

چاپ هشتم

ژان بودریار جامعه مصرفی

ترجمه پیروز ایزدی

راهد بسیار زیادی

چشم

اشیا



دیدآورنده نوعی جهش بنیادی در اکولوژی نوع بشر هستند. آنچه دقیقاً
آن که امروزه، افراد مرفه مانند گذشته، بیش از آن که در محیط مصرف
با دیگر انسان‌ها سروکار داشته باشند، با اشیا در ارتباطند. مراود
شان صورت نمی‌گیرد و براساس
فت کالاها و پیام‌ها و دست‌کاری در
مراه با ده‌ها خدمت‌کار تکنولوژیک
کلّیه وسایل ارتباطی و فعالیت‌های
س از اشیا در آگهی‌های تجاری و صدها
گروهی به ما می‌رسد.



اشیا، در زمره گیاهان و حیوانات نیستند با وجود این، آن‌ها در ما احساس نوعی
پوشش گیاهی انبوه یا [چیزی شبیه به] جنگل را به وجود می‌آورند که در آن اشیا

معرفی نویسنده

ژان بودریار (۱۹۲۹-۲۰۰۷) استاد جامعه‌شناسی دانشکده نانتز بود. او در مجله *له‌تان مدرن*^۱ مسئولیت بخش رویدادهای ادبی را بر عهده داشت و به ترجمه اشعار برتولت برشت، نمایش‌نامه‌های پیتر وایس^۲ و نیز کتاب ویلهلم! مولمان^۳ با عنوان *موعودگرایی‌های انقلابی در جهان سوم*^۴ از زبان آلمانی پرداخت. آثار زیادی از وی انتشار یافته است از جمله *نظام اشیا، نقد اقتصاد سیاسی نشانه، آینه تولید، مبادله نمادین و مرگ، حزب کمونیست یا بهشت مصنوعی سیاست، صور خیالی و شبیه‌سازی، درباره اغوا، فراموش کردن فوکو،* و اثر بوبورگ.

1. *Les Temps Modernes*
3. Wilhelm E. Mühlmann

2. Peter Weiss
4. *Messianismes Révolutionnaires*

به او کلیه رضایت‌مندی‌های اقتصادی را اعطا کنید، به گونه‌ای که دیگر هیچ کاری جز خوابیدن، خوردن کلوچه، و گذرانیدن عمر نداشته باشد. او را از تمام خوبی‌های روی زمین سرشار کنید، و او را تا فرق سرش در خوشی غوطه‌ور سازید: حباب‌های کوچک در سطح این خوشبختی، مانند سطح آب، خواهند ترکید.

داستایوفسکی، یادداشت‌های زیرزمینی

WWW.30book.COM

فصل اول

در ستایش اشیا

امروزه در اطراف ما شواهد بسیار زیادی از مصرف و فراوانی به چشم می‌خورد: از انواع و اقسام اشیا، خدمات و کالاهای مادی که پدیدآورنده نوعی جهش بنیادی در اکولوژی نوع بشر هستند. سخن دقیق‌تر آن که امروزه، افراد مرفه مانند گذشته، بیش از آن که در محیط اطراف خود با دیگر انسان‌ها سروکار داشته باشند، با اشیا در ارتباط‌اند. مراودات روزمره آنان دیگر چندان با هم‌نوعان‌شان صورت نمی‌گیرد و براساس آمارها، با سیری صعودی، صرف دریافت کالاها و پیام‌ها و دست‌کاری در آن‌ها می‌شود. از امور پیچیده منزل همراه با ده‌ها خدمتکار تکنولوژیک آن گرفته تا اموال «مفقول شهری» و کلیه وسایل ارتباطی و فعالیت‌های حرفه‌ای، و نیز از نمایش ستایش دائمی از اشیا در آگهی‌های تجاری و صدها پیامی که به‌طور روزمره از رسانه‌های گروهی به ما می‌رسد؛ و همچنین از فراوانی ابزارآلاتی که به‌گونه‌ای مبهم و سوسه‌انگیزند گرفته تا پسیکو درام‌های نمادین که خوراک سرگرمی‌های شبانه‌ای هستند که حتی انسان‌ها را در رؤیاهای‌شان نیز راحت نمی‌گذارند.

