

پژوهشنامه نقد ادبی و بلاغت، سال ۸، شماره ۴، پاییز ۱۳۹۹



10.22059/jlcr.2020.293133.1370

Print ISSN: 2382-9850-Online ISSN: 2676-7627

<https://jlcr.ut.ac.ir>

Analysis of “Culture Industry” in Ordibehesht Diary by Jafar Modarres Sadeghi

Elnaz Khojaste Zenuzi¹

Ph.D Candidate of Persian Language and Literature, Alzahra University, Iran

Mahboobe Mobasheri

Associate Professor of Persian Language and Literature Alzahra University, Iran.

Received: 21, October, 2019; Accepted: 13, January, 2020

Abstract

Cultural identities in contemporary societies are influence of “cultural industry” or “mass culture” that is liar, median and extemporaneously theory and influence of Frankfurt school scientist as an important theory in the world. Therefore, “Culture industry” is a material and pseudo category and have no generic, dynamism and animal spirits. Whole of this is false and chimerical asked in contemporary consumption societies that remove people from original culture and attained material and intellectual expectations by programmed goals. Therefore, the society exploited by capitalist powers and consumed by his commodities. Now, modern human influence of west consumable culture. Consumable human in consumption society, is living and thinking by economic powers ideals and is relocating with his original culture value. *Ordibehesht Diary* by Jafar Modarres Sadeghi, is among of decade of 90 in contemporary Iranian literature; in other words a period of contemporary history that urbanized middle rank of society is involved to apparent of modernism and “cultural industry” and forgot trueborn origin thinking through cultural industries capitalist and schematic goals. This roman and cling of “cultural industry” has a character who is a bad symbol of modern human and just is consuming everything over plus and is severing of spiritual live ultimately. This research, by descriptive and analytical method, has review and analyze category of “cultural industry” and sociology dimension. Accordingly, narrator of this roman is a lonely man that satisfied with over plus consumption, west material culture and attend to medial culture, because in his society has any original and good thing. Consequently, this character is a symbol of "One-Dimensional man" according of Marcuse's views. That kind of contemporary character is influencing of "Alienation" and is reflecting this entire characteristic in this roman. Now, we are critic and analyzing this theory in this roman as a good and suitable choice.

Keywords: Frankfurt school, culture industry, over consumption, ordibehesht Diary, Modarres Sadeghi.

1 . Email of the corresponding author: ekhojaste92@yahoo.com

تحلیل «صنعت فرهنگ» در رمان *خاطرات اردیبهشت* از جعفر مدرس صادقی

الناز خجسته زنوزی^۱

دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فارسی دانشگاه الزهراء (س)، تهران، ایران

محبوبه مباحثی

دانشیار زبان و ادبیات فارسی دانشگاه الزهراء (س)، تهران، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۷/۲۹؛ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۲۳

(از ص ۲۵ تا ص ۴۲)

علمی - پژوهشی

چکیده

هویت‌های فرهنگی در جوامع معاصر تحت تأثیر مقوله «صنعت فرهنگ» یا «فرهنگ توده»، که از زیرمجموعه آرای مکتب فرانکفورت است، به پدیده‌ای کاملاً مادی و کاذب تبدیل شده و تحت تأثیر این پدیده نوظهور، مفهوم فرهنگ کاملاً از اصالت و پویایی خود دور افتاده است. «صنعت فرهنگ» حاصل خواسته‌های کاذب و غیرواقعی جوامع است که توده مردم را از فرهنگ اصیل دور می‌سازد و براساس اهداف کاملاً برنامه‌ریزی‌شده، سطح انتظارات مادی و فکری آنان را دستکاری می‌کند تا زیر سلطه قدرت‌های سرمایه‌داری قرار گیرند و کالاهای فکری و صنعتی آن‌ها را به‌عنوان یک نیاز مبرم تلقی کرده و مصرف کنند. امروزه فرهنگ مصرفی غرب، الگوی فکری انسان مدرن شده است. انسان مصرفی طبق خواسته قدرت‌های اقتصادی زندگی و فکر می‌کند و حتی به‌خاطر همراهی با این جریان فکری، با ارزش‌های اصیل فرهنگی خویش به مقابله برمی‌خیزد. رمان *خاطرات اردیبهشت* اثر جعفر مدرس صادقی، از جمله رمان‌های نوشته‌شده در دهه نود شمسی است؛ یعنی برهه‌ای از تاریخ معاصر که طبقه متوسط شهری، به‌شدت درگیر ظواهر مدرنیته و مصرف‌گرایی می‌شود و به‌واسطه اهداف برنامه‌ریزی‌شده صنعت فرهنگ، خاستگاه‌های فکری اصیل خویش را به دست فراموشی می‌سپارد. شخصیت اصلی به‌عنوان نمادی از یک انسان مدرن، کاری جز مصرف‌گرایی و پیروی از فرهنگ توده ندارد، تا جایی که از بُعد معنوی خود کاملاً دور می‌افتد. این پژوهش با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی درصدد است مقوله «صنعت فرهنگ» و ابعاد آن را در این اثر تحلیل کند. بر اساس پژوهش‌های انجام‌گرفته، به نظر می‌رسد راوی در جامعه‌ای مدرن زندگی می‌کند که بنیان مدرنیته در آن، از خاستگاه‌های فرهنگی و اجتماعی اصیل تهی شده است. وی فردی تنهاست که خلأ روحی خود را با دست‌آویز قراردادن فرهنگ غرب، مصرف‌گرایی و روی آوردن به صنعت رسانه پر می‌کند؛ زیرا جامعه چیزی جز این را در دسترس وی قرار نداده است. از این‌رو، می‌توان او را نمادی از انسان تک‌ساختی مارکوزه دانست و معیارهای ازخودبیگانگی را در این شخصیت، تحلیل کرد.

واژه‌های کلیدی: مکتب فرانکفورت، صنعت فرهنگ، مصرف‌زدگی، *خاطرات اردیبهشت*، مدرس صادقی.

