

نقد و بررسی کتاب جامعه مصرفی و شهر پسامدرن

سیاوش قلی‌پور*

همایون مرادخانی**

چکیده

کتاب *جامعه مصرفی و شهر پسامدرن* روایت شکل‌گیری جامعه مصرفی و تناقضات آن در بطن تحولات اخیر است. این اثر سعی دارد از طریق دیدگاه اندیشمندانی چون باومن و بودریار نشان دهد که تلاش مدرنیته در نگاه‌داشت کم‌یابی، قطعیت، و بیگانه‌هراسی ناکام مانده و در پسامدرنیته این موارد به صورت هزینه‌گری، عدم قطعیت، و تسری پرسه‌زنی به کل جامعه، در مقام مصرف‌کننده، به مدار زندگی بازگشته‌اند؛ جامعه‌ای که ویژگی بارز آن اغواگری است و اگرچه افراد فکر می‌کنند که قدرت انتخاب و آزادی دارند، نوعی مشق بدنی خودراه‌بر را در پیش می‌گیرند که هدف آن متناسب‌ساختن بدن خویش با وعده کالاهاست. به‌موازات تغییرات جامعه مصرفی، در فضای جهانی - محلی شدن نیز شاهد جای‌گزینی دولت - ملت‌ها با شهرها در جایگاه بازی‌گران اصلی هستیم. در این شهرها برخی افراد، گروه‌ها، و سازمان‌ها ابتکار عمل جهانی دارند و مکان و فضا را درمی‌نوردند، اما برخی دیگر مقهور مکان هستند و در فضاهای طردشده‌ای مانند دگرجاها سیر می‌کنند. شهر پسامدرن علی‌رغم فضاهای مصرفی و سلطه اخلاق مصرفی در آن هم‌چنان شهری افتراقی است. توجه بیش از حد به جامعه مصرفی، وزن اندک مطالب مربوط به شهر پسامدرن، و توجه‌نکردن به ریخت‌زایی شهری ناشی از جامعه مصرفی از جمله کاستی‌های کتاب هستند.

* دکترای تخصصی جامعه‌شناسی فرهنگی، استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه رازی (نویسنده مسئول)
gholipoor.sia@gmail.com

** دکترای تخصصی جامعه‌شناسی سیاسی، استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه رازی
ho.moradkhani@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۴/۱۸، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۹/۲۴

کلیدواژه‌ها: جامعه مصرفی، شهر پسامدرن، هزینه‌گری، پرسه‌زنی، شهر افتراقی، اغواگری، ریخت‌زایی.

۱. مقدمه

در اواسط قرن بیستم، مصرف برای بسیاری از کشورهای غربی و ژاپن امکان‌پذیر شد و به‌مرور سراسر کره زمین را درنوردید (باکاک ۱۳۷۷). فراگیری مصرف چنان است که برخی اندیشمندان مانند بودریار (۱۳۸۸) بر این باورند که ویژگی مسلط جوامع کنونی مصرفی بودن و تسلط اخلاق مصرفی است. پیش‌تر، مصرف مقوله‌ای اقتصادی بود، اما اکنون روندی اجتماعی- فرهنگی است که دربردارنده نشانه و نمادهای فرهنگی است. مصرف برای برآوردن نیاز صرف نیست، بلکه با میل آمیخته است و افراد اشتیاق سیری‌ناپذیری برای خرید پوشاک، اتومبیل، لوازم منزل، گذران فراغت، و مسافرت دارند تا از این طریق، برای زندگی خویش معنایی بیابند و خود را از دیگران متمایز کنند. برخی بر این باورند که مصرف امری خوش‌آیند و اشتیاق‌آفرین است که در درون آن، خلاقیت و مقاومت وجود دارد، اما برخی دیگر با رویکردی بدبینانه بر این باورند که مشخصه بارز جامعه مصرفی اغواست و خودآفرینی و مسئولیت اخلاقی در آن از بین می‌رود. اگر دوران «مدرن» ملازم جامعه صنعتی بود که در آن طبقه تعیین‌کننده هویت افراد بود، دوره «پسامدرن» مستلزم شکل‌بندی اجتماعی دیگری است که پسا صنعتی و محلی است و در آن، طبقه تعیین‌کننده جایگاه و هویت افراد نیست و هویت‌های سیال، چندتکه و انعطاف‌پذیری شکل گرفته است که موقعیتی (هال ۱۳۹۶) و مرتبط با مصرف‌اند (باومن ۱۹۹۲).

مصرف و شهر تقارنی تاریخی و رابطه‌ای دوطرفه دارند. مصرف سبب ریخت‌زایی‌های جدیدی در کالبد شهرهای اخیر شده است. بازارهای سنتی، مغازه‌های خرده‌فروشی، فروشگاه‌های بزرگ، و پاساژها جای خود را به مراکز خرید، پالادیوم‌ها، و هایپراستارها داده‌اند. فضاهای مصرفی جدید در بافت‌های مسکونی، سازمان اجتماعی، و ریتم زندگی شهروندان تأثیر جدی دارند. آن‌ها تضادها و تناقضات زیادی را به وجود آورده‌اند. مایلز و مایلز (۱۳۹۲) بر این باورند که شهرهای مصرفی از برخی جهات تأمین‌کننده‌اند، اما به‌شدت تفکیک می‌کنند و به قیمت قربانی کردن عده‌ای دیگر از مردم این همه زرق‌وبرق را فراهم می‌سازند. از طرف دیگر، برنامه‌ریزان و طراحان و سیاست‌گذاران نیز روزبه‌روز شهرها را برای مصرف بیش‌تر تجهیز می‌کنند و سازمان‌دهی فضایی شهرهای پسامدرن را حول

مصرف شکل می‌دهند. گویا در قاموس آن‌ها انسجام اجتماعی، شهر انسان‌محور، شهر دوست‌دار کودک، و حق بر شهر جایی ندارد.

دیوید کلارک (۱۳۹۶) در *جامعه مصرفی و شهر پسامدرن* با دیدی انتقادی به رابطه جامعه مصرفی و شهر می‌پردازد. نویسنده بدیهی‌گرفتن مصرف را فرضی ساده‌انگارانه می‌داند و رویکردهایی را نقد می‌کند که مصرف را اصلی مثبت برای تغییرات اجتماعی می‌دانند. این کتاب نشان می‌دهد که مطالعات حوزه مصرف پیچیده چندبعدی و دشوارند و برای درک آن‌ها به تلاش بیشتری نیاز است. همان‌طور که می‌دانیم بیش‌ترین تأثیر جامعه مصرفی بر شهر و شهرنشینی است. جامعه مصرفی با تسری دادن ویژگی‌های پرسه‌زنی به تمام جامعه و درگیر ساختن شهروندان در سازوکارهای اغوا امید به تغییرات اساسی را ناممکن کرده است. جامعه مصرفی نه‌تنها مرفولوژی شهر صنعتی را تغییر داده و فضاهای خاص خود را آفریده است، بلکه امکان شکل‌گیری اجتماع واقعی را از بین برده و افتراق بیش‌تری را جای‌گزین آن ساخته است. از این حیث، نویسنده بینش‌ها و بصیرت‌های زیادی را در حوزه شهر و مصرف به خواننده ارائه می‌دهد. در این مقاله، ارزیابی و نقد کتاب *جامعه مصرفی و شهر پسامدرن* مورد نظر است. در این راستا، ابتدا خلاصه‌ای از کتاب ارائه خواهد شد و در ادامه به نقاط ضعف و قوت آن می‌پردازیم.

