

### متن پرسش

#### اربعین و دوستی در عصر اقتصاد

با سلام: حتماً در جریان هستید که آقای «تادمی» در کتاب ارزشمندش، دوستی در عصر اقتصاد، ترجمه‌ی کاوه بهبهانی، نشر نی، به طور مفصل به ویژگی‌های زندگی لیبرالی می‌پردازد و اشاره‌ای با جزئیات کامل به دوگانه‌ی بساخت نولیبرالیسم یعنی کارآفرین و مصرف‌کننده می‌پردازد. او اشاره دارد که مصرف‌کننده فیگوری (نمادی) است که خریدکردن اساس درک اوست از کیستی خودش. فرد هویت خود را مصرف‌کننده بودن می‌داند و به ویژگی‌هایش یعنی مصرف لذت در حال و فردگرایی و برندسازی می‌پردازد. وی می‌گوید: این فیگور (نماد) تجسد سه درون مایه است: مصرف‌کردن در برابر خلق کردن، زیستن در چارچوب زمان حال و نوع خاصی فردیت‌سازی. در ادامه به توصیف کارآفرین می‌پردازد و اعلام می‌دارد که: کارآفرین، در پی سرگرم شدن نیست، بلکه دنبال فرصت برای سرمایه‌گذاری می‌گردد و با همین منش، افراد را به صورت فرصتی برای سرمایه‌گذاری و بهره‌برداری از ایشان می‌بیند و در همین راستا و با این کنش، به محاسبه‌ی سود و زیان هر کاری و اولویت‌بندی آن اقدام می‌کند. او در شاه‌جمله‌ی خود اشاره دارد که: نولیبرالیسم به جای اینکه دیگران را انسان‌هایی برابر با ما داند که ما در کنارشان از این جهان بهره می‌بریم، ما را تشویق می‌کند که دیگران را منابع مالی یا رقیب یا اموری برای سرگرمی بدانیم. ایشان در ادامه به ویژگی‌های دوستی می‌پردازد و در برخی موارد از حکمت‌های ارسطو با آن همه ملاحظاتش در دوستی بهره می‌گیرد. مثلاً در جایی ارسطو صراحتاً می‌گوید: آن‌ها که برای خود دوست، نیک خواه او هستند دوستان راستین اند، چون هرکدام دیگری را برای سیرتش دوست دارد و نه برای ملاحظات عرضی. تادمی ریزبینانه می‌داند لازمه‌ی دوستی راستین در مقایسه با دوستی برای منفعت و دوستی برای لذت، پیوند میان دو دوست است، پیوندی که در آن یکی به خاطر خود دیگری دغدغه‌ی او را دارد؛ در نگاه ارسطو یکی از ویژگی‌های انسان فضیلت‌مند این است که به درجه‌ی بالایی از بی‌نیازی رسیده باشد (البته نه آنقدر بی‌نیاز که به دوستی هم نیازی نداشته باشد). همین ویژگی دوستی راستین، قیامی علیه فردیت‌گرایی و خودمحوری و لذتجویی و زندگی در زمان حال و آینده به شمار می‌رود و می‌تواند پایه‌های روابط مصرف‌کننده که بر لذت‌های زودگذر استوارند و روابط کارآفرینانه که بر پاداش‌های آتی استوارند را متزلزل کند. از تادمی و نکات نابش می‌فهمیم که متوجه حضوری غیر از حضور نولیبرالیسم شده، گرچه به اجمال اما قطعاً از آن عبور کرده. شاهدیم آن نوشته‌ی سیسرو که در کتابش آورده: ما به انتظار قدرشناسی و سپاسگزاری، مهرورزی و سخاوتمندیمی کنیم؛ احساس دلبستگی خود را به تدبیری برای