۱. مقدمه

۱-۱. چارچوب نظری مکتب فرانکفورت

مکتب فرانکفورت که با عنوان نظریه «چپ نو» نیز شناخته می‌شود، نتیجه کار مؤسسه تحقیقات اجتماعی دانشگاه فرانکفورت است که در سال ۱۹۲۳ میلادی با سرمایه‌گذاری کارخانه‌داری به نام «فیلیکس وایل» به منظور نقد آرای مارکسیسم تأسیس شد. گرایش‌های ضد سرمایه‌داری مکتب فرانکفورت، بیانگر جهت‌گیری‌های شعاری یا تقلید آموزه‌های افراطی و انقلابی‌گرایانه مارکس یا پیروی کورکورانه از مواضع سیاسی رادیکالیسم نیست، بلکه بر تحلیل دقیق و واقع‌گرایانه عناصر و جریان‌های اصلی سرمایه‌داری و ریشه‌یابی تاریخی روند تکامل آن‌ها استوار است. «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). در همین دوره، ماکس هورکهایمر و تئودور آدورنو کتاب دیالکتیک روشنگری^۱ را به‌عنوان نظریه مکتب انتقادی به انتشار رسانده و به این اصل مهم اشاره کردند که روشنگری و نیروی عقل به جای تلاش برای رهایی نوع بشر و سرکوب سلطه، به ابزاری برای تسلط ایدئولوژی سلطه‌گر تبدیل شده‌است. روشنگری، «همواره کوشیده‌است تا آدمیان را از قید و بند ترس رها، و حاکمیت و سروری آنان را برقرار سازد. با این حال، کره خاکی که اکنون به‌تمامی روشن گشته، از درخشش ظفرمند فاجعه تابناک است» (هورکهایمر و آدورنو، ۱۳۸۵: ۲۹).

از آنجا که مفهوم انتقادی مبنای همه فعالیت‌های فکری و فلسفی اعضای مؤسسه بود، به «نظریه انتقادی» موسوم شد. از جمله مهم‌ترین محوریت‌های فکری این مکتب می‌توان به این موارد اشاره کرد: «هویت فردی، روابط خانوادگی، شخصیت اقتدارگرا، صنعت فرهنگ، دیوان‌سالاری پیچیده و روبه‌گسترش، دولت، اقتدار، سیاست، فرهنگ و اقتصاد...» (نوذری، ۱۳۹۴: ۲۰۸).

۲-۱. زیبایی‌شناسی انتقادی و صنعت فرهنگ

یکی از مهم‌ترین مباحث نظریه انتقادی، فرهنگ و هنر است. نظریه‌پردازان مکتب فرانکفورت،

فرهنگ را به دو بخش «اصیل» و «توده‌ای» تقسیم کرده‌اند و معتقدند فرهنگ و هنر، تحت تأثیر جامعه مدرن که مارکوزه آن را جامعه تک‌ساختی می‌نامد، به کالایی تجاری تبدیل شده و معامله می‌شود و در خدمت نظام حاکم و اهداف رژیم‌های توتالیتری قرار می‌گیرد. مارکوزه در کتاب *انسان تک‌ساختی*، تأکید می‌کند که حتی ساخت زیباشناختی نیز در اثر فعالیت مخرب رسانه‌های جمعی، از هستی تهی می‌شود و در نتیجه، آثار فرهنگ روشنفکری نیز دچار ازخودبیگانگی و به صورت کالاها و خدمات عرضه می‌شود:

«ارزش‌های فرهنگی به شکل کالای روزمره درآمده، به ابتذال گراییده‌است. در این شرایط، تنها چیزی که به حساب می‌آید، ارزش‌های مبادلاتی است. حقیقت، متاعی است که از رونق افتاده، نظام جامعه بر بنیان ارزش‌های مبادلاتی مستقر شده‌است و ارزش‌های دیگر به دور افکنده شده‌اند» (مارکوزه، ۱۳۹۴: ۸۹).

در اندیشه مارکوزه، به نکاتی در زمینه زیباشناسی انتقادی دست می‌یابیم:

«آزادی تخیل، شرط پویایی هر تمدن است، هنر و زیبایی قادرند تا در سطح فردی از انجماد و روزمرگی پیشگیری کند و در مناسبات اجتماعی نیز مانع اضمحلال فرد در سیطره جامعه شوند، 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 چپش امور در عالم واقع پیشنهاد می‌کند، هنر یعنی دگرگونی تجربه زیستی انسان، هنر یعنی پیشنهاد و الگویی تازه، هنر رویی به سوی نفی حیات موجود دارد و رویی در اثبات حیات مطلوب، صورت محتمل یک جامعه آزاد را تنها در اثر هنری می‌توان یافت» (آرام، ۱۳۹۳: ۱۸).

تئودور آدورنو درباره زیبایی‌شناسی انتقادی بر این باور است که «در تجربه‌های هنری، پریشانی و 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» (حیدری، ۱۳۸۷: ۷۱). آدورنو هنر را رویدادی منفی تعریف کرده‌است و از همین‌جا، موضع وی را «زیبایی‌شناسی منفی»^۱ «نام نهاده‌اند. آدورنو کوشیده‌است وجوه منفی هنر را در آرای خویش بیان کند: «در نگاه او، هنر ضد صورت، و به عبارت دیگر، فرمی از فهم است که در مقایسه با فرم‌های جاری و متعارف به نحو دیگر عمل می‌کند» (همان: ۷۶). مفاهیمی چون هنر و فرهنگ

عامه، فرهنگ انبوه و نظایر آن، به زعم آدورنو، مفاهیم نادرستی هستند. امروزه فرهنگ، برخاسته از عناصری اصیل نیست، بلکه حاصل خواسته‌های کاذب و غیرواقعی است. «تولیدکنندگان (فرهنگی) ممکن است برای افزایش فروش و بازاریابی هرچه بیشتر، دست به تبلیغات فریبنده‌ای زده و آن‌ها را تحت عنوان «صدای جدید دیگر» به خوردِ خلاق بدهند، لیکن معنا و احساسی که در این تولیدات جدید نهفته است، به طور اساسی دگرگون شده‌است.» (مارکوزه، ۱۳۶۸: ۱۱۷).

از این رو، نگرانی عمده نظریه‌پردازان انتقادی از صنعت فرهنگ را می‌توان حول دو محور مهم زیر دانست: اول اینکه صنعت فرهنگ، پدیده‌ای است ویرانگر که به صورت مجموعه‌ای از عقاید از پیش بسته‌بندی شده، تولید انبوه گشته و به کمک رسانه‌های جمعی به خوردِ توده‌ها داده می‌شود. دوم اینکه نظریه‌پردازان انتقادی، نگران تأثیرات مخرب، سرکوبگر، تحمیق‌کننده و منفعل‌ساز این صنعت بر توده‌ها هستند.

۳-۱. درباره نویسنده

جعفر مدرس صادقی در سال ۱۳۳۳ در اصفهان متولد شد و تاکنون هفت مجموعه داستان کوتاه و هجده رمان از این نویسنده به چاپ رسیده است. ماجرای این رمان، از این قرار است که پیرمردی برای فرار از تنهایی خود می‌خواهد به‌روز شود، اما این وضعیت سرانجام برایش دردسرساز می‌شود. راوی تمام این ماجراها را به صورت مجموعه‌خاطراتی که در خیابان ادریبهشت که منزل معشوقه‌اش در آنجا واقع است، به رشته تحریر درمی‌آورد. وی که سه سال است همسر خود را از دست داده، در صدد است خاطرات پراکنده خود را مدون کند. در این حین، با زنی به نام نوشین که زن چندان سربه‌راهی نیست، آشنا می‌شود. این دوستی، گویی آرزوها و رؤیاهای خفته‌اش را بیدار کرده و موجب می‌شود وی در زندگی خود، رسوایی‌هایی به بار آورد. راوی در دوران پیری، حال و هوای جوانی به خود می‌گیرد، عاشق می‌شود، مد روز می‌شود، مست می‌کند، حشیش می‌کشد، جین‌های تنگ می‌پوشد و تک‌تک رفتارهایی را در پیش می‌گیرد که از تلویزیون و نمادهای فرهنگ غربی پذیرفته‌است. *خاطرات ادریبهشت*، مجموعه‌ای از اتفاقاتی است که راوی در پی یک عشق بی‌محتوا تجربه می‌کند.

