



بازنمایی سرمایه

مراد فرهادپور – بارانه عمادیان

پنجشنبه گذشته، ۲۲ شهریور ماه ۹۷، نشست «بازنمایی سرمایه» در موسسه پرسش برگزار شد. در این نشست بارانه عمادیان با عنوان «فانتاسماگوریا: جهان وارونه سرمایه» و مراد فرهادپور با عنوان «نقشه(برداری) سرمایه» سخنرانی کردند. ابتدا عمادیان درباره مفهوم فانتاسماگوریا در تفکر مارکس صحبت کرد. سپس فرهادپور با توضیح مفهوم نقشه برداری استعلایی/مجازی در تکنولوژی و فلسفه به نقشه‌های تاریخی/طبقه‌بندی مبتنی بر سرکوب و ستیز رسید و در انتها نکاتی را درباره وضعیت اقتصادی و تحولات قیمت ارز در ایران مطرح کرد. به گفته او، غارت و سلب مالکیتی که اکنون با بالاوپایین کردن نرخ ارز و موارد دیگر در جریان است صد برابر وحشتناک‌تر از استعمار آمریکا یا انگلستان یا هر استعمارگر دیگری است.

سخنرانی مراد فرهادپور:

نقشه(برداری) سرمایه

بحتم را با اشاره به فیلمی که چارلز و ری ایمز (Eames) در سال ۱۹۷۷ ساختند به نام توان‌های ده (Powers of ten) آغاز می‌کنم که بالا و پایین رفتن حرکت دوربین را از واقعیت موجود تا سطح منظومه شمسی، کهکشان و سپس کل کیهان نشان می‌دادند، و سپس پایین آمدن به سطح مولکول و اتم و ذرات کوانتومی. به لحاظ عددی حرکت دوربین به بالا تا ۱۰ به توان ۲۴ و به پایین تا ۱۰ به توان منفی ۳۵ را نشان می‌داد. امروزه همه ما با کمک نرم‌افزار گوگل ارث همین حرکت را در موبایل‌هایمان در محدوده‌ای کمتر در اختیار داریم. تصویر کامل کره زمین در گوگل ارث نخستین بار در ۱۹۶۹ در پروژه آپولو به دست آمد و به سرعت به نمادی مشهور و جهانی بدل شد که برای اولین بار کل کره زمین را در قالب یک تصویر نشان

می‌داد. این فیلم و گوگل ارث رابطه بین دو مفهوم جهان و تصویر را به ما نشان می‌دهد که در مفهوم جهان‌بینی (worldview) عینیت یافته است. به هیچ وجه تصادفی نیست که دوران ما دوران جهان‌بینی‌هاست.

بهترین نمونه برای درک ضرورت این رابطه در فلسفه بازگشت به تحلیل هایدگر از عصر جدید و جهان مدرن به مثابه تصویر در مقاله معروف «عصر تصویر جهان» است. در این مقاله در می‌یابیم چرا دوران مدرن را می‌توان به عنوان دورانی درک کرد که در آن جهان به یک تصویر بدل می‌شود. مبنای تحلیل هایدگر درک هستی‌شناسانه او از علم و تکنولوژی است. بر اساس تفسیری که هایدگر مطرح می‌کند گره خوردن جهان و تصویر اصلاً تصادفی نیست همانطور که تصادفی نیست که دکارت به عنوان مؤسس فلسفه مدرن ظاهر می‌شود. دکارت هم نقطه شروع سوژه و هستی‌شناسی مدرن (کوگیتو) است و هم مبدع هندسه تحلیلی. پیوند این دو در فلسفه دکارت گویای اهمیت تصویر و تصویربرداری در شناخت جهان است. بر اساس سه محور مختصات هندسه تحلیلی است که می‌توان تصویر یا نقشه جهان را ترسیم کرد.

نقشه‌برداری از جهان با همه قاره‌ها و سواحل و دریاچه‌های آن با دوره رنسانس و سفرهای اکتشافی که به کشف آمریکا منجر شد آغاز می‌شود و محصول عقلانیت عصر جدید است. اما در پس نقشه‌برداری و مساحی با نقشه سیاسی-تاریخی استعمار روبرو می‌شویم. تجربه استعمار بود که کشیدن نقشه جهان و نقشه‌برداری دقیق از همه قاره‌ها را هم ممکن ساخت و هم ضروری. در متن همین دیالکتیک نقشه و نقشه‌برداری است که با بعد تاریخی و اجتماعی مسأله روبرو می‌شویم. تحلیل هایدگر بیشتر معطوف به سوژه هستی‌شناختی گره خوردن جهان با تصویر است، ولی در اینجا به سمت یک درک تاریخی و اجتماعی از گره خوردن جهان با تصویر حرکت می‌کنیم.

اگر ذات اصلی عصر جدید یا به زبان لاکانی امر واقعی (the real) آن را سرمایه بدانیم بنابراین پشت این تلاش برای نقشه‌برداری یا به تصویر کشیدن، با بازنمایی خود سرمایه روبرو می‌شویم. از «دیالکتیک روشنگری» آدورنو و هورکهایمر گرفته

تا «جامعه نمایش» گی دبور و آثار فردریک جیمسون و آلبرتو توسکانو همه به همین پیوند بین نقشه‌برداری و امر واقعی دوران ما یعنی سرمایه می‌پردازند و رمز اصلی جهان را در این ارتباط جست‌وجو می‌کنند.

اما برای درک بهتر واقعیت مجازی تصویر بهتر است بازگردیم به گوگل ارث و لایه‌های سه‌گانه واقعیت در تجربه دیجیتالی ما. این سه لایه یا سطح عبارتند از: (۱) آنچه به‌طور بی‌واسطه روی صفحه مانیتور دیده و تجربه می‌شود: مجموعه‌ای از خطوط و رنگ‌ها و اشکال که همگی محصول سیگنال‌های برقی‌اند؛ (۲) خود نرم‌افزار یا همان برنامه نوشته‌شده که شرط ظهور و ممکن‌شدن سطح یک است، اما خودش رؤیت نمی‌شود. این برنامه جزئی از همان جهان مجازی و برقی است اما فقط شرط پیشینی است؛ (۳) سطح سخت‌افزار و خود کامپیوتر یا کل جهان واقعی و غیرمجازی ما که چیزی غیر و مستقل از سیگنال‌های الکتریکی است. این توصیف سه‌وجهی از جمیع جهات با قسمت‌بندی سه‌گانه فلسفه کانت همخوان است: (۱) عرصه یا سطح واقعیت تجربی و بی‌واسطه اشیاء و امور در زمان و مکان؛ (۲) چارچوب یا ساختار پیشینی و استعلایی مقولات فاهمه و حسانیت استعلایی که شرط ظهور و ممکن‌شدن سطح اول است اما خودش تجربه نمی‌شود و به همین سبب کانت حتی آن را توهم استعلایی می‌نامد و (۳) در تقابل با سطح قبلی که جزئی از جهان پدیداری یا فنومنال است، سطح سوم همان عرصه اشیاء فی‌نفسه یا نومن‌هاست که غیرقابل شناخت است.

