



Knowledge-based technologies and religion A sociological study of the activities of seminaries and students in religious-Qur'anic start-ups

Yusef Ali Abazari¹ | Mehdi Masoudian²

1. Associate Professor of Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran,

E-mail: yabazari@ut.ac.ir

2. Corresponding Author, Sociology Ph.D. candidate, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran, E-mail: masoudian.mehdi@ut.ac.ir

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 15 January 2022;

Received in revised form:

5 December 2022;

Accepted: 25 January 2023;

Published online: 12 March 2023

Keywords:

Capitalist system, religion, government, knowledge, technology, neoliberalism, seminary, entrepreneurship, start-up

ABSTRACT

Commercialization of humanities is one of the shared and common goals of the institutions of politics (government), knowledge (university), and religion (theology) in Iran. Over time, this common goal, in the form of legalized knowledge-based companies was approved by the Iranian parliament and became a law by establishing entrepreneurship in universities and start-up companies. This process, which indicates the intertwining of the above-mentioned fields in the social whole, approves the exchange of legal, scientific, and religious legitimacy between them, which over time has introduced the culture as a business. Religion as well as being a part of Culture was discovered as a virgin and also an untouched market. On the other hand, religion (seminary) also identified this situation as an opportunity to conquer the market. In this research, the logic, dialectical method, and immanent criticism will help us to understand the intertwining of religion, politics, and knowledge into each other and in society as a whole through the medium of the economy in order to clarify the internal contradictions of those activities attributed to seminaries in religious start-ups; Moreover, this research will also shed light on how these contradictions are kept buried by the ideology of the late capitalism and the process of hidden legitimation which has led to the reproduction of the existing order and market-based relations. This research is based on the fact that such economic activities of seminaries -contrary to their initial claim- according to the logic of the market, have necessarily led to the commodification, monetarization, and objectification of religious relations -which ultimately will be an antireligious actor. It also indicates that the nature of such economic activities in the field of religion - which is intertwined with the free market-based system- leads people to identify religious matters as economic-financial ones, and cannot understand the contradiction existing in the economic-religious relation in its social whole. It seems that this in return leads to a change in people's mentality which leads to its legitimization, the charismaticization of entrepreneurship, and the commodification of religious relations. On the other hand, it causes a change in social relations, creating the arrival of new institutional arrangements and the religion of the free market, which dissolves many forms of resistance, egalitarian and libertarian struggles in their pre-formation stage, or suppresses it by representing it as an antireligious act. In the end, the combination of the free market-based and religious worldviews comes with an internal contradiction that makes its sublimation impossible as well as resolving it.

Cite this article: Abazari, Y; Masoudian, M. (2022). Knowledge-based technologies and religion; A sociological study of the activities of seminaries and students in religious-Qur'anic start-ups. *Sociological Review (Social Science Letter)*, 29 (2), 257-278.

فناوری‌های دانش بنیان و دین

مطالعه جامعه‌شناختی فعالیت حوزه علمیه و طلاب در استارت‌آپ‌های دینی-قرآنی

یوسفعلی ابادری^۱ | مهدی مسعودیان^۲

۱. دانشیار جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران، رایانامه: yabazari@ut.ac.ir

۲. نویسنده مسئول؛ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران، رایانامه: masoudian.mehdi@ut.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۲۵

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۹/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۱۵

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱۲/۲۱

کلیدواژه‌ها:

نظام سرمایه‌داری، دین، دولت، دانش، تکنولوژی، تئولیبیرالیسم، حوزه علمیه، کارآفرینی، استارت-آپ.

نفوذ در علوم انسانی و تجاری‌سازی آن، از اهداف مشترک و مکتوب نهاد سیاست (دولت)، نهاد دانش (دانشگاه) و نهاد دین (حوزه علمیه) در ایران است. این هدف مشترک طی زمان، در قالب قانون حمایت از شرکت‌های دانش بنیان، تأسیس رشته کارآفرینی در دانشگاه‌ها، و راه‌اندازی شرکت‌های استارت‌آپی، به تصویب مجلس نمایندگان ایران رسید و به قانون تبدیل شد. این روند که نشان دهنده درهم‌تنیدگی حوزه‌های فوق در کلیت اجتماعی است، حاکی از مبادله مشروعیت قانونی، علمی و دینی بین آنها است، که طی زمان، فرهنگ را به مثابه کسب و کار معرفی کرده و حوزه دین را به عنوان بخشی از فرهنگ، و به مثابه بازاری بکر و دست نخورده کشف نمود، از طرف دیگر، دین (حوزه علمیه) نیز این شرایط را به عنوان یک فرصت شناسایی کرد و در تلاش برای تسخیر «بازار» درآمد. در این پژوهش، منطق و روش دیالکتیکی به ما کمک می‌کند تا بتوانیم درهم‌آمیختگی دین، سیاست، و دانش را به میانجی اقتصاد و در کلیت اجتماعی خود درک کنیم، و با نقد درون‌ماندگار، تضاد و تناقض‌های درونی فعالیت «حوزه علمیه» در استارت‌آپ‌های دینی-قرآنی را نشان دهیم، و آشکار سازیم که این تناقض‌ها چگونه بواسطه ایدئولوژی سرمایه‌داری متأخر و فرآیندی از مشروع سازی پنهان نگاه داشته شده و منجر به بازتولید نظم موجود و مناسبات بازار می‌شود. این پژوهش بر آن است که این‌گونه فعالیت‌های اقتصادی «حوزه علمیه»، برخلاف ادعا و تصور نخستین، و ضرورتاً بنا به منطق بازار، منجر به کالایی، پولی و شی‌واره شدن مناسبات دینی - مذهبی شده، که در نهایت بر ضد دین عمل خواهد نمود. همچنین نشان می‌دهد که ماهیت این‌گونه فعالیت‌های اقتصادی حوزه دین، که در پیوند است با نظام بازار آزاد، منجر می‌شود که انسان‌ها امر دینی-مذهبی را با امر اقتصادی-مالی این‌همان دانسته، و نتوانند تناقض موجود در مناسبات اقتصادی-دینی را در کلیت اجتماعی آن درک کنند. به نظر می‌رسد که این امر، به نوبه خود، از یک طرف منجر به تغییر ذهنیت افراد و مشروعیت یافتن آن، کاریزماتیک شدن کارآفرین و کالایی شدن روابط دینی-مذهبی می‌شود، و از طرف دیگر موجب تغییر روابط اجتماعی، بوجود آمدن تنظیمات نهادی جدید والهیات بازار آزاد، که بسیاری از اشکال مقاومت، مبارزات برابری طلبانه و آزادی خواهانه را پیش از شکل‌گیری، در خود حل کرده، و یا با بازنمایی آن به عنوان فعالیت علیه دین، آن را سرکوب می‌کند، اما آنچه مسلم است جمع جهان بینی نظام بازار آزاد و جهان بینی نظام دینی، دربردارنده تناقضی درونی است که امکان رفع یا فراروی را ناممکن می‌سازد.

استناد: ابادری، یوسفعلی؛ مسعودیان، مهدی؛ (۱۴۰۱). فناوری‌های دانش بنیان و دین؛ مطالعه جامعه‌شناختی فعالیت حوزه علمیه و طلاب در استارت‌آپ‌های دینی -

قرآنی. مطالعات جامعه‌شناختی (نامه علوم اجتماعی)، ۲۹ (۲)، ۲۵۷-۲۷۸.

۱. مقدمه

«امروز در رمضان سال ۹۷ خوشحالم که چند نفر از بچه‌های مذهبی و استارت‌آپی در میزگرد شنبه، شهادت به پاک‌بودن اکوسیستم استارت‌آپی ایران می‌دهند. فضای استارت‌آپی یکی از پاک‌ترین سیستم‌های کاری و اقتصادی است» (وبگاه مرکز رشد واحدهای فناور هنرهای قرآنی، به نقل از اکبر هاشمی، صاحب امتیاز و مدیر مسئول هفته نامه شنبه). و به گفته علی اکبر (۱۳۹۷) عضو شورای نوآوری شتاب‌دهنده امید: «معتقدم استارت‌آپ اسلامی و قرآنی، یک مفهوم بلند است که باید طی سال‌ها به آن برسیم» (ایکنا، خبرگزاری بین‌المللی قرآن) و در ادامه، در اوایل شهریور ماه ۱۳۹۹ در مرکز مدیریت حوزه «دوره راه‌اندازی استارت‌آپ‌های فرهنگی» برگزار می‌شود. شفیع رئیس مرکز رشد حوزه‌های علمیه در این همایش چنین عنوان داشت: «باید طلاب نخبه ما به زیست بوم فناورانه روی بیاورند و از این فضا استفاده کنند. آشنایی با استارت‌آپ، فضاهای استارت‌آپی و کسب‌وکارهای نوین، ایده‌ها و نوآوری‌های خلاقانه در عرصه فضای کسب و کار دینی اولین قدم‌ها برای راه‌اندازی چنین استارت-آپ‌هایی است. تدوین طرح‌ها و برنامه‌های خلاقانه و رویکردهای نوین در عرصه ارائه محتوای دینی قدم بعدی در این گونه کسب و کارهاست». (وبگاه خبرگزاری حوزه)

نقل قول‌های فوق را باید به مثابه بخشی از یک واقعیت اجتماعی درک کرد که در حال شکل‌گیری است. با استناد به واقعیت‌های موجود، از چندین سال پیش شاهد تأسیس و فعالیت شرکت‌های استارت‌آپی، توسط حوزه علمیه و طلاب هستیم. این شرکت‌ها که در زمینه‌های دینی-مذهبی فعالیت می‌کنند، اکثراً توسط طلاب و با همکاری و استخدام تحصیل‌کردگان انواع رشته‌های کارآفرینی تأسیس می‌شود. این روند در سال‌های اخیر گسترش زیادی یافته است، به طوری که در یک مورد و تنها در یک سال و نیم، ۱۵ رویداد استارت‌آپی در زمینه دینی و مذهبی برگزار شده است. روسای مراکز مدیریت حوزه‌های علمیه با بازدیدهای مکرر از پارک‌های علم و فناوری، برگزاری جلسات با روسای این مراکز، و همچنین با معاونت فناوری ریاست جمهوری و نیز مصاحبه‌های خبری، حمایت همه جانبه خود از تأسیس این قبیل شرکت‌ها - علی‌الخصوص توسط طلاب- را بیان نمودند. به عبارتی حوزه علمیه، «مشروعیت دینی» این قبیل فعالیت‌های اقتصادی در حوزه دین و مذهب را صادر نمودند. این در حالی است که «مشروعیت علمی و قانونی» این گونه شرکت‌ها، پیشتر از طرف نهاد دانش (دانشگاه و رشته‌های کار آفرینی) و نهاد سیاست (دولت) فراهم شده بود.

پدیده فوق در سال‌های اخیر در شرایطی شکل گرفت و گسترش یافت، که جامعه ایران درگیر بحران اقتصادی است و با افزایش نرخ بیکاری و فقر، پایین آمدن سطح رفاه، بحران بیکاری تحصیلی کردگان، کاهش اعتماد و امنیت در جامعه و افزایش انواع فساد دست به گریبان است، از طرف دیگر و در همین شرایط، گسترش رویکرد اقتصاد دانش بنیان، «بشارت» حل بحران‌های اقتصادی را با خود به همراه آورد. در این شرایط شرکت‌های استارت‌آپی به مثابه شکلی از عینیت‌یافتگی اقتصاد دانش بنیان ظهور کرد، شرکت‌هایی که علی‌الرغم واقعیت‌های موجود در سطح جهانی و نقدهای جدی (چانگ: ۱۳۹۲، هاروی: ۱۳۹۴) قرار است، دانش را هرچه بیشتر با فناوری ترکیب کرده، و بر پایه خلاقیت و پشتکار و بدون نیاز به سرمایه اولیه زیاد، موجب شکوفایی اقتصادی و رفاه جامعه شوند. در ادامه همین روند بود که، حوزه دین به عنوان بازاری بکر و دست نخورده، توسط این گونه شرکت‌ها کشف شد. اما ورود شرکت‌های استارت‌آپی به حوزه دین، نه تصادفی بود، نه به تنهایی امکان‌پذیر. بدین معنی که این امر به میانجی برخی نیروها صورت گرفت که این پژوهش سعی در نشان دادن آنها دارد.

در اینجا لازم می‌آید تا منظور خود را از «دین» و «حوزه علمیه»، در این پژوهش روشن سازیم. ما در این مطالعه با توجه به تاریخ تأسیس برخی موسسات و تشکیلات اداری-دولتی پیرامون و در ارتباط با حوزه علمیه که به مثابه روند بروکراتیزه شدن حوزه علمیه در نظر گرفته می‌شود، بر آن هستیم که این گونه فعالیت‌های (شرکت‌های استارت‌آپی) منصوب به حوزه علمیه در ارتباط و از سوی

این قبیل موسسات شکل گرفته است و آنرا از هسته سنتی حوزه علمیه که متشکل از مراجع تقلید شناخته شده و سنتی است متمایز می‌دانیم. ساختار شکل گرفته، تا آن حد از ساختار سنتی و تاریخی حوزه علمیه متمایز بوده که از آن به عنوان «ساختار جدید حوزه علمیه» نام برده می‌شود.