۲. بررسی شکلی کتاب

درکل، هر نقد علمی باید ابعاد شکلی اثر را از نظر میزان جامعیت صوری، کیفیت چاپ و نشر، رعایت اصول نگارش و التزام به قواعد ویرایش تخصصی، و میزان روان و رسا بودن مورد بررسی و نقد قرار دهد (شورای بررسی متون و کتب انسانی ۱۳۹۰). به همین دلیل، در این بخش نقاط قوت و ضعف ابعاد شکلی کتاب را بررسی می‌کنیم.

۱.۲ معرفی کلی اثر

جامعه مصرفی و شهر پسامدرن، حاوی پیش‌گفتار مترجم، مقدمه، دو بخش اصلی، شش فصل، و کتاب‌شناسی است. عنوان کتاب و فهرست مطالب با محتوای اثر منطبق است. فهرست مطالب به تفصیل و به‌دقت تنظیم شده است. اطلاعات کافی در پایان هر فصل در بخش اشارات توضیح داده شده است. جدول، نمودار، و تصویر ندارد، اما متنی نظری و یک‌دست است که در همان برخورد اولیه توجه مخاطب را به خود جلب می‌کند. در فصل

۱ فقط مقدمه، در فصل ۲ و ۶ نه مقدمه و نه نتیجه‌گیری، و در فصل‌های ۳، ۴، و ۵ هم مقدمه و هم نتیجه‌گیری آمده است که نوعی بی‌نظمی در فهرست‌بندی است.

۲.۲ طرح جلد کتاب

طرح روی جلد از کیفیت بالایی برخوردار است. انتخاب و تضاد رنگ‌ها در آن جالب‌توجه است. تصویری از انبوه آسمان خراش‌ها روی جلد است که نماد شهر پسامدرن است، ولی باین‌همه به‌نظر می‌رسد که تصویر مذکور جهت نشان‌دادن محتوای اثر ناکافی است، چراکه اثری از مصرف و فضاها‌ی مصرفی در آن نیست. درحالی‌که طرح جلد کتاب لاتین درباره‌ی کنش خریدن و تعامل با مشتری در یک فروشگاه است. هم‌چنین، اگرچه شهر پسامدرن تفکیک شده است و مناطق طردشده و رهاشده نیز در آن دیده می‌شود، در طرح جلد نشانی از آن نیست.

۳.۲ حروف‌نگاری و صفحه‌آرایی

حروف‌نگاری و صفحه‌آرایی کتاب کیفیت بالایی دارد. اندازه‌ی قلم‌ها (فونت‌ها) در تیتیر، متن، پانوشت‌ها، حروف انگلیسی، و نقل‌قول‌ها به‌دقت رعایت شده است. فاصله‌گذاری‌ها تناسب خوبی دارند و کتاب را چشم‌نواز کرده است.

۴.۲ کیفیت چاپ، صحافی، و قطع اثر

کتاب موردبررسی به‌لحاظ درجه‌ی وضوح چاپ حروف و ثبات رنگ مطلوب است. قطع اثر رقعی و برای تعداد صفحات مناسب است. شیرازه‌ی کتاب مقاوم و از کاغذ مناسبی استفاده شده است.

۵.۲ ارزیابی ترجمه

این اثر را حمید پورنگ ترجمه کرده است و ترجمه‌ی وی روان و سلیس است. به‌لحاظ دستورزبان و ویرایش متن قابل‌قبولی است. باوجوداین، در مواردی درک معنای پاراگراف‌ها راحت نیست. دلیل این امر دشواری متن اصلی است، زیرا مباحث بسیاری را به‌صورت مختصر و فشرده ارائه می‌کند. هم‌چنین، جملات آن بسیار طولانی‌اند و مخاطب می‌بایست با تمرکز بالایی آن‌ها را دنبال کند.

ترجمه این اثر در بخش معادل‌سازی مشکل ندارد. چند مورد است که با اصطلاحات رایج در متون علوم اجتماعی هم‌خوانی کم‌تری دارد؛ برای مثال، مکاشفه‌ای برای «apocalyptic» (کلارک ۱۳۹۶: ۵۲)، بهره‌جویی برای «exploitation» (همان، ۱۰۸)، درهم‌ریختگی برای «antropic» (همان: ۵۵)، آزادی برای «manipulation» (همان: ۱۰۸)، نابه‌جایی برای «heterotopic» (همان: ۴۱۰). این معادل‌ها رایج‌ترند: آخرالزمانی برای «apocalyptic» (همان: ۵۲)، استثمار برای «exploitation» (همان)، آنتروپیک برای «antropic» (همان: ۵۵)، زرنگی یا مهارت برای «manipulation» (همان: ۱۰۸)، و دگرجا برای «heterotopic» (همان: ۴۱۰).

در صفحه ۱۲۳ غلط املائی رتیزر (که باید ریتزر نوشته می‌شد) و در پانوشت صفحه ۱۸۱ غلط املائی etatization (که باید estatization نوشته می‌شد) دیده می‌شود که ناشی از کم‌دقتی در حروف‌چینی است.

۳. محتوای کتاب

در بخش نخست، با عنوان «مصرف»، نویسنده تلاش می‌کند تصویری جامع از اندیشه‌های مرتبط با حوزه مصرف را ارائه دهد. این بخش فقط توصیفی از آرای دیگران نیست، بلکه نویسنده دیدگاه‌های خود را نیز بیان می‌کند و برخی از این اندیشه‌ها را موشکافی و تنگناهای نظری و تجربی آن‌ها را ترسیم می‌کند. فصل نخست «مجادلاتی درباره مصرف» است. برای مثال، این که مفهوم مصرف از کی مهم شده است محل مناقشه است. آنچه در اکثر آرا مشخص است ظهور جامعه مصرفی مصادف با جامعه پسامدرن است. از نظر کلارک، جامعه مصرفی شبیه کازینو است. کازینو جنبه منفی قمار را پنهان می‌کند و نوعی ظاهرسازی تخیلی و نمایش متظاهرانه در آن صورت می‌گیرد و به طرز مضحک دموکراتیک است (کلارک ۱۳۹۶: ۳۲). کلارک مباحث جغرافی‌دانان انسانی، نظیر میلر و تریفت، را مطرح می‌کند. آن‌ها مطالعات مصرف را بیش‌تر نظری و ساخته نظریه‌پردازان می‌دانند که توجهی به داده‌های تجربی ندارند. نویسنده بر این باور است که اخلاق‌صوری مصرف دارای واقعیت عینی است و ربطی به نظریه‌پردازان ندارد و ابداع آن‌ها نیست (همان: ۴۲). کلارک بلافاصله نظریات اقتصاد سیاسی مصرف را مطرح می‌کند و به دنبال آن است که نشان دهد این نظریات عمیق، پیچیده، و چندلایه‌اند. از نظر او، این نظریات نباید به‌سادگی در لوای دو مفهوم «مصرف مولد» و «غیرمولد» فهمیده شوند. بودریار مصرف

غیرمولد را نه در فرایند تولید، بلکه آن را در فضای دیگری بحث می‌کند. این‌که مصرف غیرمولد مستلزم تغییر «ارزش مبادله‌ای» به «ارزش نشانه‌ای» است و این مهم در بازتولید سرمایه‌داری نقش دارد (همان: ۴۹). چنین ارزش‌های نشانه‌ای برای بازتولید سرمایه‌داری بنیادی و جدی است. بنیامین نیز ویژگی فرهنگ مصرف را به‌مانند قمار «وسوسه» می‌داند تا اجبار. وی فرهنگ مصرفی را تداوم و دنباله سرمایه‌داری مولد می‌داند که صورت‌بندی متفاوتی دارد و ایدئولوژی مصرف‌پی‌آمدهای کامل موفقیت بازار را پنهان می‌سازد (کلارک ۱۳۹۶: ۵۳).