گذر از نقشه‌برداری استعلایی/مجازی مبتنی بر فلسفه و علم به نقشه‌های تاریخی/طبقاتی مبتنی بر سرکوب و ستیز مستلزم گذر از توصیف سه‌گانه‌های کانت و اینترنت به حوزه پرتلاطم تفکر مارکس، فروید و لاکان است. در همه این موارد به‌ویژه در مورد سه‌گانه مشهور لاکان یعنی امر خیالی/ امر نمادین/ امر واقعی با شباهت‌ها و تفاوت‌های بسیاری مواجه می‌شویم که فرصت پرداختن به آنها نیست، هر چند می‌توانند بسیار مهم و تفکربرانگیز باشند. من فقط به اشاره کوتاهی به فروید و مارکس بسنده می‌کنم. اما قبل از آن باید نکته مهمی را طرح کنم. گذر از کانت به مارکس و فروید و لاکان مستلزم یک میانجی مهم یعنی هگل است، مستلزم تلاشی هگلی برای رادیکالیزه کردن فلسفه کانت و دیالکتیکی کردن مرکزکشی‌های اوست، به‌نحوی که

سه سطح یا عرصه مورد نظر کانت را نه فقط به صورت مکانیکی و انتزاعی از هم جدا نبینیم بلکه در هم فرورفتن آنها را نیز محصول تناقضات و گسست‌ها و شکاف‌های درونی آنها قلمداد کنیم. به گفته هگل، امر واقعی یا فی‌نفسه فقط در هیأت شکافی درون جهان پدیدارها موجودیت می‌یابد، یعنی به میانجی تناقضات درون و میان دو سطح دیگر. پس فقط به واسطه هگل است که می‌توان از نقشه‌برداری به نقشه و از فلسفه به تاریخ گذر کرد.

با کمک نظریه تفسیر خواب فروید می‌توان این سه سطح را در فروید هم دید: (۱) محتوای آشکار رؤیا (هر خوابی که می‌بینیم)؛ (۲) محتوای نهفته یا پنهان رؤیا (ساختار میل و رابطه بین میل و زنجیره دال‌ها) و (۳) تحقق خیالی میل ناخودآگاه که خواب را ممکن می‌سازد. در اینجا هم سطح سوم یعنی همان میل ناخودآگاه فقط از طریق حرکت پرتنش از سطح ۲ به ۱ یا همان عمل رؤیا تحقق می‌یابد. ناخودآگاه و سرکوب، اموری قبلی و آغازین نیستند بلکه از خلال حرکت میل سرکوب‌شده و تفسیرهای متضاد آن تحقق می‌یابند. این سه عرصه به شکل دیالکتیکی به میانجی تناقض‌هایشان به هم وصل می‌شوند.

در مارکس هم با سه سطح مواجهیم: (۱) سطح اول همان امر بی‌واسطه واقعیت تجربی زمان و مکان است، سطح اجناس و اشیاء سودمند که ما آنها را در بازار خرید و فروش می‌کنیم. در مغازه ما با اقتصاد سیاسی کار نداریم و پول صرفاً وسیله‌ای است که اجازه می‌دهد من مثلاً یک چیپس بخرم؛ (۲) سطح شبح‌آلود و پر از توهمات پول و کالا و ارزش مبادله که نیروهای انتزاعی و دور از دسترس و فهم ما هستند، مگر به هنگام بحران که به قول مارکس پول از وسیله مبادله به یگانه ارزش واقعی بدل می‌شود. سطح دوم در حالت عادی برای ما یک امر موهوم است، همان مرده‌های متحرک و اشباح بدون بدنی که از درون فانتاسماگوریای قرن هجدهم بیرون می‌آید، همان نیروهای انتزاعی پول، کالا و ارزش مبادله که خرید اجناس مغازه را ممکن می‌کنند؛ (۳) سطح سوم سطح واقعی تولید است که ما اصلاً آن را نمی‌بینیم. فانتاسماگوریا جایی می‌آید که تولید محو شده و ما فقط با محصول مواجهیم. خرید و مصرف کالایی به نام نیروی کالا و استثمار کارگر در این سطح اصلاً دیده نمی‌شود. در مورد مارکس هم سطح ۱ و ۲ جزئی از واقعیت قابل تجربه در جامعه سرمایه‌داری‌اند، هر چند سطح ۲ به صورت حسی و

روزمره تجربه نمی‌شود، زیرا انتزاعی است و در نتیجه موهوم و مرموز. گسست و بحران و تناقض در ۱ باعث می‌شود واقعیت عینی ۲ یعنی فetišیسم کالایی را درک کنیم. اما امر واقعی تولید «ناشناخته» و فی‌نفسه باقی می‌ماند مگر به میانجی انقلاب و تشدید تناقضات تاریخی جامعه سرمایه‌داری.

برای پرکردن جای خالی تحلیل انتقادی آرای مارکس و فروید شاید بهتر باشد به مثال واقعیت مجازی و اینترنت بازگردیم. این بار به یک نرم‌افزار دیگر می‌پردازیم تا معنای تصویر جهان یا تصویر سرمایه برایمان روشن تر شود: نرم‌افزار ویز (Waze) که همه ما این روزها به لطف کاربردش در تاکسی‌ها با آن آشنا شده‌ایم. سه سطح مورد نظر ما اینجا هم هستند: (۱) سطح نمایش مجازی خیابان‌های شهر و میزان ترافیک و شلوغی در آنها روی صفحه مانیتور؛ (۲) سطح مربوط به برنامه نوشته‌شده برای ویز که خودش توسط ما تجربه و فهم نمی‌شود، اما شرط پیشینی ظهور نمایش سطح ۱ است، و (۳) سطح واقعی یعنی وجود واقعی خود شهر و خیابان‌ها که تصویر مجازی آنها را روی صفحه می‌بینیم. ویز دارای خصیصه‌ای است که اگرچه در بسیاری از نرم‌افزارهای دیگر هم وجود دارد، ولی در ارتباط با کارکرد ویز برای ما دو نکته مهم را روشن می‌کند. اول پیوند و درآمیختگی این سطوح و دوم اینکه در پس نقشه‌برداری یا بازنمایی علمی از اقتصاد، واقعیت تضاد طبقاتی، نابرابری، سلطه و استثمار نهفته است. ویژگی مورد نظر ما یکی از اجزای خود برنامه یا همان سطح دوم است که بازنمایی وضعیت واقعی در سطح خیابان‌ها و نشان دادن میزان ترافیک را با رنگ‌های قرمز و زرد و سبز ممکن می‌کند. این نرم‌افزار فقط به یاری دسترسی به داده‌های خود ما، یعنی موقعیت مکانی همه رانندگان قادر به تشخیص و بازنمایی میزان ترافیک در مسیرهای معین است. همه یا اکثر ماشین‌های در حال حرکت حامل یک موبایل‌اند و این موبایل با ماهواره در تماس است و به کمک سیستم‌های مکان‌یابی موقعیت‌اش مشخص می‌شود. گوگل و فیس‌بوک و اپل و غیره همگی به شیوه‌های گوناگون با استفاده از داده‌های واقعی خود مصرف‌کنندگان سرویس لازم را به آنها یا سایر مشتریان خود می‌دهند. تصویر واقعی بازار یا خواست مردم توسط خود آنها به گوگل ارائه می‌شود و گوگل و فیس‌بوک آن را به شرکت‌ها و دولت‌ها می‌فروشند.

نکته مهم در مورد این ویژگی دقیقاً همان وضعیت شبیح‌آلود آن است، آن سویه موهوم و شبیح‌آلود، یا به قول مارکس گشت شبانه خانم پول و آقای سرمایه، که فضا را مرموز و الهیاتی می‌کند. این ویژگی در توضیحات مفصل مربوط به شرایط و حقوق مالک نرم‌افزار آمده است و ما به آن دسترسی داریم، اما در مقام یکی از بندهای متعدد یک متن ریز و مفصل و سراپا تکنیکی که برای من مصرف‌کننده هیچ معنایی ندارد. پس من هم فقط کلیک می‌کنم و به نرم‌افزار اجازه می‌دهم از داده‌های من، مثلاً موقعیت مکانی‌ام، اطلاع یابد و آن را به کار گیرد. کاملاً روشن است که این ویژگی هم ارتباط سه سطح را نشان می‌دهد و هم تعلق خود به سطح دوم را یعنی سطح امور انتزاعی موهوم و غیرقابل درک که ما فقط به هنگام بروز بحران و ستیز و تناقض به وجود آن پی می‌بریم.