روند فوق را به طور خلاصه می‌توان چنین برشمرد: فرمان تأسیس نهادی به عنوان شورای مدیریت حوزه علمیه از طرف آیت‌الله خمینی در اسفند ماه سال ۱۳۵۹، که از اوایل سال ۱۳۶۰ بر اساس طرحی که به ایشان ارائه گردید و مورد تصویب قرار گرفت تشکلی ۹ نفره (مرکب از نمایندگان آیت‌الله خمینی و آیت‌الله گلپایگانی و جامعه مدرسین حوزه علمیه قم) ترتیب داده شد که با تشکیلاتی محدود و در عین حال منسجم، آغاز به فعالیت نمودند. (وبگاه مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه)، در همان سال یعنی در تاریخ ۱۳۶۰/۵/۱۷ اساسنامه جامعه مدرسین حوزه علمیه قم نیز به ثبت رسید، ثبت اساسنامه و هیأت موسس، هیأت رئیسه، رئیس، هیأت شورای عالی، رئیس شورای عالی، اعضا، اهداف مکتوب و مشخص، سلسله مراتب اداری، معاونت‌ها، مدت فعالیت و... (وبگاه جامعه مدرسین حوزه علمیه قم) که عملاً موجب شد حوزه علمیه قم قالب یک سازمان و تشکیلات اداری و بروکراتیک به خود بگیرد. پس از آن، در سال ۱۳۷۰ به پیشنهاد آیت‌الله خامنه‌ای، مدیریت اجرائی به انضمام معاونت‌های لازم از شورای عالی سیاست‌گذاری تفکیک شد و شورای عالی سیاست‌گذاری حوزه، به عنوان نهاد بالادستی به فعالیت ادامه داد. فرآیند بروکراتیک شدن حوزه علمیه موجب شد که در سال ۱۳۸۸ شورای عالی حوزه طی مصوبه ۶۴۲، به منظور ساماندهی بهینه و توسعه نظارت بر واحدهای آموزشی، پژوهشی و رفع مشکلات ناشی از پراکندگی واحدهای حوزوی و استفاده از ظرفیت‌های سراسر کشور، موضوع راه اندازی شورا و مدیریت‌های استانی را در ۹ ماده و یک تبصره مصوب نماید.

هم اکنون نیز پیرو عملیاتی شدن مصوبه مذکور، ساختار تشکیلاتی مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه به صف و ستاد تقسیم شده و ۳۰ مدیر استانی با حکم مدیر حوزه‌های علمیه، امورات حوزه در سراسر کشور را تحت نظارت شورای استانی و با اشراف مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه اداره می‌نمایند. (وبگاه مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه). در حال حاضر حوزه علمیه قم، یکی از ۳۰ مرکز استانی است، که البته از جایگاه منحصر بفردی برخوردار است. در کنار روند ذکر شده، مدارس و موسسات علمیه از قبیل: «مدرسه آیت‌الله گلپایگانی»، «موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی»، «مدرسه امام صادق»، «مدرسه آیت‌الله بهجت»، «مدرسه آیت‌الله مجتهدی»، «مدرسه آیت‌الله حائری» و بسیاری دیگر، نیز تأسیس شد.

موارد فوق بیانگر آن است که ما در حال حاضر با «حوزه علمیه» به معنای سنتی آن روبرو نیستیم، بلکه با یک ساختار و تشکیلات اداری - دولتی و با بروکراسی گسترده‌ای مواجه می‌باشیم که اتفاقاً با نقش مستقیم دولت شکل گرفته و گسترش یافته است. لذا باید بر این نکته مهم تأکید کرد که، از این جنبه، نمی‌توان حوزه علمیه را نهادی یکدست در نظر گرفت، دقت بر جایگاه سنتی و متمایز مراجع، و اقتدار نهاد مرجعیت سنتی از یک سو، و از سوی دیگر توجه به ساختار و تشکیلات اداری و بروکراسی شکل گرفته، از اهمیت بالایی برخوردار است. از این رو، در این پژوهش هر جا که واژه «حوزه علمیه» به کار گرفته شده است، مقصود مراجع تقلید سنتی و نهاد مرجعیت است که هسته سنتی و اصلی حوزه علمیه را تشکیل می‌دهد نبوده و همچنین مقصود، «حوزه علمیه قم» به طور خاص نیز نمی‌باشد، بلکه ساختار و تشکیلات اداری - دولتی فوق به معنای عام، و «مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه» به طور خاص، منظور است. با این وصف هر جا که واژه «دین» بکار گرفته شده، علاوه بر معنای عام آن، به طور مشخص (و گاهی به طور ضمنی) به «ساختار جدید حوزه علمیه» به مثابه «حاملان، متولیان، سخن‌گویان و متخصصان دین» و به عنوان بخشی از «نهاد دین» نیز اشاره دارد.

۲. پیشینه پژوهش

پژوهش‌های چندی در دیگر کشورهای اسلامی و غیر اسلامی به بررسی اشکال دیگری از رابطه بین اقتصاد و دین و یا به بیانی دقیق‌تر به رابطه بین سرمایه‌داری متأخر و دین پرداخته‌اند، با این همه، همان پژوهش‌ها نیز این رابطه را در تعیین مورد بحث مورد مطالعه قرار نداده‌اند. در ادامه نتایج نمونه‌های مهم و شناخته شده‌ای از اینگونه پژوهش‌ها آورده شده است.

دارومیر رودنیکویچ^۱ (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان اقتصادهای معنوی: اسلام و نئولیبرالیسم در اندونزی معاصر و همچنین کتاب اقتصادهای معنوی اسلام، جهانی شدن، و زندگی پس از مرگ توسعه (۲۰۱۰)، مفهوم اقتصادهای معنوی^۲ را ساخته و پرداخته است. او بر اساس دو سال کار میدانی در اندونزی نشان می‌دهد که مفهوم اقتصادهای معنوی به جای اینکه دین را، عقب نشینی به سمت رمز و راز یا ابزار مقاومت در برابر دگرگونی‌های نئولیبرالی تلقی کند، روشی را روشن می‌کند که در آن اصلاحات اقتصادی و بازسازی نئولیبرالی به عنوان موضوعاتی برای تقوای دینی و فضیلت معنوی در نظر گرفته شده و اجرا می‌شوند. او استدلال می‌کند که اقتصادهای معنوی از سه جزء مرتبط به هم تشکیل شده‌اند: (۱) عینیت بخشیدن به معنویت به عنوان محل مدیریت و مداخله. (۲) پیکربندی مجدد کار به عنوان شکلی از عبادت و وظیفه مذهبی. و (۳) القای اخلاق مسئولیت‌پذیری فردی که با هنجارهای نئولیبرالی شفافیت، بهره‌وری و منطقی‌سازی برای اهداف سود قابل مقایسه تلقی می‌شود. و بر آن است که این سه مؤلفه، پیوند اسلام و نئولیبرالیسم را امکان‌پذیر ساخت. (Rudnycky, 2009: 105) نویسنده پس از آوردن شواهد میدانی بسیار چنین بیان می‌دارد که: ایجاد اقتصاد معنوی در اندونزی نه ترجمه کلی از روح سرمایه‌داری و بر است و نه تفسیری دقیق از متون و اعمال اسلامی. این مجموعه‌ای بی‌سابقه است که به همان اندازه که اسلامی کردن نئولیبرالیسم است، نئولیبرالیسمیون اسلام است و بر آن است که تلاش‌های اخیر برای جذب کارگران کشور در یک اقتصاد معنوی نشان می‌دهد که امروزه خود ایمان به عنوان توسعه در یک چشم‌انداز نئولیبرالی انعطاف‌پذیرتر تغییر شکل داده می‌شود (همان: ۱۳۱). مفهوم اقتصادهای معنوی در ایران بخوبی قابل شناسایی در کسب و کارهای خردی است که موفقیت اقتصادی را از خلال آموزه‌های دینی دنبال می‌کند، هرچند که پژوهش ما به طور مستقیم به اینگونه کسب و کارها نمی‌پردازد، اما بر آن است که نتایج حاصل از این پژوهش حامل بصیرت‌هایی است که برای نشان دادن نقش میانجیگری تکنولوژی در ارتباط بین دین و اقتصاد در ایران حائز اهمیت است.

ژان م. بارتونک^۳ در پژوهشی با عنوان «مقدس‌سازی تجارت کریسمس» (۲۰۱۱) نشان می‌دهد که چگونه طی زمان، تجارت مربوط به روز کریسمس اعم از تولید و فروش انواع هدایا، لباس، بابا نول، اسباب بازی‌ها و... مقدس شده است. بارتونک استدلال می‌کند که چنین روندی موجب می‌شود تقدس متعالی از دین حذف شده و به تجارت داده شود، و بر آن است که چنین فرآیندی در چارچوب سرمایه‌داری، دیدگاهی بسیار متفاوت از دیدگاه کالوین درباره ظرفیت شریک شدن در شکوه و جلال خداوند از طریق فعالیت‌های تجاری است، زیرا در اینجا آنچه مقدس و متمایز شده، نه تنها برای تجربه امر مقدس به دین نیاز ندارد، بلکه آنرا غصب کرده است، لذا بر آن است که، آنچه در اینجا متناقض است این است که تجارت سازمان‌یافته، مقدس شده است و تجربه امر مقدس روز کریسمس تا حدود زیادی ویژگی مقدس خود را از دست داده است، در واقع این تجارت دیگر چیز عادی و پیش پا افتاده نیست بلکه از نقطه نظر تجاری، کریسمس مقدس‌ترین روز سال است. (Bartunek, 2011: 803)

1. Daromir Rudnycky
2. Spiritual Economies
3. J. M, Bartunek

پژوهشی با عنوان «حلال سازی، صدور گواهی حلال بودن برای محصولات مذهبی در بازارهای سکولار» (۲۰۲۰) از رایان کالدر^۱ نویسنده در این پژوهش با تأکید بر نقش فقه و فتوا در صدور حکم حلال بودن برای محصولات نشان می‌دهد که، فقاقت قرن بیستم و یکم، مناسب بازارهای سکولار قرن بیست و یکم است، و این دو با هم فرصت‌های بی‌شماری برای سود جویی ایجاد می‌کنند، در حالی که مشاغل گوناگونی از این فرصت‌ها استفاده می‌کنند، زمینه‌های جدید فعالیت اقتصادی روزمره رو به زوال می‌رود و اقتدار دینی و ذهنیات مومنان به شیوه‌های بی‌شماری دوباره پیکر بندی می‌شود، (Ryan Calder, 2020: 336). او استدلال می‌کند که با حلال شدن، یک میل انتخابی بین ذهنیت فقهی مصرف‌کنندگان، و یک ذهنیت نئولیبرالی جامعه بازار قرن بیست و یکم، پدیدار می‌شود (همان، ۲۰۲۰: ۳۵۴) به عبارتی در این فرآیند، سکولار اقتصادی، خود را نه به عنوان عدم وجود دین در بازارها، بلکه به عنوان شرایطی که برخی از انواع دین را بر بقیه ترجیح می‌دهد آشکار می‌سازد، و برخلاف مدل‌های سکولاریزاسیون و سکولارزدایی، نیروهای بازار، دشمنی خود را با حاکمیت دینی نشان نمی‌دهند بلکه فرصت‌های جدیدی را برای آن ایجاد می‌کنند، آگاهی ذهنی فقه در عصر سکولار به نوعی تقوا تبدیل می‌شود که با بازارهای مدرن سازگار است. (همان، ۲۰۲۰: ۳۵۵) از این روست که کالدر بر آن است که دین به سختی از اقتصاد مدرن محو می‌شود (همان، ۲۰۲۰: ۳۳۹).

ریکا سی بارتل^۲ در پژوهش خود با عنوان «تأمین مالی روح: اعتبار خرد و مأموریت اقتصادی مسیحی در کلمبیا» (۲۰۲۱)، بر آن است که سرمایه‌گذاری خرد امروز پیشتاز مالی سازی است. او نشان می‌دهد که شرکت‌های سرمایه‌گذاری خرد مبتنی بر ایمان بوده، و موج تأمین مالی خرد را با نظم زاهدانه و تزریق روحیه کارآفرینی تعدیل می‌کنند، این شرکت‌ها توسط یک سازمان اعتباری مسیحی فراملی اداره می‌شوند، و در این شرایط است که روح‌ها از طریق بدهی‌ها و آرمان‌های زاهدانه نظم می‌یابند، نویسنده نتیجه می‌گیرد که یک اخلاق مسیحی در سرمایه‌مالی شده وجود دارد که در سطح درونی (روح) عمل می‌کند (Bartel, 2021: 1) در واقع بارتل استدلال می‌کند که اخلاق خاصی وجود دارد که پایه اصلی تأمین مالی خرد است، از این روست که نویسنده بیان می‌کند که من شیوه‌های انضباطی که رضایت طلبکاران و خدا را به یکسان برآورده می‌کند را به عنوان روش‌های مالی کردن روح درک می‌کنم. او نشان می‌دهد که رفاه برای این مسیحیان به بدهی وابسته است و توسط یک اخلاق مسیحی که مدیون بودن را با وفاداری درهم‌آمیخته است، پذیرفته شده است. (همان، ۲۰۲۱: ۲-۴) نویسنده از قول مصاحبه‌شوندگان چنین می‌آورد که: هر بار که وام جدید می‌گیرم باید باور داشته باشم که خدا ما را همراهی خواهد کرد، ما باید به خدا اعتماد کنیم که قادر به پرداخت آن خواهیم بود، خدا به من کمک می‌کند بدهی‌ام را مدیریت کنم (همان، ۲۰۲۱: ۱۱)، بارتل چنین نتیجه می‌گیرد که اعتقاد او مبنی بر اینکه بدهی نشانه ایمان است، گواهی است بر ایمان آوردن او به امور مالی (همان، ۲۰۲۱: ۷) از این روست که بارتل بر آن است که، در اینجا یک اخلاق مسیحی، به اقتصاد مالی کلمبیا وابسته است، و این یک مأموریت اقتصادی است (همان، ۲۰۲۱: ۹).

