**ولخرجی: پاره ای از فلسفه پول**

**زیمل کئورگ**

**نجفی، صالح**

...می‏خواهم به یاری 2 مثال سلبی،بررسی‏ کنم که پول تا چه حد خصلت هدفی مستقل‏ -ورای نقش آن به منزله یک وسیله محض-پیدا می‏کند.رابطه ولخرجی با مال‏اندوزی نزدیک‏تر از آن است که از تقابل ظاهری این دو پدیده برمی‏آید. در اینجا باید یادآور شویم که هرجا اقتصاد ابتدایی‏ وجود دارد،حفاظت مقتصدانه و حساب‏گرانه از ارزش‏ها با ماهیت آنها،با انتقال‏پذیری بس محدود محصولات کشاورزی،ناهمخوان است.اگر محصولات یاد شده را نتوان به راحتی یا به وضوح‏ به پول قابل انتقال نامحدود بدل کرد،انبار کردن‏ یا احتکار کردن‏شان از روی مال‏اندوزی تقریبا ناممکن است؛هر کجا محصولات کشاورزی‏ بلاواسطه تولید و مصرف می‏شوند،اغلب شکل‏ خاصی از گشاده‏دستی غلبه دارد،خاصه در برخورد با مهمانان یا تنگدستان،گشاده‏دستی‏ای‏ که احتمالا در یک اقتصاد پولی کمتر به چشم‏ می‏خورد،زیرا پول را با سهولت بیشتر می‏توان‏ اندوخت و ذخیره کرد.از همین روی بود که‏ پیتروی شهید (Peter the Martyr) کیسه‏های کاکائویی را که برای مکزیکی‏های‏ باستان،کار پول را می‏کردند،می‏ستود؛زیرا آنها را نمی‏شد مدتی طولانی در خفا نگاه داشت و انبار کرد و به همین‏سان،اوضاع و احوال طبیعی،امکان‏ و افسون ولخرجی را محدود می‏سازند.جدای از نابودی و هلاکت برای هیچ‏وپوچ،حدومرز مصرف‏ بی‏رویه و اسراف سبک‏سرانه در یک گروه را توانایی‏ اعضای آن و غریبه‏ها در مصرف کردن تعیین‏ می‏کند.ولی نکته اصلی این است که ولخرجی و ریخت‏وپاش دیگر چیزهای انضمامی مقایسه‏ شود؛دومی متضمن آن است که ارزش سلسله‏ غایات عقلانی فرد به سادگی از بین برود و حال‏ آنکه ولخرجی نوع اول متضمن آن است که ارزش، به شیوه‏ای نابجا،با دیگر ارزش‏ها جابه‏جا شود. یگانه نوع مسرفی که در اقتصاد پولی،برای فلسفه‏ پول واجد معنا و اهمیت است،نه کسی است که‏ برای هیچ‏وپوچ ار روی طبع،پول را به باد می‏دهد بلکه آن است که پول را خرج خریدهای مهملی‏ می‏کند که با اوضاع و احوالش تناسب ندارند.لذت‏ ناشی از ولخرجی کردن مربوط می‏شود به مجال‏ خرج کردن پول برای هر چیزی که پیش آید و باید آن را متمایز ساخت از لذت حاصل از تمتع‏ گذرا از چیزها و فرق گذاشت بین آن و تفاخر و جلوه‏فروشی مربوط بدان و تغییر و تحول مهیج‏ میان اکتساب و استفاده چیزها،لذت مورد بحث‏ بیشتر مربوط می‏شود به کارکرد ناب اسراف و ولخرجی،قطع‏نظر از محتوای جوهری و اوضاع‏ و احوال متلازم آن.برای آدم خراج،جاذبه لحظه‏ ولخرجی کردن هم از خود افزایش پول و هم از جذابیت چیزهای مصرفی،پیشی می‏گیرد.این امر به‏طور مشخص موقعیت فرد ولخرج را در نسبت با سلسله غایات برجسته می‏کند.اگر نقطه فرجامین‏ این سلسله،تمتع از طریق مالکیت یک چیز باشد، آن‏گاه اولین مرحله واسط اساسی مالکیت پول‏ است و دومین مرحله،پول را صرف آن چیز کردن. برای آدم خسیس،اولین مرحله مطبوع و فی‏نفسه‏ مطلوب می‏شود ولی برای آدم ولخرج،مرحله دوم‏ است که کیف می‏آورد.برای آدم ولخرج،پول‏ همان‏قدر مهم است که برای خسیس؛گرچه نه‏ به شکل تصاحب آن در قالب حرام کردن آن. درک آدم ولخرج از ارزش،به لحظه تبدیل و انتقال‏ پول به دیگر صورت‏های ارزش وابسته است،آن هم‏ تا بدان حد که او با اشتیاق می‏خواهد برای تمتع‏ از این لحظه،به بهای بر باد دادن همه ارزش‏های‏ انضمامی‏تر پول بپردازد.

