

صنعتِ فرهنگ و امکان‌رہایی

محمد مہدی اردبیلی

صنعتِ فرهنگ و امکانِ رهایی

محمد مهدی اردبیلی

طراحی جلد: علی اشناپ

صفحه‌آرایی: شایان محمدی

عکس روی جلد از Davide Ragusa

تاریخ انتشار: تابستان ۱۴۰۴

قطع: رقعی

قیمت: رایگان

www.ardebily.com

صنعتِ فرهنگ و امکان‌رہایی

فهرست

مقدمه: صنعت فرهنگ بعد از مرگ خدا	۱
فصل ۱. شرایط خلق و خوانش متن	۹
شکل‌گیری متن	۱۰
صنعت فرهنگ: صنعت یا فرهنگ	۱۵
چهارراه آدورنو	۲۵
هگل: وحدت‌گرایی و پیشرفت	۲۷
نیچه: دفاع از سوژه در برابر فرهنگ	۳۷
مارکس: ایده انقیاد فرهنگ در اقتصاد	۴۲
فروید: اولویت‌بخشی به سوژه و ناخوشایندی‌های فرهنگ	۴۵
رتوریک متن (لحن نوستالژیک)	۴۸
فصل ۲. فرهنگ علیه سوژه	۵۵
نیروهای بیرونی علیه سوژه: فرهنگ یکسان‌ساز	۶۱
نیروهای درونی علیه سوژه	۷۰
توهم آزادی و انتخاب: وارونگی عرضه و تقاضا	۷۴
توهم خلق و تفکر: مغزشویی عمومی	۸۴

۹۱.....علیه آرمانِ فراغت: سرگرم شدن تا مرگ.....

فصل ۳. آدورنو و امید ۱۰۷

۱۰۷.....امکانات بیرونی.....

۱۱۱.....امکانات درونی.....

۱۱۴.....امکانات سلبی سوژه.....

۱۱۷.....امکانات ایجابی سوژه: امید.....

منابع ۱۲۳

به نگهبانانِ بیداری

مقدمه: صنعت فرهنگ بعد از مرگ خدا

«ما خوشبختی را اختراع کرده‌ایم» (نیچه ۱۳۹۷: ۲۸). آنگاه که نیچه، این بزرگترین پیشگوی دوران ما، تعبیر مذکور را در دهان «واپسین انسان‌ها» می‌گذاشت، شاید به مخیله‌اش هم خطور نمی‌کرد که در کمتر از یک قرن، این اختراع خوشبختی به چنین سطحی از فراگیری، تنوع، جذابیت و کارآمدی رسیده باشد و بدین نحو تمام سیاره را در برگرفته و بلعیده باشد. امروز دیگر بر کسی پوشیده نیست که تمام ارکان زندگی و جامعه انسانی (و حتی غیرانسانی) با همدستی سه عاملِ نیهیلیسم معرفتی-عقیدتی، اقتصاد مصرفی مبتنی بر بازار آزاد و در نهایت تکنولوژی‌زدگی، تحت سیطره‌ی نوعی فرهنگِ خوشبختی قرار دارد که حتی کوچکترین منفذی برای تنفس باقی نگذاشته است. هرچند نیچه پیشبینی کرده بود که «این خاک روزی تُنک‌مایه و سترون خواهد گشت و دیگر درختی بلند از آن نتواند رُست» (نیچه ۱۳۹۷: ۲۷)، اما چه کسی فکر می‌کرد که این تنک‌مایگی و سترونی تا آنجا پیش برود که هیچ امکانِ ایجابی‌ای برای برون‌رفت یا حتی مقاومت، حتی در خلاقانه‌ترین تخیل‌ها، نیز وجود نداشته باشد؟ انسان که زمانی مرگ خدا را جشن گرفته بود و با احساس آزادیِ مطلق و بی‌قیدوبند، دوران تازه‌ای را نوید داده بود، امروز به تماشای مرگِ خود نشسته است: هم از

حیث اخلاقی (با غلبهٔ نسبی گرای و فقدان معیار اخلاقی قابل اتکا)، هم از حیث معرفتی (با فروپاشی تمام نظام‌های معرفتی و رواج نسبی گرای معرفتی و فقدان هر گونه معیاری برای نقد، سنجش و ارزیابی)، هم از حیث سیاسی (با فروپاشی تمام آرمان‌های ایجابی خوش‌خیالانهٔ قرن گذشته و وادادگی اجتناب‌ناپذیر نیروهای موثر به بی‌ارزش‌ترین و میان‌مایه‌ترین فعالیت‌های دلخوش‌کننده)، هم از حیث علمی (با فروکاسته شدن علم به تکنولوژی و غلبهٔ توهم پیشرفت)، هم از حیث زیستی (با غیرقابل سکونت شدن سیاره و راهکار مضحک یافتن نقاط نوین برون‌سیاره‌ای برای سکونت انسان).

می‌توان ابعاد فاجعه را از حیث سیاسی، اقتصادی، عقیدتی و حتی زیست‌شناختی بررسی کرد، اما ماجرا خود را بیش از همه در ساحت فرهنگ آشکار می‌سازد. غلبهٔ میان‌مایگی فرهنگی همراه با آرمان مصرف همگانی در سطح کل سیاره (از نیویورک تا تهران، از توکیو تا ژوهانسبورگ، و حتی از دورافتاده‌ترین قبایل در جنگل‌های آمازون تا صعب‌العبورترین ارتفاعات در کوه‌های هیمالایا) امروز دیگر حقیقتی است آشکار برای همگان. گویی انسان‌ها با پذیرش مطلق نیهیلیسم و ناتوان از جایگزین کردن تکیه‌گاهی تازه (خدایی تازه بعد از مرگ خدای قبلی)، با سرنوشت گذرای زندگی و جهان کنار آمده‌اند، اما به پذیراترین و واداده‌ترین شکل ممکن. یکی از درخشان‌ترین توصیفات این وضعیت، که مانند سلف نگارندگانش، دارای نوعی بصیرتمندی پیشگویانه است، مقاله «صنعت فرهنگ [سازی]» در کتاب دیالکتیک روشننگری است. هرچند این کتاب اثر مشترک تئودور آدورنو و ماکس هورکهایمر است، اما می‌توان بر اساس شواهد

متعدد آن را اثر آدورنو دانست. ما در فصل نخست دربارهٔ خلق و خوانش این متن بحث خواهیم کرد. اما در اینجا مهم این است که این مقاله را دقیقاً در ادامهٔ پیشگوییِ نیچه و طرحی انتقادی از شمایل یک فرهنگ در دوران پس از مرگ خدا بدانیم. البته یک متن را می‌توان به اشکال مختلف خواند و به بیشمار روش تفسیر کرد، اما برای ما محوریت با غلبهٔ تام‌وتمام فرهنگ نیهیلیستی غالب و انسداد امکان‌های برون‌رفت از آن است. در اینجا البته مرگ خدا، برخلاف آنچه در ابتدا به نظر می‌رسد، نه به نوعی آشفته‌گی آناارشیستی، بلکه برعکس، به نوعی نظام ایجابیِ اِبْکُتیو مسلط منجر شده است. آنچه موضع ما در خواندن متن و دریافتن پروبلماتیک آن را تقویت می‌کند، این است که خود مقاله نیز دقیقاً با ارجاع به همین حقیقتِ هرج‌ومرج پس از مرگ خدا آغاز می‌شود: «بطلان این نظریهٔ جامعه‌شناختی که از دست دادنِ پشتوانهٔ نهاد عینی دین، و اضمحلالِ آخرین بقایای دورانِ سرمایه‌داری [متقدم]، به همراه تفکیک یا تخصصی شدنِ تکنیکی و اجتماعی، نهایتاً منجر به بروز آشوب فرهنگی شده است، همه روزه اثبات می‌شود» (ص: ۲۰۹)^۱. در نتیجه، به نظر می‌رسد آدورنو در اینجا دقیقاً بر خلاف موضع دوران آشوب پس از مرگ حاکم، از نوعی حاکم یا خدای تازه خبر می‌دهد که تمام امور را به نحوی نوین مدیریت و رهبری می‌کند. این خدای تازه، نه یک شخص، بلکه نوعی نظام پیچیدهٔ درهم‌تافتهٔ اقتصادی، سیاسی و فرهنگی

^۱ همهٔ ارجاعات در متن به صورت استاندارد APA (نام خانوادگی سال: صفحه) درج شده‌اند، به غیر از خود مقاله «صنعت فرهنگ» که مشابه نمونهٔ فوق، با مخفف ص ف به ترجمهٔ فارسی آن که اطلاعاتش در فهرست منابع ذکر شده، ارجاع داده شده است.

است که هرچند دیدنی و ملموس نیست، اما می‌توان بر اساس عملکرد و تاثیراتش آن را به نحوی کارکردگرایانه بازشناخت. این همان صنعت فرهنگ‌سازی است.

علاوه بر این، نه تنها این متن را می‌توان از جهات مختلفی خواند، بلکه در خود این متن مباحث متعدد و متنوعی دربارهٔ وجوه مختلف مسئله مطرح شده است که هر کدام البته به نوبهٔ خود جای بحث و توجه دارند. اما در اینجا، و به عنوان مقدمه، لازم است پروبلماتیکِ خود را نیز طرح کنم و نشان دهم که در این متن بر چه چیزی تمرکز دارم و کدام وجه را برجسته‌تر می‌سازم. مسئلهٔ اصلی من امکان برون‌رفت است. به بیان دیگر، در عین تصدیق تمام توصیفات و نقدها در خصوص وضعیت بشر (چه وضعیت فعلی، چه وضعیت کلی)، که البته امروزه دیگر اذهان به کفایت با آن آشنا هستند، مسئلهٔ اصلی این است که آیا می‌توان از این انسداد فرهنگی-زیستی خارج شد، و اگر می‌توان، چگونه؟ به بیان دیگر، پرسش اصلی «چه باید کرد؟» (یا تعبیر مرددتر آن: «آیا اصلاً می‌توان کاری کرد؟»)، همچون چراغ راهنمایی برای تمام تحقیقات و ارجاعات و پژوهش‌ها و تاملات عمل می‌کند. بنابراین، در این مورد نیز پس از طرح مباحثی مقدماتی در خصوص رویکرد آدورنو، و واکاوی و واگشایی ریشه‌ها و آبشخورهای فکری او (فصل نخست) و نیز پس از شرح‌گزینشی و پروبلماتیک‌محور خود متن، با تمرکز بر توصیف و تحلیل وضع موجود از منظر آدورنو (فصل دوم)، در نهایت به طرح ایجابی بررسی امکاناتی در متن برای برون‌رفت از وضعیتِ مورد انتقاد (فصل سوم) خواهم پرداخت. این غایت البته طی تحقیق حاضر به نحوی گام به گام محقق خواهد شد، با وجود این، باز هم اینجا، به عنوان مقدمه، لازم است اشاره

مقدمه: صنعت فرهنگ بعد از مرگ خدا

کنم که یکی از خصلت‌های اصلی صنعت فرهنگ‌سازی که برای آدورنو حائز اهمیت بود و در متن حاضر اهمیتی مضاعف یافته است، خصلت هضم‌کنندگی، بلعندگی و یکسان‌سازِ فرهنگ است. در متن نیز بعد از همان جمله آغازین فوق‌الذکر، نویسندگان بلافاصله می‌نویسند «اینک فرهنگ یکسانی را به همه چیز سرایت می‌دهد» (ص: ۲۰۹).

من کل متن را با تاکید بر کارکرد این یکسان‌سازیِ فرهنگی بازخوانی و تحلیل خواهم کرد و البته در این راستا موضعی همزمان موید و منتقد در قبال متن خواهم داشت. همچنین نسبت این یکسان‌سازیِ فرهنگی را با نقش و کارکرد کلی‌سازِ اقتصاد نزد مارکس، روح نزد هگل، سوژه منفرد نزد نیچه، و تمدن نزد فروید بررسی خواهم کرد. اما مسئله اصلی در خصوص این یکسان‌سازی، سوی مقابل آن - دقیقاً آنچه یکسان‌سازی می‌شود - یعنی «فرد» است. اولاً نشان خواهم داد که بنا به نظر آدورنو این فرد چگونه از سوی صنعت فرهنگ‌سازی هضم و بلعیده می‌شود و وجوه رادیکال تفاوتش با دیگران چگونه زدوده شده و برداشتی ظاهری، سطحی و فریبکارانه از تفاوت و اصالت به جای آن می‌نشیند که منجر به توهم آزادی انتخاب، تفاوت سلیقه و حتی توهم خلق و تفکر می‌شود. سپس بنا بر پروبلماتیک مذکور، در متن امکاناتی ایجابی برای بیرون کشیدن فرد از باتلاق فرهنگی یکسان‌ساز و امکان مقاومت و معنابخشی به زیست فردی را خواهم جست. در این خصوص این متن البته چندان کارآمد نیست. در نتیجه، باید این امکانات و تعابیر و تک‌بصیرت‌های موثر را از زیر خروارها خاک بیرون کشید، آنها را نقادانه غبارروبی و در پاسخ به پرسش «چه باید کرد؟» به کار بست. این

امر البته یک موضع انتقادی رادیکال در قبال متن آدورنو را ایجاب خواهد کرد که بر اساس پروبلماتیک متن حاضر ضروری است.

پس در یک کلام، پروبلماتیک تحقیق حاضر این است که در عین درک و تصدیق رویکرد کلی ایده صنعت فرهنگ‌سازی، چه امکاناتی برای نجات یا احیای سوژه در برابر غلبه همه‌جانبه فرهنگ حاکم وجود دارد. تنها از رهگذر چنین رابطه همزمان منفی و ایجابی با متن آدورنو است که می‌توان در عین تن ندادن به انسدادهای منفعل‌کننده‌اش (خصلتی که آدورنو بدان شهره است) و بدون نادیده گرفتن بصیرت‌های ژرف و هشداردهنده متن (خصلتی که نیچه و آدورنو در آن مشترکند)، از آن نتیجه‌ای ایجابی و حتی عملی برای برون‌رفت از وضعیت و خلق برداشتی تازه از «سوژه مقاوم» استخراج کرد که نه به توهّم سوژه مدرن خودبنیاد دچار باشد، نه به نوستالژی پیشامدرن متوسل شود و نه خود را با انفعالی پست‌مدرن، به صنعت فرهنگ‌سازی تسلیم کند. اینکه آدورنو تا چه حد در انجام چنین رسالت خطیری یاری‌مان می‌کند و تا چه حد راه ما را برای رسیدن به آن سد می‌کند و خود باید بار انجام آن را بر دوش بکشیم، بحثی است که در طی متن حاضر روشن خواهد شد.

در انتهای مقدمه و پیش از ورود به بدنه تحقیق حاضر، لازم به ذکر است که من ماه‌هاست فعالیت پژوهشی در معنای متعارف استاندارد آن را کنار گذاشته‌ام و دست به کار سبک دیگری از کار فکری و نگارش شده‌ام که طرح اولیه آن در بهار امسال منتشر شده است. با وجود این، علی‌رغم رها کردنِ شغل و سمتم به عنوان

مقدمه: صنعت فرهنگ بعد از مرگ خدا

عضو هیئت علمی پژوهشی در پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی،
تصمیم گرفتم این متن را در مقام ادای تعهدی اخلاقی-اداری به عنوان آخرین کار
پژوهشی ام (در معنای متعارف آکادمیک) به نگارش درآورم و همراه با نامه
استعفای رسمی برای آن سازمان ارسال نمایم. امید است که این متن که در چنین
شرایط بینابینی و گذارگونه‌ای نگاشته شده، به کار مخاطبان بیاید.

محمد مهدی اردبیلی

مردادماه ۱۴۰۱

فصل ۱. شرایط خلق و خوانش متن

پیش از تحلیل خود متن «صنعت فرهنگ‌سازی» در فصل دوم، لازم است مقدماتی را برای ورود به این تحلیل فراهم کنیم. در نتیجه، فصل نخست به ترسیم و تحلیل شرایطی می‌پردازد که از یک سو، شکل‌دهنده متن بوده‌اند و از سوی دیگر، متن را باید در پرتو آنها خواند. پس ابتدا باید به ریشه‌های نظری و تاریخی خلقِ متن پرداخت و فضایی را ترسیم کرد که متن در بستر آن شکل گرفته است. در اینجا هم روایات و ماجراهای تاریخی به عنوان نوعی وقایع‌نگاری قابل طرح‌اند، هم ریشه‌های فکری نهفته در پس متن. در اینجا تمرکز بر چهار چهره فکری‌ای خواهد بود که متنِ صنعت‌فرهنگ‌سازی از جهات مختلف وارث آنهاست: هگل، مارکس، نیچه و فروید. به همین دلیل در ابتدا به اختصار به بررسی این نسبت خواهیم پرداخت و نشان خواهیم داد که چگونه می‌توان آدورنو را به مثابه تقاطعی در این چهارراه دانست. این امر به ما کمک خواهد کرد تا نسبت به حضور ایده‌های اصلی هر کدام از این متفکران در متن هشیار باشیم. همچنین لازم به ذکر است که تحقیق حاضر توان خود و وقت مخاطبان را با بیان تاریخچه شکل‌گیری مکتب فرانکفورت و بیان بدیهیات و مشهورات مقدماتی در این باب تلف نمی‌کند. با این وصف، این متن مخاطب فرضی خود را آشنا با مبانی فکری و مباحث متفکران نسل اول و دوم مکتب فرانکفورت و نیز آشنا با سیر کلی تاریخ فلسفه مدرن و معاصر در نظر می‌گیرد. علاوه بر این‌ها، خود متن نیز واجد

نیروهایی است که باید آنها را به تفکیک مورد ارزیابی قرار داد. بارزترین نمونه، از یک سو، منطق حاکم بر متن و از سوی دیگر، رتوریک متن است. علاوه بر اینها در این فصل درباره خود عنوان متن، یعنی نسبت صنعت و فرهنگ، تحلیلی ارائه خواهد شد.

