



A Critique of 'Negative Aesthetics' in *Azar, Shahdokht, Parviz and the Others*

Elnaz Khojasteh Zonoozi^{1*}
Mahboubeh Mobasheri²

Abstract

As an important and comprehensive critical method, "critical aesthetics" of the Frankfurt School, deals with art and literature to show that the emergence of liberty in a capitalist society confronts certain obstacles that are manifested, in different ways, in economy, politics, ideology, art, culture and the media, and through an organized process, ultimately lead to the appearance of a consumerist society. According to Adorno's and Marcuse's sociological views, "negative aesthetics" analyzes consumerism in the West so as to challenge the anti-rationalistic aspects of a "unidimensional society." These ideas finally lead to the emergence of a phenomenon known as "culture industry" which uses devices like the media and propaganda to deceive individuals. Therefore, the consumers are dominated by these devices and are deprived of their will and awareness. Marjan Shirmohammadi's novel, *Azar, Shahdokht, Parviz and the Others*, presents an image of such a consumerist world which turns individuals into rivals over consumption. Using a descriptive-analytical method, the present study demonstrates that consumerism and commodification turn the characters into subjects in a world replete with consumerist objects and the prevalence of the cultural industry creates a deep rift between native and foreign cultures. As a result, concepts such as consumerism, accumulation and abundance, can be used to criticize the different dimensions of "negative aesthetics" in the false identities of the characters.

Keywords: Negative Aesthetics, Culture Industry, Adorno, Marcuse, *Azar, Shahdokht, Parviz and the Others*

Extended Abstract

1. Introduction

The Frankfurt School of critical theory analyzes the emerging socio-economic situation of societies, and provides us with a comprehensive understanding of

*1. PhD in Persian Language and Literature, Alzahra University, Tehran, Iran.

(Corresponding Author: ekhojaste92@yahoo.com)

2. Associate Professor of Persian Language and Literature, Alzahra University, Tehran, Iran. (mobasheri2016@gmail.com)

economic, cultural variables, and capital and production. It can help us examine the outcomes of the 'culture industry' in industrial and developing societies, esp. its effect on literary production in the West. The present article tries to offer a critical approach to culture in the novel *Azar, Shahdokht, Parviz and the Others* by analyzing the principles of negative aesthetics, thus studying the effects of the cultural and economic effects of the West on the one-dimensional Iranian society.

2. Theoretical Framework

The Frankfurt School theorists divide culture into authentic culture and mass culture. They believe that art and culture in the modern times have turned into a commercial commodity, serving the ruling system. Adorno finds art a negative event and has tried to discuss the negative aspects of art, associating it with the term "negative aesthetics". Marcuse, however, regards art as being the affirmative aspect of freedom. In the present study, the negative aspects of art are discussed in the novel *Azar, Shahdokht, Parviz and the Others*.

3. Methodology

Adopting the descriptive-analytical research method, the present study tries to criticize the foundations of culture industry and then examine negative aesthetics in the novel *Azar, Shahdokht, Parviz and the Others*.

4. Discussion and Analysis

Azar, Shahdokht, Parviz and the Others criticizes the values of a society that is devoid of spiritual aspects through describing the everyday life of a modern family. The consumerist identity in this novel, based on the ideas of Marcuse, represents the hegemony of societies that give them their identities. Negative aesthetics questions the totality of this novel and reveals the negative aspects of art in this novel. In this novel, art has turned into a tool for controlling the masses. According to Adorno, in order to purify art, social challenges should be discussed so that audiences are encouraged to resist the status quo.

5. Conclusion

In the novel *Azar, Shahdokht, Parviz and the Others* negative aesthetics is employed to criticize the culture of Iranian society. Culture industry tries to control people by distorting social and cultural realities. In this novel, the characters, who have been subjugated by the culture industry, try to develop a new identity for their lives. Culture industry turns individuals into consumerist subjects, who try to develop a new definition of identity and social values. This

has been reflected in the behavior, taste and lifestyle of the characters of the novel.

Select Bibliography

- Adorno, T. and Horkheimer, M. 1385 [2006]. *Dialektik-e Roshangari*. M. Farhadpour and O. Mehregan (trans.) Tehran: Gaam-e No.
- Adorno, T. and Horkheimer, M. 1396 [2017]. *Beh Souye Manifest-e No*. A. H. Eftekharirad. Tehran: Cheshmeh.
- Adorno, T. 1399 [2020]. *Alaih-e Idealism*. M. Farhadpour (trans.). Tehran: Hermes.
- Baudrillard, J. 1388 [2009]. *Jame'eh-ye Masrafi*. P. Izadi (trans.). Tehran: Sales.
- Bottomore, T. 1394 [2015]. *Maktab-e Frankfurt*. H. A. Nozari (trans.). Tehran: Ney.
- Marcuse, H. 1394 [2015]. *Ensan-e Taksahati*. M. Mo'ayedi (trans.). Tehran: Amirkabir.
- Nozari, H. 1394 [2015]. *Nazaryeh-ye Enteqadi-e Maktab-e Frankfurt*. Tehran: Agah.
- Richard, B. 1388 [2009]. *Ravankavi-e Farhang-e Aameh*. H. Payandeh (trans.). Tehran: Sales.
- Storey, J. 1389 [2010]. *Moteleat-e Farhangi Darbare-ye Farhang-e Aameh*. H. Payandeh (trans.). Tehran: Agah.
- Thorstein, V. 1387 [2008]. *Nazaryeh-ye Tabaqeh-ye Tanasa*. F. Ershad. Tehran: Ney.

How to cite:

Khojasteh Zonoozi, E. and Mobasheri, M. 2021. "A Critique of 'Negative Aesthetics' in *Azar, Shahdokht, Parviz and the Others*." *Naqd va Nazaryeh Adabi* 12(2): 99-118.

Copyrights:

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to *Naqd va Nazaryeh Adabi (Literary Theory and Criticism)*

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided that the original work is properly cited.



نقد «زیبایی‌شناسی منفی» در رمان آذر، شهدخت، پرویز و دیگران

الناز خجسته زنوزی^{۱*}

محبوبه مباشری^۲

چکیده

مبحث «زیبایی‌شناسی انتقادی» مکتب فرانکفورت، نگره‌های انتقادی هنر را بررسی می‌کند تا آشکار سازد که بروز مفهوم آزادی در جامعه سرمایه‌داری با موانع متعددی روبه‌روست؛ موانعی که در اشکال مختلف اقتصاد، سیاست، ایدئولوژی، هنر، فرهنگ و رسانه‌های جمعی وجود دارد و طی فرایندی سازمان‌یافته، موجب ظهور جامعه‌ای مصرف‌زده می‌شود. در این میان، «زیبایی‌شناسی منفی» به تحلیل مظاهر مصرفی غرب می‌پردازد تا ابعاد خردستیز یک جامعه «تک‌ساحتی» را به پرسش بکشد. سرانجام، پدیده‌ای به نام «صنعت فرهنگ» از دل این اندیشه‌ها سر برمی‌آورد و برای فریفتن افراد از انواع رسانه‌ها و ابزارهای تبلیغاتی و مصرفی استفاده می‌کند. بدین ترتیب، هوش و حواس مصرف‌کننده در تصرف این ابزارها قرار گرفته و هرگونه اراده و آگاهی از وی سلب می‌شود. رمان آذر، شهدخت، پرویز و دیگران از مرجان شیرمحمدی، تصویری از همین جهان مصرفی است که انسان‌ها را به رقابت در مصرف وامی‌دارد. این پژوهش با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی، تبیین می‌کند که شیء‌وارگی و مصرف‌زدگی، شخصیت‌های این اثر را به سوژه‌هایی در جهانی مملو از ابژه‌های مصرفی تبدیل کرده و نفوذ «صنعت فرهنگ» در جهان سلطه، موجب شده‌است شکافی عمیق بین فرهنگ خودی و غیرخودی ایجاد شود. از این رو، با بهره‌گیری از مفاهیمی همچون مصرف‌زدگی، انباشتگی و وفور، می‌توان به نقد ابعاد «زیبایی‌شناسی منفی» در هویت کاذب شخصیت‌های داستان پرداخت.

واژگان کلیدی: زیبایی‌شناسی منفی، صنعت فرهنگ، آدورنو، مارکوزه، آذر شهدخت پرویز و دیگران

* ekhojaste92@yahoo.com
mobasheri2016@gmail.com

۱. دانش‌آموخته دکتری زبان و ادبیات فارسی دانشگاه الزهراء (نویسنده مسئول)
۲. دانشیار زبان و ادبیات فارسی دانشکده ادبیات دانشگاه الزهراء (س)، تهران، ایران.