بنابراین به راستی درخوردتوجه است که‏ بی‏اعتنایی نسبت به ارزش پول-که ذات و جاذبه‏ ولخرجی به‏شمار می‏آید-این ارزش را به صورت‏ چیزی تجربه شده و قدر دانسته،پیش‏فرض‏ می‏گیرد زیرا آشکارا،دور انداختن چیزی که برای‏ آدمی بی‏تفاوت است،خود نیز کاملا بی‏تفاوت‏ خواهد بود.مورد ذیل معرف ولخرجی غیرمنطقی‏ و لگام گسیخته مرسوم در رژیم گذشته است. وقتی شاهزاده کنتی (Prince Conti) الماسی‏ به ارزش 4 تا 5 هزار فرانک را برای بانویی فرستاد و او الماس را برگرداند،شاهزاده فرمان داد الماس‏ را چنان خرد کنند که بتوانند از آن به عنوان پودر مخصوص نوشتن استفاده کنند تا جواب نامه زن‏ را بدهد.تین (Taine) به این داستان،اظهارنظر ذیل را در خصوص عادات عرفی آن دوره می‏افزاید: «هرچه کمتر به فکر پول باشی،جهاندیده‏تری». البته این نظر متضمن درجه‏ای از خودفریبی‏ است،زیرا نگرش منفی آگاهانه و موکد به پول‏ -به‏سان فرایندی دیالکتیکی-بر ضد خود استوار است؛یعنی بر آن نگرشی که برای پول اهمیت و جذابیت قائل است و بس.این حکم درباره برخی‏ فروشگاه‏ها در شهرهای بزرگ صادق است که‏ برخلاف فروشگاه‏هایی که مشتریان را با قیمت‏های‏ ارزان جلب می‏کنند،با بی‏قیدی متظاهرانه تاکید می‏کنند که اجناس‏شان بالاترین قیمت‏ها را دارد. آنها بدین وسیله به جذب آراسته‏ترین اقشار جامعه‏ می‏اندیشند که اصلا قیمت اجناس را نمی‏پرسند. در این مورد،نکته جالب‏توجه این است که آنها نه‏ بر موضوع اصلی-خود شی‏ء-بلکه بر متضایف‏ یا همبسته منفی آن تاکید می‏گذارند؛اینکه‏ قیمت مهم نیست.و بدین ترتیب،ناخودآگاه پول‏ را دگربار در مرکز توجه قرار می‏دهند؛هرچند به‏ شکل سلبی.ولخرجی،به علت رابطه نزدیکش با پول،به سهولت تمام شتاب می‏گیرد و آنانی را که‏ دچار ولخرجی‏اند،از ملاحظه موازی معقول ناتوان‏ می‏سازد،زیرا نظم و قاعده‏ای که از طریق سنجه‏ پذیرفتاری (receptivity) اشیای انضمامی‏ حاصل می‏شود،از دست می‏رود.

