

اوقات فراغت

تئودور آدورنو
جمال آل احمد

*Theodor Adorno, Free Time
in Culture Industry.*

مسئله اوقات فراغت، نحوه استفاده از آن توسط مردم، و پیامدهای احتمالی ناشی از آن نباید به صورت کلیتی انتزاعی مطرح شود. اصطلاح اوقات فراغت یا وقت آزاد در همین اواخر باب شد و سلف آن، یعنی فراغت خاطر، مبین موهبت شیوه‌ای از زندگی راحت و بی دغدغه بود که کیفیت آن متفاوت و به مراتب امیدوار کننده‌تر بود. اوقات نه فقط فارغ یا آزاد نیستند بلکه به اشغال کار در آمده‌اند؛ وانگهی به سهولت می‌توان ثابت کرد که این اوقات تحت سلطه قوانین مختلف درمی‌آیند. وقت آزاد اسیر و در بند نقیض خود است و در همین پیوند متناقض دارای ویژگی‌های اساسی می‌شود. مهم‌تر آنکه وقت آزاد به کلیت شرایط اجتماعی حاکم بر مردم بستگی دارد. مردم در کار یا در عقاید خود از اختیار واقعی به زندگی خود برخوردار نیستند. حتی جامعه‌شناسی‌های سازگاری که واژه نقش را همچون کلید به کار می‌برند به این حقیقت اعتقاد دارد که نقش بیانگر آن است که موجودیت تحمیل شده بر مردم از جانب جامعه نه معادل مردم به آن صورتی که هستند می‌باشد و نه به آن صورتی که می‌توانند باشند. البته ما قصد نداریم تمایزی ساده میان مردم به آن صورتی که هستند و نقش به اصطلاح اجتماعی آنها ترسیم کنیم. این نقش‌ها بر درونی‌ترین تجلی ویژگی‌های انسانی تأثیر می‌گذارند، تا آنجا که در عصر یکپارچگی اجتماعی حقیقتاً بی‌سابقه، تشخیص چیزی در انسان که از نظر عملکرد دارای وظیفه‌ای معین نباشد دشوار است. این امر در بحث اوقات فراغت به موضوعی مهم و قابل توجه تبدیل می‌شود، زیرا حتی آنجا که سیطره این جادو کاهش می‌یابد و مردم، خود حداقل تصور می‌کنند که بر اساس اراده آزاد خود عمل می‌کنند، خود این اراده توسط همان نیروهایی شکل می‌گیرد که مردم در صد دند در ساعات بیکاری از دست آنها فرار کنند. پرسشی که امروزه به پدیده اوقات فراغت کمک شایانی می‌کند آن است که: در زمانه‌ای که