۲. مسئله پژوهش

جامعه‌شناسی، پیوندی ناگسستنی با ادبیات دارد؛ زیرا یکی از اصلی‌ترین رسالت‌های ادبیات،

کندوکاو در شرایط اجتماعی است. امروزه جوامع به شدت درگیر سلطه فرهنگ مادی غرب شده‌اند و تأثیرات سوء این فرهنگ دستکاری شده و غیرواقعی در بندگان جامعه ما رسوخ کرده و «صنعت فرهنگ» نیز با تبلیغات گسترده خود به این جریان دامن زده است. از این رو، پژوهش حاضر درصدد است پیش از هر چیز، به این دو پرسش پاسخ دهد: «تأثیرپذیری از فرهنگ مصرفی غرب، چگونه بر ابعاد گوناگون زندگی روزمره جامعه ایرانی تأثیر می‌گذارد؟» و «تبعات این فرهنگ، چگونه در رمان فارسی نمود می‌یابد؟».

۱-۲. پیشینه پژوهش

تاکنون درباره آثار مدرس صادقی با توجه به جذابیت و تنوع آن، پژوهش‌هایی در قالب رساله و مقالات صورت گرفته است که عنوان این پایان‌نامه‌ها و رسالات، بر اساس سال تحریر آن‌ها به شرح زیر است:

- نقد روان‌کاوانه رمان‌های گاوخونی، بیژن و منیژه و شاه‌کلید از جعفر مدرس صادقی با تکیه بر آرای فروید و یونگ (۱۳۹۱)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، الاز خجسته، به راهنمایی محبوبه مباشری.

- مدرنیته در آثار جعفر مدرس صادقی (۱۳۹۱)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، ساجده سلیمی، به راهنمایی شیرزاد طایفی.

- بررسی رئالیسم جادویی در رمان‌های گاوخونی، چاه‌به‌چاه، سپیده‌دم ایرانی و داستان کوتاه خوف شرق بنفشه (۱۳۹۵)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، سمیرا آزادی، به راهنمایی علیرضا محمودی

از مهم‌ترین مقالات منتشرشده در این زمینه، به شرح زیر است:

- «خوانشی فرویدی از رمان *گاوخونی*» (۱۳۹۱)، حامد یزدخواستی و فؤاد مولودی، مجله نقد ادبی.

- «بررسی و مقایسه ویژگی‌های شیوه جریان سیال ذهن در ادبیات داستانی و فیلم اقتباسی بر اساس الگوی یاکوبسن (با محوریت سازده احتجاب، درخت گلابی و گاوخونی)» (۱۳۹۴)، سیده فاطمه حجازی، محمود عزیزی و سعید ذوالنوریان، کنفرانس بین‌المللی هنر و محیط زیست.

- «نقد شالوده‌شکنانه داستان گاوخونی با تکیه بر نظریه تقابلی‌های دوگانه دریدا» (۱۳۹۴)،
الناز خجسته، همایش سراسری انجمن ترویج زبان و ادب فارسی.

- «نقد کهن‌الگویی رمان گاوخونی» (۱۳۹۵)، محبوبه مباحثی و فاطمه درویشی، همایش
سراسری انجمن ترویج زبان و ادب فارسی.

چنان‌که ملاحظه می‌شود، بیشتر این آثار درباره نقد رمان گاوخونی است و تاکنون در این
زمینه و درباره این رمان، پژوهشی صورت نگرفته‌است.

۳. نقد زیبایی‌شناسی انتقادی *خاطرات اردیبهشت* از منظر آرای آدورنو و مارکوزه

به باور آدورنو، هر اثر هنری یک محتوای درونی دارد:

«اثر هنری همزمان امور را به چالش می‌کشد (دیستوپیا) و در عین حال، پیشنهاد می‌دهد که چیزها و
امور چگونه بهتر از آن چیزی باشند که هستند (آرمان اتوپیا)، اما عملاً همان‌ها را دست‌نخورده باقی
می‌گذارد (در میان اتوپیا و دیستوپیا)» (شاهنده و نوذری، ۱۳۹۲: ۴۲).

فرم هر اثر، خواننده را به فهم محتوای آن رهنمون می‌سازد. بنابر همین استدلال، ابتدا به
تحلیل فرم در این اثر خواهیم پرداخت؛ سپس اثر حاضر از منظر زیبایی‌شناسی انتقادی تحلیل
می‌شود.

طبق آرای آدورنو و مارکوزه، در خوانش اثر باید فرم آن را فارغ از زمینه‌های
دلالت‌گرانه، نشانه‌شناختی، تاریخی، جامعه‌شناختی و روان‌شناختی بررسی کرد: «تعمق در یک
متن، فقط در تمرکز بر خود اثر و شکل آن است؛ دقتی است که اساساً جز در شکل، در چیز
دیگری خودنمایی نمی‌کند و هیچ دلالتی به موردی غیر از آن ندارد» (احمدی، ۱۳۹۶: ۳۰۱). فرم،
توجه مخاطب را صرفاً روی خود متن آن معطوف می‌کند:

«یک اثر ادبی، شیء کلامی بی‌زمان و مستقل (خودبسنده) است. خوانندگان و قرائت‌ها ممکن است
تغییر کند، اما متن ادبی ثابت باقی می‌ماند و مجموعه‌ای از معانی را پدید می‌آورد که هیچ ترکیب
دیگری از کلمات نمی‌تواند آن را بازتولید کند» (تایسن، ۱۳۸۷: ۲۰۹).