شکل‌گیری متن

مقاله «صنعت فرهنگ» همراه با سایر مقالات کتاب دیالکتیک روشنگری پیش از پایان جنگ جهانی دوم در سال ۱۹۴۴ با تیراژی بسیار محدود و صرفاً برای تعداد بسیار معدودی از دوستان و متفکران منتشر شد. بعد از پایان جنگ بود که این متن در سال ۱۹۴۷ با تیراژی وسیع در هلند به چاپ رسید. از صرف تاریخ انتشار روشن می‌شود که متن دو خصلت اساسی دارد: یکی اینکه در میانه جنگ نوشته شده و در زمان اوج آن منتشر شده است و دیگر اینکه نویسنده‌اش (یا نویسندگان) در آن زمان نه در آلمان، بلکه در امریکا زندگی می‌کردند. این دو نکته، صرفاً دو نکته وقایع‌نگارانه نیست، بلکه متناظراً نشان‌دهنده دو عنصر اساسی در متن است:

یکم: جنگ. متن در زمانی نگاشته شد که اولویت نخست مباحث روشنفکری روند جنگ و سیطره فزاینده آلمان نازی و هم‌پیمانانش بود که آینده‌ای تیره‌وتر را، به ویژه در اذهان اروپاییان رقم می‌زد. نوشتن از صنعت فرهنگ و اولویت بخشیدن به نقد رسانه‌های حاکم سرمایه‌داری، به جای تاکید بر جنگ و تحلیل وضعیت و مسائل آن، بارها از سوی منتقدانِ آدورنو نوعی عافیت‌طلبی، کناره‌جویی و حتی

انفعال تلقی شده است. این اتهامات به بهانه‌های دیگر (و مشهورترین شان درگیری او با جنبش می ۶۸) تا آخر عمر علیه او مطرح بودند. اما از سوی دیگر، می‌توان این اولویت‌بندی را نه نوعی عافیت‌طلبی، بلکه دقیقاً نوعی بصیرت پیشگویانه و احتمالاً نابهنگام تلقی کرد که تجربه فرهنگی بعد از جنگ، و حتی تا همین امروز یعنی بیش از سه ربع قرن بعد، موید آن است. درک این نابهنگامی متن بسیار حائز اهمیت است و نه تنها می‌تواند تا حدودی از متن در برابر نقدهای امروزی (مانند برداشت تقلیل‌گرایانه آدورنو از صنعت فرهنگ یا عدم آشنایی آنها با نمونه‌هایی بسیار شدتمندتر از صنعت فرهنگ مانند یوتیوب، اینستاگرام و امثال آن) دفاع کند، نه تنها می‌تواند موضع‌گیری‌ای آموزنده باشد از جانب متنی که گرفتار محدودیت‌ها و اولویت‌بندی‌های زمانه‌اش نبود، بلکه حتی فراتر از همه اینها، می‌تواند لایه‌هایی عمیق‌تر از خود متن را بر ما بگشاید که از قضا مبتنی بر همین نابهنگامی اند.

البته علاوه بر این نابهنگامی، لازم است برای دفاع از آدورنو در برابر نقدهای متفاوتی نسبت به فاشیسم، نشان داد که مقاله «صنعت فرهنگ» نقد فاشیسم نیز محسوب می‌شود. به بیان دیگر، آدورنو برخلاف تصور رایج نبرد امریکا و آلمان در جنگ جهانی دوم، صنعت فرهنگ و فاشیسم را هم‌ریشه و دارای منطق مشترک می‌داند: «همه کس تأمین می‌شود. هیچ‌کس نباید گرسنه یا بی‌سرنانه بماند؛ اگر کسی چنین کند، جایش در اردوگاه کار اجباری است» (ص: ۲۵۷). شارحان مختلف نیز به این همدستی اشاره کرده‌اند که «از نظر آدورنو، صنعت فرهنگ هم منادی و هم تسهیل‌کننده این شر (فاشیسم و تمامیت‌خواهی) بود» (Babe

93: 2011). برای مطالعه یکی از این نمونه‌ها می‌توانید به سرفصل «وابستگی و سازگاری: پیوند فاشیسم و صنعت فرهنگ» (Crook 2002: 13) از کتاب ستاره‌های ساقط بر روی زمین مراجعه کنید.

دوم: تجربه آمریکا. حضور آدورنو در آمریکا فرصتی بود برای مواجهه با شکل دیگری از سرمایه‌داری. در نتیجه، شاید اگر آدورنو، حالا به هر شکلی، در زمان جنگ به آمریکا پناه نمی‌برد، ممکن بود هیچ‌گاه فرصت چنین مواجهه شدید و همه‌جانبه‌ای را با مظاهر و بروزات صنعت فرهنگ نمی‌داشت. در خود متن هم اکثر شاهد مثال‌ها نه از آلمان یا فرانسه، بلکه از فرهنگ و محصولات فرهنگی روزمره آمریکایی برگرفته شده است. به همین دلیل مفسران بسیاری این تعبیر کلاوسن را مطرح کرده‌اند که «در پس نقد آدورنو... تجربه‌اش از صنعت فرهنگ در آمریکا نهفته است» (Claussen 2008: 207). حتی همانگونه که نزد رویکردهای چپ‌گراتر مشهور است، این متن بیانیه‌ای علیه فرهنگ آمریکایی معرفی می‌شود. و البته مشخصاً خود لس‌آنجلس در مقام بارزترین تجلی آن. هیچ شهر دیگری برای تحقیق درباره صنعت فرهنگ بهتر از لس‌آنجلس نبود (نک. Oberle 2018: 126). می‌توان همین تحلیل ضدآمریکایی را چند گامی به پیش برد و حتی از تقابل اروپای هنوز از دست‌نرفته و آمریکای مبتذل سخن گفت. اما اگر بکشیم تا از این پروپاگاندای شبه‌مارکسیستی و ضدآمریکایی فاصله بگیریم، می‌توان نشان داد که آمریکا برای آدورنو فرصتی بود تا بتواند تجربه‌ای عمیق‌تر را رقم بزند. به تعبیر تامسن،

آنجا که آدورنو خود را چونان آخرین بازمانده فرهنگ اروپا نشان می‌دهد، هدف او مقایسه و طعن و لعن امریکا نیست. شک نیست که قصد نمایش تقابل میان این دو شیوه زندگی را دارد، ولی نه چنان که یکی را بر دیگری برتری دهد. خود او بعدها با یادآوری این سال‌ها می‌گوید، در آنجا از بند نگاهی ساده‌لوحانه به فرهنگ رسته و توانسته است فرهنگ را از بیرون بنگرد. (تامسن ۱۳۹۹: ۳۵)

در این معنا، امریکا و شدت نمایش فرهنگی در آن فرصتی برای آدورنو بود تا آنچه اروپا زیر نقاب فرهنگ اصیل خود پنهان کرده بود را کنار بزند. امریکا که هگل آن را «سرزمین آینده» (Hegel 2001: 104) می‌دانست، شاید برای آدورنو نیز نمایشگرِ دورنمایی از آینده اروپا باشد. و شاید حتی فراتر، آدورنو اروپا را، که در آن زمان درگیر جنگی خانمان‌سوز بود، رو به نابودی می‌دانست. البته بنا به شواهد این رویکرد محدود به دوران جنگ نبود. گرتل، همسر آدورنو، در مارس ۱۹۵۶، یعنی بیش از یک دهه پس از پایان جنگ، از گفتگوی همسرش و هورکهایمر یادداشت‌برداری کرده است. در آنجا آدورنو پس ابراز نگرانی - یا امیدواری! - به پیشی گرفتن «شرق تحت بیرق مارکسیسم» از غرب، به صراحت می‌گوید، «اروپا نیز احتمالاً در مقطعی از آینده بلعیده خواهد شد» (آدورنو و هورکهایمر ۱۳۹۶: ۳۷).

علاوه بر این‌ها، برخلاف رویکرد غالب در دو دهه بعد - که در جنبش دانشجویی به اوج رسید و خود آدورنو را نه تنها با دانشجویان پرشور و یاغی، بلکه با دوست و همکار به آلمان برگشته‌اش، یعنی هربرت مارکوزه، وارد چالش کرد - در آن زمان امریکا نه تنها نماد امپریالیسم و شرّ اعظم نبود، بلکه از نظر اروپاییان منجی‌ای بود که داشت اروپا را از چنگال فاشیسم نجات می‌بخشید. نکته جالب توجه دیگر اینکه در امریکا بسیار زودتر از سایر نقاط جهان، صنعت با فرهنگ پیوند خورده بود. بهترین شاهد این مدعا نیز این است که طرح اولیه ایده صنعت فرهنگ را توکویل بیش از یک قرن پیش از آدورنو در کتاب دموکراسی در امریکا، تحت عنوان «صنعت ادبیات» مطرح کرده بود. او در آنجا می‌نویسد، «دموکراسی نه تنها به طبقات صنعتی نوعی سلیقه [یا ذوق] برای کلمات می‌بخشد، بلکه همچنین نوعی روح صنعتی را به ادبیات می‌دهد» (به نقل از: Hullot-Kentor 197: 2004). از این منظر نیز امریکا بهترین بستر برای شکل‌گیری، وضوح‌یابی و بیان ایده «صنعت فرهنگ» بود. اما نکته اصلی اینجاست که با تمام این اوصاف، آدورنو برخلاف مارکوزه در امریکا به قدر کافی آموخته، شاید هم به این دلیل که گمان می‌کرد از امریکا به قدر کافی آموخته، شاید هم به این دلیل که هیچگاه نتوانست در امریکا هویت و نقش اجتماعی‌ای در خور خویش را پیدا کند. برای مثال، کلاوسن با اشاره به همین نکته می‌نویسد که تنها در اروپا و «در این رابطه تناقض‌آمیز میان نوعی صنعت فرهنگ روشنی‌یافته و نوعی تجدید قوای سایه‌گون دین بورژوازی فرهنگ، برای آدورنو ممکن بود که برای خود نقشی همچون یک

منتقد فرهنگی، به نحوی غیرمستقیم یک منتقد اجتماعی، دست‌وپا کند، نقشی که در ایالات متحده برایش در دسترس نبود» (Claussen 2008: 202).

به هر ترتیب، این زیست‌دوگانه، پایی در اروپا و پایی در امریکا، یا نگاه به خانه و تجربه بی‌وطنی، یکی از عوامل مهم رقم‌زننده این متن هستند که باید در تحلیل متن لحاظ شوند.

صنعت فرهنگ: صنعت یا فرهنگ

پیش از پرداختن به محتوا و دلالت‌های خودِ متن «صنعت فرهنگ» در فصل آتی، در اینجا لازم است به عنوان این متن اشاره‌ای اجمالی داشته باشیم. اصطلاح «صنعت فرهنگ» به چه معناست؟ نخستین دلالتی که این اصطلاح به ذهن متبادر می‌سازد، الصاق یا هضم فرهنگ درونِ صنعت است. در حقیقت این فرهنگ است که به صنعت تعلق دارد نه بالعکس. این امر یادآور نوعی مواجهه مارکسیستی است که گویی صنعت (اقتصاد) را زیربنا و فرهنگ را روبنا می‌داند. پس همان‌گونه که فردریک جیمسون خاطرنشان می‌سازد، «صنعت فرهنگ نه نظریه‌ای درباره فرهنگ، بلکه نظریه‌ای درباره صنعت است» (Jameson 1990: 144). آیا ما در این متن نوعی رویکرد تقلیل‌گرایانه به فرهنگ، آنگونه که نزد مارکسیست‌ها شایع است، را شاهدیم. هرچند آدورنو بر آمیزش اقتصاد با فرهنگ و حتی با دین و فلسفه تاکید دارد، اما هیچ مخاطب منصفی نمی‌تواند چنین تقلیل‌گرایی‌ای را به متن نسبت دهد. شواهد نشان می‌دهد که «در نسخه‌های دستنویس اولیه آدورنو و هورکهایمر به «فرهنگ توده‌ای» اشاره کرده بودند» و

اصطلاح «صنعت فرهنگ» بعدها جایگزین آن شد و در متن محوریت یافت» (نک. 47: 2003 Witkin). خود آدورنو در ابتدای متنی که سال‌ها بعد دربارهٔ صنعت فرهنگ منتشر کرد و آن را «صنعت فرهنگ بازبینی‌شده» نامید، به صراحت این نکته را خاطر نشان می‌کند که «ما عبارت «صنعت فرهنگ» را جایگزین «فرهنگ توده‌ای» کردیم، با این هدف که این تفسیر را ... از ابتدا کنار بگذاریم که این مقوله نوعی فرهنگ است که به نحوی خودانگیخته از خود توده‌ها سر برمی‌آورد» (98: 2001 Adorno). این نکته نشان می‌دهد که بیش از آنکه رویکردی اکونومیستی انگیزانندهٔ متن باشد، ملاحظه‌ای فرهنگی دست‌اندرکار است. اما چرا آدورنو می‌کوشد تا این فرهنگ فریبکار و مبتذل را نه به توده، بلکه به نیرویی صنعتی-اقتصادی نسبت دهد؟ آیا در اینجا نیز نوعی فرافکنی مارکسیستی قابل ردیابی نیست؟ آیا آدورنو برخلاف آنچه می‌کوشد تا مسئولیت این ابتذال را از دوش توده بردارد؟ چه انگیزه‌ای در پس این تغییر منشاء وجود دارد؟ پاسخ در خور به این مسائل با پروبلماتیک فصل سوم پیوند می‌خورد، آنجا که نشان خواهیم داد آدورنو چگونه می‌کوشد تا از امکانی برای مقاومت از پایین دفاع کند. به نظر می‌رسد انداختن مسئولیت ابتذال بر دوش خودانگیختگی توده‌ها، منجر به نوعی ضرورت‌بخشی به آن می‌شود، و در نتیجه، امکان‌رهایی را سلب می‌کند. این البته همان وجهی است که بعدها با آن به شدت مخالفت خواهیم کرد و نشان خواهیم داد که دقیقاً همین رویکرد است که نه باعث خلق امکانی برای رهایی در آدورنو، بلکه برعکس منجر به بروز نوعی انسداد منفعلانه در اندیشهٔ او می‌شود. نکتهٔ اصلی همانا مشاهدهٔ رابطهٔ دیالکتیکی درونی این

خودانگیزختگی از پایین و میل ذاتی توده‌وار به ابتذال و فریب خوردن است. پذیرش این امر تازه ممکن است راهی نو به برون‌رفت بگشاید؛ و طرح این موضوع بر عهده صفحات انتهایی تحقیق حاضر است.

اما بدون ورود به بحث فوق، در اینجا لازم است به رابطه فرهنگ و صنعت و نوعی همدستی اینک دیگر آشکار میان آنها اشاره شود. چگونه هنر و فرهنگ در قالب صنعت جای می‌گیرند؟ آیا آنها ذاتاً صنعتی‌اند، یا این ارتباط منحصر به یک دوره تاریخی خاص است؟ تا جایی که از فحوای متن برمی‌آید، آدورنو معتقد است که چنین سرسپردگی‌ای به صنعت، از جانب فرهنگ، تاکنون سابقه نداشته است. حتی بعد از انقلاب صنعتی، هنر تا به این حد تحت انقیاد درنیامده بود: این پدیده‌ای است مشخصاً مربوط به نیمه دوم قرن بیستم یا حتی پدیده‌ای پسا-آشویتسی. به همین دلیل مگی اُنیل می‌نویسد، «آدورنو با پیروی از برشت، معترف بود که بعد از آشویتس، عمارت عظیم فرهنگ در حقیقت بر گُهِ سگ (-dog shit) بنا شده است. و با توجه به رابطه میان فرهنگ، صنعت فرهنگ و شیء‌انگاری، به نقد دیالکتیکی و درونماندگاری نیاز بود تا نقد فرهنگ را به کمک نقد دیالکتیکی تضعیف کند» (O'Neill 1999: 28). این رابطه در سه سطح قابل تحلیل است. دو سطح نخست، بلافاصله به ذهن متبادر می‌شوند: سطح اول، صنعتی شدن خود محصولات فرهنگی به واسطه پیشرفت‌های تکنولوژیک؛ و سطح دوم، وابستگی و سرسپردگی تقلیل‌گرایانه فرهنگ به سیستم و نهادهای اقتصادی و صنعتی. مفسران متعددی به این دو وجه معنایی «صنعت فرهنگ» اشاره کرده‌اند. برای مثال، ویلسن می‌نویسد،

لازم است معنای دقیق واژه «صنعت» در تعبیر «صنعت فرهنگ» تعیین شود، زیرا این استعمال برای آدورنو واجد دو معناست: هم این معنای تحت‌اللفظی که محصولات فرهنگی معاصر اغلب به وسیله ابزارهای تکنولوژیک تولید شده‌اند، هم این معنای گسترده‌تر و البته مهم‌تر که محصولات فرهنگی بر نظام مشخصی از توزیع بنا شده‌اند. (Wilson 2007: 29)

ما به این دو سطح خواهیم پرداخت، اما رابطه صنعت و فرهنگ نزد آدورنو واجد سطح سومی نیز هست و آن فراتر از صنعتی و تجاری شدن محصولات فرهنگی، صنعتی و تجاری شدن خود ایده است. با تحلیل این سه سطح بستری غنی برای تفسیر متن در فصل آینده فراهم خواهد شد.

سطح نخست: صنعتی شدن محصولات فرهنگی. با پیشرفت تکنولوژی و ظهور هنرهای نوین که اساساً بر همین پیشرفت‌ها استوارند، نوع نوینی از ارتباط صنعت و هنر (یا محصولات فرهنگی به طور کلی) پدیدار شده است. برخی هنرهای مدرن بدون تکنولوژی اصلاً ممکن نیستند. برای مثال، سینما، عکاسی، موسیقی الکترونیک و امثالهم. به همین دلیل است که آدورنو در ابتدای مقاله «صنعت فرهنگ» می‌نویسد، «سینما و رادیو دیگر نیازی ندارند تا به هنری بودن تظاهر کنند. ... این رسانه‌ها خود را صنعت می‌نامند» (ص: ۲۱۰). البته این دلالت واضح، مراد اصلی آدورنو از «صنعت فرهنگ» نیست. چنین دلالتی بیشتر با عبارت «فرهنگ صنعتی» قابل اشاره است. به همین دلیل در خود متن مقاله نیز

اشارات بسیار اندکی به این دلالت ابتدایی از نسبت صنعت و فرهنگ به چشم می‌خورد. این وجه امروزه، به «لطف» پیشرفت‌های تکنولوژیک، به ویژه فشرده شدن تمام دستاوردها در گوشی‌های تلفن همراه، مصادیقی متنوع‌تر و شدیدتر یافته است. نقد آدورنو به این سطح از ارتباط صنعت و فرهنگ را می‌توان در پرتو نقدهای شدیدالحن او به تکنولوژی - که از محدود مواردی است که با دشمنش هایدگر همدلی دارد - بازخوانی کرد. برای مثال او در ابتدای همان کتابی که مقاله «صنعت فرهنگ» در آن منتشر شده است به صراحت می‌نویسد، «هدف تکنولوژی تولید مفاهیم و تصاویر یا بصیرت‌های فرخنده نیست، بلکه غایات آن عبارتند از روش، استعمارِ کار دیگران و سرمایه» (آدورنو و هورکهایمر ۱۳۸۴: ۳۱-۳۰). یا به تعبیری دیگر، «نقد صنعت فرهنگ باید نوعی نقد ایدئولوژی باشد که این نقاب تکنولوژیک را از روی چشمانمان کنار می‌زند» (Claussen 2008: 215). ما در فصل بعدی، ذیل بررسی نسبت آدورنو و هگل به نقد ایده پیشرفت خواهیم پرداخت و تا حدودی مبانی این نگرش انتقادی را واکاوی خواهیم کرد.

سطح دوم: ادغام فرهنگ درون اقتصاد - یا فرهنگ در مقام مقوله‌ای اقتصادی و صنعتی. روشن است که این سطح دوم از رابطه فرهنگ و صنعت، نشان‌دهنده مضمون اصلی متن است. مسئله فقط صنعتی شدن فرهنگ نیست، بلکه مسئله این است که فرهنگ درون نظامی درهم‌تنیده جای گرفته است که مسیر و جهت آن را اقتصاد یا صنعت تعیین می‌کنند. این جای گرفتن نیز دارای سطوح مختلف است.