عنوان فصل دوم «هرآن‌چه می‌خواسته‌اید درباره مصرف بدانید (اما می‌ترسید از بودریار پیرسید)» است. در این فصل، بحث نظری عمیقی از نظریه‌های مارسل موس، وبلن، و بودریار ارائه می‌شود. کلارک در ابتدا به نقد ادعای کمپل (فروکاستن مصرف به کشش ارتباطی) درباره بودریار می‌پردازد. وی این نقد را سطحی و کم‌مایه می‌داند، زیرا کمپل پس‌زمینه نظری اروپای قاره‌ای را درباره مفهوم «مبادله»، که بودریار از آن بهره می‌برد، نادیده می‌گیرد. از این‌رو، کلارک برای فهم بهتر تبار این مفهوم به مارسل موس ارجاع می‌دهد. مارسل موس (۱۳۹۵) در کتاب پیش‌کش (*The Gift*) نشان می‌دهد که اقتصاد مدرن کیفیات پیشامدرن مبادله را به کمیت و محاسبه تقلیل داده است. پیش‌کش در عهد باستان نوعی معامله‌به‌مثل یا انتقال اجباری است که هدیه‌گیرنده را ملزم به جبران می‌کند. ابژه‌های آن انتقال‌ناپذیرند. بنابراین، با انتقال ابژه رابطه آن با هدیه‌دهنده قطع نمی‌شود. درحالی‌که در اقتصاد مدرن این رابطه پس از مبادله برای همیشه از بین می‌رود. هم‌چنین، سوژه‌های مبادله اخلاقی‌اند و براساس کیفیات انسانی وارد دادوستد می‌شوند (کلارک ۱۳۹۶: ۸۱-۸۵). در این مطالعه انسان‌شناسانه، مبادله ساختاری فرهنگی دارد که در آن رابطه اجتماعی و الزام پاسخ‌گویی در آن معیار است و با مفهوم دادوستد امروزی که انتزاعی و کمی است قابل مقایسه نیست.

از نظر کلارک، ژرژ باتای بعد دیگری را در مبادله مطرح کرده است که موس آن را بسط نداده است و آن هم «هزینه‌گری» (*expenditure*) است: مصرفی تمام‌عیار، بخششی بدون چشم‌داشت که خبری از الزام در آن نیست (همان: ۸۸). باتای، برخلاف نگاه فایده‌باورانه که مبتنی بر کم‌یابی منابع است، به اقتصاد عام و فزونی و اتلاف منابع اعتقاد دارد. در این رویکرد، نه ضرورت بلکه تجمل اهمیت دارد (همان: ۹۵). مرگ، میل جنسی، قربانی‌کردن، و تولیدمثل با اتلاف منابع ارتباط دارند. رویکرد مدرن سعی در حذف این موارد دارد، اما آن‌ها حذف نمی‌شوند، بلکه سرکوب‌شده و برگشت‌پذیرند. مبادله نمادین در چنین فضایی

که هزینه‌گری جزء لاینفک آن است قابل فهم است. مبادله نمادین مقدر است و احتمال و تعیین‌کنندگی در آن نقش ندارد (همان: ۱۰۳). تمدن جدید قصد دارد هزینه‌گری را که در مصرف متبلور است از عقلانیت اقتصادی حذف کند، اما از بین نمی‌رود و تقدیر جهان جدید است. وبلن (۱۳۸۶) هزینه‌گری و ائتلاف منابع را در لوای «چشم‌وهم‌چشمی مالی» یا «مصرف متظاهرانه»، که در راستای تمایزیابی و هم‌نوایی با جامعه صورت می‌گیرد، بررسی می‌کند. وی رویکردی را صورت‌بندی کرد که در آن به جای فرد خودمختار اقتصاد مدرن و یا گول‌خورده نظام سرمایه‌داری به فردی تمایزجو در درون روابط اجتماعی اشاره می‌کند که برای دستیابی به منزلت و رقابت منابع را مصرف می‌کند.

بودریار، با بهره‌گیری از چنین پس‌زمینه‌ای، نظریه‌ای پیچیده و چندوجهی را درباره مصرف صورت‌بندی می‌کند. وی معتقد است دیدگاه مارکس درباره ارزش مبادله‌ای و ارزش مصرفی است و ارزش نشانه‌ای را نادیده گرفته است. این بعد خود نظام فرهنگی است که در سامان‌مندی، پیش‌بینی‌پذیری، و فهم جهان نقش دارد. نیاز هرگز نیاز به شیء خاص نیست، بلکه نیاز به تمایز است (همان: ۱۲۸). وی می‌پذیرد که کالا بعد مادی دارد، اما نشانه‌ای است که معنای آن قراردادی و در نظامی کلان‌تر در کنار نشانه‌های دیگر تولید معنا می‌کند. این نظام شبیه ساختار زبان است. معنا، جدای از سوژه‌ها، از در کنار هم قرارگرفتن نشانه‌ها به طرق مختلف (جان‌شینی و هم‌نشینی) در قالب رمز ممکن می‌شود. رموزها نیز در درون گفتمان یا بافت‌های فرهنگی کلان‌تر معانی متفاوتی براساس بافت و زمینه دارند (فیسک ۱۳۸۶؛ گیرو ۱۳۸۷). بودریار در «نظام اشیا» ابژه‌ها را به‌مثابه نظامی می‌بیند که معنای خود را از کل (چینش اشیا) می‌گیرند. هر نوع استفاده فرد از ابژه‌ها تابع نظام آن‌هاست. بنابراین، معنا خود را نه از ارزش مصرفی (کارکردی)، بلکه از تفاوت با نشانه‌های دیگر به‌دست می‌آورد (کلارک ۱۳۹۶: ۱۳۸). نظام ابژه‌ها با ظهور یک جامعه مصرفی تمام‌عیار مطابقت دارد (همان: ۱۳۹). تفاوت ابژه در جامعه مصرفی و رسم پیش‌کش در این است که ابژه‌ها در پیش‌کش خودمختار نیستند و به هدیه‌دهنده و گیرنده وابسته‌اند و نمی‌توان آن‌ها را در نظام نشانه‌ها جای داد، اما در جامعه مصرفی ابژه‌ها وارد نظامی ساختاریافته می‌شوند. آن‌ها نه داده می‌شوند و نه مبادله می‌شوند، بلکه سوژه‌های فردی آن‌ها را به‌منزله یک نشانه به‌تملک درمی‌آورند، پنهان می‌کنند و دست‌کاری می‌کنند (همان: ۱۴۰). در جامعه مصرفی، رابطه اجتماعی غایب است و فقط بر سوژه‌ها تأکید می‌شود. بنابراین، مصرف یک نهاد اجتماعی بازدارنده است که رفتار فرد را حتی قبل از این‌که در آگاهی کنش‌گران اجتماعی تجسم یابد تعیین می‌کند (همان: ۱۴۳).