۱- مقدمه

به واسطه تحلیل یک اثر ادبی، نه تنها می توان از رهیافت‌ها و دستاوردهای نوین این علوم و تحولات آن آگاهی یافت، بلکه با بررسی همین پیوندهای بینارشته‌ای است که ادبیات کارکردهای خود را احیا می کند. به ویژه با تحلیل جامعه‌شناختی یک اثر می توان تحولات اجتماعی فرهنگی را به خوبی تحلیل کرد و به شناختی بنیادین و به روز از آن دست یافت. «نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت»، از مبانی جامعه‌شناختی نسبتاً نوین است که شناختی جامع از متغیرهای فرهنگی، تولیدی، سرمایه‌داری و اقتصادی جامعه فراهم می سازد و دستاورد غرب از رواج مقوله «صنعت فرهنگ» را در جوامع صنعتی و در حال توسعه، به خصوص میدان تولیدات ادبی آنها، مورد توجه قرار می دهد. جستار پژوهشی حاضر، با تحلیل مبانی «زیبایی‌شناسی منفی» در صدد است رویکردی انتقادی از فرهنگ را در رمان *آذر، شهدخت*، پرویز و دیگران ارائه دهد و سطح نفوذ فرهنگی اقتصادی غرب را در جامعه «تک‌ساحتی» ایران در دهه نود شمسی تحلیل کند.

۱-۱- پیشینه پژوهش

رمان *آذر، شهدخت*، پرویز و دیگران از نویسندگان زن معاصر، مرجان شیرمحمدی (۱۳۹۳)، از جمله آثار است که نسخه سینمایی آن نیز ساخته شده است. البته نقدهایی درباره نسخه سینمایی این اثر به رشته تحریر درآمده است؛ اما تاکنون پژوهشی درباره نسخه داستانی آن نگاشته نشده است. با وجود این، از جمله نقدهای سینمایی بر این اثر می توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- «نگاهی به مضامین فیلم *آذر، شهدخت*، پرویز و دیگران ساخته بهروز افخمی» از روبرت صافاریان که در سال ۱۳۹۳ در سایت شخصی وی انتشار یافت.

۲- «نقد و بررسی فیلم *آذر، شهدخت*، پرویز و دیگران» از روزبه جعفری که در سال ۱۳۹۳ در سایت «نقد فارسی»^۱ به انتشار رسید.

۳- نقدی با عنوان «سرگشتگی پرویز و دیگران!» از یاسمن خلیلی فرد که در سال ۱۳۹۴ در سایت «سلام سینما» منتشر شد.

۴- «نقد فیلم *آذر، شهدخت*، پرویز و دیگران» از محمدحسین قلی پور که در سال ۱۳۹۵ در مجله «فیلموی» انتشار یافته و عمدتاً به ابعاد کارگردانی نسخه سینمایی این اثر می پردازد.

1. <http://naghdefarsi.com>2. <http://www.salamcinema.ir>

۱-۲- چارچوب نظری مکتب فرانکفورت

مکتب فرانکفورت، نتیجه کار مؤسسه تحقیقات اجتماعی دانشگاه فرانکفورت است که در سال ۱۹۲۳ به منظور تجدیدنظر در آرای مارکسیسم ارتدکس تأسیس شد. «اصحاب این مکتب هم راست‌کیشی نوظهور مارکسیسم علمی را که از اتحاد شوروی سر برآورده بود زیر سؤال بردند و هم به روایت‌های سازش‌کارانه سوسیالیسم دولتی که در آلمان پس از جنگ جهانی اول باب شده بود تن نمی‌دادند» (مکاریک، ۱۳۸۴: ۳۰۵). فعالیت‌های این مکتب از سال ۱۹۳۳ تا ۱۹۵۰ سمت‌وسوی انتقادی گرفت؛ به‌خصوص با مدیریت ماکس هورکهایمر^۱ آغاز و با فعالیت اعضای دیگر مانند تئودور آدورنو^۲ و هربرت مارکوزه^۳ با گرایش به فلسفه و سپس روانکاوی تقویت شد. به‌منظور تبیین نظریه انتقادی، نخست باید چکیده‌ای از آرای نسل‌های چهارگانه فیلسوفان و اندیشمندان آن ارائه کرد.

نسل اول آنها ماکس هورکهایمر، از بنیان‌گذاران و چهره‌های اصلی مکتب فرانکفورت است که پوزیتیویسم را مورد نقد قرار داد. نظریات مکتب فرانکفورت در این دوره، بر تحلیل و تبیین علمی عناصر و جریان‌های اصلی سرمایه‌داری و ریشه‌یابی تاریخی روند تکوین و تکامل آنها استوار است و به نقد بنیان‌های افراط‌گرایانه مارکسیسم تأکید می‌ورزد. هورکهایمر تأکید دارد شناخت واقعیات اجتماعی، تنها از طریق دیالکتیک و با عنایت به کلیت اجتماعی امکان‌پذیر است.

در نسل دوم اندیشمندان مکتب فرانکفورت، تئودور آدورنو از چهره‌های شاخص است. در همین دوره است که آدورنو و هورکهایمر، کتاب *دیالکتیک روشنگری*^۴ را به رشته تحریر درآوردند و در آن به این اصل مهم اشاره کردند که «روشنگری و نیروی عقل به جای تلاش برای رهایی نوع بشر و سرکوب سلطه، به ابزاری در جهت تسلط ایدئولوژی سلطه‌گر تبدیل شده‌است» (۱۳۸۵: ۲۹). آدورنو، برخلاف نظر مارکس مبنی بر حرکت پیش‌رونده تاریخ، جامعه معاصر را در تسخیر نیروهای غیرعقلانی می‌بیند. از نگاه آدورنو، یکی از مظاهر سلطه عقلانیت ابزاری، «صنعت فرهنگ» است که برای یکدست‌سازی افکار توده‌ها به کار می‌رود.

1. Max Horkheimer
2. Theodore Adorno
3. Herbert Marcuse
4. Enlightenment Dialectics

وی نگرش فلسفی خود را «دیالکتیک منفی» می‌خواند و «زیبایی‌شناسی منفی» نیز از دل آن بیرون کشیده می‌شود.

از سردمداران نسل سوم این مکتب، هربرت مارکوزه است که کوشید با بهره‌گیری از اندیشه‌های هگل و فروید، نظریه مارکسیستی را بازسازی کند. او در کتاب *انسان تک‌ساحتی* توضیح می‌دهد که جامعه صنعتی، کارگران را با سهیم کردن در مصرف‌گرایی و ایجاد نیازهای مصرفی دروغین، به وضعی می‌کشاند که اسارت خود را آزادی بپندارند و آزادی واقعی را از نظر بیندازند. از منظر آرای مارکوزه، در جوامع «تک‌ساحتی»، «تنها چیزی که به حساب می‌آید ارزش‌های مبادلاتی است، زیرا نظام جامعه بر بنیان ارزش‌های مبادلاتی مستقر شده و ارزش‌های دیگر به دور افکنده شده‌اند» (مارکوزه، ۱۳۹۴: ۸۹). به نظر مارکوزه، انسان موجودی عقل‌گراست و همین عقل‌گرایی، متضمن آزادبودن اوست. در همین جاست که مفهوم سلطه در مقابل مفهوم آزادی قرار می‌گیرد. مارکوزه معتقد است در جامعه طبقاتی، سه نوع سلطه وجود دارد که عبارت‌اند از سلطه ساختاری، ابزاری و ایدئولوژیک. بقای نظام سرمایه‌داری، از یک سو با استفاده از این ابزار سلطه و از سوی دیگر، با «آگاهی کاذب» میسر شده‌است. در نتیجه، تبلیغات، رسانه‌ها، صنایع سرگرمی و برنامه‌های تلویزیونی، از جمله مهم‌ترین تمهیداتی است که فریب توده‌ها و سلطه بر آنها می‌پردازد.

نسل چهارم این اندیشمندان، یورگن هابرماس است «که با طرح یک نظریه جامع و همه‌جانبه و از طریق بهره‌گیری از سنت هگلی و دستاوردهای نظری افرادی چون ماکس وبر، تالکوت پارسونز، امانوئل کانت و روان‌شناسی زیگموند فروید و ژان پیاژه به بازسازی همه‌جانبه مارکسیسم و تطبیق آن با شرایط جامعه سرمایه‌داری متأخر اقدام کرده‌است» (پولادی، ۱۳۸۸: ۵۰). پیوند نگرش هگلی با نقد مارکسیستی در مکتب فرانکفورت، این جریان را به نفی تمامی وجوه سرمایه‌داری کشانده بود و این امر با روح مارکسیسم، که تاریخ را روندی تکاملی می‌داند، همخوانی نداشت. او در رفع این نقیصه، صورت‌بندی تازه‌ای از نیروی حرکت تاریخ ارائه داد و آن را «عقلانی‌شدن» نام نهاد. به‌باور او، عقلانی‌شدن شامل دو بُعد است. اولی «عقلانیت ابزاری» است که جنبه منفی دارد، زیرا به سلطه تکنولوژی و بوروکراسی بر جامعه می‌انجامد و دومی، «عقلانیت ارتباطی» است که به جنبه‌های مثبت عقلانی‌شدن اشاره دارد، زیرا به پیشرفت مناسبات تعاملی می‌انجامد. به عقیده هابرماس، در جامعه سرمایه‌داری «عقلانیت ارتباطی با

عقلانیت ابزاری در تضاد قرار می‌گیرد. این تضاد در گرو تغییر نظام سرمایه‌داری و استقرار نظام جدیدی است که بتواند عقلانیت ارتباطی را از سلطه ابزاری برهاند» (بشیریه، ۱۳۸۷: ۲۲۲/۱). بدین ترتیب، نظریه انتقادی انسجام گرفت و از جمله مهم‌ترین محوریت‌های فکری آن می‌توان به ویژگی‌هایی چون هویت فردی، روابط خانوادگی، شخصیت اقتدارگرا، صنعت فرهنگ، دیوان‌سالاری پیچیده و رو به گسترش، دولت، اقتدار، سیاست، فرهنگ و اقتصاد و به‌خصوص کارکردهای هنر و فرهنگ اشاره کرد. «هدف نظریه انتقادی آرمان دگرگون‌ساختن و تحول جامعه، رهایی انسان و تمایز بین دو مقوله حقیقت و ارزش است» (باتامور، ۱۳۹۴: ۳۴).

