

شرکت‌های استارت‌آپی و دولت نئولیبرالی

مطالعات جامعه‌شناختی

(علمی - پژوهشی)

دوره ۲۸، شماره یک: ۲۹-۵۸

شاپا ۲۸۰۹-۱۰۱۰

نمایه در ISC

محمد توکل

عضو هیات علمی گروه جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه

تهران

منصوره خائفی^۱

دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه تهران

پدیرش ۱۳۹۹/۴/۱۳

دریافت ۱۳۹۹/۹/۹

چکیده

این روزها شرکت‌های استارت‌آپی بر محور ایده‌ها و گفتاری رواج پیدا کرده‌اند که در ذیل آن، شرکت‌ها و نهادهای دولتی و شبه‌دولتی نقد می‌شوند و به‌عنوان ساختارهای غیررقابتی معرفی می‌شوند. این ساختارها ظاهراً بهره‌وری اقتصادی پایینی دارند و نمی‌توانند محصولات باکیفیت و قیمت مناسب را در اختیار مشتریان خود قرار دهند. از سوی دیگر بیشتر سیاست‌گذاران و اقتصاددانان بر این باورند که فضاهای تکنولوژی‌محور به دلیل ساختار مرکزگرای و گسترده خود، توانایی زیادی برای برآورده کردن تقاضای طیف‌های گسترده‌ای از سلیق افراد برخوردارند. این در حالی است که کسب و کارهای مبتنی بر اینترنت، به‌خصوص، شرکت‌های استارت‌آپی می‌توانند این تقاضاهای روزافزون را پاسخ گویند و به رشد اقتصادی کمک کنند. بر اساس ادعای این پژوهش شرکت‌های استارت‌آپی با شکل‌دهی مجدد به سیاست‌های خصوصی‌سازی و مقررات‌زدایی به‌خصوص در حوزه پولی و توسعه بازارهای مالی، به گسترش گفتار نئولیبرالی کمک کرده‌اند. این گفتار در چند دهه اخیر در کشورهای مختلف به اشکال نسبتاً متفاوتی اجرا شده است؛ ولی باوجود توسعه جغرافیایی ناموزون آن، گرایش کلی به افزودن نابرابری اجتماعی و قراردادن اغلب افراد و طبقات اجتماعی در معرض بحران‌های مالی تکرارشونده دارد. به این ترتیب در این پژوهش از اشکال گوناگون نقد نئولیبرالیسم برای فهم موقعیت موضوع موردنظر در نسبت با کلیت اجتماعی فعلی استفاده شده است. بر اساس یافته‌های این پژوهش، مکانیسم‌های سرمایه‌دارانه‌ای که مسئول وضعیت کنونی جهان هستند، به‌صورت شدیدتری در شرکت‌های استارت‌آپی نیز برقرارند و مخاطرات اجتماعی و مالی پیچیده‌تری را برجا می‌گذارند.

واژگان کلیدی: شرکت‌های استارت‌آپی، تکنولوژی‌های اطلاعاتی-ارتباطی، نئولیبرالیسم، آنتروپرونر، بنگاه.

مقدمه

شرکت‌های استارت‌آپی در پیوند با فضای مجازی تحقق‌بخش آرمان‌هایی پنداشته می‌شوند که در چند قرن اخیر مطرح شده‌اند؛ آرمان‌هایی چون آزادی و برابری و برادری و رفاه اقتصادی که کم‌وبیش در گفتارهای مختلف پی گرفته شده‌اند، اما تحقق همه‌جانبه آنها در ظاهر با اولویت دادن یکی بر دیگران به تعویق افتاده یا منتفی شده است. حال آنکه شرکت‌های مذکور در پیوند با زیرساخت تکنولوژیکی‌شان تحقق این آرمان‌ها را از طریق آزادسازی سیاسی و اقتصادی و فرهنگی نوید می‌دهند. به گمان سیاست‌گذاران اجتماعی و اقتصادی اخیر، بافت اجتماعی فضای مجازی و ساختار شبکه‌ای و مرکزگرای آن شرایط را برای رهایی از مادیتِ سفت‌وسخت جهان اجتماعی پیرامونی فراهم می‌آورد و بدون وساطت دولت‌ها و سایر مراکز قدرت به تغییرات اجتماعی اساسی‌تری امکان بروز می‌دهد.

اغلب بر این باورند که شرکت‌های مذکور به موازات فروش محصولات و خدماتشان می‌توانند از طریق تقویت فضای مجازی و درگیر ساختن بیشتر کاربران با این فضا، به ایجاد و گسترش مناسبات اجتماعی جدید و در واقع نوعی اجتماع جدید کمک رسانند؛ اجتماعی که در ظاهر قواعد آن به صورت پویایی از طریق مشارکت فعال افراد و بر اساس روابط مبتنی بر رضایت متقابل و توافقات جمعی ایجاد می‌شود و تغییر می‌کند. همان‌طور که مصرف‌کنندگان به صورت آزادانه‌ای می‌توانند محصولات عرضه‌شده را انتخاب و خریداری کنند، کاربران نیز به صورت آزادانه‌ای با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و بنا به مقاصد مختلف، اجتماعات و گروه‌هایی را تشکیل می‌دهند که از نظم اجتماعی مستقر و نهادهای واسط آن مستقل به نظر می‌رسد. این اجتماعات مجازی، به‌عنوان جوامعی بیرون از نظم اجتماعی مستقر پدیدار می‌شوند که بر مبنای قواعد درونی و امکانات خویش می‌توانند نظم اجتماعی مستقر را به چالش کشند و ساختار ببخشند. قواعد درونی آنها نیز قواعد خودسامانی پنداشته می‌شود که در اثر مشارکت آزادانه افراد و بر مبنای توافقات جمعی شکل می‌گیرد و در نتیجه به شکل‌گیری نوعی فضای اجتماعی برتر و جایگزین کمک می‌رساند؛ فضایی که قادر است نظم مستقر را از بیرون تغییر دهد و اصلاح کند.

نظم اجتماعی مستقر نیز در گفتار مروج این فضا بیش از هر چیز با مداخله دولت‌ها و نهادهای قانونی به‌عنوان مراکز قدرت تعیین می‌یابد و نقد می‌شود، چرا که تصور می‌شود دولت و نهادهای قانونی نظم و قواعدی را خارج از خواست و رضایت افراد بر جامعه تحمیل می‌کنند و در نهایت مانع از تحقق آزادی‌های فردی و حتی رفاه اقتصادی قابل قبول برای همگان می‌شوند. در مقابل شرکت‌های استارت‌آپی ساختاری را تحقق بخشیده‌اند که قادر است خارج از سازوکارهای تنظیم‌شده دولتی و بخش‌های اقتصادی وابسته به آن؛ مسائل اقتصادی کلانی چون بیکاری و کمبود نرخ رشد اقتصادی را در کنار مسائل سیاسی و اجتماعی دیگر رفع و جبران نماید.

در واقع ستایش مذکور از مزایای فضای مجازی و شرکت‌های استارت‌آپی به موازات نقد دولت‌ها بسط یافته است. این‌گونه ستایش لیبرالی از آزادی‌های فردی به شکل ستایش از ایده حریم خصوصی در می‌آید تا رهایی از مداخله نهادهای عمومی و دولت‌ها را توجیه کند. از سوی دیگر شکل آزادانه و فردی و ظاهراً مستقل و خودسامان این فضا نیز باعث شده است که نهادهای قانونی بیرونی و دولت‌ها به‌عنوان اموری زاید و مخدوش‌کننده، پدیدار شوند. حتی در مواجهه با مسائل و مشکلات درونی این فضا گمان می‌رود که افراد فعال در آن بدون مداخله نهادهای بیرون می‌توانند قواعد و ضوابطی برای رفع آنها وضع کنند؛ ضوابطی که از مناسبات درونی فضای مجازی و ساختارهای آن نشئت گرفته است و به‌صورت جمعی و دموکراتیک‌تری حاصل شده است تا ضوابطی که دولت‌ها و حکومت‌ها از بیرون اعمال می‌کنند.

از سوی دیگر، همان‌طور که دولت‌ها نباید در سازوکارهای اقتصادی شرکت‌های استارت‌آپی مداخله کنند و از آزادی‌های سیاسی و اجتماعی و فرهنگی موجود در فضای مجازی ممانعت به عمل آورند، در خارج از این فضا نیز تاکنون به‌غلط مداخله می‌کرده‌اند و مانع از تحقق خیر جمعی می‌شدند. این گفتار ضرورتاً به تسری نقد عملکرد دولت‌ها به خارج از شبکه منتهی می‌شود چرا که اگر بناست که دولت در سازوکارهای اقتصادی استارت‌آپ‌ها دخالت نکند، به دلیل وجود رقابت و زمینه مادی و اقتصادی مشترک با سایر شرکت‌ها و بخش‌های اقتصادی؛ نمی‌تواند و نباید در سازوکارهای اقتصادی این بخش‌ها نیز دخالت کند. در واقعیت نیز رابطه دو سویه‌ای بین مقررات‌زدایی دولت رخ داده است و به‌عنوان نمونه سلب امکان تشکیل اتحادیه‌های کارگری در شرکت‌های استارت‌آپی با زمینه مقررات‌زدایی چند دهه اخیر تسهیل

شده است و از سوی دیگر تغییرات ساختاری شرکت‌های استارت‌آپی و سلب حمایت‌های کارگری و غیره ضرورتاً به رقابتی دامن زده است.

این‌چنین نقد و حذف مقررات و قوانین دولتی و حکومتی در فضای مجازی درک جدید و کلی‌تری را از قانون و رابطه دولت و جامعه بیان می‌کند و در خود دارد. همان‌طور که پنداشته می‌شود در فضای مجازی، قواعدی بر مبنای مناسبات مبتنی بر رضایت افراد شکل می‌گیرد و باید بر همین مبنا شکل بگیرد؛ در کلیت اجتماعی نیز باید همین منطق برقرار باشد نه اینکه قواعدی وضع شود که بر اساس نوعی رابطه حقوقی است و در ظاهر از مناسبات جاری مجزاست. در این گفتار، افراد به این دلیل از قواعد اجتماعی تبعیت می‌کنند که عضویت در گروه‌ها و جماعت‌های مذکور برای آنها رضایت‌بخش است نه بنا بر وظیفه‌ای اخلاقی و اجتماعی. فرد برخلاف نهادهای نمایندگی نباید با صرف‌نظر کردن از برخی از حقوق خود، حاکمیت فرد منتخب را مشروعیت بخشد بلکه بر مبنای علایق شخصی خود در اجتماعاتی وارد می‌شود که قواعد درونی آن از قدرتی نشئت گرفته که ظاهراً محصول مناسبات آزاد افراد و بر اساس توانمندی‌های فردی است و نظمی ایدئولوژیک و اخلاقی ضامن بقای آن نیست و در نتیجه مناسبات قدرت و قواعد تغییرپذیری دارد.

با این حال رضایتی که در روابط آزادانه فضای مجازی برقرار است رضایتی آمیخته با مصارف فردی است؛ یعنی رضایتی است که از مصرف کالاها و خدمات و بازی‌های اینترنتی و روابط در فضاهایی حاصل می‌شود که عمدتاً از جانب شرکت‌های استارت‌آپی فراهم آمده است. این شرکت‌ها در ظاهر همسو با خواست مشتریان و نه خواست مراکز قدرت و دولت‌ها محصولات خویش را عرضه می‌کنند تا سود بیشتری به دست آورند و مشتریان نیز با پیگیری منافع شخصی و رضایت خویش به رشد فضایی کمک می‌کنند که در نهایت به سود همگان است.