عنوان بخش دوم کتاب «مصرف و شهر» است. این بخش شامل چهار فصل است. عنوان اولین فصل بخش دوم «مصرف و شهر، مدرن و پسامدرن» است. کلارک بر این باور است که دنیای سنت امنیت هستی‌شناختی و نوعی پذیرش وهم‌آمیز جهان داشت، درحالی‌که مدرنیته با کمک عقل به‌دنبال افسون‌زدایی، رفع ابهام، و سامان‌بخشی به آن است. اما مدرنیته در وضعیت آستانه‌ای دچار نوعی برگشت‌پذیری شد. برگشت هرآنچه سرکوب شده بود. این تغییرات در شهر و از طریق کهن‌الگوهای «غریبه» و «پرسه‌زن» نمود پیدا می‌کند. غریبه براساس ابهام و بدون مرزبودن (نه دوست و نه دشمن) تعریف می‌شود و همیشه اصول سامان‌بخش مدرنیته را، که از طریق قانون اعمال می‌شد، به‌چالش می‌کشید. غریبه‌ها که به‌مثابه سپاه ذخیره درآمدند، خیابان را محل اعتراض قرار دادند (برمن ۱۳۷۷) و لحظه‌های انقلابی خلق کردند و شهر را آستن شرایط جدیدی قرار دادند. در قرن نوزدهم، پرسه‌زن تنوع‌خواهی تمام‌عیار است که به‌دنبال تنوع، دیدن، نادیده‌گرفتن وظیفه، و نظم مدرن است. تیپ اجتماعی که فراسوی کار و قانون و در فضای بازی و قاعده است. بازی‌ای که خارج از تولید و در فضاهای شهری به‌دنبال گذراندن فراغت است. باومن معتقد است که «پرسه‌زن در چنین فضایی از طریق اغوا به مصرف‌کننده بدل شد» (باومن ۱۹۹۳: ۱۷۳). شهر پسامدرن شاهد تملک دوباره پرسه‌زن بر فضاهای پیشین مدرنیته بوده است و آن‌ها را به‌صورت یک تفریحگاه کنترل‌ناپذیر درمی‌آورد که با منطق اغوا پیش می‌رود. این جهان تحت‌تأثیر نشانه‌ها قرار دارد، اما کماکان ردپای طبقه و برخی گروه‌های اجتماعی در آن وجود دارد. در این شهر، هایپرمارکت‌ها جای فروشگاه‌های بزرگ و مراکز خرید را می‌گیرند. شیوه جدیدی از سرکوب آغاز شده است که مشخصه آن «جای‌گزینی سرکوب با اغوا، سیاست با روابط عمومی، اقتدار با تبلیغات، و تحمیل هنجار با خلق نیازها» است (باومن ۱۹۸۷: ۱۶۷ - ۱۶۸). چنین می‌نماید که مصرف با انتخاب فردی همراه است، اما این امری تقلیلی است. مصرف منطق اجتماعی است که تابع به‌رمندی نیست، بلکه تابع تولید است و همانند آن کارکرد جمعی دارد و در بازتولید سرمایه‌داری نقش مؤثری دارد.

فصل چهارم، باعنوان «اغواشده و سرکوب‌شده»، سعی دارد رابطه شهر و مصرف را از طریق نابرابری بررسی کند. سرمایه‌داری اولیه برای سامان‌مندکردن جهان از طریق اخلاق کار افراد را به‌وسیله هنجار، قانون، کنترل، و نظارت به چرخ‌دنده‌هایی برای امور حیاتی تبدیل می‌کند و جهان سرکوب را می‌آفریند، اما در شهر پسامدرن اخلاق مصرفی حاکم است؛ یعنی افراد اول مصرف‌کننده و بعد کارگر یا هرچیز دیگری هستند؛ مصرفی که دچار چندپارگی، تنوع، و گونه‌گونی است و با انباشت منعطف هماهنگ است. «چنین تحولی

منطق طبقاتی مصرف انبوه را تضعیف می‌کند و منطق انتخاب فردی بی‌پایان را تحمیل می‌کند» (کلارک ۱۳۹۶: ۱۴۲). در واقع، سرمایه از کار رهایی می‌یابد و افراد زیادی قدرت آن را دارند که جهان خارج از حوزه سرکوب را برگزینند. جهانی که در آن نیاز جای هنجار را می‌گیرد و می‌توان آن را جهان اغوا نامید. این دو جهان هم‌اکنون به‌طور هم‌زمان وجود دارند و برتری با جهان اغواست. تسلط بازار «بخش سرکوب‌شده را بی‌ربط، حاشیه‌ای، و به‌لحاظ نظری بیگانه و مازاد می‌سازد». جهان سرکوب‌شده اغلب رؤیت‌پذیر نیست و به‌لحاظ ساختاری مازاد بر نیاز تلقی می‌شود. نیروهای سرکوب کماکان زندگی فقرای جدید را به‌دور از مادیات زندگی مصرفی نگه می‌دارند. نویسنده در بخش بعدی تلاش می‌کند نشان دهد که مصرف جمعی و عمومی مسکن نیز در سه دهه اخیر به‌نفع بازار و مصرف خصوصی در حال از بین رفتن است. دولت‌ها فقرا را مجبور به کار بیش‌تر می‌کنند و اراده‌ای برای توان‌بخشی ندارند. آن‌ها این کار را از سه طریق زیر انجام می‌دهند:

۱. دادن یارانه به اشکال مختلف؛
۲. واگذاری خدماتی که ظاهراً جنبه عمومی دارند به بخش خصوصی؛
۳. تسری قواعد بازار به آن دسته از خدماتی که به بخش عمومی واگذار شده است.

دولت در حال یارانه‌دادن به بازار و رشد مالکیت خصوصی است. نویسنده مثال مسکن را با جریئات ذکر می‌کند و تمام روندهایی را توضیح می‌دهد که در نهایت تأمین مسکن قابل‌دست‌رس را کاهش می‌دهد و وضع را برای افراد حاشیه‌ای بدتر می‌کند و امکان یک ترکیب اجتماعی واقعی را از بین می‌برد. نتیجه این سیاست‌ها و روندها این‌که بعضی به دروازه‌های مصرف راه پیدا کردند و بقیه در این جهان رقابتی موفق نبودند. فقرا به‌مثابه افرادی نالایق و بقیه افرادی کوشا و دائماً در حال تلاش به‌حساب آمدند. بسیاری از افراد کاملاً وابسته به بازارند و دیگران از آن بریده‌اند و جدایند. افراد در جهان اغواشده کم‌تر تحت تأثیر قواعد و قوانین هستند و به‌نوعی اصل لذت و هویت موقتی دست می‌یابند. سیستم نیز برای شکل‌دهی به یک موقعیت به‌مراتب انعطاف‌پذیرتر به عملکرد بازار مصرفی روی آورده است و آن‌هایی را که نمی‌توانند مطابق نقش مصرف‌کننده ایدئال رفتار کنند، به‌شکلی نظام‌مند از هر نوع معنای مشروع اجتماعی طرد می‌کند. کنش اخلاقی خودمختار زایل می‌شود و پیوند نیرومندی میان آزادی‌های شخصی و بازار به‌وجود آمده است.

