



# چهار اقلیم فرهنگی ایرانی

## واقتصاد احساسات پس از جنگ چهل روزه





## دکتر محمد آقاسی

جامعه‌شناس و پژوهشگر افکار عمومی



به‌طور معمول در جنگ، با مجموعه‌ای از رویارویی‌های نظامی روبه‌رو هستیم، اما پس از آن باید لایه‌های عمیق‌تر اجتماعی را مورد مطالعه قرار داد. جنگ، بازاری از احساسات (Emotional Market) است که در آن ترس، امید، افتخار، شرم، همبستگی و اضطراب، کالاهایی هستند که تولید، توزیع و مصرف می‌شوند. هزینه تمام‌شده این احساسات برای جامعه چقدر است؟ و چه کسانی از نوسانات این بازار سود می‌برند؟

با نگاه جامعه‌شناسی کلاسیک، جنگ نوعی «شوک بیرونی» است که تنها یک نوع همبستگی و آن هم مکانیکی را تقویت می‌کند. جامعه ایران با تجربه جنگ‌های مکرر (۱۸۰۴، ۱۸۲۶، ۱۹۴۱، ۱۹۸۰ و ۲۰۲۵)، یک «اقتصاد احساسی مقاومتی» ساخته است. این اقتصاد، نه بر مبنای پول

که بر مبنای سرمایه فرهنگی یا نمادین عمل می‌کند. مطالعات اجتماعی دودهمه گذشته ایران نشان می‌دهد که در موقعیت‌های بحرانی همانند جنگ، ما دست‌کم با چهار نوع همبستگی و در پی آن با چهار نوع از اقتصاد احساسات روبه‌رو هستیم. این تنوع و تعدد، نه نقطه ضعف که نقطه قوت جامعه ایرانی در جذب شوک‌های جنگی بوده است. به این معنی که هر اقلیم، سهم خود را در «پرداخت هزینه عاطفی» ادا می‌کند؛ حتی اگر این پرداخت عادلانه نباشد. در بسیاری از موارد، میدان اصلی جنگ جایی است که هیچ صدای انفجاری در آن شنیده نمی‌شود؛ در ذهن‌ها، در ادراک‌ها و مهم‌تر از همه در احساسات. اگر جنگ را به مثابه یک سیستم در نظر بگیریم، احساسات یکی از مهم‌ترین منابع این سیستم است؛ منابعی که تولید می‌شوند، توزیع می‌شوند و مصرف دارند. اینجاست که مفهوم «اقتصاد احساسات» معنا پیدا می‌کند. جامعه همواره میدان کشمکش هویت‌ها است، اما سیستم، مجموعه‌ای از کارکردهاست. جنگ، سیستم را از کار نمی‌اندازد و سیستم همیشه راهی برای بازسازی کارکردهای خود پیدا می‌کند. آنچه جنگ لو می‌دهد، «قدرت نسبی هر اقلیم فرهنگی، در تعریف هویت جمعی» است.

در حال حاضر جامعه‌شناسی، سرمایه را فقط اقتصادی نمی‌داند، سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی در میدان قدرت نقش دارند. در جنگ، هر اقلیم «نوع خاصی از سرمایه» را تولید و توزیع می‌کند. اقلیم دینی-شیعی، سرمایه «معنوی» تولید می‌کند. شهادت، صبر، امتحان الهی، مظلومیت تاریخی، این‌ها فقط مفاهیم کلامی نیستند. آن‌ها «ارز رایجی» هستند که ترس فردی را به همبستگی جمعی تبدیل می‌کنند. در این اقلیم، جنگ به مثابه «عاشورایی تازه» فهم می‌شود. شبکه مساجد، هیأت‌ها، مراسم و مناسک، «کارخانه تبدیل اضطراب به افتخار» هستند. هزینه این تبدیل را چه کسی می‌پردازد؟ طبقات متوسط سنتی-بازاریان، روحانیون، نیروهای نظامی و انقلابی- که





وقتی جنگ آغاز می‌شود، هر اقلیم وارد مذاکره‌ای ضمنی با اقلیم‌های دیگر می‌شود. اقلیم دینی می‌گوید: «صبر کنید، معنا هست». اقلیم ملی می‌گوید: «بایستید، برای کشور تهدید است». اقلیم جهانی می‌گوید: «اعتراض کنید، رنج بیهوده است». اقلیم قومی می‌گوید: «آب‌انبار همسایه را خالی نکنید، سهم هر طایفه مشخص است».

