوده‌اند، یا برخی از نهادهای عمومی ایران که در عین منطق سرمایه‌دارانه خود، بر نوعی انتزاع شبه‌استعلائی مبتنی هستند. این نهادهای اخیر خود را حامی ارزش‌های استعلائی و دینی تلقی می‌کنند، اما منطق انتزاعی و مالی آن‌ها در نهایت تبعاتی بحران‌زا خواهد داشت. از سوی دیگر، برخلاف دعوی اقتصاددانان و مدیران معتقد به سازوکارهای رقابتی بازار، مؤسسان شرکت‌های استارت‌آپی به جذب سرمایه از این نهادها تمایل بسیاری دارند؛ زیرا این نهادها بر بخش‌هایی از بازار مصرف و سرمایه قدرت انحصاری اعمال می‌کنند، اما آن‌ها همین نهادها را در زمان‌های بحران یا در موقعیت‌های دیگر مانند مؤسسات قرض‌الحسنه، به مثابه تجسم ناعقلانیت سنت نقد می‌کنند.

همان‌طور که گفته شد، نمی‌توان دیالکتیک مذکور میان امر مدرن و سنتی را به سادگی میراث سنت‌های ناعقلانی ایران قلمداد کرد، بلکه این دیالکتیک به دلیل پیوند کنونی سرمایه مالی با فضای مجازی و شرکت‌های استارت‌آپی ساخته و بازتولید می‌شود. حال آنکه آگاهی شیء‌واره می‌پندارد فضای مجازی و شرکت‌های جدید به دلیل ویژگی منعطف و تعیین‌زدوده آن‌ها می‌توانند از چنگ قدرت‌های متکثر اجتماعی بگریزند و ایده‌ها و اشکال فرهنگی را در ناب‌ترین و خالص‌ترین شکل آن و بدون آغشته‌شدن به آلودگی تنش‌های اجتماعی برای بهبود وضعیت

جامعه به خدمت بگیرند. همین خلوص سبب می‌شود که به مرور نعمت‌های مادی، یعنی سرمایه مالی را به خود جذب کنند؛ بدون اینکه نیاز باشد معرفت یا فرهنگ رنگ هستی اجتماعی را به خود بگیرد و به اقتناع دیگری در ساختاری دموکراتیک و تخفیف خودشیفتگی افراد نیاز باشد؛ زیرا سرمایه مالی حامی آن‌ها در جامعه مقررات زدوده و کالایی شده می‌تواند هر جا و هر زمان که بخواهد مقاومت امور متعین را بشکند و ویرانه‌های اجتماعی را به حال خود رها کند. در این صورت جسارت آن‌تروپرونرها و برخی متولیان فرهنگ مشابه، برای بازگشایی یا ویرانی قلمروهای اجتماعی جدید به روی سرمایه مورد نیاز است تا پشتیبان مالکیت و مبادله اموری شوند که پیش از این اموری معنوی (غیرمادی) تلقی می‌شدند.

در این صورت، به سهولت بیشتری می‌توان برخی اشکال فرهنگی سنتی را تجلی‌بخش ارزش‌هایی دانست که جدا از واقعیت و تضادهای اجتماعی موجود در زمانی ابدی آرام گرفته‌اند؛ زیرا مالکان امور معنوی در اشکال مختلف آن‌ها می‌توانند به کمک سرمایه مالی و فضای مجازی بر مقاومت امور مکان‌مند و زمان‌مند غلبه کنند و ارزش‌ها و اشکال فرهنگی خود را به ساحتی وجودی ارتقا دهند. این امر با تغییر در ادراک زمان و دیالکتیک امر سنتی و امر مدرن در جامعه سرمایه‌داری جدید تقویت و ایجاد شده است.