ارزش‌محوری حریم خصوصی نیز بر این امر تکیه دارد که همه باید آزادانه و بدون دخالت دولت‌ها به دنبال منافع فردی خود در این فضا باشند. منافی که عموماً به‌عنوان حقوق مالکیت و آزادی مصرف و آزادی انتخاب سبک زندگی تفسیر می‌شوند. این‌گونه قرابت این فضا با بازاری روشن می‌شود که دست نامرئی آن تحقق‌بخش خیر جمعی به‌واسطه پیگیری منافع فردی است. بازار به‌مثابه نوعی نظم اجتماعی که آدم اسمیت آن را به‌صورت اقتصادی محض توصیف

می‌کرد و حضور آن در ساحت امور فرهنگی و سیاسی پنهان بود، هم‌اکنون به‌واسطه فضای مجازی، تعیین سیاسی فرهنگی و قانونی روشن‌تری پیدا کرده است.

در واقع فضای مجازی به پدیدارشدن کل جامعه به‌مثابه نوعی بازار کمک نموده است؛ بازاری که از مبادله رضایت‌های فردی در اشکال متنوع کالایی تشکیل شده است. این‌گونه تلقی اقتصاددانان نئولیبرال از جامعه مدنی تجسد عینی یافته است چرا که در این ساختار تمام حوزه‌های حیات اجتماعی به‌واسطه عملکرد اقتصاد جدید و شرکت‌های استارت‌آپی کالایی و شیء‌واره شده‌اند و در نتیجه بر مبنای رضایت فردی ناشی از مصرف کالاها (و انواع امور کالایی‌شده) و نه مشروعیت دموکراتیک و اخلاقی مبادله می‌شوند. به همین دلیل است که دولت‌ها به‌عنوان نهادهای مجری قانون دموکراتیک یا نهادهای قانون‌گذار به‌عنوان امور زاید و مخدوش‌کننده طرد می‌شوند.

با این اوصاف آنچه در این نوشتار پی گرفته خواهد شد این است که چگونه در این گفتار/ساختار، به میانجی‌پرد دولت و ستایش از آزادی‌های فردی مبتنی بر ایده حریم خصوصی، افراد به‌مرور از دخالت دموکراتیک در سرنوشت خود بازمی‌مانند. یا چگونه این شرکت‌ها که در چارچوب غلبه گفتار نئولیبرالی توسعه یافته‌اند؛ با تقویت این گفتار به بسط مناسبات سرمایه‌داری در تمام شئون زندگی افراد کمک می‌کنند و آنها را تابع سازوکارها و بحران‌های سرمایه‌داری می‌کنند و نه نظارت دموکراتیک دولت‌ها.

چارچوب تحلیلی

تحلیل سازوکار شرکت‌های استارت‌آپی و نسبت آنها با دولت نیازمند ادغام گرایش‌های نظری مختلفی است که به تحلیل نئولیبرالیسم می‌پردازند و به تعینات چهارگانه آن ارجاع می‌دهند. از یک سو مراکز دانشگاهی و اقتصاددانان و متفکران لیبرال به هژمونیک شدن گفتاری دامن زده‌اند که شرکت‌های استارت‌آپی را در تقابل با ساختارهای دولتی قرار داده و توسعه این شرکت‌ها را راهکار بسیاری از مسائل و مشکلات اقتصادی و حتی اجتماعی و سیاسی و فرهنگی معرفی کرده و می‌کنند. این گفتار در ادامه از طریق مسئولان و تصمیم‌گیران دولتی و خصوصی پی گرفته شده و به‌مرور هژمونیک شده است. به‌موازات این امر بسیاری از استارت‌آپ‌ها در حوزه‌هایی به فعالیت می‌پردازند که سابقاً مقررات‌زدایی شده، خصوصی و

پولی شده‌اند. آنها نیز به نوبه خود از طریق مخدوش و مبهم ساختن مفاهیم خصوصی و عمومی و امثالهم به تشدید این روال کمک می‌نمایند. همچنین تغییر این مفاهیم و سیاست‌های خصوصی‌سازی و مقررات‌زدایی و غیره به غلبه روزافزون خرد حکومتی نئولیبرال (خصوصاً نسخه آمریکایی آن) در ایران کمک کرده است (و در متن آن شدت پیدا کرده است) و بنا به ادعای این نوشتار در ساختار درونی و بیرونی شرکت‌های استارت‌آپی تعیین روشنی پیدا کرده است. در نهایت در ساختار این شرکت‌ها که ذیل خرد حکومتی جدید درک پذیر است، مواردی چون شرایط کار و درک متعارف از دولت در نسبت با تلقی جدیدی از انسان و دولت به مثابه سرمایه انسانی و بنگاه صورت‌بندی می‌شود و از این طریق، شکلی از دولت ممکن و تقویت می‌شود که در عین غیاب ظاهری از بازار؛ فعالانه به بسط و شکل‌دهی نهادهای تسهیلات این شرکت‌ها و کمک‌های مالی و اعتباری به آنها می‌پردازد. اما پیش از شرح این چارچوب باید چهار درک متفاوت از نئولیبرالیسم را به صورت روشن‌تری از یکدیگر مجزا کرد:

۱. نئولیبرالیسم به عنوان پروژه هژمونیک ایدئولوژیک: این درک بر این اساس استوار است که گروه‌های مسلط و نخبه‌ای که حول اتحاد طبقاتی فراملیتی سازمان‌یافته‌اند، این ظرفیت را دارند که برنامه هماهنگی از تفاسیر و جهان‌بینی‌ها را به دیگران بازتابانند و به جریان اندازند. این امر صرفاً از طریق تحمیل اجباری صورت نمی‌گیرد بلکه دربردارنده درجاتی از رضایت است. در این شکل از تحلیل تمرکز بر افراد و ایده‌هایی است که در پس خاستگاه مفهومی و نظری نئولیبرالیسم وجود دارد.
۲. نئولیبرالیسم به عنوان برنامه و سیاست: این چارچوب ارجاعی بر انتقال مالکیت از دولت یا بخش عمومی به بخش خصوصی یا بنگاه‌ها مبتنی است و ضرورتاً دربردارنده تغییرات مفهومی معانی این طبقه‌بندی‌هاست و بر این ایده استوار است که سپردن تخصیص منابع به میانجیگری بازار، بهره‌وری بیشتری را موجب می‌شود. موضوعات اصلی که در لوای آنها چنین سیاست‌ها و برنامه‌هایی اجرا می‌شود شامل خصوصی‌سازی، مقررات‌زدایی، آزادسازی، سیاست‌زدایی و پولی‌سازی‌اند.
۳. نئولیبرالیسم به عنوان شکل دولت: در این نگاه، نئولیبرالیسم به عنوان فرایند تغییراتی لحاظ می‌شود که دولت‌ها به صورت خودخواسته‌ای متحمل می‌شوند تا درون میدان بازی دولت-

های مشابه به لحاظ اقتصادی رقابت‌پذیر شوند. گمان می‌رود که این امر مستلزم محور کمی تخریب و بی‌اعتبارسازی است که به‌موجب آن دولت از ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های دولت واپس می‌نشیند و در همان حال میانجی‌های نهادی بازطراحی‌شده، نظام‌های مدیریت اقتصادی و موضوعات اجتماعی استیلاجویانه متمرکز بر نظم شهری، نظارت و مهاجرت گسترش می‌یابند.

۴. نئولیبرالیسم به‌عنوان حکومت‌مندی: این تفسیر از نئولیبرالیسم بر تصدیق خصیصه ففرایندی آن متمرکز است یعنی در شرایطی که صورت‌بندی نئولیبرالی با شرایط موجود وارد روند بی‌پایان موفقیت و شکست‌هایی در ارتباط میان افراد و واقعیت‌های به‌طور اجتماعی ساخته‌شده آنها می‌شوند و به‌صورتی که آن شرایط مجدداً تصور می‌شوند، تفسیر می‌شوند و گرد هم می‌آیند تا اشکال دانش را از طریق «هدایت رفتار» متأثر سازند. این درک، قدرت را به‌عنوان فرم پیچیده و درعین‌حال خیلی خاص و مشخصی در می‌یابد که بر تولید دانش از طریق دسته‌ای از عقلانیت‌ها، استراتژی‌ها، تکنولوژی‌ها و تکنیک‌ها متمرکز است که درباره ذهنیت حکومتی (rule) است که به تمرکززدایی از حکومت از طریق نقش فعال سوژه‌های خودتنظیم‌گر و خودتصحیح‌گری اجازه بروز می‌دهد که حکمرانی از دور^۱ را تسهیل می‌کنند. بنابراین، دینامیسم درونی نئولیبرالیسم در این قرائت از طریق فهم مشترک پرسش‌نشده پشتیبانی می‌شود.

این چهار قرائت و درک متفاوت از نئولیبرالیسم از یکدیگر مستقل نیستند بلکه رابطه متقابلی با یکدیگر دارند و با تقویت یکدیگر به غلبه روزافزون سرمایه‌داری نئولیبرال در تمام تعینات آن منجر شده‌اند. اما به‌طور خاص‌تر در این کار ربط نظری این چهار قرائت برای پاسخ به این مسئله بررسی و ارزیابی خواهد شد که چگونه شرکت‌های استارت‌آپی که در چارچوب این چهار شکل از نئولیبرالیسم توسعه‌یافته‌اند، به تشدید مسائلی دامن می‌زنند که در نهایت حق تعیین سرنوشت افراد را به‌مرور از آنها سلب می‌کنند.

لازم به ذکر است که چهار قرائت مذکور به‌طور کامل از یکدیگر مجزا نیستند و نمی‌توان آنها را جداگانه و در انتزاع از یکدیگر بررسی نمود و در اینجا فقط برای مقاصد تحلیلی در

بخش‌های ظاهراً مجزایی طبقه‌بندی می‌شوند حال آنکه تاحدامکان تلاش می‌شود تا ارتباط آنها با یکدیگر درون هر بخش بیان شود.

با تمام این اوصاف در شرایط فعلی این شرکت‌ها به‌عنوان مدرن‌ترین و بهینه‌ترین اشکال اقتصادی و الگویی برای دیگران بازنموده می‌شوند؛ الگویی که قادر است جدا از مداخله دولت‌ها به حل مسائل کلان اجتماعی و اقتصادی کمک رساند. حال آنکه این دولت‌ها بوده‌اند که با بسط گفتار نئولیبرالی، زمینه را برای بسط و توسعه شرکت‌های استارت‌آپی و سامان اقتصادی فراهم کرده‌اند که پیش‌تر در این گفتار و سیاست‌ها مستتر بوده است. ولی در گفتار توسعه‌ای فعلی، پس‌روی دولت‌ها از کارکردهای سابقشان به امکانات تکنیکی-اقتصادی شرکت‌های مذکور نسبت داده می‌شود.

نئولیبرالیسم به‌عنوان برنامه و سیاست

شرکت‌های استارت‌آپی عموماً بر حوزه خدمات شهری و بانکداری الکترونیکی و بازی‌ها و سرگرمی‌های اینترنتی متمرکزند و گمان می‌رود که عملکرد آنها در این حوزه‌ها باعث کاهش هزینه‌های دولت در حوزه خدمات عمومی و کاهش بار ترافیکی و سرعت و سهولت خرید و فروش اقلام متفاوت کالا و خدمات می‌شود. این امر علی‌الاصول با گسترش بانکداری الکترونیک توسعه یافته است تا آنجا که نمی‌توان رشد این شرکت‌ها را از خدمات بانکداری الکترونیکی مجزا کرد و همین پیوند است که چارچوب عملکرد این شرکت‌ها را تعیین می‌کند.