بهره‌وری نیروی کار تحت شرایط تحمیلی بی‌اختیاری، یعنی زیر تأثیر روابط تولیدی که در آن مردم زاده می‌شوند و فرمان قواعد هستی انسانی امروز خود را همانند همیشه از آن شرایط می‌گیرند، چه بر سر اوقات فراغت می‌آید. در زمانه ما اوقات فراغت گسترش فوق‌العاده‌ای یافته است و این گسترش همچنان ادامه خواهد یافت زیرا اختراعات نیروی اتم و دستگاه‌های خودکار هنوز در هیچ‌جا به‌طور کامل مورد بهره‌برداری قرار نگرفته‌اند. اگر بخواهیم به این پرسش، فارغ از ملاحظات سیاسی، پاسخ دهیم، این ظن در وجود ما شکل می‌گیرد که اوقات فراغت گرایش دارد به نقیض خود تبدیل شود. بنابراین، بی‌اختیاری به تدریج به اوقات فراغت اضافه می‌شود بی‌آنکه اکثر مردم بی‌اختیار، از این فرایند و نیز از خود پدیده بی‌اختیاری با خبر باشند. اجازه دهید این موضوع را با تجربه شخصی خودم توضیح دهم. بارها شاهد بوده‌ام که از آدم هنگام مصاحبه می‌پرسند تفریحاتش چیست. مجلات هفتگی در تهیه گزارش درباره زندگی یکی از غول‌های صنعت فرهنگ، پرسش مربوط به شخص مصاحبه شونده را هیچ‌گاه فراموش نمی‌کنند. من در مقابل چنین پرسشی سخت متعجب می‌شوم زیرا هیچ تفریح و سرگرمی ندارم، البته این امر نه به این دلیل است که من آدم سخت‌کوشی هستم و از اوقاتم جز در انجام وظایف بهره نمی‌برم بلکه به این دلیل که من همه فعالیت‌هایم را بدون استثناء بسیار جدی تلقی می‌کنم. اگر من با چنین طبیعت پرکار و گسترده‌ای جان سخت نشده بودم وحشت می‌کردم اگر می‌دیدم این فعالیت‌ها به تفریح هم مرتبط می‌شوند؛ فعالیت‌هایی که من ناخودآگاه مسحور آنها شده‌ام تا صرفاً وقت‌کشی کنم. فعالیت‌هایی از قبیل نواختن موسیقی، شنیدن موسیقی و مطالعه عمیق جزء تفکیک‌ناپذیر هستی من شده‌اند و سرگرمی نامیدن آنها موجب مضحکه آنها می‌شود. وانگهی مایه خوشبختی است که نمی‌توان شغل مرا، یعنی تدریس و تولید آثار فلسفی و جامعه‌شناختی، برحسب آن نقیض قاطع اوقات فراغت که تقسیم‌بندی تیز و بران‌کنونی ابجاب می‌کند، تعریف کرد. با این وصف، من آگاهم که در این شغل و در دو عنصر اقبال و ادبار آن، مزیتی نهفته است. من همان کسی هستم که فرصت نادر پیگیری مقاصدش، و نیز شکل بخشیدن به کارش مطابق این مقاصد، را داشته است. همین امر دلیل آشکاری است بر این که میان کار من و آنچه که جدای از آن انجام می‌دهم تضاد فاحشی پیدا نشود. اگر قرار بود اوقات فراغت حقیقتاً به حالتی از امور تبدیل شود که همه بتوانند از امتیازات اقلیت جامعه برخوردار شوند در آن صورت من اوقات فراغت را مطابق با تجربه شخصی خودم از زندگی خارج از محیط کار ترسیم می‌کردم؛ البته با توجه به موقعیت‌های گوناگون، این الگو به نوبه خود تغییر خواهد کرد.

اگر ما همانند مارکس تصور کنیم که در جامعه بورژوازی نیروی کار به کالایی تبدیل شده است که در آن کار، ناگزیر به شیء تبدیل می‌شود، در آن صورت اصطلاح سرگرمی به یک تناقض منجر می‌شود: در واقع همان وضعیت انسانی که خود را متضاد شیء‌شدگی می‌داند، یعنی همان زندگی بی‌دغدغه به صورت یک وادی در میان برهوتی از نظامی خودکامه حساب شده، خود دقیقاً همانند تمایز قاطع میان کار و اوقات فراغت، به شیء تبدیل شده است. در حقیقت، اوقات فراغت تداوم اشکالی از حیات اجتماعی سودجویانه است. امروز اصطلاح تجارت نمایش تماماً جدی تلقی می‌شود، همان‌طور که اصطلاح صنعت فراغت اکنون کاملاً فراموش شده است. بنابراین، واضح و مبرهن است که فعالیت‌های مخصوص فراغت، از قبیل گردشگری و چادرزدن در صحرا به خاطر سودجویی سازمان‌دهی می‌شوند. در عین حال، تمایز میان کار و اوقات فراغت به صورت امری