در ایران کتاب «بنیادگرایی بازار» (۱۳۹۹)، یوسف ابادری، از یک سو با نقد درون‌ماندگار تضادها و تناقض‌های درونی نظام بازار آزاد به مثابه یک نظام معرفت‌شناختی را آشکار می‌سازد و از سوی دیگر تناقض‌های موجود را در برخی از اشکال عینی‌شان در متن جامعه امروز ایران دنبال کرده و آنرا آشکار می‌سازد. به عنوان مثال در مقاله «سه دهه همنشینی دین و نئولیبرالیسم در ایران» تلاش می‌شود تا شکل‌گیری نئولیبرالیسم در نظام سیاسی و حاکمیتی دینی ایران نشان داده شود.

کتاب «نئولیبرالیسم، صنعت و فناوری، شرکت‌های استارت‌آپی» (۱۳۹۹)، منصوره خائفی. این اثر پس از نشان دادن زمینه‌های تاریخی، علمی و تکنولوژیکی شکل‌گیری شرکت‌های استارت‌آپی، با بهره‌گیری از بینش و روش دیالکتیکی آدورنو، ارتباط و درهم

1. R. Calder

2. R. C. Bartel

تنیدگی این شرکت‌ها را با منطق سرمایه به طور عام و جهان بینی نئولیبرالیسم به طور خاص، را مورد نقد بررسی قرار می‌دهد. نویسنده با محوریت قرار دادن فعالیت اینگونه شرکت‌ها در ایران، بخوبی نشان می‌دهد که این شرکت‌ها چگونه خود به بسط گفتارهای اقتصادی-اجتماعی سابق [سیاست‌گذاری‌های نئولیبرال] کمک می‌کنند و در شکل کنونی آن به تشدید بحران‌های فعلی می‌انجامد (خائفی، ۱۳۹۹: ۱۸۶) و روابط موجود چگونه سازنده و بازتولید کننده آن نظم اجتماعی می‌باشد، که شرایط انواع واپس‌روی‌ها در حوزه سیاست و جامعه را فراهم می‌سازند. این اثر به خوبی به ریشه یابی و نقد اینگونه شرکت‌ها در ارتباط با ایدئولوژی نئولیبرالیسم می‌پردازد.

۳. روش و بینش

ماهیت پژوهش پیش رو، ما را ملزم می‌دارد که مسأله خود را در کلیت اجتماعی‌اش و در یک رابطه دیالکتیکی^۱ مورد مطالعه قرار دهیم. بدین معنی که، تلاش می‌شود تا درهم تنیدگی وجوه مختلف اقتصادی، سیاسی و فرهنگی فعالیت حوزه علمیه در شرکت‌های استارت آپ، را در کلیت اجتماعی خود، نشان داده شود. پژوهش پیش رو بر آن است تا با بکارگیری نقد درون ماندگار^۲، به تحلیل پدیده اجتماعی فوق بپردازد. در اینجا می‌توان از بینش و روش آدورنو سود جست، به زعم آدورنو تحلیل دورن ماندگار یعنی تحلیل انسجام و هماهنگی درونی یا ناسازگاری درونی خود این عقاید، و روابط آنها با موضوعشان، نه مقایسه‌ای انتزاعی این عقاید با چیزی که به عنوان اعتبار عینی فرض گرفته شده است. (آدورنو، ۱۳۹۳: ۳۰۰). او معتقد است که نقادی باید درون ماندگار (immanent) باشد، به این معنا که باید درون هر آنچه به نقد می‌کشد قرار گیرد، یعنی نقد تا حد امکان باید با دقت و از نزدیک به ابژه‌اش بنگرد، نه اینکه اسانده‌های بیرونی و از پیش تعیین شده را بر آن تحمیل کند. با این حال باز باید مستقل باشد. نقد ابژه‌ها باید بر حسب و با توجه به شرایط خود آنها صورت پذیرد، نه در قالب مقولات پیش بنیادی که از بیرون بر آنها اعمال می‌شود با این حال، نقد درون ماندگار تنها بر اساس نوعی آزادی از امر مورد نقد امکان پذیر است، این موضع مستلزم انکار خط تمایز قطعی میان درون ماندگاری- درونی و ذاتی چیزی بودن- و استعلا- از چیزی جدا شدن و به فراسوی آن رفتن- است. (ویلسون، ۱۴۰۰: ۱۱۷).

آدورنو بیان می‌دارد که طبق نقد درون ماندگار، یک کار موفق آن نیست که تناقض‌های عینی را در یک هماهنگی برتر حل کند، بلکه آن است که ایده هماهنگی را به صورت منفی و با متجسم ساختن تناقض‌ها، به صورت خالص و مصالحه ناپذیر در درونی‌ترین ساختار آن بیان کند. او عنوان می‌دارد که روش دیالکتیکی نیز به صورت اساسی‌تر همین مبارزه را در پیش می‌گیرد. این روش این اصل را جدی می‌گیرد که ایدئولوژی نیست که غیر حقیقی است بلکه تظاهر آن به انطباق با حقیقت است که دروغین است (آدورنو، ۱۳۹۳: ۳۱۹-۳۲۰). آدورنو بر آن است که دیالکتیک هر تصویری را به مثابه نوشته منکشف می‌سازد، و به ما می‌آموزد که چگونه می‌توان در لابلای خطوط چهره این تصویر، اعتراف آن به کذب بودن را قرائت کرد، اعترافی که قدرت تصویر را سلب می‌کند و در اختیار حقیقت می‌گذارد. تقلیل تفکر به ابزار یا دستگاه ریاضی - انتزاعی‌ترین شکل امر بی واسطه-، جهان را محکوم می‌کند تا ملاک و معیار سنجش خویش باشد، در اینجا آنچه رها می‌گردد کل دعوی و انگیزه معرفت است، درست برعکس دیالکتیک. (آدورنو، ۱۳۸۴: ۶۲-۶۷). او چنین بیان می‌دارد که «روال دیالکتیک همانا نقد درون ماندگار است»، منظور آدورنو این است که دیالکتیک استدلال را تا نقطه ای پیش می‌برد که آن استدلال ناچار از قبولی نادرستی‌اش شود، در همین اذعان به نادرستی است که دیالکتیک حقیقت را می‌یابد... دیالکتیک تا زمانی که شکاف میان اندیشه و چیز پابرجاست در همین شکاف جای دارد. پس

1. dialectic

2. immanent critique

دیالکتیک روشی برای فلسفه در همه زمان‌ها نیست، بلکه تأملی است انتقادی بر کشاکش و تضاد تا زمانی که تضادهای راستین هنوز پابرجای‌اند (ویلسون، ۱۴۰۰: ۱۳۱).

از طرفی دیگر روش دیالکتیکی و بکارگیری مفاهیم فوق، که ریشه‌های مارکسی سنت انتقادی را نشان می‌دهد، به ما کمک می‌کند تا بتوانیم نظریه مارکس درباره منطق سرمایه‌داری را در تحلیل موضوع پیش رو بکارگیریم. مواردی که رئوس آن در دست‌نوشته‌های اقتصادی و فلسفی ۱۸۴۴ مارکس آورده شده است. مارکس در آنجا منطق اقتصاد سیاسی را آشکار ساخته و آنرا نظریه‌ای برای نظام سرمایه‌داری به شمار می‌آورد، منطقی که تا امروز ادامه دارد. مارکس با آشکار ساختن منطق اقتصاد سیاسی، از یک طرف با روش دیالکتیکی نقد روشنگر خود را به آن مطرح ساخته و از آن فراروی می‌کند و از طرف دیگر ما را از خطای موجود در آن برحذر می‌دارد. خطایی که پایه توضیحات خود را بر پایه امر خیالی می‌گذارد، این امر از طریق انتزاع امکان‌پذیر می‌شود و به این واسطه پدیده انضمامی را از محتوا و معنای خود تهی می‌سازد. مارکس بر آن است که، ما باید از خطای اقتصادسیاسی‌دان اجتناب کنیم که پایه توضیحاتش را بر پایه نوعی شرایط آغازین خیالی می‌گذارد. چنین شرایط آغازین چیزی را توضیح نمی‌دهد. فقط مسئله را به نقطه دور دست و نامعلوم منتقل می‌کند. این شرایط آنچه را که قرار است اقتصاددان استنتاج کند، یعنی رابطه ضروری بین دو چیز، مثلاً بین تقسیم کار و مبادله را فاکت و رخداد به حساب می‌آورد، یعنی آنچه را باید توضیح داده شود، در شکلی تاریخی همچون یک فاکت فرض می‌کند. (مارکس، ۱۳۹۹: ۱۲۳-۱۲۵).

این امر موجب می‌شود تا موضوع یا رابطه در شکل شیء و در بیرون از ما ظاهر شود. سازوکار بوجود آمده هرچند که صدق گزاره انتزاعی نخستین را فرض گرفته و از این طریق خود را از توضیح درباره آن بی‌نیاز می‌سازد اما از قواعد منطق صوری پیروی کرده و لذا از لحاظ شکل معیوب نمی‌باشد، و دقیقاً به همین دلیل است که به ظاهر منطقی جلوه می‌کند. منطق صوری در اینجا موجب می‌شود که بتوان گزاره‌های استنتاجی را صادق انگاشت. لوفور در «ماتریالیسم دیالکتیکی» و در تشریح روش دیالکتیکی مارکس، در این خصوص چنین می‌گوید، منطق صوری، منطق امر آنی، تصدیق و ابژه‌ای است که مجزا شده است و اساساً در این جدایی حفظ می‌شود. منطق صوری منطق جهانی ساده سازی شده است. منطق صوری به معنی دقیق کلمه منطق انتزاع است. (لوفور، ۱۳۹۶: ۷۳).

بر این اساس ما در این پژوهش در تلاش خواهیم بود با نقد درون ماندگار تناقض‌های موجود در این پدیده اجتماعی را نشان دهیم و با نشان دادن جایگاه آن در کلیت اجتماعی، بتوانیم به روابط متقابل دولت، دانشگاه و حوزه علمیه که به ترتیب روابط متقابل سیاست، دانش و دین می‌باشند، و در اینجا در شکل شرکت‌های استارت آپی دین- مذهبی تعین یافته‌اند، بپردازیم. ما برآنیم که این درهم تنیدگی بواسطه «اقتصاد» ممکن شده است، به بیانی دیگر این امر به میانجی و در متن مناسبات نظام سرمایه‌داری متأخر (بازار آزاد، سرمایه‌مالی، ایدئولوژی نئولیبرال) قابل شکل‌گیری بوده است، که خود نیز به نوبه خود، بواسطه فرآیندی از مشروع‌سازی امکان‌پذیر شده است، مشروعیت قانونی از طرف دولت، مشروعیت علمی از طرف دانشگاه و مشروعیت دینی از طرف حوزه علمیه. فرآیند مشروع‌سازی فوق علاوه بر اینکه در اینجا در نقش میانجی ظاهر می‌شود، همچنین موجب می‌شود که ذات سرمایه‌دارانه این گونه فعالیت‌ها پوشیده نگاه داشته شود.

۴. دولت و دانشگاه، مشروعیت قانونی و علمی

قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان و تجاری‌سازی نوآوری‌ها و اختراعات در تاریخ ۱۳۸۷/۱۰/۸ با عنوان لایحه حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و تجاری‌سازی نوآوری‌ها و اختراعات به مجلس شورای اسلامی ارائه شد و مجلس آنرا در تاریخ ۱۳۸۹/۸/۵ به تصویب و تایید شورای نگهبان رسانید، این قانون در تاریخ ۱۳۸۹/۹/۱۶ با امضای رئیس‌جمهور وقت آقای احمدی نژاد با ۱۳ ماده

جهت اجرا، ابلاغ شد. در ماده ۱ این قانون چنین آمده است: شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان شرکت یا مؤسسه خصوصی یا تعاونی است که به منظور هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش‌محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش افزوده فراوان به ویژه در تولید نرم افزارهای مربوط تشکیل می‌شود. ماده ۴ این قانون ارتباط این شرکت‌ها را با اصل ۴۴ قانون اساسی و ماده ۵ تأمین مالی این‌گونه شرکت‌ها را مشخص ساخته است: در ماده ۴ چنین آمده است: وزارت امور اقتصادی و دارایی موظف است در راستای قانون اجراء سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی مصوب بهمن ماه ۱۳۸۶ شمسی ظرف سه ماه از تاریخ تصویب این قانون، با همکاری کلیه دستگاه‌های دولتی، فهرست تمامی مراکز و مؤسسات پژوهشی دولتی را تهیه و به شورا ارائه نماید. شورا موظف است ظرف سه ماه از تاریخ دریافت این فهرست، مراکز و مؤسسات پژوهشی غیر حاکمیتی قابل واگذاری به بخش خصوصی و تعاونی را احصاء نموده و وزارت امور اقتصادی و دارایی مطابق قانون مذکور در این ماده زمینه واگذاری آنها را فراهم نماید.