در واقع با رشد زیرساخت‌های اینترنتی و مجازی، بسیاری از خدمات و کارکردهای دولت‌ها به‌واسطه این حوزه انجام می‌شود و این وجه تکنیکی تغییر اساسی‌تری را که در حوزه امر اقتصادی-اجتماعی رخ داده است می‌پوشاند. کم‌اینکه گفتار اقتصادی جدید خود بر غلبه امر تکنیکی-انتزاعی بر امر اجتماعی-انسانی بنا شده است. بانکداری الکترونیکی هم که در ظاهر بر فرض سهولت و سرعت انجام فعالیت‌های بانکی و پرداخت مبتنی است، از یک سو به بسط پول اعتباری و غلبه منطق اعتبار کمک می‌کند و از سوی دیگر در چارچوب برنامه‌ها و سیاست‌های نئولیبرالی، به خصوصی‌سازی بیشتر کارکردهای دولت کمک می‌کند و این دو در ارتباط دو سویه با یکدیگر توسعه می‌یابند.

در گام نخست، به موازات توسعه بانکداری الکترونیکی، قسمتی از عملیات بانکی به بخش خصوصی واگذار شده‌است تا در ظاهر هزینه‌های دولت کاهش یابد و از طریق نوآوری‌های فناورانه حاصل از بازار رقابتی، سرعت و امنیت این عملیات به‌طور همزمان افزایش یابد. قاعده کار بر این منوال است که بانک‌ها اعم از بانک‌های دولتی و خصوصی از طریق سامانه شتاب^۱ بانک مرکزی به یکدیگر مرتبط می‌شوند. از سوی دیگر، شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات پرداخت^۲ برای ارائه خدمات روی کارت‌های بانکی به شبکه شاپرک^۳ بانک مرکزی متصل می‌شوند. شبکه شتاب و شاپرک نیز به یکدیگر متصل‌اند و زمینه عملیات مختلف بین‌بانکی را فراهم می‌آورند. شرکت‌های خدمات پرداخت برای اینکه به‌عنوان شرکت‌های خصوصی بتوانند در این ساختار ایفای نقش کنند، به میلیاردها تومان (حداقل چهل میلیارد تومان) سرمایه ثبتي نیاز دارند تا از بانک مرکزی مجوز فعالیت بگیرند و از طریق این سرمایه، امنیت اقتصادی لازم را برای مبادلات پولی تضمین کنند.

بدین ترتیب این شکل از واگذاری کارکردهای دولت به بخش خصوصی ضرورتاً پای نهادهای اقتصادی مالی چون بانک‌ها و صندوق‌های مالی برای تأمین ودیعه لازم و انجام عملیات پولی-بانکی را به‌میان می‌آورد که به‌سادگی در چارچوب رقابت آزاد نمی‌گنجند و برخلاف فرض سپردن امور اقتصادی به مردم، این نهادها و کارتل‌های اقتصادی هستند که اختیار امور را به‌دست می‌گیرند.

از سوی دیگر، رقابت‌پذیر کردن عملیات پرداخت در واقع چیزی جز سپردن امر عمومی به شرکت‌های خصوصی در ازای پیش‌فروش درآمدهای آینده عمومی یا اخذ مستقیم و در زمان آن از خود مردم نیست. این شرکت‌ها در ازای ارائه خدمات بانکی و پرداخت (خرید، انتقال وجه، پرداخت قبض، خرید شارژ تلفن همراه)، اختیار اخذ کارمزد را به نیابت از دولت (به‌عنوان تجلی امر عمومی) از بانک‌های مبدأ یا مقصد تراکنش یا مشتری را پیدا می‌کنند. بدین ترتیب، در فرآیند خصوصی‌سازی مذکور بخشی از هزینه‌های امری که پیشتر بر ذمه دولت بود به خود مردم منتقل می‌شود (هزینه‌ای که به‌ازای تراکنش‌ها از حساب افراد کسر می‌شود) و از سوی

۱ شبکه تبادل اطلاعات بین بانکی

۲ Payment Service Provider (PSP)

۳ شبکه الکترونیکی پرداخت کارتی

دیگر هزینه‌های جاری دولت بدون محاسبات دقیق به آینده موکول می‌شود؛ چراکه مبادلات مالی این بخش با دولت بر مبنای منطق revenue sharing صورت می‌گیرد، یعنی به‌جای اینکه دولت مبلغ مشخصی را از بودجه فعلی به این شرکت‌ها پرداخت کند، به آنها اختیار می‌دهد تا به نیابت از دولت درصدی از درآمد حاصل از تراکنش‌های آینده را از مردم یا بانک‌ها بگیرند و به‌عبارتی آنها را در نوعی درآمد کارمزدی-مالیاتی سهیم کند.

از سوی دیگر، بر مبنای همین شکل از ارتباط، این شرکت‌ها به این سو متمایل می‌شوند تا به انحاء مختلف مردم را به خرید و انجام عملیات مالی بیشتری ترغیب کنند و در این موضع است که پای شرکت‌های استارت‌آپی به میان می‌آید. شرکت‌های خدمات پرداخت برای اینکه سهم بیشتر بازار را به خود اختصاص دهند، از استارت‌آپ‌های مختلفی حمایت می‌کنند تا از این طریق سهم تراکنش‌های خود را بالا ببرند. این منطق عمل و شکل ارتباط میان دولت و بخش خصوصی، شکل حکومت‌داری کهن در ایران، از جمله دوره قاجار، را بازتولید می‌کند که در آن حاکم، اراضی تحت حکمرانی خود را به حکام محلی واگذار می‌کرد و آنها به نیابت از او مختار بودند به هر شکل ممکن از افراد مالیات بگیرند و در نهایت سهم مشخصی را به حاکم اختصاص دهند.

حال آنکه دولت مبتنی بر نظام دموکراتیک بر نوعی دعوی عدالت و خردمندی استوار است و بناست با وساطت میان طبقات مختلف، از انواع مختلف استثمار و سلطه ممانعت به‌عمل آورد. اما در ساختار فعلی، شرکت‌های استارت‌آپی از طریق تبلیغات و طراحی انواع بازی‌ها و سرگرمی‌ها و سرویس‌هایی که ضرورت و فایده آنها مناقشه‌بردار است، سود خود را ماکزیم می‌کنند و زمان و پول مصرف‌کنندگان را به‌هدر می‌دهند. حتی در گفتار اقتصادی رایج، یکی از اصول موفقیت ایده‌های استارت‌آپی کاهش درد پرداخت^۱ پول است؛ به این معنا که شرایطی فراهم کنند که مصرف‌کنندگان با مقاومت کمتری پول خود را خرج خدمات آنها کنند و به مصرف و خرید بیشتر ترغیب شوند.

اما کسب درآمد از صرف تراکنش، بدون اهمیت‌داشتن موضوع و محتوای آن، همان منطق عمل سرمایه مالی است که در جریان مقررات‌زدایی‌های چند دهه اخیر بیش از پیش بر جهان اقتصادی اجتماعی غالب شده است. شرکت‌های استارت‌آپی نیز برای ترغیب همین شکل از مبادلات به خدمت فراخوانده می‌شوند. علاوه بر استارت‌آپ‌هایی که مستقیماً به شرکت‌های

1 Pain of payment

خدمات پرداخت وابسته هستند، سایر آنها نیز در این منطق مالی شریکند؛ چراکه منطق ارزش-گذاری و عمل آنها بیش از آنکه بر زمان کار صرف شده برای تولید محصولاتشان بنا شده باشد، براساس جایگاه این شرکت‌ها در بازار مالی تعیین می‌شود.

یکی از مهم‌ترین نمونه‌های این امر ارائه‌دهندگان سرویس شبکه‌های اجتماعی از جمله فیسبوک است که براساس کالایی‌سازی داده‌های کاربران عمل می‌کند. در این سرویس‌ها، کاربران محتوای دلخواه خود را تولید می‌کنند و همین محتواها به اطلاعات و داده‌هایی با ارزش تجاری و مالی مبدل می‌شوند؛ ارزشی که دیگر براساس زمان کار اجتماعاً لازم کار کارگر آزاد سنجیده نمی‌شود بلکه امکان کسب سود بالاتر بر مبنای شکلی از بهره یا اجاره مالی را فراهم می‌آورد که مبنای ارزش‌گذاری این قبیل شرکت‌هاست. در واقع فیسبوک یکی از مهم‌ترین نمونه‌های شکل‌گیری نوع جدیدی از اقتصاد است. مبنای درآمد آن از تبلیغات (و در مواردی فروش اطلاعات به مراکز امنیتی اقتصادی) است و بر اساس تعداد مشاهده تبلیغات مذکور و به-عبارتی از فروش تعداد کاربران فعال خود به شرکت‌های تبلیغاتی (بر مبنای نرخ بازار مالی) سنجیده می‌شود (فینبرگ و یانگ جین، ۲۰۱۵).

این امر گرچه در استارت‌آپ‌های ارائه‌دهنده خدمات شهری چون تاکسی‌های اینترنتی کمتر به چشم می‌آید اما مبنای ارزش سهام آنها نیز ربط چندانی با سود و زیان بالفعل آنها ندارد، بلکه پیش‌بینی سهم آنها در بازار و تعداد مصرف‌کنندگان آینده است. با این حال، غلبه اقتصاد مالی در این شرکت‌ها امری ضروری نبوده است بلکه از مقررات‌زدایی و خصوصی‌سازی‌های دولت منتج شده است؛ کمالینکه در حوزه خدمات شهری، این منطق تنها به شرط مقررات‌زدایی از روابط کار و سلب مفهوم کارگر و غیره ممکن شده است.

روند خصوصی‌سازی و مقررات‌زدایی مذکور هم‌اکنون تا آنجا پیش رفته و دامنه‌دار شده- است که امنیت مبادلات پولی نیز تحت الشعاع قرار گرفته و به‌عبارتی در حال فروش است. سابقاً در عملیات بانکی، امنیت بر سهولت اولویت داشته است، در حالی که در سیاست‌های اقتصادی مالی جدید، افزایش سهولت تراکنش محوریت یافته است. به موازات توسعه کاربرد اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، پرداخت‌های پولی از طریق صفحه وب و سپس سیستم two click payment و نسل بعدی آن که zero click payment است، انجام می‌شود. به‌عنوان نمونه افراد در فیسبوک با شارژ کیف پول خود می‌توانند بدون هیچ عملیات دیگری، سرویس‌ها و کالاهایی را

خریداری کنند که با رشد کاربران، تنوع بسیاری پیدا کرده‌است. این میزان از سهولت خرید و مبادلات مالی با واگذاری امنیت به بخش خصوصی و از طریق تکنولوژی‌های رمزنگاری ممکن شده است تا استارت‌آپ‌ها بتوانند با ایده‌های خود، گیشه پرداخت بانک را در همه ساعت‌های شبانه‌روز در معرض دید مشتریان قرار دهند. استفاده روزافزون از تکنولوژی‌های مجازی در بستر گفتار نئولیبرالی، امنیت را به کالایی قابل خرید و فروش مبدل کرده‌است. امنیت که پیشتر از طریق میانجی‌های نهادی و قانونی تأمین می‌شد؛ اینک بناست با ضمانت تکنولوژی‌هایی برقرار شود که در چارچوب منطق سرمایه عمل می‌کنند. به‌عنوان نمونه، شرکت فیسبوک بر این اساس به سهولت پرداخت کمک کرده است که ضمانت‌های مالی و تکنیکی برای امنیت فراهم آورده است و از این طریق به‌نحوی کارکرد سابق دولت را انجام می‌دهد. با این تفاوت که نهادهای واسط دولتی پشتوانه نمادین دارند و میانجی‌گری آنها در عین انجام کارکردهای مشخص، کل اجتماعی را از این طریق تأیید و تقویت می‌کند. ضمن اینکه انگیزه عمل نهادهای دولتی (در شکل سابق آن) سودآوری مالی نیست حال آنکه شرکت‌های خصوصی که از طریق پشتوانه‌های مالی و فنی در جایگاه دولت قرار می‌گیرند، نه تنها از این قدرت نمادین و کل‌ساز برخوردار نیستند بلکه ضرورت سودآوری سرمایه، هزینه‌ها و شرایط مولد فساد را در نهایت بر گرده دولت می‌گذارد.