بهنجار در ذهن افراد به عنوان خودآگاه و ناخودآگاه نقش می‌بندد، زیرا طبق اخلاق حاکم کار، اوقات فراغت از کار باید برای سرگرمی و تمدد نیروی عظیم کار مورد استفاده قرار گیرد، سپس اوقات بیکاری دقیقاً به خاطر آنکه صرفاً دنباله کار است، با تعصبی خشک از کار قطع می‌شوند. در اینجا ما باهنجاری از رفتار شخصیت بورژوا مواجه می‌شویم. از یک طرف، انسان باید هنگام کار توجه کند و حواسش را جمع کند؛ با همین فرض، کار، مزدوری شده و قوانین آن را همه ملکه ذهن ساخته‌اند. از طرف دیگر، اوقات فراغت نباید هرگز شبیه کار باشد چون فرد باید بعداً بتواند مؤثرتر کار کند. به همین علت، بسیاری از فعالیت‌های اوقات فراغت بیهوده و بی‌معنا هستند. با این وصف، رفتارهای مختص کار که مردم را در ید قدرت خود اسیر کرده‌اند به صورت پنهانی به قلمرو اوقات فراغت قاچاق می‌شوند. در قدیم در کارنامه مدارس برای شاگردان ساعی نمرات خاصی اختصاص می‌یافت. نتیجه منطقی این نمرات برای والدینی که نگرانی‌های خیالی داشتند آن بود که والدین فکر کنند بچه‌ها نباید در اوقات فراغت زیاد درس بخوانند یا نگران باشند و تا دیر وقت بیدار بمانند. اما خیال والدین در خفا ناآرام بود و مانع از تقسیم‌بندی خوب و مؤثر زندگی آنها می‌شد. وانگهی، اصول حاکم اخلاقی نسبت به هر چیز ناهمگون و چندگانه‌ای که آشکارا و بی‌پرده از جای خود خارج شده باشد بدگمان است. انشعاب و تقسیم‌بندی خشک و بی‌روح زندگی همین شیء شدگی را، که اوقات فراغت را تماماً در انقیاد کامل خود دارد، ایجاب می‌کند.

این انقیاد آشکارا در ایدئولوژی سرگرمی فعال است. سرگرمی شما چیست؟ ماهیت این پرسش عادی است و در آن فرض مستتر است که شما باید بر حسب توان تدارکاتی صنعت اوقات فراغت، یک سرگرمی، یا حتی بهتر است گفته شود یک رشته سرگرمی، داشته باشید. وای بر شما اگر هیچ سرگرمی یا تفریحی نداشته باشید زیرا در آن صورت شما یک متمرّد، اُمُل و خرکار محسوب می‌شوید و مضحکه جامعه‌ای خواهید شد که چیزی به نام اوقات فراغت بر شما تحمیل خواهد کرد. ویژگی این اجبار و تحمیل به هیچ وجه بیرونی نیست بلکه در یک نظام سازمان یافته کارکردی با نیازهای درونی افراد پیوند دارد. عمل چادرنشینی که در میان جنبش‌های قدیم جوانان رایج بود، اعتراضی علیه ملالت و یکنواختی زندگی بورژوازی محسوب می‌شد. مردم نیاز داشتند که به صحرا روند. خوابیدن در فضای باز و در زیر سوسوی ستارگان به معنی آن بود که فرد از محیط خانه و خانواده فراری است. این جنبش جوانان از بین رفت اما نیاز به آن در صنعت چادرنشینی نهادینه و مهار شد. اگر این نیاز قبلاً در مردم وجود نمی‌داشت این صنعت به تنهایی قادر نبود خرید چادر، اتومبیل سفری و انبوهی از تجهیزات لازم دیگر را بر آنها تحمیل کند. نیاز مردم به آزادی و رهایی است که سازمان یافته شده و در تجارت بازپرورده و مهار می‌شود. آن چه که مردم می‌خواهند دوباره بر آنها تحمیل می‌شود، و این تحمیل به سهولت از طریق اوقات فراغت اعمال می‌شود. مردم نمی‌دانند که تا چه اندازه کلاً ناآزادند؛ حتی در جایی که احساس می‌کنند در آزادی کامل هستند؛ زیرا قوانین این ناآزادی از آنها منتزع شده است.