دیالکتیک سنت و مدرنیته

سرمایه‌داری بدون انقلاب دائمی و بدون جایگزینی امر نو با امر کهنه هرگز نمی‌تواند تنش‌ها و تناقضات خود را بپوشاند و به حیات خود ادامه دهد. این امر در شکل اخیر سرمایه‌داری و به دلیل غلبه فناوری‌های جدید شدت یافته است. با توجه به باور مدافعان این فناوری‌ها، «نظم، بسته‌بودگی و تعادل مانند راه‌هایی برای ارائه بسامان توجیحات، جای خود را به بازبودگی، نبود تعین و ظهور دائمی نوگرایی می‌دهد... البته سر برآوردن فناوری‌های جدید تنها وضع موجود را مختل نمی‌کند، بلکه مجموعه‌ای از امکانات فناورانه و مسائل جدید را به وجود می‌آورد و با این کار فرصت جدیدی فراهم می‌آورد که ترکیبات تازه‌ای می‌طلبد... در نتیجه اقتصاد همواره در پذیرابودن دائمی تغییر است که وجود دارد؛ یعنی در نوگرایی دائم. پیوسته در فرایندی از خودآفرینی قرار دارد... اقتصاد پیوسته در حال ساختن خود است» (هاروی، ۱۳۹۴: ۱۳۹).

جهانی که این‌گونه به روی فرد گشوده می‌شود و او را اغوا می‌کند، روی زمین و تعیناتی بنا شده است که سرمایه همواره خواهان جداشدن و انتزاع از آن است. سرمایه برای بیشینه‌کردن

سود و تسهیل انباشت نامحدود خود، نوگرایی دائمی را الزامی کرده است. جهان سرمایه‌داری جدید به جای آنکه به سوی نوعی سنتز و رفع تناقضات متمایل شده باشد، به دلیل همین تخریب‌های سازنده، به دنبال پوشاندن تناقضات اجتماعی است تا روند انباشت سرمایه خود را تضمین کند. شرکت‌های استراتژی نیز بر همین مبنا، تجسم‌بخش خلاقیت، نوآوری دائمی، بهره‌وری و خرد فناورانه هستند. آن‌ها تنها از فناوری‌های اطلاعاتی استفاده نمی‌کنند، بلکه کل ساختار اقتصادی اجتماعی آن‌ها بر منطق ساده‌ساز، انتزاعی و نوآورانه تکنیکی استوار است. نوآوری در محصول، در سامان کاری، در شیوه‌های سرمایه‌گذاری، مالی و غیره حاکی از تفوق کامل سرمایه بر هر امر نهادینه‌ای است که به‌عنوان نوعی سنت در زمان امتداد یافته است. البته سرمایه‌داری همان‌طور که مارکس می‌گوید: «نمی‌تواند وجود داشته باشد، مگر اینکه دائماً انقلاب ایجاد کند: در وسایل تولید و از این‌رو در روابط تولید و در روابط اجتماعی در تمامیت آن». در نتیجه، تازگی دما‌می که محصول سرمایه‌داری است سبب می‌شود صلابت عاطفی که نهادها به دلیل استمرارشان در طول زمان از آن برخوردار بودند، در هم بشکند.

با وجود فروپاشی اقتدار سنت، امر قدیمی در قلمرو فرهنگ سرمایه‌داری به اشکال مختلف و در منظومه‌های متفاوتی پدیدار می‌شود. در سرمایه‌داری متأخر تعهد به سنت و امر قدیمی به تعهد به سبک زندگی‌هایی مبدل می‌شود که بازار انتخاب آزادانه آن‌ها را تضمین کرده است. همچنین با کالایی‌کردن و منتزع‌ساختن آن‌ها از کلیت اجتماعی توانسته است تنش‌ها و تضادهای آنان را با نظم فعلی خنثی کند. از سوی دیگر موجب رضایت خاطر گروه‌های اجتماعی مختلفی شده است که در ظاهر باورهای متفاوتی دارند.

این امر به واسطه ادراک متفاوت زمان در ساختار انتزاعی فضای مجازی و غلبه پوزیتیویسمی محقق شده است که محصول کالایی‌شدن حوزه‌های مختلف اجتماعی است. اگرچه منطق پوزیتیویستی در فلسفه علم با انتقادات بسیاری مواجه شده است و به دنبال آن فلاسفه مطرحی (مانند کوهن، لاکاتوش و فایرابند) آن را طرد کرده‌اند، تسری منطق کالایی به همه حوزه‌های اجتماعی در جهان سرمایه‌داری نئولیبرال اخیر به احیای آن (با وجود اذعان‌نکردن صریح) دامن زده است. کالا به مثابه امری که تاریخ را حذف می‌کند و همواره در صدد نوشدن است، تجربه زمانی ما و واقع‌بودگی گذشته و آینده در اکنون را محو می‌کند. همان‌طور که کالاها به بازار عرضه و بعد از مدتی از مد افتاده و منسوخ می‌شوند، واقعیات اجتماعی-تاریخی نیز به‌عنوان