۱-۳- زیبایی‌شناسی انتقادی (نقد منفی)

یکی از مهم‌ترین مباحث در نظریه انتقادی، بحث فرهنگ و هنر است. به اعتقاد نظریه‌پردازان مکتب فرانکفورت، مقوله فرهنگ تحت‌تأثیر نظام سرمایه‌داری، «صنعت فرهنگ» یا «فرهنگ توده» نام گرفته‌است. آنان فرهنگ را به دو بخش «فرهنگ اصیل» و «فرهنگ توده‌ای» تقسیم کرده و معتقدند در دوران معاصر، فرهنگ و هنر، به کالایی تجاری تبدیل می‌شود و در خدمت نظام حاکم قرار می‌گیرد. از نگاه آدورنو «هنر، متعهد است به نوعی رهابخشی، حسانیت، تخیل و عقل در همه سپهرهای ذهنیت و عینیت» (مارکوزه، ۱۳۸۹: ۶۶). آدورنو هنر را «رویدادی منفی» تعریف کرده و از همین‌جاست که موضع وی را «زیبایی‌شناسی منفی»^۱ نام نهاده‌اند. آدورنو کوشیده‌است در آرای خویش، وجوه منفی هنر را بیان کند. آدورنو برای هنر استقلال و اعتبار قایل است. به باور وی هر اثر هنری یک محتوای حقیقی دارد. محتوای معطوف به حقیقت هنر، راهی است که در آن «اثر هنری همزمان نحوه بودن چیزها و امور را به چالش می‌کشد» (دیستوپیا) و درعین‌حال، پیشنهاد می‌دهد که چیزها و امور چگونه می‌توانند بهتر از آن چیزی که هستند باشد (آرمان اتوپیا)؛ اما عملاً همان‌ها را دست‌نخورده باقی می‌گذارد (در میان اتوپیا و دیستوپیا)» (شاهنده و نوزری، ۱۳۹۲: ۴۲).

از سوی دیگر، در اندیشه مارکوزه به چنین نکاتی در زمینه زیبایی‌شناسی منفی دست می‌یابیم: «هنر هم نیروی سازش با محیط است و هم بستری برای طغیان علیه آن. نظم درونی اثر هنری، نظمی مستقل است که در برابر نظم رایج در دنیای واقعی قرار می‌گیرد و صورتی تازه را برای چینش امور در عالم واقع پیشنهاد می‌کند» (آرام، ۱۳۹۳: ۱۸). مارکوزه در کتاب *انسان*

1. Negative aesthetics

تک‌ساحتی تأکید می‌ورزد که حتی ساحت زیباشناختی نیز در اثر فعالیت مخرب رسانه‌های جمعی از هستی تهی می‌شود و در نتیجه، آثار فرهنگ روشنفکری دچار از خودبیگانگی شده، به صورت کالاها و خدمات عرضه می‌شود. از نظر مارکوزه، هنر وجه اثباتی رهایی و آزادی محسوب می‌شود. حتی صورت‌بندی زیباشناسانه نیز در بستر این وجه دوگانه دیالکتیکی، صورت تحقق به خود می‌گیرد. وی درباره زیبایی‌شناسی انتقادی بر این باور است که در تجربه‌های هنری، به پرسش کشیدن فهم، مؤلفه‌ای مقدم و اصلی است. هنر درک و فهم ما را به تردید می‌افکند و معلوم می‌کند که کارکرد اصلی آنها با آنچه بدان تظاهر می‌کنند، متفاوت است. «براین اساس: «اثر هنری به زبان «آزادسازی» [رهایی] سخن می‌گوید و تصاویر رهایی‌بخشی را زنده می‌کند که در آنها مرگ و نابودی به زیر سلطه خواست زندگی درآمده‌اند» (مارکوزه، ۱۳۶۸: ۲۴۱).

۲- خلاصه داستان

شهدخت فیروز کوهی، همسر پرویز دیوان‌بگی هنرپیشه پیش‌کسوت و پرآوازه سینماست. یک روز شهدخت به‌همراه همسرش، سر صحنه یکی از فیلم‌های سینمایی می‌رود که در آنجا به او پیشنهاد بازی در یک فیلم سینمایی را می‌دهند. شهدخت این پیشنهاد را برخلاف میل همسرش می‌پذیرد. فیلم بسیار پرفروش از آب در می‌آید، شهدخت جایزه نقش اول را از آن خود می‌کند و فوق‌العاده مشهور می‌شود. می‌خواهد به حرفه هنرپیشگی ادامه دهد؛ اما پرویز به هیچ‌وجه موافق نیست. سرانجام، بر سر همین ماجرا با هم جروبحث شدیدی می‌کنند و شهدخت به‌قهر از خانه خارج می‌شود و به ویلايشان در دماوند می‌رود. در همین گیرودار، دختر کوچکشان آذر، بی‌خبر از انگلستان به ایران می‌آید. همه از آمدن ناگهانی آذر تعجب کرده‌اند؛ خواهرش گلی، برادرش فرهاد، خاله، زن‌برادر، خواهرزاده و حتی سرایدار ویلا. در ادامه روشن می‌شود آذر از همسر فرنگی‌اش فیلیپ، که گرایش‌های دگرباشانه داشته، جدا شده و با روحیه‌ای افسرده و بیمار نزد خانواده بازگشته‌است تا ده‌روزی را کنار آنها سپری کند و دوباره به انگلستان بازگردد. آذر در همین مدت چندروزه در دماوند، با مردی به نام بهرام که یک کارگاه سفال‌گری دارد، آشنا می‌شود. او و بهرام به یکدیگر علاقه پیدا می‌کنند؛ اما این علاقه مسکوت باقی می‌ماند. ماجرای شهدخت و پرویز کم‌کم به حاشیه رانده می‌شود و به خاطر ماجرای جدایی دخترشان با هم آشتی می‌کنند. سرانجام، آذر به انگلستان باز می‌گردد و داستان، همین‌جا به پایان می‌رسد.

۲-۱- مصرف‌گرایی در آذر، شه‌دخت، پرویز و دیگران

تحلیل فرهنگی مصرف، با ملاحظات سیاسی مارکسیسم آغاز شد. مارکس معتقد است جوامع پیشاسرمایه‌داری (مانند فئودالیسم) جوامع مصرفی نبودند، زیرا در آن جوامع، کالا عمدتاً با این هدف تولید می‌شد که بی‌واسطه مصرف شود یا با کالاهای دیگر معاوضه گردد. «پس از فروپاشی فئودالیسم و ظهور سرمایه‌داری (یعنی نظامی مبتنی بر بازار و پول و سود) بود که مصرف حیطة‌ای فراتر از نیازهای صرف یافت و به جنبه مهمی از کنش‌های انسان تبدیل شد» (مارکس، ۱۳۷۸: ۲۳۷). از نظر مارکس و انگلس، انتقال از فئودالیسم به سرمایه‌داری، به معنای این بود که تولید به منظور رفع نیاز، جای خود را به تولید برای کسب سود می‌دهد. در جوامع سرمایه‌داری کارگران در ازای مزدی که می‌گیرند، کالا تولید می‌کنند؛ لیکن «آنها صاحب هیچ کالایی نیستند، بلکه کالاها در بازار به فروش می‌رسند و سود به وجود می‌آورد» (مارکس، ۱۳۸۶: ۱/ ۲۰۱). کارگران به منظور برخورداری از کالا، باید آن را با پرداخت پول بخرند. بدین ترتیب، به «مصرف‌کنندگان» تبدیل می‌شوند و «جامعه مصرفی» شکل می‌گیرد؛ سپس به‌مرور مصرف به رفتار روزمره تبدیل می‌شود.

مردم از راه تبلیغات «به صورت کاملاً تصنعی» و بدون اینکه نیاز به آن کالا واقعی باشد، به مصرف برانگیخته می‌شوند و یکی از پیامدهای اصلی این وضعیت، «ازخودبیگانگی» است. وقتی افراد به تولید کالاهای غیرضروری و غیرخلاقانه اقدام می‌کنند، «از هویت خویش محروم می‌شوند و به‌همین دلیل اجباراً هویت خود را در مصرف خلاقانه می‌جویند. ایدئولوژی مصرف چنین القا می‌کند که معنای زندگی را در آنچه مصرف می‌کنیم باید جست، نه در آنچه تولید می‌کنیم» (استوری، ۱۳۸۹: ۲۶۵). در نتیجه، خویشستن را در کالاهایشان باز می‌شناسند و «سلطه ابزاری» در جوامع سرمایه‌داری موجب می‌شود خلأهایی چون فقدان هویت، آزادی و عقلانیت را با مصرف‌گرایی پر کنند.