از یک سو، بدین معناست که نهادهای متولی فرهنگ یا تولیدکننده محصولات فرهنگی برای پیشبرد فعالیت‌هایشان به نهادهای تجاری و صنعتی وابسته‌اند. آدورنو می‌نویسد، «وابستگی قدرتمندترین شبکه خصوصی رادیو-تلویزیونی به صنعت برق، یا وابستگی صنعت فیلم‌سازی به بانک‌ها، وجه مشخصه کل این حوزه [فرهنگی] است که شاخه‌های منفردش خود به لحاظ اقتصادی مجموعه‌ای در هم تنیده‌اند» (ص: ۲۱۳). این درهم‌تنیدگی تا آنجا پیش می‌رود که به واقع نمی‌توان هنر و فرهنگ را از صنعت و تجارت متمایز کرد. یکی از بهترین مصادیق این اختلاط خود مفهوم و کارکرد «رسانه» است. آدورنو در مقاله متاخرتر «مقدمه‌ای بر تلویزیون» به این نکته اشاره می‌کند که «خود رسانه، به مثابه آمیزشی از فیلم و رادیو، به شاکله کلی صنعت فرهنگ دچار است و تمایلش به تغییر شکل و تصاحب آگاهی عمومی از تمام جهات را تقویت می‌کند» (Adorno 2005: 49). یا او در ابتدای مقاله باز هم متاخرتر «طرح کلی فرهنگ توده‌ای» می‌نویسد، «خصلت تجاری فرهنگ باعث می‌شود که تمایز میان فرهنگ و زندگی عملی ناپدید شود» (Adorno 2001: 61). در خود مقاله «صنعت فرهنگ» نیز این آمیختگی مرزها مورد تاکید و به عنوان کنشی فاشیستی مورد انتقاد قرار می‌گیرد. به تعبیر کلاوسن، «در فصل اکنون دیگر مشهور «صنعت فرهنگ» از کتاب دیالکتیک روشنگری، این تهدید مطرح می‌شود که تحت سلطه ناسیونال سوسیالیست‌ها، تفاوت میان سرشت فراگیر رسانه و سازماندهی تمامیت‌خواهانه جامعه ناپدید می‌شوند» (Claussen 2008: 136). اشاره آدورنو به فاشیسم در اینجا، برخلاف تصور معمول و نیز بر خلاف جریان زمانه‌اش، بیش از آنکه با

انگیزه نقد فاشیسم مستقر در آلمان باشد، نقد سویه‌های فاشیستی صنعت فرهنگ امریکایی، یا دستکم ارائه هشدار دربارۀ امکان بروز آن است.

اما از سوی دیگر، مسئله فراتر از نوعی جای گرفتن یا تقلیل صرف فرهنگ درون صنعت است، بلکه مسئله دقیقاً سرسپردگی و خدمت فرهنگ به صنعت است. در این معنا، فرهنگ خود را به عنوان وجهی دیگر از نظامی مطرح می‌کند که موجد صنعت است. فرهنگ در این معنا با پنهان کردن مکمل و قبح خود - یعنی منافع تجاری و ملزومات صنعتی - پشت ژست‌های هنرمآبانه یا فرهنگی، در حقیقت نقشی تعیین‌کننده در پیشبرد کل سیستم ایفا می‌کند. مفسران مختلفی به این وجه از رویکرد آدورنو اشاره کرده‌اند. «از نظر آدورنو، کمپانی‌های تولید فیلم و تلویزیون، مجریان رادیو، روزنامه‌ها، شرکت‌های ضبط صدا، بنگاه‌های تبلیغاتی، ناشران کتاب و مجله، از لحاظ ساختاری یکسان‌اند و خودشان را تقریباً بدون هیچ شکافی درون یک سیستم سامان می‌دهند» (Babe 2011: 102). صنعت فرهنگ نه بخشی از این سیستم، بلکه کلیت آن است. این تفسیر توضیح می‌دهد که چرا آدورنو محق است در مقاله‌ای چنین مختصر به همه جا سرک بکشد و به تمام حوزه‌ها ورود پیدا کند. یا می‌توان از منظری دیگر خاطر نشان ساخت که اصطلاح «صنعت فرهنگ» اصلاً به چیزی جز همین سیستم درهم‌تافته اقتصادی، صنعتی، فرهنگی و حتی پرورشی اشاره ندارد:

صنعت فرهنگ شامل رسانه‌های جمعی، یعنی روزنامه‌ها و
تشکیلات روزنامه‌نگاری، سازمان‌های رادیویی و تلویزیونی

خصوصی یا عمومی، بنگاه‌های موسیقی و فیلم، و نیز سازمان‌های مختلف مربوط به پرورش و گسترش فرهنگ، و نیز بخش‌های مختلف تجارت سرگرمی است. همه این نهادها سیستمی از صنعت فرهنگ را ایجاد می‌کنند که به وسیلهٔ آدورنو و هورکهایمر از منظر یک پرسش مرکزی تحلیل شده‌اند: تاثیر فرهنگ توده بر شکل‌گیری آگاهی فردی و شیوه‌هایی که معنا از طریق آنها به نحوی اجتماعی منتقل می‌شود، چیست؟ (Müller-Doohm 2005: 285)

در این معنا، هر شکلی از بیان و نقد فرهنگ یا هنر یا هر چیز دیگر، همزمان توضیح و نقد کل سیستم همه‌جاحاضر و دربرگیرنده‌ای است که تمام حوزه‌های فوق تنها شئون یا دقایقی از آن‌اند. و وظیفهٔ هنر در اینجا چیزی نیست جز سرپوش گذاشتن یا زیبا جلوه دادن وجوه دهشتناک دیگر سیستم، از قبیل استثمار، خشونت، سرکوب و تخریب. به تعبیر وایت‌بوک، «تمامیت‌طلبی نظام - آنجا که کل اجزاء را می‌بلعد - روی دیگر تمامیت‌طلبی آشکار فاشیسم و نیز تمامیت‌طلبی [نهفته در پس] دستکش مخملی صنعت فرهنگ است» (Whitebook 2004: 51). آدورنو در مقاله «صنعت فرهنگ» با صراحتی تکان‌دهنده، بر همین رابطهٔ هیولوار میان تکنولوژی، نظامی‌گری و هنر تاکید می‌ورزد و می‌نویسد، «ماشین‌ها، بمب‌ها و فیلم‌ها کلیت را سر پا نگه می‌دارند تا زمانی که عنصر یک‌دست‌کنندهٔ نهفته در آنها قدرت خود را علیه همان نظام ناعادلانه‌ای به اثبات برساند که خادمش بود» (ص: ۲۱۱).

این درهم تنیدگی البته ابعاد دیگری نیز دارد. برای مثال، می‌توان نشان داد که صنعت فرهنگ، صرفاً راهی برای سوءاستفاده از فرهنگ یا یکی از ترفندهای لیبرالیسم اقتصادی نیست. بلکه دقیقاً خود هدف و غایت آن است. آدورنو باز هم به صراحت می‌نویسد، «سرانجام معلوم می‌شود که صنعت فرهنگ‌سازی، این سخت‌ترین و خشک‌ترین همه سبک‌ها، هدف و غایت لیبرالیسم است» (ص: ۲۲۸). در این معنا، صنعت فرهنگ آرمانشهر سرمایه‌داری است که با گذر از تمام مراحل قبلی خود و تجربه تش‌ها و درگیری‌های قرن نوزدهمی، اکنون به سطح‌اعلای قدرت، تاثیرگذاری، حذف و هضم مخالفان، و در یک کلام، به مرحله آرمانی خود رسیده است. صنعت فرهنگ تجلی اوج عقلانیت روشنگری است که حتی از سطح مدرنیته نیز فراتر رفته است.

سطح سوم: صنعتی و تجاری شدن خود ایده. اما فراتر از این‌ها - یعنی فراتر از وابستگی هنر به سرمایه و صنعت، و نیز فراتر از مخلدوش شدن مرزها و حتی نقش فریبکارانه فرهنگ در یک سیستم همه‌جانبه همه‌جاحاضر - از دست رفتن امکانات مقاومت است. ما در فصول آتی به این بحث خواهیم پرداخت، اما تا جایی که به فصل حاضر مربوط می‌شود، سیستم صنعت فرهنگ در عین حال که از فرهنگ برای توجیه و دفاع از خود بهره می‌برد، بدین طریق، خود فرهنگ را نیز از هر شکلی از محتوای انتقادی و مقاومت تهی می‌کند. حتی آنجا که ژست نوعی کثرت‌گرایی فردی به خود می‌گیرد، چنانچه در ابتدای فصل بعد نشان خواهیم داد، در واقع مشغول اعمال نوعی یکسان‌سازیِ خشونت‌آمیز پنهانی است. ایجاد بدیل‌های کاذب یکی از راه‌های شکستن مقاومت و سوق دادن جریان‌های انتقادی به

مسیرهای از پیش تعیین شده است. به زعم آدورنو، اتفاقاً تأکید بیش از حد بر فردگرایی و اصالت‌بخشی تبلیغات به خودآیینی فرهنگی و هنری، اگر به نحوی دقیق و نقادانه سامان‌دهی نشود، خود به اپوزیسیون کاذب و قلابی صنعت فرهنگ بدل می‌شود. می‌دانیم که برای آدورنو یکی از شاخص‌ترین نمونه‌های این اپوزیسیون کاذب، هایدگر و شعار اصالت‌گرایی است. او در اثری که با همین هدف تحت عنوان زبان اصالت در ایدئولوژی آلمانی منتشر کرده است، می‌نویسد، «بدین سان ژست خودآیینی به جای مضمون و درونمایه خودآیینی می‌نشیند. آنگاه با بوق و کرنا نوبت به مراسم نامگذاری می‌رسد: آنچه دگرآئینانه وام گرفته شده، التزام نامیده می‌شود. زبان اصالت با خوارداشتِ صنعت فرهنگ در غم آن چیزی است که فردی‌سازی کاذب در صنعت فرهنگ غم‌خوار آن است» (آدورنو ۱۳۸۵: ۲۴۴).

دهشتناک‌ترین وجه صنعت فرهنگ همین وجه است. یعنی در عین کثرت آثار فرهنگی، تنوع موزه‌ها و گالری‌ها و محصولات و رسانه‌ها، و نیز در عین ژست گشوده به هر فرم یا محتوای بدیل و حتی شدیدالحن‌ترین انتقادات، عملاً نه تنها آب از آب تکان نمی‌خورد، بلکه خود این انتقادات و نزاع‌ها نیز به تحکیم پایه‌های سیستم منجر می‌شود. زیرا «صنعت فرهنگ‌سازی ... می‌تواند حقیقتی را که در بیرون خود سرکوب می‌کند به منزله دروغ در درون خود، هر قدر بخواهد، بازتولید کند» (ص: ۲۳۴). در چنین شرایطی مهمترین کار پاسخ به این پرسش است که آیا اصلاً امیدی به هنر، یا حتی فرهنگ، وجود دارد؟ این البته موضوع فصل سوم کتاب حاضر است.

چهارراه آدورنو

نویسنده کیست؟ آیا نویسنده از درون خود، از چشمه‌ای جوشان در بطن خویش، متن را خلق می‌کند؟ دستکم نگارنده این سطور چنین رویکردی ندارد. نویسنده تنها آن چیزی را خلق می‌کند که از جهان اخذ کرده است. اما پس در این صورت، آیا نویسنده هیچ تفاوتی با دیگر نویسندگان یا دیگر انسان‌های هم‌عصرش ندارد؟ مگر نه آنکه آنها نیز از همان جهانی تغذیه می‌کنند که او از آن تغذیه کرده است؟ و اگر نویسنده همه چیزش را از جهانانش گرفته باشد، نوعی یکسانی فراگیر به همه افراد تسری می‌یابد و هرگونه تفاوت و تکینگی را ناممکن می‌سازد. در پاسخ به این انتقاد، می‌توان گفت که البته که نویسنده متفاوت است، البته که هر فردی و هر شی‌ای متفاوت است، اما این تفاوت نه امری ذاتی (در معنای جوهری یا نفسانی) است و نه امری اعتباری، بلکه تفاوت مشخصاً در خود همان نحوه چکیده شدن نیروها یا نوع کانون‌مندی‌ای است که هویت فرد را تشکیل می‌دهد و البته همواره در حال تکوین است. به بیان دیگر، تفاوت افراد نه در کثرت جهان‌های ابژکتیو، نه در کثرت نفوس پیش از تولد، بلکه در نوع مواجهه آنها با همان جهان واحد است. و این نوع مواجهه نیز البته محصول تاریخ و فرایند تاثیر و تاثیر نیروهاست. در این معنا، خالق یک متن، البته مطلقاً و امدار اسلاف خویش است، اما تکینگی او ناشی از شیوه خاص چینش و بازآرایی‌ای است که مختص خود او و نظرگاه خاص او به جهان است.

در این معنا، آدورنو نیز از نیروهای سلف خویش بهره برده و آنها را به نحوی منحصر به فرد بازآرایی کرده است. البته می‌توان فهرستی طولانی از این نیروها و

نام‌ها به دست داد، اما تا آنجا که به متن حاضر مربوط است و با توجه به میزان شدت اثرگذاری، در ادامه به چهار نیروی اصلی موثر، نه تنها بر اندیشه آدورنو، بلکه بر اندیشه و تمدن معاصر به طور کلی، می‌پردازیم و می‌کوشیم نشان دهیم که ایده‌های منتسب به هر کدام به چه نحو و با چه سطحی از تحریف، بازآرایی و بازصورتبندی در متن صنعت فرهنگ طرح شده‌اند. نقش و جایگاه هگل و نیچه بسیار روشن است. به همین دلیل ابتدا از نسبت آنها با آدورنو آغاز خواهیم کرد. اما در رویکرد آدورنو در قیاس با هگل و نیچه، فارغ از تفاوت در مصادیق و کارکردهای فرهنگی مورد انتقادشان، که محصول زمانه و پیشرفت‌های تکنولوژیک است، تفاوت‌هایی جدی نیز در مبانی به چشم می‌خورد که بیش از همه حاصل افزوده شدن امکانات نظریاتِ نوظهورِ مارکسیسم و روانکاوی برای پروژه «نقد فرهنگ» است. مارکسیسم ابزاری تازه برای تحلیل شرایط حرکت اجتماعی بر اساس دیالکتیکی ماتریالیستی (البته ماتریالیستی نه در معنای خام فویرباخی، بلکه دقیقاً در معنای مارکسی آن) در اختیار آنها نهاد و روانکاوی (به ویژه نظریات فروید متأخر و کتاب مهم ناخوشایندی‌های فرهنگ (فروید ۱۳۸۹)) این توان را به آنها داد تا از یک سو، فرد را که در سنت هگلی-مارکسی فدای کل شده بود، موضوع توجه قرار دهند و از سوی دیگر، به تحلیلی از شیوه اثرگذاری فرهنگ و تمدن بر انسان‌ها و سوژه‌ها دست یابند. با این همه آنها موضع انتقادی خود را هم نسبت به مارکسیسم (به ویژه مارکسیسم اُرتدوکس و حامیان شوروی) و هم نسبت به روانکاوی (به ویژه جریانات اگونیستی منشعب از آن) حفظ کردند.

البته روشن است که نسبت هر کدام از این متفکران با آدورنو، خود موضوع آثار، کتب و رساله‌های بسیاری است. در این فرصت کوتاه نیز هر تلاشی برای همه‌شمول‌انگاری و توجه به تمام جوانب بحث، متن را به نوشتاری سطحی‌نگرانه و عوامانه بدل خواهد کرد. در نتیجه، تنها به‌نحوی تیتروار به برخی از وجوهی از نسبت آدورنو با متفکران فوق‌الذکر پرداخته خواهد شد که برای آنها شواهد و نمونه‌هایی صریح و قابل ارجاع در خود متن «صنعت فرهنگ» وجود داشته باشد.

هگل: وحدت‌گرایی و پیشرفت

درباره مواجهه دوگانه همزمان سلبی و ایجابی آدورنو با هگل سخن بسیار گفته شده است. از یک سو، می‌دانیم که آدورنو شدیدترین نقدها را علیه دیالکتیک هگلی، آرمان اینهمانی روح مطلق، پیشرفت‌باوری همزمان متأثر از غایت‌باوری مسیحی و خوشبینی اومانستیِ روشنگری، محافظه‌کاری سیاسی و دینی و غیره مطرح می‌کند. و از سوی دیگر، خود او همواره یک هگلی است و در مواجهه با سایر جریانات و رویکردهای زمانه (از پوزیتیویسم منطقی گرفته تا مارکسیسم ارتدوکس و از اگزیستانسیالیسم هایدگر گرفته تا پست‌مدرنیسم) در کنار هگل می‌ایستد و به نحوی هگلی به نقد آنها می‌پردازد. این رابطه دوگانه مهرآکین آدورنو با هگل را باید با تمام تنش و معنای درونی‌اش درک کرد. او آنگاه که قریب به اتفاق منتقدان هگل، وی را به بی‌توجهی به تجربه عینی و امر انضمامی متهم می‌کنند، در انتهای سخنرانی‌اش در صدویست‌وپنجمین سالمرگ هگل، که بعدها به مقاله‌ای در کتاب سه مطالعه در باب هگل، بدل شد می‌نویسد،

سرشاری تجربه‌ای که تفکر از آن تغذیه می‌کند نزد هگل بی‌نظیر است: این سرشاری به خود ایده سرازیر می‌شود، و هیچ‌گاه همچون موضوع صرف، ماده یا حتی مثال و شاهدهی خارج از ایده نیست. ایده انتزاعی از طریق آنچه تجربه شده، به چیزی زنده بدل می‌شود، درست همانگونه که ماده صرف از طریق مسیر تفکر دوباره به امر زنده باز می‌گردد: می‌توان این نکته را در سطر به سطر پدیدارشناسی روح نشان داد. (آدورنو ۱۳۹۸: ۷۱)

او حتی زمانی که نقد هگل را به اوج می‌رساند، در حد اعلای ستایش از اوست. گویی آدورنو با خود هگل نیز به نحوی دیالکتیکی مواجه می‌شود. او در انتها می‌نویسد، «هیچ فلسفه‌ای تا این حد غنی نبوده است؛ هیچ فلسفه‌ای خود را چنین استوار در میانه تجربه نگاه نمی‌دارد و چنین بی‌قید و شرط خود را به تجربه نمی‌سپارد. حتی رد [به‌جامانده] از ناکامی و شکست فلسفه هگل نیز خود [ناشی از] سلیبی حقیقت است» (آدورنو ۱۳۹۸: ۷۲). می‌توان رادیکال‌ترین این نقدها را از حیث فنی در کتاب دیالکتیک منفی جست که صراحتاً واکنشی است به انسدادها و ناپسندگی‌های دیالکتیک هگلی. اما همانگونه که اشاره شد، در این بخش ما صرفاً بر مواردی متمرکز می‌شویم که در خود متن «صنعت فرهنگ»، که مشخصاً متنی متافیزیکی محسوب نمی‌شود، بروز یافته‌اند و به کار تحلیل ما در فصول آتی می‌آیند. بنابراین، در اینجا در عین تصدیق لحن دیالکتیکی متن، به دو رویکردی اشاره می‌کنیم که بیش از همه هدف حملات آدورنو به شمار می‌روند:

آرمان وحدت‌گراییِ هگلی و ایده پیشرفت. اما پیش از اشاره به اختلافات آدورنو با هگل در خصوص این دو موضوع می‌توان ادعا کرد که نوعی روش هگلی - یا به بیان دقیق‌تر روش مبتنی بر پدیدارشناسی روح - در زدوخورد یا افت‌وخیزِ متن «صنعت فرهنگ» به چشم می‌خورد. در این معنا، با آنچه نفی‌کننده است تنها می‌توان به نحوی دیالکتیکی و درون‌زا، یعنی نفیِ خود به دست خویش، مواجه شد، آن هم به کمک بر ملا کردنِ آن. به تعبیر تامسن،

آدورنو از هگل این نکته را وام می‌گیرد که تفکر دیالکتیکی یعنی نفیِ نفی. آنچه از منظر فرهنگ به چشم ما چونان جهانی نادرست می‌نماید را باید با مواجه کردن آن با تعارضاتش فروریخت؛ و همزمان باید امکان چنین نقدی را نیز از طریق مواجه کردن آن با محدودیت‌های ناگزیرش مورد تردید قرار داد. فرهنگ می‌تواند به مدد این فرایند خودانتقادگر، خود را از درون بازآفرینی کند و در عین حال، امکان اینکه گزینه جدید از بیرون فراهم شود نیز به روی آن گشوده می‌ماند. (تامسن ۱۳۹۹: ۳۹)

از این منظر، بخش اعظمی از لحن و روش مواجهه آدورنو با صنعت فرهنگ، مشابه مواجهه هگلی با دقایق مختلف روح در پدیدارشناسی است. حال به مسئله وحدت‌گرایی و پیشرفت بازگردیم. هرچند فلسفه هگل به وحدت‌گرایی شهره است، اما امروز، در پرتو پژوهش‌ها و تفاسیر دهه‌های اخیر، تفسیر کلیشه‌ای از

هگل در مقام وحدت‌گرایی مطلق و مخالف تمام اجزاء و حامی بلعیده‌شدن تمام افراد و چیزها درون روح مطلق، دیگر نخ‌نما شده و زیر سوال رفته است. می‌توان در دفاع از هگل نشان داد که این تصویر، که آن را شبیح هگل می‌نامیم، بیش از خود هگل و آثارش، ریشه در رویکردهای هگلیان راست‌گرا در نیمهٔ دوم قرن نوزدهم و تحریفات و ساده‌انگاری‌ها و تحلیل‌های یک‌جانبهٔ مارکسیست‌ها، پست‌مدرن‌ها و به ویژه مفسران تحلیلی در نیمهٔ نخست قرن بیستم بوده است. با این همه، هر قدر هم که بکوشیم تا از هگل در برابر نقدهای یک‌جانبه دفاع کنیم، اما در نهایت نمی‌توان دورویکرد وحدت‌گرایی و پیشرفت‌باوری را کتمان کرد.

آدورنو هر چند وحدت‌گرایی هگل و آرمانِ این‌همانی نزد او را مورد انتقاد قرار می‌دهد، اما از تمایز این سطح از وحدت‌گرایی با وحدت‌گراییِ صوری یا ازپیش‌داده و رمانتیک سایر رقبای هم‌عصرش آگاه است. در این معنا او در برابر آنان از هگل دفاع می‌کند و با اتکا به او به نبرد با رقبا برمی‌خیزد. برای مثال او در نقد هایدگر می‌نویسد، «آنگونه این‌همانی که با هیچ چیز جز خود رابطهٔ این‌همانی ندارد، خود را نیز معدوم می‌کند. این‌همانی اگر از خود به سوی غیر برون نشود و این‌همانی با چیزی [یا این‌همانی مضاف به چیزی] نباشد، همان‌طور که هگل نیز پی برده بود، از بن‌وبنیاد هیچ است» (آدورنو ۱۳۸۵: ۴۰۶). علی‌رغم این، آنگاه که به خود هگل می‌رسد، همین این‌همانی را در دفاعش از فرد نابسندۀ معرفی می‌کند.

هرچند کلیتِ هگلی نافی اثرگذاریِ امور فردی یا تکین نیست، اما هگل به صراحت مدعی است که «امر حقیقی کل است» (هگل ۱۳۹۹: ۵۰). دفاع آدورنو از فرد یا تکینگی در برابر این کلیت بخشی هگلی برای فهم متن صنعت فرهنگ بسیار حائز اهمیت است. آدورنو از همان ابتدای متن به شدت نگران تمهیدات صنعت فرهنگ برای ادغام فرد در جامعه و هضم فرد یا سوژه تکین است. «ادغام نرم و دوباره افراد به درون امر کلی فقط از آن رو ممکن است که آنان دیگر خودشان نیستند بلکه صرفاً مقطع مشترک گرایش های امر کلی اند» (ص: ۲۶۶). و آیا این همان آرمان هگلی رفع تناقضات و تنش ها در روح مطلق نیست؟ هر قدر هم که بکوشیم تا در فلسفه هگل جایگاهی هستی شناختی و ارزش مدار به فرد ببخشیم، می دانیم که هگل در نهایت، اگر فرد را به حساب هم آورد و اگر کلیتش به کلی از افراد تهی نباشد، اما باز هم از نوعی کل دفاع می کند که نقش فرد در آن بسیار کم رنگ است. او دقیقاً در بند آخر پیشگفتار پدیدارشناسی روح، آنجا که دیگر هیچ جایی برای تعدیل یا اصلاح باقی نمی گذارد، به عنوان حسن ختام می نویسد:

چون در زمانه ای که در آن کلیت روح بسیار تقویت شده و تکینگی، چنان که شایسته است، به همان اندازه بی تفاوت تر شده، و نیز آن [کلیت روح] به گستره تام و غنای فرهیخته می آویزد و آن را طلب می کند و سهمی که در مجموع کار روح برعهده فعالیت فرد گذاشته می شود نمی تواند چندان عظیم باشد، پس این فرد باید، همان طور که ماهیت علم پیشاپیش

اقتضا می‌کند، خودش را هر چه بیشتر فراموش کند، و اگرچه فرد باید آنچه را در توان دارد بشود و بکند، اما کمتر باید از او طلب کرد، همان‌طور که او خود کمتر باید از خودش انتظار داشته باشد و برای خودش طلب کند. (هگل ۱۳۹۹: ۸۵)

فارغ از مباحث فوق و حتی فارغ از امکان‌های دفاع از هگل در برابر اتهام ادغام و هضم فرد در کل، این پرسشی جدی است که آیا هگل فردی را که اصلاً به کل تن نمی‌دهد و می‌خواهد بیگانه بماند، به رسمیت می‌شناسد؟ آیا جامعه را در بیگانه‌زدایی و حذف سوژه ناپنهمان، یعنی فردِ خاطی از کلیشه‌های فرهنگی، محق نمی‌داند؟ آیا این تعبیر آدورنو در مقاله «صنعت فرهنگ»، به مراتب درباره فلسفه هگل صادق نیست که «گذشته از برخی جنایات بزرگ، بیگانه بودن بدترین گناه کبیره است» (ص: ۲۵۸). در یک کلام، آیا «صنعت فرهنگ»، قابلیت هضم‌کنندگی‌اش و توانایی‌اش برای ادغام تمام کثرات درون وحدت، خود بارزترین تحقق نظام آرمانی هگلی نیست؟ به همین دلیل آدورنو هر شکلی از نظام را به دلیل قابلیتش برای جزمی‌شدن و فریب‌کاری به چالش می‌کشد و در راس آنها نظام هگلی را. به بیان دیگر، «آدورنو نظام هگلی - و تفکر نظام‌مند به طور کلی - را رد می‌کند، همانگونه که هرگونه تمایل به نوعی سنتز نهایی را؛ و او بر حق امر ناین همان علیه آنها تاکید می‌ورزد» (Whitebook 2004: 51).

علاوه بر بحث دفاع آدورنو از فردیت و تکنیکی در برابر کلیت، رویکرد دوم مورد انتقاد آدورنو پیشرفت‌گرایی هگلی است. در بستری که هگل در آن می‌اندیشید و

می‌بایلد دو رویکرد جدی رقیب عرصهٔ نزاع فکری را به خود اختصاص داده بودند: یکی روشنگری (یا عقل‌گرایی) و دیگری دین (یا ایمان). هگل البته همزمان منتقد هر دو است، هر چند خود هگل در همان قرن نوزدهم نیز از سوی برداشت‌های یک جانبه، هر دو برچسب را خورده است: یعنی هم به فروکاستن عقل و قربانی کردنش به پای ایمان (یا دینی کردن عقل فلسفی: مثلاً از سوی فویرباخ و مارکس، یا بعدها پوپر و دیگران) متهم شده است و هم به فروکاستن دین به عقل و قربانی کردن ایمان به پای تفکر (یا عقلانی کردن دین؛ مثلاً از سوی شلینگ و کی‌یرکه‌گور و دیگران). مناقشه دربارهٔ نسبت هگل با طرفین نزاع البته جذاب و حائز اهمیت است، اما به بحث حاضر ارتباطی ندارد. از این مناقشه آنچه بیش از همه به ما ارتباط پیدا می‌کند این است که از قضا هر دو رویکرد رقیب، که هگل وارث آنهاست، به ایدهٔ پیشرفت باور داشتند: یکی به ایدهٔ پیشرفت جهان بر اساس حکمت الهی به سوی رستگاری آخرالزمانی و منجی‌گرایانه، و دیگری به ایدهٔ پیشرفت بر اساس رشد و علم و تکنولوژی و فتح قلمروهای ناشناخته باقیمانده طبیعت. هگل از هر دو سو وارث این پیشرفت‌باوری است و در نتیجه، آمیزه‌ای از هر دو را نیز در آثارش بازنمایی می‌کند. آدورنو اما دقیقاً علیه این پیشرفت‌باوری (در هر دو معنا) موضع می‌گیرد. این موضع در آثار مختلف او البته شهره است، اما تا جایی که به متن مدنظر ما مربوط می‌شود، او به صراحت به نوعی درج‌زدن حقیقی در پس این پیشرفت‌پرسروصدای فرهنگی-تکنولوژیک اشاره می‌کند. مثلاً آنجا که به صراحت می‌نویسد، «هیچ چیز رخصت نمی‌یابد همان‌طور که بود باقی بماند؛ همه چیز باید بی‌وقفه به حرکت ادامه دهد. زیرا فقط پیروزی عام و

سراسری ضرب‌آهنگِ تولید و بازتولیدِ مکانیکی حامل این وعده است که هیچ چیز تغییر نخواهد کرد، و هیچ پدیدهٔ ناجور و نامناسبی ظاهر نخواهد شد» (ص: ۲۳۲-۲۳۳). چنانکه در فصل بعد مشاهده خواهیم کرد، وقوف به این دو نقد اصلی آدورنو به هگل (وحدت‌گرایی و پیشرفت‌باوری) برای فهم متن صنعت فرهنگ بسیار راهگشاست. از همین رو، در اینجا و ذیل مواجههٔ آدورنو و هگل، لازم است اشاره‌ای مختصر به «نقد ایدهٔ پیشرفت» داشته باشیم.

نقد ایدهٔ پیشرفت در صنعت فرهنگ در سطوح مختلف انجام می‌پذیرد. در سطح نخست، روشن است که در اینجا پیشرفت در فرهنگ و هنر با غلبهٔ منافع اقتصادی و ملزومات تکنولوژیک در ارتباط است. برای مثال، به تعبیر کشمور، «گذار از یک موسیقی محلی به یک محصول تجاری نتایج منفی‌ای دارد و این دقیقاً همان حقیقتی است که تئودور آدورنو در نقدش بر صنعت فرهنگ به سوگ آن نشسته است» (Cashmore 1997: 39). این مضمون بارها در متن صنعت فرهنگ به چشم می‌خورد. ما در مبحثی در همین فصل (رتوریک متن) نشان خواهیم داد که چنین دعاوی‌ای برای مخاطب ناآشنا با منطق آدورنو، چگونه می‌تواند شائبهٔ نوعی نوستالژی‌گرایی را ایجاد کند. مسئله اما این است که این نقدها به پیشرفتِ کاذب محصولات فرهنگی، در حقیقت نقدی است علیه خود ایدهٔ پیشرفت که به کلیشهٔ غالب عصر ما بدل شده است. این سطح دوم نقد ایدهٔ پیشرفت است: توهم حرکتِ پیشروندهٔ هگلی.

به رغم همه پیشرفت‌ها در تکنیک‌های بازنمایی، به رغم تمام قواعد و تخصص‌ها، و به رغم این همه تپش و بی‌قراری، نانی که صنعت فرهنگ‌سازی به آدمی عرضه می‌کند، همان سنگ سخت کلیشه است. این صنعت از چرخه تغذیه می‌کند، از این شگفتی و ناباوری به‌جا که مادران، به رغم همه چیز، هنوز هم به بچه‌دار شدن ادامه می‌دهند و گردش چرخ‌ها هنوز به تمامی متوقف نشده است. همه این‌ها تغییرناپذیری اوضاع را تثبیت می‌کند. (ص: ۲۵۶)

مسئله اینجاست که از یک سو، خود حرکت توهم است، چرا که علی‌رغم تمام قیل و قال‌ها و اختراعات و دعاوی مبنی بر افزایش سرعت، در سطحی ژرف‌تر گویی هیچ چیزی تغییر نمی‌کند و مردم امروزی گویی «با سرعت موشک‌های فضایی از همان جایی که در هر حال هستند به جایی دقیقاً مشابه بشتابند» (ص: ۲۵۷). اما خود این در جازدن و سکون نیز نه تنها پشت توهمی از حرکت پنهان است، بلکه موجب نوع دیگری از حرکت می‌شود، منتهی حرکتی زوال‌یابنده (این یادآور همان تعبیر مشهور بنیامین در طومار N پروژه پاساژها است: «اینکه همه چیز رو به روال همیشگی پیش می‌رود، خود همان فاجعه است. فاجعه آن امکانی نیست که همواره پیش‌روست، بلکه همین وضعیت موجود است») (بنیامین ۱۳۸۷: ۱۲۴). در نتیجه، هرچند پیشرفت‌های مختلف علمی و تکنولوژیک (یا آنچه آدورنو در مقاله «طرح کلی فرهنگ توده‌ای» به نحوی کنایه‌آمیز «کنجکاوای برای اطلاعات» می‌نامد که «نمی‌توان آن را از ذهنیت متعصب کسانی جدا کرد

که کل آن را می‌دانند» (Adorno 2001: 85)، در راستای حل و فصل مسئله اصلی عمل نمی‌کنند، بلکه حتی بالعکس، مایه تسریع و تشدید زوال فرهنگ و جامعه می‌شوند. این همان ماهیتِ طردکننده خود پیشرفت است. «هر آنکه خواهان پرهیز از شکست و تباهی است باید کاری کند که به هنگام سنجش در ترازوی این دستگاه کم نیاورد. در غیر این صورت، در زندگی عقب خواهد ماند، و نهایتاً نابود خواهد شد» (ص: ۲۵۸). بحث در این سطح نیز البته چندان از مباحث دیگر جدا نیست. اما می‌توان این بحث را در سطحی متافیزیکی‌تر نیز پیش برد و در سطح سوم از نقد پیشرفت به نقد خود رویکرد تاریخی‌نگر راه یافت. اینجا آدورنو در کنار کافکا و بنیامین و در مقابل هگل و مارکس می‌ایستد. «تبلور متافیزیک کافکا این لحظه تاریخی است، نه عنصری فرازمانی که می‌گویند بر تمامیت تاریخ سایه افکنده است. جاودانگی در آثار او فقط تکرار قربانی تا بی‌نهایت است و هر بار در تصویر تازه‌ترین قربانی رخ می‌نماید» (آدورنو ۱۳۹۵: ۵۳). این خود تاریخ است که با تکرارش سرکوب می‌کند و زوال می‌یابد. در نتیجه، در اینجا صنعت فرهنگ، نه انحرافی از پیشرفت یا فرهنگ والای مدرن، بلکه نتیجه منطقی خود آن است. در یک کلام، «دیالکتیک روشنگری در صنعت فرهنگ‌سازی به نقطه اوج خود می‌رسد» (Gandeshia 2004: 116). یا به تعبیر دیگر، «مسئله اصلی در اینجا [یعنی فصل صنعت فرهنگ] تلاش برای نشان دادن این امر است که چگونه فرهنگ مدرن به ضد خودش بدل می‌شود، چگونه خلاقیت به مصرف، هنر به سرگرمی، و فرهنگ به تاثیرپذیری، بدل می‌شود. در

یک کلام، آنچه ما نشان می‌دهیم نابودی فرهنگ به وسیله توزیعش از طریق رسانه‌های جمعی است» (Müller-Doohm 2005: 284).

نیچه: دفاع از سوژه در برابر فرهنگ

فارغ از برخی قطعات انتقادی و بصیرتمندانه در آثار هردر، کانت و به ویژه هگل، بی‌تردید نخستین فیلسوفی که به تفصیل و موکداً خود «فرهنگ» را مورد انتقاد قرار داده نیچه است؛ به طوری که به درستی او را بنیانگذار رویکرد «نقد فرهنگ» می‌دانند. من پیش‌تر به تفصیل در فصلی تحت عنوان «نیچه و فلسفه فرهنگ» به مواجهه انتقادی نیچه با فرهنگ پرداخته‌ام (نک. اردبیلی ۱۴۰۰). تا جایی که به دیالکتیک روشنگری مربوط است، می‌توان نشانه‌های بسیاری از حضور نیچه در این کتاب یافت. «نیچه نقدهای مطرح‌شده بر ضد سیاست و دولت مدرن، بر ضد جامعه و فرهنگ، و نیز بر ضد تمایلات هنجارساز و همگون‌سازی را پیش‌بینی کرد که به دست مکتب فرانکفورت و ... بسط یافتند» (Best & Kellner 1997: 62). از همین رو نویسندگان کتاب به‌صراحت به دینشان به نیچه معترفند: «نیچه از محدود کسانی پس از هگل بود که دیالکتیک روشنگری را بازشناخت. او رابطه مبهم و دویپهلوی روشنگری با سلطه را صورت‌بندی کرد» (آدورنو و هورکهایمر ۱۳۸۴: ۹۶). خود آدورنو در درسگفتارهای فلسفه اخلاق به صراحت خطاب به دانشجویانش می‌گوید، «راستش را خواسته باشید، از بین همه فلاسفه بزرگ من بیش از همه مدیون نیچه‌ام - بسیار بیشتر از دینی که به هگل دارم» (آدورنو ۱۳۹۶: ۲۷۶).

همانند نسبت آدورنو و هگل، در اینجا نیز بحث از نسبت نیچه و آدورنو بسیار پر مناقشه و دارای ابعاد مختلفی است. در نتیجه، در این فرصت کوتاه با توجه به پروبلماتیک اصلی کتاب حاضر، تنها به ذکر یک مورد اصلی وامداری متن صنعت فرهنگ به نیچه (یعنی دفاع نیچه از سوژه در برابر گله) بسنده خواهم کرد. این بیان مقدماتی برای غنابخشی به مباحث فصل بعد، به ویژه تحلیل موضع متن آدورنو تحت عنوان «فرهنگ علیه سوژه»، راهگشاست.