عاطفی حول دغدغه‌های ملموس شکل می‌گیرد: پسر همسایه به جبهه رفته، بازار منطقه تعطیل شده، جاده امن نیست. پایگاه اجتماعی این اقلیم، جمعیت‌های مرزنشین، عشایر و اقوام پراکنده غیرفارسی است. سرمایه آن‌ها در شبکه‌های قوی درون‌گروهی است، اما در بحران‌های کلان ملی، این سرمایه اغلب به حاشیه رانده می‌شود. وقتی جنگ آغاز می‌شود، هر اقلیم وارد مذاکره‌ای ضمنی با اقلیم‌های دیگر می‌شود. اقلیم دینی می‌گوید: «صبر کنید، معنا هست». اقلیم ملی می‌گوید: «بایستید، برای کشور تهدید است». اقلیم جهانی می‌گوید: «اعتراض کنید، رنج بیهوده است». اقلیم قومی می‌گوید: «آب‌انبار همسایه را خالی نکنید، سهم هر طایفه مشخص است». جامعه تا زمانی از هم نمی‌پاشد که «نرخ تبدیل» در هر چهار اقلیم بالای آستانه بحران باقی بماند؛ یعنی:

■ مردم بتوانند «صبر دینی» خود را به «امنیت اقتصادی» تبدیل کنند،

■ مردم بتوانند «غرور ملی» خود را به «اعتماد به دستگاه دولت» تبدیل کنند،

■ مردم بتوانند «همدلی جهانی» خود را به «دریافت کمک‌های بین‌المللی یا فشار دیپلماتیک» تبدیل کنند،

■ مردم بتوانند «همبستگی قومی» خود را به «باز توزیع منابع در منطقه» تبدیل کنند.

این نرخ‌های تبدیل را چگونه می‌توان سنجید؟ نشانه‌هایی مانند مهاجرت، احتکار یا کاهش مشارکت، وضعیت را توصیف می‌کنند، اما عددی به دست نمی‌دهند. در عمل، یک جامعه‌شناس می‌تواند مثلاً نرخ تبدیل غرور ملی به اعتماد به دولت را از طریق نظرسنجی‌ها اندازه بگیرد. بدون چنین سنجه‌هایی، «نرخ تبدیل» به جای آن که ابزاری برای پیش‌بینی باشد، بیشتر یک مفهوم راهنما است. وقتی یکی از این نرخ‌ها سقوط می‌کند، اعتماد عمومی فرو می‌ریزد. نشانه‌های سقوط را در مهاجرت از منطقه، احتکار،

پایگاه اصلی این اقلیم هستند. آن‌ها سرمایه نمادین خود را به سرمایه اقتصادی (نذورات، موقوفات و امتیازات استخدامی) تبدیل می‌کنند.

**اقلیم ملی-تاریخی**، با در نظر داشتن ایران به مثابه سرزمین، تاریخ و تداوم، سرمایه «غرور ارضی» تولید می‌کند. این اقلیم یادآور مفاهیم ارنست رنان است که می‌گفت «ملت، همه‌پرسی روزانه است». در جنگ، این همه‌پرسی حول محور «تهدید موجودیت» برگزار می‌شود. گویی به ناگهان، خاطره قفقاز ۱۸۲۸، اشغال ۱۹۴۱ و کودتای ۱۹۵۳، برای این اقلیم فعال می‌شود. قشرهای تحصیل‌کرده، کارمندان دولت، مدیران صنعتی و نظامیان حرفه‌ای، پایگاه این اقلیم هستند. آن‌ها سرمایه «وابستگی سرزمینی» خود را به سرمایه سیاسی (اعتماد به دولت در بحران) تبدیل می‌کنند.

**اقلیم جهانی-انسانی**، سرمایه «همدلی فرا ملی» با مفاهیمی چون حقوق بشر، صلح‌گرایی، کرامت انسانی، رنج غیرنظامیان تولید می‌کند. این اقلیم جنگ را در چارچوب «درام اخلاقی بزرگ» جهان معاصر و تمرکز بر قربانیان، کودکان و آوارگان، می‌فهمد. دیلتای می‌گفت «تجربه زیسته را نمی‌توان به مفهوم تقلیل داد»، اما این اقلیم دقیقاً عکس این کار را می‌کند؛ تجربه وحشت را به «دسته‌بندی‌های جهانی حقوقی» تبدیل می‌کند. پایگاه اجتماعی این اقلیم روشن‌فکران شهری، فعالان مدنی و بخشی از طبقه متوسط هستند. مشکل آن‌ها این است که سرمایه فرهنگی بالایی دارند اما سرمایه نمادینشان در میدان قدرت اقتصادی به‌ندرت قابل تبدیل است.