مفاهیم محیط و فضا، بی شک از زمانی رواج بیش تری یافته اند که در واقع ما از دیگر انسان ها فاصله گرفته ایم، [در نتیجه] حضور آن ها را کم تر احساس می کنیم و چندان طرف گفت و گوی آن ها واقع نمی شویم و در عوض، بیش تر زیر نگاه ساکت اشیای مطیع و توهم انگیزی قرار داریم که همواره یک چیز را برای ما تکرار می کند و آن چیزی نیست جز بهت و حیرت، فراوانی مجازی و فاصله گرفتن مجازی و نیز فاصله گرفتن از دیگران. همان گونه که کودکی که در میان گرگ ها بزرگ می شود به گرگ تبدیل می شود، ما نیز آرام آرام حالت ابزاری پیدا می کنیم. ما در عصر اشیا زندگی می کنیم: می خواهیم بگویم که بلریم آن ها و براساس ظهور و افول پیاپی آن ها زندگی می کنیم. آن ها را می بینیم که متولد می شوند، به کمال می رسند و می میرند، در حالی که در کلیه تمدن های پیشین، اشیا، ابزارها و بناها نسل ها دوام می آوردند.

اشیا، در زمره گیاهان و حیوانات نیستند. با وجود این، آن ها در ما احساس نوعی پوشش گیاهی انبوه یا [چیزی شبیه به] جنگل را به وجود می آورند که در آن انسان وحشی جدید دوران مدرن، به زحمت بازتاب های تمدن را می یابد. این جانوران یا گیاهانی که انسان تولید کرده و به نوبه خود در محاصره آن ها قرار گرفته، همان گونه که در رمان های مبتذل علمی-تخیلی مشاهده می شود، باید هرچه سریع تر به همان صورتی که آن ها را می بینیم و با آن ها زندگی می کنیم، توصیف شوند؛ و با وجود شکوه و جلال و نیز کثرت و فراوانی شان، هرگز نباید فراموش کنیم که آن ها حاصل یک فعالیت بشری و تابع قانون ارزش مبادله، و نه قوانین اکولوژیک طبیعی، می باشند.

«در خیابان های پر جنب و جوش لندن، مغازه ها تنگ یکدیگر قرار گرفته اند، و در پشت ویتترین های شان تمامی ثروت های عالم گسترانده شده اند: شال های هندی، هفت تیرهای امریکایی، ظروف چینی، سوتین های پارسی، پالتوهای پوست روسی و ادویه مناطق استوایی؛ اما همه این اجناس که در بسیاری

از کشورها مشاهده می‌شوند، حامل یک برجسب سفید فریبنده هستند که بر روی آن‌ها اعداد عربی و پس از آن حروف اختصاری d, s, L (لیرة استرلینگ، شیلینگ و پنس) حک شده‌اند. کالاها به هنگام گردش چنین تصویری از خود به‌نمایش می‌گذارند» (مارکس، مقاله‌ای در نقد اقتصاد سیاسی).

وفور و مجموعه‌سازی

انباشتگی و وفور، قطعاً یکی از چشم‌گیرترین ویژگی‌ها در توصیف جوامع مصرفی است. فروشگاه‌های بزرگ همراه با رشد سریع انواع مواد غذایی کنسرو شده و پوشاک سری‌دوژی، نمای اولیه و مکان هندسی فراوانی را به‌دست می‌دهند. اما همه این خیابان‌ها با ویتترین‌های شلوغ لبریز از کالا (آنچه به‌وفور یافت می‌شود، نور است، گویی بدون آن، کالاها آن‌چنان نبودند که می‌نمایند)، با گستراندن بساط فزاینده‌های گوشتی و با راه‌اندازی جشنواره غذا و پوشاک، کاری جز تحریک اشتهای افراد، آن‌هم به گونه‌ای جادویی، ندارند. در انباشتگی، چیزی بیش از مجموع تولیدات نهفته است: شواهدی بر وجود مازاد، نفی سحرآمیز و قطعی‌کمیایی، و تصویری از پذیرایی گرم و تجمل‌آمیز در کوکائی^۱. بدین ترتیب، بازارهای شیرین‌های تجاری و سوپرمارکت‌های تجاری پریزونیک^۲ تقلیدی از طبیعت بار یافته و بی‌اندازه

۱. Pays de Cocagne؛ در این‌جا نویسنده به فیلمی اشاره دارد که با عنوان منطقه کوکائی، به گونه‌ای مستند و در عین حال تمسخرآمیز به بررسی عادات فرانسویان برای گذراندن تعطیلات، می‌پردازد. در این فیلم، نشان داده می‌شود که فرانسویان چگونه برای گذراندن تعطیلات، آگهی‌های بازرگانی تهیه می‌کنند و چگونه به این آگهی‌ها واکنش نشان می‌دهند. فیلم مزبور محصول ۱۹۶۱ به کارگردانی موريس كلوش (Maurice Cloche) و با بازیگری فرناندل (Fernandel) است. (مترجم)