بر این مبنا نوعی جابه‌جایی اساسی در حال وقوع است، یعنی جابه‌جایی از نوعی قانون‌مندی مبتنی بر دولت دموکراتیک به شکلی از ضمانت مالی-تکنیکی که گرچه نهایتاً به پشتیبانی دولت منتخب نیاز دارد اما با واگذاری بسیاری از کارکردهای آن به ساختارهای سرمایه‌دارانه، شکل دیگری از حکومت‌مندی را تقویت و بنا می‌کند که فوکو در کتاب «زیست سیاست»، حکومت-مندی نئولیبرال می‌خواند. در این شکل اخیر دولت به مرور از مداخله مستقیم در بازار و رویکرد برنامه‌ای کنار می‌رود و به قانون‌گذاری‌های صوری از جمله وضع و اجرای قوانین ضدانحصار در مقابل سرمایه مالی در حال توسعه، رو می‌کند.

نئولیبرالیسم به‌عنوان حکومت‌مندی

قاعده اساسی سرمایه‌داری جدید همان‌طور که فوکو عنوان می‌کند، سازمان‌دهی مجدد چارچوب نهادی طبق حاکمیت قانون است و مستلزم این است که کل نظام دخالت اجرایی یا قانونی که

حق دولت‌ها بود، خواه در قالب اقتصاد حمایتی و خواه در قالب اقتصاد برنامه‌ریزی‌شده، کنار گذاشته شود و در مقابل قواعد عمومی حاکمیت قانون به حوزه قوانین اقتصادی عرضه شود. اصل حاکمیت قانون در نظم اقتصادی نیز به این معناست که دولت تنها به شرطی می‌تواند از لحاظ حقوقی در نظم اقتصادی مداخله کند، که این مداخله‌های حقوقی صرفاً از طریق قواعد صوری انجام پذیرد.

در واقع به موازات تغییر ساختارهای تکنولوژیک و غلبه اقتصاد مالی در شرکت‌های جدید، شکل مداخله و خرد حکومتی دولت نیز تغییر کرده است. خرد حکومتی جدید در جهت این تغییرات و واگذاری بسیاری از کارکردهای دولت به بخش خصوصی از «برنامه‌ریزی» کنار می‌رود و در مقابل به نوعی قانون‌گذاری اقتصادی صوری متمایل می‌شود. این امر را در تغییرات شکل سازمان برنامه و بودجه در ایران می‌توان پی گرفت و در ساحت نظر نیز به گفتار هایک در کتاب «بنیاد آزادی»^۱ قرابت دارد. همچنین این تغییرات با واگذاری برخی از کارکردهای دولت به بخش خصوصی و در مقابل ایجاد کارکردهای جدیدی توأمان است. این‌گونه است که شرکت‌های جدید استارت‌آپی به دلیل ایفای کارکردهای (مبتنی بر برنامه) سابق دولت از جمله کاهش بیکاری تحسین می‌شوند، حال آنکه شکل اخیر حکومت‌مندی، دولت را از مداخله در این امر کنار گذاشته است و در نتیجه نمی‌توان اشتغالی را که این شرکت‌ها ایجاد کرده‌اند (در عین بی‌ثباتی کاری و مسائل آن) امتیازی در مقابل عدم توانایی دولت برای اشتغال‌زایی عنوان کرد.

از سوی دیگر این شرکت‌ها با مسئله کار و سایر مسائل اجتماعی در چارچوب حکومت-مندی نئولیبرال مواجه می‌شوند که فوکو در کتاب زیست‌سیاست به تفصیل بدان پرداخته است. به‌زعم او سیاست نئولیبرال بر فرض تکثیر بنگاه از درون بدن جامعه مبتنی است و بازار و رقابت و بنابراین بنگاه را اموری می‌انگارد که می‌توان قدرت شکل‌دهنده جامعه نامید. بنگاه در این قرائت ضرورتاً بنگاه‌های بزرگ ملی، دولتی یا بین‌المللی نیستند بلکه هر کس و هر جمعی می‌تواند و باید یک بنگاه باشد و در لوای آن هر امر اجتماعی می‌تواند برای تولید سود بنگاه به‌کار آید (همان: ۳۰۳-۲۰۹).

شرکت‌های استارت‌آپی و فضای مجازی به‌نوعی در چارچوب این شکل از خرد حکومتی رشد کرده‌اند و خود نیز به پدیدارشدن کل جامعه به‌مثابه نوعی بازار که بر رقابت بنگاه‌ها استوار

است، کمک کرده‌اند. در قالب این شرکت‌هاست که هر امر اجتماعی و فرهنگی، هر نوع خدمت و مهارت و ایده‌ای می‌تواند و باید مبنای شکل‌گیری بنگاه‌ها و ارزش‌آفرینی آنها قرار گیرد. در این قالب کارگران نیز نوعی بنگاه-شرکت محسوب می‌شوند چراکه نوعی سرمایه-توانایی دارند که بنیاد بر مبنای آن، درآمد معینی را در بازار رقابتی کسب کنند. آنها کار خود را به صاحب شرکت نمی‌فروشند بلکه در قرائت متعارف استارت‌آپ‌ها به‌عنوان واسطه‌هایی میان ارائه‌دهنده خدمات و مصرف‌کنندگان و تحقق‌بخش بازار رقابتی محسوب می‌شوند و از این طریق سودی را نیز نصیب خود می‌کنند.

اینگونه کارگر به کارفرمای خویش مبدل می‌شود، کارفرمایی که تولیدکننده و منبع عواید خویش است. مزد او نیز درآمدی است که به سرمایه خاصی، یعنی سرمایه انسانی او، تعلق می‌گیرد. کاری که پیشتر در تقابل با سرمایه بنیان رابطه تناقض‌آمیز کارگر و سرمایه بود، هم‌اکنون خود به جانب سرمایه رو می‌کند و کارگر را به‌مثابه نوع جدیدی از سرمایه‌دار تغییر ماهیت می‌دهد و از این طریق هر نوع حمایت دولتی و کارگری را از او سلب می‌کند.

در ذیل تلقی کار به‌عنوان سرمایه انسانی، مناسبات اجتماعی و انسانی نیز در شکل نوعی سرمایه‌گذاری پدیدار می‌شود. در واقع به موازات آنکه فرهنگ و مناسبات اجتماعی در سرمایه‌داری متأخر در روند تولید ارزش افزوده سهیم می‌شود، اشتغال به فرهنگ و آموزش به‌نوعی سرمایه‌گذاری عموماً دیربازده تغییر چهره می‌دهد.

این امر در فضای مجازی و شرکت‌های استارت‌آپی شکل شدت‌یافته‌ای به خود می‌گیرد و البته به نوعی سرمایه‌گذاری زودبازده مبدل می‌شود؛ چراکه سطحی از فرهنگ و آموزش که برای ارزش‌آفرینی در فضای مجازی و شرکت‌های استارت‌آپی مورد نیاز است، عموماً پایین و مبتنی بر اطلاعات فرهنگی و ایده‌هاست و نه شکلی از دانش و فرهیختگی. مناسبات اجتماعی ارزش‌آفرین نیز مناسبات سطحی هستند که در تأسیس شرکت‌های استارت‌آپی و رشد آنها و از سوی دیگر در مناسبات اجتماعی حول سلبریتی‌های فضای مجازی (برای تبلیغات) به خدمت گرفته می‌شوند؛ اما به دلیل سطح و شکل درگیری آنها که مبتنی بر خودشیفتگی و مصارف توده‌ای است، به سرعت تحقق می‌یابد یا به شکست می‌انجامد.

مهم‌تر آنکه همزمان با تسری این نگاه، سیاست‌های توسعه و رشد نیز دیگر به سرمایه‌گذاری مادی سرمایه فیزیکی و تعداد کارگران وابسته نیست بلکه سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی

اولویت می‌یابد. شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپی هم به نوعی سرمایه‌گذاری اختصاصی دولت بر روی سرمایه انسانی محسوب می‌شوند چراکه دولت و سرمایه خطرپذیر که عموماً پشتوانه بانکی-دولتی دارند، بر مبنای سابقه تحصیلی و کاری مؤسسان آنها سرمایه اولیه‌ای را در اختیار آنها قرار می‌دهند و این مؤسسان نیز در ظاهر در ازای مهارت و ایده‌هایشان (یا همان سرمایه انسانی) بخشی از سهام را در تملک خود نگه می‌دارند؛ سهامی که در صورت موفقیت شرکت ارزش زیادی را بر مبنای مکانیسم‌های فاینانس نصیب آنها خواهد کرد. این ساختار از سمت دولت نیز اینگونه تفسیر می‌شود که دولت بدون مداخله مستقیم در بازار و برنامه‌ریزی خاص، مسئولیت خود را تنها در ازای تأمین سرمایه اولیه اندک این شرکت‌ها انجام خواهد داد و فقط از طریق قوانین صوری ضدانحصار و امثالهم بر امور آنها نظارت خواهد کرد.

به این ترتیب، به موازات بسط و توسعه این شرکت‌ها در جریان روند خصوصی‌سازی است که رویکرد برنامه‌ای دولت به سیاست‌گذاری‌های اقتصادی صوری و در نهایت شکل جدیدی از سرمایه‌گذاری و اختصاص بودجه سوق می‌یابد. در این شکل جدید، دولت به جای میانجی‌گری میان گروه‌ها و منافع مختلف، خود در شکل نوعی بنگاه برتر شرایط را برای رقابت‌پذیرتر شدن خود، خصوصاً از طریق حمایت از شرکت‌ها و کسب‌وکارهای مبتنی بر ایده توسعه انسانی و در ادامه توسعه پایدار فراهم می‌کند.

نئولیبرالیسم به عنوان شکل دولت

دولت نئولیبرالی برخلاف دولت برنامه‌ریز نسبت متفاوتی با جامعه و سیاست برقرار می‌کند که این امر به تغییر در کارکردها و سیاست‌های متفاوت دولت در قبال جامعه منتهی می‌شود. شکل برنامه‌ای دولت با نوعی بازخورد نهادها و گروه‌های اجتماعی مختلف از طریق سازوکارهای دموکراتیک همخوانی دارد. به عبارت دیگر دولت برنامه‌ریزی که اهداف اجتماعی اقتصادی مشخصی را پیگیری می‌کند و بر فرآیندهای اقتصادی غالب است، دولتی است که در پس درک متعارف از دموکراسی وجود دارد؛ چراکه فرض محوری دموکراسی این است که افراد بتوانند از طریق سازوکارهای نهادی و دموکراتیک سرنوشت خود و جامعه را تعیین کنند و فرآیندهای اقتصادی در جوامع سرمایه‌دارانه یکی از مهم‌ترین حوزه‌هایی است که سرنوشت جمعی افراد را تعیین می‌کند. ضمن اینکه دولت برآمده از این سازوکار بناست تا در شکل نوعی قوه عاقله میان

گروه‌ها و طبقات اجتماعی مختلف میانجی‌گری کند و دانشی را که بدین واسطه حاصل شده است، برای خیر جمعی به کار ببندد. اما در قرائتی که فوکو از هایدک ارائه می‌کند و در این قرائت خود تاحدی به گفتار لیبرال قرابت می‌یابد، دولت برنامه‌ریز سوژه عام اقتصادی محسوب می‌شود. حال آنکه این دولت تجلی‌گر امری عینی و جمعی است که از طریق میانجی‌گری خواست گروه‌های مختلف اجتماعی بر اساس جایگاه عینی آنها در نظم اجتماعی-اقتصادی عمل می‌کند و نه سوژه‌ای معرفت‌شناسانه که در انتزاع از عین اجتماعی سلطه خود را بر آن اعمال کند.