و براساس ماده ۵ این قانون: به منظور کمک به تجاری‌سازی نوآوری‌ها و اختراعات و شکوفاسازی و کاربردی نمودن دانش فنی از طریق ارائه کمک و تسهیلات قرض الحسنه و تسهیلات بدون اخذ هرگونه تضمین و مشارکت با اختیار بخشش تمام یا بخشی از سهم مشارکت به شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان، صندوقی تحت عنوان صندوق نوآوری و شکوفایی وابسته به شورای عالی علوم، تحقیقات و فناوری و زیر نظر رئیس شورا تأسیس می‌شود. منابع مالی صندوق شامل کمک‌های دولت، اعتبارات مندرج در بودجه سالانه، هرگونه کمک و سرمایه‌گذاری اشخاص حقیقی و حقوقی و شرکت‌های دولتی وابسته و تابع، نهادهای عمومی غیردولتی و شهرداری‌ها و شرکت‌های وابسته و تابع می‌باشد. بانک‌ها نیز می‌توانند بخشی از منابع تسهیلات موضوع صندوق یادشده را تأمین نمایند. به منظور تأمین منابع مالی صندوق، دولت موظف است از سال سوم به بعد در لایحه بودجه، حداقل نیم درصد (۰/۵٪) از منابع بودجه عمومی خود را جهت کمک به این صندوق در نظر بگیرد. این در حالی است که بر اساس ماده ۳، این شرکت‌ها از پرداخت مالیات، عوارض، حقوق گمرکی، سود بازرگانی و عوارض صادراتی به مدت پانزده سال معاف می‌باشند و تمام یا بخشی از هزینه تولید، عرضه یا به کارگیری نوآوری و فناوری با اعطاء تسهیلات کم بهره یا بدون بهره بلندمدت یا کوتاه مدت بر طبق عقود شرعی تأمین می‌شود. (قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان و تجاری‌سازی نوآوری‌ها و اختراعات)

همان‌طور که ملاحظه می‌شود شرکت‌های دانش‌بنیان به عنوان شرکت‌هایی خصوصی شناخته می‌شوند که مطابق اصل ۴۴ قانون اساسی، دولت موظف است که مؤسسات پژوهشی دولتی را به این شرکت‌ها واگذار نموده و همچنین خود را موظف نموده است که نیم درصد از بودجه عمومی کشور را برای تأمین هزینه این قبیل شرکت‌ها اختصاص دهد، و آنها را از پرداخت هرگونه مالیات و عوارض به مدت پانزده سال معاف نموده است. این قوانین به خوبی گویای حمایت دولت از بخش خصوصی، به هزینه بخش عمومی است، که می‌توان آنرا نمونه‌ای از نقش حمایت‌گرانه دولت نسبت به نظام بازار آزاد دانست که اتفاقاً بسیار هم جهت است با دستورالعمل‌های نئولیبرالی، چراکه این‌گونه حمایت‌گری، اختصاص دادن بخشی از بودجه عمومی به بخش خصوصی است، که از یک طرف به معنی کاهش سرمایه بخش عمومی و از طرف دیگر به معنی افزایش سرمایه بخش خصوصی به زیان بخش عمومی است. همچنین واگذاری شرکت‌های پژوهشی دولتی به این شرکت‌ها، به معنی واگذاری ثروت عمومی به تعداد اندکی از افراد جامعه (افراد و یا شرکت‌ها) است، و معافیت‌های مالیاتی و گمرکی این شرکت‌ها به معنی حمایت از شرکت‌های خصوصی به قیمت کاهش حمایت از بخش عمومی است. علاوه بر این با توجه به نوع فعالیت‌ها و اهداف شرکت‌های دانش‌بنیان آشکار می‌شود که این قبیل قوانین دولتی به معنی حمایت، پذیرش و غلبه سرمایه داری مالی است. همان‌طور که دیوید هاروی نشان می‌دهد، سرمایه تنها

عاملی نبوده و نیست که خواهان دستیابی به امتیاز در زمینه فن‌آوری است، شاخه‌های مختلف دستگاه دولت همواره و عمیقاً درگیر این مسأله بوده‌اند. همکاری دولت و بخش‌های خصوصی در زمینه توسعه پژوهش بسیار گسترده بوده است و نوآوری‌های صورت‌گرفته در حوزه عمومی مزایای بی‌شماری برای شیوه‌های کارکرد سرمایه داشته است (هاروی، ۱۳۹۴: ۱۳۳-۱۳۴). در اینجا تصویب قوانین فوق از طرف دولت، همکاری فوق را به خوبی به تصویر می‌کشد و تناقض موجود در آنرا آشکار می‌سازد. تناقضی که از یک طرف با استناد به مفهوم موهوم و انتزاعی دست‌نمائی بازار و یا به عبارتی افسانه بازار آزاد، خواهان عدم دخالت دولت در بازار است، اما از طرفی دیگر خواهان نقش دولت (مثلاً در وضع قوانین و انواع حمایت‌های مالی) است، که به اشکال مختلف عملکرد این نظام را تسهیل و آنرا حمایت‌کنند. (نمونه بارز بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸).

به موازات و ادامه روند فوق، شاهد راه‌اندازی و تأسیس رشته کارآفرینی در دانشگاه تهران (۱۳۸۶)، توسعه این رشته در ۱۰ گرایش در مقطع کارشناسی ارشد (۱۳۸۱-۱۳۹۱)، راه‌اندازی مقطع دکتری (۱۳۹۱) و همچنین تأسیس گرایش کارآفرینی فرهنگی (۱۳۹۱) هستیم. در معرفی اهداف این رشته به طور عام و گرایش کارآفرینی فرهنگی به طو خاص به مواردی از این قبیل اشاره شده است: کمک به توسعه پایدار و دستیابی به چشم‌انداز مصوب کشور، تولید و انتشار دانش بومی کارآفرینی، نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینی، کسب مهارت‌های شبکه‌سازی اجتماعی در حوزه فرهنگ، توانایی تشخیص فرصت‌ها و امکانات بالقوه در عرصه‌ی خدمات و کالاهای فرهنگی و...، شاید بتوان گفت آنچه که از مطالب فوق در خصوص رشته کارآفرینی بیش از همه به این نوشتار مربوط می‌شود گرایش کارآفرینی فرهنگی است. در تعریف این گرایش آمده است که هدف این گرایش تربیت متخصصانی است که توانایی تلفیق فرصت‌های اقتصادی و مزیت‌های هنری و فرهنگی کشور را داشته باشند. با وجود آمدن رشته کارآفرینی و از پی آن گرایش کارآفرینی فرهنگی، زمینه‌های بکارگیری رویکرد و اهداف این رشته دانشگاهی، به فراتر از حوزه اقتصاد و مدیریت فراهم شد. بدین معنی که هدف تلفیق فرصت‌های اقتصادی و مزیت‌های هنری و فرهنگی با پشتوانه و مشروعیتی که از دانش می‌گرفت، مجوز کسب درآمد از فرهنگ را برای دیگر مجموعه‌ها و نهادهایی که خود را متولی فرهنگ می‌دانستند فراهم ساخت.

در این میان نهاد دین به نمایندگی حوزه علمیه و به مثابه متولیان اصلی دین و فرهنگ دینی - مذهبی، زمینه وجود آمده را به عنوان فرصتی برای گسترش مذهب و فرهنگ دینی و در عین حال کسب درآمد شناسایی نمود. این امر نه تنها با هدف اشاعه فرهنگ دینی به ظاهر متناسب بود، بلکه با هدف کمک به اقتصاد کشور و افزایش اشتغال، در جهت اهداف شرکت‌های دانش‌بنیان نیز هماهنگی لازم را داشت. همان‌طور که پیشتر نیز عنوان شد، این در حالی است که مجوز قانونی و مشروعیت علمی لازم این‌گونه فعالیت‌ها پیشتر از طریق قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و تأسیس رشته کارآفرینی در دانشگاه‌ها فراهم شده بود. از این روست که ما در این لحظه شاهد استقبال و فعالیت حوزه علمیه و طلبه‌ها، به این قبیل فعالیت‌های به اصطلاح کارآفرینی تحت عنوان کارآفرینی اسلامی و در قالب استارت‌آپ‌های دینی - مذهبی هستیم، که ماهیتاً موفقیت آنها بر اساس استعداد، خلاقیت و پشتکار فرد (یا شرکت) تعریف می‌شود.

نکته مهم در اینجا، یعنی در مشروعیت بخشی به کارآفرینی و از پی آن شرکت‌های استارت‌آپی، «انکار امر مشترک» است، کمپل جونز^۱ سه جنبه مشترک در تولید امروز را نشان می‌دهد: تولید از امر مشترک حاصل می‌شود، مشترک انجام می‌شود و مشترک را تولید می‌کند (Jones, 2012: 650)، او استدلال می‌کند که کارآفرینی عبارت است از سلب مالکیت یا سلب مالکیت از ارزش تولید شده به طور مشترک، وارد کردن خود در جریان سرمایه و نیروی کار و سپس انکار سیستماتیک جایگاه خود در آن شبکه، به گونه‌ای که ادعا می‌شود شخص خودش آن را خلق کرده است، و یا اینکه شخص یا شرکتش دارای منبع و مکان آفرینش بوده است، با این

کار، کارآفرین و جامعه‌ای که به افسانه کارآفرینی اعتقاد دارد، تاریخ لازم تولید اجتماعی جمعی، که مقدم بر کارآفرینی و همزمان با آن است را، انکار می‌کنند (ibid, 2012: 649). این امر همان‌طور که کمپل جونز نشان می‌دهد منجر به سلب مالکیت امر مشترک از مردم می‌شود، که در اینجا با مشروعیت یافتن این قبیل فعالیت‌های مالی، بواسطه قانون و دانش، مشروع سازی شد، و به حوزه دین و مناسبات دینی - مذهبی نیز وارد شد.

۵. مشروعیت روحیه مالی در دین (دنیاکرای دین)

مدیر حوزه‌های علمیه کشور در بازدید از پارک علم و فن آوری استان قم در آذر ماه ۱۳۹۱ چنین می‌گوید: پارک علم و فناوری بستر خلاقیت و کارآفرینی طلاب را فراهم کند. آیت الله حسینی بوشهری با تأکید بر اینکه باید حوزه علمیه به طراوت و تلاش‌های جوانان طلبه احترام بگذارد، گفت: وجود مرکز رشد علوم انسانی می‌تواند بستر خلاقیت و کارآفرینی طلاب را فراهم کند و حوزه نباید مرکز رشد را در ترویج خلاقیت و نوآوری در حوزه علوم انسانی تنها بگذارد. در ادامه همین روند، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور (دکتر سورنا ستاری) در سفر به شهر قم در ادیبهشت ماه ۱۳۹۵ و دیدار با مراجع تقلید چنین گفت: همکاری حوزه‌های علمیه و معاونت علمی و فناوری رئیس‌جمهوری بستر مناسب برای ارتقا سطح علمی کشور را فراهم و راه تجاری‌سازی علوم انسانی را هموار می‌کند. (وبگاه رسمی پارک علم و فن آوری استان قم)

نایب رئیس هیئت امنای صندوق نوآوری و شکوفایی همچنین در دیدار با آیت الله صافی گلپایگانی از مراجع عظام تقلید با اشاره به تلاش معاونت علمی و بنیاد ملی نخبگان در راستای رشد اقتصاد دانش بنیان، تجاری‌سازی محصولات داخلی و پرورش استعدادها برتر کشور گفت: امروز موظفیم جوانان و دانشجویان خود را طوری پرورش دهیم تا وابسته به اقتصاد نفتی نباشند که این مهم، یکی از دلایل راه‌اندازی ستادهای سیزده‌گانه در معاونت علمی و فناوری بوده است. در ادامه این سفر، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در دیدار با آیت الله اعرافی رئیس جامعه المصطفی العالمیه با اشاره به لزوم توجه به تجاری‌سازی در حوزه علوم انسانی بیان کرد: اینکه چطور بتوانیم در علوم انسانی نفوذ کنیم این موضوع مهمی است مثلاً در تولید اسباب بازی، سوغات اماکن زیارتی، گسترش ادبیات و... هنوز به نقطه مطلوب نرسیده‌ایم و باید بیش از این فعالیت کنیم و افزود، معاونت علمی و جامعه المصطفی، می‌تواند در حوزه علوم انسانی همکاری خوبی با هم داشته باشند و به نتایج مطلوبی برسیم. (وبگاه رسمی پارک علم و فن آوری استان قم). (با توجه به تعریف حوزه علمیه در این پژوهش، ملاقات‌هایی از قبیل دیدارهای مدیران سیاسی با مراجع تقلید سنتی را باید در جهت «تلاش دولت» برای «مشروع جلوه دادن» این گونه فعالیت‌ها در نظر گرفت، در حالیکه، همان‌طور که ذکر شد، این فعالیت‌های اقتصادی طلاب، ذیل «ساختار جدید حوزه علمیه» به طور عام، و «مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه» به طور خاص، صورت می‌گیرد). همچنین به نقل از ایکنا: میزگرد استارت‌آپ‌های قرآنی، در نمایشگاه بین‌المللی قرآن کریم از سوی مرکز رشد و شکوفایی فناوری‌ها و هنر قرآنی برگزار شد. مدیر شتاب‌دهنده فرهنگی قرآنی چنین می‌گوید: ما استارت‌آپی را قرآنی می‌دانیم که محصولی تولید کرده یا خدمتی ارائه دهد که مستقیماً به ایجاد، تقویت و ترویج باورهای دینی منجر می‌شود. او تأکید کرد: ما به دانش استارت‌آپ‌های دینی قرآنی نیاز داریم، امری که متأسفانه در ایران وجود ندارد، در حالی که قرآن کریم غنی‌ترین و جذاب‌ترین کتاب برای استفاده در حوزه تولید دانش در استارت‌آپ‌ها است. (وبگاه ایکنا)

وقایع و اخبار فوق به خوبی تلاش برای کسب مشروعیت دینی اینگونه فعالیت‌ها، از حوزه علمیه و جلب نظر این نهاد مهم دینی را نشان می‌دهد. نتیجه این دیدارها و بازدیدها را می‌توان در اظهار نظرها و ساخته شدن عباراتی از قبیل فرهنگ کارآفرینی، کارآفرینی در مسیر طلبگی، طلاب کارآفرین، کسب و کار اسلامی، استارت‌آپ فرهنگی، استارت‌آپ حوزوی، استارت‌آپ اسلامی،

استارت آپ دینی و استارت آپ قرآنی مشاهده نمود، و یا در «رویداد» استارت آپی طلوع برکت، استارت آپ مسیر طلبه، سامانه بارش (بهینه‌سازی انجام رسالت‌های شغلی) برکت، استارت آپ حوزوی عطشان، استات آپ مذهبی امام هشت، استارت آپ سبزقامت، گروه قرآنم، گروه هور، گروه هیئت پلاس، گروه حرم‌گرد، گروه قرآن آنلاین و...