بیان رویکردهای انتقادی علیه هضم شدن و ادغام فرد درون کلیت البته سابقه‌ای طولانی دارد. اما بزرگترین و البته قریب‌ترین سلف آدورنو از این حیث نیچه است. نیچه با طرح مفهوم گله، همواره فرد تنها (نابغه، زرتشت، ابرمرد) را در برابر گله (توده، مردم، عوام) و فرهنگ گله‌ای قرار می‌دهد. گله راه فراری است از مواجهه با تنهایی، افسردگی و ناتوانی. به همین دلیل ایجاد گله به بقای انسان کمک کرده و هرچه فرد ضعیف‌تر باشد، بیشتر به گله نیازمند است. او در فراسوی نیک‌و بد می‌نویسد، «آنچه آنان دوست دارند با تمام نیرو در راهش بکوشند، رسیدن به آن علفزار همگانی و سرسبز خوشبختی گله‌وار است، همراه با ایمنی و بی‌خطری و آسودگی و آسانی زندگی برای همگان» (نیچه ۱۳۷۹: ۸۳). همچنین در تبارشناسی اخلاق می‌نویسد،

تشکیل گله پیروزی مهم و پیشرفتی است در مبارزه با افسردگی. با رشد جماعت در دل فرد نیز دلبستگی تازه‌ای می‌روید و چه بسا او را بر فراز شخصی‌ترین عنصر در

ناخشنودی اش برمی کشد، یعنی بیزاری اش از خویش. بیماران و بیمارگونان همگی به غریزه در پی یک سازمان گله‌ای می‌گردند تا شاید بتوانند آن ملاء ماسیده و احساس ناتوانی را از خود فروریزند: کشیش زاهد از این غریزه بوی می‌برد و آن را به پیش می‌راند. هر جا گله‌ای باشد، آنجا غریزه ناتوانی‌ای است که در پی گله می‌گردد و زیرکی کشیشانه‌ای آن را سازمان داده است. زیرا این نکته را نمی‌باید از نظر دور داشت که همان اندازه که توانایان به طبع از یکدیگر فاصله می‌گیرند، ناتوانان به یکدیگر می‌گریند. (نیچه ۱۳۷۷: ۱۷۶)

همانگونه که نیچه اشاره می‌کند، حضور در گله نوعی سرسپردگی را از فرد طلب می‌کند که نخستین گام برای یکسان‌سازی و ادغام است. در این معنا گله اگر نتواند فرد متفاوت و ناهماهنگ را هضم و درون خود ادغام کند او را حذف یا طرد می‌کند. از منظر گله سوپژکتیویته، تکنیکی و تفاوتِ رادیکالِ ضد ارزش‌اند و گله برای بقای خود هم که شده به شدیدترین نحو با آنها برخورد می‌کند. تمثیل گله و استفاده از آن برای ترسیم جامعه البته دلالت‌ها و امکانات دیگری هم دارد، اما تا جایی که به بحث حاضر مربوط است، گله باید به نوعی یکسان‌سازی افراد یا اینهمان ساختنِ امور ناینهمان مبادرت ورزد. اینجا آدورنو، همانند نیچه موضعی ضد این یکسان‌سازی در دفاع از فرد اتخاذ می‌کند. این همان انتقادی است که نیچه به کرات مطرح می‌کند، برای مثال در چنین گفت زرتشت می‌نویسد، «همه یکسان می‌خواهند و همه یکسان‌اند. هرکه جز این ببیند به پای خویش به

تیمارستان می‌رود» (نیچه ۱۳۹۷: ۲۸). این آشکارا موضعی است که جناح آدورنو-نیچه را در برابر جناح مارکس-هگل (البته با تفسیر متعارف از آنها) قرار می‌دهد. آرمان روح کلیت‌بخش همه‌جا حاضر دربردارنده تمام جزئیات‌ها نزد هگل و نیز اصالت‌بخشی به طبقه در تحلیل مسائل اقتصادی، اجتماعی و سیاسی نزد مارکس، هر دو علیه سوژکتیویته فردی عمل می‌کنند. آدورنو به کرات و در آثار مختلف در برابر اینهمانی هگلی (با دستکم برداشت رایج از آن) موضع انتقادی می‌گیرد، اینجا هم بدون اینکه نامی از هگل ببرد ایده اینهمانی جزء و کل و نیز وحدت‌بخشی آرمانی او را به نقد می‌کشد و می‌نویسد، «وحدت بارز جهان صغیر و جهان کبیر آدمیان را با الگویی از فرهنگ خودشان روبه‌رو می‌کند: اینهمانی کاذب امر کلی و امر جزئی» (ص: ۲۱۰). یا در مقاله «آشتی با گذشته به چه معناست»، علیه این یکپارچه‌سازی گله‌وار و نسبتش با آرمان جامعه بورژوایی موضع‌گیری می‌کند.

مفهوم پرکاربرد «یکپارچگی» - یعنی پیوندی نهادی از شبکه‌های اجتماعی که همه چیز را تحت پوشش خود قرار می‌دهد - ضامن محافظت در برابر هراسی جهانی و فراگیر از مواجهه با شکاف و انهدام است. برای شمار کثیری از مردم گرمای همدلی و همبستگی - هرچند اجباری و مصنوع - سرمای از خودبیگانگی را از بین می‌برد؛ «اجتماع مردم» نابرابر و دربند به همان اندازه که دروغی بیش نبود، تحقق

روایای دیرین، آشنا و شیطانی بورژوازی نیز بود. (آدورنو

۱۳۹۹: ۱۹-۱۸)

می‌توان وام‌داری آدورنو به نیچه را در جای‌جای صنعت فرهنگ مشاهده کرد. مثلاً آنجا که نشان می‌دهد جامعه «قدر قدرت» یعنی همان «صنعت فرهنگ» آنگاه که شادی و خوشبختی را هم نوید می‌دهد، در تلاش است تا مقاومت سوزه بشکند و او را تسلیم کند.

هر کسی می‌تواند همانند این جامعه قدر قدرت باشد، هر کسی می‌تواند شاد و خوشبخت باشد، البته تنها به این شرط که سراپا تسلیم این جامعه شود و دعوی خود به خوشبختی را فدا کند. جامعه در ضعف و ناتوانی او قدرت خویش را باز می‌شناسد، و بخشی از این قدرت را به او عطا می‌کند. عدم مقاومت افراد آنان را مشتریانی قابل اعتماد می‌سازد. (ص: ۲۶۴)

البته آدورنو به بخش‌هایی از تبارشناسی اخلاق و نوع مواجهه نیچه با اخلاق بردگان انتقاداتی وارد می‌کند. مهمترین انتقاد او این است که گویی نیچه با نوعی واژگون‌سازی ارزش‌شناختی از اربابان در برابر بردگان دفاع می‌کند. حال آنکه آدورنو اولاً بنا به رویکردی مارکسیستی، بردگان (گله یا توده) را بیشتر قربانی وضعیت موجود می‌داند و ثانیاً خود آنچه نیچه اخلاق بردگان می‌نامد را به نحوی دیگر، به اربابان منتسب می‌سازد. او در جایی دیگر می‌نویسد، «نیچه به این مهم

پی نبرد که آنچه او به نام اخلاق بردگان می‌گوید، در حقیقت همیشه قسمی اخلاق سروران است، یعنی اخلاقیاتی که حاکمان بر مظلومان و ستم‌کشان تحمیل می‌کنند» (آدورنو ۱۳۹۶: ۲۸۰). در این مواضع انتقادی آدورنو به نیچه و دفاعش از بردگان و «مظلومان و ستم‌کشان»، می‌توان ردپای یکی دیگر از اسلاف مهم او را، که تقریباً هم‌عصر نیچه نیز به شمار می‌رود، مشاهده کرد: کارل مارکس.

مارکس: ایده‌انقیاد فرهنگ در اقتصاد

دین آدورنو به مارکس بسیار شهره است تا جایی که رویکرد او (و برخی اعضای دیگر مکتب فرانکفورت) بارها به عنوان نوعی «مارکسیسم فلسفی» معرفی شده است. اما تمایز رویکرد آدورنو و مارکسیسم متعارف عمدتاً به مواضع سیاسی انتقادی او به شوروی نسبت داده می‌شود. هرچند این تفاوت در موضع بسیار حائز اهمیت است و نشان از بصیرت آدورنو نسبت به بسیاری از مارکسیست‌هایی داشت که حاضر بودند به بهانه مخالفتشان با سرمایه‌داری هر جنایت و فاجعه‌ای را توجیه کنند، اما تفاوت اصلی آدورنو با آنها خصلتی بسیار نظری‌تر داشت و به محوریت‌بخشی افراطی مارکس به اقتصاد در مقام زیربنای فرهنگ باز می‌گشت. نقد مارکسیست‌ها به آدورنو، عمدتاً این است که «فصل صنعت فرهنگ به ندرت بر اقتصاد به مثابه [علم] اقتصاد تاکید می‌کند و در آن، مردم طبقه کارگر به منزله قربانیانی ساده‌لوح پدیدار می‌شوند» (Jameson 1990: 106). این البته واکنشی مارکسیستی است به هر انتقادی که خود توده را نیز هدف نقد قرار دهد. به هر ترتیب، در بررسی ارتباط مهراکین آدورنو با مارکس باید هر دو سویه آن را مدنظر قرار داد که البته بحثی بسیار مفصل‌تر از متن حاضر می‌طلبد. می‌توانم

مخاطب علاقه‌مند در این خصوص را به کتاب خواندنی مارکسیسم آدورنو (Cutrone 2013) ارجاع دهم. همچنین مجموعه مقالاتی نیز اخیراً در این حوزه تحت عنوان آدورنو و مارکس: دیالکتیک منفی و نقد اقتصاد سیاسی (Bonefeld & O'Kane 2022) منتشر شده است که برای علاقه‌مندان قابل استفاده‌اند.

اما تا جایی که به بحث حاضر ارتباط دارد، آدورنو در نقد صنعت فرهنگ، فرهنگ را رویهم‌رفته در گفتمان اقتصادی مارکسیستی جای می‌دهد. البته او در این جایابی مانند خود مارکسیست‌ها چنان افراط نمی‌کند که اقتصاد را زیربنای فرهنگ و سیاست معرفی کند، اما به هر ترتیب، ترمینولوژی و گفتمان او در توصیف و نقد فرهنگ به شدت ملهم از عناصر مارکسیستی است. علت اصلی این فاصله‌گیری شاید خود ساختار متمایز نظام سرمایه‌داری در قرن نوزدهم و قرن بیستم بود. این تمایز را هویسن به خوبی تصویر می‌کند:

در حالی که شرح مارکس واقعیات سرمایه‌داری لیبرال قرن نوزدهم، یعنی ایدئولوژی بازار آزاد و باورش به خودآینی فرهنگ، را مورد توجه قرار می‌داد، سرمایه‌داری قرن بیستم اقتصاد و فرهنگ را دوباره وحدت بخشید، آن هم با ذیل اقتصاد جا دادن فرهنگ، یعنی با بازسازی مانده‌ی پیکره معانی فرهنگی و دلالت‌های نمادین، تا با منطق کالا تناسب یابد. سرمایه‌داری انحصارگرا به‌ویژه به کمک رسانه تکنولوژیک ناظر بر بازتولید و اشاعه موفق شده است تمام صور

فرهنگ‌های محبوب قدیمی را فروبیلعد (Huyssen 1986):

(21).

در نتیجه، آدورنو هرچند از تحلیل اقتصادمحور مارکس بهره می‌برد، اما برای تحلیل و نقد وضعیت، آن را یکسره به اقتصاد، و شاخصه‌های اقتصادی (دستکم در معنای محدود) فرو نمی‌کاهد. در متن خود مقاله صنعت فرهنگ، آدورنو از یک سو، بارها از تحلیل یکجانبه فرهنگی یا تکنولوژیک قواعد پیشبرنده وضعیت اجتناب می‌کند و به خواننده گوشزد می‌کند که «انگیزه‌های فرهنگ به قدر کافی اقتصادی‌اند» (ص: ۲۷۷)، و «این آثار منفی نتیجه نوعی قانون تحول نهفته در ذات تکنولوژی نیست، بلکه از کارکرد آن در اقتصاد امروز ناشی می‌شود» (ص: ۲۱۱). اما از سوی دیگر، دائماً خاطرنشان می‌سازد که نمی‌توان فرهنگ را یکسره به اقتصاد و مبادلات فروکاست. این رویکرد ظاهراً پارادوکسیکال، اما عمیقاً دیالکتیکی، را شاید بتوان بیش از همه در این تعبیر او یافت که «فرهنگ چنان کامل تابع قانون مبادله است که دیگر مبادله نمی‌شود؛ و چنان کورکورانه در مصرف حل شده است که دیگر نمی‌تواند مصرف شود» (ص: ۲۷۷). به هر روی همانگونه که اشاره شد، بحث از نسبت آدورنو و مارکس داستانی درازدامن است و اشارات مختصر فوق صرفاً برای پیشبرد تحقیق حاضر ارائه شده‌اند.

فروید: اولویت بخشی به سوژه و ناخوشایندی های فرهنگ

در متن صنعت فرهنگ بارها با ادبیاتی صراحتاً فرویدی برای توضیح روانکاوانه رابطه صنعت فرهنگ با فرد مواجه می شویم. این نخستین سطح درک و امگیری آدورنو از فروید است. برای مثال، آدورنو می نویسد: «صنعت فرهنگ سازی تصعید [یا والایش] نمی کند: سرکوب می کند. این صنعت با به نمایش گذاشتن بی وقفه موضوع میل، سینه های درشت در عرق گیری چسبان یا نیم تنه عریان قهرمان بوکس صرفاً موجب تحریک ته بندی یا لذت مقدماتی تصعید نشده [یا والایش نیافته] ای می شود که عادت به محرومیت دائمی از مدت ها پیش آن را در هیئت مازوخیسم مثله کرده است» (ص: ۲۴۱). این صورت بندی یک تفسیر فرویدی از یک وضعیت است. اما اجازه دهید از این سطح فرویدی صریح فراتر برویم.

بررسی تاثیر روانکاوی فروید بر مکتب فرانکفورت، یکی از متداول ترین موضوعات تحقیق و پژوهش در خصوص ریشه های نظری مکتب فرانکفورت است (برای مطالعه چند نمونه مفید از این پژوهش ها نگاه کنید به کتاب آدورنو و فروید: در باب پیشاتاریخ امر مدرن (Kirchhoff & Schmieder 2014) که مجموعه مقالاتی است در این خصوص؛ همچن برای مطالعه متنی کوتاه تر و مقدماتی تر درباره رابطه آدورنو و فروید نگاه کنید به پیش درآمد دوم کتاب دیالکتیک مثبت آدورنو (Sherratt 2002: 50-69)). هرچند واکاوی مفصل این نسبت نیز موضوع تحقیق حاضر نیست، اما تا جایی که به بحث مربوط است، می توان به دو مفهوم کلیدی در اندیشه های فروید اشاره کرد که تاثیری جدی بر

آدورنو (به ویژه مقاله صنعت فرهنگ) داشته‌اند: یکی نوع مواجهه فروید (به ویژه فروید متقدم)، به عنوان یک روانکاو، با فرد است و دیگری، برداشت فروید (به ویژه فروید متاخر) از فرهنگ و تمدن به مثابه عناصر سرکوب‌کننده و محدودکننده است.

مورد نخست، یعنی مسئله فرد یا سوژه، را نیز می‌توان در دو سطح ارزیابی کرد. نخست استفاده از فروید و تاکید بر فرد مستقل و متفاوت به مثابه ابزاری در برابر فردستیزی مارکسیستی. در این معنا روانکاوی فرویدی به آدورنو این امکان را می‌بخشد که به کمک آن، چیزی به جریان غالب مارکسیستی که در تحلیل‌ها همواره فرد را فدای طبقه یا جامعه به طور کلی می‌کرد، بیافزاید. در اینجا استمداد از روانکاوی نوعی دفاع از سوژه است. اما از سوی دیگر، آدورنو از فروید بهره می‌گرفت تا با نشان دادن ریشه‌های روانکاوانه برسازنده سوژه، توهم انتزاعی و عقلانی‌روشنگری از سوژه را به نقد بکشد. به تعبیر شِرت، «آدورنو فروید را وارد میدان کرد تا مبنای غریزی سوپرتیویته روشنگری را نقد کند» (Sherratt 2002: 75). در این معنا، آدورنو با استمداد از روانکاوی، باز هم عاملی را مدنظر قرار می‌داد که در فلسفه مدرن عمدتاً مغفول مانده بود، یعنی ریشه‌های برسازنده نظری و عملی فرد.

مورد دوم اما بسیار مهم‌تر است و آن چنانکه اشاره شد، برداشت فروید بود از فرهنگ و نیروهای سرکوبگری که تولید می‌کند. مهم‌ترین منبع در این خصوص خود کتاب ناخوشایندی‌های فرهنگ بود که فروید در آن نوعی رابطه دوگانه

مهراکین میان فرد و فرهنگ برقرار می‌کند. از یک سو، فرهنگ برسانندهٔ امیال فرد است و از سوی دیگر سرکوب‌کنندهٔ این امیال؛ و حتی از این سرکوبگری تغذیه می‌کند. فراموش نکنیم که هربرت مارکوزه، دوست آدورنو و از اعضای دیگر مکتب فرانکفورت، کتابی را با همین پروبلماتیک منتشر کرده بود که بسیار مناقشه‌برانگیز و موثر واقع شد. یعنی اروس و تمدن (مارکوزه ۱۳۸۹).

فهم رویکرد انتقادی فروید به فرهنگ، درک ریشه‌های آنچه را که به بدبینی آدورنو موسوم است سهل‌تر می‌سازد. آدورنو اما وجه اقتصاد مارکسیستی را نیز به برداشت فرویدی از فرهنگ افزود و از فرهنگ در مقام یک «صنعت» سخن گفت و مناسبات اقتصادی را به موازات نیروهای لیبیدویی در آن تحلیل کرد (هرچند در فروید نیز می‌توان شکل دیگری از تبیین کارکرد روان بر اساس اقتصاد نیروها یا رانه‌ها را مشاهده کرد). در این معنا، ایدهٔ «صنعت فرهنگ» برآمده از همین آمیزش مارکس و فروید است. البته روشن است فروید در ابتدای قرن بیستم همچنان تحت تاثیر خوشبینی مدرن و امید به پیشرفت علم و تکنیک بود. اما آدورنو در حین و پس از تجربهٔ جنگ و در حین و پس از تجربهٔ بی‌اعتمادی به تحقق آرمانشهر سوسیالیستی، موضعی به مراتب تندوتیزتر به فرهنگ داشت. خود او در جایی می‌نویسد،

من ایدهٔ فروید دربارهٔ نارضایتی در فرهنگ را ذکر کردم. اما این پدیده حتی از آنچه او فهمیده بود نیز فراتر رفته است و دلیل این امر بیش از هر چیز این است که فشار تمدنی که او مشاهده

کرده بود، تاکنون چندین برابر شده و به میزان غیرقابل‌تحمیلی
رسیده است. (آدورنو ۱۴۰۰: ۲۴)

او حتی در مقاطعی به نقد خود روانکاوی - که البته در نیمه قرن بیستم دیگر تا حدی به عنوان روشی درمانی جاافتاده بود و از سوی خود فرهنگ غالب مورد استفاده قرار گرفته بود - نیز برمی‌خیزد. در این معنا، خود روانکاوی نیز بخشی از نیروهای صنعت فرهنگ است. تا جایی که در مقاله صنعت فرهنگ با اشاره به «اسلاف و اخلاف روانکاوی» می‌داند. و باز هم به نحوی کنایه‌آمیزتر روانکاوی را تقلیل‌یافته به «یکنواختی کسالت‌بار سمبولیسم جنسی» (ص: ۲۳۸) معرفی می‌کند.