وجه مشخصه حرص مفرط پول،دقیقا همان‏ ولخرجی است؛حرص پول،به عوض جست‏وجوی‏ تمتع از چیزهای واقعی،به دنبال چیزهای‏ ناملموس و نامحسوس می‏گردد که تا بی‏نهایت‏ گسترش می‏یابند و هیچ حدومرز بیرونی یا درونی نمی‏شناسند.هرجا که خبری از موانع‏ و تعلقات بیرونی عینی نباشد،حرص به صورتی‏ کاملا بی‏شکل و با شدت و حدتی فزاینده بیرون‏ می‏ریزد؛این است علت سنگدلی و خشم‏آلودی‏ فوق العاده‏ای که در بحث‏وجدل‏های مربوط به‏ ارث و میراث موج می‏زند.با توجه به اینکه مطالبه و دعوی افراد تابع میزان کار یا معیاری دارای مبنای‏ انضمامی نیست،هیچ یک از طرفین دعوا راغب‏ نیست به نحوی ما تقدم دعوی دیگری را به رسمیت‏ بشناسد.بدین قرار هیچ منعی در کار نیست که بر دعوی افراد حد بگذارد و هر پادرمیانی یا مداخله‏ای‏ کاملا دور از انصاف و بی‏اساس می‏نماید.نبود رابطه‏ درونی میان خواست و هر میزان یا معیاری برای‏ مورد خواست که در این مورد ناشی از ساختار شخصی روابط وارث است،تا جایی که به حرص‏ مربوط می‏شود،از ساختار شی‏ء مورد خواست‏ ناشی می‏شود.