اما در شکل نئولیبرال دولت، وجه دموکراتیک و میانجی‌گرایانه سابق دولت مخدوش می‌شود چراکه این دولت علاوه بر اینکه تأمین‌کننده قواعد بازی اقتصادی میان بنگاه‌ها معرفی می‌شود، خود نوعی بنگاه است که باید در میدان بازی دولت‌های مشابه، به لحاظ اقتصادی رقابت‌پذیر شود. بر این مبنای جدید، مردم سرمایه‌های انسانی این بنگاه برتر هستند و نه گروه‌ها و طبقاتی که منافع متضادی دارند. در نتیجه دولت موظف است تا شرایط را برای رقابت‌پذیری خود با تأکید بر توسعه انسانی ایجاد کند.

این تغییر با طرح واژگان و نهادهای جدیدی در دولت همراه بوده است؛ اقتصاد دانش‌بنیان و نهادهای مهمی چون معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و مرکز صنایع نوین وزارت صنعت یا مراکز رشد در دانشگاه‌های دولتی و پارک‌های علم و فناوری و... در همین رابطه مطرح و تأسیس شده‌اند. در این میان مفهوم توسعه پایدار یکی از مهم‌ترین حلقه‌های پیوند میان گستره فعالیت‌های جدید دولت و نهادهای مذکور در پیوند با مفهوم سرمایه انسانی است. به تقریر سورنا ستاری:

«مفهوم توسعه پایدار ... پیوند و تعادلی میان مسائل محیطی، اجتماعی و اقتصادی بشر برقرار می‌کند و تمامی کشورهای در حال توسعه، این مفهوم را به عنوان موتور محرکه‌ای برای پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی قرار داده‌اند و برای تحقق این امر حوزه فعالیت صنایع کشور در حوزه‌های مختلف را در راستای توسعه پایدار جهت‌دهی کرده و مورد توجه قرار داده‌اند. شاخص‌هایی نظیر استفاده از منابع و صنایع پاک و تجدید پذیر، جهت‌گیری دانش‌بومی در سطح جامعه، رفع نیازهای ضروری مردم، بهبود کیفیت رشد اقتصادی و تجدید حیات آن، حفظ پایداری در جمعیت کشور و پیشگیری از مهاجرت به شهرهای پرجمعیت، از جمله

اهدافی است که در توسعه پایدار مورد نظر است». با این اوصاف «توجه و التزام به صنایعی که سبب می‌شوند اهداف فوق برآورده شوند باید در اولویت برنامه‌های کلان جوامع در حال توسعه قرار گیرند. توسعه صنایع کشور با محوریت نوآوری امری است که در جریان تحول اقتصاد جامعه به سوی اقتصاد مبتنی بر فرهنگ و خلاقیت، سبب بهبود کیفیت زندگی نسل حاضر و نیز نسل‌های آینده و رشد اقتصادی یک جامعه خواهد شد. صنایع خلاق و نوآور به عنوان یکی از مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان علاوه بر رشد و توسعه اقتصاد پایدار و ایجاد اشتغال، در سایر زمینه‌های توسعه پایدار نیز نقش قابل‌توجهی را ایفا می‌کند. در سراسر جهان به اهمیت این مطلب پی برده‌اند و سیاست‌های خود را در مسیر رونق بخشیدن به این صنایع برنامه‌ریزی کرده‌اند ... بررسی رویکردهای توسعه پایدار در شکل‌گیری و رشد صنایع نوآور و خلاق نشان می‌دهد که علاوه بر رشد اقتصادی، تأثیر این بازار در بهبود مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی و حل مسائل و مشکلات جامعه نیز قابل‌توجه است. کاهش فاصله طبقاتی به دلیل عدم نیاز این صنایع به سرمایه‌های بالا و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک، حفظ محیط‌زیست و صرفه‌جویی در استفاده از منابع، افزایش اشتغال و کارآفرینی میان جوانان و بهبود رضایت شغلی در میان مخاطبان این صنایع، افزایش عدالت اجتماعی، رشد ایده‌های پویا و بالنده، حفظ سرمایه‌ها و آیین‌های ملی، فرهنگ‌سازی و انسجام ملی و به طور کلی توسعه پایدار اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی از نتایج رشد و گسترش صنایع خلاق است.

مفهوم توسعه پایدار در قرائت ذکرشده به بهترین شکل جهت‌گیری اخیر دولت و شرکت‌های استارت‌آپی و شرکت‌های موسوم به دانش‌بنیان را نشان می‌دهد. این شرکت‌ها بناست که با کمک فناوری و خلاقیتی که ظاهراً ذاتی ساختار آنهاست، تمام مسائل اجتماعی و توسعه‌ای موجود را حل کنند و در این میان دولت موظف است سازوکاری را برای حمایت مالی و معنوی از این شرکت‌ها فراهم آورد. اما این امر بیان دیگر از روندی است که چند دهه به‌عنوان خصوصی‌سازی در جریان بوده و هم‌اکنون با کالایی‌شدن فرهنگ و سایر حوزه‌های حیات اجتماعی واژگان و صورت‌بندی جدیدی پیدا کرده است. به عبارت دیگر، دولتی که پیشتر در تلاش بود تا با واگذاری مسئولیت‌های اقتصادی-صنعتی به بخش خصوصی به سایر امور خود

بپردازد، هم‌اکنون بنا دارد تا مسئولیت‌های عمومی خود را نیز به شرکت‌های استارت‌آپی و کسب و کارهای کوچک واگذار کند.

اما با واگذاری تمام امور اجتماعی و فرهنگی به قلمرو صنعت و اقتصاد سرمایه‌داری، اقتصاد نیز به اقتصاد مبتنی بر فرهنگ و خلاقیت تغییر شکل می‌دهد. ضمن اینکه ایفای نقش صنایع خلاق و نوآور در تمام زمینه‌های مرتبط با توسعه پایدار، با گشایش پیشاپیش این قلمروها به-عنوان ابژه‌های مدیریت صنعتی-اقتصادی (در نتیجه روند کالایی‌شدن) قرین است. از سوی دیگر، مسائل فرهنگی و اجتماعی در ساحت مدیریت صنعتی، اموری شیء‌گون و تمام‌شده و تثبیت‌شده هستند که از یک سو در معرض دستکاری سوپژکتیو عاملان اقتصادی‌اند و از سوی دیگر بر مبنای انتخاب سوپژکتیو مصرف‌کنندگان در بازار ارزش‌گذاری می‌شوند.

اما شیء‌وارگی و انتزاعی‌شدن این ساحت‌ها محصول کلیت اجتماعی اقتصادی جدید و شکل اخیر دولت است؛ دولتی که از طریق سازوکارهای نهادی و سیاست‌های خود (خصوصی-سازی، مقررات‌زدایی و...) بازخورد جامعه و امور متعین را کنار زده و منتفی کرده است و امور اجتماعی و فرهنگی و حتی زیست‌محیطی را به‌مثابه «چیزهایی» در نظر می‌گیرد که باید طبقه-بندی شوند و هر یک به شرکت‌های کوچکی واگذار. حال آنکه تمام مسائل مذکور در عین خاص‌بودگی و استقلال ظاهری‌شان از یکدیگر با کلیت اجتماعی و مسائل دیگر میانجی دارند.

همچنین آنچه به‌عنوان اقتصاد مبتنی بر فرهنگ و خلاقیت ستایش می‌شود، در واقع به‌خدمت گرفتن دانش و فرهنگ برای سودآوری تجاری است و در حق مالکیت معنوی و برندسازی جلوه‌گر می‌شود. در ساختار شرکت‌های جدید، دانش و فرهنگی که محصول کنش اجتماعی و تاریخی عاملان انسانی است، مبنای تعلق بخشی از سهام و درآمدهای شرکت قرار می‌گیرد و در مقابل از اهمیت کار مبتنی بر عقلانیت زمان کار اجتماعاً لازم کاسته می‌شود. امری که در ظاهر مخالفت با شکل مکانیکی کار در سرمایه‌داری اولیه معرفی می‌شود، به چیزی جز تحت‌الشعاع قرار گرفتن هر نوع کار باثبات و محوریت‌یافتن شکل بازاریابانه مبتنی بر برندسازی مبدل نمی‌شود. همان‌طور که برند، ورای کیفیات عقلانی و تجربی کالاها به اموری فرهنگی چون سبک زندگی مشتریان و جایگاه آنها در ساختار طبقاتی-فرهنگی فعلی ارجاع می‌دهد و از این طریق به‌دنبال کسب سود بیشتر در بازار مالی و ورای اقتصاد بالفعل است؛ اقتصاد مبتنی بر فرهنگ

استارت‌آپی نیز به دنبال کسب ارزش سهام بالا بر مبنای مکانیسم‌های مالی انحصارگرایانه است نه سودآوری بالفعل؛ کم‌اینکه سودآوری اغلب آنها منفی است.

در این شرایط دولت نیز به نحوی صاحب برند امر عمومی است و همچون شرکت‌های فراملیتی صاحب برندهای برتر، کارکردهای مختلف خود را به شرکت‌های کوچک واگذار کرده است. اما همزمان به این دلیل که پشتوانه نهایی بازار مالی (به‌عنوان مبنای اصلی ارزش‌گذاری اقتصاد) است، وحدت‌بخش بخش‌های واگذار شده است.

برندسازی و روش‌های فروش مبتنی بر مارک‌های تجاری (در همه حوزه‌های کالایی‌شده امروز) اجازه می‌دهد شرکت‌ها قیمتی انحصاری را به خریداران تحمیل کنند و هر روز بیش‌ازپیش و بی‌هیچ مانعی از ارزش مورد توافق همگان فاصله بگیرند. این واگرایی کمی قیمت‌ها از ارزش، بیش از هر چیز با آزادی عمل بازارهای مالی (در نتیجه سیاست‌های مقررات‌زدایی و غیره) تسهیل شده است و خود به این امر دامن می‌زند که برچسب قیمت بر تمام امور زده شود و از این طریق روند کالایی‌شدن فرهنگ و اجتماع بسط یابد. فضای مجازی و شرکت‌های استارت‌آپی هم براساس همین منطق در تلاش‌اند تا به کمک برندسازی و مکانیسم‌های مالی، انحصار فروش خدمات و محصولات را از آن خود کنند؛ آن هم در شرایطی که اغلب به خاطر سطح خدمات و شکل تأمین مالی‌شان امکان اندکی برای ایجاد مزیت رقابتی دارند.

از سوی دیگر، ساختار کنونی فضای مجازی با اتکا بر ایده حریم خصوصی، به پدیدار شدن افراد جامعه به‌مثابه هویت‌های خصوصی که دنبال منافع فردی خود هستند، کمک کرده است و بدین واسطه هر نوع مداخله دموکراتیک و مبتنی بر برنامه دولت را در امور اقتصادی و اجتماعی طرد می‌کند و از این طریق به بسط شرکت‌های استارت‌آپی و گفتار نئولیبرال کمک می‌کند. توسعه این شرکت‌ها نیز همان‌طور که گفته شد از طریق کنارکشیدن دولت و مقررات‌زدایی‌های آن از حوزه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی تسهیل شده است. با این حال، طرد دولت در فضای مجازی که در ساختار شرکت‌های استارت‌آپی تجسد یافته است، از طریق دیالکتیک حریم خصوصی و نظارت، سوپه دیگر این طرد و تبعات آن را در کلیت اجتماعی فعلی آشکار می‌کند.