فصل پنجم «معنای سبک زندگی» است که به روند شکل‌گیری و تکامل جامعه مصرفی می‌پردازد و پی‌آمدهای آن را بر ظهور سبک‌های زندگی روشن می‌سازد. با شکست روابط

مالکیت و زوال جامعه دهقانی بسیاری از افراد بی‌مهارت از شیوه تولید دهقانی رها شدند. با انضباطی شدن فرایند کار، مهارت‌زدایی شروع و پرولتاریایی شدن ممکن شد. کارگران ماهر و صنعت‌گران خرده‌پا به این روند واکنش نشان دادند و خواستار خودگردانی و خوداتکایی بنگاه‌های قبلی شدند. مقاومت نتیجه نداد و یک مبادله تاریخی درخصوص حقوق و آزادی‌ها شکل گرفت. آن‌ها در درآمد ناشی از فروش کالا سهیم شدند و با دسترسی به رفاه، امنیت، و استانداردهای زندگی خودگرانی را رها کردند. این موضوع برای سرمایه‌داری حیاتی بود و آن را به سمت فرم رایج مصرف‌گرایی هدایت کرد و بازتولید سرمایه‌داری کمک کرد. دسترسی به محصول نهایی سبب شد کشمکش کارگران به کشمکش مصرف‌کنندگان تبدیل شود. جامعه مصرفی افراد را به انقیاد می‌کشاند، اما مانند جامعه انضباطی دیگر راهبر و ناشی از کنترل بیرونی نیست، بلکه آن‌ها با اراده خود درصدد کنترل بدن خویش‌اند. مراقبت دائمی از بدن به یک وظیفه تبدیل می‌شود تا با وعده کالاها هماهنگ شود. گرچه مراقبت از بدن برای شهروندان جامعه مصرفی فعالیتی زمان‌بر است، تحت همان فشارهایی قرار دارد که بدن کارگر آن را تجربه می‌کرد. جامعه مصرفی با آسودگی همراه نیست و با مسائل و مشکلات خود روبه‌روست. به‌ویژه این‌که مصرف‌کنندگان شیوه زندگی را «مصرف» انتخاب می‌کنند. سرانجام، این فصل بیان می‌دارد که شهر مکانی عالی برای فعالیت‌های مرتبط با شیوه زندگی است.

فصل ششم، تحت‌عنوان «آرمان‌شهر حداقلی»، به تأثیر جامعه مصرفی بر شهر، مکان، و تغییرات آن توجه دارد. کلارک در این فصل نشان می‌دهد که اموری مانند وهم، زمان، و امر عام جملگی برگشت‌پذیرند و درنهایت جامعه مصرفی و شهر پسامدرن را شکل داده‌اند. مدرنیته به امر واقع الزام داشت؛ واقعیتی که مبنای یک نظم برگشت‌ناپذیر بود. توجه بیش از حد به واقعیت سبب فزونی واقعیت و از بین رفتن قابلیت اعتماد به آن شد. کران‌مندی و استواری واقعیت به‌همراه محاسبه‌گری آن از بین رفت و رابطه واقعیت و وانموده کم‌رنگ و به فراواقعیت منجر شد. نمودهای ظاهری دیگر نمود صرف نیستند که به کار پنهان‌ساختن چیزی بیانند. بازنمایی‌ها دیگر بازنمایی نیستند. تمایز واقعیت و جعل واقعیت از بین می‌رود. در این شرایط، توانایی عقل برای برملاکردن واقعیتی پایدار، منسجم، و دائمی از بین می‌رود. بودریار برای توصیف جامعه مصرفی از مفهوم ابتذال (فقدان صحنه) استفاده می‌کند. امر مبتذل نوعی درهم‌ریختگی است که از مجاورت کامل چیزها ناشی می‌شود.

زمان خطی دچار انحنا می‌شود و همه چیز در حال کامل قرار می‌گیرد (جیمسون ۱۳۷۹؛ کاستلز ۱۳۸۰). در این جهان مصرفی، مرگ از صحنه حذف می‌شود و اصل لذت جای اصل واقعیت را می‌گیرد. بازی جای قانون را می‌گیرد. فرد به هر قیمتی بازی را ادامه می‌دهد. هیچ استراتژی اطمینان‌بخشی برای برنده شدن وجود ندارد. امکان گریز نیست. «این واقعیت که بازی یک ویژگی مجموع صفر دارد که در آن برندگان و بازندگان وجود دارند و برنده شدن به بهای بازنده شدن دیگران صورت می‌گیرد تضمین می‌کند که شرط بقای سبک پست مدرن امتناع از هم‌بستگی است» (کلارک ۱۳۹۶: ۳۸۸).

نویسنده، در بخش بعدی، بحث جهانی شدن و تأثیر آن در شهر را بررسی می‌کند. جهانی شدن سبب زوال قدرت دولت - ملت‌ها در عرصه‌های اقتصادی، فرهنگی، و اطلاعاتی شد و هم‌زمان امر جهانی و محلی نیز مهم شد که بدان جهانی - محلی شدن (glocalization) می‌گویند (هال ۱۳۹۶؛ رابرتسون ۱۳۹۳). با زوال قدرت دولت - ملت‌ها شهرها جای آن‌ها را گرفتند و به بازیگران اصلی عصر جهانی شدن تبدیل شدند. شهرها به رقاباتی تبدیل شدند که در سرمایه‌گذاری، اشتغال، تخصیص بودجه، و غیره با هم رقابت می‌کنند. در فضای جهانی شدن هم «امر جهانی» و هم «امر محلی» به موازات هم اهمیت دارند. در این جا نیز برخلاف نظریه پردازان کلاسیکی مانند مارکس، دورکیم، و وبر نوعی بازگشت‌پذیری امر محلی دیده می‌شود (گیدنز ۱۳۹۲). مسئله جدی نویسنده در این قسمت مقوله افتراق جهانی و محلی است. برخی افراد، گروه‌ها، و سازمان ابتکار عمل جهانی دارند و مکان و فضا را درمی‌نوردند و در زمان حال زندگی می‌کنند. آن‌ها مرزها را درمی‌نوردند و به همه نوع امکانات دسترسی دارند، اما برخی دیگر به محل محدودند و توان عبور از آن حدود آن را ندارند. فضا برای آن‌ها انعطاف‌ناپذیر و غیرقابل دسترس است، به طوری که زمان را محدود و فراتر از کنترلشان قرار داده است. در دگرجاها زندگی می‌کنند و زمان را می‌کشند. این‌ها به حال خود رها می‌شوند و در دنیای مصرفی حضور چندانی ندارند. رهایی سرمایه از کار به طور تعیین‌کننده‌ای ارتباط بین فقیر و غنی را از بین برده است و روزه‌روز بیش‌تر از هم جدا می‌شوند. در دوران مدرن جایی (مانند کارخانه) که ثروت‌مندان به فقرا نیاز داشتند تا ثروت خود را حفظ کنند امروز دیگر مسئله نیست. فقرا به شکل بی‌سابقه‌ای غیرمفیدند. آن‌ها باری بر دوش منابع محدودند.

۴. بررسی ابعاد محتوایی اثر

۱.۴ نقاط قوت

کتاب جامعه مصرفی و شهر پسامدرن حاوی نکات ارزش‌مندی برای استادان، دانشجویان، و پژوهش‌گران جامعه‌شناسی، مطالعات فرهنگی، انسان‌شناسی، و جغرافیای شهری است. در این بخش به برجستگی‌های آن می‌پردازیم.