خاطرات اردیبهشت شامل ۳۱ بخش است. زبان اثر، بی‌تکلف و روان است، با لحن
صمیمانه‌اش به مخاطب نزدیک می‌شود و در ضمن، از عامیانه‌نویسی دوری می‌گزیند.
بنابراین، سلامت زبانی در عین فصاحت، صمیمیت لحن و ایجاز لفظی و معنوی در جملات
مشهود است. روایت داستان از نوع درونی و راوی از نوع اول‌شخص مفرد است. راوی متقن و

قابل اعتمادی نیز دارد؛ زیرا به بی‌پرواترین و گستاخانه‌ترین رفتارهایش در داستان اعتراف می‌کند: «راوی معتمد، شخصی است که خواننده برداشت یا اظهار نظر وی را درباره داستان، گزارشی موثق از حقیقت داستانی در نظر می‌گیرد» (ریمون کنان، ۱۳۸۷: ۱۳۷). راوی می‌خواهد بدون رعایت حال دوروبری‌هایش زندگی کند و به هیچ چیز و هیچ کس هم فکر نمی‌کند. حتی عاشق زنی می‌شود که با شوهرش سازگار نیست، جدا از او زندگی می‌کند، با مردان زیادی رابطه دارد و سی و پنج شش سالی هم بیشتر ندارد. او حتی برای دوستی با زنی در این سن و سال دلیل می‌تراشد:

«وقتی دختر آدم که پاره تن آدم است، وقت نمی‌کند (سری بزند)، خواهر و خواهرزاده‌ها و برادر و برادرزاده‌ها که عذرشان معلوم است که چقدر موجه است. تازه تلفن هم کار را بدجوری ساده کرده است. با یک زنگ، حال و احوالی می‌پرسی و خودت را خلاص می‌کنی! تکیه کلام همه آدم‌ها، از سر کار و بیکار، بازنشسته و مشغول: بدجوری گرفتارم. می‌دونم. خیلی هم خوب می‌دونم. خود من هم یک‌زمانی سخت گرفتار بودم. اما الان نیستم و می‌خواهم جوری زندگی کنم که عشقم می‌کشد!» (مدرس صادقی، ۱۳۹۳: ۹).

راوی گفته‌های خود را در کنار نقل قول‌های دیگران، بدون هیچ گونه نشانه سجاوندی، با قرینه‌های زبانی، لفظی و معنوی پی‌درپی می‌آورد و می‌خواهد نوعی «شتابزدگی» و «بی‌پروایی» را نشان دهد که البته، همین زبان شتابزده با زمانه مدرن و پرشتاب وی، تناسب دارد و جملات کوتاه و پشت‌سرهم، بدون قرینه لفظی یا معنوی، این مفهوم را به خوبی می‌رساند. وقتی صحبت از وقایع جدی و مهم زندگی است، همه چیز با شتابزدگی بیان می‌شود، اما وقتی سخن از سرخوشی‌های زودگذر است، وقایع را با ذکر جزئیات تعریف می‌کند. روایت داستان، خطی است و وقایع، بدون ابهام و پیچیدگی مطرح می‌شود. زبان اثر با محتوای آن تناسب دارد؛ زیرا به بررسی تأثیر جنبه‌های منفی فرهنگ امپریالیستی و نیز جنبه‌های زندگی در یک جامعه مصرفی می‌پردازد:

«تهمینه بعد از بریدن کیک و تولدبازی گفت: خب، خیلی خوش گذشت و اشاره کرد به من که یعنی پاشو

بریم».

– نوشین گفت: به همین زودی؟!!

– تهمینه گفت: بابای من مست کرده. آمد بالای سرم. آرنجم را گرفت که از سر جام بلندم کند.

- گفتم: تهمینه جان، جای من خیلی خوبه. من یه عمری بود دنبال یک چنین جایی بودم. دستش را کنار زدم. هر کاری کرد، بلند نشدم. گفتم: دیروقته باباجون. از خَرِ شیطان بیا پایین! لجبازی نکن! پاشو بریم! نوشین هم خسته شده. می‌خواد بخوابه. هرچه اصرار کرد، از سرِ جام تکان نخوردم. به هر مکافاتی، تهمینه را راهی کردیم رفت» (همان: ۱۱۶).

زبان رمان شتابزده و بریده‌بریده است و جملات، بدون قرینه و علایم سجاوندی کنار یکدیگر قرار گرفته‌است. نویسنده در قالب همین زبان لابلالی توانسته ذهن مخاطب را به دغدغه‌های مصرفی و عوامانه‌ی وی نزدیک کند. زبان به‌خوبی در خدمت محتوا قرار گرفته‌است و پیش از هر چیز، جایگاه «صنعت فرهنگ» را در این اثر نمایان ساخته است.

۱-۳. تحلیل مقوله «صنعت فرهنگ» در رمان *خاطرات اردیبهشت*

به عقیده مارکس، انسان در جامعه سرمایه‌داری به موجودی از خودبیگانه تبدیل شده است، زیرا نسبت به وضعیت تاریخی و طبقاتی خود ناآگاه است و وضعیت تولید و تقسیم ثروت، ارتباط او را از طبیعت راستین خود قطع کرده است. چنان که مارکوزه نیز در تأیید آرای مارکس می‌گوید:

«وقوف به از خودبیگانگی، برای افرادی که از طریق زندگانی مادی و صوری خود با جامعه صنعتی پیوسته و متحد شده‌اند و ارضای خاطر خود را در برآوردن نیازهای موجود در این جامعه می‌دانند، کاری دشوار است. مسئله اتحاد فرد و جامعه، تصویری بی‌اساس نیست و به‌تمامی واقعیت است. واقعیتی که گسترش حالت از خودبیگانگی انسان‌ها را در یک جامعه صنعتی توجیه می‌کند و کاملاً جنبه عینی یافته است. اندیشه از خودبیگانه، در مظاهر یک زندگانی از خودبیگانه فرو می‌رود. در این جامعه‌ها، به انسان از یک ساحت می‌نگرند و این نگرش در تمامی شئون زندگانی او راه می‌یابد» (مارکوزه، ۱۳۹۴: ۴۷).

وضعیت تاریخی موجود، نوعی از خودبیگانگی و سرگشتگی روحی را در وجود راوی رقم می‌زند. راوی نیز تحت همین وضعیت، به موجودی از خودبیگانه تبدیل شده است. در پاسخ به این وضعیت، بر اساس نظریه انتقادی، جوامع معاصر برحسب وابستگی به سرمایه‌داری دولتی و انحصاری، شرایطی را فراهم آورده‌اند که عمده زمینه‌های فرهنگی و هنری را کالاسازی می‌کنند:

«طرفداران وضع موجود توزیع قدرت و ثروت، با مجهز شدن به نیروهای درون‌زایی که مالکیت و نظارت را متمرکز می‌سازند، از تمام ابزار اقتصادی - سیاسی و فرهنگی برای دفاع از وضع موجود

استفاده می‌کنند. در نتیجه، بیشتر حوزه‌های حیات فرهنگی نیز به خدمت گرفته می‌شوند و به صورت کنترل آگاهی افراد درمی‌آیند. همزمان خود فرهنگ نیز به صورت یک «صنعت» ظاهر می‌گردد» (نوذری، ۱۳۹۴: ۲۷۵).