لذا در تاریخ بهمن ماه ۱۳۹۷ ما شاهد فراخوان ثبت نام طلاب کارآفرین در سومین نمایشگاه اشتغال و کارآفرینی هستیم، به گزارش «خبرگزاری حوزه»، نخستین جلسه شورای کارآفرینی طلاب از سوی اداره کل امور طلاب و خانواده برگزار شد. (وبگاه، خبرگزاری رسمی حوزه) همچنین در تاریخ ۱۸ آبان ماه ۱۳۹۷ پایگاه خبرگزاری بین‌المللی قرآن (ایکنا) و پایگاه خبری بازار سرمایه ایران خبری را تحت عنوان استات آپ اسلامی چیست؟ را منتشر ساختند. در این خبر که گزارشی از مصاحبه با آقای علی اکبر یکی از «محققین کسب و کار اسلامی» و عضو شورای نوآوری «شتاب دهنده امید» است چنین آمده است: در این حوزه هم تعارف مختلفی وجود دارد. به عنوان مثال، عده‌ای کسب و کارهایی که حوزه جهان اسلام و مخاطب اسلامی را مورد توجه قرار داده باشند، استارت‌آپ اسلامی می‌نامند؛ فارغ از اینکه بنیان‌گذاران آن چه قصد و نیتی دارند و از کجا هستند و حتی ممکن است مسلمان هم نباشند. اکبر ادامه داد: آنچه که از نظر بنده به عنوان استارت‌آپ اسلامی تلقی می‌شود، کسب و کاری است که بنا داشته باشد در تمام سطوح صنفی، ستادی، فرآیندها و اجرائیات خود، اعم از چگونگی تعامل با مخاطب، چگونگی فروش محصول، چگونگی تعامل با کارمندان خود و سایر سطوح، واجد ارزش‌های اسلامی باشد. و چنین اظهار کرد: معتقد استارت‌آپ اسلامی و قرآنی، یک مفهوم بلند است که باید طی سال‌ها به آن برسیم. تعریف دیگری که از استارت‌آپ اسلامی وجود دارد این است که این استارت‌آپ، بر روی بازار جهان اسلام تمرکز دارد.

این «محقق حوزه کسب و کار اسلامی» اظهار کرد: استارت‌آپ اسلامی، محصولی برای رفع نیاز مسلمانان تولید می‌کند یا یک فرهنگ یا ایده اسلامی را ترویج یا مشکلی را از جهان اسلام برطرف می‌کند؛ بنابراین، یک استارت‌آپ برای اینکه بتواند عنوان اسلامی را یدک بکشد باید دارای ارزش‌های حداکثری اسلامی باشد. وی در پاسخ به این پرسش که چه استارت‌آپ اسلامی موفقی را سراغ دارید؟ گفت: البته چون اسلامی بودن، مفهومی تشکیکی است، بنابراین استارت‌آپ اسلامی و اسلامی‌تر را هم شاهد هستیم. استارت‌آپ‌های اسلامی موفقی هم وجود دارند؛ به عنوان مثال، استارت‌آپ «کریم» معادل اسنپ و تپ‌سی در کشورهای اسلامی است. عده‌ای هم بانک «گرامین» را استارت‌آپ اسلامی می‌دانند. این محقق حوزه کسب و کار اسلامی در پایان چنین اظهار کرد: در حوزه غذای حلال و گردشگری و توریسم اسلامی، صدها استارت‌آپ وجود دارد. در حوزه قرآنی و حفظ و آموزش قرآن هم در ایران و سایر کشورهای اسلامی، استارت‌آپ‌های زیادی از جمله «مجموعه کودکان حسین(ع)» در جهاد دانشگاهی وجود دارد (ایکنا)

در ادامه موارد فوق، شاهدیم که در اوایل شهریور ماه ۱۳۹۹ در مرکز مدیریت حوزه «دوره راه‌اندازی استارت آپ‌های فرهنگی» برگزار می‌شود. بر اساس وبگاه خبرگزاری حوزه، رئیس مرکز رشد حوزه‌های علمیه در این همایش چنین عنوان داشت: باید طلاب نخبه ما به زیست بوم فناورانه روی بیاورند و از این فضا استفاده کنند. شفیع ضمن شرح فعالیت‌های لازم در مورد راه‌اندازی استارت‌آپ‌های فرهنگی گفت: آشنایی با استارت‌آپ، فضاهای استارت‌آپی و کسب‌وکارهای نوین، ایده‌ها و نوآوری‌های خلاقانه در عرصه فضای کسب و کار دینی اولین قدم‌ها برای راه‌اندازی چنین استارت‌آپ‌هایی است. وی افزود: تدوین طرح‌ها و برنامه‌های خلاقانه و رویکردهای نوین در عرصه ارائه محتوای دینی قدم بعدی در این گونه کسب و کارهاست. این دوره با هدف تقویت رویکرد حضور نظام‌مند تشکل‌های بین‌المللی حوزوی در فعالیت‌های بین‌المللی و توانمندسازی اقتصادی این تشکل‌ها، به مدت دو روز از ساعت ۸ الی ۱۸ برگزار و در پایان به شرکت‌کنندگان گواهی پایان دوره دو زبانه فارسی-انگلیسی از سوی مرکز ارتباطات و امور بین‌الملل حوزه‌های علمیه اعطا شد. (وبگاه، خبرگزاری رسمی حوزه).

در ادامه روند گسترش فعالیت حوزه های علمیه در فعالیت‌های کارآفرینی و استارت‌آپی می‌توان به این موارد نیز توجه نمود. در تاریخ ۸ مهرماه ۱۳۹۹ مدیر مدرسه علمیه خواهران کنگان چنین بیان می‌دارد: «کارآفرینی به نوعی فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت هاست و دین در تقویت فرهنگ کارآفرینی مؤثر است»، او در ادامه افزود: «کارآفرینی و ایده‌پردازی از عوامل بسیار مهم در توسعه کشورها و اجتماع است که اسلام برای این امر اهمیت ویژه ای قائل است. بانوان طلبه مدرسه علمیه کنگان علاوه بر نقش مادری، مبلغ دین و عامل جذب اجتماع به سمت دین نیز می‌باشند. با این وجود طبق فرمایشات رهبر در سال جهش تولید توانسته‌اند با کارآفرینی و تولید، رشد اقتصاد جامعه را فراهم کنند. در ادامه، معاون پژوهشی این مدرسه گفت: تقریباً بیش از ۳۰ تن از طلاب این مدرسه شروع به فعالیت اقتصادی در زمینه تولیدات مختلف کرده‌اند و این فعالیت‌ها در ۳ محور خیاطی، فروشندگی پوشاک زنانه و بچه‌گانه و تولید و فروش مواد غذایی سالم و طیب می‌باشد». (وبگاه، خبرگزاری رسمی حوزه).

در تاریخ ۹ مهر ماه ۱۳۹۹ نیز کارگاه اقتصاد مقاومتی در حوزه علمیه خواهران ساری برگزار شد. مدیر حوزه علمیه خواهران ساری در این کارگاه چنین بیان می‌دارد: «برای تحقق اقتصاد مقاومتی استفاده از ظرفیت طلاب ضروری است. وی افزود: در حاشیه این کارگاه، طلاب محصولات خود را در قالب نمایشگاه اقتصاد مقاومتی عرضه کردند تا ضمن آشنایی اساتید و سایر طلاب با عرصه فعالیت‌های آن‌ها، زمینه بازار فروش محصولات فراهم شود. کارگاه اقتصاد مقاومتی با حضور کارشناسان اقتصادی و همچنین خانم محمد جانلو کارآفرین نمونه کشوری، در مدرسه علمیه الزهرساری برگزار شد» (وبگاه، خبرگزاری رسمی حوزه). و نیز وبگاه مرکز مدیریت حوزه های علمیه خواهران در تاریخ یکم خرداد ماه ۱۳۹۹ چنین آورده است: «خانم زارع خورمیزی طلبه رشته اخلاق موسسه آموزش عالی حوزوی امام حسین یزد، مبلغ و کارآفرین شهرستان مهریز است که با تولید روغن و شیره انگور و انجیر، از هیچ به همه چیز رسید. در این گزارش چنین آمده است: طلبه کارآفرین استان چنین می‌گوید: در زمینه تولید روغن و انواع شیره اعم از شیره انگور، انجیر، خرما، توت، سیب و انواع سرکه و... در کنار کار تبلیغی فعالیت دارم، چندماهه به همین منوال این روغن را تهیه می‌کردم و به فکر تولید این روغن افتادم و در ابتدا از کم شروع کردم و پس از چندماه تولید روغن، در زمینه شیره انگور و انواع سرکه و رب نیز اقدام کردم و البته همه این اقدامات با دست انجام می‌شد که به مشکل برخورد کرده بودم لذا با بافت و فروش قالی، توانستم دستگاه مخصوص این کار را تهیه کرده و افزایش تولید داشته باشم. وی افزود: موفقیت در کارم از همین فروش قالی آغاز شد به نحوی که از فروش آن توانستم گوشت چرخ کن صنعتی و یخچال فریزر خریداری کنم، البته تولیدات من از پارکینگ منزل شروع و اکنون قرار است به یک شرکت تولیدی لعل ناب مهریز در مکانی بزرگتر تبدیل شود» (وبگاه مرکز مدیریت حوزه های علمیه خواهران).

همچنین خبرگزاری تنسیم، مشرق نیوز، فارس نیوز و فاش نیوز در ۱۱/۴/۱۳۹۹ چنین آورده است: «طلبه همه‌فن‌حریف چطور به جنگ بیکاری رفت؟ از برق کاری و زنبورداری تا کارآفرینی با چوب، طلبه جوان بابلی که در حوزه علمیه مشغول است، در اوقات فراغت دست به کارآفرینی‌های متعدد در حوزه کشاورزی، نجاری و زنبورداری زد تا نشان دهد در همین اوضاع و احوال اقتصادی هم می‌توان به جنگ با بیکاری رفت و به جهش تولید کمک کرد و چنین ادامه می‌دهد: این روحانی جوان بابلی با اقدامات خود نشان دهد، اگر اراده‌ای برای کار کردن باشد، زمینه آن به ویژه در مناطق روستایی فراهم است و می‌توان با بهره‌گیری از اراده و توان حرفه‌ای به جنگ با مشکلات اقتصادی رفت» (خبرگزاری تنسیم).

موارد فوق –به ترتیب زمانی-، از قبیل دیدار مدیران سیاسی با مراجع تقلید شناخته شده در حوزه علمیه قم، بازدید مدیران حوزه علمیه از پارک‌های علم و فن آوری، برگزاری انواع کارگاه‌های کارآفرینی و «رویدادها» و فعالیت‌های استارت‌آپی و معرفی برخی از طلاب به عنوان کارآفرین موفق به خوبی گویای مشروعیت یافتن این قبیل از فعالیت‌ها از طرف حوزه علمیه است، که ما آنرا به مثابه

نفوذ «روحیه مالی و دنیاگرایی در دین» درک می‌کنیم. البته همان‌طور که نشان داده شد این امر تصافی نبوده و مشروعیت قانونی و علمی این فعالیت‌ها، پیشتر بواسطه دولت و دانشگاه به ترتیب با وضع قوانین، و راه اندازی رشته دانشگاهی کارآفرینی فراهم شده بود. در اینجا ما شاهد پیوند قدرت، دانش و دین در کلیت اجتماعی هستیم. پیوندی که بواسطه منطق بازار آزاد و در جهت کالایی سازی، پولی سازی و تجاری سازی «همه چیز» شکل گرفت. این سه حوزه، زمینه‌های قانونی، علمی و دینی، برای فعالیت‌های استارت آپی در دین و مذهب را فراهم نمود. این بدین معنی است که کارآفرینی و فعالیت شرکت‌های استارت آپی را باید فراتر از یک فعالیت اقتصادی دانسته و آن را به مثابه یک امر سیاسی نیز درک کرد. کمپل جونز با تأکید بر آرمسترانگ (Armstrong, 2005) استدلال می‌کند که، کارآفرینی یک پروژه سیاسی است و این پروژه را باید از نظر تحولات در اقتصاد سیاسی فهمید، و چنین ادامه می‌دهد که «این بدان معنی نیست که کارآفرینی درگیر با پویایی فرهنگی، گفتمان، روایت و هویت نمی‌باشد. کارآفرینی به طور همزمان هم یک مقوله سیاسی و اقتصادی است و هم مقوله‌ای که بر تخیلات نمادین و ایدئولوژیک تکیه دارد.» (Jones, 2015: 636)

۵-۱- تجلی سرمایه مالی در روح دینی

«رویداد استارت آپی طلوع برکت، سرفصل دروس خارج فقه حوزه علمیه قم».