شورش در اعتراض به ضرب سکه جدید در برونسویک (Brunswick) در 1499 فقدان‏ اصولی را برجسته می‏کند که بر اثر حرص پول، افزون می‏شودو از کاهش مطالبات می‏کاهد. مقامات حاکم گمان می‏بردند در آینده،باید پول‏ اصل را جایگزین پول تقلبی کرد و با این همه، همان کسانی که در ازای محصولات‏شان و به عنوان دستمزد،پول اصل می‏خواستند سر به شورش برداشتند،زیرا دیگران از قبول‏ پرداخت‏های ایشان با پول تقلبی سرباز زدند! وجود توأمان پول اصلی و تقلبی،بزرگ‏ترین‏ احتمال‏ها را برای افزایش درونی جنون‏ پول‏پرستی پیش می‏آورد که در مقایسه با آن، دیگر خواهش‏های شدید نفسانی همواره مبتنی‏ بر علل روان‏شناختی می‏نمایند.ما می‏دانیم این‏ قضیه حتی در انقلاب‏های چین روی داد،زیرا حکومت دستمزدها را با پول تقلبی می‏پرداخت‏ اما مالیات‏ها را فقط با پول اصل می‏پذیرفت.من، فقط در حد فرضیه،فکر می‏کنم این عدم اعتدال‏ که بخشی از نفس علاقه به پول است،درعین‏حال‏ ریشه پنهان پدیده عجیب و غریبی است که در بازار بورس یافت می‏شود؛این پدیده که بورس‏بازان‏ جزء یا ناآشنایان،تقریبا بدون استثنا روی افزایش‏ قیمت‏های بازار سرمایه‏گذاری می‏کنند.به نظرم‏ چنان می‏نماید که این واقعیت منطقا صحیح اما عملا بی‏ربط که سود در روندهای پیش‏فروش‏ محدود است و حال آنکه در مراحل پیش‏خرید چنین محدودیتی در کار نیست،انگیزه روانی‏ چنین رفتاری است.درحالی‏که بورس‏بازان بزرگ‏ که عملا باید اشیا را تحویل دهند،احتمال‏های هر دو طرف بازار را حساب می‏کنند،سرمایه‏گذاری‏ روی پول محض-که در سرمایه‏گذاری روی‏ آینده یافت می‏شود-به سرمایه‏گذاری در یک‏ جهت-که بالقوه بی‏نهایت است-علاقه دارد.این‏ گرایش که صورت درونی تکاپوی منفعت مالی را قوام می‏بخشد،به وجهی روشن‏تر در نمونه ذیل‏ نمود می‏یابد.کشاورزی آلمان،در فاصله سال‏های‏ 1880-1830 سود سالانه مستمر افزاینده تولید می‏کرد و این تصور را به وجود آورد که سوددهی‏ مزبور،روندی بی‏نهایت است؛بنابراین،دارایی‏ها نه به قیمتی متناسب با ارزش جاری‏شان بلکه‏ معادل با سود متوقع آینده‏شان عرضه می‏شدند؛ به همین علت است که کشاورزی اکنون دچار این‏ وضع فلاکت‏بار است.این شکل پولی سود است‏ که مفهوم ارزش را از ریخت می‏اندازد.هرجا که‏ سود فقط در چهارچوب«ارزش مصرفی»ظاهر می‏شود و آنجا که فقط کمیت انضمامی بی‏واسطه‏ آن لحاظ می‏شود،آنگاه تصور افزایش آن محدود به حدودی حساب شده می‏شود و حال آنکه‏ امکان و تدارک ارزش پول تا بی‏نهایت افزایش‏ می‏یابد.این هر آینه شالوده ذات طمع و اسراف‏ است،زیرا این هردو علی الاصول سنجیدن ارزش‏ را که به تنهایی می‏تواند حدومرز سلسله غایات‏ را ضامن باشد،رد می‏کنند؛یعنی سنجش ارزش‏ به وسیله تمتع نهایی از چیزها.آدم واقعا ولخرج‏ را نباید با افراد لذت‏پرست یا صرفا سبک‏سر اشتباه‏ گرفت؛هرچند همه این عناصر در ولخرج نوعی، به هم می‏آمیزند.آدم ولخرج همین‏که به شی‏ء مطلوبش دست می‏یابد،نسبت بدان بی‏اعتنا می‏شود؛تمتع و کام‏جویی او محکوم است به‏ اینکه هرگز قرار و دوام نیابد؛لحظه دستیابی او به یک شی‏ء با نفی کام‏جویی او مصادف می‏شود. از این حیث،زندگی برای او همان شکل اهریمنی‏ را پیدا می‏کند که برای فرد مال‏اندوز؛هر مقصودی‏ که حاصل می‏شود،به عطش او برای خواستی که‏ هرگز برآورده نمی‏شود،دامن می‏زند،زیرا کل این‏ گرایش در جست‏وجوی ارضا است؛چون‏که از یک هدف غایی می‏برد و در بطن مقوله‏ای جای‏ می‏گیرد که از آغاز هر غایتی را رد می‏کند و خود را محدود به وسایل و یک لحظه مانده به آخر می‏کند.شخص خسیس از آن دو انتزاعی‏تر است. وقوف او به هدف در فاصله‏ای به مراتب بیشتر از هدف غایی متوقف می‏شود و حال آنکه آدم ولخرج‏ به اشیای مطلوب خود نزدیک‏تر می‏شود،زیرا حرکت او به سمت غایتی عقلانی در مرحله‏ای‏ واپس‏تر می‏ایستد تا آن را تصرف کند؛تو گویی آن، خود هدف غایی است.از یک طرف،این وحدت صوری تقابل کامل نتایج مشهود و از طرف دیگر، فقدان یک هدف انضمامی نظم‏آفرین-که با اشاره‏ به بی‏معنایی یکسان هردو گرایش،تاثیر متقابل‏ نامعینی بین آنها برقرار می‏کند-این واقعیت را توضیح می‏دهد که مال‏اندوزی و ولخرجی اغلب‏ اوقات در یک شخص واحد یافت می‏شوند؛خواه‏ در پخش آنها در حوزه‏های متفاوت علایق و خواه‏ در پیوند با احوال و حالات متغیر.قبض و بسط این حالات چنان در مال‏اندوزی ولخرجی جلوه‏ می‏کند که گویی،هربار،محرک فرد یکی بوده و فقط ظرفیتش فرق می‏کرده است.