اما اگر این مثال و مسئله نقشه‌برداری را به جهان واقعی بازگردانیم به‌خوبی درمی‌یابیم که در پس بازنمایی و نقشه‌برداری علمی از جهان، نقشه‌های سلطه و قدرت دست‌اندرکارانند. تنها با ظهور این موارد و توجه به آن‌ها است که درمی‌یابیم که قدرت واقعی کجا و در دست چه کسانی است و آن‌گاه است که تازه متوجه می‌شویم با سیستمی پیچیده و متکی بر تضاد تاریخی سر و کار داریم که تغییر آن نیازمند مبارزه‌ای ریشه‌ای و طولانی است.

اما بهترین کار برای فهم این نکته، بازگشت به موقعیت امروزمان از طریق طرح مسئله بحران نقدینگی، تلاطم اقتصادی و انفجار نرخ ارز است، موقعیتی که همگی ما را به متخصصان اشباح و کسانی بدل کرده‌است که شبانه‌روز در حال دست و پا زدن در آن فضای فانتاسماگوریک هستیم. دقیقاً پس از آغاز درگیری، تورم، نزاع و کمبود انواع و اقسام کالاها و اقلام حیاتی است که تازه متوجه چارچوب پیشینی و استعلایی اقتصاد سرمایه‌داری می‌شویم، یعنی حوزه پول، کالا و ارزش مبادله، حوزه‌ای که تعیین‌کننده تجربه ماست. حتی همین‌حالا هم که این اشباح موهوم کالا و پول و بت‌واره‌های فانتاسماگوریک پا به‌صحنه نهاده‌اند و زندگی روزمره ما را اشغال کرده‌اند، هنوز هم ما مشغول گوش‌دادن به تحلیل‌های به‌اصطلاح علمی کارشناسان و نقشه‌برداران هستیم، درحالی‌که وضعیت واقعی ما، وضعیت آقای کا در رمان قصر کافکا است، مساح و نقشه‌برداری که حتی

نمی‌دانست کجا را باید نقشه‌برداری کند. در وضعیت فعلی همه‌ی ما قصد داریم تا ابهام و اضطراب این وضعیت کافکایی را کنار بزنیم آن‌هم با دل‌خوش کردن به قول‌های سیاست‌مداران و تحلیل کارشناسان، تا از این طریق شاید کمی آرام شویم و دریابیم این متخصصان اشباح و آنانی که حرف‌های عجیب و غریب درباره‌ی نقدینگی را می‌فهمند چگونه می‌توانند زندگی ما را نجات دهند. اما از قضا درست در همین گوش‌سپردن به صحبت‌های مربوط به نقشه‌برداری است که ما نقشه‌های واقعی پشت قضیه را فراموش می‌کنیم، آن‌چه که در وضعیت امروزمان به‌راحتی می‌توانیم آن را ببینیم و دریابیم اگر تنها به یکی از صداهای امر واقعی گوش دهیم، به صدای این سرمایه‌داری خصولتی و رانتی‌ای که در این چهل سال برایمان ساخته‌اند و عملاً با مصادره انقلابی مردمی و با دخالت و زور دولت دست به سلب مالکیت و غارت زده‌اند. غارت و سلب مالکیت را همه دولت‌ها از ابتدای انقلاب انجام داده‌اند ولی چرخه‌های اساسی آن در دولت نهم و دهم روی داد. آن‌جا بود که کلید اصلی آن خورد و جهش در نرخ دلار سبب خارج‌شدن میلیاردها تومان از دست طبقات متوسط و پایین شد، امری که سبب انتقال ثروت عظیمی در کشور شد. گرچه اکنون نیز قرار بر اصلاح امور بود اما همان چرخه به‌شکل بسیار بدتری تکرار شده‌است. حالا نیز با چیزی روبه‌رو نیستیم مگر انتقال ثروتی عظیم و انباشت غارتگرانه‌ی سرمایه که اساساً ذات حقیقی روابط حاکم بر ما است. اگر کمی به پشت و پس نقشه‌برداری‌های تلویزیونی کارشناسان اقتصادی، به نقشه‌های واقعی دقت کنیم می‌بینیم که چطور در جلوی چشمانمان این اشباح با جادو سرمایه و ثروت ملی متعلق به مردم را غارت می‌کنند. حالا حتی دیگر نیاز نیست تا اقتصاددان باشید تا فوراً دریابید که کل برنامه بازار ثانویه که بر اساس ماجراهای چند نرخ‌ی کردن ارزش ساخته شده و سپس صحبت از تک‌نرخ‌ی کردن بازار آزاد و آن تحولات اقتصادی و تورم و گرسنگی ناشی از آن که مردم را تماماً از پا انداخته، سبب شده که شرکت‌های پتروشیمی و فولاد که سالانه چیزی حدود ۴۰ میلیارد دلار صادرات دارند با یک چرخش قلم بازار ثانویه اجازه پیدا کنند تا ارزشان را به‌عوض ۴۲۰۰ تومان، سیزده یا چهارده هزار تومان به‌فروش برسانند، و این یعنی صاحبان پتروشیمی و فولاد و غیره که همه‌گی آن‌ها از وابستگان حاکمیت هستند، بر روی هر دلار ۱۰ هزار تومان رانت به‌دست می‌آورند، یعنی در مقابل

۴۰ میلیارد دلار جمعاً چیزی در حدود ۴۰۰ هزار میلیارد تومان. این تنها با چرخش حرف‌های پرطمطراق بر سر بورس و بازار و پول رخ می‌دهد که پشت آن واقعیت سلب مالکیت از کل ملت و غارت منابع طبیعی خوابیده است. در حالی که ما به غارت و استثمار آمریکا و دیگر امپریالیسم‌ها فحش می‌دهیم، واقعیت پیش‌رویمان صد برابر بدتر از کاری است که هر استعمارگری می‌تواند انجام دهد. این همان بندی است که در لابه‌لای قرارداد اجتماعی‌ای که با ما بسته شده، آن‌را از خاطر برده‌ایم و فراموش کرده‌ایم، بندی که آن زیر با خط ریز نوشته شده و ما متوجه آن نیستیم، آن‌چه که چیزی نیست مگر تقدس مالکیت خصوصی و توانایی حاکمیت دولتی برای انباشت اولیه سرمایه. اگر این دو را به زبان مارکس بازگو کنیم در آن صورت می‌توانیم بفهمیم که پشت این نقشه‌برداری چه نقشه‌ای خوابیده است.