رشد و تکامل صنعت فرهنگ موجب تضعیف عقلانیت و اعتبار هنر مستقل می‌شود و قدرت چالش برانگیز آن را روزبه‌روز ضعیف‌تر می‌کند. معنای فرهنگ بومی نیز در معرض نابودی قرار می‌گیرد؛ زیرا غرور و شورشگری و روحیات ناهمنوا و ستیزه‌جویانه موجود در این فرهنگ‌ها از آن‌ها گرفته می‌شود. غالباً آن‌ها را در دل جدیدترین و آخرین مدها و مدل‌ها استحاله و ادغام می‌کند و آن چنان هر روز، هر ساعت و هر لحظه به تکرار و تبلیغ آن‌ها می‌پردازد که مخاطبان را از هر گونه محتوای شورشی، رادیکال و انقلابی آن منزجر می‌سازد. معنا و احساسی که در این تولیدات جدید نهفته است، به طور اساسی دگرگون شده است. اینک معنایی تهی و خلسه‌آور را انتقال می‌دهند.

۲-۳. بررسی جایگاه تلویزیون و رسانه

راوی فردی تنه‌است و خلاء روحی خود را با مصرف «رسانه» پر می‌کند: «هر روز می‌رفتیم بیرون و یک برنامه‌ای جور می‌کردیم: سینما، تئاتر، نمایشگاه نقاشی، نمایشگاه عکس، سخنرانی...» (مدرس صادقی، ۱۳۹۳: ۷۹).

البته بازدید از نمایشگاه نقاشی یا عکس، یک رفتار فرهنگی نیست، بلکه مفهوم «بزه‌شدگی» را می‌رساند. راوی می‌پندارد این رفتارها کاملاً از زمینه‌ای روشنفکری و فرهنگی برخوردار است. حتی به نظر می‌رسد که مدرس صادقی نیز آن را فرهنگ روشنفکری به‌شمار می‌آورد، اما در واقع چنین نیست. در یک جامعه مصرفی، فرد به بزه‌های تبدیل می‌شود که رسانه‌ها وی را هدف معانی مورد نظرشان قرار داده و ساختار فکری و شخصیتی او را تغییر می‌دهند. می‌توان گفت: «قرائت یک متن، اعم از نقاشی، عکس یا نوشته، همواره برآیند جایگاه اجتماعی، به علاوه جایگاه‌های گفتمانی خاص است. قرائت واجد ساختار است؛ چراکه ساختار دسترسی به گفتمان‌های متفاوت را جایگاه اجتماعی تعیین می‌کند» (استوری، ۱۳۸۹: ۴۱).

راوی در آغاز این اثر، وقتی از خاطرات همسرش در زمان حیات می‌گوید، غالباً توضیح می‌دهد که تفریح اصلی او تماشای تلویزیون، به‌ویژه فوتبال و برنامه‌های ورزشی است که از عناصر اصلی «صنعت فرهنگ» است:

«زنم سه سال پیش به رحمت ایزدی پیوست. رفته بودم پیاده‌روی. وقتی که برگشتم، دیدم روی کاناپه جلوی تلویزیون دراز به دراز افتاده‌است و نفس نمی‌کشد. کنترل تلویزیون هم توی دستش. تلویزیون روی کانال یک بود. دعوی ما همیشه سر همین بود. من می‌زدم روی کانال سه و از همه برنامه‌ها هم فقط ورزشی تماشا می‌کردم و از ورزشی هم فقط فوتبال و از فوتبال هم فقط بازی تیم‌های اروپایی، اما او می‌زد روی کانال یک و هیچ انتخابی هم توی کارش نبود، همه را از دم تماشا می‌کرد» (مدرس صادقی، ۱۳۹۳: ۸).

به اعتقاد آدورنو:

«رویدادهای ورزشی و تلویزیونی که فرهنگ انبوه بسیاری از ویژگی‌های خود را از آن وام می‌گیرد و متقابلاً این وقایع نیز از مضامین محبوب فرهنگ مذکور به‌شمار می‌روند، عامدانه از هر گونه معنا تهی گشته‌اند. این‌ها چیزی نیستند جز رویدادهای ورزشی و برنامه‌های تلویزیونی. لذا گسترش و اشاعه تلویزیون و ورزش به تمامی حوزه‌ها نیز نقش مهمی در زوال بعد زیباشناختی ایفا کرده‌است» (کانرتون، ۱۳۹۳: ۳۱۱).

تلویزیون سرگرمی غالب اجتماعی و پیش‌زمینه‌ای برای گرایش راوی به مصرف «صنعت فرهنگ» در سطح کلان است. وقتی به تفریح با زنان و رفتارهای مصرف‌گرایانه روی می‌آورد، با پدیده تلویزیون خاموش مواجه می‌شویم؛ زیرا اکنون رفتاری دیگر جایگزین تماشای تلویزیون شده، تنهایی راوی را پر کرده‌است: «سر شب که نوشین آمد، دوش گرفته بودم، کت و شلوار تازه تر و تمیزی تنم کرده بودم و نشسته بودم روبه‌روی تلویزیون خاموش» (همان: ۱۳۲). باید گفت: «تلویزیون عامه‌پسندترین جلوه فرهنگ در قرن بیست‌ویک است. بی‌تردید می‌توان گفت که در سرتاسر جهان، مردم برای گذراندن اوقات فراغت خود، بیش از هر کار دیگری تلویزیون تماشا می‌کنند» (استوری، ۱۳۸۹: ۲۹). مارکوزه تلویزیون را بخشی از تشکیلات مدیریت و سلطه در جامعه‌ای تک‌ساحتی می‌داند:

«با کنترل اطلاعات و شیفتگی افراد به ارتباطات جمعی، آگاهی، مدیریت و محدود شده‌است. فرد به‌راستی نمی‌داند چه اتفاقی می‌افتد. ماشین، مقهورکننده سرگرمی و خود سرگرمی، او و دیگران را در وضعیت بی‌هوشی که در آن تمام افکار مضر گرایش به حذف دارند، فرومی‌برد و همه را یکسان می‌سازد» (کلنر، ۱۳۹۲: ۳۷).

تلویزیون بخشی از تشکیلات سلطه اجتماعی است که با هدفی دقیق، اجزای جامعه را سازماندهی می‌کند: «مطالعات فرهنگی بریتانیایی با طرح این ادعا که رسانه‌ها سپر بلای گستره وسیعی از

مشکلات اجتماعی شده‌اند، تصویرسازی‌های منفی از رسانه‌ها و مصرف‌گرایی، لذت‌گرایی جوانان و ماتریالیسم افراطی و نیز خشونت و مصرف‌گرایی روبه‌رشد را زیر سؤال می‌برد» (همان: ۴۱).

در نتیجه، راوی نیز به نمادی از «انسان تک‌ساحتی» تبدیل می‌شود. تلویزیون، نقاشی، نمایشگاه، فوتبال، ورزش و ثبت خاطرات، همگی از مظاهر مصرف رسانه در جامعه‌ای است که ذهن اُبژه را به شکلی کاملاً برنامه‌ریزی‌شده مورد هدف قرار داده، آن را به ساختار دلخواه خود درآورده‌است.

