عکس: آیدین رهم

گفت‌وگوی احمد غلامی با حسین راغفر درباره «سرمایه و ایدئولوژی» توماس پیکتی

جعبه سیاهِ پیکتی

توماس پیکتی با انتشار کتاب «سرمایه در قرن بیست‌ویکم» به شهرتی جهانی رسید. اما او خودش یاور دارد کتاب «ایدئولوژی و سرمایه» که بعد از این کتاب منتشر شده است، نه‌تنها تکمیل‌کننده و رافع دو کتاب پیشین است بلکه در قالبی فشرده تمامی کلامی به پیش مصرف می‌شود. «ایدئولوژی و سرمایه» بانی قطور در ۱۰۶۵ صفحه است و خواندگان این حوزه باید برای خواندن این مقاله در ۱۲ صفحه از صفحات دلیل قانع‌کننده‌ای پیدا کنند. پیکتی معتقد است: «بدون شرح مفصل از ایدئولوژی‌هایی که سبب نابرابری‌ها شده‌اند شناخت کلی شکل کنونی را درک نکنیم. با یفهمیم که چطور باید بر آنها غلبه کنیم». حسین راغفر اخیراً کتاب «ایدئولوژی و سرمایه» پیکتی را ترجمه کرده و به ناشر سپرده است. به همین منظور با او گفت‌وگویی درباره نظرات و آرای پیکتی در کتاب اخیر انجام دادیم که می‌خوانید.

◆ بحث را از کتاب «سرمایه و ایدئولوژی» نوماس پیکتی آغاز کنیم که در دست ترجمه دارید. تفاوت عمده این کتاب پیکتی با کتاب «سرمایه در قرن بیست‌ویکم» چیست؟ رویکرد پیکتی به مقوله سرمایه‌داری در این کتاب تفاوتی کرده یا با مرحله تازه‌ای در تفکر پیکتی مواجه هستیم؟

خود پیکتی می‌گوید «جعبه سیاهی» را که در کتاب «سرمایه در قرن بیست‌ویکم» باز نشده بود، اینجا باز می‌کند. اصولاً دو رویکرد به مسئله رابطه جامعه و اقتصاد را ساعد هستیم. یک رویکرد اینکه همه‌چیز را در بستر اقتصاد می‌بیند. جامعه را هم در بستر اقتصاد می‌بیند. رویکرد دیگر برعکس. اقتصاد را در بستر جامعه ارزیابی می‌کند. تفاوت این دو خیلی فاحش است. رویکرد اول امروزه «اقتصاد جریان سلامت» تلقی می‌شود که همه‌چیز را از ناکام و معیار بازار عرضه و اقتصاد ناکام می‌کند. به همین دلیل در حوزه‌های سلامت، آموزش و فرهنگ، همه‌چیز تبدیل به کالا می‌شود. رابطه پزشک با بیمار دیگر رابطه‌ای انسانی نیست، بلکه رابطه‌ای بازاری است. پزشک عرضه‌کننده و بیمار مصرف‌کننده است و چون همه‌چیز به کالا تبدیل شده است که همه‌چیز به کالا تقلیل پیدا می‌کند و ارزشش برحسب ارزش بازاری آن تعیین می‌شود. حتی در مورد کالاهای فرهنگی. به‌عنوان مثال یک بازاریاب هنری یک کوه را از دیگر کوه و دریا و دریاچه و دریاچه و دریاچه