معنای دوگانه پول برای خواست ما نتیجه‏ باهم نهاد 2 نقشی است که پول ایفا می‏کند؛ هرچه نیاز به خوراک و پوشاک فوری‏تر و عام‏تر باشد،میل به آنها بالطبع محدودتر می‏شود. ممکن است مقادیر کافی،بالاخص از چیزهای‏ لازم و ضروری،در کار باشند و بدین ترتیب‏ در اصل شدیدترین موارد میل‏اند.در تضاد با نیازهای طبیعی ما،تقاضاهای کالاهای تجملی‏ محدودیت نمی‏شناسد.عرضه اجناس تجملی‏ هرگز از تقاضای آنها درنمی‏گذرد.مثلا،فلزات‏ گرانبها،با توجه به اینکه مواد لازم برای ساخت‏ جواهرات‏اند،استفاده‏های بی‏شماری دارند.این‏ امر،نتیجه غیرضروری بودن اساسی آنهاست. هرچه ارزش‏ها به بنیاد و اساس زندگی ما نزدیک‏تر باشند و هرچه بیشتر با شرایط بقای‏ محض ما یکی باشند،تقاضای مستقیم‏شان‏ قوی‏تر و البته از حیث کمیت محدودتر است‏ و احتمال رسیدن به حد اشباع در مراحل‏ اولیه بیشتر است.از طرف دیگر،هرچه فاصله‏ ارزش‏ها با نیازهای ابتدایی بیشتر باشد،تقاضای‏ آنها کمتر برحسب یک نیاز طبیعی سنجیده‏ می‏شود و نسبت به مقدار در دسترس‏شان‏ مدت زمان بیشتری بدون تغییر می‏ماند.میزان‏ نیازهای ما بین این دو قطب نوسان می‏کند؛یا فوریت بلاواسطه دارد که البته در این صورت‏ بالطبع محدود است یا نیاز به تجملات است‏ که در آن حالت،فقدان ضرورت،جای خود را به امکان‏هایی نامحدود جهت گسترش‏شان‏ می‏دهد؛درحالی‏که در فرهنگی‏ترین متاع‏ها، آمیزه‏ای خاص از این دو نهایت دیده می‏شود؛ به قسمی که نزدیک شدن به یک حد،مصادف‏ است با فاصله گرفتن فزاینده از آن دیگر که‏ پول،حد بیشینه هردو را باهم ترکیب می‏کند. پول با توجه به اینکه نه فقط ضروری‏ترین بلکه‏ غیرضروری‏ترین نیازهای زندگی را برآورده‏ می‏سازد،اضطرار شدید یا میل مفرط را با نامحدود بودن همه‏جانبه آن پیوند می‏زند.پول‏ در دل خویش حامل ساختار نیاز به تجملات‏ است؛چرا که هر محدودیتی بر میل به خود را کنار می‏زند که تنها به میانجی رابطه مقادیر مشخص با ظرفیت ما برای مصرف کردن، ممکن خواهد بود.با این همه،پول برخلاف‏ فلزی گرانبها که در ساخت جواهرات به کار می‏رود،نیازی ندارد میل نامحدود به خود را با فاصله‏گیری فزاینده از نیازهای آنی و مستقیم‏ متعادل کند،زیرا پول،همبسته اساسی‏ترین‏ نیازهای زندگی هم شده است.این خصلت‏ دوگانه نظرگیر پول،نظر به میل بدان،به‏ شکلی مجزا در مال‏اندوزی و ولخرجی نمود می‏یابد،زیرا هردو مورد،پول در میل ناب‏ بدان مستحیل می‏شود.هم مال‏اندوزی و هم‏ ولخرجی وجه منفی چیزی را عیان می‏سازند که دیدیم وجه مثبت پول نیز هست؛یعنی‏ اینکه پول قطر دایره‏ای را که در آن سایق‏های‏ روانی متعارض ما شکوفا می‏شوند،بزرگ‏ می‏سازد.به عبارتی،آنچه مال‏اندوزی در قالب‏ فلج مادی نشان می‏دهد،ولخرجی در قالب‏ بی‏ثباتی و گسترش‏خواهی عیان می‏سازد

ترجمه صالح نجفی

چشم سرد تاملاتی درباره پدیده نگاه‏ و تجربه بصری در نظریات زیمل

جواد گنجی

یکی از این موضوعاتی که به گواه دیوید فریزبی-شارح برجسته زیمل-برای‏ نخستین‏بار به شکل جامعه‏شناسی‏ از سوی زیمل بررسی و مطرح می‏شود «حس‏های پنج‏گانه»است که به‏طور مجزا در مقاله زیمل تحت عنوان«جامعه‏شناسی‏ حس‏ها»بسط می‏یابد.1این مقاله 3 حس‏ از حواس پنج‏گانه ما را بررسی می‏کند اما در اینجا ما مختصرا فقط به حس بینایی و پدیده«نگاه»می‏پردازیم.به‏جز مقاله‏ جامعه‏شناسی حس‏ها،می‏توان ردپای‏ نظریات زیمل درباره نگاه را در سایر آثار او از قبیل مقاله«کلانشهر و حیات ذهنی»، کتاب فلسفه پول،کتاب جامعه‏شناسی و... یافت.درواقع،جامعه‏شناسی حس‏ها خود یکی از زیرشاخه‏های مبحثی وسیع‏تر درباره‏ «مکان»و«فاصله»اجتماعی است‏2.در مباحث زیمل درباره مکان،بخشی عمده به‏ مکان اجتماعی در کلانشهر اختصاص دارد. در اینجا ناگزیریم صرفا به اشاراتی در این‏ مورد بسنده کنیم.