اموری بی‌سابقه پدیدار و سپس کنار گذاشته می‌شوند. البته در فرم کالایی آن‌ها برای همیشه محو نمی‌شوند، بلکه در تاریخ ذخیره می‌شوند تا در شرایط دیگری به‌عنوان امور به‌روزتر فراخوانده شوند. به این ترتیب در نظم کالایی و شیء‌واره‌شدهٔ ساحت فرهنگ، امر قدیمی می‌تواند در جامهٔ امر نو درآید و امر نو نیز به‌سرعت به تاریخ بپیوندد. مهم‌تر اینکه قدیمی‌ترین، سنتی‌ترین و ساده‌ترین امور اقتصادی و اشتغالات روزمره به‌کمک بازار اقتصادی-فرهنگی موجود می‌توانند به‌عنوان مدرن‌ترین و مفرح‌ترین امور فرهنگی جلوه کنند. در مقابل اشتغالات فرهنگی متداولی مانند مطالعه، دیدن فیلم و تئاترهای هنری، یادآور جدیت سنت و نهادهای سنتی شوند که در فرهنگ خوش امروز جایی ندارند.

این امر را می‌توان در دیالکتیک فرهنگ و اقتصاد در اشکال سرمایه‌داری جدید نیز دنبال کرد. اکنون به‌دلیل کالایی‌شدن فرهنگ، قلمرو اقتصادی نیز به امری فرهنگی تغییر چهره داده است؛ در نتیجه شرکت‌ها و ساختارهای اقتصادی جدید بیش از پیش با تعینات فرهنگی خود شناخته می‌شوند و به رقابت با یکدیگر می‌پردازند. همان‌طور که برندهای موجود بیش از آنکه به کیفیت عقلانی و تجربی کالاها ارجاع دهند، به سبک زندگی مشتریان خود و جایگاه آن‌ها در ساختار طبقاتی-فرهنگی فعلی ارجاع می‌دهند و سبب شده‌اند که امروزه خرید مایحتاج روزمره در هایپرمارکت‌ها به تجربه‌ای مدرن و نشاط‌آور (نوعی امر فرهنگی) بدل شود. خریدهای اینترنتی و سفارش خدمات از استارت‌آپ‌ها نیز تجسم‌بخش سبک زندگی جدیدی شده است که بر سرعت و سهولت دسترسی به‌عنوان مؤلفه‌های دیگر تجربهٔ مدرن و عقلانیت جدید بنا شده‌اند. حال آنکه این شرکت‌ها به‌وسیلهٔ همین تصویر به‌روز و به‌ظاهر عقلانی توانسته‌اند مدرن‌ترین و دموکراتیک‌ترین دستاوردهای طبقات کارگر و سایر توافقات کاری را منحل کنند.

به هر ترتیب در شرایط فعلی، آن‌تروپورنرهای استارت‌آپی یکی از متصدیان اصلی کالایی‌سازی فرهنگ هستند و امور سنتی و مدرن را با توجه به شرایط بازار، جابه‌جا، ادغام و جایگزین می‌کنند و هم‌زمان ساختار اقتصادی اجتماعی خود را که بر خدمات و واسطه‌گری مبتنی است، به‌مثابهٔ مدرن‌ترین شکل موجود، پنهان می‌کنند و از نقد مصون می‌دارند. درنهایت این شرکت‌ها به‌دلیل ادغام حوزه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی در نظم سرمایه‌داری، ذات تکنیکی را بروز می‌دهند که خودکامه و توتالیتراست و شهوت فراگیر شدن و جذب همه‌چیز را به درون نظام فناورانه خود دارد. در ذیل این ساختار عینی، افراد می‌پندارند که این شرکت‌ها می‌توانند همهٔ