علی‌رغم نقد فوق و نقدهای مشابه که می‌توان در آثار مختلف آدورنو شواهدی برای آن یافت، تا جایی که به تحقیق حاضر مربوط می‌شود، آدورنو هم در دفاع از جایگاه و نقش فرد و هم برای آشکارسازی کارکردهای سرکوب‌کننده فرهنگ، به شدت وامدار فروید است، البته قسمی وامداری انتقادی.

رتوریک متن (لحن نوستالژیک)

پیش از پرداختن به تحلیل محتوای متن در فصل آتی، که هدف اصلی این تحقیق است، در اینجا لازم است به عنوان مقدمه‌ای دیگر، به وجوه بلاغی متن نیز اشاره‌ای داشته باشیم. در نتیجه، لازم است به فضای کلی حاکم بر متن نگاهی

بیاندازیم و به کمک ارجاعات و شواهد بکوشیم نشان دهیم که لحن اثر، بدبینانه است یا خوشبینانه؟

آدورنو به بدبینی شهره است. شاید بتوان او را بعد از شوپنهاور، بدبین‌ترین فیلسوف تاریخ نامید. با این همه، در ژرفنای فلسفه او، به ویژه در مفهوم «دیالکتیک منفی»، بدبینی رادیکالی به چشم می‌خورد که حتی از بدبینی شوپنهاور نیز فراتر است. گویی دیالکتیک منفی انتقامی است از کل خوشبینی عظیم نظام دیالکتیکی هگل. مفسران بسیاری به این نکته اشاره کرده‌اند. برای مثال، اسنید می‌نویسد، «آدورنو درمی‌یابد که هیچ کس راه فراری ندارد. می‌توان بدبینی آدورنو را با دیالکتیک منفی فهمید. آدورنو مستدل می‌سازد که باید در شرایط اجتماعی اسفناک جهان صداقت به خرج داد و دریافت که چیزها واقعاً در آینده هیچ بهتر نخواهند شد» (Sneed 2012: 64) می‌توان شواهد متعددی بر تحلیل این بدبینی بر اساس نظریات رادیکال او آورد. نباید فراموش کرد که او از حیث فلسفی در دورانی می‌زیست که نقدهای نیچه بر هر شکلی از معیار یا لنگرگاه مطمئن به آشکارگی رسیده بود و صدای نیهیلیسم بیش از همیشه در غرب، حتی بیش از اکنون، به گوش می‌رسید. از سوی دیگر او به لحاظ سیاسی نیز در عصری می‌زیست که مواجهه بدبینانه با جهان را تشدید می‌کرد. از یک سو، تحقق واقعاً موجود آرمان سوسیالیستی و مارکسیستی در شوروی به مرور واقعیت خود را برای اروپاییان بر ملا می‌کرد و از سوی دیگر، ظهور هیتلر و محبوبیت او در آلمان دورانی سیاه را نوید می‌داد. از همین رو، کارل پوپر در واکنشی انتقادی به آدورنو ادعا می‌کند که برخی آثار آدورنو، «بیان مستقیم ترس‌های او هستند: اضطراب او، همانگونه که خودش آن

را می‌نامید، و نیز افسردگی شدید او. آدورنو انسانی بدبین بود. پس از به قدرت رسیدن هیتلر...، او از نوع بشر ناامید شد و باورش را به بشارت مارکسیستی رستگاری از دست داد» (Popper 2006: 79). هر دو شکل این بدبینی در متن «صنعت فرهنگ» در مقام آمیزه‌ای از نظریه و شرایط اجتماعی به هم می‌آمیزند و اوج می‌گیرند. آدورنو که از مارکسیسم ناامید شده و نیز از آلمان هیتلری گریخته است، برخلاف بسیاری از روشنفکران منتقد مارکسیسم و فاشیسم، آلترناتیو ایجابی آنها را در امریکای آزاد و پیشرفته نمی‌یابد. اوج بدبینی آدورنو در اینجا است. آنگاه که او، برخلاف گفتمان غالب روشنفکران، سرمایه‌داری را نیز در کنار آلمان هیتلری و شوروری استالینی قرار می‌دهد، به همین فقدان آلترناتیو، یعنی فقدان مامنی امیدوارکننده اشاره دارد: در این معنا آدورنو از اینجا رانده و از آنجا مانده، در اوج بی‌پناهی و ناامیدی است که می‌نویسد.

اکنون و با توجه به مطالب فوق، می‌توان دربارهٔ اطلاق صفت بدبین به آدورنو کمی محتاط‌تر بود. بدبینی همواره حامل دلالتی روانشناختی است، اما در اینجا علاوه بر وجه روانشناختی، وجوه نظری (فلسفی و معرفت‌شناختی) و وجوه انضمامی (سیاسی، فرهنگی و اخلاقی) نیز دست‌اندرکارند که نمی‌توان مواجهه انتقادی با آنها را صرفاً به منشی روانشناختی فروکاست. به بیان دیگر، لحن بدبینانه، فارغ از محتوا، واکنشی است سلبی به خوشبینی حاکم بر فرهنگ، به ویژه در آمریکایی که زیان‌چندانی از جنگ ندید و از منافع آن بهره‌مند شد. گویی آدورنو در اینجا از لحن بدبینانه به عنوان نوعی استراتژی برای تلنگر زدن بهره می‌برد. به تعبیر خود آدورنو، «من با تکیه بر این ضرب‌المثل که می‌گوید امروز تنها مبالغه می‌تواند

واسطه‌ای برای حقیقت باشد، سویه تاریک مسئله را بسیار بزرگ جلوه دادم» (آدورنو ۱۳۹۹: ۲۶). به نظر می‌رسد این بزرگنمایی بدبینانه که گهگاه لحنی برانگیزاننده به خود می‌گیرد و احساسات مخاطب را تحریک می‌کند، واکنشی است (یا به بیان دقیق‌تر، پانکی است) به تحریکِ عواطف توده از سوی خود صنعت فرهنگ. او برله این ترفند صنعت فرهنگ را با مقاله قبلی کتاب دیالکتیک روشنگری پیوند می‌زند و می‌نویسد، «درست همان‌گونه که اودیسه جهانش را از طریق قصه‌گویی مجدداً ساماندهی کرد، صنعت فرهنگ نیز «حقه‌هایی» را طرح می‌کند تا روایت‌ها را به نحوی سطحی الزامی و به نحوی عاطفی گریزناپذیر سازد» (Oberle 2018: 185). آیا نمی‌توان ادعا کرد که دستکم از یک جهت، خود مقاله «صنعت فرهنگ» نیز می‌کوشد تا به همین طریق، منتهی از حیث محتوا معکوس، عمل کند؟ البته ما در فصل آخر این تحقیق، از این نیز فراتر خواهیم رفت و از امکان نوعی خوشبینی بنیادین نزد آدورنو سخن خواهیم گفت، اما تا جایی که به بحث حاضر مربوط است این لحن بدبینانه خود را در مواجهه آدورنو با گذشته و نوستالژی نیز نشان می‌دهد.

یکی از نخستین خصایصی که در همان ابتدای مطالعه متن «صنعت فرهنگ» خودنمایی می‌کند وجه نوستالژیک آن است. گویی آدورنو که در حال نقد تمام‌عیار کلیه تجلیات و محصولات فرهنگ است، برای دوران گذشته دستکم نوعی اصالت یا ارزش قایل است. آنگاه که او موسیقی‌های جدید (به ویژه پاپ) را مورد انتقاد قرار می‌دهد، گویی از نوعی شکوه یا وقار موسیقی کلاسیک، که خود نیز در آن متبحر است، دفاع می‌کند. یا زمانی که از «هجوم و پیروزی

برق‌آسای فیلم ناطق» (ص: ۲۱۹) سخن می‌گوید، گویی شکلی تلویحی از ستایش را نثار فیلم صامت می‌کند. یا حتی زمانی که از معماری ترسناک و هیولوار شهرهای مدرن و آشفتگی و تحرک در آنها (به ویژه نیویورک) سخن می‌گوید، گویی تلویحاً رویای آرامش و سکون در شهرهای قبلی یا حتی روستا و طبیعت را می‌بیند. اما می‌دانیم که این برداشت بیشتر در خور فیلسوف هم‌عصر او، هایدگر است.

لحن انتقادی آدورنو هرگز نباید ما را دچار این تصور غلط کند که او در حال دفاع نوستالژیک از گذشته است. این رویکرد بیشتر برآمده از نوعی برداشت دوارزشی از حقیقت است. گویی اگر اکنون نقد می‌شود، بناست گذشته تصدیق شود. آدورنو اما بر اساس همان منطق بی‌پناهی، منتقد هر دو وضعیت (گذشته و اکنون) است. او در جستاری حتی با اشاره به اینکه شکنجه‌گران اردوگاه‌های کار اجباری، اغلب کشاورزان جوان و روستایی بودند، نشان می‌دهد که چگونه چنین بسترهایی مستعد استبدادپذیری بیشتری‌اند.

تفاوت فرهنگی میان شهر و روستا که همچنان پابرجاست، یکی از شروط ایجاد وحشت است، هرچند نه تنها شرط و نه مهم‌ترین شرط آن. قصد من به هیچ عنوان نوعی فخرفروشی در مقابل سکنه روستاها نیست. می‌دانم که هیچکس نسبت به این که در شهر یا روستا بزرگ شود اختیاری ندارد. من تنها می‌خواهم به این مسئله اشاره کنم که احتمالاً بربریت‌زدایی در

روستاها کمتر از سایر نواحی موفقیت‌آمیز بوده است. احتمالاً حتی تلویزیون و سایر رسانه‌های جمعی نیز تغییر چندانی در وضعیت کسانی که به طور کامل به تمدن و شهرنشینی نپیوسته‌اند ایجاد نکرده‌اند. ... من تا آنجا پیش می‌روم که ادعا کنم یکی از مهم‌ترین اهداف آموزش، بربریت‌زدایی از مناطق روستایی است» (آدورنو ۱۴۰۰: ۳۴-۳۵).

در حوزهٔ متافیزیک نیز او همواره نسبت به اتخاذ موضعی رمانتیک نسبت به نوعی اینهمانی یا وحدتِ آغازین (بهشت پیش از تمدن) هشدار می‌دهد. «تصویر وضعیت آغازین زمانی یا فرازمانی اینهمانی خوش و خرم سوژه و ابژه تصویری رمانتیک است، البته این تصویر که زمانی طرح‌ریزی‌ای آرزومندانه بود، امروز دیگر دروغی بیش نیست» (Adorno 1978: 499). در عرصهٔ هنری نیز، که موضوع اصلی مقالهٔ «صنعت فرهنگ» است، او به شدت حامیان هنرهای زیبا و مدعیان جنبه‌های والای ازدست‌رفتهٔ هنر را، به ویژه با ایدئالیزه کردن دوران پیشامدرن یا پیشاسرمایه‌داری، مورد انتقاد قرار می‌دهد.

مورخان هنر و پاسدارانِ فرهنگ که از انقراضِ نوعی نیروی آفرینندهٔ سبک هنری در غرب شکایت می‌کنند، به طرز دهشتناکی بر خطای‌اند. جذب و ادغام کلیشه‌ای همه چیز، حتی اموری که هنوز به فکر درنیامده‌اند، به درونِ شمای بازتولیدپذیری مکانیکی، از صلابت و گسترهٔ اعتبار هرگونه

سبک حقیقی فراتر می‌رود - یعنی از آن مفهومی که عشاق
فرهنگ با آن، گذشتهٔ ماقبل سرمایه‌داری را به مثابهٔ عصری
ارگانیک آرمانی می‌کنند. (ص: ۲۲۱)

پس لحن به‌ظاهر نوستالژیک موضع‌گیریِ آدورنو را باید در کنار موضع
ضدنوستالژیک او خواند. همچنین می‌توان این لحن نوستالژیک را ترفندی از
سوی آدورنو برای بیان انتقاداتش دانست. او، بسیار شبیه هگل، به دلیل
محدودیت‌های زبانی-بیانی مجبور است که زمانی که هر دو طرف (دو موضع،
یا حتی دو دورانِ اکنون و گذشته) را مورد نقد قرار می‌دهد، این کار را با نوعی
اولویت‌بندی و تقسیم کار انجام دهد و در نتیجه، هر بار که نقدش بر یکی از
طرفین را بیان می‌کند، این تصور را به مخاطب ناآگاه می‌دهد که در حال دفاع از
طرف دیگر است. تامسن با اشاره به این نکته می‌نویسد، «غالباً تشخیص موضع
آدورنو در نقد فرهنگ دشوار است؛ زیرا به جای اتخاذ موضعی واحد، دو یا چند
موضع را در کنار هم می‌نشانند» (تامسن ۱۳۹۹: ۴۰). یا حتی به بیانی هگلی‌تر،
«آدورنو این تقابل دیالکتیکی را رفع نمی‌کند و عمداً خواننده را میان پذیرش یکی
از دو سویهٔ آن نامصمم می‌گذارد» (همان: ۳۷).

فصل ۲. فرهنگ علیه سوژه

در «صنعت فرهنگ» آدورنو و هورکهایمر، فرهنگِ مدرن غرب را به مثابه نوعی صنعت و محصول مناسبات قدرت معرفی کرده‌اند که هدف اصلی‌اش گسترش خود از رهگذرِ فریب توده‌هاست. همان‌گونه که برخی مفسرین اشاره کرده‌اند، خود این اصطلاح واجد نوعی تناقض ذاتی است. «صنعت فرهنگ در یک کلمه به پیوند دو واقعیت ظاهراً متناقض اشاره دارد: قلمرو مادی تولید و قلمرو ذهن. شیوه‌ای برای بیان فرایند مدرنیته شدن فرهنگ در قالب واگذاری کالاهای فرهنگی به منطقی کاملاً تجاری» (کوسه و آبه ۱۳۸۵: ۶۲)؛ از یک سو، «صنعت»، در مقام امری مادی و از سوی دیگر، «فرهنگ» در مقام امری غیرمادی. اما فراتر از اینها، پیوند این دو را به نحو بهتری می‌توان در پرتو مفهوم پراکسیس درک کرد. امر انضمامی که مبنای تحلیل است، نه امری غیرمادی و روحانی (در معنایی که به غلط به هگل منتسب است) و نه امری مادی است (در معنای ماتریالیستی که در قرن نوزدهم با فویرباخ به اوج می‌رسد)، بلکه به ساحتی اشاره دارد که به نحوی دیالکتیکی هر دو ساحت مذکور را رفع و ادغام می‌کند. حال، اگر فرض کنیم که این ساحت تازه برای مارکس در «اقتصاد در مقام زیربنا» تجلی می‌یابد، می‌توان گفت آدورنو، با گسست از مارکسیسم کلاسیک، عرصه تجلی آن را برداشت تعمیم‌یافته‌ای از «فرهنگ» می‌داند. در این معنا میان فرهنگ و صنعت، دیگر فاصله‌ای رفع‌ناشدنی وجود ندارد.

از سوی دیگر، مسئله اصلی بر سرِ اثرگذاریِ درونیِ فرهنگ در یکایک سوژه‌هاست. به بیان دیگر، صنعت فرهنگ به نحوی تقاضا را سامان می‌دهد که سوژه‌ها دچار این توهم می‌شوند که مطالباتشان حقیقتاً مطالباتِ «خود»شان است. این امر، چنانکه اشاره شد، به وامداریِ آدورنو به روانکاوی مرتبط است. حال، می‌توان دریافت که تحلیل آدورنوی در این سطح، تا چه حد مشابه تحلیل نیچه از فرهنگ (یا به بیان دقیق‌تر از اخلاق) است. جارویس با اشاره به این نکته می‌نویسد، «توصیف جدلی نیچه از سوسیالیسم، «گله‌ای بدون شبان»، که آدورنو به کرات آن را نقل می‌کند، نه تنها به منزله تصویری پیشگوی صنعت فرهنگ، بلکه همچنین به منزله بصیرتی بازتفسیرشده است درباره اینکه چگونه سلطه درونی‌شده، ممکن است حتی در جامعه‌ای که تمام «نیازهای حقیقی» را برآورده می‌سازد، هنوز باقی بماند» (Jarvis 1998: 65).

نقد اصلیِ آدورنو و هورکهایمر به روشنگری، نه صرفاً نشان دادن تناقضات مندرج در آن، نه صرفاً اشاره به نتایج ترسناک حاصل از اسطوره «پیشرفت» (آنها شباهت میان دعوی روشنگری مبنی بر روشنایی افکندن بر تاریکی‌ها و انفجار بمب اتم را که به تازگی در ژاپن رخ داده بود، نه تصادفی بلکه ذاتی می‌دانند و به کنایه می‌نویسند: «کره خاک که اکنون به تمامی روشن گشته است، از درخشش ظفرمند فاجعه تابناک است» (آدورنو و هورکهایمر ۱۳۸۴: ۲۹))، بلکه افشای این حقیقت بود که روشنگری اصلاً چیزی را روشن نکرده است، بلکه همان اسطوره‌های دینی پیشامدرن را «از در عقب» و مخفیانه وارد ساخته و خود بر آنها تکیه زده است. تعبیر زیر از جدی‌ترین اخلاف آدورنو در یکی از مهمترین ایده‌های وارث «صنعت فرهنگ» (یعنی «جامعه نمایش») گویای این ماجراست:

نمایش بازسازی مادی توهم دینی است. تکنیک نمایشی ابرهای دینی را که آدمیان قوای برکنده از خودشان را در آن جای داده بودند، نزد: بلکه صرفاً آنها را به پایه‌ای زمینی وصل کرد. بدین سان زمینی‌ترین نوع زندگی کدر و غیرقابل تنفس گشته و ردّ مطلق خویش، بهشت جعلی و غلط‌اندازش، را دیگر بی‌آنکه به آسمان براند نزد خود اسکان می‌دهد. (دُبور ۱۳۸۲: ۶۲)

رسالت آدورنو و هورکهایمر در کل کتاب دیالکتیک روشنگری (که «صنعت فرهنگ» تنها یکی از فصول آن است) افشای ماهیت فریبکار فرهنگ مدرن غرب، با ردیابی ریشه‌های آن، حتی تا دوران پیش از مدرن، تا اسطوره‌های یونان، است. اما فصل «صنعت فرهنگ» به کمک این ریشه‌یابی مقدماتی، به افشای دقیق و جسورانه کارکردهای پنهانکارانه فرهنگ در فضای امروز (دورانی که بیشتر ذیل عنوان «پست‌مدرن» طبقه‌بندی می‌شود تا «مدرن») می‌پردازد. هرچند این متن در نیمه قرن بیستم نگاشته شده است، اما می‌توان ادعا کرد که کارکردهای فریبکارانه مذکور، امروز (یعنی در ابتدای دهه سوم قرن بیست و یکم) بیش از زمان خود آدورنو و هورکهایمر شدت یافته و آشکار شده است.