برای ورود به بحث،ضروری است اشاره‏ کنیم که در وهله اول،این دستگاه نظری‏ زیمل است که به ما اجازه می‏دهد به‏ پدیده‏ای ظاهرا جزئی همچون نگاه،بپردازیم. نظریات زیمل به کلی با نظریات متفکرانی‏ چون مارکس و وبر متفاوت است،آن هم از این حیث که او توجه خود را نه به فرایندهای‏ درازمدت بلکه به اجزای ظاهرا بی‏اهمیت و کوچک معطوف می‏کرد.ضمنا مدرنیته در نظر او،یک فرایند تاریخی طولانی و کلان‏ و عقلانی که تبیین‏کننده و دربرگیرنده‏ کنش‏های آدمیان باشد،نبود بلکه مدرنیته‏ به‏زعم او،عبارت بود از شیوه‏ها و حالات‏ تجربه کردن و زیستن مدرنیته،درواقع،در نگرش زیمل،مدرنیته همواره خود را در قالب تکه‏پاره‏ها و روابط بی‏ثبات،متحرک و سیال و حادث نشان می‏دهد.در آثار او،ما نه‏ با مفاهیمی همچون تولید،روابط تولیدی، عقلانیت و...بلکه با مفاهیم عمده‏ای همچون‏ هم‏رفتاری (sociation) ،کنش متقابل، مبادله،گردش،مصرف و از این قبیل روبه‏رو هستیم.در حقیقت،مفاهیم جامعه‏شناختی‏ در نظریات او مفاهیمی رابطه‏ای هستند (relational) .برای مثال،پدیده«مبادله» یکی از کلید واژه‏های زیمل است که می‏کوشد به یاری آن،اقتصاد(به‏طور کلی اقتصاد یکی از تجلیات مبادله است و نه مبنای‏ بر سازنده مبادله)و به‏طور کلی کنش متقابل‏ (interaction) را تبیین کند.بر همین‏ اساس است که از نظر زیمل هر پدیده‏ای‏ می‏تواند نوعی مبادله باشد.وقتی پای دیگری‏ (the other) در میان باشد،خواه‏ناخواه‏ مبادله‏ای صورت می‏گیرد.به‏زعم زیمل،هر نوع کنشی اعم از گفت‏وگو،بازی،متاثر شدن، نگاه کردن و...مبادله محسوب می‏شود؛چرا که‏ مبادله«نوعی شکل و کارکرد آغازین یا اصلی‏ حیات اجتماعی»است.3بدین‏سان زیمل‏ وجهی کلی و جهان‏شمول به روابط مبادله‏ و کنش متقابل عطا می‏کند و به همین دلیل‏ می‏تواند هم از شی‏ءواره شدن مفهوم جامعه‏ (نظیر مفهوم جامعه نزد دورکیم که ساختاری‏ کاملا فرافردی است و همواره نفوذناپذیر و درک نشدنی باقی می‏ماند)و هم از برداشت‏ اتمیستی از جامعه(برداشت فردگرایانه‏ای که‏ جامعه را صرفا حاصل جمع افراد یا اتم‏های‏ اجتماعی می‏داند)اجتناب کند.4