مسائل اجتماعی اقتصادی موجود را از بحران اشتغال و مسکن و محیط‌زیست گرفته تا بسیاری از مسائل فرهنگی و اجتماعی دیگر رفع کنند؛ در نتیجه دیگر نیازی نیست تا به یاری نیروهای اجتماعی و سیاسی موجود اعم از اصناف و اتحادیه‌های کارگری، اصلاحاتی صورت گیرد، بلکه کافی است به تسهیل پیوند ایده-سرمایه کمک کنند تا مشکلات یک‌باره رفع شوند. این فناوری به‌مثابه نوعی ابزار جادویی بار دیگر ظاهر می‌شود و با کمک ساخت اندیشگی مذکور می‌تواند در همه مباحث روز به‌عنوان راهکار بروز یابد.

در نتیجه جادو و اشکال مختلف تفکر ناعقلانی (منتسب به سنت) در سرمایه‌داری متأخر و توسط آن بازتولید می‌شود، نه اینکه به‌عنوان یکی از اختصاصات جوامع جهان‌سومی از جمله ایران از گذشته تا امروز امتداد یافته باشد. قدرت جادویی سرمایه مالی قدرتی است که همه مسائل اجتماعی اقتصادی موجود را به‌جای حل کردن، تحت شمول فرم (عام) کالایی و انتزاعی درمی‌آورد و سپس به ایده‌های ارزش‌آفرین مبدل می‌کند. درنهایت نیز به تقویت بازار مالی منجر می‌شود که بحران‌های مستمر آن سال‌هاست (به‌ویژه پس از سال ۲۰۰۸) کشورهای مختلف جهان را درگیر کرده است؛ به‌گونه‌ای که رهایی از آن بعید به‌نظر می‌رسد.

بحث و نتیجه‌گیری

در شرایط اخیر کشور که نارضایتی‌های اقتصادی و اجتماعی در عرصه عمومی و اعتراضات مردمی نمود آشکار یافته است، راهکارهای تکنیکی و مبتنی بر سیاست‌گذاری‌های اقتصادی مرسوم مسئولان کشور حکایت از غلبه گفتاری دارد که حتی در موقعیت‌های بحرانی نیز همچنان طبیعی انگاشته می‌شود. آن‌ها در پاسخ به خواسته‌های مشخصی مانند اشتغال، مسکن، دستمزد مناسب و بهره‌مندی از محیط‌زیست بهنجار، همچنان بر سیاست‌هایی مانند آزادسازی‌های بیشتر یا استمداد از بخش خصوصی برای خواست‌های عمومی پافشاری می‌کنند. در این میان، توسعه شرکت‌های استارت‌آپی نیز به‌عنوان یکی از این راهکارها برای حل مسائل کلان اجتماعی در شرایطی مطرح می‌شود که دولت‌ها پیش‌تر نقش حمایت‌گرایانه و قدرت عاقله خویش را واگذار کرده‌اند. همچنین سرنوشت طبقات مختلف و به‌ویژه طبقات پایین و بخش‌های خدماتی را به دست بازار و سرمایه خصوصی و مهم‌تر از آن سرمایه‌های عمومی خصوصی‌شده‌ای سپرده‌اند که از کلیت اجتماعی و مسائل آن منتزع است. این سرمایه‌های خصوصی‌شده برای بازتولید خود و سودآوری بیشتر به سطوح مختلف انتزاع از جمله تقلیل کار انضمامی به کار

انتزاعی، تقلیل کار و اشیاء به کالا و در شکل اخیر سرمایه‌داری به مالی‌سازی همه امور اجتماعی می‌پردازند و در نتیجه از درک کلیت اجتماعی بازمی‌مانند.