سخنرانی بارانه عمادیان:

فانتاسماگوریا: جهان وارونه سرمایه

موضوع صحبت من تاملاتی است درباره مفهوم فانتاسماگوریا در تفکر مارکس. بر اساس تعریف دانشنامه آکسفورد، فانتاسماگوریا به معنای مجموعه یا زنجیره‌ای از تصاویر خیالی یا حتی واقعی است که در حالت رؤیا یا هذیان تب‌آلود رؤیت می‌شوند، تصاویری که منشأ آنها می‌تواند قوه خیال یا متون و وصف‌های ادبی باشد. اما آن چیزی که مد نظر مارکس بود و در کتاب «سرمایه» بدان اشاره می‌کند بدین‌جا ختم نمی‌شود. مصداق عینی مفهوم فانتاسماگوریا برای مارکس یک پدیده تکنیکی-فرهنگی خاص اواخر قرن هجدهم بود. در سال ۱۷۹۸ فیزیکدان و مخترعی به نام اتین کاسپار رابرتسون دستگاهی به نام فانتاسماگوریا را در پاریس به عنوان اختراع خودش معرفی کرد. به نظر می‌رسد او کسی است که این واژه را برای نخستین‌بار به کار برده است. منشا اختراع او دستگاه ساده‌تری به نام فانوس خیال بود که در واقع جد پروژکتور اسلاید امروزه

است. این فانوس به کمک یک شمع و مجموعه‌ای از آینه‌های مقعر تصاویری بزرگ‌شده و رنگین تولید می‌کرد که پس از تاریک کردن اتاق در فضا شناور می‌شدند. رابرتسون با بهتر کردن این تکنیک و متحرک ساختن فانوس، یعنی مجهز ساختن آن به چرخ، بزرگ و کوچک کردن تصاویر را ممکن ساخت، به نحوی که تصاویر اشباح رنگین در برابر چشمان نظاره‌گران در ابعاد گوناگون ظاهر می‌شد. این نکته که فانتاسماگوریا در تاریکی اجرا می‌شد حائز اهمیت است، چون در آن زمان نمایش‌ها در سالن‌های نورانی اجرا می‌شدند و نمایش در تاریکی پدیده جدیدی بود. مهم‌تر اینکه، خود دستگاه حامل فانوس هم در تاریکی مخفی بود و در نتیجه بینندگان فقط ایماژها را می‌دیدند و نمی‌دانستند که این اشباح از کجا سر بر می‌آورند. بدین‌سان، دستگاه فانتاسماگوریا با «پنهان ساختن منبع خود» موفق می‌شد فضایی شب‌گونه تولید کند، و از قضا همین نکته در نظریه مارکس و دلیل استفاده او از این استعاره نقش مهمی ایفا می‌کند.

گذشته از تاثیر بدیهی تلاطم تاریخی و خونبار انقلاب فرانسه، این ابداع تکنیکی رابرتسون را باید در فضای فرهنگی خاص آن دوره درک کرد یعنی بر اساس محبوبیت و رواج ادبیات و هنر گوتیک. روحیه و طبع رابرتسون هم با این فضا خوانا بود و شوهایی که اجرا می‌کرد پر از تصاویر تاریک و مه‌آلود اشباح برگرفته از تخیل گوتیک بود. رابرتسون به تماشاگران قول داده بود که به شخصیت‌های مرده در این نمایش‌ها جان ببخشد، و به همین خاطر وقتی نمایش‌های فانتاسماگوریا را در دوران پس از حکومت ترور اجرا می‌کرد از تصاویر شخصیت‌های مشهور انقلابی نظیر دانتون، مارا، و روبسپیر استفاده می‌کرد که گویی در هیات اشباحی ملموس به زندگی بازگشته بودند. در برخی نمایش‌های او حتی شب‌لویی شانزدهم هم در صحنه پدیدار و پس از مدتی به یک اسکلت بدل می‌شد. ردپای این تخیل گوتیک و خوفناک در کل ادبیات و هنر پس از انقلاب فرانسه به چشم می‌خورد.

مارکس هم در سن بیست و پنج سالگی مجذوب آثاری نظیر «فرانکشتاین» ماری شلی و «خون آشام» پولیدوری بود و به ویژه ایده‌هایی نظیر اشباح بدون بدن یا مرده‌های متحرک به درک او از مناسبات انتزاعی جامعه مدرن تجسم می‌بخشیدند. او در جلد اول «سرمایه» از همین مفاهیم و ایده‌ها و استعاره‌ها برای تحلیل جهان استثنایی و خوفناک سرمایه و کالا سود جست. رابرتسون فانتاسماگوریا را بر اساس عقلانیت روشنگری درک و همیشه پیش از نمایش تاکید می‌کرد که اشباح واقعا وجود ندارند و محصول تکنیک و شگردهای بصری هستند. او چنین ادعا می‌کرد که قصد دارد با بهره‌گیری از شوهای فانتاسماگوریا دنیای افسون‌زده را نابود کند و با تکیه بر علم با خرافات مذهبی بجنگد. اما برای مارکس نکته اساسی اتفاقا عینیت و واقعیت حضور انتزاعی و شیخ‌گونه و خوفناک سرمایه و کالا بود، بت‌وارگی یا فتیشیسم کالایی و همه آن سویه‌های الهیاتی و متافیزیکی سرمایه و پول، نه توهم و تصویری جعلی بلکه چارچوب سازنده واقعیت تاریخی است. البته این چارچوب را نمی‌توان به کمک تجربه حسی درک کرد. آنچه ما به‌طور بی‌واسطه در بازار می‌خریم، اجناس است نه کالا یا ارزش مبادله. با این حال، این چارچوب انتزاعی همانقدر واقعی و اثرگذار است که مقولات استعلایی کانت. همان‌طور که به زعم کانت مقولات استعلایی تجربه نمی‌شوند ولی تجربه مادی و حسی بدون آنها ممکن نیست، چارچوب انتزاعی اقتصاد پولی یا همان وجه تولید سرمایه‌داری نیز حتی اگر خودش بی‌واسطه تجربه و لمس نشود اما واقعی‌بودن آن غیر قابل تردید است و ما آدمیان فانی نیز این واقعی‌بودن را به هنگام بحران به‌طور ملموس و با گوشت و پوست‌مان تجربه می‌کنیم. کانت این چارچوب مقولات استعلایی خویش را «توهم استعلایی» نامید، پس تعجبی ندارد که مارکس هم در توصیف چگونگی شکل‌یافتن جامعه سرمایه‌داری از اشباح بدون بدن سخن بگوید، یعنی نوعی توهم اجتماعی برسازنده که به هیچ وجه ذهنی نیست. در واقع می‌توان با رجوع به فلسفه کانت و تقسیم‌بندی معرفت‌شناسانه او میان سه عرصه از هستی به درک بهتری از لایه‌های سه‌گانه واقعیت سرمایه‌داری در اندیشه مارکس دست یافت. سه عرصه‌ای که کانت مطرح می‌کند عبارتند از: ۱) حوزه واقعیت یا اشیاء فی‌نفسه یا همان نومنا (Noumena) که بیرون از زمان و مکان و مقولات فاهمه انسانی‌اند و ما به هیچ وجه قادر به تجربه و شناخت آنها