مفهوم وقت آزاد در معنای دقیق آن چیزی بی‌معنی (یا به قول هگل انتزاعی) است. این امر سابق در چیزی که امروز ایدئولوژی منسوخ تلقی می‌شود، صادق بود. الگویی کهن از این بی‌معنایی را در رفتار کسانی می‌توان دید که خود را صرفاً به خاطر رنگ قهوه‌ای پوست بدن در زیر آفتاب برنزه می‌کنند در حالی که می‌دانیم چرت زدن در زیر آفتاب سوزان لذت‌بخش نیست و اتفاقاً برای بدن مضر است و فکر را نیز زایل می‌کند. در

برنزه‌سازی که ممکن است شیء پرستی کامل شود و ویژگی شیء پرستی کالای اقتصادی، خود اشخاص حقیقی را هدف قرار داده و افراد به کالا تبدیل می‌شوند. این عقیده که دختران با پوست برنزه قهوه‌ای جذاب‌تر می‌شوند توجیه همین امر است. آفتاب‌سوختگی فی‌نفسه یک هدف شده و از عاشقی که قرار است به دام آن اسیر شود مهم‌تر می‌شود. کارمندان مطمئن هستند که اگر بدون پوست قهوه‌ای و برنزه از تعطیلات خود بازگردند، همکارانشان با کنایه از آنها خواهند پرسید: پس تو به تعطیلات نرفته بودی؟ کیش شیء پرستی در اوقات فراغت رشد و نمو کرده و در جامعه، تحت کنترل بیشتری قرار می‌گیرد. واضح است که تجارت وسایل آرایش با تبلیغات غالب و اجتناب‌ناپذیر آن عاملی کمکی است. اما مردم تمایل دارند که نسبت به مسائل واضح بی‌اعتنا باشند.

عمل چرت زدن در زیر آفتاب نشان‌دهنده آن است که بحران عنصر فراغت در شرایط فعلی، یعنی ملالت، به اوج خود رسیده است. معجزاتی که مردم از تعطیلات یا تفریحات اوقات فراغت خود انتظار دارند دائماً دستخوش طعنه و کنایه بی‌پایان است زیرا در واقع مردم هیچ‌گاه پا را از آستانه یکنواختی و ملالت فراتر نمی‌گذارند؛ به قول بودلر در شعری به نام رنجش: مکان‌های دور دیگر مکان‌هایی متفاوت نیستند.