از سوی دیگر، سرمایه متصدی ساخت جامعه و کلیتی خاص است که با این انتزاع عام میانجی‌دار شده است، نه اینکه جامعه کلیتی انتزاعی باشد. حال آنکه اقتصاددانان و سیاست‌گذاران اجتماعی از یک سو برای جامعه حیثیتی متمایز از جمع جبری افرادی که به دنبال منافع فردی خود هستند، قائل نیستند، از سوی دیگر جامعه را کلیت بسته و نفوذناپذیری می‌انگارند که از افراد خویش مجزاست و از قواعد عینی بازار تبعیت می‌کند. تلقی کاملاً سوپترکتیو آن‌ها از جامعه با باور به حاکمیت محکم قواعد بازار به مثابه قواعد عینی جامعه هم‌بسته است و این امر ناشی از جامعه سرمایه‌دارانه‌ای است که به دلیل شکل آن که مبتنی بر رقابت افراد به ظاهر آزاد در بازار است، [جامعه] وجود ندارد و نباید وجود داشته باشد تا مانع تحقق آزادی‌های بازاری نشود. همچنین به دلیل وجودنداشتن آن، یعنی کنارگذاشتن پیوندها و هم‌بستگی‌های اجتماعی در جریان تسری بازار و منطق کالایی، به محکم‌ترین شکل ممکن وجود دارد و چنان با افراد و مسائل واقعی آن‌ها بیگانه است که به نظر می‌رسد نیازهایی مستقل از آنان دارد؛ نیازهایی که باید با هم‌اندیشی نخبگان و متخصصان تشخیص داده شود. حال آنکه کلیت چنین جامعه‌ای از افراد آن جدا نیست؛ افرادی که در جریان مناسبات اجتماعی-اقتصادی جدید، هویت نسبتاً مستقلی از جمع پیدا کرده‌اند. ضمن اینکه فرض استقلال کامل افراد و سوژه‌های اجتماعی موجود از کلیت سازنده آن‌ها، توهمی است که از بازار نشئت گرفته است.

به هر حال کلیت در منظومه اجتماعی اخیر، کلیتی انضمامی است که با افراد میانجی‌دار است و دربردارنده همه دقایق و مسائل خاص اجتماعی افراد و گروه‌هایی است که در سیاست‌گذاری‌های اجتماعی اقتصادی متعارف مجزا شده و در عین حال مغفول مانده‌اند، اما این درک از جامعه در شکلی از سیاست دموکراتیک تجلی می‌یابد که با جایگاه عینی دولت و توان اقتصادی و اجتماعی آن، امکانی برای درک مسائل خاص و مشخص افراد و گروه‌های اجتماعی مختلف و حل آن‌ها فراهم می‌کند، اما با کنارگذاشتن این درک از جامعه و بی‌اثرکردن کارکرد دولت به‌عنوان قوه عاقله، چرخه بسته‌ای حاکم می‌شود که هم‌اکنون رؤیت‌پذیر است؛ یعنی مسائل اجتماعی مانند بیکاری، تخریب محیط‌زیست و ناهنجاری‌های اخلاقی و غیره که از

سازوکارهای بازار نشئت گرفته‌اند، بار دیگر به همین بازار سپرده می‌شوند تا در نهایت بحران‌های پیچیده‌تری را ایجاد کنند.

توجه به شرکت‌های استارت‌آپی نیز در همین چارچوب صورت می‌گیرد؛ زیرا سیاست‌های برون‌سپاری و خصوصی‌سازی چند دهه اخیر، خیل عظیمی از کارگرانی را برجا گذاشته است که با بیکاری و مسائل اجتماعی مختلفی دست به گریبان هستند، اما این مسائل بار دیگر به بازار و شرکت‌های استارت‌آپی واگذار می‌شود. حال آنکه سازوکارهای سرمایه‌دارانه‌ای که مسئول این وضعیت بوده‌اند، به صورتی افسارگسیخته‌تر در شرکت‌های جدید، مخاطرات اجتماعی و مالی پیچیده‌تری را برجا خواهد گذاشت. این شرکت‌ها با توسعه بیشتر عقلانیت صوری و ابزاری و ادغام روابط دوستانه در نظم اقتصادی و بسط گفتار آنتروپورنری در تمام سطوح کاری، به غلبه ناعقلانیت و فضای روان‌شناختی کمک می‌کنند که مستعد جنبش‌های فاشیستی و غیردموکراتیک و اوج گرفتن مخاطرات بازار است.