طلوع برکت نام آن چیزی است که «رویدادهای استارت آپی اسلامی - قرآنی» خوانده می‌شود. اولین دوره این «رویداد» در خرداد ماه ۱۳۹۷ برگزار شد. «رویداد استارت آپی اسلامی - قرآنی طلوع برکت» یک رویداد استارت آپی اسلامی - قرآنی است که، طی یک برنامه فشرده سه روزه، شرکت‌کنندگان با فضای کارآفرینی اسلامی - قرآنی در کشور و جهان آشنا شده، به وسیله بسته‌های آموزشی فشرده با مبانی راه‌اندازی کسب و کار بر اساس ارزش‌های قرآنی و اسلامی آشنا شده و از فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در این بخش از زبان اساتید و فعالان این حوزه اطلاع حاصل می‌کنند. در بخش دیگر این رویداد، فضای واقعی ایجاد کسب و کارهای اسلامی - قرآنی برای شرکت‌کنندگان شبیه‌سازی می‌شود، به طوری که شرکت‌کنندگان در محیطی پویا و خلاق تیم‌های کاری خود را تشکیل داده و مراحل راه‌اندازی یک کسب و کار اسلامی - قرآنی را از ابتدا تا انتها به صورت فشرده تجربه می‌کنند. در نهایت تیم‌هایی که از پتانسیل کافی برای سرمایه‌گذاری برخوردارند توسط سرمایه‌گذاران انتخاب می‌شوند. (معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری).

این «رویداد» پانزدهمین دوره خود را در ۲۱ آذر ماه ۱۳۹۸ به پایان رسانید، این بدین معنی است که از خرداد ۱۳۹۷ تا آذر ۱۳۹۸ یعنی در مدت ۱۸ ماه، ۱۵ دوره را برگزار نموده است، این امر را باید به مثابه تجلی سرمایه مالی و مناسبات آن در روح دین دانست. در ادامه همین «رویداد»، آقای اکبر هاشمی (صاحب امتیاز و بگانه هفته‌نامه شنبه. مهمترین وبگاه تخصصی اکوسیستم استارت‌آپی در ایران) و از جمله سخنرانان افتتاحیه اولین دوره این «رویدادها» در مقاله‌ای تحت عنوان شروع «دوران استارت‌آپ‌های اسلامی - قرآنی» در تاریخ ۱۹ خرداد ۱۳۹۷ بر آن است تا ظرفیت‌هایی در آمدزایی حوزه دین را به مثابه کشف منابع پنهان ثروت نشان دهد، او چنین آورده است: دیگر آنکه خرسندم که علی‌رغم اختلاف نظرهایمان در عنوان استارت‌آپ اسلامی و غیراسلامی با زبان آمار و ارقام از یک بی‌زینس بکر در حوزه مارکت اسلامی خبر می‌دهند و اینکه برای تصاحب این بازار نیاز به سرمایه‌گذار خطرپذیر دارند. هاشمی در نشان دادن این «بی‌زینس بکر» چنین می‌گوید: از بازار چادر که بیش از ۵ هزار میلیارد تومان برآورد می‌شود یا در بحث سوغات زیارتی، بازاری به ارزش ۵۰۰ میلیارد تومان وجود دارد. در حوزه فین تک به وجوهات شرعی علما اشاره می‌کنند که نیازمند استارت‌آپ فین تک است. گردشگری اسلامی، غذاهای حلال و... حتی نگاهشان به این حوزه جهانی است. «در حال حاضر اندازه بازار پوشاک کشورهای اسلامی حدود ۳۰۰ میلیارد دلار است؛ همچنین اندازه بازار رسانه‌های جهان اسلامی حدود ۲۲۰ میلیارد

دلار است که بنا بر آماری که وجود دارد، حدود ۲۰ میلیارد دلار آن مربوط به رسانه‌های مذهبی است. در حوزه مالی و فین‌تک نیز اندازه دارایی بانک‌های کشورهای اسلامی حدود ۲ هزار و ۲۰۰ میلیارد دلار است که ۱۰۰ میلیارد دلار آن به حوزه بانکداری اسلامی مربوط است. او در ادامه به پاک بودن اوسیسیتم استارت آپی قسم یاد می‌کند: «امروز در رمضان سال ۹۷ خوشحالم که چند نفر از بچه‌های مذهبی و استارت‌آپی در میزگرد شنبه، شهادت به پاک بودن اکوسیستم استارت‌آپی ایران می‌دهند» (وبگاه شنبه). این اظهار نظرها به روشنی درهم‌تنیدگی زبان و جهان‌بینی دینی و جهان‌بینی نئولیبرالی (روح سرمایه داری) را آشکار می‌سازد. البته در اینجا می‌توان از استارت‌آپ روش‌های کسب پول، موفقیت و مهارت‌های زندگی «گروه بین‌المللی عرشیان» نیز نام برد، سید محمد عرشیانفر که خود یک روحانی است، این استارت‌آپ را راه‌اندازی کرده است، استارت‌آپ فوق به فروش محصولات و برگزاری دوره‌های پول‌سازی و... می‌پردازد (وبگاه گروه بین‌المللی عرشیان). در بخشی از سخنان عرشیانفر، از آنچه که خودش به نام «آموزه» از آنها نام می‌برد چنین آمده است: «بیزنس پیامبر واسطه‌گری بوده است ایشان برای حضرت خدیجه جنس می‌خریده است و درصدش را می‌گرفته است» (وبگاه پول‌سازی).

لیست دروس خارج فقه معاصر در نیمسال اولی سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۴۰۰ نیز به روشنی گویای تقویت شدن فعالیت‌های استارت‌آپی دینی- مذهبی توسط حوزه علمیه و طلاب است که با «تصور» تقویت شدن دین و مذهب از طریق پرداختن به این‌گونه فعالیت‌ها همراه می‌باشد، این امر نیز به نوبه خود به مثابه یکی دیگر از اشکال تجلی سرمایه‌ی مالی در روح دینی قابل شناسایی و درک می‌باشد. درس‌هایی از قبیل: فقه روابط اجتماعی: شبکه‌های اجتماعی و پیام رسان‌ها، احکام پول، فقه بورس و سرمایه، فقه سرمایه- گذاری استارت‌آپ‌ها، بیت کوین و ارز SDR، فقه رمز ارزها و بیت کوین، ماهیت شخص حقوقی و احکام آن (خبرگزاری رسمی حوزه)، به روشنی درهم‌تنیدگی و مبادله هرچه بیشتر بین سرمایه‌داری مالی و دین را نشان می‌دهند، که از یک طرف تلاشی است جهت دینی و مذهبی نمودن مناسبات اقتصادی جدید، و از طرف دیگر، حاکی از تجلی منطق بازار آزاد، در دین می‌باشد. این درس‌ها با هدف متضاد و متناقض کسب درآمد از دین و گسترش آموزه‌های مذهبی، شرایط و زمینه‌های تبدیل حوزه دین به بخشی از بازار را فراهم ساخته و به جذب آموزه‌های دین در مناسبات سرمایه‌دارانه می‌انجامد، چراکه ضرورتاً، منطق بازار که مبتنی بر کالایی و پولی نمودن هر چیز جهت مبادله مالی آن است، به حوزه دین وارد می‌شود. باید افزود که در غیر این صورت، فعالیت حوزه دین در شرکت‌های استارت‌آپی از ابتدا بی‌معنا خواهد بود. به عبارتی دین با پذیرش منطق بازار، و تلاش برای کالایی نمودن و پولی نمودن آموزه‌هایش است که می‌تواند وارد مناسبات بازار شود، وگرنه فعالیت‌های اقتصادی او، از همان ابتدا بی‌معنا و بی‌نتیجه خواهد بود.

۵-۱-۲- از زهد سختگیرانه تا ایمان افسار گسیخته

در نگاه اول به نظر می‌رسد که اینگونه فعالیت‌های استارت آپی اتفاقاً بسیار سودمند بوده و با خلاقیت و پشتکار اشخاص یا شرکت‌ها به موفقیت دست می‌یابد، چراکه از یک طرف موجب ایجاد شغل و درآمد برای طلاب و حوزه علمیه شده و از طرف دیگر خدمات و نیازهای دینداران را پاسخ می‌دهد و این دو، هم موجب رشد و توسعه اقتصادی می‌شود و هم موجب گسترش مذهب و دینداری. اما باید گفت که این نتیجه‌گیری سوژکتیو بوده و بواسطه منطق انتزاع ساز صورت می‌پذیرد، چراکه در تضاد با واقعیت عینی است و از اینجا وجه ایدئولوژیک اقتصاد بازار آزاد نیز آشکار می‌شود. تخمین زده می‌شود ۹۰ درصد از استارت‌آپ‌های جدید شکست بخورند، حدود ۲۰ درصد استارت‌آپ‌ها در سال اول شکست می‌خورند، ۲۰ درصد از استارت‌آپ‌ها در دو سال اول تعطیل می‌شوند، کمتر از ۵۰ درصد از کسب و کارها به سال پنجم خود می‌رسند، حدود ۳۰ درصد از آنها به مرز ۱۵ سال می‌رسند، از هر ۱۰ نفر فقط ۱ نفر در دراز مدت زنده می‌ماند. (review42.com) در واقع آنچه که در اینجا پنهان می‌شود رانتهای اقتصادی- مالی،

نقش دولت (مخصوصاً در اجرای دستورالعمل‌های بازار آزادی)، نقش بانک‌ها و موسسات مالی، بازار انحصاری، سرمایه‌های مالی و هنگفت چند ده میلیون دلاری است. امری که به وضوح نشان می‌دهد که این‌گونه شرکت‌ها بر خلاف آنچه که «تبلیغ» می‌شود، برابری خواهانه نبوده و پیوندی با خلاقیت و پشتکار موسسین ندارد، بلکه موجب می‌شود سودهای هنگفت فرهنگی و مالی را نصیب صاحبان قدرت کند و موجب ورشکستگی نود درصد موسسین شود.

به عبارتی با پنهان شدن مناسبات سرمایه و در اینجا سرمایه مالی، شکست و موفقیت این شرکت‌ها به خصوصیات فردی (خلاقیت و پشتکار) ارجاع داده شده و مشروعیت بخش نابرابری می‌شود. دیوید هاروی بر آن است که یک چیز قطعی است، هرگونه راهبرد به اصطلاح رادیکال که با پولی کردن روابط و نیروهای بازار در پی بازگرداندن قدرت به کسانی است که در زمینه بازتولید اجتماعی از آنان سلب قدرت شده است رو به سویی کاملاً نادرست دارد. برگزاری کلاس‌های آموزش مالی برای کل مردم، تنها آنها را همچون ماهی‌های کوچک و بی‌پناه در دریایی از کوسه‌ها در معرض روش‌های چپاول‌گرانه قرار می‌دهد (هاروی، ۱۳۹۴: ۲۶۳).

اما کالایی و پولی شدن حوزه دین فرآیندی است که دقیقاً در تضاد و تناقض با ذات دین قرار دارد. در اینجا هدف حوزه علمیه از یک طرف گسترش فرهنگ دینی و مذهبی و از طرف دیگر کسب درآمد از آن (یعنی از آموزه‌ها، اعمال و مناسبات دینی و مذهبی) است. به نظر می‌رسد حوزه علمیه برای دست یابی به این هدف متضاد و متناقض هیچ راهی ندارد، مگر اینکه یکی را در پای دیگری قربانی کند. در اینجا است که در یک رابطه دیالکتیکی، منطق بازار به حوزه دین و تقدس و ایمان دینی به بازار انتقال می‌یابد، اما ایدئولوژی بازار آزاد بواسطه منطق صوری و انتزاعی‌ساز خود، این تناقض را پنهان می‌سازد. چراکه بدون ارجاع به امر انضمامی که نشان دهنده تضاد بین معنویت و دیندار بودن و کسب درآمد از آن باشد، و بدون هیچ توضیحی، بر آن است که فعالیت در شرکت‌های استارت‌آپی از طرف حوزه علمیه موجب خود مختاری حوزه دین، گسترش فعالیت‌های دینی و مذهبی، کسب درآمد و ایجاد شغل برای طلاب، و رونق اقتصادی جامعه می‌شود. این امر در پیوند با ماهیت و نوع فعالیت شرکت‌های استارت‌آپی، تضاد موجود را تشدید می‌کند. در اینجا نیز هاروی نشان می‌دهد که کشش بت‌انگارانه به سوی شکل‌های نوین فن‌آوری، در هر شکلش، زمینه آمیزش علم و فناوری را فراهم ساخت و این دو از آن پس در یک هم آغوشی دیالکتیکی رشد یافتند، هاروی بر آن است که این آمیختگی در دل «نوآوری در فن‌آوری»، به عنوان یک «کسب و کار» جای داشت (همان، ۱۳۹۴: ۳۵). فرآیندی که در اینجا، وارد حوزه دین شد.