از عجایب روزگار آن است که قربانی با همان ساز و کارهای قربانی‌کننده پیوند دارند. شوپنهاور در اوایل عمر خود با نوعی بدبینی متافیزیکی نظریه‌ای درباره ملالت ارائه کرد. او معتقد بود که مردم یا از آرزوهای ناکام و نیت کور خود رنج می‌برند یا به محض آنکه به آرزوهای خود جامه عمل پوشانند ملول می‌شوند. طبق این نظریه به خوبی آشکار است که بر سر اوقات فراغت مردم تحت شرایط انقیاد (که در زبان آلمانی جدید انقیاد بیرونی نامیده می‌شود) چه می‌آید. نظریه شوم و متکبرانانه شوپنهاور آن است که انسان محصول کارخانه طبیعت است و این نظریه بازتاب همان نگرشی است که به انسان ویژگی کالا می‌دهد. البته، بدبینی خشم‌آلود برای نوع بشر افتخار بیشتری به بار می‌آورد تا اعتراض موقرانه به جوهر تجزیه‌ناپذیر انسان. با این وصف نباید به نظریه شوپنهاور اعتباری جهانی بخشید یا آن را بینشی به عمق خصلت بنیادین نوع بشر تلقی کرد. زندگی هنگامی که با تقسیم خشک و بی‌روح کار و اجبار در انجام آن سپری شود بازتابی ملالت‌بار خواهد داشت. این وضعیت اجباری نیست، و اگر رفتار انسان در اوقات فراغت حقیقتاً خودجوش باشد و مردم خود آزادانه برنامه‌ریزی کنند، ملالت به وجود نمی‌آید. دلیلی وجود ندارد که در فعالیت‌هایی که صرفاً نیاز به تفریح و لذت را برطرف می‌سازند، یا فی‌نفسه معقول و با معنی هستند ملالت رخ دهد. حتی خُل‌بازی را نمی‌توان احمقانه تلقی کرد زیرا ممکن است در بحبوحه خویشتن‌داری مفری خوشایند برای اعصاب باشد. اگر مردم می‌توانستند خود درباره زندگی‌شان تصمیم بگیرند، و اگر آنها در جهانی یکنواخت اسیر نبودند، نیازی نداشتند که ملول شوند. ملالت بازتاب و علامت کسالتی است عینی و واقعی. در چنین حالتی، ملالت مشابه بی‌علاقگی می‌شود. رایج‌ترین دلیل بی‌علاقگی آن است که توده مردم از مشارکت سیاسی خود در جامعه احساسی ناموجه پیدا می‌کنند. این موضوع در مورد کلیه نظام‌های سیاسی امروز صادق است. این نظام‌ها از تغییر موجودیت فعلی خود عاجزند و مردم از تشخیص ارتباط سیاست با منافع خویش ناتوان. پس آنها از هرگونه فعالیت سیاسی کناره‌گیری می‌کنند و اساساً خود را ناتوان احساس می‌کنند. این احساس، رابطه‌ای تنگاتنگ با ملالت دارد. ملالت بازتابی است از یأس عینی، اما همین ملالت نشان‌دهنده نارسایی‌هایی است که جامعه برای انسان به ارمغان آورده است. کاهش و استهلاک تخیل (فانتزی) مطمئناً مهم‌ترین این نارسایی‌هاست. تخیل متهم است که فقط به درد کنجکاری

جنسی یا شوق به کاری ممنوعه می خورد. آنهایی که می خواهند سازگاری داشته باشند باید یاد بگیرند که تخیل خود را مهار کنند. بخش اعظم تخیل در همان اوان کودکی فلج می شود. فقدان تخیل که توسط جامعه ایجاد و تثبیت می شود مردم را در اوقات فراغت بی یاور می سازد. این پرسش گستاخانه که مردم اکنون با این همه اوقات خود چه باید بکنند بر اساس همین بی علافگی است؛ گویی درباره صدقه، و نه حقوق بشر، سؤال می شود. علت این که مردم عملاً نمی توانند کاری با اوقات فراغت خود انجام دهند آن است که فقدان تخیل در آنها موجب می شود که از موهبت قوه تخیل که همانا لذت بخش کردن حالت آزادی است محروم شوند. محروم ساختن مردم از آزادی و ناچیز شمردن ارزش آن چنان به طول انجامیده که اکنون مردم دیگر آن را دوست ندارند. آنها به یک سرگرمی پوچ (که محافظه کاری فرهنگی را بر آنها مسلط ساخته و آنها را تحقیر کند) نیاز دارند تا نیروی کاری لازم را در خود جمع کنند. این نیروی کار در نظام جامعه ای که محافظه کاری فرهنگی از آن دفاع می کند لازم است. به همین دلیل، مردم به کار خود و به نظامی که آنها را برای این کار آموزش می دهد، مدت ها پس از بازنشستگی وابسته هستند.