به این ترتیب، ناعقلانیت امری جدا از عقلانیت سرمایه‌دارانه موجود نیست؛ یعنی عقلانیتی که به دلیل ضعف نهادهای واسط و دموکراتیک در ایران در انتزاعی‌ترین و فایده‌گرایانه‌ترین شکل آن بروز یافته است و به صورت دیالکتیکی بحران‌های ناعقلانی را شکل داده که هم‌اکنون همه افراد را درگیر خود کرده است. همچنین این دوگانه‌ها تنها امری معرفت‌شناختی نیستند که از جانب جامعه‌شناسان و نظریه‌پردازان برای تحلیل واقعیت برساخته شده باشند، بلکه منطق برسازنده نظم اجتماعی فعلی‌اند؛ نظمی که در شرایط بحرانی (ناعقلانی) از جمله شرایط فعلی، میانجی انواع واپس‌روی به اشکال پیشامدرن سیاست و اجتماع است. همان‌طور که فسادی که هم‌اکنون در حال وقوع است و اقلیتی را به چپاول و غارت اموال عمومی مشغول کرده است، بازخوانی امری کهن نیست، بلکه بازتولید آن از سوی سازوکارهای مالی است که در شکل به‌ظاهر مشروعی در بیشتر اشکال اقتصادی موجود و از جمله شرکت‌های جدید استارت‌آپی در جریان است. حال آنکه همین ساختارهای اقتصادی متصدی کالایی‌سازی و دیگری‌زدایی از هستی‌های اجتماعی و انسانی هستند و شکلی از توزیع ناعادلانه ثروت را بیش از پیش ممکن ساخته و مشروعیت بخشیده‌اند.

منابع

- آدرنو، تئودور (۱۳۸۷)، *انتقاد فرهنگی و جامعه؛ جامعه‌شناسی انتقادی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: انتشارات اختران.
- آدرنو، تئودور (۱۳۸۷)، *جامعه‌شناسی و پژوهش تجربی؛ جامعه‌شناسی انتقادی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: انتشارات اختران.
- آدرنو، تئودور (۱۳۹۵)، *علیه ایده‌آلیسم*، ترجمه مراد فرهادپور، تهران: انتشارات هرمس.
- آدرنو، تئودور (۱۳۸۲)، «نظریه فرویدی و الگوی تبلیغات فاشیستی»، ترجمه مراد فرهادپور، *مجله ارغنون*، شماره ۲۲: ۱۰۹-۱۳۲.
- ژیتک، اسلاوی (۱۳۹۲)، *چگونه لاکان بخوانیم*، ترجمه علی بهروزی، تهران: انتشارات رخداد نو.
- فروید، زیگموند (۱۳۹۳)، *روان‌شناسی توده‌ای و تحلیل آگو*، ترجمه سایرا رفیعی، تهران: نشر نی.
- فوکو، میشل (۱۳۸۹)، *تولد زیست سیاست*، ترجمه رضا نجف‌زاده، تهران: نشر نی.
- هابرماس، یورگن (۱۳۹۲)، *دگرگونی ساختاری حوزه عمومی*، ترجمه جمال محمدی، تهران: نشر افکار.
- هاروی، دیوید (۱۳۹۴)، *هفده تناقض و پایان سرمایه‌داری*، ترجمه خسرو کلاتری و مجید امینی، تهران: انتشارات کلاغ.
- هگل، گئورگ ویلهلم فردریش (۱۳۸۷)، *خدایگان و بنده*، ترجمه حمید عنایت، تهران: انتشارات خوارزمی.
- هیلفردینگ، رودولف (۱۳۹۴)، *سرمایه مالی*، ترجمه احمد تدین، تهران: انتشارات دنیای اقتصاد.
- Adorno, Theodor W (2000), **Introduction to Sociology**, Translated by Edmund Jephcott, Stanford: Stanford University.
- Aronson, Daniel H, Singerman, Berger(2011), **Venture Capital, A Practical Guidebook for Business Owners, Managers and Advisors**, RR Donnelley.
- Arthur, W. Brian (2009), **The Nature of Technology: what is it and how It Evolves**, New York, Free Press, 2009.
- Benjamin, Jessica (1977), "The End of Internalization: Adorno's Social Psychology", **telos: Critical Theory of the contemporary**, No. 32. pp. 42- 64.
- Bjerg, Ole (2014), **Making Money, The Philosophy of Crisis Capitalism**, London. New York: Verso.