در واقع باید گفت، زهد دنیا‌گريزانه، با تلاش برای کسب درآمد از آموزه‌های دینی، حداقل حامل دو تناقض درون ماندگار در دین، به مثابه یک کلیت است. از یک طرف تناقض بین زهد و دنیاگرایی، و از طرف دیگر تناقض کسب مال دنیا، بواسطه آموزه‌های خود دین. اما این امر چگونه ممکن است؟ یا به عبارتی دین این تناقض را چگونه حل می‌کند؟ باید بیان داشت که دین نمی‌تواند این تناقض را رفع کند، چراکه در هر شکلی، ضرورتاً از خود تقدس زدایی خواهد نمود. لذا – در اینجا – هر تلاشی بواسطه بازار که ظاهراً تناقض موجود را رفع می‌کند، تناقض را حل نشده باقی گذاشته، و در نهایت به عملی بر ضد دین تبدیل خواهد شد. در اینجا، دین در یک رابطه دیالکتیکی با بازار منجر به تقدس یافتن بازار خواهد شد، رابطه دیالکتیکی همچنین آشکار می‌سازد که تقدس‌زدایی از دین به معنی از بین رفتن امر مقدس نیست، بلکه به معنی تبدیل امر نامقدس به مقدس است. دورکیم نشان می‌دهد که خصلت تقدس، اساساً سرایت‌کننده است (دورکیم، ۱۳۹۳: ۲۲۷)، از این رو شاهد خواهیم بود که از یک طرف، بازار بواسطه دین مقدس شده، و دین بواسطه بازار تقدس‌زدایی خواهد شد، و از طرف دیگر منطق بازار نیز وارد مناسبات دینی شود، به عبارتی منطق بازار به حوزه دین و تقدس دین به بازار سرایت می‌کند. همان‌طور که دوین سینگ^۱ نشان می‌دهد: اگر پول منطق خود را به ساختار الهیاتی قرض دهد، گفتار خدا در عوض، با ارائه اعتبار و قدرت تقدس خود به جهان مبادله، آنرا بازپرداخت می‌کند (singh, 2018: 3).

بر این اساس می‌توان ادعا کرد که، فعالیت دین برای کسب درآمد از آموزه‌های دین، از یک سو منجر به تقدس زدایی از دین، کالایی و پولی شدن مناسبات دینی و مذهبی می‌شود، و از سوی دیگر منجر به تقدس و ایمان به بازاری، که قرار است در یک لحظه هم سعادت دنیا و هم رستگاری آخرت را نصیب مومنان به خود کند. علاوه بر این، منطقاً می‌توان انتظار داشت که، با تقدس یافتن بازار، و ایمان به او، مجموعه‌ای از مفاهیم دینی از قبیل: خدا، ناجی، پیامبر، معجزه، بشارت، سعادت، رستگاری، ایمان، سوگند، پرستش، پاکی، امید، گناه و... با همان معنای دینی خود، به بازار منتقل شده و الهیاتی پیرامون بازار آزاد را شکل دهند. کما این که امروزه این مفاهیم با همان معنای دینی به وفور در زبان و نام گذاری‌های فعالین کارآفرینی و استارت‌آپی به کار گرفته می‌شود. این فرآیند معنایی جز این ندارد که تناقض فوق، بواسطه بازار نیز رفع نخواهد شد، و در نهایت به عملی بر ضد دین تبدیل خواهد شد. به زبانی دیگر زهد دنیاگريزانه پارسایان و دینداران در یک رابطه دیالکتیکی با منطق و مناسبات بازار آزاد، به ایمان افسار گسیخته به بازار تبدیل می‌شود.

۶. بحث و نتیجه‌گیری

از یک طرف تصویب تأسیس دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران بر اساس سند چشم انداز بیست ساله جمهوری اسلامی در سال ۱۳۸۶. (که در آن بر اقتصاد دانش محور و همچنین تأمین نیرهای تخصصی برنامه چهارم توسعه کشور تأکید شده)، همچنین تصویب قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان و تجاری‌سازی نوآوری‌ها و اختراعات در تاریخ ۱۳۸۹ توسط مجلس، راه‌اندازی و تأسیس رشته کارآفرینی در دانشگاه تهران (۱۳۸۶)، تأسیس رشته کارآفرینی فرهنگی در سال ۱۳۹۱ با اهداف اصلی، تشخیص فرصت‌ها و امکانات بالقوه در عرصه‌ی خدمات و کالاهای فرهنگی، کسب توانایی تفکر خلاق و پیاده‌سازی ایده‌های خلاقانه در عرصه خدمات و کالاهای فرهنگی، کسب مهارت در رقابت در عرصه‌های خدمات و کالاهای فرهنگی و ارزیابی آثار و منافع اقتصادی کسب و کارهای فرهنگی، زمینه‌های قانونی و مشروعیت علمی فعالیت شرکت‌های دانش بنیان و رشته کارآفرینی را فراهم و بدین واسطه عملاً حوزه فرهنگ و مناسبات اجتماعی را به مثابه کسب و کار، تبدیل به ابژه علم و دانش کارآفرینی ساخته و وارد مناسبات بازاری و کالایی نمود.

از طرف دیگر اظهار مدیران و تصمیم گیران «حوزه علمیه»، بازدید مقام‌های بلند مرتبه دولتی با مراجع تقلید سنتی (به مثابه تلاشی جهت مشروع جلوه دادن این قبیل فعالیت‌های اقتصادی در حوزه دین) و همچنین مدیر حوزه‌های علمیه، مبنی بر اینکه حوزه علوم انسانی می‌تواند بستر خلاقیت و کارآفرینی طلاب را فراهم کند، و همچنین تأکید بر اهمیت و لزوم نفوذ حوزه علمیه در علوم انسانی و تجاری‌سازی آن، و اینکه به زبان آمار و ارقام یک بیزینس بکر در حوزه مارکت اسلامی وجود دارد که برای تصاحب این بازار به سرمایه‌گذار خطرپذیر نیاز می‌باشد. حاکی از صدور مشروعیت دینی از طرف حوزه علمیه، برای فعالیت شرکت‌های استارت‌آپی دینی- مذهبی است. بطوری که از آن پس شاهد حضور پر شتاب و سرسام‌آور طلاب در تأسیس انواع استات‌آپ‌های مذهبی - دینی، کارگاه‌های آموزش راه‌اندازی استات‌آپ، برگزاری رویدادهای استارت‌آپی و دیگر موارد مرتبط با آن با حمایت همه جانبه حوزه علمیه هستیم، به حدی که در فاصله یک سال نیم (در سال‌های ۱۳۹۷ تا اواسط ۱۳۹۹) پانزده دوره رویداد استارت‌آپی از طرف حوزه علمیه و طلاب در زمینه دینی - مذهبی برگزار شد.

واقعیت‌های عینی فوق، پیوند بین سیاست(دولت)، دانش(رشته دانشگاهی کارآفرینی) و دین(حوزه علمیه)، بواسطه اقتصاد بازار آزاد و سرمایه‌داری مالی(شرکت‌های استارت‌آپی با خاستگاه اقتصاد دانش بنیان) را آشکار می‌سازد، که به ترتیب با فراهم نمودن مشروعیت قانونی، علمی و دینی، یکدیگر را حمایت و پشتیبانی می‌کنند. به نظر می‌رسد این درهم تنیدگی حول محور مشترک

مناسبات بازاری و کالایی قرار است منافع جداگانه و مشترک حوزه‌های فوق را تأمین نماید. در اینجا همان‌طور که آرمسترانگ استدلال می‌کند می‌توان شاهد بود که، کارآفرینی بیش از هرچیز یک سیاست یا پروژه سیاسی است، او نشان می‌دهد که این سیاستی بود که از نسخه خاصی از ایدئولوژی سرمایه‌داری نشأت گرفت که توسط گروهی کوچک در حزب محافظه کار قبل از انتخابات ۱۹۷۹ [انگلستان] پذیرفته شد، و ریشه‌های آن به اقتصاد میلتن فریدمن و ایده‌های نئولیبرالی فریدریش فون هایک در مورد دولت حداقلی باز می‌گردد (Armstrong, 2005:9). از این روست که نمی‌توان درهم آمیختگی مشروعیت قانونی، علمی و دینی، که از آن سخن گفته شد، را بدون قرار دادن آن در شکل بندی اجتماعی اقتصادی‌اش مورد مطالعه قرار داد، و آنرا امری اتفاقی در نظر گرفت.

همان‌طور که نشان داده شد، در اینجا لازم به تأکید است که ارتباط بین شرکت‌های استارت‌آپی با منطق سرمایه و نظام سرمایه‌داری به طور کلی، و سرمایه‌داری مالی و نظام بازار آزاد به طور خاص، را در نظر داشته باشیم، این امر موجب می‌شود تا مناسبات سرمایه‌دارانه در فعالیتهای استارت‌آپی، با ارجاع به خلاقیت، استعداد و پشتکار فرد کارآفرین و فعالیت‌های به اصطلاح کارآفرینانه پنهان نماند، و از سوی دیگر نقد شرکت‌های استارت‌آپی و نقد کارآفرینی، همزمان نقد اشکالی از تعیین یافتگی سرمایه‌داری متأخر و نظام سرمایه‌داری باشد.

اکنون با توجه به فرآیند مشروع سازی و ماهیت شرکت‌های استارت‌آپی و پیوند ارگانیک و ساختاری آن با منطق سرمایه و نظام سرمایه‌داری متأخر، روشن است که در اینجا سرمایه به میانجی سیاست و دانش و با کشف حوزه دین به عنوان حوزه بکری که امکان بهره‌گیری اقتصادی و کسب سود مالی و پولی در آن بسیار مهیاست زمینه تصرف این حوزه اجتماعی، توسط سرمایه‌داری مالی و بازار آزاد را فراهم آوردند. اما نکته مهم در اینجا عدم مقاومت حوزه دین در مقابل این تصرف سوداگرانه است. به عبارتی حوزه دین نه تنها از خود مقاومتی نشان نداد، بلکه آنرا موهبت و فضیلت به شمار آورد، و مشتاقانه و بی‌پروا خود را در اختیار آن قرار داد. این نکته ضروری است که دین در اینجا، از یک طرف یعنی نهاد و سازمان بروکراتیک رسمی دین، و از طرف دیگر یعنی حوزه علمیه با نیروهای انسانی خود، افرادی که بنا به سنت فرهنگی، تاریخی و مذهبی ایران سخن‌گویان و متولیان دین و مذهب بشمار می‌روند.

هر چند که عدم مقاومت حوزه دین در مقابل اقتصاد بازار آزاد مهم است و از زاویه این پژوهش نشان از تغییر به سمت تهی شدن دین از نیروی مقاومت و کنش برابری خواهانه، اخلاقی و انسانی دارد، این را نیز باید اضافه نمود که از وجهی دیگر حاکی از حرکت دین به سمت تهی شدن از بعد معنوی، زاهدانه و دنیاگریزانه ذات خود دارد. اما علت آنرا باید از یک طرف در پیوند دین با سیاست (دولت) در جامعه ایران جستجو کرد، که پیشتر موجب شده است خود مختاری دین مورد پرسش قرار گیرد، پیوندی که به موجب آن، بحران سیاسی یا بحران دولت، بحران دینی یا بحران روحانیت بشمار می‌آید، و از طرف دیگر باید در پیوند سیاست (دولت) با نظام سرمایه‌داری متأخر جستجو کرد، که به موجب آن، خود مختاری دولت بواسطه نیروی سرمایه مورد تهدید، تعرض و تسخیر قرار گرفته. در اینجا می‌توان شاهد نقش دولت بود، دولت که از یک طرف با دین آمیخته شده و از طرف دیگر با نظام اقتصادی سرمایه‌داری، در نقش میانجی، موجب درهم‌تنیدگی دین با اقتصاد بازار آزاد و سرمایه‌داری مالی شده است، اما با توجه به نقش دانش (دانشگاه) و ارتباط آن با سیاست (دولت)، که پیشتر آشکار شد، دقیق‌تر آن است که دولت در همکاری با دانش و نهاد دانشگاه این نقش را ایفا نمود.