نیستیم؛ ۲) عرصه پیش‌شرط‌های استعلایی تجربه از زمان و مکان گرفته تا مقولات فاهمه نظیر علیت که همه آنها را می‌توان تحت عنوان سوژگی استعلایی گرد آورد؛ ۳) عرصه تجربه حسی ما از زمان و مکان و اشیاء واقعی که موضوع فاهمه و تحلیل علمی‌اند. نکته مهم در این طبقه‌بندی سه‌گانه ویژگی‌های گروه دوم یعنی همان پیش‌شرط‌های استعلایی است. نباید فراموش کرد که کانت ساختار پیشینی و استعلایی را نه جزیی از جهان فی‌نفسه نومنال می‌داند، و نه آن را با واقعیت تجربی یکی می‌کند. ما هیچ‌گاه خود این چارچوب پیشینی استعلایی را در ظرف زمان و مکان تجربه نمی‌کنیم، هر چند که همین چارچوب، عامل برساننده و شکل‌دهنده به تجربه حسی ما از اشیاء تجربی است. به واسطه همین نبود و غیبت تجربه حسی از سوژگی استعلایی است که کانت می‌تواند آن را توهم استعلایی بنامد. به همین ترتیب، در توصیف مارکس از روابط سرمایه‌داری نیز با سه لایه یا سطح مواجهیم. نخست، سطح واقعی رابطه سرمایه و کار که همچون شیء فی‌نفسه کانتی همواره نادیده باقی می‌ماند؛ دوم، سطح نیروها و روندهای انتزاعی و شبح‌گونه پول و کالا که بعداً آن را بیشتر تحلیل خواهیم کرد؛ و سوم، سطح تجربه بی‌واسطه خرید و مصرف اشیاء سودمند. ما به هنگام خرید خود را با اجناس و محصولات سودمند روبرو می‌بینیم نه با کالاها. روابط میان پول و کالا برای ما در حکم اشباح و موهومات‌اند، اما ارزش‌یابی سرمایه (valorization) و تحقق ارزش مبادله که هدف اصلی تولید سرمایه‌دارانه است، بدون این اشباح موهوم ممکن نمی‌شود. هسته بحث من این است که با مقایسه سطوح سه‌گانه مارکس با سه عرصه کانت است که می‌توانیم بفهمیم چرا فانتاسماگوریا یک توهم واقعی است.

- توهم واقعی

حال باز گردیم سر بحث اصلی، باید به این نکته اشاره کنیم که بر خلاف رابرتسون که مدافع عقل روشنگری بود برای مارکس حضور واقعی این اشباح و خود مفهوم فانتاسماگوریا در واقع مبین شکست عقلانیت روشنگری است، زیرا فانتاسماگوریا گواه آن است که ما به‌واسطه پیروزی خود عقل روشنگری در جهان وارونه و تاریک طلسم‌ها و اشباح گرفتار شده‌ایم.

البته، مارکس پیشتر در کتاب «ایدئولوژی آلمانی» نیز اصطلاح تاریکخانه (Camera obscura) را به کار برده بود. همان طور که می‌دانید چنانچه در یک اتاق تاریک روزنه‌ای روی دیوار وجود داشته باشد که نور بتواند از آن عبور کرده وارد اتاق شود، تصویری که از دنیای بیرون بر روی دیوار مقابل نقش خواهد بست واژگونه خواهد بود. البته بعدها برای اینکه تصاویر وارونه نباشند از لنزهای مخصوصی استفاده شد. اما این مثال کمک می‌کند توصیف مارکس از وارونگی ایدئولوژیک واقعیت را بهتر درک کنیم. تاریکخانه تشبیهی مجازی را در اختیار مارکس گذاشت که به او اجازه می‌داد تحریف و وارونه‌شدن واقعیت را بررسی کند.

اما استعاره فانتاسماگوریا پیچیدگی خاصی دارد و مارکس از آن برای روشن‌ساختن رابطه میان انسان‌ها و کالاها در نظام سرمایه‌داری بهره گرفته. او در دیباچه ۱۸۶۷ جلد اول «سرمایه» در توصیف پروژه خود می‌گوید: «ما باید شب‌کلاه جادویی را کنار زنیم، همان شب‌کلاهی که بر چشم و گوشمان می‌کشیم تا به خود بقبولانیم که هیولایی در کار نیست.» خود واژه فانتاسماگوریا در پاراگراف معروف جلد اول «سرمایه» درباره فتیشیسم کالایی ظاهر می‌شود. اجازه دهید بحث مارکس را به صورت فشرده تکرار کنیم: در فرایند تبدیل اشیا به کالا، این میز خاص که محصول کار انسانی است رابطه خود با سازنده‌اش و حتی با فایده یا ارزش مصرف‌اش در مقام یک محصول «خاص» را از دست می‌دهد. ولی همین میز در بازار، یعنی در متن رابطه‌ای مستقل و مجزا از تولید، ارزش دیگری پیدا می‌کند که مارکس آن را ارزش مبادله می‌نامد. فانتاسماگوریا اصطلاحی است که مارکس برای توصیف ارزش مبادله یا وضعیت جدید محصول کار به کار می‌برد، همان وضعیتی که به قول او در آن «روابط معین میان انسان‌ها در نگاه آنان فرمی تخیلی یا فانتاسماگوریک پیدا می‌کند.» البته بد نیست یادآوری کنیم که مترجم انگلیسی واژه فانتاسماگوریک را به فانتاسماتیک ترجمه کرده است و با این اشتباه نه فقط غنای زبان مارکس، بلکه رابطه خاص تفکر نظری او با واقعیت انضمامی تاریخ آن دوره را تحریف می‌کند. تاکید مارکس بر حضور و نقش واقعی هیولاهای و اشباح عملا

به معنای فاصله گرفتن از نقد به مفهوم عقلانی و دکارتی آن است. و البته والتر بنیامین بیش از هر کس دریافت که درگیری مارکس با فانتاسماگوریا نشانه دورشدن او از درک عصر روشنگری از نقد بود.

کارکرد اساسی فانتاسماگوریا ایجاد چارچوبی است که در آن ارزش مصرف به حاشیه رانده می شود و آنچه برجسته می شود نه ارزش مصرف بلکه ارزش مبادله است. در واقع این گونه نیست که ارزش مصرف کاملاً حذف شود، بلکه اتفاقی که می افتد این است که خود ارزش مبادله به فایده اصلی محصول بدل می گردد. فرقی ندارد پول به چه منظوری خرج می شود، مثلاً صرف خرید سی دی موزیک می شود یا بلیت تئاتر؛ آنچه خریده می شود نه موسیقی است نه تئاتر، بلکه یک شکل از زندگی است که در آن خود ارزش مبادله به مصرف می رسد. به عبارت دیگر، زندگی در متن مناسبات کالایی و اقتصاد پولی، خود عمل مبادله را به هدف اصلی حیات بدل می کند. چنان که آدورنو تصریح می کند، آن سیمانی که جهان کالایی را استحکام می بخشد، همین حل شدن ارزش مصرف کالاها در ارزش مبادله آنهاست. بدین سان، ارزش مبادله در پس شیئی که از آن لذت می بریم پنهان می شود. حتی مقوله اتمیزه شدن افراد در سرمایه داری نیز یکی از پیامدهای همین جابجایی است. انسان ها زمانی اتمیزه و منزوی می شوند که باید برای روابط اجتماعی خودشان پول بپردازند، یعنی حتی برای ارتباط با انسان های دیگر باید پول تلفن بدهند یا حق اشتراک اینترنت بخرند تا بتوانند از ایمیل برای ارتباط با دیگران استفاده کنند. مثلاً در شهرهای بزرگ غربی سالمندانی که تنها هستند وادار می شوند برای داشتن یک هم صحبت پول بپردازند، حتی در اماکن عمومی آگهی هایی روی بیلبوردها به چشم می خورد از طرف انجمن های خیریه که از شما درخواست پول می کنند برای سالمندانی که برای خریدن هم صحبت احتیاج به پول دارند؛ یا به عبارتی، می خواهند وقت یک انسان دیگر را خریداری کنند، که به طور مجانی در اختیار آنها قرار نخواهد گرفت. پس حتی خود تجربه هم باید خریداری شود، باید برای تجربه هم نشینی یا دوستی پول پرداخت. یعنی تجربه هم شکل کالایی به خود می گیرد. و نکته اساسی این است که در همه این موقعیت ها که توضیح دادیم، کالاها هستند که