**اقلیم قومی-منطقه‌ای**، سرمایه «شبکه‌های خویشاوندی و همبستگی محلی» تولید می‌کند. می‌توان گفت این اقلیم از الگوی فردیناند تونیس پیروی می‌کند: «گماینشافت» نه «گزلشافت». در این اقلیم، جنگ نه در مقیاس ملی که در مقیاس امنیت روستا، قوم و طایفه فهم می‌شود. واکنش





کاهش مشارکت در امور عمومی و گسترش شایعات، می‌توان جست‌وجو کرد. تجربه بوسنی (۱۹۹۵-۱۹۹۲) نشان داد که وقتی اقلیم قومی بر سه اقلیم دیگر غلبه می‌کند یعنی همه‌چیز در چارچوب «صرب»، «کروات»، «بوسنیایی» تعریف می‌شود، نتیجه «پاک‌سازی قومی» است. سرمایه نمادین، دیر به سرمایه اقتصادی تبدیل می‌شود و جامعه از درون متلاشی می‌شود. اوکراین ۲۰۲۲ اکنون نشان داد که اقلیم ملی می‌تواند با اقلیم جهانی ائتلاف کند و سرمایه نمادین «دفاع از سرزمین» را به سرعت به کمک‌های نظامی و اقتصادی تبدیل کند. نرخ تبدیل در اوکراین به طرز چشمگیری بالاست، اما این تبدیل، مستلزم پذیرش «هویت واحد» و حذف موقت اقلیم قومی و دینی رقیب است.

در جنگ، نرخ تبدیل هر کدام از این روابط سقوط می‌کند. کار اقتصادی، نه صرفاً «حفظ بازار» که «حفظ امکان تبدیل» است: تبدیل غرور ملی به اعتماد به سرمایه‌گذاری داخلی، تبدیل همدلی جهانی به خط اعتباری جدید، تبدیل همبستگی قومی به قرارداد تجاری پایدار. این اقتصاد سیاسی احساسات است. این چیزی است که هیچ مدل اقتصادسنجی بدون جامعه‌شناسی نمی‌تواند پیش‌بینی کند. این‌ها پاسخ‌های کوتاهی به این سؤال مهم است که مکانیزم‌های اصلی اقتصاد احساسات ایرانیان در هنگام جنگ چیست؟ جامعه اگر جنگ را مجموعه‌ای از انفجارها ببیند، ترس را بازتولید می‌کند؛ اما اگر در قالب روایت‌های آشنا تفسیر شود، می‌تواند ترس و افتخار را کنار هم نگه دارد. روایت‌های دینی، ملی یا انسانی، کالای عمومی قابل تحمل شدن وحشت را تولید می‌کنند. هر کس از این کالا بهره می‌برد، بی‌آنکه هزینه‌ای مستقیم بپردازد؛ اما تولید آن هزینه‌هایی مثل خطابه‌های مذهبی، شعارهای ملی، گزارش‌های حقوق بشری، برای تولید معنا دارد. در جامعه ایرانی، اقلیم‌های مختلف به یکدیگر احساسات

قرض می‌دهند. اقلیم دینی، «واژگان صبر و شهادت» را در اختیار اقلیم ملی می‌گذارد. اقلیم ملی، «غرور ایرانی» را به اقلیم جهانی قرض می‌دهد تا نقد جنگ را تعدیل کند. این «بازار بین‌اقلیمی احساسات»، از شوک‌های ناگهانی جلوگیری می‌کند. وقتی یک تفسیر (مثلاً صرفاً نظامی) کارایی خود را از دست می‌دهد، تفسیر دیگر (مثلاً مظلومیت تاریخی) جایگزین می‌شود.

جامعه ایرانی از تجربه جنگ‌های پیشین «سرمایه احساسی» ذخیره کرده است. پس‌انداز عاطفی بین‌نسلی، هرچند متفاوت است، اما وجود دارد. نسل جوان هم نمی‌خواهد از «بازار احساسات جنگ» بی‌بهره بماند. این پس‌انداز، هزینه روانی جنگ جدید را کاهش می‌دهد، چون جامعه «تجربه قبلی تحمل» را در حساب عاطفی خود دارد. آن‌چه در حافظه جمعی می‌ماند، نه تعداد موشک‌ها، بلکه «نحوه معناکردن» آن‌ها است.

آن‌چه در جامعه ایران در مواجهه با جنگ رخ می‌دهد، «واکنش عاطفی خام» نیست، بلکه بازاری چنداقلیمی با





در جامعه ایرانی، اقلیم‌های مختلف به یکدیگر احساسات قرض می‌دهند. اقلیم دینی، «واژگان صبر و شهادت» را در اختیار اقلیم ملی می‌گذارد. اقلیم ملی، «غرور ایرانی» را به اقلیم جهانی قرض می‌دهد تا نقد جنگ را تعدیل کند. این «بازار بین اقلیمی احساسات»، از شوک‌های ناگهانی جلوگیری می‌کند.