در شرایط موجود خطا و احمقانه است اگر از مردم توقع داشته باشیم که در اوقات فراغت خود اصالتاً خلاق و مؤلد باشند زیرا خلاقیت و بارآوری - یا قدرت تولید چیزی که قبلاً وجود نداشته است - دقیقاً همان چیزی است که از وجود آنها ریشه کن شده است. بهترین و عالی ترین چیزی که مردم توانسته اند در اوقات فراغت خود خلق کنند همین سرگرمی شوم بوده است؛ مانند تقلید اشعار یا تصاویری که دیگران با توجه به تقسیم اجتناب ناپذیر کار، بهتر از این آماورها می توانستند، تولید کنند. آنچه که مردم خلق می کنند دارای چیزی اضافی است که موجب افشای کیفیت نازل محصول می شود. در نتیجه هرگونه لذت حاصل در تولید و خلق آن محصول را زایل می کند. اما اضافی ترین و بی معنی ترین فعالیت انجام شده در اوقات فراغت مردم از جامعه سرچشمه می گیرد. در اینجا نیز ضرورتی اجتماعی در کار است. برخی از اشکال خدمات، به ویژه خدمتکاران خانگی، در شرف نابودی هستند. تقاضا با عرضه تناسب ندارد. در آمریکا و سپس در اروپا فقط ثروتمندان واقعی می توانند از عهده نگهداری خدمتکار برآیند. یعنی بسیاری از مردم فعالیت هایی را که سابقاً به دیگران واگذار می شد خود انجام می دهند. شعار خودتان انجام دهید توصیه ای است معقول که در این زمینه مصداق دارد و در عین حال نشان دهنده تنفیری است که مردم نسبت به مکانیزه شدن امور، احساس می کنند زیرا مکانیزه شدن امور، مردم را از بار سنگین وظایف خلاص کرده است؛ اما کاربردی برای اوقات فراغت حاصل شده ارائه نداده است بنابراین، باز هم مردم در جهت منافع برخی صنایع تخصصی تشویق می شوند وظایفی را انجام دهند که دیگران می توانستند آسان تر و حرفه ای تر انجام دهند. به همین دلیل آن مردم خوار شمرده می شوند. در واقع این اندیشه که انسان می تواند پول مربوط به هزینه خدمات را پس انداز کند، آن هم در جامعه ای مبتنی بر تقسیم کار، به دوران اولیه آگاهی بورژوازی تعلق دارد. تنها اقتصاد مبتنی بر سودجویی فردی است که می تواند با بهره گیری از مهارت های تخصصی، ساز و کار کاملی را در درجه نخست به کار اندازد. ویلیام تل، یا نمونه توهین آمیز فردیت مطلق، معتقد بود که تبر خانگی نیاز به نجار را منتفی کرد. با این حساب، می توان از گفته های شیلر یک دائرةالمعارف کامل از آگاهی بورژوازی تدوین کرد.

شعار خودتان انجام دهید نوع معاصر رفتار در اوقات فراغت است که در مضمونی گسترده تر سازگاری یافته

است. من چهل سال قبل این رفتار را فعالیت جعلی نامیدم. از آن زمان به بعد، این فعالیت جعلی گسترش و حشمتناکی داشته و حتی، به ویژه در میان افرادی که ضد اداری هستند نشر پیدا کرده است. اصولاً می‌توان با استناد به دلایلی معقول تصور کنیم که همه اشکال فعالیت جعلی دارای نیازی فروخته به تغییر روابط متحجر جامعه است. فعالیت جعلی غفلتاً، و نه تصادفاً، به گمراهی کشیده می‌شود، زیرا مردم با بدگمانی در این اندیشه هستند که اگر یوغی را که بر دوش آنها سنگینی می‌کند از خود رها سازند، آیا زندگی دشوارتر خواهد شد یا نه! آنها ترجیح می‌دهند که با فعالیت‌های توهمی و تقلبی، و با رضامندی‌های جعلی نهادینه شده سرگرم شوند تا این که آگاه و مطلع شوند که امروز دسترسی آنها به امکان تغییر تا چه اندازه اندک است. فعالیت‌های جعلی عبارتند از داستان و نقیض‌هایی با همان بهره‌وری که جامعه از یک طرف لاینقطع طلب می‌کند و از طرف دیگر آنها را بازرسی می‌کند و برای فرد مضر و مردود می‌داند. اوقات فراغت خلاق تنها برای کسانی متصور است که از قیومیت دیگران رها شده باشند، نه کسانی که تحت شرایط انقیاد به پیروان خود تبدیل شده‌اند.