روابط میان افراد را شکل می‌بخشند. به عبارت دیگر، اگر در جوامع ماقبل سرمایه‌داری پول می‌توانست میانجی رابطه‌ای انتزاعی میان دو انسان باشد، اینک در جهان وارونه سرمایه‌داری فقط رابطه میان کالاها یا ارزش‌های مبادله است که اصولاً تماس میان آدمیان را ممکن می‌سازد. در واقع شگرد متفکرانی نظیر آدورنو و بنیامین این بود که نشان دادند در پس ظاهر پر زرق و برق و سبز و خرم وجه مبادله چیزی نهفته نیست جز یک بیابان بی‌آب و علف. آدورنو در کتابی که درباره ریچارد واگنر در دهه ۱۹۳۰ نوشت به تفسیر مفهوم فانتاسماگوریا می‌پردازد. به زعم آدورنو، پراهایی که واگنر در اواخر قرن نوزدهم ساخت علی‌رغم ارزش زیباشناختی‌شان شباهت‌هایی به شوهای فانتاسماگوریای پیش از آن در چند دهه پیش داشتند، یعنی از همان درهم‌آمیزی تاریکی و نور، عناصر بصری و صوتی، استفاده می‌کردند، و ارکستر از دید بینندگان مخفی بود، امری که تداعی‌کننده مخفی‌کردن فانوس و تجهیزات در نمایش‌های رابرتسون بود.

- پروژه ناتمام مکتب فرانکفورت

با این حال برخی متفکران مارکسیست متاخر پافشاری می‌کنند که تاکید متفکران مکتب فرانکفورت بر مبادله بیانگر پروژه‌ای ناتمام است، مگر آنکه پس از تامل بر وجه مبادله نگاه به سوی وجه تولید معطوف شود، چرا که نهایتاً نیروی مخرب خون‌آشام‌ها و ارواحی که عرصه مبادله را شکل می‌بخشند در وجه تولید سرمایه‌داری ریشه دارد و این وجه تولید است که خون یا کار مازاد را از پیکر بشریت می‌مکد. پس تمرکز صرف بر وجه مبادله که در فetišیسم کالایی تجلی می‌یابد سبب می‌شود شرایط سخت و طاقت‌فرسای کار که متعلق به حیطة تولید است پنهان بماند. این پنهان‌کردن حقیقت مبادله کار یا سرمایه یا دستمزد عملاً به معنای سرپوش‌نهادن بر واقعیت وجود استثمار است، و البته نقابی که استثمار را پنهان می‌کند همان مفهوم پیشرفت بدون بها و ابدی است که لیبرالیسم از آغاز بر آن پای فشرده است. ولی مساله اساسی کشف منشأ ارزش یعنی همان کار زنده است، کار زنده‌ای که اگر مخفی بماند درک ما از فرایند تولید محدود خواهد شد به حرکت هیولا یا گول سرمایه که

بی‌وقفه سرمایه تولید می‌کند. بدین‌سان، تصویر سرمایه از خودش به مثابه امری قائم به ذات تصدیق می‌شود. همه چیز در تولید برای تولید خلاصه می‌شود، بی‌آنکه اثری از کار زنده به چشم بخورد. از این‌روی، باید بتوانیم به قعر مغاک تولید یا آنچه مارکس از آن به مثابه دوزخ دانته یاد می‌کند سفر کنیم. در این سفر نخست با روابط تولید مواجه می‌شویم، همان عرصه‌ای که در آن کار تولید و بازتولید می‌شود، ولی این تولید و بازتولید به بهای حیات بدن‌های کارگران صورت می‌گیرد. جهان گوتیکی که توصیف‌های مارکس به تصویر می‌کشد در ورای نقاط مبادله کالاها گویای نقشه‌برداری از عرصه‌هایی است که کار در آنها جریان دارد. در واقع این مقطعی است که در آن استثناء تبدیل به قاعده می‌شود، و دوزخ با زندگی روزمره یعنی با وضعیت عادی و همیشگی یکی می‌گردد. مارکس در فصل هشتم کتاب «سرمایه» با یادآوری دانته به همین دوزخ اشاره می‌کند. در این فصل او به توصیف روز کاری می‌پردازد و هر نوع نگاه بی‌طرف و خنثی به کار دستمزدی، یعنی همان نگاه اقتصاد سیاسی کلاسیک را نقد می‌کند، نگاهی که سعی می‌کند رنگ و بویی علمی به خود گیرد.

اما به گفته متفکرانی نظیر هری هاراتونیان و ماسیمیلیانو تومبا، در تقابل با کلی‌گویی‌های اقتصاددانان کلاسیک که کار دستمزدی را فقط یک نمونه از پدیده عام و کلی مبادله می‌دانند، مارکس همه توجه خود را معطوف به ماهیت استثنایی و رازآلود کار می‌کند. نگاه او نه کلی‌نگر بلکه جزئی‌نگر است، یعنی نگاهی متمرکز شده بر حقیقت کار بدنی و شرایط لازم برای بیرون کشیدن ارزش مبادله از بدن کارگر، نگاهی متمرکز شده بر وضعیتی که در آن از سویی بدن کارگر به انقیاد در می‌آید و از سوی دیگر همین بدن در برابر استثمار مقاومت نشان می‌دهد. این نوع کار جانفرسا طبیعی نیست بلکه بالاجبار و با تحمیل نظم مکانیکی و انتزاعی بر هستی هر روزه کارگر سایه می‌اندازد. و این خشونت است که به هیچ وجه نمی‌توان از منظر مبادله به ماهیت و ابعاد آن پی برد. به گفته مارکس، سرمایه‌داری حتی در همان مرحله مانوفاکتور نیز دهشت‌های دوزخ دانته را پشت سر نهاده بود. نزول اندیشه علمی مارکس به درون عرصه‌های تولید گواه دور شدن او از اقتصاد سیاسی است، اما جهت این

حرکت نه به سوی مجردات آسمانی بلکه معطوف به مادیت بدن‌هایی است که کار می‌کنند و رنج می‌کشند. به گفته تومبا، «اگر اقتصاد سیاسی نوعی فانتاسماگوریا است که ارواح را به بدن‌ها و بدن‌ها را به ارواح بدل می‌کند، علم مارکسی همان علم فرامفهومی تقلیل‌ناپذیری ارزش مصرف است. محدودیت نگاه علمی اقتصاد سیاسی فقط در این نکته خلاصه نمی‌شود که اقتصاد سیاسی می‌کوشد شکل تولید سرمایه‌دارانه را ابدی سازد، چنان نیست که گویا اقتصاد سیاسی به سادگی جای خود را به علمی برتر یعنی علم مارکسی بخشید. درست برعکس، این مارکس بود که اصولاً مفهوم دیگری از علم را به کار گرفت.»