نرخ‌های تبدیل معنا، سرمایه نمادین و پس‌انداز بین‌نسلی است. اگر نگاه اقتصادی بخواهد جنگ را فقط با شاخص بهای مصرف‌کننده یا نرخ بیکاری تحلیل کند، هزینه تمام‌شده واقعی را بیان نکرده است. فهم این اقتصاد احساسات می‌تواند پیش‌بینی کند که مردم در بحران بعدی چگونه رفتار خواهند کرد؛ با پس‌انداز عاطفی، با قرض‌گرفتن احساسات از اقلیم‌های دیگر و با تولید متنی که در آن رنج، ایمان و مقاومت درهم‌تنیده است. نکته مهم دیگر، «رقابت بر سر توجه» است. در اقتصاد کلاسیک، بازیگران بر سر منابع کمیاب رقابت می‌کنند. در اقتصاد احساسات، منبع کمیاب «توجه» است. آمریکا و اسرائیل تلاش می‌کنند روایت‌هایی تولید کنند که توجه افکار عمومی جهانی و حتی داخلی ایران را به خود جلب کند. ایران نیز به دنبال تثبیت روایت خود است. هر طرفی که بتواند توجه بیشتری را به روایت خود جلب کند، در واقع سهم بیشتری از بازار احساسات را در اختیار گرفته است. در این میان، رسانه‌ها نقش بانک‌ها را بازی می‌کنند. همان‌طور که بانک‌ها پول را گردش می‌دهند، رسانه‌ها احساسات را گردش می‌دهند. یک خبر، یک تصویر یا حتی یک شایعه می‌تواند موجی از ترس یا خشم ایجاد کند. این موج‌ها اگر تکرار شوند، به ساختار تبدیل می‌شوند. به همین دلیل است که کنترل روایت و مدیریت جریان اطلاعات به‌اندازه کنترل منابع مالی اهمیت پیدا می‌کند.

اما شاید مهم‌ترین بُعد اقتصادی این ماجرا، «هزینه-فایده احساسات» باشد. هر بازیگری تلاش می‌کند با کمترین هزینه، بیشترین اثر احساسی را ایجاد کند؛ برای مثال، یک تهدید لفظی ممکن است بدون هزینه نظامی، اثر روانی بزرگی ایجاد کند. یا یک عملیات محدود می‌تواند موجی از غرور یا ترس را در مقیاس وسیع تولید کند. این همان جایی است که جنگ از حالت صرفاً نظامی خارج می‌شود

و به یک بازی پیچیده اقتصادی تبدیل می‌شود. در سطح داخلی، اقتصاد احساسات به شدت با معیشت گره می‌خورد. اگر فشار اقتصادی افزایش پیدا کند، ظرفیت جامعه برای تولید احساسات مثبت کاهش می‌یابد. در چنین شرایطی، حتی روایت‌های رسمی نیز کارایی خود را از دست می‌دهند. به بیان دیگر، اقتصاد مادی و اقتصاد احساسی از هم جدا نیستند؛ بلکه در یک رابطه رفت و برگشتی قرار دارند. رکود اقتصادی می‌تواند ناامیدی تولید کند و ناامیدی نیز می‌تواند رکود را تشدید کند. از سوی دیگر، نباید فراموش کرد که احساسات می‌توانند به سرمایه تبدیل شوند؛ برای مثال، خشم اگر جهت‌دار شود، می‌تواند به بسیج اجتماعی منجر شود. غرور ملی می‌تواند مشارکت سیاسی را افزایش دهد؛ اما همین احساسات اگر کنترل نشوند، می‌توانند به فرسایش اجتماعی منجر شوند. اینجاست که مدیریت احساسات به یک مهارت راهبردی تبدیل می‌شود. در نهایت، جنگ آمریکا و اسرائیل علیه ایران را نمی‌توان فقط با شاخص‌های نظامی یا اقتصادی کلاسیک تحلیل کرد. این جنگ یک میدان پیچیده از تعاملات احساسی است که در آن هر کنش می‌تواند پیامدهای چندلایه داشته باشد. اقتصاد احساسات به ما کمک می‌کند بفهمیم چرا گاهی یک خبر کوچک، اثر بزرگی دارد، یا چرا یک اقدام پرهزینه ممکن است نتیجه محدودی داشته باشد.

در این جنگ، احساسات نه حاشیه‌اند و نه پیامد، بلکه خود میدان هستند. هر بازیگری که بتواند این میدان را بهتر مدیریت کند، حتی بدون برتری مطلق نظامی می‌تواند دست بالا را داشته باشد. این همان جایی است که جنگ از یک تقابل سخت به یک بازی پیچیده نرم تبدیل می‌شود. بازی‌ای که در آن برنده کسی است که نه فقط منابع مادی، بلکه جریان احساسات را هم در اختیار بگیرد.