اما بر خلاف اهداف جداگانه و مشترکی که در اینجا بواسطه اقتصاد باعث درهم‌تنیدگی دین، سیاست و دانش شد، و در شکل شرکت‌های استارت‌آپی و کارآفرینی عینیت یافت، این امر به دلیل کالایی و پولی نمودن روابط و مناسبات معنوی و مذهبی افراد جامعه، در یک رابطه دیالکتیکی بر ضد دین عمل می‌کند، چراکه امر مقدس و معنوی را تقدس زدایی و دنیوی کرده، تا آنجا که آنرا

تبدیل به کالا نموده و با قیمتی مشخص برای فروش به بازار عرضه می‌دارد. منطق و روش دیالکتیکی، از یک طرف درهم تنیدگی دین، سیاست و دانش را، بواسطه مناسبات سرمایه‌داری متأخر، در فرم شرکت‌های استارت آپی دینی- مذهبی را نشان داد، و آشکار ساخت که این سه حوزه با مبادله مشروعیت دینی، قانونی و علمی همدیگر را پشتیبانی کرده و از هم حمایت می‌کنند، و از طرف دیگر نشان می‌دهد که این امر به شکل تناقض‌آمیزی، بر ضد دین عمل می‌کند، چراکه ضرورتاً تقدس و ایمان دینی به بازار انتقال یافته و منطق بازار، حوزه دین را تسخیر نموده و روابط دینی و معنوی را کالایی، پولی و شیء وارده کرده و از محتوی معنوی، اخلاقی، انسانی، دیگرخواهانه و در یک کلام ذات مقدس خود تهی می‌سازد. همان‌طور که پیشتر از قول دوین سینگ آورده شد: اگر پول منطق خود را به ساختار الهیاتی قرض دهد، گفتار خدا در عوض، با ارائه اعتبار و قدرت تقدس خود به جهان مبادله، آنرا تلافی کرده یا بازپرداخت می‌کند، در این شرایط افراد نمی‌توانند امر دینی (کردار و اخلاق دینی) را از امر اقتصادی (مبادله کالا و منفعت مالی) تفکیک کرده و تناقض‌های موجود در مناسبات‌های اقتصادی-مذهبی را در کلیت اجتماعی درک کنند، لذا امر اقتصادی با امر دینی این‌همان شده و به یکدیگر تبدیل می‌شوند، در اینجا از نیروی ایمان مذهبی کاسته شده و مذهب تا حد ابزار فروکاسته می‌شود، و به قول دورکیم، مذهب تبدیل به ترفندهایی می‌شود، برای حفظ منافع دنیوی (دورکیم، ۱۳۹۳: ۲۳۹)، این روند دقیقاً به معنای آن است که، اینگونه فعالیت‌های اقتصادی دین (حوزه علمیه) بر ضد دین عمل می‌کند، در این وضعیت، نه تنها نقد منطق و مناسبات بازار، نقد دین شمرده می‌شود، بلکه اجرای دستورالعمل‌های آن، همچون دستورات دینی واجب دانسته می‌شود.

کالایی و بازاری شدن حوزه دین و مناسبات معنوی و مذهبی، را می‌توان به مثابه بوجود آمدن تغییرات مادی و غیر مادی در کلیت اجتماعی نیز درک کرد. بدین معنی که، این امر علاوه بر این که دین را از محتوی دیگرخواهی خود تهی می‌سازد، آگاهی و ذهنیت افراد جامعه را تغییر داده و موجب مشروعیت بخشی دینی به ذهنیت و رفتار منفعت طلبانه، سود جویانه و خودخواهانه و رقابت مالی بین انسان‌ها می‌شود، به عبارتی اخلاق اقتصادی به حوزه دین وارد شده، جای اخلاق دینی را گرفته و توسط دین مشروعیت می‌یابد. در این شرایط به تدریج، جهان بینی، تقدس، مفاهیم و آموزه‌های دین، موجب شکل‌گیری الهیات پیرامون مناسبات بازار آزاد شده و آنرا تا سطح امر مقدس دینی، مقدس می‌سازد، در اینجا همگرایی و اشتراک بین جهان بینی دینی و جهانی بینی نئولیبرالی (ایدئولوژی سرمایه‌داری متأخر) بدین صورت است که، هر دو خود را ناجی و رستگاری بخش معرفی می‌کنند، دین بر آن است که اگر هر فرد و جامعه‌ای آموزه‌های دین را رعایت و به آن عمل نماید در جهان دیگر رستگار خواهد شد، و جهان بینی نئولیبرال نیز دقیقاً همین ادعا را در جهان مادی و زندگی روزمره افراد دارد، یعنی بشارت به رستگاری دنیوی، در صورت سپردن زندگی و کسب و کار خود به دستورالعمل‌های بازار آزاد یا منطق بازار. از این جنبه، فعالیت حوزه علمیه در شرکت‌های استارت آپی زمینه‌های شکل‌گیری یک جهان بینی جدیدی را فراهم می‌سازد. جهان بینی که در آن سعادت دنیا و رستگاری آخرت، بواسطه فعالیت و موفقیت‌های اقتصادی، در حوزه دین و مذهب، قابل دستیابی است. به عبارتی این جهان بینی، ایدئولوژی نئولیبرالیسم (نظام سرمایه‌داری متأخر افسار گسیخته بی رحم) را در شکل ایده‌ناجی بازنمایی کرده، مناسبات و دستورالعمل‌های آن را به مثابه آموزه‌های دینی، لازم الاجرا و مقدس دانسته، و ایمان و پیروی از آن را، موجب سعادت و خوشبختی دنیوی و رستگاری اخروی بشمار می‌آورد.

در هر صورت در اینجا با یک تناقض اساسی روبرو هستیم، تناقض جهان‌بینی نظام دینی و جهان‌بینی نظام سرمایه‌داری، دو نظامی که نسبتی با یکدیگر ندارند، نظام بازار آزاد که معتقد است حقیقت را بازار می‌گوید و نظامی که معتقد است حقیقت را خداوند می‌گوید (اباذری، ۱۴۰۰: ۱۱۶)، این تناقض که از یک طرف، موجب تغییر سوژکتیو انسان‌ها و گسترش سوژه‌های مذهبی و منفعت طلب، کاریزماتیک شدن کارآفرین و کالایی شدن روابط دینی-مذهبی می‌شود، و از طرف دیگر، موجب بوجود آمدن الهیات بازار آزاد، تغییر روابط اجتماعی، بوجود آمدن تنظیمات نهادی جدید و شکلی از فروپاشی انسجام منطقی ذهن؛ که هرگونه مقاومت، مبارزه

و یا کنش برابری طلبانه و آزادی خواهانه را پیش از شکل‌گیری، در خود حل کرده و به نام مخالفت با دین یا سیاست یا دانش - و یا هر سه - به شدت سرکوب می‌کند، به هیچ روی قابل رفع نیست. در واقع یک چیز مسلم است، این که جمع جهان بینی نظام بازار آزاد و جهان بینی نظام دینی، حامل تناقضی درون ماندگار است و رفع یا فراروی، ممکن نمی‌باشد. (منطق دیالکتیکی آشکار می‌سازد که باید انتظار داشت تغییرات و دگرگونی‌هایی نیز در کلیت دین رخ دهد، که البته پرداختن به آن، فرصت دیگری را طلب می‌کند، و ما تنها در اینجا از آن با عنوان «منطق بازار آزاد و شکل‌گیری الهیات استعمار» نام می‌بریم.)

۷. منابع

- اباذری، یوسف (۱۳۹۹). بنیادگرایی بازار. تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- آدرنو، تئودور (۱۳۹۳). جامعه‌شناسی و پژوهش تجربی؛ جامعه‌شناسی انتقادی، ترجمه حسن چاوشیان. تهران، انتشارات کتاب آمه.
- آدرنو، تئودور (۱۳۹۳). انتقاد فرهنگی از جامعه؛ جامعه‌شناسی انتقادی، ترجمه حسن چاوشیان. تهران، انتشارات کتاب آمه.
- آدرنو، تئودور. هور کهایمر، ماکس (۱۳۸۴). دیالکتیک روشنگری، ترجمه مراد فرهادپور، امید مهرگان، تهران، انتشارات گام نو.
- چانگ، ها-جون (۱۳۹۲). بیست و سه گفتار درباره سرمایه‌داری؛ پیرامون نکاتی که آنها بروز نمی‌دهند. ترجمه ناصر زرافشان. تهران، انتشارات مهر ویستا.
- خائفی، منصوره (۱۳۹۹). نئولیبرالیسم، صنعت و فناوری، شرکت‌های استارت‌آپی. تهران، انتشارات آگاه.
- دورکیم، امیل (۱۳۹۳). درس‌های جامعه‌شناسی؛ فیزیک اخلاقیات و حقوق، ترجمه سید جمال الدین موسوی. تهران، نشر نی.
- لوفور، هانری (۱۳۹۶). بقای سرمایه‌داری، ترجمه آیدین ترکمه، تهران، انتشارات تیسا.
- لوفور، هانری (۱۳۹۶). ماتریالیسم دیالکتیکی، ترجمه آیدین ترکمه، تهران، انتشارات تیسا.
- مارکس، کارل (۱۳۹۹). دست‌نوشته‌های اقتصادی و فلسفی ۱۸۴۴، ترجمه حسن مرتضوی، تهران، انتشارات آشیان.
- ویلسون، راس (۱۴۰۰). تئودور آدرنو، ترجمه پویا ایمانی، تهران، انتشارات مرکز.
- هاروی، دیوید (۱۳۹۴). هفده تناقض و پایان سرمایه‌داری، ترجمه خسرو کلانتری، مجید امینی، تهران، انتشارات کلاغ.
- Armstrong, P. (2005). Critique of entrepreneurship: People and policy. Springer.
- Bartel, R. C. (2021). Financializing the soul: Christian microfinance and economic missionization in Colombia. *Critical Research on Religion*, 9(1), 31-47.
- Bartunek, J. M., & Do, B. (2011). The sacralization of Christmas commerce. *Organization*, 18(6), 795-806.
- Calder, R. (2020). Halalization: Religious Product Certification in Secular Markets. *Sociological Theory*, 38(4), 334-361
- Jones, C., & Murtola, A.-M. (2012). Entrepreneurship and expropriation. *Organization*, 19(5), 635-655.
- Rudnyckyj, Daromir. (2009). Spiritual Economies: Islam and Neoliberalism in Contemporary Indonesia. *Cultural Anthropology*. 24. 104 - 141.
- Rudnyckyj, Daromir. (2010). *Spiritual Economies: Islam, Globalization, and the Afterlife of Development*, Cornell University Press.
- Singh, Devin (2018). *Divine Currency, The Theological Power of Money in the West*, Stanford University Press, Stanford, California.

جامعه مدرسین حوزه علمیه قم <https://www.jameehmodarresin.org/>

مرکز مدیریت حوزه های علمیه <https://ismc.ir/>

خبرگزاری رسمی حوزه <https://www.hawzahnews.com/>

خبرگزاری شبستان. رسانه حوزه دین، فرهنگ و اندیشه <http://shabestan.ir/>

مرکز رشد واحدهای فنآور هنرهای قرآنی <http://quranati.ir/main/>

<https://iqna.ir/> خبرگزاری بین‌المللی قرآن
<https://www.jz.ac.ir/> جامعه الزهرا. حوزه علمیه خواران قم
<https://fa.wikishia.net/> ویکی شیعه
<http://ircreative.isti.ir/> معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری
<http://www.qomstp.ir/> پارک علم و فن آوری استان قم
<https://ent.ut.ac.ir/> دانشکده کار آفرینی دانشگاه تهران
<https://arshiyani.com/> گروه بین‌المللی عرشیان
<https://masirtalabe.ir/> مسیر طلبه
<https://baresh.masirtalabe.ir/> سامانه بارش
<https://emam8.com/> امام هشت
<http://atshanmadahi.rozblog.com/> عطشان
<http://sabzghamat.ir/> سبز قامت
<https://www.tasnimnews.com/> خبرگزاری تسنیم
<https://www.sena.ir/> پایگاه خبری بازار رسانه ایران
<https://www.mashreghnews.ir/> مشرق نیوز
<https://khabarban.com/> خبربان
<http://nooridea.blog.ir/> موسسه مبلغ جوان
<http://nopana.ir/> وبسایت علمی تحلیلی کسب و کارهای پویا
<https://ecomotive.ir/> اکوموتیو. اخبار استارت‌آپی
<https://shanbemag.com/about-us/> وبگاه هفته نامه شنبه
poldarsho.ir/ پولدار شو
<https://www.polsazi.com/biography-arshianfar/> پولساز
<https://review42.com/>

in Persian

- Abazari, Yusef (2019). Market fundamentalism. Tehran, Tehran University Press.
- Adorno, Theodor (2014). Sociology and experimental research; Critical Sociology, translated by Hassan Chavoshian. Tehran, Ameh Kitab Publications.
- Adorno, Theodore (2013). Cultural criticism of society; critical sociology, translated by Hassan Chavoshian. Tehran, Ameh Books Publishing House.
- Adorno, Theodore. Horkheimer, Max (2005). Dialectic of Enlightenment, translated by Murad Farhadpour, Omid Mehrgan, Tehran, Gam Nu Publications.
- Chang, Ha-Jun (2012). Twenty-three speeches about capitalism; about the points they do not reveal. Translated by Nasser Zarafshan. Tehran, Mehr vista Publications.
- Durkheim, Emile (2013). Lessons in sociology; physics, ethics and law, translated by Seyyed Jamaluddin Mousavi. Tehran, Nash.
- Harvey, David (2014). Seventeen Contradictions and the End of Capitalism, translated by Khosrow Kalantari, Majid Amini, Tehran, Kalagh Publications.
- Khaefi, Mansoure (2019). Neoliberalism, industry and technology, start-up companies. Tehran, Agah Publications.

- Lefebvre, Henry (2016). Dialectical materialism, translated by Aydin Turkmeh, Tehran, Tisa Publications.
- Lefebvre, Henry (2016). Survival of Capitalism, translated by Aydin Turkmeh, Tehran, Tisa Publications.
- Marx, Karl (2020). Economic and Philosophical Manuscripts of 1844, translated by Hassan Mortazavi, Tehran, Ashian Publications.
- Wilson, Ross (2021). Theodore Adorno, translated by Pouya Imani, Tehran, Center Publications.