- وارونگی در فرایند تولید سرمایه‌داری

اما نادیده و پنهان‌ماندن عرصه تولید فقط ناشی از سانسور اخلاقی رنج کارگر و ستم کارفرما نیست. به زبان لاکانی، می‌توان گفت این عرصه حاوی همان امر واقعی و نمادینه‌نشده در جامعه بورژوازی است، یعنی این نکته که در تقابل با دیدگاه طبیعی و انسان‌گرای عقل سلیم، هدف تولید در سرمایه‌داری نه برآورده‌ساختن نیازهای بشر، بلکه افزایش ارزش سرمایه به میانجی مصرف کالای کار است. در فرایند تولید سرمایه‌داری ارزش مبادله نماینده ارزش مصرف می‌شود و نوعی وارونگی (Inversion) صورت می‌گیرد. این وارونگی بدین معناست که به جای آنکه امر انتزاعی و کلی به مثابه یک خصیصه امر انضمامی و ملموس ظاهر شود، بر عکس این امر انضمامی و ملموس است که فقط می‌تواند به میانجی امر انتزاعی و در هیات فرم ظاهری آن متجلی شود. باید در نظر داشت که وقتی یک فرماسیون اجتماعی برای مصرف مستقیم جامعه تولید می‌کند و فقط مازاد آن را مبادله می‌کند این تولید متفاوت است با تولید در یک فرماسیون اجتماعی که از ابتدا برای مبادله و افزایش ارزش تولید می‌کند. تولید «کالا» تنها در فرماسیون اجتماعی دوم صورت می‌گیرد. اگر ما مفهوم کالا را به جوامع غیر سرمایه‌داری تسری دهیم، به همان اندازه غریب خواهد بود که از مفاهیمی مدرن نظیر آزادی فردی یا جامعه مدنی برای درک جوامع پیشامدرن بهره ببریم. به همین دلیل است که مارکس می‌گوید: «هر گونه محصول کار در همه مراحل تحول جامعه

معادل یک شیء یا ابژه مصرف است، ولی تنها در یک دوره تاریخی خاص از رشد و تحول جامعه است که این محصول به کالا بدل می‌شود، همان دوره‌ای که در آن کار مصرف‌شده برای تولید یک شیء مفید به یکی از خصایص عینی آن شیء، یعنی ارزش آن، بدل می‌گردد.» ولی اگر با نادیده‌گرفتن این حرف مارکس، به یک محصول بنگریم بدون توجه به مراحل تولیدش دچار فتیشیسم می‌شویم و درست همین جاست که فرایند ابدی‌ساختن مفاهیمی که تنها به وجه تولید سرمایه‌داری تعلق دارند آغاز می‌شود، و این وجه تولید که خود یک محصول تاریخی است حقیقتی فراتاریخی و ابدی می‌شود. انگار همیشه وضع به همین منوال بوده است. پس این ویژگی منحصر به فرد وجه تولید سرمایه‌داری است که در آن محصولی که تحت عنوان کالا تولید می‌شود فقط یک ابژه مصرف نیست، بلکه کارکرد اصلی آن این است که حامل ارزش است. مارکس به خوبی نشان می‌دهد که این وارونگی پدیده‌ای مختص جامعه سرمایه‌داری است و در روابط غیرسرمایه‌داری اتفاق نمی‌افتد و از همین رو فتیشیسم هم پدیده‌ای است مختص جامعه سرمایه‌داری و در جوامع غیرسرمایه‌داری نمی‌توان با چنین پدیده‌ای برخورد کرد. فقط در جامعه سرمایه‌داری است که نیروی کار، انتزاعی و در نتیجه غیر شخصی می‌شود. از این‌رو، در تقابل با جامعه فئودالی یا روابط پدرسالاری که در آنها هم کار و هم سلطه از روابط شخصی و خویشاوندی جدایی‌ناپذیرند، در جامعه سرمایه‌داری حاکم و کارفرمای اصلی همان ساختار فتیشیستی کالاهاست.

انتزاعی و غیرشخصی‌شدن کار آدمی را نیز به جزئی مکانیکی از فرایند تولید بدل می‌کند و ما باز هم با نوعی وارونگی مواجه می‌شویم، یعنی به جای اینکه فرایند تولید در اختیار انسان باشد، افسار انسان را در دست می‌گیرد و زمان کار انسانی، و در نهایت خود حیات انسان، مقهور تولید برای ارزش می‌شود. یکسان‌سازی کارهایی که از لحاظ کیفی کاملاً با هم تفاوت دارند از این امر ناشی می‌شود که به جای آنکه نیروی کار صرف تولید ارزش مصرف مشخصی شود، وسیله‌ای می‌شود برای افزایش ارزش. پس نتیجه وارونگی این است که کالاها به منزله نمایندگان نیروی کار مبادله می‌شوند و اساساً این فرایند نسبت به

مشخصات کیفیتی کار و نیز انسان یا کارگری که منشأ کار است بی تفاوت است. آنچه مبادله می شود زمان کاری است که از هرگونه تعینی زدوده شده. پس «بی هویت شدن» کار از مختصات بارز سرمایه داری است. در نهایت، قانون ارزش به قانونی کلی و جهانشمول استحاله می یابد و زمان کار انتزاعی که بر روابط تولید فرمانروایی می کند تبدیل می شود به نوعی امر استعلایی جدید، یعنی نوعی چارچوب بر سازنده یا یک مبنای پیشینی و استعلایی برای ممکن ساختن خود تجربه اقتصادی.

پس چنان که گفتیم، هر چند دیدگاه فetišیستی میتواند زیروهم مکانیسم بازار را نشان دهد، در عین حال روی کل مسیری که به تولید کالا می انجامد سرپوش می گذارد. پس اگر بخواهیم تعریفی کلی از مفهوم فetišیسم ارائه دهیم، باید بگوییم فetišیسم نگاهی است که ایماژی از کالاها ایجاد می کند که تو گویی کالاها اصلاً تولید نشده اند. به عبارتی، فetišیسم تصویری ترسیم می کند از یک دنیای بی زمان، دنیای کالاها بی زمان. کالاهایی که هیچ منشائی ندارند؛ و این عرصه بی زمان چیزی نیست جز فانتاسماگوریا. وقتی ارزش مصرف کالاها یا ارزش کاری که در کالاها رسوب کرده از پیکر کالاها محو شود، آنچه تولید می شود همواره یکسان خواهد بود، یعنی همواره چیزی نخواهد بود جز ارزش مبادله. به همین ترتیب، عطش ما برای تصاحب کالاها جدید رابطه مستقیمی دارد با تخریب تجربه واقعی ابژه های مصرفی. آنچه به ظاهر نو به نظر می رسد، در واقع امری تکراری است که بر فقدان امر نو سرپوش می گذارد. جنون و شهوت نوآوری بی پایان با پر کردن عرصه تجربه از خروارها آشغال های پر زرق و برق عملاً توانایی های حسی و ذهنی آدمیان را عقیم می کند و بدین سان، تجربه امر واقعاً نو را ناممکن می کند. ما دائماً با کالاهای به ظاهر متفاوت مواجه می شویم ولی آنچه هیچگاه تغییر نمی کند خود وجه تولید و استثمار نهفته در آن است. پس آنچه فانتاسماگوریا بیان میکند، ویرانی تجربه تاریخی است و گرفتار شدن در زمان حالی ابدی که گرد تاریخ را از گام های خود تکانده است. این حال و هوای جادویی، حال و هوای مسخ شدگی، کالاها را در مهی غلیظ می پوشاند.