شخصیت‌های این رمان، از آذر و شه‌دخت و پرویز گرفته تا پری، گلی، محمود، بهرام و حتی سایه و هومن، در منجلاب فرهنگ مصرفی غرب در حال غرق شدن هستند و فقدان هویت و آزادی‌شان را سفره‌های رنگین غذا و مارک لباس‌هایشان و خوش‌سلیقگی‌هایشان را ظروف و لوازم برند خانه‌هایشان و شأن و شخصیتشان را سفره‌های اروپایی‌شان پر می‌کند. اوج درگیری و اختلافات زندگی‌شان بر سر هنرپیشه‌شدن یا نشدن است و سال‌ها مدرک تحصیلی‌شان را در پستوی خانه به فراموشی می‌سپارند و چون شکمشان سیر و

رخت‌ولباسشان به‌وفور است، هیچ گله‌ای ندارند: «بی‌کاری؟ نشست‌های توی خونه‌ات، خوش‌وخرم کنار بچه‌های دسته‌گلت. خانم خودتی و آقای خودت. سرت درد می‌کنه که می‌خواهی دستمال ببندی؟ به نون شبت محتاجی یا رخت و لباس نداری؟ صاحب‌خونه پاشنه در خونه‌ات رو از جا کنده؟ که البته هیچ‌کدام از اینها نبود و شه‌دخت که عاشقانه شوهر و بچه‌هایش را دوست داشت، مدرک تحصیلی‌اش را گذاشت توی کمد و در طول سال‌ها کاری کرد که محیطی امن و آرام برای شوهرش درست کند» (شیرمحمدی، ۱۳۹۳: ۹).

در پدیدارشناسی مصرف، این مناسب‌سازی کلی زندگی، کالاها، اشیا، خدمات، رفتارها و روابط اجتماعی، نمایانگر مرحله‌ای تکمیل‌شده و «مصرف‌شده» در یک سیر تکاملی است که از فراوانی صرف آغاز می‌شود، از شبکه‌های مفصل‌بندی‌شده اشیا گذر می‌کند و به شرطی‌شدن کامل کنش و زمان و شبکه‌ای از محیط‌های نظام‌مند منتهی می‌شود که هویت مصرف‌کنندگان را چون موم شکل می‌دهد. بدین ترتیب، مفهوم «انباشتگی و وفور» در جامعه مصرفی در این رمان بازتاب می‌یابد: «انباشتگی و وفور، قطعاً یکی از چشم‌گیرترین ویژگی‌ها در توصیف جوامع مصرفی است. فروشگاه‌های بزرگ همراه با انواع کالاهای تجملی و گوناگون، موادغذایی رنگارنگ، پوشاک سری‌دوزی، که لبریز از کالاست، نمایی جذاب و گیج‌کننده از وضعیت مصرف به دست می‌دهد. در این جهان پرطمطراق، غذا و پوشاک، کاری جز تحریک اشتهاهای افراد، ندارند. در انباشتگی، چیزی بیش از مجموع تولیدات نهفته‌است؛ شواهدی بر وجود مازاد، نفی سحرآمیز و قطعی کمیابی و تصویری از دنیایی سرشار از کالا» (بودریار، ۱۳۸۸: ۱۵). جهان پرازدحام کالا، انسان مدرن را به‌شدت سردرگم می‌سازد؛ تا آنجا که ارزش‌های راستین، در همین ازدحام رنگ و تصویر گم می‌شود. این خانواده، درواقع از مفهوم نیاز به فرهنگ والا به مفهوم نیاز به مصرف پناه برده‌است و رفاه را جایگزینی برای تمام ارزش‌هایی قرار داده‌است که شاید هیچ‌گاه به آنها دست نیابد. تا آنجا که «برای تأیید نقش فراگیر مشکلات و فشارهای جامعه معاصر به‌ناچار به مصرف اتومبیل، روزنامه، کاکائو، بستنی و انبوهی دیگر از کالاهای مصرفی روی می‌آورند» (ریچارد، ۱۳۸۸: ۱۵۹).

۲-۲- سوزهدگی و شیء‌وارگی در رمان آذر، شه‌دخت، پرویز و دیگران

این اثر، ساختار و فرمی ساده دارد و نویسنده با رعایت ویژگی‌های یک روایت رئالیستی از زندگی روزمره یک خانواده متجدد، کوشیده‌است ساختار زندگی مدرن را بررسی کند که

ناخودآگاه درگیر سلطه ابزاری و فرهنگی در جوامع سرمایه‌داری شده‌است. زیبایی‌شناسی منفی در این اثر، به نقد ارزش‌ها در جامعه‌ای می‌پردازد که از هرگونه ابعاد معنوی تهی گشته و ابعاد مادی در آن پررنگ شده‌است.

به تعبیر لوکاچ، «شی‌ءوارگی» و «شی‌ءگشتگی» در چنین جامعه‌ای بر تمام ابعاد آن سایه انداخته و از این رهگذر، باید انسان را «سوژه» و جهان سرمایه‌داری را «ابژه» قلمداد کرد. لوکاچ در کتاب *تاریخ و آگاهی طبقاتی*، نظریه شی‌ءگشتگی را به‌عنوان تفسیری منفی و انتقادی از عقلانی‌شدن و بت‌واره‌گی کالایی ارائه می‌دهد. از نظر او، با ازخودبیگانگی در حال رشد کارگران از کارشان، محصولاتشان، همکارانشان و درنهایت، از تجربه کل زندگی‌شان، روابط انسانی دقیقاً شی‌ءمانند شده‌است و انسان را به ابژه‌ای تبدیل کرده تا از این طریق، روابط خود را در جامعه طرح‌ریزی کند. از این‌رو «رابطه انسان با جامعه سرمایه‌داری با وحدت این سوژه و ابژه تعیین می‌شود» (۱۳۹۶: ۱۷۷). سوژه‌های این رمان در ارتباط با ابژه‌ها که همان کالاهای جامعه مصرفی است، رابطه‌ای بلافصل برقرار کرده‌اند. ابژه‌ها هویت خود را از سوژه (جامعه مصرفی) کسب می‌کنند و به این ترتیب، مفهوم شی‌ءوارگی در اثر شکل می‌گیرد. وضعیت کالاوارگی، در سرتاسر ابعاد مصرفی این رمان بازتاب یافته و الگوی مصرف‌زدگی در میان شخصیت‌های آن را تسری بخشیده‌است. در نتیجه این اثر، به ابعاد همین شی‌ءوارگی و رابطه میان سوژه و ابژه در جهان سرمایه‌داری می‌پردازد.

در این رمان می‌بینیم که مدرنیته در زندگی زنان ایرانی، تنها نوعی تأثیر قشری و ظاهری بر جای گذاشته‌است. این زنان هنوز در بستر سنت‌های اجتماعی و دینی خود زندگی می‌کنند. به همین خاطر، از دل ارزش‌های سنتی جامعه، بدون آگاهی و درک کافی، تنها به دل «مظاهر مدرن غربی» پناه می‌برند. شهذخت با داشتن مدرک مهندسی از پاریس با پرویز، که در آغاز فعالیت سینمایی‌اش جوانی آس‌وپاس بوده، ازدواج می‌کند و کار و فعالیت اجتماعی را کنار می‌گذارد. با وجود این، سال‌ها بعد یکباره تصمیم به هنرپیشگی می‌گیرد و در پی مخالفت‌های همسرش به‌قهر از خانه می‌رود و بعد هم خیلی ساده کوتاه می‌آید و به همین سرعت، دست از هنرپیشگی می‌کشد. آذر، که شخصیت اصلی و مدرن‌ترین زن رمان است، شکست‌خورده‌ترین زن هم هست که برای ادامه تحصیل به انگلستان می‌رود، تحت تأثیر حال‌وهوای آنجا قرار می‌گیرد و شوهر فرنگی می‌کند! شوهری که ظاهرالصلاح‌تر از بقیه هم‌دانشگاهی‌های اوست و معیارهای مهم ازدواج با یک دختر

ایرانی را دارد؛ اما آذر غافل از وجود شکاف فرهنگی عمیق بین خود و همسرش، ناگاه در زندگی زناشویی‌اش با یک شریک جنسی سوم مواجه می‌شود: «آذر می‌گه فیلیپ با یکی از پسرهای دانشگاه که دانشجو شه رابطه داره. آذر می‌گه توی این چهار سال مشکلی نداشتن تا این اواخر که آذر همه چیزو فهمیده. فیلیپ هم که دیده آذر فهمیده، صاف و پوست‌کنده اعتراف کرده. گفته بعله. همینه که هست!... فیلیپ به آذر گفته من هنوز تو رو دوست دارم. می‌خوام باهات زندگی کنم اما حالا که همه چیزو فهمیدی می‌تونیم سه نفری زندگی کنیم. سه نفری با اون پسر!» (همان: ۱۲۲-۱۲۳). این شخصیت‌ها، نمادی از سردرگمی فرهنگی و تنها ظاهری مدرن به خود گرفته‌اند.