سوداگری بدل نمی کنیم. نه! چیزی در سرشت ما هست که وادارمان می کند آغوش و قلب خود را بگشاییم. او در ادامه به توصیف ویژگی های دوستی می پردازد که اولین ویژگی آن اعتماد است. او به خوبی اشاره می کند: گفتن در گرو اعتماد به دیگری است و لازمه آن از یک سو نوعی اتکا به گوینده است و از دیگر سو نوعی مسئولیت پذیری را مفروض می گیرد. اعتماد کردن به کسی که به ما سخنی می گوید صرفاً این نیست که معتقد باشیم او احتمالاً درست می گوید، بلکه اعتماد کردن به خود اوست، به شخص او، و خود را به لحاظ معرفتی در اختیار او گذاشتن است. تاد از وفاداری نیز سخن می گوید: وفاداری به دوست صمیمی در آن واحد هم خودجوش تر است و هم پرشورتر. وفاداری به حمایت یا مراقبت از طرف دیگر ربط دارد چون خطری که دوست را تهدید می کند خطری است که یک دنیای مشترک را تهدید می کند. او به خوبی می داند که دوستی بیش از آن که استوار بر شکلی از اقتصاد باشد، بر هدیه دادن استوار است؛ می گوید: هدیه بخششی است بدون انتظار بازگشت؛ فرق است میان این که گمان کنیم دوست از آدم مراقبت می کند چون دوست آدم است، با بخشیدن چیزی به دوست در شرایط خاص به این دلیل که این کار باعث شود دوست از آدم مراقبت کند؛ هدیه دادن در دوستی فقط رخداد تازه ای درستر دوستی نیست، بلکه چه بسا در تحول سرشت دوستی نیز نقش تعیین کننده داشته باشد. یکی از شیوه هایی که نولیبرالیسم خودش را بازتولید می کند این است که بر فردگرایی و بی اعتمادی به دیگران صحنه می گذارد و با این کار مانع شکل گیری همبستگی اجتماعی می شود. در عوض، پویایی رابطه ی دوستان مرآمده ای خلاف این مسیر حرکت می کند. در عجیب نکته های اشاره می دارد دوستی عمیق نه فقط در شادکامی ما در زندگی نقش دارند، بلکه هم برای ما و هم احتمالاً برای دیگران معنا به ارمغان می آورند. همه ی این ها ذکر شد اما ایشان متاسفانه، با پدیده ی بی نظیر اربعین آشنا نیستند. اربعین تجلی دوستی در راه خدا و قیام علیه نولیبرالیسم است. اربعین نوعی زیست با تولید معنا در عصر معنازدگی است. نوعی مبارزه با پوچی گری دوران است که همه را فراگرفته و بلعیده. برای افراد لیبرال مسلکی که درکی از دوستی ندارند، صحنه های نوکری برای زوار امام و اصرار و تمنا برای رایگان بخشی و حتی برخورد جدی با کسانی که امتناع می کنند، غریبه به نظر می آید. آن جا نه لذت برای حال مهم است، نه سرمایه گذاری و چشم انداز برای آینده، آن ها در فردیت امکان زیست ندارند، می میرند! آن ها از خودمحوری مبرا هستند و افراد را فرصتی برای لذت جویی یا سرمایه گذاری نمی بینند، آنها با اعتماد کامل به همکیشان خود، جان و مالشان را فدایشان می کند و مانند هدیه انتظار هیچ بازگشتی ندارند. حتی خود تاد می هم انتظاری از دوست بابت جان فدا کردن نداشت! در اربعین به واسطه ی دوستداران اهل بیت، جهانی برپا شده که هر چه مناسبات اعتباری در این جهان است را به هم می ریزد. هرکسی در اربعین شرکت کرده باشد، یک دوره کامل از این کتاب را بدون استاد فراگرفته است. کتابی که حاصل ساعتها اندیشه ورزی و مصاحبه است. اخ فی الله بن مایه ی ریشه کن کردن هرچه اعتباریات از تشکیلات تا رسوم های خاص تا سنت های جاهلی تا روابط مادی دیگر است. جمع شدن خودش اصالت دارد! این جمع

شدن برای برکندن بنیان نه تنها نولیبرالیسم، بلکه هرچه سلطه گری و انانیت است کارایی دارد. این گونه می شود که شهید صدرزاده با همین نحوه تربیت به مثابه ی نوعی مبارزه و جهاد، خود را پروراند و مدافعان حرم را تربیت کرد؛ یا حقیقت اینگونه در کلمات شهید باغانی ظاهر می گردد که: کربلار فتن خون می خواهد؛ این کربلادیدن بس ماجرا دارد. ماجرای کربلا ماجرای خون و قیام است؛ پیام را شما بدهید، خون از ما...

#### متن پاسخ

باسمه تعالی: سلام علیکم: همان طور که می فرمایید بشر جدید و متفکران عصر حاضر، متوجه ضعف های اقتصاد لیبرالی و نولیبرالیسم شده اند و سعی دارند به نحوی از آن ضعف ها عبور کنند و البته از آن جهت که هنوز نسبت به معنای انسانِ آخرالزمانی تفکر لازم در آن فرهنگ صورت نگرفته؛ نتیجه کارهایشان عملاً عقیم می ماند مگر آن که به حضور دیگری فکر کنند. به ما گفته اند: «وسعت دید، تنها در دگرگونی افق دید ممکن است» چه اندازه این قاعده در دل پیاده روی اربعینی صادق است، آنگاه که هر لحظه افقی از حقیقت در صورت های مختلف «خادم» و «زوّار» به ظهور می آید. تا معلوم شود آری تا معلوم شود، «وسعت دید» ، تنها در دگرگونی افق دید ممکن است» زیرا هم «خادم» و هم «زوّار» افقی هستند گشوده در نسبت با همدیگر.

به طوری که ملاحظه می کنید چگونه فرهنگ اربعینی قواعد و ساختارهای اقتصاد متعارف را به چالش کشیده است، و قواعد بازار و تجارت و رابطه عرضه و تقاضا و نیز سود و زیان کارکرد متفاوتی به خود گرفته. و نفع شخصی جای خود را به نفع اجتماعی و ایثار داده است. در این فرهنگ خدمات اجتماعی فقط وظیفه دولت نیست، عرضه کنندگانی که توان رقابت ندارند از بازار خارج نمی شوند. هدف عرضه کنندنده فقط کسب سود نیست و هدف تقاضاکننده نیز فقط مطلوبیت مادی نیست. اقتصادی که پیوند با فرهنگ دارد؛ از نوع توحیدی اش! این است آنچه در پیش است در تاریخی که ادامه تاریخ غرب زدگی ما نیست. موفق باشید