۳-۳. تحلیل مبحث «انباشتی و وفور»

راوی که در زمان حیات همسرش با فوتبال و تلویزیون سرگرم است، پس از فوت وی، مدام با نوشین یا آذر وقت‌گذرانی می‌کند، مست می‌کند، حشیش می‌کشد، جین‌های رنگارنگ و تنگ می‌پوشد، به سینما، کافه‌گردی، خرید و پاساژگردی و رستوران‌گردی می‌رود. در تحلیل این وضعیت، باید گفت مصرف بر تمام وجوه زندگی ما چنگ انداخته‌است. نقطه‌ای که کلیه فعالیت‌ها به همان شیوه ترکیبی، منطقاً با یکدیگر ارتباط پیدا می‌کنند. مسیر رضایت‌مندی از مصرف، از پیش ترسیم و ساعت‌به‌ساعت برنامه‌ریزی شده، به‌ظاهر جنبه فرهنگی پیدا کرده‌است:

«در پدیدارشناسی مصرف، این مناسب‌سازی کلی زندگی، کالاها، اشیاء، خدمات، رفتارها و روابط اجتماعی، نمایانگر مرحله‌ای تکمیل‌شده و مصرف‌شده در یک سیر تکاملی است که از فراوانی صرف آغاز می‌شود، از شبکه‌های مفصل‌بندی‌شده اشیاء گذر می‌کند و به شرطی شدن کامل کنش و زمان و شبکه‌ای از محیط‌های نظام‌مند منتهی می‌شود» (بودریار، ۱۳۸۸: ۲۱).

در گفتگوی بین راوی و ته‌مینه می‌خوانیم:

«گفتم: ته‌مینه جان، امشب وقت داری بریم خرید؟»

گفت: چه خریدی؟!

گفتم: می‌خوام یه شلوار برای خودم بخرم.

گفت: شلوار؟! تو که این همه شلوار داری.

گفتم: از این شلوارهای پارچه‌ای خسته شدم. می‌خوام یه شلوار جین برای خودم بخرم.

خندید. گفت: شلوار جین؟!

گفتم: چیه؟ خنده‌دار بود؟

گفت: آخه جین اصلن به تو نمپاد.

گفتم: چرا نمپاد؟ یه جینی می‌خرم که بیاد...» (مدرس صادقی، ۱۳۹۳: ۱۳۶).

در دنیای مصرفی، آدمی هرچه می‌خرد، باز هم جا برای افزایش میزان مصرف وجود دارد. بازهم پوشاک نپوشیده و غذای نخورده وجود دارد. او در اوج تنهایی احساس می‌کند که مصرف، به خوبی دغدغه‌ها و کمبودهایش را سامان می‌بخشد. بودریار معتقد است:

«انباشتگی و وفور، قطعاً یکی از چشمگیرترین ویژگی‌ها در توصیف جوامع مصرفی است. فروشگاه‌های بزرگ همراه با انواع کالاها، تجملی و گوناگون، مواد غذایی رنگارنگ، پوشاک سری‌دوزی که لبریز از کالا است، نمایی جذاب و گیج‌کننده از وضعیت مصرف به دست می‌دهد. در این جهان پرطمطراق، غذا و پوشاک، کاری جز تحریک اشتهای افراد ندارند» (بودریار، ۱۳۸۸: ۱۵).

انباشتگی، جهان راوی را به تصرف درآورده است؛ چنان‌که امروزه جهان زندگی ما را تسخیر کرده است. تنهایی انسان مدرن، پدیده‌ای شایع در جهان معاصر ماست، اما چگونگی برخورد با آن، شرایط اجتماعی و روانی فرد و جامعه را تعیین می‌کند. راوی به عنوان نماینده‌ای از انسان مدرن، تنهایی خود را با جهانی انباشته از مصرف و کالای مازاد، کاملاً اشباع، و همین او را کاملاً گیج و مسخ کرده است؛ چنان‌که رفتارها و منش او را به انحطاط کشانده است:

«لباس‌های تازه‌ام را پوشیدم و با ریخت و قیافه تازه‌ام رفته‌ام پیش نوشین. اولش جا خورد و تا چند دقیقه‌ای فقط دور من می‌چرخید و از خنده داشت روده‌بر می‌شد، اما بعد شروع کرد به تعریف کردن. تنها ایرادی که گرفت، این بود که شلواره کمی گشاد است. یک کمربند چرمی هم لازم داشتم. با یک کاپشنی که با این شلوار و پیراهن جور دربیاید. همان شب رفتیم خرید. با ماشین من. خیابان جمهوری، پشت سفارت، گاندی و یکی دو جای دیگر که نوشین بلد بود. یک کاپشن لی خریدم، با شلوازی که نه گشاد بود، نه تنگ، با کمربند چرمی و یک جفت کفش کلارک» (همان: ۱۴۲).

خرید و پاساژگردی که در نقدهای جامعه‌شناختی، نمایانگر بعدی از یک جامعه مصرفی است، نمادی کاذب از سلطه فرهنگ عامه و نیز انباشتگی و وفور کالای مازاد به شمار می‌آید: «پاساژ چون فضایی برای عرصه امر متوسط و هنجارمند، مکانی است که در آن، امر عامه‌پسند بازتولید می‌شود، تا سبک جدیدی از زندگی را به مثابه امر مصرفی در جامعه تکثیر کند» (کاظمی، ۱۳۹۴: ۶۹). این مصرف‌زدگی به بازتولید مفاهیم امپریالیستی در جامعه بازمی‌گردد و با

دستکاری ضمیر ناخودآگاه انسان مدرن، حوزه فکری او را تحت تأثیر قرار می‌دهد: «شاید تصدیق آسیب‌پذیری روانی در حوزه مصرف کالا، راحت‌تر از تأیید آن در حوزه کار باشد. بنا به سنت، مصرف حوزه‌ای دلالت‌گر تلقی می‌شود و به همین سبب، نمایان شدن ویژگی‌های فردی - و امیال جنسی - را در آن بیش از سایر حوزه‌ها مجاز می‌دانند» (ریچاردز، ۱۳۸۸: ۱۵۹).

راوی فکر می‌کند قدرت عشق او را به شیک‌پوشی و شکم‌چرانی ترغیب کرده‌است، اما در اصل، دلیل این وضعیت آن است که در معرض مصرف قرار گرفته و به تعبیری، او قربانی مصرف است: «در جوامع امروز، وسایل معیشت با هدف و غایت زندگی درآمیخته‌است و کیفیت، قربانی کمیت گردیده‌است» (مارکوزه، ۱۳۹۴: ۵۳).