۱. رویکرد انتقادی: تاکنون پژوهش‌های مصرف در فضای شهری در ایران عمدتاً محدود به حوزه مطالعات فرهنگی بوده‌اند. در این عرصه دو رویکرد مطرح بوده است: الف) مصرف به مثابه برساخت هویت: این مطالعات سعی کرده‌اند نشان دهند که مصرف‌کنندگان از طریق خرید تمایز خود را از دیگر سبک‌های زندگی نشان می‌دهند. به بیان دیگر، با انتخاب برندهای خاصی در پوشش، مدیریت بدن، طراحی داخلی منزل، انتخاب ماشین، مصرف موسیقی، فیلم، یا حتی رفتن به موزه و نظایر آن خود را از دیگران متفاوت می‌سازند. این مطالعات عمدتاً مبتنی بر آرای بوردیو هستند. اما نکته قابل توجه این‌که بعد انتقادی اندیشه بوردیو را نادیده گرفته‌اند (برای مثال، بنگرید به فاضلی ۱۳۸۲؛ حمیدی ۱۳۸۷؛ هوشنگی ۱۳۹۱). این مطالعات مصرف را نوعی معنابخشی به زندگی در کلان‌شهرها می‌دانند. افراد با این کار تنوع و گونه‌گونی را در زندگی روزمره دامن می‌زنند و سبب پویایی و خلاقیت در زندگی روزمره می‌شوند؛

ب) مصرف به مثابه مقاومت: مطالعات در این عرصه مصرف را نوعی مقاومت در برابر نیروهای سلطه می‌دانند. آن‌ها بر این باورند که افراد با مصرف کالاها و برندهای خاص نظم رایج، ایده‌های پدرسالارانه، یا حتی نظم تحمیلی از جانب نیروهای رسمی را به چالش می‌کشند. مؤثرترین نظریه پرداز در این عرصه میشل دوسرتو (۱۹۸۴، ۱۳۸۲) است. کسی که پراتیک افراد در زندگی روزمره و یا قدم‌زدن در شهر را به مثابه تاکتیکی در برابر استراتژی نیروسلطه می‌داند و مصرف را به مثابه مقاومت فضاها شهری می‌داند. مطالعه گسترده کاظمی (۱۳۸۴) نمونه بارزی در این حوزه است. وی خرید افراد در مراکز خرید را تاکتیکی در برابر استراتژی یک‌دست‌کننده شهرسازان می‌داند.

کتاب حاضر برخلاف دو حوزه بالا جامعه مصرفی را سرنوشت محتوم جهان پسامدرن می‌داند و امکان هر نوع مقاومتی در آن ناممکن است. افراد در نوعی «بی‌مسئولیتی اخلاقی» غرق می‌شوند و به هیچ نوع هم‌بستگی اجتماعی یا کلیت منسجمی دست نمی‌یابند. آن‌ها فکر می‌کنند که حق انتخاب دارند و برای سرنوشت خود تصمیم می‌گیرند، اما غافل از

این که به انتخاب مجبورند و در بازی‌ای گرفتار شده‌اند که مجموع آن صفر است. به طرز عجیبی به سرنوشت هم‌نوعان خود بی‌توجه‌اند و فقر و فلاکت فقرا را ناشی از بی‌لیاقتی و سستی و تنبلی می‌دانند و از این مهم غافل‌اند که سرنوشت محتوم شهر پسامدرن تولید فضاهایی است که ویژگی عمده آن فقر و عسرت است. این کتاب نشان می‌دهد که جامعه مصرفی به طرز هولناکی افتراقی است. همگان دست‌رسی و امکان مصرف را ندارند. برخی افراد هیچ‌گونه آزادی عملی ندارند. آن‌ها نمی‌توانند خرید کنند تا از آن طریق هویت‌یابی کرده و خود را متمایز کنند یا در برابر نظم مسلط مقاومت کنند؛

۲. بازگشت‌پذیری امور سرکوب‌شده: مدرنیته سعی داشت هر نوع ابهامی را از زندگی بزدايد و واقعیت را قابل کنترل و پیش‌بینی کند. برای این کار سعی کرد به کمک عقل تهدیدکننده‌های آن نظیر ارزش‌ها، وهم، ائتلاف منابع را از بین ببرد. اما این امر ممکن نشد و امور سرکوب‌شده به انحاء مختلف دوباره از زیر خاک سر برآوردند. مارکس زمانی گفت «هرآنچه سخت و استوار است دود می‌شود و به هوا می‌رود». اموری مانند واقعیت، عقل، مشاهده، محاسبه‌گری، مبادله بدون الزام، و... که مدرنیته بدان‌ها ایمان داشت دود شدند و از بین رفتند و اموری که در پی نابودی آن‌ها بود به مدار زندگی بازگشتند. بازگشت‌پذیری در تمام حیطه‌ها (معرفت‌شناسی، تغییر اجتماعی، و زیبایی‌شناسی) اتفاق افتاد. به لحاظ معرفت‌شناسی در دوره مدرن «وحدت روش» مطرح شد. اما دیری نپایید که با بحث‌های دیلتای چندگانگی روشن به ساحت علوم اجتماعی بازگشت. هم‌چنین «جدایی ارزش و واقعیت» و به دنبال آن سرکوب ارزش مطرح شد. اما از میانه قرن بیستم ارزش‌ها به ساحت علوم بازگشتند و در مکتب فرانکفورت به اوج خود رسید (بتتون و کرایب ۱۳۹۷؛ هابرماس ۱۹۷۱). نکته قابل تأمل این که برگشت‌پذیری در حیطه مصرف و شهر پسامدرن تاکنون مورد بررسی قرار نگرفته است. این کتاب خلأ مذکور را پر می‌کند و دید ما را به روی مباحث جدید در این حوزه می‌گشاید. مدرنیته ساختار مبادله را به امری انتزاعی، کمی، و صرف تقلیل داد و الزام‌های فرهنگی و ارزش‌های نشانه‌ای را نادیده گرفت؛ امری که در شهر پسامدرن تحت عناوین مبادله نمادین و یا مبادله نشانه‌ها بازگشت. هم‌چنین مبادله را براساس کم‌یابی و مدیریت منابع تعریف کرد و هرگونه هزینه‌گری و ائتلاف را سرکوب کرد، اما این دو در پسامدرنیته با قدرت به ساحت زندگی بازگشتند و ویژگی جامعه مصرفی را شکل دادند. مدرنیته بیگانه‌هراس بود و سعی داشت از طریق قانون و کنترل بر کار بیگانه‌ها شهری را مدیریت کند. تنوع‌خواهی پره‌زن را بر نمی‌تابید، اما در نهایت ویژگی‌های پره‌زنی در جامعه مصرفی به تمام جامعه سرایت کرد. مدرنیته به دنبال اصل واقعیت بود و

سعی داشت هرگونه وهم یا لذت را از زندگی بزدايد، اما اين دو نه تنها از بين نرفتند، بلکه در عصر فراواقعيت و شبیه‌سازی‌ها مرز امر واقع و بازنموده را از بين بردند. در نهايت، مدرنيته سعی در حذف امر محلی داشت، اما در عصر جهانی شدن به اشکال مختلف به امر محلی بازگشت و در شهر پسامدرن در قالب توجه به محوريت شهر، هویت‌های فراموش شده، و دگرجاها نمود پیدا کرد. کتاب به ما نشان می‌دهد که بازگشت‌ناپذیری امری محال و ناممکن است. مدرنيته قصد داشت لذت، وهم، هزینه‌گری، امری محلی، تنوع‌خواهی پرسه‌زن، و کیفیات مبادله و الزام‌های آن را جهت دست‌یابی به قطعیت و از بین بردن احتمال سرکوب کند، اما همه این‌ها پایه‌های جامعه مصرفی را تشکیل دادند و با قدرت تمام همه‌گیر شدند؛