- بت وارگی عینی

و بدین ترتیب است که همان‌طور که آدورنو و هورکهایمر در کتاب «دیالکتیک روشنگری» تأکید می‌کنند، عصر مدرن بار دیگر مقهور اسطوره می‌شود. اسطوره‌زدایی خود بدل می‌شود به شکل جدیدی از اسطوره‌سازی. ماهیت فетиشیستی کالاها خود نتیجه ماهیت اجتماعی کاری است که این کالاها را تولید می‌کند. وقتی تحقق و افزایش ارزش مبادله جانشین سودمندی می‌شود، انبوه کالاها در هیأت توده‌های بی‌شکلی که کار بی‌شکل انسانی را در خود خفه کرده‌اند، دست به دست می‌شوند. پس وقتی مارکس در بخش فетиشیسم کالایی می‌گوید روابط اجتماعی میان اشیاء جای روابط اجتماعی میان آدمیان را می‌گیرند، به واقع نسبت جاندار و بی‌جان را وارونه می‌سازد. در فضای وهم‌آلود فانتاسماگوریا اشیاء بی‌جان یا کالاها جان می‌گیرند و مثل اشباحی که از دستگاه رابرتسون بیرون می‌تراویدند در فضا شناور می‌شوند و این توهم را در نظاره‌گران ایجاد می‌کنند که حقیقتاً زنده‌اند. این توهم به وجود می‌آید که کالاها از هیچ تولید شده‌اند و انسان‌ها هم چیزی بیش از مصرف‌کنندگان نیستند. وقتی مقولات بنیادین تولید سرمایه‌داری به همه خلل و فرج زندگی و روابط اجتماعی رخنه می‌کنند، سرمایه نیز در هیأت شبیحی فناپذیر بر صحنه منجمد تاریخ ظاهر می‌شود، شبیحی از یک زمان حال فراسوی زمان. پس به تبعیت از مارکس، باید بر این امر تأکید ورزید که فетиشیسم تنها ناشی از یک نوع تحریف یا اعوجاج بصری نیست، بلکه نتیجه ثابت‌شدن نگاه بر وجه گردش و مبادله است. حاصل این نگاه فقط یک ایماژ نیست، بلکه در عرصه کنش اجتماعی واجد عواقبی ملموس است. متمیزه‌شدن انسان‌ها یکی از مهم‌ترین این عواقب است. ابژه‌های مصرف تا آنجا کالا محسوب می‌شوند که محصول کار خصوصی باشند، یعنی کاری که ارتباطش با کارهای دیگر قطع شده و در نوعی خلأ تحقق می‌یابد. تولیدکننده‌ها تنها زمانی با یکدیگر مواجه می‌شوند که کالاهاشان را مبادله می‌کنند، یعنی تولیدکنندگان اتم‌وار و انتزاعی تنها می‌توانند روابطی متمیزه و انتزاعی با بقیه تولیدکنندگان (که موقعیتی مشابه دارند) داشته باشند. تولیدکننده سرمایه‌دار تنها برای سود خود تولید می‌کند و هر چند ظاهراً آزاد و برابر با دیگران به نظر می‌رسد، این آزادی فقط امری ظاهری است، چرا که اعمال ارادی فردی در این مبادله‌ها جایی ندارد، در واقع به قول مارکس، آنچه در اقتصاد بورژوایی واقعیت دارد روابط «مادی» میان انسان‌ها و روابط «اجتماعی»

میان اشیاء است. فetišیسم نه امری ذهنی یا تخیلی، که امری عینی و ابژکتیو است. همانطوری که برای فروید فetišیسم مستلزم نوعی جابجایی است، یعنی جابجایی ابژه جنسی عادی با ابژه دیگری که هدف آن کامیابی جنسی عادی نیست، برای مارکس هم فetišیسم بر نوعی جابجایی استوار است، همان جایگزینی ارزش مصرف با ارزش مبادله که در مقام یگانه هدف واقعی فرایند تولید هر شکلی از کامیابی را کنار می‌زند. نگاه مارکس به جامعه کمونیستی به نوعی ریشه در همین مقوله دارد، زیرا جامعه کمونیستی قرار است جامعه‌ای باشد که در آن نزاع طبقاتی به پایان می‌رسد، خود طبقات محو می‌شوند، و مصرف دیگر در خدمت زمان تولید نخواهد بود. بر عکس، زمان تولید یک محصول بر اساس سودمندی اجتماعی آن تعیین خواهد شد. تعیین زمان تولید بر پایه سودمندی اجتماعی نه تنها موجب دگرگونی شیوه توزیع زمان میان فراغت و کار خواهد شد، بلکه ماهیت خود تولید و همچنین مبنای آن، یعنی عقلانیت تکنیکی-علمی را هم دگرگون خواهد کرد، همان عقلانیتی که در شکل فعلی‌اش مسبب سلطه بر طبیعت و مثله‌کردن جسم و نیروی حیاتی کارگر است.

پیامد تمرکز نگاه بر عرصه مبادله ظهور آن توهمی است که استحکام جوامع امروزی در گرو بازتولید آن است، همان توهم وجود سوژه‌های آزاد برخوردار از حقوق و مصرف‌کنندگان مختار. در این زاویه دید چنین وانمود می‌شود که ستیزها و نابرابری‌ها می‌توانند حل شوند. تئوری عدالت توزیعی جان رالز، به زعم تومبا، مثال بارزی است از منظری که وضع موجود را تبدیل به واقعیتی ابدی می‌کند و در نتیجه با فراموش کردن ایده تغییر ساختار اجتماعی-سیاسی، بدین دلخوش می‌کند که چگونه می‌توان روابط میان انسان‌های متمایز را بطور منصفانه‌تری اداره کرد. در جهان بی‌زمان رالز، تنها پیشرفت وجود دارد بی‌آنکه تغییری در کار باشد.

نکته پایانی تاکید دوباره بر واقعیت عینی فانتاسماگوریا و نقش ساختاری فetišیسم کالایی در شکل‌گیری و بازتولید تاریخی جامعه سرمایه‌داری است. این تاکید، به ویژه به لحاظ تحول نظری مارکسیسم و نقد اقتصاد سیاسی در دهه‌های اخیر واجد

اهمیت است. در دهه‌های پایانی قرن بیستم، برخی نظریه‌پردازان مارکسیست که بی‌شک لویی آلتوسر مهم‌ترین و مشهورترین آنهاست، تا حدی با نادیده‌گرفتن همین واقعیت عینی، حضور مضمون فetišیسم کالایی در جلد اول «سرمایه» را نشانه بقای کم‌رنگ دیدگاه انسان‌گرایی مارکس جوان می‌دانند. همان مارکسی که پیش از نگارش «ایدئولوژی آلمانی» در آثاری چون دست‌نوشته‌های اقتصادی-فلسفی با الهام‌گرفتن از نظریه بیگانگی سوژه در فلسفه هگل، مناسبات سرمایه‌داری را به عنوان شکل عام از خودبیگانگی نوع بشر مورد نقد قرار داده بود. پیوند نزدیک ایده فetišیسم با بسیاری از مضامین نظری کسانی چون لوکاچ و آدورنو که آشکارا نماینده مارکسیسم هگلی محسوب می‌شدند، این ادعای آلتوسر را تقویت می‌کرد که فانتاسماگوریا و فetišیسم را باید آخرین بقایای تاثیر مخرب هگل دانست که تبدیل مارکسیسم به علم نتیجه خلاصی از آن بود. تردیدی نیست که مضمون فetišیسم در کتاب «سرمایه» با نظریه ازخودبیگانگی مارکس جوان از بسیاری جهات شباهت دارد. اما معرفی مارکس جوان به مثابه یک اومانیزست هگلی پیش از آنکه با واقعیت خوانا باشد، نتیجه تاکید جزمی بر علمی‌شدن مارکسیسم است. نباید فراموش کرد که هدف مارکس از نگارش «سرمایه» نقد اقتصاد سیاسی بود نه ارائه روایتی دیگر از اقتصاد سیاسی. بقای مارکسیسم در مقام انقلاب مستلزم تغییر واقعیت تاریخی است و نه صرفاً تحلیل علمی آن. کنار زدن اشباح واقعی فانتاسماگوریا جزء اصلی این تغییر محسوب می‌شود. از این‌رو، هرگونه تردید نسبت به واقعیت عینی فetišیسم عملاً مبارزه طبقاتی کارگران را تا سطح مبارزه‌ای فرهنگی و تبلیغاتی برای روشن‌شدن اذهان تقلیل خواهد داد. حفظ مضمون فetišیسم کالایی به عنوان جزئی ضروری در ساختار مناسبات سرمایه‌داری یکی از شروط ایجاد سیاست و کنش انقلابی است.