از راوی گرفته تا نوشین، آذر، تهمینه یا اردشیر، همگی تنها هستند و برای رهایی از تنهایی، یا در پی سرگرمی با عشق‌های زودگذر، یا در حال مصرف‌گرایی و روی آوردن به «صنعت فرهنگ» هستند. خرید، کافه‌گردی، شب‌نشینی، سینما و تئاتر، پاتوق‌نشینی و رستوران‌گردی، همگی از مظاهر بازتولید «فرهنگ توده» در جامعه مدرن است که شخصیت‌های داستان به شدت با آن‌ها درگیرند. تولیدکننده اغلب این عناصر در فرهنگ عامه نیز یا قصد فروش کالا، فرهنگ یا خدمات کالاسازی شده خود را دارند یا درصد هستند مفاهیم خاصی به مصرف‌کننده القا سازند تا مصرف‌کننده در جایگاه مخاطب بتواند ارزش مد نظر تولیدکننده را به یک جامعه مصرفی القا کند و اشاعه دهد:

«اردشیر از تنهایی‌هایش می‌گفت. بعد می‌نشستم باش یک گپی می‌زدم و یک سیگار علف می‌پیچید، می‌کشیدم و تابلوهایش را تماشا می‌کردم و خواهش می‌کردم تابلوهایش را هم که به دیوار نیست و آن پشت و پسل‌ها قایم کرده‌است، بیاورد تماشا کنم و آخر سر یکی از تابلوهاش را می‌خریدم و بعد با هم می‌رفتیم بالا یک سری می‌زدیم به نوشین که تنهایی بُغ کرده بود یه گوشه و می‌نشستیم یک گپی می‌زدیم و دوباره یک سیگاری (حشیش) می‌پیچید، می‌کشیدیم، و آن وقت نوشین دعوا می‌کرد و می‌گفت تو نباید سیگاری بکشی و به اردشیر می‌گفت تو نباید عرق بخوری و برای خودش هم می‌ریخت، می‌خورد و تا صبح می‌نشستیم سر میز» (مدرس صادقی، ۱۳۹۳: ۱۷۴).

شخصیت‌ها برای غلبه بر تنهایی، می‌خورند، می‌کشند، می‌نوشند و خرید می‌کنند و این، یعنی نمودی بارز از «انباشتگی و وفور» در جامعه مصرفی که تولیدکننده با مقاصد گوناگون سیاسی، اجتماعی و به‌ویژه اقتصادی در این زمینه وارد عمل می‌شود. با وجود این، «شاید دست‌اندرکاران جوامع سرمایه‌داری در پی همخوانی بین رمزگذاری با رمزگشایی فرهنگ کالایی باشند، اما

نمی‌توانند چنین همخوانی را تجویز یا تضمین کنند» (استوری، ۱۳۸۹: ۳۴).

در این اثر، ردّ پایی از نقد «صنعت دانش» نیز به چشم می‌خورد. در کنار «صنعت فرهنگ»، نظریه‌پردازان انتقادی به تجزیه و تحلیل و انتقاد از پدیده دیگری به نام «صنعت دانش» می‌پردازند: «منظور از «صنعت دانش» اشاره به جریان‌هایی است که با تولید دانش سروکار دارند (برای مثال، دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی و مؤسسات تحقیقاتی- پژوهشی) و به صورت ساختارهایی مستقل و خودگردان درآمده‌اند.» (ریترز، ۱۳۹۰: ۱۳۲).

«صنعت دانش» به عنوان زیرمجموعه «صنعت فرهنگ»، پدیده‌ای است که با کالایی‌سازی دانش، تنها در پی کسب درآمد و شهرت است، نه گسترش و اشاعه دانش. نمونه برجسته آن «کتاب‌سازی» و چاپ آثاری است که اغلب به دلیل تهی بودن از بار علمی و هنری، مورد استقبال خواص و عوام قرار نمی‌گیرد و تنها تلاشی برای کالایی کردن «صنعت فرهنگ» و اشاعه «فرهنگ توده» است:

«یک بار رفتم کافه شاعری که تهمینه می‌شناخت و با تهمینه که می‌رفتم، مشتری‌ها را ول می‌کرد و می‌آمد می‌نشست سر میز ما. کتابی را که ده سال پیش با سرمایه شخصی چاپ کرده بود و هنوز مانده بود روی دستش، چیده بود روی قفسه پشت پیش‌خان، چند نسخه پهلوی هم، از سمت جلد، و به همان قیمت ده سال پیش می‌فروخت» (مدرس صادقی، ۱۳۹۳: ۱۴۹).

در مجموع، انسان تنهای مدرن با همین مصرف صنعت فرهنگ است که توانسته به بقای جسم مادی خود ادامه دهد؛ چراکه بعد معنوی‌اش به واسطه همین وابستگی به «صنعت فرهنگ» از میان رفته است.

۴. نتیجه

با بررسی و تحلیل *خاطرات/ اردیبهشت*، به نظر می‌رسد که چارچوب فکری و مصرفی غرب در رمان معاصر ایرانی به شدت رسوخ یافته است؛ تا حدی که شخصیت اصلی به مصرف بیش از حد «رسانه‌ها»، «تلویزیون» و «کالا» می‌پردازد. «رسانه محوری» و «وفور و انباشتگی»، دو پیامدی است که «صنعت فرهنگ» در طرز فکر *خاطرات/ اردیبهشت* بر جای گذاشته است و وی را به موجود مصرفی افراط‌گرایی تبدیل کرده است که مدام می‌خرد، می‌پوشد، می‌گردد، می‌خورد و می‌کشد! وی تصور می‌کند انسانی روشن‌فکر است؛ اما در واقع، یک انسان تک‌ساختی است که مظاهر امپریالیسم، ذهن وی را به بردگی کشیده است. در این میان، غرب

به انسان‌ها القا می‌کند که با مصرف «صنعت فرهنگ» به درجه علم و روشنفکری می‌رسند و این، یکی از اصلی‌ترین زمینه‌هایی است که آن‌ها را با هدف روشنفکرنمایی، به سوی مقاصد اقتصادی خودش پیش می‌برد. در نتیجه، باید گفت راوی به عنوان انسان تنهای مدرن، برای پُر کردن خلاء ناشی از تنهایی، ناخودآگاهانه به مصرف‌زدگی روی آورده و باید اذعان داشت این خواسته‌ای دستکاری شده است. این مسئله، امروزه به پدیده‌ای همه‌گیر در فرهنگ ایرانی تبدیل شده است و هر یک از طبقات جامعه را با انگیزه‌های مختص خود دستکاری می‌کند و فریب می‌دهد.