راوی دانای کل، علایق زنانه این شخصیت‌ها را با ذکر ریزترین جزئیات توصیف می‌کند؛ جزئیاتی چون آشپزی، مدل لباس، مد روز آرایشی، انواع نوشیدنی‌ها، شیرینی‌ها و سفره خوراکی‌ها و بساط خوش‌گذرانی‌های زنانه که در جای‌جای داستان به چشم می‌خورد و زندگی مرفه و مصرف‌زده خانواده دیوان‌بیگی را نشان دهد. سفره‌ای رنگین، زنان شیک‌پوش که یکسره از جیب شوهرانشان می‌خورند و ادای غرب‌زده‌ها را درمی‌آورند. چنان‌که وبلن در اثر برجسته خود با عنوان *طبقه تن‌آسا* می‌نویسد: «عمل تن‌پروری غیرمستقیم که توسط زنان خانه‌دار تحت عنوان کارهای خانه انجام می‌شود، دائماً می‌تواند در جهت کار پرزحمت بسط یابد؛ به‌ویژه در موقعیتی که رقابت شدید و پرحرارتی برای کسب نام، شهرت و مقام وجود دارد. این قضیه‌ای است که مکرراً در زندگی مدرن پیش می‌آید» (۱۳۸۷: ۲۶۸).

پخت غذاهای گران، کباب‌کشیدن و خوش‌خوراکی و خوش‌نوشی در این رمان بارها جلب توجه می‌کند: «محمود گفت: «دخی خانم کبابو زدی دیگه؟»
«کباب فردا. شرمنده.»

دیوان‌بیگی گفت: «تو بو نمی‌فهمی؟ بوی باقالی‌پلو با ماهیچه دخی خانم همه جا رو برداشته. الان رینه‌ای‌ها هم می‌دونن ما ناهار چی داریم» (همان: ۱۲۵).

نویسنده در این اثر، کارکردهای مهم مدرنیته را در ساحت اندیشه و هنر، با مصرف‌زدگی و شی‌ءوارگی خلط کرده‌است و وظیفه منتقد، پرداختن به همین ابعاد در بحث زیبایی‌شناسی منفی است تا نشان دهد جامعه به سوی پیش می‌رود که پیوند سوژه و ابژه در جامعه مصرفی را مظهر تمدن و فرهنگ جلوه دهد: «سوژه در جهان سرمایه‌داری با مصرف ابزاری که ابژه ارائه می‌کند، خود را ارتقا می‌بخشد» (آدورنو، ۱۳۹۹: ۶۷).

مردها در این اثر خوب می‌خورند و خوش می‌گذرانند. زن‌ها خوب می‌پزند و خرید می‌کنند و همگی در مصرف، گوی سبقت را از دیگری می‌ربایند: «شهذخت همه کارش حساب و کتاب داشت و محال بود کره را توی زیردستی یا هر ظرف دیگری غیر از ظرف خودش سر میز صبحانه بیاورد. ظرف عسل، یک کندوی کوچک سفالی بود که یک بار که رفته بود لندن پیش آذر، از فروشگاه کیچن استاف خریده بود و خیلی دوستش داشت و عسل بدون آن سر میز نمی‌آمد. چاقوی کره و پنیر هم مخصوص بود و لیوان‌های چای صبحانه با لیوان‌های ناهار و شام فرق داشت» (همان: ۷۹). هر وعده شیک و مرفه غذایی، باید سرویس ظروف آشپزخانه تجملی و مجزایی داشته باشد و این نه تنها از نگاه آنها نمایانگر تفکری سطحی نیست، بلکه نشانه باسلیقگی هم هست و ارزش قلمداد می‌شود. اشاره به انواع کالاها، غذاها، فروشگاه‌ها، سینماها و اجناس، صحنه‌هایی پرجاذبه است که نویسنده با دقت و ریزبینی به توصیفشان می‌پردازد و مسائل مهم اجتماعی و رویدادهای اصلی داستان، به صورتی کمرنگ و گذرا در کنار این موارد مطرح می‌شود. بدین ترتیب، سلطه ابعاد سرمایه‌داری در قالب مصرف‌گرایی، باعث پیدایش شی‌وارگی می‌شود و لطمات جبران‌ناپذیر اخلاقی و فرهنگی را پدید می‌آورد: «شهذخت با یک سینی خورش آلو اسفناج و برنج زعفرانی آمد توی ایوان. «چی می‌گید شما دو تا به هم؟ گلی این سینی رو ببر اتاق اسکندر.»

گلی غذا را بو کشید. «به‌به بین واسه ته تغاریش خورش آلو اسفناج درست کرده که می‌دونه دوست داره. این طوری من عقده‌ای می‌شم.»
 «فردا باقالی‌پلو درست می‌کنم که تو دوست داری. باقالی‌پلو با ماهیچه فرد اعلا. حسودی نکن» (شیرمحمدی، ۱۳۹۳: ۷۰).

و درست چند سطر بعد، باز هم سفره‌های رنگین خانواده دیوان‌بیگی توصیف می‌شود: «گلی گفت: «حیوونی بابا! حالا شام چی خورده؟ بابا هم که شکمو.»
 شهذخت گفت: «توی یخچال یک ظرف بزرگ دلمه هست. الان برای خودش دلمه گرم کرده و داره می‌خوره.»

آذر گفت: «دلمه با غود.»
 شهذخت خندید: «آره با غود. عاشق غوده!» (همان‌جا).
 گاه توصیف رفاه و خوش‌خوراکی‌های پشت‌سرهم این خانواده از حد می‌گذرد و شوخی‌ها و مزه‌پراکنی‌های رفاه‌زده‌شان، برای مخاطب مشمئزکننده می‌شود: «یه زنی‌یه، توی سالن ورزشی

که می‌رم، خودش تعریف می‌کرد که از این سالن ورزشی در می‌یاد و می‌ره توی اون سالن زیبایی. انواع ماسک‌ها رو می‌ذاره روی پوستش. از لجن دریاچه ارومیه بگیر تا لوسیون الیزابت آردن. یک اصطلاحاتی به کار می‌بره که من نمی‌فهمم. برای خودش متخصص پوست و زیبایی شده. هر هفته هم موهاش یه رنگه. یه هفته شرابی، یه هفته زیتونی، یه هفته مشکی» (همان). این گفت‌وگوها در حد افراط، بخش عمده این اثر را در بر گرفته، پی‌درپی ابعاد مصرف‌زدگی را در تمام زمینه‌ها القا می‌کند: «اسکندر، سرایدار ویلا، کره و پنیر و خامه محلی و نعنا تازه آورد. گلی گفت: «اسکندر چی کار کردی! من هروقت میام اینجا، تو دو سه کیلو چاقم می‌کنی.»

شهدخت گفت: «اسکندر چاقم می‌کنه؟ خب کم بخور، همیشه بخور!»

«خب آخه نمی‌شه گذشت. مرتاض که نیستیم.» با لجه گیلانی ادامه داد: «منم بشرم!»

خندید و یک مشت نعنا گذاشت لای نان محلی و روش هم گردو گذاشت.

شهدخت گفت: «اسکندر برو برام از سنگگی آرد درجه یک بگیر و بیار. می‌خوایم با آذر

حلوای پرزعفرون درست کنیم.»

«به روی چشمم. حلوای نگیرد خانم. حلوای شما باقلواست» (همان: ۸۳).

بدین ترتیب، آدم‌ها به طرز عجیب و غریبی با سفره غذایشان تعریف می‌شوند و هویت و شخصیت به دست می‌آورند: «سایه سفره را پهن کرد و شهدخت با یک سینی بزرگ برنج زعفرانی برگشت. اسکندر کباب‌ها را گذاشت کنار سینی برنج توی سفره و گفت: بفرمایید آقامحمود نوش جان کنید!» (همان: ۱۶۰). هویت مصرفی سوژه‌وار در رمان، آذر، شهدخت، پرویز و دیگران طبق آرای مارکوزه، نمایانگر سلطه ابزاری جوامع است که به آنان هویت کاذب می‌بخشد: «آذر تی‌شرتش را عوض کرد. شلوارش یک جین رنگ‌ورورفته بود که به سبک مد روز بعضی جاهایش پاره بود. از توی کیفش ماتیک برداشت و به لبش مالید [...] بعد رفت پایین.

شهدخت توی آشپزخانه داشت شربت بهارنارنج درست می‌کرد. گفت: «به‌به آذر خانم! خوش

گذشت کوه‌نوردی؟»

آذر تکه‌ای سوهان از توی بشقاب روی میز برداشت. «سوهان از کجا رسید؟»

«خاله پری آورده.»

«چقدر هوس سوهان کرده بودم!» (همان: ۱۵۵).