دیالکتیک حریم خصوصی و نظارت

در فضای مجازی طرد مداخله دموکراتیک دولت با ارزش حریم خصوصی در آمیخته است. حریم خصوصی در سرمایه‌داری متأخر به نحوی جایگزین ارزش آزادی شده و به عبارت بهتر، آزادی را در فرم خود چارچوب داده است. افراد بر این باورند که ساختار شبکه‌ای و مرکز‌گرای فضای مجازی، آزادی را به همراه دارد که تعیین آن‌ها را افرادی از نظارت دولت‌ها و دیکتاتورها، رهایی فرهنگ از چنگ انحصارها و محافظه‌کاری‌ها و در نهایت، رهایی کسب و کارهای نوپا از سلطه صنایع و سازوکارهای اقتصادی منسوب به دولت است. بدین ترتیب آنچه در این فضا به انحاء مختلف ستایش می‌شود طرد مداخله دولت‌ها و سایر نهادهای اجتماعی ظاهراً محافظه‌کار در سبک زندگی و مصارف فردی است. در نتیجه آزادی بیش از گذشته به ایده فردگرایی تملک‌خواهانه و محافظ خویش متمایل شده است و در نتیجه حول ایده حریم خصوصی شکل می‌گیرد.

در فضای مجازی در پیوند با ساختار سرمایه‌داری متأخر، همه باید بدون مداخله دولت به دنبال منافع فردی خود باشند و بتوانند سبک زندگی و روابط اجتماعی موردپسند خویش را تحقق بخشند. آنها باید بتوانند محصولات متنوع فرهنگی و اخبار و کالاهای تجاری را با واسطه کمتر و به صورت تمرکززوده‌ای دریافت کنند. به واسطه این امکانات است که حریم خصوصی در عین تعیین‌یافتن، ارزش می‌یابد و در نتیجه با حقوق مالکیت مادی و معنوی و آزادی مصرف و آزادی انتخاب سبک زندگی پیوند می‌خورد. اما همان‌طور که آزادی در شکل آزادی کارگر شرط تحقق مناسبات کار در سرمایه‌داری اولیه بوده است؛ حریم خصوصی و آزادی انتخاب سبک زندگی شرط بسط مناسبات کالایی به سایر حوزه‌های اجتماعی فرهنگی است. کالایی‌سازی حوزه‌های فرهنگی اجتماعی و سیاسی نیز بدون طرد مداخله دولت‌ها و نهادهای اجتماعی مرسوم محقق نخواهد شد. در نتیجه، غلبه فضای مجازی و ستایش از حریم خصوصی به بسط سرمایه‌داری خصوصاً سرمایه‌داری مالی کمک شایانی کرده است و محصول آن است.

حفظ حریم خصوصی در فضای مجازی بیش از هر چیز در ساختار اقتصادی اجتماعی جدید خصوصاً شرکت‌های جدید استارت‌آپی محوریت یافته است چراکه این شرکت‌ها برای تحقق سود خود باید تا آنجا که می‌توانند نظارت‌های دولتی و اجتماعی را کنار گذارند تا هم مناسبات کاری سلطه‌گرایانه و هم کالایی‌سازی هر نوع امر اجتماعی فرهنگی و تبدیل آنها را به

خدمات سودآور ممکن کنند. افراد در این ساختار هویت‌های خصوصی هستند که به کالاها و خدماتی نیاز دارند و تمایل دارند که با سرعت هرچه بیشتر و نظارت و واسطه هرچه کمتر (نظارت اجتماعی کمتر، خود به سرعت بیشتر ارائه خدمات کمک می‌کند) به آنها دست یابند. حریم خصوصی در واقع حریم افرادی است که در این ساختار، خصوصی فرض شده و خصوصی می‌شوند.

اما این شکل از هویت‌یابی مناسب حال سرمایه‌ای است که برای تحقق سود خود تبلیغات هدفمندی را متناسب با سلیقه و خواست ظاهراً خصوصی افراد طراحی می‌کند و از این طریق برخلاف ایده حریم خصوصی، میل و خواست آنها را تحت نظارت خود در می‌آورد. سرمایه در ساختاری که نظارت دولت و نهادهای عمومی را طرد می‌کند، نظارت خود را برای تضمین سود و گردش سرمایه حاکم می‌سازد و در واقع به صورت دیالکتیکی نظارت خود را بر ایده حریم خصوصی یعنی طرد نظارت [نهادهای عمومی] بنا می‌کند. چراکه سرمایه مالی برای بازتولید و تحقق خود نیازمند ساخت فضایی است که بر حریم خصوصی، یعنی نفی نظارت، بنا شده است و از سوی دیگر ارزش حریم خصوصی، فضا و هویت‌های خصوصی را ساخته و تقویت می‌کند که نظارت سرمایه را ممکن می‌کند و برمی‌سازد. این دیالکتیک درونی شکل اخیر سرمایه‌داری مالی است که بیش از آنکه به کسب سود از فروش کالاها و خدمات پردازد، به انواع تبلیغات هدفمند که مستلزم نظارت بیشترند رو می‌کند؛ چراکه منطق این فضا نوعی منطق انحصاری در عین سودآوری بالفعل پایین است و در نتیجه سود اصلی را از تبلیغات و فروش-پردازش اطلاعات و فرآیندهای مالی کسب می‌کند.

بدین ترتیب سرمایه‌داری مالی در عین اینکه حریم خصوصی را به‌مثابه حیاتی‌ترین و اساسی‌ترین ارزش می‌ستاید قادر به ارضای آن نیست چراکه همبسته نظارت سرمایه‌دارانه و محصول آن است. در ایده حریم خصوصی فضای مجازی گمان می‌رود که فردی خصوصی نه تنها خواستار برآورده شدن کالاها و خدماتی خاص است بلکه با آنها این‌همان است. این ایده/ساختار، امید هویت‌بخشی را به سوژه بر مبنای این‌همانی با مصارفش برمی‌انگیزاند حال آنکه این شکل از هویت‌یابی در اساس بر تعیین‌یابی کامل سوژه توسط ساختارهای اجتماعی بنا شده و در نتیجه محال است. اما همین محال‌بودن خواست همیشگی سوژگی را در این فضا

شکل می‌دهد و نطفه مخالفت را با نظارت جدید سرمایه و استفاده تجاری از اطلاعات شخصی افراد در فضای مجازی برمی‌سازد.

اما علی‌رغم این وجه‌رہایی‌بخش، شرکت‌های استارت‌آپی در بستر توسعه نئولیبرالیسم، نظارت سرمایه‌دارانه را به تمام حوزه‌های حیات اجتماعی تسری می‌دهند. با این‌حال اقبال گسترده به اشکال اقتصادی جدید از طریق شکلی از ایدئولوژی ممکن شده است و خود به هژمونیک شدن آن دامن می‌زند.

نئولیبرالیسم به‌عنوان پروژه هژمونیک ایدئولوژیک

دولت نئولیبرالی که برای رقابت‌پذیر شدن خود در عرصه بین‌المللی به شکلی از بنگاه‌های چند ملیتی قربت یافته است، بنگاه‌های کوچک و سازمان‌کاری انعطاف‌پذیر این بنگاه‌ها را مجدداً نام‌گذاری می‌کند تا این قربت در پرده‌ای از ابهام باقی بماند؛ چراکه علی‌رغم تمام دستکاری‌های ایدئولوژیک، دولت همواره با مسئله خیر عمومی پیوند دارد اما بنگاه تجاری بر سودآوری مبتنی است. با این حال شکل اخیر دولت به‌مرور تمام مسائل عمومی و اجتماعی را به‌مثابه ایزه‌های مدیریت علمی، طبقه‌بندی نموده و مترصد آن است که هر بخش را به بنگاه‌های کوچکی سپارد که تحت دو نام کلی عمل می‌کنند: یکی شرکت‌های دانش‌بنیان و دیگر شرکت‌های استارت‌آپی. گرچه در گفتار مرسوم تمایز میان این دو نوع شرکت چندان آشکار نیست ولی در ادبیات رسمی کالاها و خدمات شرکت‌های دانش‌بنیان باید «در حوزه فناوری‌های بالا یا متوسط به بالا باشند به این معنا که دانش فنی طراحی و ساخت نمونه‌ی آزمایشگاهی با دانش فنی فرآیند تولید محصول به‌دلیل پیچیدگی فنی نخست باید به‌سختی قابل‌کپی‌برداری باشد و کسب آن از موانع اصلی ورود شرکت‌های دیگر به بازار باشد. دوم نیازمند تحقیق و توسعه قابل توجه، توسط تیم خیره برای کسب آن باشد. سوم منجر به ایجاد خواص یا کارکردهای پیچیده‌ای در محصول شده‌باشد».

با وجود این، هر دو نوع این شرکت‌ها از سنخ بنگاه‌های کوچکی هستند که سرمایه‌داری متأخر برای گسترش در سطح جهانی و انعطاف‌پذیری کار به آنها متمایل شده‌است. با این تفاوت که شرکت‌های دانش‌بنیان با شکل متعارف سرمایه‌داری صنعتی و خصوصاً بخش تحقیق

و توسعه آنها قرابت دارند اما شرکت‌های استارت‌آپی با غلبه منطق مالی و بازاریابانه فعلی و بسط مناسبات کالایی به حوزه‌های دیگر اجتماعی از جمله خدمات و فرهنگ پیوند دارند.

مهم‌تر آنکه شکل فعلی سرمایه‌داری که بر تفوق سرمایه مالی بنا شده است، سرمایه صنعتی را تحت الشعاع قرار داده است. این امر خصوصاً با بسط شرکت‌های استارت‌آپی تقویت شده است چراکه ساختار این شرکت‌ها و شیوه تأمین مالی آنها بر سودآوری کوتاه‌مدت بنا شده است و از این رو روند صنعت‌زدایی اخیر را تشدید می‌کنند. اما کنار هم قرار دادن این شرکت‌ها با شرکت‌های موسوم به دانش‌بنیان (سرمایه‌داری صنعتی همواره دانش‌بنیان بوده است) -صنعت- زدایی آنها را پنهان می‌سازد. به‌عنوان نمونه در سایت معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری اخبار متعددی درباره بهره‌گیری از استارت‌آپ‌ها در صنایع مختلف از جمله صنایع شیمی و معدنی، داروسازی و غذایی و غیره وجود دارد و فرض آن است که این شرکت‌ها به نوآوری در صنایع مذکور و افزایش خلاقیت در حل مسائل آنها کمک می‌نمایند. اما به‌مرور روشن می‌شود که عمده فعالیت‌های آنها بازاریابی و توسعه بازار محصولات این صنایع یا شکلی از پردازش داده‌ها و اطلاعات بازار آنها با کمک فناوری‌های حوزه‌ی IT و امثالهم است.