بنابر این، اوقات فراغت صرفاً متضاد کار نیست. در نظامی که اشتغال کامل یک آرمان است، اوقات فراغت تنها تداوم زودگذر و سایه‌گون کار است. با این وصف، ما هنوز فاقد جامعه‌شناسی ورزش و تماشاگر هستیم. البته از میان انبوهی فرضیه، این فرضیه به ذهن متبادر می‌شود که مردم به زور حرکات و تقلای ورزشی، و به ضرب و زور شرطی کردن جسم خود در ورزش‌های منداول، به‌طور ناخودآگاه در آن روش‌ها و رفتارهایی آموزش می‌بینند که فرایند کار از آنها طلب می‌کند. چالاکی را تنها هدف مستقل و مطلوب علمیات ورزشی می‌دانند، در حالی که همین چالاکی یکی از اهداف کار است که در ورزش نمود پیدا کرده است. مردم اغلب آن‌چه را که جامعه بر مردم تحمیل کرده و از مردم توقع دارد از آن لذت ببرند، مردم خود در هنگام انجام عملیات ورزشی بر خود تحمیل می‌کنند و آن را به عنوان آزادی خود جشن می‌گیرند.

اجازه دهید درباره رابطه اوقات فراغت با صنعت فرهنگ بیشتر صحبت کنم. سی سال قبل من و هورکهایمر اصطلاح صنعت فرهنگ را مطرح کردیم. از آن زمان تاکنون مطالب بسیاری درباره این وسیله انقیاد و ادغام نوشته شده است، و امروز من مایلم به موضوع خاصی پردازم که در آن زمان هیچ چشم‌اندازی بر آن متصور نبود.

ناقد آرمان‌گرا در بررسی صنعت فرهنگ، این فرضیه را مطرح می‌کند که استانداردهای صنعت فرهنگ همان استانداردهای متحجر و پوسیده چیزی هستند که سابقاً سرگرمی و هنر نازل بود. وی گرایش به این عقیده دارد که صنعت فرهنگ بر خودآگاه و ناخودآگاه مردم تحت سیطره خود، تسلط دارد و این مردم همان‌هایی هستند که صنعت فرهنگ در دوران لیبرالیسم از مذاقشان تراوش کرد. با این وصف، دلایلی وجود دارد که نشان می‌دهند تولید موجب تنظیم مصرف در فرایند زندگی معنوی و نیز مادی می‌شود؛ به ویژه در جایی مانند صنعت فرهنگ که این دو عمیقاً شبیه یکدیگر هستند. انسان ناگزیر به این نتیجه می‌رسد که صنعت فرهنگ با مصرف‌کنندگان سازگاری کامل دارد. اما از آنجایی که صنعت فرهنگ جامع و یکنواخت شده و وعده سرگرم کردن مردم را می‌دهد، این تردید وجود دارد که آیا صنعت فرهنگ و خودآگاهی مصرف‌کننده اصولاً با یکدیگر هم‌ارز و قابل قیاس هستند؟ چند سال قبل، ما در مؤسسه تحقیقات اجتماعی فرانکفورت این موضوع را مورد مطالعه قرار دادیم. متأسفانه بررسی کامل این مورد مرکول شد به انجام وظایفی ضروری‌تر اما با یک بررسی مختصر می‌توان چیزی را نشان داد که با اوقات فراغت معروف به خوبی مرتبط است. آن مطالعه مربوط بود به