همچنین این متن جایگاهی منحصر به فرد در شکل‌گیری و تکوین آن چیزی دارد که امروز به «نقد فرهنگ» شهره است. از گذشته فرهنگ همواره به مثابه عاملی مثبت و ارزشمند در برابر بی‌فرهنگی مطرح می‌شد. علی‌رغم برخی نقدها شاید برای نخستین بار هگل بود که در کتابش، پدیدارشناسی روح، سرفصلی به این

وجه از فرهنگ اختصاص داد: «روح از خودبیگانه: فرهنگ». در این معنا، فرهنگ نه ارزشمند و ارتقادهنده، بلکه از خودبیگانه‌کننده است. این رویکرد بعدها با نقدهای نیچه به فرهنگ رادیکالیزه شد. من پیش از این به تفصیل در اثری به بررسی این وجوه منفی و از خودبیگانه‌کننده فرهنگ نزد هگل و نیچه پرداخته‌ام که مخاطبان را به آن ارجاع می‌دهم (اردبیلی ۱۴۰۰). اما با این وصف، مقاله صنعت فرهنگ [سازی]، در مقام خلفِ راستین نیچه و هگل، برگی تازه در تاریخ نقد فرهنگ گشود و خود را به مثابه مانیفستی علیه خود فرهنگ عرضه داشت. به همین دلیل آنتونیو نگری با اشاره به نمونه‌های مختلف ایده «نقد فرهنگ»، مدلسازی آن را به همین مقاله از کتاب دیالکتیک روشنگری نسبت می‌دهد: «نقد فرهنگ موضوعی آشنا و تکرارشونده است. ... زمانی که در سال ۱۹۴۷، در پایان جنگ جهانی دوم، ماکس هورکهایمر و تئودور آدورنو دیالکتیک روشنگری را منتشر کردند، مدل انتقادی تازه‌ای صورت‌بندی شده بود» (Negri 2008: 63). در این معنا، «نقد فرهنگ» رویکردی انتقادی به فرهنگ (در معنایی عام) و لوازم و پیامدهای آن است که هدف خود را برملاسازیِ کارکردهای فریبکارانه و پنهان‌کارانه این فرهنگ می‌داند.

با توجه به مباحث مقدماتی طرح‌شده در فصل نخست، اکنون می‌توان به خودِ متن پرداخت. «صنعت فرهنگ‌سازی» یک مقاله تقریباً بلند است که بدون هیچ تئوربندی‌ای به نحوی متصل و پیوسته صورت‌بندی شده است. همان‌گونه که نشان داده شد، اسناد و شواهد محتوایی، معنایی و فیزیکی نشان می‌دهند که می‌توان آدورنو را نویسنده اصلی این متن دانست. نسخه‌های مختلفی از این متن

در دسترس است که ملاک ما فارغ از مباحث مناقشه‌برانگیز سندشناسی و نسخه‌شناسی، همان نسخه منتشرشده در ویراست دوم، یعنی سال ۱۹۶۹، است. بر این متن یک روند استدلالی متعارف و مشخص حاکم نیست، و همانگونه که اشاره شد، رتوریک متن مابین یک متن علمی جامعه‌شناختی، بیانیه سیاسی، نت‌نوشت‌های انتقادی، توصیه‌ها و تجویزات اخلاقی، مطالعات فرهنگی و مباحث فلسفی-متافیزیکی پیچیده در نوسان است. در نتیجه، می‌توان روایت‌های متعددی از استدلال کلی حاکم بر متن، اولویت‌های مفهومی یا نتایج عملی آن ارائه داد. متن حاضر به هیچ وجه خود را به عنوان یک تفسیر متعارف معرفی نمی‌کند و در نتیجه، مدعی پرتوافکندن به همه وجوه متن یا حتی پذیرش مسئولیت شرحی همه‌جانبه، یا حتی چندجانبه، از متن نیست. بلکه همانگونه که بارها اشاره شد، نگارنده این سطور از منظر پروبلماتیک خود، یعنی مسئله‌رهایی و امکان سوژکتیویته، به این متن می‌نگرد و می‌کوشد تا با موضعی همزمان قدرشناسانه-نقادانه با آن همراه شود و امکانات آن را استخراج یا خلق کند. با این وصف، تحلیل مندرج در این فصل از همان جایی شروع می‌شود که متن از آن می‌آغازد: یعنی فرهنگ یکسان‌ساز و بلعنده و هضم‌کننده سوژه. سپس در رفت و آمدی دائمی با خود متن (یا به بیان دقیق‌تر، منتخبی گزینشی از متن) خواهیم کوشید تا طرح استدلالی پیوسته‌ای از ابعاد مختلف این یکسان‌سازی ضدسوژه به دست دهیم.

بدین منظور فصل حاضر واجد دو بخش اصلی است: یکی، نیروهای بیرونی علیه سوژه؛ و دیگری نیروهای درونی علیه سوژه. بخش اول به محدودسازی و سرکوب

آشکارترِ سوژه از سوی نیروهای ظاهراً یکپارچه بیرونی، هم از طریق کارکردهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، و هم به ویژه از طریقِ کارکردهای فرهنگی و عقیدتی از قبیل ایده خوشبختی، ایمنی، سلامتی و امثال آن می‌پردازد و بخش دوم به ایجاد توهم تکینگی و سوژکتیویته از سوی همین نیروها با هدف فریب سوژه از طریق ایجاد توهماتی از قبیل آزادی انتخاب، خلق، تفکر، حتی مقاومت و امثال آن. در یک کلام (به بیانی آلتوسری و البته اغراق‌شده)، این نیروهای بیرونی با انواع مغزشویی‌ها سوژه را به این باور می‌رسانند که خودش در حال انتخاب و تصمیم‌گیری است، حال آنکه تصمیماتش طی فرایندی پیچیده و پنهان از سوی نیروهای بیرونی اتخاذ شده است: به نام سوژه، به کام فرهنگ. در انتهای فصل نیز برای توضیح چنین کارکردی، بحثی مستقل به مفهوم «تفريح» و «فراغت» اختصاص یافته است. با این وصف، به نظر می‌رسد در اینجا با نوعی انسداد رفع‌ناشدنی روبرو هستیم. از یک سو، نیروهایی که امکانات سوژه را محدود و سرکوب می‌کنند، و از سوی دیگر، سوژه‌ای که نه تنها در برابر فرهنگ منکوب شده است، بلکه حتی در درون خود نیز سرسپرده و بر ساخته است و هیچ راهی برای برون‌رفت متصور نیست. به همین دلیل است که ویلسون می‌نویسد، «تمرکز اصلی این فصل به این استدلال آدورنو معطوف است که صنعت فرهنگ هم محصولات خودش را از بین می‌برد و هم امکان هر گونه واکنش معنا دار به این محصولات از جانب مصرف‌کنندگان را» (Wilson 2007: 28). بنابراین، فصل حاضر در نهایت هدف خود را ترسیم همین انسداد تعیین کرده است و یافتن امکاناتی برای برون‌رفت از این کلیت بخشی یکسان‌ساز به فصل آخر، تحت عنوان

«امکانِ امید» موکول شده است. در نتیجه، با این تعبیر در ابتدای متن می‌آغازیم که «اینک فرهنگ یکسانی را به همه چیز سرایت داده است» (ص: ۲۰۹).

نیروهای بیرونی علیه سوژه: فرهنگ یکسان‌ساز

شاید نخستین واکنش مخاطب به تعبیر فوق‌الذکر از آدورنو نوعی تردید همراه با ناباوری باشد. واقعاً فرهنگ یکسان‌ساز است؟ مگر نه اینکه امروز، بیش از تمام دوران‌های تاریخ بشر، کثرت و تنوع بر کالاها، سبک‌های زندگی، پوشش‌ها، باورها، ابزارهای ارتباطی و غیره حاکم است؟ در نتیجه، «یکسان‌سازی» کمتر از هر دوران دیگری در تاریخ بشر، بر فرهنگ مصرفی تنوع‌گرا و مشتری‌محور امروز قابل اطلاق است. آیا آدورنو، و منتقدانی از این دست، از دیدن این سطح از کثرت ناتوان‌اند؟

گویی در اینجا شاهد نوع دیگری از تفکیک زیربنا و روبنا هستیم: دو سطح از مواجهه. کثرت و تنوع و تفاوت یک سطح را به تسخیر خود درآورده است، حال آنکه سطح زیرین در نوعی یکسانی به سر می‌برد. در یک کلام، علی‌رغم کثرت ظاهری در امکانات و انتخاب‌ها، این دقیقاً کارکرد اصلی نیروهای صنعت فرهنگ است که افراد را «در ذات، اینهمان سازند اگرچه در سطح، متفاوت‌اند» (Oberle 2018: 178). در این معنا، مسئله فقط بر سر تغییر معیارهای تحلیل و مشاهده است. حتی می‌شود باز هم فراتر رفت و نوعی رابطه‌ی علی میان این دو سطح برقرار ساخت. کثرت و تنوع در سطح نخست (سطح نمایش) جریان دارد دقیقاً با هدف پنهان‌سازیِ عدم کثرت و تنوع در سطح زیرین. به تعبیر خود آدورنو «برای هرکس

چیزی عرضه می‌شود تا هیچ کس قادر به گریز نباشد» (ص: ۲۱۴). در نتیجه، این خود تنوع است که اقدام به یکسان‌سازی می‌کند. برای درک این موضع باید بصیرتی داشت برای دیدنِ پشت هر چیز، پشت هر واژه، پشت هر حُقه. صنعت فرهنگ این پنهانکاری را با تغییر معنای واژه‌ها و تغییر دلالتِ نمادها انجام می‌دهد. واژه تنوع نام دیگری است برای یکسان‌سازی. واژه انتخاب نام دیگری است برای تحمیل. واژه آزادی نام دیگری است برای اسارت. واژه تفکر نام دیگری است برای جهل. و توده در این شبکه درهم‌تنیده نام‌ها و دلالت‌ها، ته‌مانده آگاهی و کنش انتقادی خود را مصرف می‌کند و از دست می‌دهد. شاید زمانی می‌شد از میل سوژه به رهایی سخن گفت. یعنی زمانی که افراد می‌کوشیدند تا با درک محدودیت‌ها و سرکوب‌ها از زندانِ پیش‌رویشان بگریزند یا دیوارها را بشکنند. شاید همان زمان می‌شد به راحتی این سخن را درباره آلمان نازی گفت یا امروز در خصوص نظام‌های استبدادی در شرق و غرب عالم. حال اگر گامی فراتر برداریم و از عاملیت نظام‌های سیاسی در سرکوب صرف نظر کنیم، تازه با سرکوب برآمده از خود جامعه مواجه می‌شویم. به تعبیر آدورنو، «احساس زندانی شدن در یک محیط کاملاً اجتماعی شده، درهم‌تنیده و تورمانند. هرچه این درهم‌تنیدگی فشرده‌تر باشد، فرد بیشتر می‌خواهد بگریزد. حال آنکه دقیقاً همین درهم‌تنیدگی است که هر گونه گریزی را ناممکن می‌سازد» (آدورنو ۱۴۰۰: ۲۴-۲۵). آنگاه که درمی‌یابیم عامل سرکوب و خفقان نه صرفاً یک نظام سیاسی «بد»، بلکه از یک سو، کل مکانیسم‌های اجتماعی و از سوی دیگر، خود مردم‌اند، سطح تحلیل را گامی به پیش برده‌ایم: به سطح خودِ فرهنگ. در واقع نه عواملی بیرونی یا مجزا،

بلکه خود جامعه است که عامل سرکوب است. «مفهوم جامعه فی نفسه از همان آغاز به جهت استفاده از زبانی که به تعبیر نخبه‌نماده و سازشکارانه «یکپارچه‌سازی» توسل می‌جوید، توان و قوه‌اش را از کف می‌دهد» (آدورنو ۱۳۸۷: ۲۱). این رویکرد نه استبداد، بلکه خود دموکراسی را به نقد می‌کشد. و اینجا ردپای نیچه قابل رویت است. به تعبیر تامسن،

با ذکر این نکته که ساختار و مضامین این کتاب [دیالکتیک روشنگری] تا حدود زیادی برگرفته از تبارشناسی اخلاق نیچه است، می‌توان قدم در مرور اجمالی آن نهاد. نیچه دموکراسی را مبتنی بر اصل برابری و کوششی در راه یکسان‌سازی آدمیان می‌دانست. به باور او دموکراسی تمایزاتی را که اساس فرهنگ است، از میان می‌برد. ... از طرفی خود برابری نیز ریشه در تجربه مبادله تجاری دارد. تاثیر این نگاه به خوبی در نگرانی‌های آدورنو در مقالات دهه ۱۹۳۰ و اوایل دهه ۱۹۴۰ مشهود است. (تامسن ۱۳۹۹: ۳۵-۳۶)

اما فهم موضع آدورنو نیازمند تحلیلی باز هم عمیق‌تر است. فرد چه یک ساختار سیاسی را در برابر خود ببیند چه یک جامعه سرکوبگر را، در نهایت می‌کوشد یا می‌خواهد تا خود را آزاد کند، حالا به هر طریقی یا با هر میزانی از موفقیت. اما اگر سرکوب چنان فراگیر باشد که فرد آن را حس نکند، و حتی آن را «آزادی» تلقی کند، چه؟ آنگاه بیماری چنان پیش رفته است که فرد حتی میلی به رهایی هم ندارد.

حتی فردیتی هم در کار نیست، یا به تعبیر آدورنو، «تلاش برای دستیابی به فردیت سرانجام جای خود را به تلاش برای تقلید داده است، که بی شک تلاشی نفس‌گیرتر است» (ص: ۲۶۸). در این معنا، اتفاقاً سرکوبگری فاشیستی از این حیث که دستکم میلی به رهایی در ذهن سوژه را حفظ می‌کند، کمتر سرکوبگر است؛ یا به تعبیر کروک، «رتوریک پروپاگاندای فاشیستی صرفاً نسخه‌ی کمترانسور شده‌ای است از رتوریک همه‌جا حاضرِ صنعت فرهنگ» (Crook 2002: 19). و چه بسا این نسخه‌ی کمترانسور شده، دقیقاً به دلیل همان خشونت و سرکوبگری عیان‌ش هنوز اندک جایی برای سوژکتیویته مبارز یا مقاوم باقی گذاشته باشد. در صنعت فرهنگ اما دقیقاً خود همین سوژکتیویته یا حتی «فردیت» از فرط استعمال و نمایش از دست می‌رود. «در قلب نقد آدورنو به رادیو، جاز، شوها و تمام انواع فرهنگ عامه‌پسند، چیزی هست که او و بسیاری از نویسندگان و هنرمندان مدرنیست هم‌نسل او آن را به منزله بحران «سوژه» و بحران «سوژکتیویته» در جهان مدرن می‌دانستند؛ یعنی برداشتی که میان روشنفکران معاصر رواج یافته، و بر اساس آن سوژکتیویته به نحوی فزاینده از سوی ماشین‌آلاتِ قدرقدرتِ جامعه «به تمامی سرپرستی شده» در خود فروبرده و بلعیده شده است» (Witkin 2003: 6). این همان است که آدورنو در برابر فردیت حقیقی‌تر، «شبه‌فردیت» (ص: ۲۶۶) می‌نامد. در نتیجه، باید این تفکیک را در کل متن مد نظر قرار داد: شبه‌فردیت به جای فردیت، شبه‌سوژه به جای سوژه، شبه‌آزادی به جای آزادی، شبه‌انتخاب به جای انتخاب، شبه‌خوشبختی به جای خوشبختی. ساختنِ این «شبه»ها و جازدنشان به جای مفهوم اصلی، مهمترین و

البته کارآمدترین کارکرد صنعت فرهنگ است. این عمل در سوی عکس آن نیز انجام می‌شود. یعنی اطلاق واژگان دارای بار معنایی مثبت به رویدادهای دهشتناک. باوند با نظر به همین واقعیت است که می‌نویسد،

واژه‌ها بیش از پیش از سوی صنعت فرهنگ به نحوی
طلسم‌گون استعمال می‌شوند. با اطلاق بی‌وقفه اصطلاحات
دارای حسن تعبیر به پدیده‌های حقیقتاً دهشتناک - یک نمونه
بدنام در زمانه ما می‌تواند استفاده از تعبیر «آسیب جانی»
برای ارجاع به تلفات غیرنظامی باشد - مجریان، سیاستمداران
و سایر نمایندگان فرهنگ غالب به نحوی موثر واقعیت را با
واژگانی که برای بازنمایی آن به کار می‌روند، خلط می‌کنند.

(Bounds 2011: 54)

در چنین وضعیتی چه جایی برای تلاش و رهایی؟ مگر نه اینکه خود آزادی اکنون تحقق یافته است؟ این احساس تحقق اتوپیا البته در دو وجه تشدید می‌شود: از یک سو، برای مردمان خود این جامعه که احساس آزادی و انتخاب و حق تعیین سرنوشت دارند و هم، از سوی دیگر، از سوی مردمان جوامع دیگر که به لحاظ اقتصادی یا سیاسی همچنان در نوعی سرکوب برهنه‌تر به سر می‌برند و مثلاً ایالات متحده را اتوپای سیاسی و اقتصادی و فرهنگی خود می‌دانند و ناتوان و سرخورده از تغییر شرایط اجتماعی خویش می‌کوشند تا از جامعه خود به دنیای آزاد بگریزند - کاری که خود آدورنو و هورکهایمر هم به نحوی آن را انجام داده بودند. اینجا با

نوعی شبه‌اتوپیا روبرو هستیم که خود را برای مردمان خود و دیگر نقاط جهان به مثابه اتوپای راستین جا می‌زند (البته عجالتاً به این حقیقت ناامیدکننده نمی‌پردازیم که هر اتوپایی در واقع نوعی شبه‌اتوپیاست). جامعه‌ای ظاهراً بدون یک حاکم مقتدر سرکوبگر، بدون طبقه، حتی بدون شبان. آدورنو با اشاره به تعبیر نیچه می‌نویسد، «(رمة‌داری در کار نیست و رمة یکدست است)». نوعی جامعه کاذب بی طبقه. جامعه خود را در راهی می‌یابد که شبیه جامعه بی طبقه کامل است اما در واقعیت درست متضاد با آن است» (آدورنو ۱۳۹۶: ۳۵).