این حد از رفاه، مخاطب هوشمند را به فکر فرومی‌برد که بخش مدرن جامعه ما را چه افرادی تشکیل می‌دهد و دغدغه آنها جز خوردن و پوشیدن و آرایش و پول درآوردن چیست؟

آیا توصیف زن مدرن، این است؟ آیا یک هنرمند پیش‌کسوت در جایگاه سلبریتی سینما، تا این حد نسبت به هویت فعالیت‌های فرهنگی و هنری جامعه خویش تردید دارد یا تمامی این افراد، سوژه‌های موردنظر چرخه سرمایه‌داری محسوب می‌شود؟ بدین ترتیب، زیبایی‌شناسی منفی، کلیت این اثر را به پرسش می‌کشد و مخاطب را با ابعاد منفی هنر در این رمان مواجه می‌سازد، زیرا به باور صاحب‌نظران نظریه انتقادی، زیبایی‌شناسی منفی موظف است بین هنر واقعی و شبه‌هنر تمایز قایل شود، چراکه در اصل، «هنر حقیقی یک انگیزه منفی دارد، درحالی‌که شبه‌هنر فاقد چنین انگیزه‌ای است. انگیزه منفی هنر، آن است که واقعیات موجود جامعه را بشناسد و ابعاد تصنعی و کنترلگر هنر را از هنر ناب نفی کند» (آدورنو و هورکهایمر، ۱۳۹۶: ۴۹).

این رمان، بازار اجناس رنگ‌به‌رنگ است؛ از غذاهای رنگین که کیفیتشان با جزئیات بیان می‌شود تا لباس‌های اروپایی مد روز: «پرویز دستش را کشید روی شکمش. «خیلی وقته یه چلوکباب حسابی نخوردیم. از اون چرب و چیلی‌هاش. مامانت نمی‌ذاره از این ناپرهیزی‌ها بکنم.» بعد گفت: «کباب برگ با گوشت بره.» رفت سراغ تلفن و شماره رستوران را گرفت. دو تا چلوکباب سلطانی با گوشت بره سفارش داد» (شیرمحمدی، ۱۳۹۳: ۳۵). شی‌ءوارگی، کالازدگی و سوژه‌شدگی، جهان تک‌تک اعضای این خانواده را تسخیر کرده‌است: «شهذخت با یک دیس بزرگ که مخلوطی از قارچ و گوجه و فلفل‌دل‌مه‌ای و پیاز و تکه‌های بادمجان و کدو بود، آمد پای سفره: «اینم از این. بفرمایید میل کنید!»

محمود که قبلاً از دیس اولی توی بشقابش کشیده بود و منتظر نمانده بود گفت: «این چیه دخی خانم؟ چقدر خوشمزه‌س!»

شهذخت گفت: «خوراک هر دمبیل! مگه نه سامی؟»

سام گفت: «پس بیلش کو؟ عمه گلی می‌گه با بیل می‌خورنش» (همان: ۱۳۱-۱۳۲).

این توصیفات، نشان می‌دهد فرهنگ غیرخودی با بهره‌گیری از سلطه ابزاری که مارکوزه به تبیین آن می‌پردازد، به حوزه فرهنگی ما راه یافته‌است.

۳- تحلیل صنعت فرهنگ

در این بخش باید تصریح کرد اصطلاح صنعت فرهنگ بیانگر تولید نیست، بلکه بیانگر «استاندارد شدن» و «تحقق کاذب فردیت» هویت‌های فرهنگی است. در «صنعت فرهنگ»، مهم‌تر از هر چیز افزایش «مصرف انبوه» و اشاعه روحیات مصرف‌گرایی در میان توده‌هاست

که در نهایت بر تداوم سود سرمایه‌داری از راه تولید هرچه بیشتر تأثیر شگرفی دارد؛ سودی که این بار نه صرفاً از طریق تولید کالاهای مادی (اقتصادی صرف) بلکه از تولید کالاهای فرهنگی تحقق می‌یابد. در این فرایند، حتی تولیدکننده نیز دقیقاً همانند مصرف‌کننده هیچ استقلال از خود ندارد، زیرا اینک صنعت فرهنگ به‌خوبی در درون شیوه تولید سرمایه انحصاری ادغام و حل شده و کلی یکپارچه‌ای را تشکیل داده‌است. لذا سوددهی و تولیدات قابل‌مصرف و قابل‌عرضه و قابل‌مبادله در بازار، اصول و اهداف زیربنایی صنعت فرهنگ به شمار می‌روند. تداوم و بقای آن نیز در گرو بازتولید مستمر است و همواره در جهت پایداری و تحکیم و تثبیت خود عمل می‌کند.

در صنعت فرهنگ، معنای فرهنگ بومی در معرض تهاجم و نابودی قرار می‌گیرد. در این رمان نیز هنجارها و ارزش‌های سرمایه‌دارانه چنان «رواج‌یافته» نمایش پیدا کرده که گویی شخصیت‌های این اثر، خودشان به میل خودشان تسلیم وضعیت موجود شده‌اند، زیرا غرور و شورشگری و روحیات ناهمنوا و ستیزه‌جویانه موجود در فرهنگ‌ها، با بهره‌گیری از مظاهر «صنعت فرهنگ» از آنها گرفته می‌شود و مصرف‌کنندگان آن، که در واقع شخصیت‌های این اثر نیز جزو آنان هستند، به نوعی سستی، خاموشی و رکود گرایش می‌یابند. «آوازه‌ها، سروده‌ها، ترانه‌ها و ملودی‌های محلی در اشکال جدید روی انواع نوارها و کاست‌ها و کارتریج‌ها و اخیراً نیز در انواع CDها و دیسکت ضبط می‌شوند و به صورت کاست، کارتریج، CD و دیسکت تولید و منتشر می‌شوند. البته تولیدکنندگان ممکن است برای افزایش فروش و بازاریابی هرچه بیشتر دست به تبلیغات فریبنده‌ای بزنند و آنها را تحت عنوان «صدای جدید دیگر» به خورد خلاق بدهند؛ لیکن معنا و احساسی که در این تولیدات جدید نهفته‌است به‌طوراساسی دگرگون شده‌است. اینک معنایی تهی و خلسه‌آور را انتقال می‌دهند» (نوذری، ۱۳۹۴: ۳۲۵). همین امر موجب می‌شود حد فاصل بین فرهنگ بومی یا همان فرهنگ خودی با فرهنگ غیربومی یا همان فرهنگ غیرخودی مشخص شود. در این رمان، این فرهنگ خودی است که به کلی تحت تأثیر نظام سلطه که مارکوزه بدان اشاره می‌کند، در فرهنگ غیرخودی مستحیل می‌شود و آنچه از آن بر جای می‌ماند، نه فرهنگ خودی است و نه فرهنگ غیرخودی، بلکه نوعی صنعت است که تنها با هدف چرخاندن اقتصاد در جامعه رواج یافته‌است.

این اثر، پرویز دیوان‌بیگی را یکی از هنرپیشه‌های پیش‌کسوت سینمای ایران معرفی می‌کند که چهل سال است در زمینه هنر سینما فعالیت دارد و در این عرصه، به آوازه‌ای دست یافته‌است: «پرویز دیوان‌بیگی بازیگر مشهور تئاتر و سینما بود. سال‌ها پیش وقتی جوانی بیست‌ساله بود به عشق بازیگر شدن از شهرش به تهران آمده بود. حالا چهل‌واندی سال از آن روزها می‌گذشت و او شده بود یکی از پیش‌کسوتان بازیگری. مردم او را در کوچه و خیابان می‌شناختند و همه‌جا تحویلش می‌گرفتند» (شیرمحمدی، ۱۳۹۳: ۷). انتظار می‌رود پرویز در جایگاه یک هنرمند مشهور، از فضای فکری آزاد برخوردار باشد و درگیری با فرهنگ و هنر، او را به فردی متمدن، آزادی‌خواه و عدالت‌جو تبدیل کرده باشد؛ اما در واقع، در تمام این سال‌ها، نه تحت تأثیر فرهنگ اصیل، بلکه تحت تأثیر «صنعت فرهنگ» قرار داشته‌است.

براساس آرای آدورنو و هور کهایمر، صنعت فرهنگ تأثیری ضدروشنگرانه برجای می‌گذارد که طی آن، روشنگری یعنی سلطه فنی پیشرفته بر طبیعت، به صورت فریب انبوه درآمده و به ابزاری برای به غل و زنجیر کشیدن آگاهی تبدیل می‌شود، زیرا «صنعت فرهنگ از باب تبدیل انسان‌های متفکر و آزاد به توده‌ها و سپس تحقیر ساختن آنان نقش مهم دارد، ضمن آن‌که موجب به تعویق انداختن آن نوع رهایی شده‌است که نوع بشر، به میزانی که نیروهای تولیدی عصر اجازه می‌دهند، مستعد آن است» (آدورنو و هور کهایمر، ۱۳۸۵: ۲۶۱).