۲. Prisunic؛ فروشگاه‌های زنجیره‌ای در فرانسه که اجناس و کالاها را با قیمت نسبتاً ارزان‌تر عرضه می‌کند. (مترجم)

حاصل خیز هستند. این‌ها در واقع دره‌های سرزمین کنعان^۱ ما هستند که در آن‌ها به جای این که شیر و عسل جاری باشد، امواج نئون به سس‌های کچاپ و ظروف پلاستیکی برخورد می‌کند. اما این هیچ اهمیتی ندارد! آنچه در این‌جا مطرح است، این انتظار است که همه چیز در این‌جا نه به اندازه کافی، بلکه به میزان بسیار زیاد برای همگان موجود است. شما با خرید جزئی از این سرزمین، در حقیقت هرمی در حال ریزش از صدف، گوشت، گلابی و مارچوبه بسته‌بندی‌شده را با خود به خانه می‌برید؛ و به عبارتی، «جزء» را به جای «کل» خریداری می‌کنید. این گفتمان کنایه‌آمیز و تکراری درباره مواد مصرفی و کالاها بنا بر یک استعاره جمعی کلان — و به خاطر افراط موجود در آن — به تصویری از سخاوتمندی و اسراف پایان‌ناپذیر و فوق‌العاده تبدیل می‌شود که مختص جشن‌هاست. فتراز «روی هم انباشتن» که ابتدایی‌ترین، اما بارورترین شکل فراوانی است، اشیاء به صورت مجموعه یا کلکسیون سازمان‌دهی می‌شوند. تقریباً کلیه فروشگاه‌های پوشاک، لوازم الکتریکی منزل و غیره، یک رشته اشیای مختلف عرضه می‌کنند که به نوعی لازم و ملزوم یکدیگرند و با یکدیگر تناسب دارند. ویرین عتیقه‌فروشی، نمونه اشرفی و تجملی این مجموعه‌هاست که چندان فراوانی بیش از حد مواد و اجناس را تداعی نمی‌کند، بلکه گستره‌ای از اشیای گلچین‌شده و مکمل را فراپیش می‌آورد که برای انتخاب مشتری عرضه شده‌اند؛ اما در عین حال، نوعی واکنش روانی زنجیره‌ای [نیز] در مصرف‌کننده ایجاد می‌کند، به گونه‌ای که او آن‌ها را به‌عنوان یک طبقه کامل در نظر گرفته، فهرست می‌کند و درک می‌نماید. امروزه تعداد اندکی از اشیاء به‌تنهایی برای عرضه وجود دارند، و ما با بافتی از اشیاء مواجهیم که به آن‌ها معنا می‌دهد. بدین ترتیب، رابطه

۱. Chanaan؛ نام قدیمی سرزمینی که در روزگار قدیم بسیار پر نعمت بود و اینک دربرگیرنده اسرائیل و اراضی فلسطینی است. (مترجم)

مصرف کننده با شیء تغییر کرده است: مصرف کننده دیگر به فلان شیء برای فایده خاص آن مراجعه نمی کند، بلکه به مجموعه ای از اشیا با دلالت کلی آن ها روی می آورد. ماشین لباس شویی، یخچال، ماشین ظرف شویی و غیره، در مجموع، مفهومی متفاوت از آن چیزی دارند که هر یک به عنوان یک وسیله منزل از آن برخوردارند. ویتزین ها، آگهی های تبلیغاتی، بنگاه های تولیدی و مارک ها که در این جا نقش اساسی دارند، دیدگاهی منسجم و جمعی از این وسایل ارائه می دهند و آن ها را مانند یک «کل» تقریباً جدایی ناپذیر یا زنجیره ای در نظر می گیرند که رشته ای به هم پیوسته از اشیا ی ساده نیست، بلکه رشته ای از *دال هاست*، زیرا این اشیا برای یکدیگر حکم فرا شیء پیچیده تری را دارند و برای مصرف کننده، انگیزه هایی پیچیده تر پدید می آورند. اشیا هرگز در حالت بی نظمی مطلق برای مصرف عرضه نمی شوند. در بعضی موارد، آن ها ممکن است برای آن که وسوسه انگیزتر جلوه کنند، نوعی بی نظمی را القا نمایند، اما همواره به گونه ای سامان می یابند که مسیرهای راهنما را باز کنند، انگیزه خرید را به سمت شبکه ای از اشیا هدایت کنند و آن را بر اساس منطق خود تا جلب سرمایه گذاری حداکثر و تا سرحد توان اقتصادی به پیش برند. بدین ترتیب، پوشاک، لوازم و محصولات آرایشی، به طور مشخص خط سیر اشیا را تشکیل می دهند. این خط سیر الزامات جبری را به مصرف کننده گوشزد می کند، به گونه ای که مصرف کننده به طور منطقی از یک شیء به سمت شیء دیگر می رود. مصرف کننده، در حساب اشیا گرفتار می شود — چیزی که از جنون خرید و میل به تصاحب، که خود زائیده وفور کالاهاست، متفاوت است.