۳. مفاهیم عملیاتی برای مطالعات تجربی: مطالعات انتقادی مصرف که عمدتاً مبتنی بر نظریات بودریار هستند اغلب دشوار، ثقیل، و دیرپا هستند. هم‌چنین مفاهیم آن کلان و غیرقابل عملیاتی کردن برای مطالعات تجربی‌اند. این کتاب چنین نیست و مباحث را به شیوه انضمامی تری ارائه می‌دهد. بصیرت‌ها و مفاهیم تأثیرگذاری در زمینه کهن‌الگوهای غریبه و پرسه‌زن، مصرف و افتراق اجتماعی در سطح ساختاری، مصرف و شکل‌گیری روایت‌های فردی در زندگی، ریخت‌زایی فضاهای شهری بر مبنای مصرف، تهی‌دستان جدید شهری و تنگناهای زندگی آن‌ها، فضاهای جهانی و اغواشدگی افراد در برابر روند مصرف، و در نهايت عدم امکان مقاومت در جامعه مصرفی به مخاطب القا می‌کند و امکان انجام پژوهش‌های تجربی را ممکن می‌سازد؛ حوزه‌ای که تاکنون در آکادمی‌های ایران کم‌تر بدان پرداخته شده است؛

۴. بررسی و نقد عالمانه نظریه‌های مصرف: بخش زیادی از مطالب کتاب به ارزیابی سنت نظری مصرف در اروپای قاره‌ای به‌ویژه اندیشه‌های موس، باتای، ویلن، بودریار، و باومن پرداخته است. تحلیل کلارک از این نظریه‌ها در خور آن‌هاست، زیرا روایتی ساده ارائه نمی‌دهد، بلکه با بررسی موشکافانه و متناسب با موضوع این کتاب بحث جدیدی عرضه می‌کند که برای تبیین و توصیف جامعه مصرفی و شهر پسامدرن راه‌گشاست. نویسنده نقد گزنده و هوشمندانه موس بر انسان اقتصادی، تصور خاص باتای از انسان به‌مثابه موجودی اتلاف‌گر، بحث دو‌جانبه ویلن در مورد موجود انسان تمایزجو و ولخرج، جامعه انضباطی فوکو و باومن و مباحث فراواقعیت، شبیه‌سازی، مبادله نمادین بودریار را با هم هم‌سو می‌کند تا نشان دهد جامعه مصرفی سرنوشت محتوم انسان قرن ۲۱ است. این جامعه رو به سوی کمال، انسجام واقعی، اعتلای انسان، و عدالت ندارد؛

۵. یک دست‌بودن متن و انسجام منطقی مطالب: در نگاه اول، کتاب از بخش‌های مجزایی تشکیل شده است و می‌توان هر کدام از این فصول را به‌طور جداگانه مطالعه کرد. اما با تعمق بیشتر، متوجه می‌شویم که این‌گونه نیست و مطالب در یک توالی منطقی به‌دنبال هم یک‌دیگر را تکمیل می‌کنند. به‌نظر می‌رسد که مفاهیم برگشت‌پذیری، هزینه‌گری، و تمایزجویی به‌مانند نخ‌تمام مطالب کتاب را به هم مرتبط می‌سازند. در تمام بخش‌های کتاب، متوجه می‌شویم که در جامعه مصرفی عقل مدرن جای خود را به وسوسه و اغوا داده است. هر چیزی آبتن ضد خویش است. انسان موجودی عقلانی نیست و گرایش عجیبی به‌سوی لذت و هدر دادن منابع دارد. نویسنده هرگز این مفاهیم را رها نمی‌کند و آن‌ها را به اشکال مختلف و در نظریه‌های دیگران بحث و بررسی می‌کند؛

۶. اعتبار منابع: منابع کتاب دست‌اول و جامع و مانع است. نویسنده با نقد مفهوم مصرف‌زدیدگاه اندیشمندانی که عمدتاً در حوزه تجربی مصرف‌کار می‌کنند اکثر این منابع را بررسی می‌کند و نقدهای جدی بر آثار کمپل و تریفت دارد. هم‌چنین، منابع مصرف‌در اروپای قاره‌ای را در سطح وسیعی بررسی کرده و منبع‌شناسی دقیقی ارائه می‌دهد، اما منابع شهر پسامدرن هم‌ارز منابع مصرف‌نیست.

۲.۴ کاستی‌ها

۱. توجه اندک به مقوله شهر: عمده فصول این کتاب درباره جامعه مصرفی است. مخاطب با مرور این کتاب ویژگی‌های جامعه مصرفی را از نظر متفکران مختلف متوجه می‌شود، اما کم‌تر درباره شهر چیزی عاید وی می‌شود. تنها بحث آن درباره شهر محدود به کهن‌الگوهای پرسه‌زن و غریبه است. هم‌چنین، در فصل آخر به اهمیت شهر به‌جای دولت و ملت در فضای جهانی شدن می‌پردازد. اما هم‌چنان به شهر در معنای انتزاعی آن اشاره می‌کند و هیچ‌کدام از ویژگی‌های عینی آن را به‌بحث نمی‌گذارد؛

۲. توجه‌نکردن به ریخت‌زایی شهری ناشی از جامعه مصرفی: هرگونه تغییر اجتماعی بیش‌ترین تأثیر خود را در فضای شهری و یا به‌طور دقیق مورفولوژی شهری بروز می‌دهد. لفور (۱۹۹۱) معتقد است که فضا تولیدی اجتماعی است و هر جامعه‌ای براساس زمان و مکان یا شیوه تولید و شرایط اجتماعی - فرهنگی فضا خاص خود را تولید می‌کند. حتی تسلط دین بر جامعه نیز مورفولوژی شهر را به‌گونه‌ای سازمان می‌دهد که می‌توان از «شهر الاهیاتی» نام برد (اباذری و قلی‌پور ۱۳۹۱). ابولوغد (۱۹۹۶) با مطالعه شهرهای خاورمیانه

تأثیر دین اسلام را در کالبد شهر نشان می‌دهد و از هویت خاص «شهر اسلامی» نام می‌برد. شیوه تولید پیشاسرمایه‌داری (جوامع اولیه بدون دولت، برده‌داری، فئودالیسم، و تولید آسیایی) و سرمایه‌داری هرکدام فضاهای خاص خود را دارند. در دوران مدرن نیز سازمان‌دهی فضایی شهر استعماری، شهر صنعتی، و شهر مصرفی کاملاً با هم تفاوت دارند. بنابراین، جامعه مصرفی نیز فضاهای شهری خاص خود را تولید می‌کند تا از این طریق بتواند ویژگی‌های خود را بازتولید کند. به نظر می‌رسد نویسنده می‌توانست با عنایت به این مهم ارتباط جامعه مصرفی و شهر را به نحو احسن بررسی کند، اما در عمل چنین اتفاقی رخ نداده است و این ارتباط در کتاب مغفول است. تداوم جامعه مصرفی منوط به تولید فضاهای مصرفی است؛ فضاهایی که به لحاظ کارکرد و فعالیت با فضاهای کار و صنعتی تفاوت دارند؛

۳. توجه نکردن به اعیانی‌سازی: علاوه بر فضاهای مصرف، فضاهای مسکونی جامعه مصرفی متفاوت با جامعه صنعتی سازمان‌دهی می‌شوند. آن‌ها در راستای مصرف جمعی و توجه به نیروی کار ساخته نمی‌شوند، بلکه از خدمات و روندهای مصرف تأثیر می‌گیرند که به آن «اعیانی‌سازی» (gentrification) می‌گویند. این نوع ریخت‌زایی شهری نه ریشه در فرایند تولید دارد و نه در هیچ کدام از سازمان‌دهی‌های فضایی مبتنی بر قومیت، جنسیت، نژاد، و هر مؤلفه مدرن دیگری؛

۴. توجه نکردن به داده‌های تجربی: این کتاب نظری است و ارجاعات تجربی و مصداق‌های عینی در آن وجود ندارد، در حالی که مصرف و مطالعات شهری ماهیت تجربی دارند تا به خواننده امکان درک مطالب را بدهند.