از سوی دیگر، کنار هم قرار دادن شرکت‌های استارت‌آپی با شرکت‌های موسوم به دانش‌بنیان (سرمایه‌داری صنعتی همواره دانش‌بنیان بوده است) صنعت‌زدایی روزافزون سرمایه مالی در ایران و اقبال مضاعف به بخش خدمات و بازاریابی را در شرکت‌های جدید پنهان می‌کند. ضمناً از آنجایی که خدمات ارائه‌شده استارت‌آپ‌ها به‌واسطه زیرساخت تکنولوژی‌های پیچیده جدید ارائه می‌شوند و اشکال دیگر فناوری یعنی اشکال سازمانی، نظام اعتباری، نظام‌های تحویل سروقت به‌همراه نرم‌افزارهای به‌کار رفته در مدیریت داده‌ها و بانکداری الکترونیکی و غیره به ساختار آنها پیوسته‌اند، سادگی محصولات و خدمات آنها و غلبه سرمایه مالی (در تقابل با سرمایه صنعتی) در پس آنها مغفول می‌ماند. کم‌اینکه عموماً مراکز دانشگاهی فن‌محوری چون دانشگاه صنعتی شریف و تهران و امیرکبیر و غیره پشتوانه این شرکت‌ها هستند و به‌لحاظ تاریخی نیز آغازگر این روند بوده‌اند. در واقع اقتصاددانان و اساتید مدیریت این دانشگاه‌ها (و نه وابستگان صنعت) بودند که هم‌گفتار نئولیبرالی و سیاست‌های خصوصی‌سازی و مقررات‌زدایی را در سه دهه اخیر توسعه داده‌اند و هم شرکت‌های استارت‌آپی و دانش‌بنیان را براساس همان منطق ترویج کرده‌اند.

اما به جز این مراکز، این ایدئولوژی از طریق توسعه فضای مجازی در دهه اخیر تقویت شده است. ساختار فضای مجازی با ابتدا بر ایده حریم خصوصی، هر نوع مداخله دولت در امور اجتماعی اقتصادی را طرد می‌کند و از این طریق به بسط شرکت‌های استارت‌آپی کمک می‌کند. توسعه این شرکت‌ها نیز همان‌طور که گفته شد، از طریق کنارکشیدن دولت و مقررات‌زدایی‌های آن در حوزه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی تسهیل شده است. اما به این واسطه، این حوزه‌ها بیش از پیش تابع سازوکارهای بی‌ثبات‌ساز سرمایه مالی قرار گرفته‌اند.

با این حال در ساحت نظر و سطح گفتگمانی تئوری‌های فاینانس بی‌ثباتی بازارهای مالی را توجیه می‌کنند. در این تئوری‌ها، سرمایه‌گذاری در بخش مالی در عین اینکه به لحاظ تجربی شکلی قمارگونه دارد اما براساس نظریات احتمالاتی می‌توان به سود قطعی دست یافت. در واقع گرچه به صورت تجربی و پسینی (در قیاس با نظریه معرفت کانت) نمی‌توان تغییرات آینده قیمت‌ها را در بازار مالی پیش‌بینی کرد اما به شکلی ریاضی‌وار و پیشینی می‌توان به تخمین احتمالاتی تغییرات آینده قیمت‌ها دست زد. برای این تخمین باید مفروضات خطاپذیر مبتنی بر اقتصاد بالفعل را کنار گذاشت و به جای سهامی مشخص یا سرمایه‌گذاری بر بخشی از تولید و دارایی و غیره، سبدی از سهام و دارایی‌ها را بر مبنای تئوری‌های احتمالاتی انتخاب کرد.

کنارگذاشتن مفروضات خطاپذیر در اقتصاد بالفعل به نوعی منطق کنارگذاشتن رویکرد برنامه‌ای دولت در نسبت با اقتصاد و جامعه و روی آوردن به قانون‌گذاری صوری نیز هست و با این فرض همراه است که دولت از این طریق می‌تواند اقتصاد و شرایط بالفعل و تجربی را شکل و ساختار دهد. دولت در رویکرد خود به شرکت‌های استارت‌آپی نیز بر همین اساس عمل می‌کند به این معنا که از طریق کمک‌های مالی و سامان‌دهی اقتصادی-قانونی به صندوق‌های سرمایه‌ی خطرپذیر، این امکان را فراهم می‌کند تا آنان سبدی از استارت‌آپ‌ها را بر مبنای تئوری‌های فاینانس انتخاب و حمایت کنند. از این رو فرقی ندارد که استارت‌آپ‌های مذکور در چه بخشی فعالیت دارند یا برای حل کدام یک از مسائل اجتماعی به مشارکت فراخوانده شده‌اند. حال آنکه در همین سطح مسائل اجتماعی اقتضائات متفاوتی دارند و باید بر مبنای منطق درونی آنها رسیدگی شوند.

اما در سطح کلان‌تر، این روند به جدایی روزافزون بازار مالی از اقتصاد بالفعل و ایجاد بحران‌های مالی منتهی می‌شود. در شکلی خلاصه می‌توان اینگونه گفت که حجم بازار کالاهای

مصنوع، به دلیل نیاز به دسترس‌پذیری نیروی کار و مواد خام و غیره محدود است اما حجم بازارهای مالی از جانب چنین منابع متناهی محدود نمی‌شود. از سوی دیگر تقاضای پول اعتباری در اقتصاد مولد از جانب شرکت‌هایی صورت می‌گیرد که به دنبال توسعه تجارت و صنعت خود از طریق سرمایه‌گذاری روی ماشین‌آلات جدید و تحقیق و توسعه و بازاریابی و غیره هستند. در نتیجه این تقاضا به واسطه دسترس‌پذیری فرصت‌های سرمایه‌گذاری و دسترس‌پذیری نیروی کار و مواد خام محدود است. حال آنکه وقتی پول اعتباری برای خرید دارایی‌های مالی و سفته‌بازی استفاده می‌شود تا سرمایه‌گذاری در بخش مولد، این محدودیت‌ها وجود ندارند. سفته‌بازی به جای آنکه فرصت‌های سرمایه‌گذاری موجود را توسعه دهد، فرصت‌های جدید برای استفاده از پول اعتباری خلق می‌کند. در نتیجه تزریق پول به بازار مالی باعث افزایش قیمت‌ها می‌شود و به نوبه خود تقاضا را برای پول بیشتر می‌افزاید و افراد بیشتری امکان کسب سود در این بازار پیدا می‌کنند. و 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 و این بدین معناست که ثبت اعتبارهای جدید باعث افزایش قیمت دارایی‌های می‌شود که به وثیقه گذاشته شده‌اند. به این ترتیب بازار مالی را می‌توان به عنوان ایجادکننده میل خودرو برای پول اعتباری عنوان کرد که در ذات آن بی‌ثبات است.

این روند با تفاوت‌هایی در کل فرآیند توسعه شرکت‌های استارت‌آپی در حال وقوع است. در وهله نخست شرکت‌های استارت‌آپی به سادگی جزو اقتصاد مولد مرسوم محسوب نمی‌شوند تا سود آنها مبنایی برای سرمایه‌گذاری سرمایه‌های مالی باشند. از یک طرف همان‌طور که در نظریات فاینانس عنوان می‌شود، سرمایه‌گذاری بر سهام شرکت‌های مولد خاص سود چندانی در پی ندارد چراکه پیش‌بینی‌های رشد آینده در کنار سود فعلی آنها در ارزش سهام این شرکت‌ها منعکس شده است و در نتیجه خرید سهام این شرکت‌ها، بیش از سود متعارف (در حدود نرخ بهره) عایدی چندانی را نصیب سرمایه‌های نخواهد کرد. از سوی دیگر بررسی تجربی تغییرات ارزش سهام شرکت‌های موجود، شکلی قمارگونه دارد و سود تضمین شده‌ای برای سرمایه‌گذاران فراهم نمی‌کند. اما نظریه احتمال به سوداگران مالی می‌آموزد که چگونه از طریق فراهم آوردن سبدهای از دارایی‌های مالی و سهام شرکت‌ها بتوانند به سودی قطعی دست یابند. منطق سرمایه-

گذاری صندوق‌های سرمایه‌خطرپذیر و بانک‌ها بر شرکت‌های استارت‌آپی هم بر همین اساس استوار است. علاوه بر اینکه برخلاف سرمایه‌گذاری بر شرکت‌های فعال در بورس که سود نهایی آن مشخص و تا حدودی تثبیت شده‌است، سرمایه‌گذاری بر شرکت‌های استارت‌آپی سودای سود مؤسسان ناشی از ورود آینده این شرکت‌ها را به بورس در خود دارد. در نتیجه در عین ریسک بالا، جذابیت سرمایه‌گذاری بیشتری دارد. ضمن اینکه دارندگان سهام این شرکت‌ها از طریق ساختارهایی مشابه با فرابورس یا خرید از جانب بخش‌های اقتصادی دیگر و خصوصاً از طریق بخش‌های عمومی خصوصی‌شده در ایران، امکان فروش و تحقق این سود را پیش از ورود به بورس پیدا می‌کنند. به عبارت دیگر این امکان فراهم می‌شود که سود مؤسسان مذکور از آینده به حال آورده شود و به گردش در آید. حتی در شرایطی که امکان فروش این سهام فراهم نباشد، مبنای قیمت‌گذاری محصولات این شرکت‌ها یا حتی حقوقی که به برخی از مدیران آنها پرداخته می‌شود، با لحاظ کردن ارزش سهام آینده آنهاست.

اما گردش معادل سرمایه‌ای این سود پیش از تحقق واقعی آن در بورس و ارزش‌گذاری محصولات و کار بر این اساس، بیش از آنکه پیش‌بینی کردن آینده و عقلانی‌سازی آن باشد، در اختیار گرفتن امکانات آینده و سلب امکانات تغییر آن است چراکه سرمایه تحقق‌نیافته مذکور، گردش را آغاز می‌کند و تغییراتی را در بازار و جهان به همراه دارد که در نهایت حتی بنیان مادی-اقتصادی این سرمایه مضافاً خیالی را (مطابق با تحلیل هیلفردینگ سود مؤسسانی که از ورود شرکت‌ها به بورس و در نتیجه تبدیل سود صنعتی به شکلی از بهره حاصل می‌شود خود سرمایه‌ای خیالی است) متزلزل می‌کند. این شکل از سرمایه که مبنای مادی آن -کسب سودآوری لازم برای رفتن به بورس- محقق نشده‌است با خریداری سهام این شرکت‌ها از جانب بانک‌ها و صندوق‌های خطرپذیر و عموماً با شکلی از پول اعتباری-وام آزاد می‌شود و گردش جدیدی در بازار سرمایه را آغاز می‌کند حال آنکه مبنای مادی آن دقیقاً در نتیجه‌ی همین مکانیسم متزلزل است و بسیار محتمل است که بسیاری از شرکت‌های استارت‌آپی ورشکسته شوند؛ چراکه این منطق عمل بی‌ثبات‌ساز است و هر نوع بازخورد امر اجتماعی و متعین را منها می‌کند و در نتیجه مشابه تحلیل مارکس از بحران‌های سرمایه‌داری، امور متعین و کلیت در نهایت در شکل نوعی بحران درک‌ناپذیر باز می‌گردند.

ضمن اینکه عدم قطعیتی که مبنای نظریات فاینانس است، خود محصول ساختار انتزاعی سرمایه‌داری است. به‌عنوان نمونه، منطق انتخاب و حمایت مالی از استارت‌آپ‌ها نیز ویژگی‌های متعین حوزه‌ی کاری مربوطه را به‌نفع انتخاب انتزاعی مبتنی بر فاینانس کنار می‌گذارد و در نتیجه قادر نخواهد بود که با پیچیدگی‌ها و مسائل خاص آن حوزه مواجهه شود. همچنین امکان فروش سهام مؤسسان پیش از ورود این شرکت‌ها به بورس و ارزش‌گذاری بر مبنای سود مؤسسان، ارزش کار متعین و مداوم مبتنی بر مهارت‌آموزی زمانمند و هر نوع بازشناسی فرد را در کار منتفی می‌کند و از خودبیگانگی از کار را برای تمام سطوح کاری و عدم تعلق به شرکت را به‌همراه دارد. موارد دیگری چون بی‌ثبات کاری، غلبه‌ی منطق تبلیغات و بازاریابی، صنعت‌زدایی، تأکید بر سود کوتاه‌مدت و غیره نیز موارد فوق را تشدید می‌کنند. بدین ترتیب می‌توان گفت سودآوری بالای این شرکت‌ها بر بی‌ثباتی درونی آنها و در واقع شکست آنها بنا شده‌است.