دراگ استور

دراگ استور، در واقع ترکیبی از دو مفهوم «وفور» و «حساب» است که در

بالا از آن‌ها یاد شد. دراگ استور (یا مراکز تجاری جدید)، ترکیبی از فعالیت‌هایی مصرفی است که کم‌ترین آن‌ها خرید کردن، دیدزدن اشیاء، گشت و گذار و بهره‌گیری از مجموعه امکانات موجود است. به این دلیل، دراگ استور بیش از فروشگاه‌های بزرگ، ویژگی مصرف مدرن را به ما می‌نمایاند. در فروشگاه‌های بزرگ، تمرکز کمی محصولات چندان جایی برای سیر و سیاحت باقی نمی‌گذارد. کنار هم قرار گرفتن قفسه‌ها و محصولات، گشت‌زنی را به اهداف مفیدتری معطوف می‌سازد و فروشگاه بزرگ هنوز چندان از اهدافی که هنگام تأسیس آن مدنظر بود، فاصله نگرفته است؛ از جمله دسترسی اقشار وسیع مردم به کالاهای مصرفی جاری. اما دراگ استور مفهومی کاملاً متفاوت دارد. دراگ استور انواع و اقسام اجناس را در کنار هم نمی‌گذارد، بلکه آمیزه‌ای از نشانه‌هاست؛ در آن‌جا انواع کالاها، جزئی از کلیتی در نظر گرفته می‌شوند که مصرف‌کننده نشانه‌هاست. در این‌جا مرکز فرهنگی به جزئی لاینفک از مرکز تجاری تبدیل می‌شود. قصد آن نیست که گفته شود فرهنگ در این‌جا به «روسی‌گری» کشانده می‌شود؛ این نهایت ساده‌انگاری است. در این‌جا با فرهنگ‌پذیری سروکار داریم. هم‌زمان، کالاها و اجناس (پوشاک، ادویه‌جات، رستوران و غیره) نیز در این‌جا جنبه فرهنگی می‌یابند، زیرا ماهیتی بازی‌گونه و متمایز و حالتی تجلی پیدا می‌کنند و به یک عنصر از عناصر مجموعه کلی کالاهای مصرفی بدل می‌شوند. «هنر جدید زندگی، شیوه جدید زندگی و به قول آگهی‌های تجاری، زندگی روزمره طبق مد روز؛ امکان خرید به صورت دلپذیر و در محیطی مناسب، خرید یک‌جای مواد غذایی، لوازم آپارتمان و ویلا، پوشاک، گل، آخرین رمان‌ها و آخرین وسایل در همان حالی که همسر و فرزند مشغول تماشای فیلم یا صرف غذا هستند». کافه، سینما، کتاب‌فروشی، سالن کنسرت، اجناس لوکس، پوشاک و بسیاری چیزهای دیگری که در مراکز تجاری یافت می‌شوند، همگی در دراگ استور به صورتی متنوع و رنگارنگ در دسترس قرار می‌گیرند. اگر

www.30book.com

روزمره آنان
آنها، با
انها می شود
آن گرفته تا
حرفه‌ای، و
پیامی که به

ران یا گیاهانی
ن تولید کرده و
خود در محاصره

ار گرفته، همان گونه که در رمان‌های مبتدل
تخیلی مشاهده می‌شود، باید هر چه سریع‌تر
صورتی که آنها را می‌بینیم و با آنها زندگی
توصیف شوند.



ISBN 978-964-380-644-6



۳۸۰۰۰ تومان