منابع

- آدورنو، تئودور و ماکس هورکه‌ایمر (۱۳۸۵)، *دیالکتیک روشنگری*، ترجمه مراد فرهادپور و امید مهرگان، تهران: گام نو.
- آرام، علیرضا (۱۳۹۳)، «بعد زیبایی‌شناسی و قاعده طلایی (نگاهی به تعامل هنر و اخلاق در اندیشه هربرت مارکوزه)»، *کیمیای هنر*، ش ۱۲، صص ۴۸-۲۹.
- احمدی، بابک (۱۳۹۶)، *حقیقت و زیبایی (درس‌های فلسفه هنر)*، تهران: مرکز.
- استوری، جان (۱۳۸۹)، *مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه*، ترجمه حسین پاینده، تهران: آگه.
- بودریار، ژان (۱۳۸۸)، *جامعه مصرفی*، ترجمه پیروز ایزدی، تهران، ثالث.
- تایسن، لوئیس (۱۳۸۷)، *نظریه‌های نقد ادبی معاصر*، ترجمه مازیار حسین‌زاده و فاطمه حسینی، تهران: نگاه امروز و حکایت قلم نوین.
- حیدری، احمدعلی (۱۳۸۷)، «نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت و هنر منفی در آرای تئودور آدورنو»، *پژوهشنامه فرهنگستان هنر*، ش ۱۰، صص ۳۵-۶۰.
- ریتزر، جورج (۱۳۹۰)، *نظریه‌های جامعه‌شناختی*، ترجمه عزیزالله علی‌زاده، تهران: فردوس.
- ریچاردز، بری (۱۳۸۸)، *روانکاوی فرهنگ عامه*، ترجمه حسین پاینده، تهران: ثالث.
- ریمون کنان، شلومیت (۱۳۸۷)، *روایت داستانی: بوطیقای معاصر*، ترجمه ابوالفضل حرّی، تهران: نیلوفر.
- شاهنده، نوشین و حسینعلی نوزری (۱۳۹۲)، «هنر و حقیقت در نظریه زیبایی‌شناسی آدورنو»، *مجله حکمت و فلسفه*، س ۹، ش ۳، صص ۶۳-۸۱.
- کاظمی، عباس (۱۳۹۴)، *پرسه‌زنی در زندگی روزمره ایرانی*، تهران: فرهنگ جاوید.
- کانرتون، پُل (۱۳۹۳)، *جامعه‌شناسی انتقادی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: کتاب آمه.
- کلنر، داگلاس (۱۳۹۲)، *نظریه انتقادی از مکتب فرانکفورت تا مکتب پسامدرن*، ترجمه محمدمهدی وحیدی، تهران: سروش.

- مارکوزه، هربرت (۱۳۶۸)، *بعد زیبایی‌شناختی*، ترجمه داریوش مهرجویی، تهران: اسپرک.
- _____ (۱۳۹۴)، *انسان تک‌ساحتی*، ترجمه محسن مؤیدی، تهران: امیرکبیر.
- مدرس صادقی، جعفر (۱۳۹۳)، *خاطرات اردیبهشت*، تهران: مرکز.
- مکاریک، ایرنا ریما (۱۳۸۴)، *دانش‌نامه نظریه‌های ادبی معاصر*، ترجمه مهراں مهاجر و محمد نبوی، تهران: آگاه.
- نوذری، حسینعلی (۱۳۹۴)، *نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت در علوم اجتماعی و انسانی*، تهران: آگاه.
- Aaraam, A. (2014), "Bo'de zibayishenasi va gha'edeye tala'I (negahi be ta'amole honar va akhlagh dar Andisheye Marcuse)", *kimiaye honar*, shomaareye 12, pp 29 – 48, [in Persian].
- Adorno, T. & Horkheimer, M. (2006), *Dialectic of enlightenment. Tarjomeye Morad farhadpoor va Omid Mehregan*, Tehran: Gaame No, [in Persian].
- Ahmadi, B. (2017), *Haghighat va zibaa'I (darshaye falsafeye honar)*, Tehran: Markaz, [in Persian].
- Bodriar, J. (2009), *Jaame'eye masrafi, Tarjomeye pirooz izadi*, Tehran: Saales, [in Persian].
- Cannerton, P. (2014), *Jaame'eshenaasie Enteghaadi*, Tarjomeye Hasan Chaavoshian, Tehran: Ketebe Aame, [in Persian].
- Heidari, A. (2008), "Nazariyeye enteghadie maktabe Frankfurt va honare manfi dar aaraaye Theodor Adorno", *Pazhooeshnameye fahangestaane honar*, shomaareye 10, pp 35-60, [in Persian].
- Hoseinali, N. (2015), *Nazariyeye Enteghaadie maktabe Frankfur dar olume Ejtemaa'I va Ensaani*, Tehran: Aagah, [in Persian].
- Kaazemi, A. (2015), *Parsezani dar Zendegie Roozmarreye Irani*, Tehran: Farhange Jaavid, [in Persian].
- Kellner, D. (2013), *Nazariyeye Enteghaadi az maktabe Frankfurt ta maktabe postmodern, Tarjomeye Mohammadmahdi Vahidi*, Tehran: Soroush, [in Persian].
- Makkaric, I. R. (2005), *Daaneshnaameye nazariyehaaye adabie mo'aaser*, Tarjomeye Mehraan Mohaajer va Mohammad Nabavi, Tehran: Aagaaah, [in Persian].
- Marcuse, H. (1989), *Ensaane Taksaaahati*, Tarjomeye Mohsen Mo'ayyedi, Tehran: Amirkabir, [in Persian].
- Marcuse, H. (2015), *Bode Ziba'ishenaakhti*, Tarjomeye Dariush Mehrjoo'I, Tehran: Esparak, [in Persian].
- Modarres Sadeghi, J. (2014), *Khaateraate Ordibehesht*, Tehran: Markaz, [in Persian].
- Richards, B. (2009), *Ravaankaavie farhange Aame*, Tarjomeye Hosein

- Paayande, Tehran: Saales, [in Persian].
- Rimmon-Kenan, S. (2008), *Ravaayate dastani: Bootighaaye Mo'aaser, Tarjomeye Abolfazl Horri*, Tehran: Niloofar, [in Persian].
- Ritzier, J. (2011), *Nazariyehaye Jame,e Shenakhti*, Tarjomeye Azizollah Alizade, Tehran: Ferdows, [in Persian].
- Shaahande, N. va Nozari, H. (2013), "Honar va haghghat dar nazariyeye ziba'ishenasi Adorno", *Majalleye Hekmat va falsafe*, seri 9, shomaaraye 3, pp 63-81, [in Persian].
- Story, J. (2010), *Motale'ate farhangi darbareye farhange aame*, tarjomeye Hosein Paayande, Tehran: Aagah, [in Persian].
- Tyson, L. (2008), *Nazariyehaaye Naghde adabie moaaser*, Tarjomeye Maaziyaar Hoseinzaade va Faateme Hoseini, Tehran: Negaah Emruz va Hekaayate ghalame novin.