وقتی شهذخت می‌خواهد فیلم بازی کند، پرویز با وجود دهه‌ها سابقه هنرپیشگی، به جای کمک، راهنمایی، تشویق و در اختیار گذاشتن تجربیاتش، این شغل را برای همسرش مناسب نمی‌داند و فضای فعالیت‌های اجتماعی را برای زنی محدود می‌کند که مدرک مهندسی‌اش را به خاطر او و زندگی زناشویی‌اش در پستو کرده‌است: «دیوان‌بیگی این پهلوی به آن پهلوی شد و جوانب امور را در ذهنش واریسی کرد. مغرورتر از آن بود که بگوید به دلایل مردانه دوست ندارد زنش هنرپیشه شود. چون بالاخره هرچه بود، آنقدر انصاف یا حافظه داشت که یادش مانده باشد مدرک مهندسی زنش سال‌هاست به خاطر او و بچه‌هایشان بی‌استفاده مانده‌است» (شیرمحمدی، ۱۳۹۳: ۲۰). بهانه‌تراشی‌ها و سنگ‌انداختن‌های پرویز تمامی ندارد. تا آنجا که شهذخت در بخشی از داستان به‌صراحت می‌گوید: «چهل سال چسبیدم به زندگی‌م. به تو و بچه‌ها. بچه‌ها که بزرگ شدن و رفتن دنبال زندگی‌شون. تو هم که هرروز می‌داری می‌ری سر فیلمبرداری. چهل سال آزرگاره داری این کارو می‌کنی. من به چی بچسبیم؟ به من بگو به چی بچسبیم؟»

«خونه و زندگی‌ت.»

شهدخت گفت: «آهان! منظورت از خونه و زندگی همین تابلوها و فرش‌ها و کاسه بشقاب‌هاست؟ اون آشپزخونه که میای پشت میز می‌شین و غذا می‌خوری؟» (همان: ۲۶).

پرویز دیوان‌بیگی در حرفه خود زیر سلطه ابزاری و صنعت فرهنگ زیسته، افکار وی به اسارت این چارچوب‌های آزادی‌ستیز درآمده و دست‌خوش محدودیت شده‌است. در نتیجه، فعالیت‌های به‌ظاهر هنری‌اش به علت عدم برخورداری از اصالت فرهنگی، دستاوردهایی چون اشاعه هنر اصیل، آزادی و آگاهی را برایش به ثمر نداشته‌است. پرویز، همان طرز فکر مردسالارانه را حفظ کرده، زیرا سینما صرفاً برایش منبعی برای کسب درآمد بوده‌است؛ نه منبع کسب هویت و تولید هنر ناب و فرهنگ اصیل: «کالاهای فرهنگی، از جمله سینما و تلویزیون، که موجد فرهنگ عامه هستند، در دو حوزه اقتصادی متقارن پرورش می‌یابند: حوزه مالی و حوزه فرهنگی. در این حوزه اقتصاد مالی عمدتاً معطوف به ارزش مبادله است و اقتصاد فرهنگی معطوف به استفاده از کالاها» (استوری، ۱۳۸۹: ۷۲). لذا، آنقدر که بعد اقتصادی صنعت سینما در میان سینماگرانی چون پرویز پررنگ می‌شود، بعد اجتماعی و فرهنگی آن به‌شدت تهی است. وی فقط ظاهر یک هنرمند را پذیرفته‌است، در صورتی که آنچه را برای خود به‌عنوان حرفه چهل ساله پسندیده‌است، برای همسرش نمی‌پسندد: «شهدخت گفت: شش ماهه داری به خاطر کاری که خودت چهل سال کردی و بهش افتخار می‌کنی منو آزار می‌دی. عاجزم کردی» (شیرمحمدی، ۱۳۹۳: ۲۷).

پرویز که ادعا می‌کند هنرمند درجه‌یک سینماست، نقاشی‌های مترو را که نماد بارز «صنعت فرهنگ» و منبعی برای دستکاری فهم عمومی آثار هنری بوده و در این داستان، هومن داماد دختر دیوان‌بیگی، مجری طرح آنهاست، از جمله کارهای هنری و ایستگاه مترو را گالری هنری می‌پندارد. این شاهدمثال، فهم کاملاً تحریف‌شده پرویز از هنر را نشان می‌دهد: «دیوان‌بیگی شربت برداشت و گفت: «ایستگاه‌های مترو فرصتی‌یه برای مردم که با کارهای هنری آشنا بشن. مردم ما که فرهنگ گالری رفتن و تماشای ندارن، خوبه که این جوری در معرض یک‌سری کارهای هنری قرار بگیرن. انگار رفتند گالری. فکر کنم روزانه دست‌کم دومیلیون نفر از این ایستگاه‌ها عبور می‌کنن و می‌تونن این کارها رو ببینن» (همان: ۱۵۶).

اما بهرام، که در این رمان به آذر علاقه‌مند شده و خودش کارگاه سفالگری دارد و از شهرنشینی، مصرف‌زدگی و مظاهر مدرن، به زندگی در دل طبیعت پناه آورده و کارگاه سفال‌گری وی نیز نمادی برای اشاره به چارچوب‌های هنر بومی و اصیل است، به بعد

کاسب‌کارانه هنر در این تابلوها اشاره می‌کند و نگاه حاضران را به نقد می‌کشد: «بهرام گفت: اینا کاسبن. خیلی فاصله دارن تا آرتیست بودن» (همان: ۱۵۷).

چنان‌که ملاحظه می‌شود، «صنعت فرهنگ» یکباره شکاف بسیار عمیق این خانواده به‌ظاهر هنری و مدرن را با هنر ناب و اصیل نشان می‌دهد و بدین ترتیب، تضادهای اجتماعی روشنفکرانه را از همین منظر، به نقد می‌کشد.

۴- بررسی «نقد منفی» یا «زیبایی‌شناسی منفی» در این رمان

آدورنو و مارکوزه معتقد بودند: «تنها قلمرو زیبایی‌شناسی است که قادر به پاسداری از ذهنیت مورد تهدید واقع شده از سوی ساختار جامعه سرمایه‌داری پیشرفته است» (کلنر، ۱۳۸۷: ۷۷).

هدف صنعت فرهنگ، این است که خودمختاری، استقلال و سطح بیداری اجتماعی در آثار هنری را محدود کند تا تمامی این آثار، هر گونه کارکرد انتقادی خود را از دست بدهد. از این‌رو، پیش‌تر نیز اشاره شد که «زیبایی‌شناسی منفی» فریب و نیرنگ صنعت فرهنگ را برملا می‌سازد. توصیفات جذاب سفره غذایی این خانواده و ظاهر به‌روزشان، هنرپیشگی و ظاهر تحصیل‌کرده‌شان از آنها خانواده‌ای مدرن به‌نمایش می‌گذارد؛ اما «زیبایی‌شناسی منفی» نشان می‌دهد که این نه‌تنها جلوه‌ای از زندگی مدرن و بازتابی از هنر ناب در اثر ادبی نیست، بلکه هنر ناب هرگز به مظاهر مصرفی واقعی نمی‌نهد، زیرا «زیبایی‌شناسی منفی به اثبات جنبه‌های منفی رفتارهای اجتماع در یک اثر می‌پردازد و از افشای آنها هیچ ابایی ندارد. حتی این افشاگری را لزوم اجتماعی جامعه می‌داند و مجیز‌گویی از وضعیت موجود در جامعه را ستم به توده‌ها تحلیل می‌کند» (والامنش، ۱۳۶۴: ۸۷).

در این اثر، هنر به ابزاری برای کنترل توده‌ها تبدیل می‌شود و ذهن آنها را از توجه به دغدغه‌های هنر ناب بازمی‌دارد. به عقیده آدورنو، برای خالص‌سازی هنر، نه‌تنها باید از خوش‌باشی‌های زندگی روزمره فاصله گرفت، بلکه باید به تبیین زشتی‌ها و چالش‌های اجتماعی پرداخت تا ذهن مخاطب به‌چالش کشیده شود و در برابر وضع موجود جامعه مقاومت کند؛ نه اینکه ذهن به نوعی رکود و رخوت کشیده شود. «زیبایی‌شناسی منفی» به‌روشنی تبیین می‌کند که این اثر در تقابل با هنر ناب و در جهت تأمین اهداف صنعت فرهنگ قرار گرفته‌است.