با این حال ساختار این شرکت‌ها در نسبت با دولت و جامعه به‌گونه‌ای است که شکست آنها در نهایت شکست خود مردم است. در اینجا دو جریان موازی و مرتبط با هم دست‌اندرکار است: از یک سو غلبه‌ی سرمایه‌ی مالی و بورس‌بازی و از سوی دیگر بسط اشکال متفاوت پول اعتباری. سیاست‌های خصوصی‌سازی گرچه در ظاهر به‌عنوان کوچک‌شدن دولت معرفی می‌شوند اما در این مورد از بحث، به غلبه‌ی سرمایه‌ی مالی بر سرمایه‌ی صنعتی منجر می‌شوند چراکه سهام‌داران جدید اغلب می‌توانند هر زمان که بخواهند سهام خود را در بورس مبادله کنند و آن را در جای دیگری سرمایه‌گذاری کنند. این روند هم به بی‌ثباتی صنعت و هم ایجاد جریانی از سرمایه‌ی مالی مجزا از تعیینات زمان‌مند و مکان‌مند منتهی می‌شود. مقررات‌زدایی در سوی دیگر این روند به غلبه‌ی پول اعتباری و امکان بیشتر برای خرید و فروش سهام شرکت‌های خصوصی-شده و آزادشدن سرمایه‌ی صنعتی و به‌نوبه‌ی خود ایجاد بازار مالی متورم کمک می‌کند.

شرکت‌های استارت‌آپی هم درون همین چارچوب به فاصله‌گرفتن روزافزون بازار لمالی از اقتصاد بالفعل منتهی می‌شوند. از یک سو همان‌طور که تاکنون نشان داده شد، این شرکت‌ها ادامه‌دهند مسیری هستند که از سیاست‌های خصوصی‌سازی منتج شده و براساس همان منطق مالی عمل می‌کنند و حتی با بخش‌های خصوصی‌شده مرتبط‌اند (از جمله در سرویس‌های پرداخت) و از سوی دیگر بخش مهمی از سرمایه‌ی خطرپذیر و خریداران سهام این شرکت‌ها

اغلب بانک‌ها یا شرکت‌های دولتی خصوصی‌شده‌ای هستند که از محل منابع بانکی و در واقع در شکل نوعی پول اعتباری این خرید و فروش را انجام می‌دهند. اما مسئله‌ای که وجه ایدئولوژیک این سیاست‌ها را آشکارتر می‌سازد، این است که برخلاف دعاوی گفتار نئولیبرالی، شکست بانک‌ها و مؤسسات مالی را نه خود این مؤسسات بلکه دولت نئولیبرال جبران می‌کند. در تمام تجربه بحران‌های مالی اخیر، دولت‌های نئولیبرال سیاست‌های حمایت‌گرایانه و کینزی در قبال بانک‌های و مؤسسات مالی اتخاذ کرده و در مقابل مردم و مالیات‌دهندگان سیاست‌های ریاضت‌کشانه. در واقع دولت با تزریق نقدینگی به این مؤسسات، دارایی‌های فعلی و آینده‌ی مردم را برای جبران شکست سرمایه خطرپذیر و انواع دیگر سرمایه-گذارانی مالی پرخطر اختصاص می‌دهد و از این طریق امکانات فعلی و آینده‌ی مردم را برای تغییر سرنوشت خودشان از میان می‌برد و آنها را به ریاضت‌کشی‌های چندساله و چه بسا چنددهه‌ساله وامی‌دارند.

نتیجه‌گیری

ایده ناکارآمدی دولت در حوزه اقتصاد یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های گسترش گفتار نئولیبرالی در ایران بوده است. انتقاد از دولت رانتهی و فساد و ناکارآمدی بوروکراسی اداری در کنار نقد فرهنگ کم‌کاری و تنبلی ایرانیان، نقد اقتصادی را به‌مرور به فرهنگ و سیاست تسری داد و گفتاری را ترویج کرد که نمود آشکاری در سیاست‌هایی چون خصوصی‌سازی، مقررات‌زدایی و آزادسازی در حوزه‌های مختلف اجتماعی یافت. این سیاست‌ها گرچه در تمام این چند دهه به اشکال مختلف و در حوزه‌های مختلف اجتماعی حتی حوزه‌های ادبی و هنری پی گرفته شد اما گسترش فضای مجازی و شرکت‌های استارت‌آپی امکانات بیشتری برای بسط این گفتار و تسخیر تمام حوزه‌های موجود فراهم کرد.

در واقع بسیاری از مسئولان و حتی جامعه‌شناسان، غافل از پیامدهای سیاست‌های مذکور و نسبت آنها با بحران‌های جاری، در عرصه‌های مختلف روندهای پیشین را ادامه می‌دهند. روندهایی که اشکال مختلف سرمایه‌ی مالی از جمله استارت‌آپ‌ها را جایگزین صنعت و فضای مجازی را جایگزین عرصه عمومی سیاسی و فرهنگی کرده است. آنها همچنان شرکت‌های استارت‌آپی را به‌عنوان شکل اقتصادی بهینه و کارآفرین معرفی می‌کنند، خصوصاً به سبب آنکه

این شرکت‌ها قادرند نیروی کاری را موقتاً به کار گمارند که در نتیجه سیاست‌گذاری‌های نئولیبرال سابق بیکار شده‌اند. اما همان‌طور که در این نوشتار شرح داده شد، این شرکت‌ها خود به بسط گفتارهای اقتصادی اجتماعی سابق و از جمله تثبیت سیاست‌های بی‌ثبات کاری می‌پردازند. همچنین با تسهیل خدمات بانکداری و مالی در بستر سیاست‌های مقررات‌زدایی پولی و بانکی موجود، این سیاست‌ها را نیز مضاعف کرده‌اند و به‌انحاء مختلف به بسط پول اعتباری و توسعه‌ی بازارهای مالی منجر شده‌اند.

این موارد در کنار بسط فضای مجازی به‌مثابه شکلی از جامعه‌ی مدنی مدنظر گفتار نئولیبرالی، به پدیدار شدن کل جامعه به‌مثابه بازاری کمک می‌کند که از رقابت بنگاه‌ها و مبادله‌ی رضایت‌های فردی تشکیل شده‌است. در این میان دولت نیز دیگر واسطه و میانجی گروه‌های اجتماعی مختلف یا واسطه‌ی فرد و جامعه ظاهر نمی‌شود بلکه خود چیزی جز بنگاه نیست و نباید مداخله‌ی مشخص و برنامه‌ای در مسائل اقتصادی و اجتماعی رایج انجام دهد.

حال آنکه همین دولت، در زمان بحران‌های مالی (مشابه شرایط حال حاضر ایران) باید منابع مالی و مالیاتی خود را برای جبران خسارت بانک‌ها و مؤسسات مالی خصوصی استفاده کند اما در قبال مردم سیاست ریاضت‌کشی اقتصادی را پی می‌گیرد تا کسری خود را از این طریق جبران کند. به‌موازات این امر، سرمایه در شرکت‌های استارت‌آپی بیش از پیش دست‌اندرکار عقلانی‌سازی و کالایی‌سازی مناسبات انسانی و دوستانه/عاشقانه و تضعیف ساختاری اتحادیه‌ها و اصناف در اشکال اقتصادی جدید است. افراد در این ساختار به‌ندرت می‌توانند از بیگانگی خود از کار سخن بگویند و آن را دریابند. با طرد ساختاری بازشناسی خود به‌واسطه‌ی کار فردی و طرد ساختاری مناسبات دوستانه/عاشقانه، سوژه‌ها به خودشیفتگی اولیه واپس می‌روند و ایماژها و ساختارهای این جامعه به سهولت بیشتری می‌توانند تمامیت ساختار سوژه را بر سازند و مقاومت او را در مقابل نظم مستقر منتفی کنند. کمااینکه وجه نمایشی ساختار کالایی که در فضای مجازی بیش از پیش بروز یافته، افراد را در مقابل قدرت و نظم مستقر منفعل‌تر کرده است.

بیم آن می‌رود که ادامه‌ی بحران‌های مالی و اجتماعی اخیر نیز سوژه‌های خودشیفته را به مصالحه و این‌همانی با رهبر فاشیست سوق دهد تا بدین واسطه بتوانند از شر ناخرسندی‌های متعددی خلاص شوند که اجرای سه دهه سیاست‌های نئولیبرالی و کالایی‌شدن تمام ساحت‌های حیات اجتماعی آن را تشدید کرده است.

منابع

- آدرنو، تئودور (۱۳۹۶)، *دیالکتیک روشنگری*، ترجمه مراد فراهادپور، امید مهرگان، تهران: هرمس.
- آدرنو، تئودور (۱۳۸۲)، «نظریه فرویدی و الگوی تبلیغات فاشیستی»، ترجمه مراد فراهادپور، ارغنون، شماره ۲۲.
- استاوراکاکیس، یانیس (۱۳۹۲)، *لاکان و امر سیاسی*، ترجمه محمد علی جعفری، تهران: فقنوس.
- فروید، زیگموند (۱۳۹۳)، *روان‌شناسی توده‌ای و تحلیل آگو*، ترجمه سایرا رفیعی، تهران: نی.
- فوکو، میشل (۱۳۸۹)، *تولد زیست سیاست*، ترجمه رضا نجف‌زاده، تهران: نی.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، *ظهور جامعه‌ی شبکه‌ای*، ترجمه علیقیان و خاکباز، تهران: طرح نو.
- لاتزاراتو، موریتزیو (۱۳۹۴)، *ساخت انسان بدهکار*، ترجمه پیمان غلامی.
- مارکس، کارل (۱۳۸۸)، *سرمایه*، ترجمه حسن مرتضوی، تهران: آگاه.
- هیلفردینگ، رودولف (۱۳۹۴)، *سرمایه مالی*، ترجمه احمد تدین، تهران: دنیای اقتصاد.
- هابرماس، یورگن (۱۳۹۲)، *دگرگونی ساختاری حوزه‌ی عمومی*، ترجمه جمال محمدی، تهران: افکار.
- هاروی، دیوید (۱۳۹۱)، *تاریخ مختصر نئولیبرالیسم*، ترجمه محمود عبدالله زاده، تهران: دات.
- هاروی، دیوید (۱۳۹۴)، *هفته تناقض و پایان سرمایه‌داری*، ترجمه خسرو کلاتری، مجید امینی، تهران: کلاغ.
- هایدگر، مارتین، «پرسش از تکنولوژی»، ترجمه شاپور اعتماد، ارغنون، شماره ۱.
- هگل، گئورگ ویلهلم فردریش (۱۳۸۷)، *خدایگان و بنده*، ترجمه حمید عنایت، تهران: خوارزمی.
- Aronson, Daniel H, Singerman, Berger (2011), “*Venture Capital, A Practical Guidebook for Business Owners, Managers and Advisors*”, RR Donnelley.
- G. Becker, “Investment in human capital: a theoretical analysis,” *Journal of Political Economy*.
- Bjerg, Ole (2014), “*Making Money, The Philosophy of Crisis Capitalism*”, London. New York: Verso.
- Castells, Manuel (2001), *The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business, and society*. New York : Oxford University Press.
- Feenberg, Andrew, Yong Jin, Dal (2015). Commodity and Community in Social Networking: Marx and the Monetization of User-Generated Content. *The Information Society*, 31: 52- 60.
- Springer, Simon (2016), *The Discourse of Neoliberalism*. London: Littlefield International.