به‏طور عام،فی المثل،وقتی زیمل‏ کلانشهر را از منظر سلطه گردش کالا، ایماژ و سرمایه(در تقابل با تولید یا مصرف‏ آنها)و نیز مبادله می‏بیند،توجه او بیشتر معطوف به بعد زیباشناختی تجربه ما در کلانشهر است و نگاه یا تجربه بصری افراد شاخص‏ترین وجه این تجربه محسوب‏ می‏شود.به یک معنا،از نظر زیمل کلانشهر یک منظره (spectacle) را تشکیل می‏دهد که اجزایی به غایت متفاوت ولی درهم تنیده‏ در بطن آن باهم تعامل دارند.در مقاله‏ای با نام«نمایشگاه تجاری 1896 برلین»زیمل در تحلیلی درخشان بعد منظره‏گون خیابان‏ها و نمایشگاه‏ها در کلانشهر و نقش تجربه بصری‏ و محرک‏های بصری را به تصویر می‏کشد. به گفته او،قضیه ظاهرا از این قرار است که‏ بازدیدکننده نمایشگاه از شر انبوه محرک‏ها و تصاویر خیابان و محل کار و ملال حاصل‏ از تجربه دیدن هرروزه آنها به نمایشگاه پناه‏ می‏برد اما نمایشگاه‏ها با کنار هم چیدن خاص‏ کالاها و ترغیب بازدیدکننده‏ها به طریق‏ مختلف برای بازدید از غرفه‏ها،او را به‏ شیوه‏ای دیگر با سیل محرک‏ها و انبوه ایماژها و کالاها روبه‏رو می‏کنند.اتفاقا نمایشگاه‏ که جبرانی برای ملال و یکنواختی زندگی‏ روزمره به‏شمار می‏آید،به شکلی فشرده‏تر و بی‏ثبات‏تر و سیال‏تر همان ساختار اصلی‏ گردش کالا و سرمایه و ایماژ در کلانشهر را به نمایش می‏گذارد5.بدین‏سان تجربه‏ بصری در مواجهه با نمودها و محرک‏ها و اشیا و آدمیان،نقش بسیار مهمی در فرایند شکل‏گیری فرهنگ ذهنی و عینی دارد و اساسا این تجربه،عامل اصلی ذهنی شدن‏ (inrelectualization) هرچه بیشتر فرهنگ به‏شمار می‏رود.ضمنا باید یادآوری‏ کرد که تجربه بصری در کلانشهر به دلیل‏ تغییر یافتن فرد-تماشاچی،مناظر،خیابان‏ها و کالاها،تجربه‏ای است سیال و دائما متغیر.

در سطحی دیگر از تحلیل که جنبه‏هایی‏ پدیدارشناسانه در آن به چشم می‏خورد، در تعریف زیمل نگاه،ناب‏ترین شکل کنش‏ متقابل است که در هیچ ساختار عینی تجلی‏ نمی‏یابد.در آثار زیمل می‏توان به وضوح نقش‏ بر سازنده نگاه را نشان داد؛یعنی نگاه در مقام‏ یکی از امور برسازنده سوژه یا فرد و جامعه. امروزه،با توجه به بصیرت‏های روانکاوی، به خوبی می‏توان دریافت که نگاه (gaze) همواره چیزی بیش از یک نگاه ساده است؛ درواقع،نگاه همواره معطوف به دیگری‏ است و از این حیث،بیشتر یک ابژه است‏ تا یک سوژه‏6.نگاه ما به دیگری هیچ‏گاه‏ تبادل نگاه طرفین با یکدیگر نیست بلکه ما همواره با عنصر سومی به نام دیگری بزرگ‏ یا همان جامعه مواجهه هستیم.این دیدگاه با نگرش سارتر نیز همخوان است.از نظر سارتر هم اساسا ما زیر نگاه دیگری،به سوژه بدل‏ می‏شویم؛مثلا در تجربه شرم آدمی زیر نگاه دیگری از کلیت خویش در مقام نفس‏ (self) آگاه می‏شود.اما از نظر سارتر درعین‏ حال نگاه،پدیده‏ای است که سوژه فردی و ذهنی را کلیت‏زدایی می‏کند و او را بدل به‏ ابژه می‏سازد.فرد،زیر نگاه دیگری از این‏ امر آگاه می‏شود که خود او بخشی است از یک حوزه بصری بیگانه که به دست امکانات‏ بیگانه ساختار می‏یابد و فرد بدین‏سان‏ ابژه بودن را تجربه می‏کند7.در متن جامعه، انسان‏ها جملگی این فرایند عینیت یافتن‏ را که ملازم است با فرایند اجتماعی شدن‏ (socialization) تجربه می‏کنند.