مارکوزه در مقاله «تسامح سرکوبگر» در سال ۱۹۶۹ درباره تأثیرگذاری ابعاد امپریالیستی هنر در جامعه می‌گوید: «بازار، که با مساوات هنر و ضد‌هنر و غیرهنر همه سبک‌ها، مکتب‌ها و

فرم‌های متضاد ممکن را در خود جذب می‌کند (اگرچه اغلب با نوسان‌های کاملاً ناگهانی)، مفاک دوستانه‌ای فراهم می‌آورد که در آن تأثیر رادیکال هنر، و اعتراض هنر علیه واقعیت مستقر فرو بلعیده می‌شود» (مارکوزه، ۱۳۹۳: ۳۶۱). و پیداست که همین بازار مصرفی، در درجه اول در صدد است به هنر و ادبیات، جلوه مصرفی ببخشد تا علاوه بر رونق‌بخشی به بازار کالاهای خود، از هنر تعریف مد نظر خود را ارائه دهد، زیرا جهان سرمایه‌داری در پی یکدست‌سازی جهان و شبیه‌کردن تمامی افراد به یکدیگر است؛ چنان‌که جان استوری در کتاب برجسته خود با عنوان *مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه* می‌نویسد: «یکی از دیدگاه‌های غالب درباره جهانی شدن، به‌ویژه در بحث‌های مربوط به فرهنگ عامه، عبارت است از فروکاستن دنیا به یک «دهکده جهانی» آمریکایی. دهکده‌ای که همه در آن با لهجه آمریکایی به زبان انگلیسی تکلم می‌کنند، شلوارهای جین می‌پوشند، کواکولا می‌نوشند، ساندویچ‌های مک‌دانلد می‌خورند، با رایانه‌های مجهز به انواع نرم‌افزارهای میکروسافت از اینترنت استفاده می‌کنند به موسیقی راک یا موسیقی محلی آمریکایی گوش می‌دهند [...] و سپس در ضمن نوشیدن «بادوایزر» یا «میلر» و کشیدن سیگار «مارلبورو» درباره برنامه موسوم به «جهانی شدن» صحبت می‌کنند [...] طبق این دیدگاه، جهانی شدن عبارت است از توفیق در تحمیل فرهنگ آمریکایی به جهان» (استوری، ۱۳۸۹: ۳۱۵). و به‌راستی این نقل‌قول، راجع به شخصیت‌های این رمان صدق می‌کند.

۵- نتیجه‌گیری

در رمان *آذر، شهادت*، پرویز و دیگران از مرجان شیرمحمدی که روایتگر زندگی مصرفی دهه نود شمسی است، «زیبایی‌شناسی منفی» یا «نقد منفی» با انتقاد از وضعیت فرهنگ اصیل در جامعه، نشان می‌دهد که نه‌تنها جوامع سرمایه‌داری حتی رد پای از فرهنگ و هنر اصیل را باقی نگذاشته، بلکه با اشاعه ابزار «صنعت فرهنگ» در صدد است برای کنترل مردم، به فریب و تحریف واقعیت‌های فرهنگی و هویتی جامعه آنان روی آورد. همین عامل، قدرتمندترین دشمن آگاهی اجتماعی به شمار می‌رود و در عمل، شخصیت‌های این رمان را به موجوداتی دست‌نشانده تبدیل می‌کند. در این رمان، خانواده‌ای به‌ظاهر به‌روز و روشنفکر که در جامعه‌ای مملو از کالاها و سوزده‌های مصرفی، در اصل ابژه مصرف‌گرایی قرار گرفته، در واقع نمادی از غرب‌زدگی است و می‌خواهد با «کالازدگی»، به زندگی تهی خود ارزش و هویت غیراصیل ببخشد.

از این رو، نه تنها ارزش‌ها و ضدارزش‌ها جابه‌جا شده‌است، بلکه «صنعت فرهنگ»، ارزش‌ها را ضدارزش جا زده و انسان‌ها را به سوژه‌های مصرفی در برابر ابژه‌ای به نام جهان سرمایه‌داری قرار داده است تا تعریفی جدید از «هویت» و «ارزش‌های اجتماعی» ارائه دهد، جوامع را با اهداف تولیدی و سرمایه‌داری خود، به‌نحوی کاملاً نظام‌مند و سامان‌یافته همسو سازد، ناخودآگاه جمعی توده‌ها را با مفهومی به نام «مصرف»، «انباشتگی و وفور» عجین کند و نشان دهد فرهنگ غیر خودی، در جایگاه فرهنگ تثبیت‌شده جامعه جا افتاده‌است. همین وارونگی ارزش‌ها، در قالب پاره‌فرهنگ‌هایی تبلور یافته‌است که بازتاب آن را می‌توان در رفتارهای مصرفی شخصیت‌های داستان، مدهای لباسشان، الگوهای گرفتارشان، سبک زندگی، هنر و فیلم‌های موردپسندشان شناسایی کرد. به این ترتیب، «زیبایی‌شناسی منفی»، با برجسته‌سازی فرهنگ عامه غربی، کارکردهای ضد‌هنجارها و ارزش‌های نظام سلطه را به نمایش گذاشته‌است.

منابع

- آدورنو، ت. و هورکهایمر، م. ۱۳۸۵. *دیالکتیک روشنگری*، ترجمه م. فرهادپور و ا. مهرگان. تهران: گام نو.
- آدورنو، ت. و هورکهایمر، م. ۱۳۹۶. *به سوی مانیفست نو*، ترجمه ا.ه. افتخاری‌راد. تهران: چشمه.
- آدورنو، ت. ۱۳۹۹. *علیه ایده‌آلیسم*، ترجمه م. فرهادپور. تهران: هرمس.
- آرام، ع. ۱۳۹۳. «بعد زیبایی‌شناسی و قاعده طلایی (نگاهی به تعامل هنر و اخلاق در اندیشه هربرت مارکوزه)». *کیمیای هنر*، (۱۲): ۷۶-۵۵.
- استوری، ج. ۱۳۸۹. *مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه*، ترجمه ح. پاینده. تهران: آگه.
- باتامور، ت. ۱۳۹۴. *مکتب فرانکفورت*، ج.ع. نوذری. تهران: نی.
- بشیریه، ح. ۱۳۸۷. *تاریخ اندیشه‌های سیاسی در قرن بیستم*، ج ۱. تهران: نی.
- بودریار، ژ. ۱۳۸۸. *جامعه مصرفی*، ترجمه پ. ایزدی. تهران: ثالث.
- پولادی، ک. ۱۳۸۸. *تاریخ اندیشه‌های سیاسی در غرب قرن بیستم*، تهران: مرکز.
- جعفری، ر. ۱۳۹۳. «نقد و بررسی فیلم آذر، شهذخت، پرویز و دیگران». *بازیابی در* <http://naghdefarsi.com>.
- خلیلی‌فرد، ی. ۱۳۹۴. «سرگشتگی پرویز و دیگران!». *بازیابی در* <http://www.salamcinema.ir>.
- ریچارد، ب. ۱۳۸۸. *روانکاوی فرهنگ عامه*، ترجمه ح. پاینده. تهران: ثالث.
- شاهنده، ن. و نوذری، ج.ع. ۱۳۹۲. «هنر و حقیقت در نظریه زیبایی‌شناسی آدورنو». *حکمت و فلسفه*، (۹): ۳۵-۶۰.

- شیرمحمدی، م. ۱۳۹۳. *آذر شهذخت پرویز و دیگران*. تهران: ثالث.
- صافاریان، ر. ۱۳۹۳. «نگاهی به مضامین فیلم آذر، شهذخت، پرویز و دیگران ساخته بهروز افخمی». بازیابی در: <https://robertsafarian.com>.
- قلی‌پور، م.ح. ۱۳۹۵. «نقد فیلم آذر، شهذخت، پرویز و دیگران». بازیابی در: <http://filmovies.ir>.
- کلنر، د. ۱۳۸۷. «نقدی بر زیبایی‌شناسی مارکوزه». ترجمه ع. عامری‌مهابادی. پژوهش‌نامه فرهنگستان هنر، (۱۰): ۱۰۱-۱۰۶.
- لوکاچ، ج. ۱۳۹۶. *تاریخ و آگاهی طبقاتی*، ترجمه م.ج. پوینده. تهران: بوتیمار.
- مارکس، ک. ۱۳۷۸. *دست‌نوشته‌های اقتصادی و فلسفی ۱۸۴۴*، ترجمه ح. مرتضوی. تهران: آگه.
- مارکس، ک. ۱۳۸۶. سرمایه، ج ۱. ترجمه ا. اسکندری. تهران: فردوس.
- مارکوزه، ه. ۱۳۶۸. *بعد زیبایی‌شناختی*، ترجمه د. مهرجویی. تهران: اسپرک.
- مارکوزه، هربرت. ۱۳۸۹. *در باب اقتدار*، ترجمه م. گل‌محمدی و ع.ع. بیگی. تهران: گام‌نو.
- مارکوزه، ه. ۱۳۹۴. *انسان تک‌ساختی*، ترجمه م. مؤیدی. تهران: امیرکبیر.
- مکاریک، ا.ر. ۱۳۸۴. *دانش‌نامه نظریه‌های ادبی معاصر*، ترجمه م. مهاجر و م. نبوی. تهران: آگه.
- نوذری، ح.ع. ۱۳۹۴. *نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت*، تهران: آگه.
- والامنش، ش. ۱۳۶۴. *مارکسیسم: نقد منفی، نقد مثبت*، تهران: بی‌نا.
- ویلن، ت. ۱۳۸۷. *نظریه طبقه تن‌آسا*، ترجمه ف. ارشاد. تهران: نی.

روش استناد به این مقاله:

خجسته نوزی، ا. و مباشری، م. ۱۴۰۰. «نقد زیبایی‌شناسی منفی» در *رمان آذر، شهذخت، پرویز و دیگران*. نقد و نظریه ادبی، ۱۲(۲): ۹۹-۱۱۸.

Copyright:

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to *Naqd va Nazaryeh Adabi (Literary Theory and Criticism)*

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided that the original work is properly cited.