۵. نتیجه‌گیری

اگرچه کتاب کلارک در باب جامعه مصرفی و شهر پسا مدرن بیش‌تر مروری بر آرای صاحب‌نظران این حوزه به حساب می‌آید و از این حیث جزو منابع دست‌دوم در حوزه مصرف به‌شمار می‌رود، تأکید او بر آرای کسانی چون بودریار و باومن و هم‌چنین ارجاع به کسانی چون موس، ویلن، و باتای سبب شده که روایتی جذاب و سرشار از جزئیات در فهم جامعه مصرفی ارائه داده شود. تأکید بر ارزش نشانه‌ای کالا یا همان وحدت نشانه - کالا که ایده‌ای برگرفته از بودریار است و در گسست از فرم کالای مارکس است و توضیح نقش اغوا و جایگاه حاشیه‌ای سرکوب در بازتولید نظم به تاسی از باومن و بودریار راه را بر درک بهتر جامعه مصرفی و خطرهای آن در این کتاب هموار کرده است. کلارک در این

کتاب نشان می‌دهد که اگرچه ظهور جامعه مصرفی بخشی از فرایند اجتناب‌ناپذیر تحول تاریخی جامعه مدرن بوده است، این تحول طی دهه‌های اخیر در جهت و راستایی بسیار مهلک‌تر از گذشته سمت‌وسو یافته است. برای مثال، «رهایی سرمایه از کار»، «فردی‌شدن مصرف»، جای‌گزینی «اخلاق کار» با «اخلاق مصرف»، و به‌حاشیه‌رفتن فزاینده فقر و نادیده‌گرفتن و فراموش شدن آن‌ها فقط بخشی از وجوه عمده‌ی فرایند مذکور قلمداد شده‌اند. از این حیث، کلارک بر این باور است که ظهور یک اقتصاد شهری پررونق‌تر در شهر پسامدرن را نباید به‌معنای تضمینی برای یک شهر عادلانه‌تر و به‌لحاظ اجتماعی موجه‌تر دانست. از نظر کلارک، جامعه مصرفی چندان راه‌حلی برای مسائلی که به‌بار می‌آورد ندارد و مکانیسم‌های انضباطی و سراسری نیز دیگر چندان جایگاهی در حفظ نظم و بازتولید آن ندارند، اما این به‌معنای آن نیست که جامعه مصرفی شهر پسامدرن به آن‌چه تهدیدی برایش به حساب می‌آید بی‌تفاوت است. این جامعه تا آن‌جاکه افراد در پی کسب موفقیت شخصی و مصرف فردی هستند، به ادغام آن‌ها ذیل سازوکارهای اغوا تداوم می‌بخشد و آن‌جا هم که ناتوان از قرارگرفتن در مدارهای مصرف باشند یا قصد اخلال در منطق بازتولید آن را داشته باشند سرکوب می‌شوند. با همه تلاش‌هایی که کلارک انجام داده تا اهمیت آرای بودریار و باومن در فهم جامعه مصرفی را به ما یادآور شود، ناتوانی او در پیوند اندیشه‌های بودریار و باومن و بسنده کردن به کنارهم قراردادن آرای این دو درکنار هم، بدون کوششی نظری، برای توضیح ربط و نسبت آن‌ها با یک‌دیگر باعث شده است تا این کتاب در محدوده فکر این دو متفکر قرار گیرد و از آن‌ها فراتر نرود.

کتاب‌نامه

- اباذری، یوسفعلی و سیاوش قلی‌پور (۱۳۹۱)، «فضای اجتماعی کرمانشاه در عهد قاجار»، پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران، دوره ۲، ش ۱.
- باکاک، رابرت (۱۳۸۱)، مصرف، ترجمه خسرو صبری، تهران: شیرازه.
- برمن، مارشال (۱۳۷۷)، تجربه مدرنیته، ترجمه مراد فرهادپور، تهران: طرح نو.
- بودریار، ژان (۱۳۹۰)، جامعه مصرفی: اسطوره‌ها و ساختارها، ترجمه پیروز ایزدی، تهران: ثالث.
- بتون، تد و یان کرایب (۱۳۹۷)، فلسفه علوم اجتماعی: بنیادهای فلسفی تفکر اجتماعی، ترجمه شهناز مسمی‌پرست و محمود متحد، تهران: آگه.
- جیمسون، فردریک (۱۳۷۹)، پست مدرنیسم: منطق فرهنگی سرمایه‌داری متأخر، ترجمه مجید محمدی، تهران: هرمس.

- حمیدی، نفیسه و مهدی فرجی (۱۳۸۷)، «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران»، *تحقیقات فرهنگی*، دوره ۱، ش ۱.
- دوسرتو، میشل (۱۳۸۲)، «قدم‌زدن در شهر»، ترجمه شهریار وقفی‌پور، *مطالعات فرهنگی*، ویراسته سایمون دورینگ، تهران: تلخون.
- رابرتسون، رونالد (۱۳۹۳)، *جهانی‌شدن، تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی*، ترجمه کمال پولادی، تهران: ثالث.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، *مصرف و سبک زندگی*، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- فیسک، جان (۱۳۸۶)، *درآمدی بر مطالعات فرهنگی*، ترجمه مهدی غبرایی، تهران: دفتر مطالعات توسعه و رسانه‌ها.
- کاستلز، ایمانوئل (۱۳۸۰)، *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ*، قدرت و هویت، ترجمه احمد علیقلیان و دیگران، تهران: طرح نو.
- کاظمی، عباس (۱۳۸۴)، *زندگی روزمره و مراکز خرید شهر تهران*، پایان‌نامه دکتری، گروه جامعه‌شناسی نظری فرهنگی، تهران: دانشگاه تهران.
- کلارک، دیوید (۱۳۹۶)، *جامعه مصرفی و شهر پسمادرن*، ترجمه حمید پورنگ، تهران: علمی و فرهنگی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۲)، *پی‌آمدهای مدرنیت*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: مرکز.
- گیرو، پل (۱۳۸۷)، *نشانه‌شناسی*، ترجمه محمد نبوی، تهران: آگاه.
- مایلز، استیون و مالکوم مایلز (۱۳۹۲)، *شهرهای مصرفی*، ترجمه مرتضی قلیچ و محمدحسن خطیبی بایگی، تهران: تیسرا.
- موس، مارسل (۱۳۹۵)، *پیش‌کش*، ترجمه لیلا اردبیلی، تهران: علمی و فرهنگی.
- هال، استوارت (۱۳۹۶)، «چیستی هویت‌های فرهنگی»، *پروبلماتیک هویت در مطالعات فرهنگی: هویت و جهانی‌شدن*، ترجمه سیاوش قلی‌پور و علی‌رضا مرادی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- هوشنگی، طاهره (۱۳۹۱)، *فرهنگ اتومبیل در شهر تهران*، تهران: تیسرا.
- وبلن، تورشتاین (۱۳۸۶)، *نظریه طبقه تن‌آسا*، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی.

Baumen, Z. (1987), *Legislator and Interpreters: Om Modernity, Post Modernity and Intellectual*, Polity Press, Cambridge.

Baumen, Z. (1992), *Morality, Immorality and other Life Strategies*, Polity Press, Cambridge.

Baumen, Z. (1993), *Postmodern Ethics*, Blackwell, Oxford.