نتیجه نه تنها سرکوب سوژه، بلکه از دست رفتن خود سوژکتیویته است. و این باعث می‌شود سوژه حتی پیش از آنکه وارد میدان نبرد شود، شکست خورده باشد. این دلیل اصلی موفقیت صنعت فرهنگ است، موفقیتی که امروز حتی از زمان نگارش مقاله «صنعت فرهنگ» آشکارتر است. «جنگ علیه همان دشمنی به راه می‌افتد که از قبل شکست خورده است، همان سوژه متفکر» (ص: ۲۵۷). با تفاسیر فوق، اکنون تا حدی مراد آدورنو از فرهنگ یکسان‌ساز تبیین شده است. اکنون می‌توان به نمونه بارز این یکسان‌سازی پرداخت: آرمان خوشبختی.

بی‌آنکه بخواهیم وارد بحث پرمناقشه و بی‌پایان معنا یا تعریف «خوشبختی» شویم، می‌توانیم به رابطه صنعت فرهنگ و خوشبختی بپردازیم. نکته اینجاست که به زعم آدورنو، صنعت فرهنگ بی‌آنکه خوشبخت کند، مخاطب را دچار توهم خوشبختی می‌کند. اما چگونه ممکن است که فردی که خوشبخت نیست احساس خوشبختی کند؟ آیا خود این ادعا نیز یکی از مصادیق رویکرد بدبینانه

نخبه‌گرایانه آدورنو نیست؟ مگر نه اینکه خوشبخت کسی است که احساس خوشبختی می‌کند؟ آیا آدورنو می‌کوشد تا معیار خاص خود از خوشبختی را به جامعه تحمیل کند؟ اجازه دهید مثالی بزنم. یکی از بهترین نمونه‌های این کارکرد، که آدورنو هم به آن اشاره می‌کند، خنده است. تصور رایج این است که خنده محصول احساسی خوش است. به بیان دیگر آن کس که می‌خندد، دستکم در همان لحظه، از فرط خوشی و شادی می‌خندد. حال اگر این معادله عملاً معکوس شود چه؟ به بیان دیگر، فرد شاد نیست، اما می‌خندد تا به شادی دست یابد، چرا که خنده را نشانه شادی می‌داند. ابزارهای خنده‌آور - مانند جک‌ها، فیلم‌های کمدی و لوده‌بازی و غیره - اتفاقاً در اوج ناشادی یک فرهنگ رواج می‌یابند. نمونه صدای خنده روی برخی فیلم‌ها و سریال‌ها و به ویژه شوهای تلویزیونی بیش از همه برملاکننده این حقیقت است. در یک شوی تلویزیونی مجری لطیفه‌ای تعریف می‌کند و بلافاصله صدای خنده حضار - که می‌دانیم اکثراً ضبط شده و دستکاری شده‌اند - پخش می‌شود و خنده‌ای بر لبان بیننده می‌نشیند. بیننده واقعا نمی‌داند خنده‌اش تا چه حدی معلول لطیفه است و تا چه حدی معلول همراهی ناخودآگاهش با احساس عمومی جماعت. همچنین احساس تماشاگر بعد از پایان یک فیلم کمدی چیست؟ او با فراموش کردن تمام مشکلات و گرفتاری‌هایش تا سر حد مرگ خندیده است. اما بعد از سینما، او بلافاصله به جهان واقعی بازمی‌گردد. شاید حتی ناامیدتر و مستاصل‌تر از قبل. خنده در این معنا رهایی‌بخش یا شادی‌آفرین نیست، بلکه در طی زمان فرد را ناامیدتر می‌سازد. او در زمان خندیدن از فرط ناآگاهی سرخوشانه احساس شادی و خوشبختی

داشته، اما می‌توان دریافت که چنین فریبی به خوشبختی منجر نمی‌شود. این همان است که آدورنو «کلک زدن به خوشبختی» می‌نامد.

این صنعتِ خنده را به ابزاری برای کلک زدن به خوشبختی بدل می‌کند. خنده با لحظه‌های خوشبختی بیگانه است؛ فقط اپراهای سَبک و اینک فیلم‌ها هستند که تجربهٔ جنسی را همراه با خنده‌های کشدار به تصویر می‌کشند. ... در جامعهٔ کاذب، خنده نوعی بیماری در تنِ خوشبختی است و آن را به درونِ کلیتِ بی‌ارزشِ جامعه فرومی‌کشاند. خندیدن در مورد چیزی همواره به معنای خندیدن به [ریش] آن است... این جمع خندان تقلیل مسخره‌ای از انسانیت است. ... هماهنگی آنان فقط کاریکاتوری از همبستگی است. نکتهٔ خبیث اما شیطانی در مورد این خندهٔ بد آن است که این خنده تقلیدی مسخره اما گیرا از بهترین چیز است: آشتی. (ص: ۲۴۳)

این را می‌توان سطحِ نخستِ نسبتِ صنعتِ فرهنگ و خوشبختی دانست: استفاده از ترفندها و حقه‌هایی برای شادسازی و خوشبخت‌پنداریِ صوریِ افراد. اما سطحی دیگر نیز وجود دارد که در آن، صنعتِ فرهنگ صرفاً با پنهان ساختنِ حقیقت و ممانعت از مواجههٔ فرد با فلاکت خویش عمل نمی‌کند، بلکه خود معنای خوشبختی را به نحوی تغییر می‌دهد که افراد فلاکت‌شان را خوشبختی تلقی کنند. اینجا صنعتِ فرهنگ سوئهٔ دیگر خود را نشان می‌دهد، سوئه‌ای که

همواره سعی در پنهان ساختنش دارد: صنعت فرهنگ در مقام ایدئولوژی. از این حیث صنعت فرهنگ یک ایدئولوژی تمام عیار اما پنهان است. به طور کلی، «زندگی در عصر سرمایه‌داری متاخر نوعی آیین تشریف دائمی است» (ص: ۲۶۴). در این معنا، صنعت فرهنگ نیز نوعی دین است، با این تفاوت که باورمندان یک دین متعارف، می‌دانند به چه باور دارند، متن مقدسشان چیست، مناسکشان چیست و الی آخر. اما سرپرندگان صنعت فرهنگ، نمی‌دانند که منشاء باورشان این صنعت است، و حتی عمدتاً نمی‌دانند که به چه باور دارند. فردریک جیمسون با اشاره به همین وجه از صنعت فرهنگ می‌نویسد،

آنچه در عرضه‌داشت‌های صنعت فرهنگ نااصیل است، نه پس‌مانده‌های تجربه در بطن آنها، بلکه ایدئولوژی خوشبختی‌ای است که همزمان تجسم می‌بخشند: یعنی این مفهوم که لذت یا شادی («سرگرمی» ترکیب جعلی این دو است) پیشاپیش وجود دارد و برای مصرف در دسترس است.

(Jameson 1990: 147)

انسان‌ها خود را خوشبخت می‌پندارند، نه به این دلیل که به آرمان خوشبختی‌شان دست یافته‌اند (چراکه آنها دائماً سرشار از احساس سرخوردگی‌اند)، نه به این دلیل که دائماً احساس شادی دارند (احساسی که حتی محصولات هزارویک‌رنگ صنعت فرهنگ، از قرص‌های شادی‌زا و افزایش‌دهنده میل جنسی تا سرگرمی‌ها و تفریحات متنوع نیز نمی‌توانند آن را به طور مستمر برایشان به ارمغان آورند)، بلکه

به این دلیل خود را خوشبخت می‌پندارند که به آنها گفته شده که خوشبخت‌اند: یا دقیق‌تر، به آنها فرمان داده شده که باید خوشبخت باشند (یادآور سخنان انگیزشی صبحگاهی مجریان رادیو و تلویزیون). حتی فراتر از آن، آنها به این دلیل خود را خوشبخت می‌پندارند که صنعت فرهنگ، دقیقاً نتیجه حاصل از تجربه محصولات خودش را به عنوان تعریف یا مصداق خوشبختی جا زده و جا انداخته است. در این فرایند فریب توده‌ای یک عامل بسیار موثر و تعیین‌کننده است که در اواخر فصل، بحثی مستقل را بدان اختصاص خواهیم داد: تبلیغات. مسئله اصلی اینجاست که این فرایند را دیگر نمی‌توان صرفاً نیروهای بیرونی علیه سوژه نامید، به نحوی که گویی نیروهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی برهنه‌ای وجود دارند (آنگونه که مثلاً در آلمان نازی مشهود بودند) که آزادی عمل و خواست سوژه را محدود و سرکوب می‌کنند، بلکه مسئله درونی شدن این سرکوب است: یعنی در یک کلام، بدل شدن خود سرکوبگری و خودفریبی به خواست و حتی آرمان سوژه. در نتیجه، اینجا نه صرفاً فرهنگ یا اقتصاد، بلکه خود سوژه است که علیه سوژکتیویته، آزادی و رهایی خودش عمل می‌کند.

نیروهای درونی علیه سوژه

این بحث مانند تفاوتی است که در نوع فریبکاری و سرکوبگری میان دو دولت دموکرات و استبدادی وجود دارد. در دولت استبدادی شرّ به ظاهر مشخص است، حکومت علیه خواست بخشی (چه اقلیت چه اکثریت) از مردم عمل می‌کند و این تقابل، تقابلی آشکار و ملموس است. مردم تصور می‌کنند که عامل فلاکت یا ناخرسندی خود را می‌شناسند، دولت هم بر اساس اولویت‌های خود و مناسبات

قدرت عمل می‌کند. اما در بستری دموکراتیک مسئله آنقدرها روشن نیست. مردم حق انتخاب دارند، اما نظام اقتصادی و فرهنگی حاکم تنظیم و مدیریت رفتار مردم را نه از بالا و نه نحوی سرکوبگرانه، بلکه از درونِ خودم مردم و با مدیریتِ خودِ خواست و میل افراد انجام می‌دهد. آدورنو دقیقاً با تجربه هر دو، در میانه این دو رویکرد ایستاده است. از یک سو، او از آلمان فاشیستی گریخته است و به عنوان یک یهودی تبار حد اعلای تهدید و سرکوبگری را تجربه کرده است. از سوی دیگر، او در امریکایی زندگی می‌کند که بارزترین نمونه این شکل از درونی‌سازی مدیریت از طریق تبلیغات و رسانه‌های دست‌اندرکار در آن مانند رادیو، تلویزیون، سینما و ... است. آنچه در بخش قبلی «فرهنگ یکسان‌ساز» نامیدیم، در حقیقت از طریق همان درونی‌سازی و تلقین ایده‌ها و قواعد نانوشته، اما موثر، در اذهان افراد انجام می‌پذیرد: دموکراسی در مقام تلقین همگانی دستورالعمل‌ها، تعیین پنهان سلیقه‌ها و در یک کلام، نوعی هیپنوتیزم همگانی.

فرهنگ امتیازاتش را به صورتی دموکراتیک میان همه توزیع می‌کند. به لطف آتش‌بسی ایدئولوژیکی، سازشگری مصرف‌کنندگان، همچون وقاحت تولیدکنندگانی که با پول آنها سر پا می‌مانند، به هیچ رو موجب عذاب وجدان نمی‌شود. هر دو طرف خود را با بازتولید امر همواره یکسان راضی می‌کنند.

(ص: ۲۳۲)

همانگونه که آدورنو اشاره می‌کند، دیگر عذاب وجدانی هم در کار نیست. در یک نظام استبدادی بسیاری از عاملان رژیم، هرچند به دلیل منافع شخصی با سرکوبگری نظام همراهی می‌کنند، اما دستکم سطحی از عذاب وجدان را تجربه می‌کنند. اما در بستر صنعت فرهنگ، تن دادن به گفتمان حاکم، بلعیدن تبلیغات و آموزه‌های نمایش داده شده و همراهی و همکاری با این سیستم حتی اندک عذاب وجدانی نیز ایجاد نمی‌کند، بلکه حتی باعث افتخار و اعتبار است، دقیقاً به دلیل درونی شدن آموزه‌ها و نیز کرخ شدن سوژه از طریق قسمی نشنگی ذهنی افراد حاصل از تبلیغات فرهنگی. در نتیجه، در اذهان ملاکی مستقل و موجه برای ارزیابی محصولات صنعت فرهنگ وجود ندارد، بلکه خود این محصولات به ملاک و معنا بدل می‌شوند. به تعبیر شرت،

در جامعه مدرن این محصولات صنعت فرهنگ است که بر معنای بنیادی پیشی می‌گیرند، در نتیجه، همین محصولات‌اند که مسئول ایجاد توهم‌اند. آنچه ما در اینجا به عنوان فانتزی توصیف می‌کنیم، تنها نیمی از درگیری غریزی سوژه با واقعیت را بازنمایی می‌کند. غرایز ناظر بر اگو شدیداً رشد یافته‌اند و قویاً با واقعیت درگیر شده‌اند: سوژه روشنگری نوعی افزایش همواره دورانی تحت کنترل را تجربه می‌کند. آدورنو نشان می‌دهد که این امر در افزایش قدرت تکنولوژیک الگووار فرهنگ روشنگری آشکار است. (Sherratt 2002: 84)

با این وصف، اینجا مسئلهٔ مقابله، مقاومت و یا حتی هویت فرد در مقابل یک نظام بیرونی نیست، بلکه مسئله از دست رفتن خود فردیت است. اگر خصائصی از قبیل اراده، میل، انتخاب، سلیقه و ذائقه را در بر ساختن و هویت‌یابی فرد اساسی بدانیم، هیچ کدام از اینها به یک معنا، دیگر در اختیار فرد نیست، و در نتیجه، «فرد»، حتی پیش از انتخابش از دست رفته است. از این منظر، «اصل فردیت از آغاز متناقض بود. تفرّد هرگز به واقع حاصل نشده است» (ص: ۲۶۶)، زیرا «هرکس باید، به نحوی ظاهراً خودانگیخته، بر طبق همان «سطحی» [از ذوق و سلیقه] رفتار کند که از قبل تعیین و شاخص‌گذاری شده است» (ص: ۲۱۴). آدورنو همچنین در مقاله «فتیشیسم در موسیقی و واپس‌روی شنیدن» که مدتی پیش از «صنعت فرهنگ» منتشر شد و دربردارندهٔ رئوس ایدهٔ صنعت فرهنگ است، به صراحت می‌نویسد،

چشم پوشیدن از فردیت، که خود را با آنچه همواره موفق است منطبق می‌سازد، و انجام دادن هر آنچه همه انجام می‌دهند از این واقعیت بنیادین نشأت می‌گیرد که تولید استانداردشدهٔ محصولات مصرفی کم‌وبیش همان چیز را به همگان عرضه می‌کند. اما ضرورت تجاری مستور کردن این هم‌شکلی به دستکاری در ذائقه و بخشیدن ظاهری فردی به فرهنگ رایج می‌انجامد که این امر ضرورتاً متناسب با حذف فرد رشد می‌کند. (آدورنو ۱۳۹۷: ۳۱)

ما در ادامه این فصل به سه وجه اصلی این فریب‌کاری درونی و مدیریت رفتار و تصمیم افراد از سرمنشاء درونی آنها خواهیم پرداخت: ۱. آزادی و انتخاب؛ ۲. خلق و فکر؛ و ۳. خواست لذت.

توهم آزادی و انتخاب: وارونگی عرضه و تقاضا

شاید بتوان ادعا کرد که این بحث یکی از پردامنه‌ترین و پرتکرارترین مباحث در مقاله صنعت فرهنگ است. این مقاله از جهات مختلف به کارکردهای مختلف صنعت فرهنگ برای قربانی کردن پنهانی و نامحسوس آزادی سوژه به پای توهم آزادی و انتخاب (شبه‌آزادی) پرداخته است. «این مسئله مثل رفتار زندانی‌ای است که سلول خود را دوست دارد چون برایش چیز دیگری برای دوست داشتن به جا نگذاشته‌اند» (آدورنو ۱۳۹۷: ۳۱). اما آنچه باعث می‌شود که این آزادی احساس شده عمومی را شبه‌آزادی بنامیم، نه صرفاً نقدهای فرهنگی و اجتماعی، بلکه نتایج انضمامی و عینی یکسان آن است (منتج شدن مشکوک کثرتی از امکانات به وحدت و مشابهت در تصمیم‌گیری‌ها) که خود شاهدی است بر مدعای اینکه این آزادی در حق انتخاب، عملاً به چیزی جز انتخاب «همان» منجر نمی‌شود.

امروزه همگان آزادند تا برقصند و کیف کنند، درست همانطور که، از زمان خنثی شدن تاریخی دین، آزاد بوده‌اند تا به هر یک از کیش‌ها و فرقه‌های بیشمار موجود بپیوندند. اما آزادی انتخاب یک ایدئولوژی، که همواره بازتاب جبر و زور اقتصادی

است، در همه جا چیزی از آب در نمی آید جز آزادی انتخاب
آنچه همواره یکسان است. (ص ف: ۲۸۵)

اما شاید نخستین انتقادی که به ذهن مخاطب برسد این است که واقعاً نتیجه این انتخاب‌ها همواره یکسان نیست. چگونه آدورنو، آن هم در سرزمین فوران گوناگونی محصولات، یعنی ایالات متحده، این کثرت عظیم محصولات فرهنگی و تنوع آنها را مشاهده نمی‌کند و مدعی انتخاب یکسان و همان است؟ آیا واقعاً آدورنو چیزی با این بداهت را از قلم انداخته است و کل تحلیلش را بر این خطای محاسباتی و ضعف بینایی استوار کرده است؟ بنابراین، نقدی که عمدتاً به موضع آدورنو مطرح می‌شود این است که در ترسیم این یکسانی اغراق می‌کند. به بیان دیگر، مگر می‌توان این کثرت نامتناهی رنگ‌ها و فرم‌ها و ابزارها و سبک‌ها را یکی دانست؟ برای مثال، کروک می‌نویسد، «نقد مهمی که بر رویکرد آدورنو به صنعت فرهنگ و تاثیراتش وارد است، این است که این رویکرد بیش از حد بر گرایش‌های انحصارطلبانه و نیز بر همگونی محصولاتش تاکید می‌کند» (Crook 2002: 34). پاسخی که می‌توان به چنین انتقاداتی داد، این است که در اینجا همگونی نه در سطح، بلکه در اعماق شیوع دارد: تنوع در ظواهر نمایشی است برای پنهان کردن حقیقت کلی. به بیان دیگر، این کثرت رنگ‌ها و فرم‌ها و ابزارها و سبک‌ها در حقیقت نمایشی است برای پنهان کردن آن یکسانی و همگونی نهفته در عمق زیست افراد. «تنوع و تباین این پدیده‌ها ظواهر آن ظاهر اجتماعاً سازمان‌یافته‌ای هستند که خود باید در حقیقت کلی‌اش بازشناخته شود» (دُبور ۱۳۸۲: ۵۹). حتی خود آزادی و حق انتخاب برگزیدن یکی از بسیار، شیوه‌ای است برای پنهان

کردنِ این حقیقت که تمام انتخاب‌ها در سطح و ظواهر، نتیجه‌ای یکسان در ژرفنا دارد. در یک کلام، خود همین کثرت، از قضا، شبه‌کثرت است و در نتیجه، یکسانیِ نهفته در ژرفنای تصمیم افراد را پنهان می‌سازد. در اوج کثرت انتخاب چندانی وجود ندارد. به تعبیر آدورنو، «برای مصرف‌کننده چیزی باقی نمی‌ماند تا به طبقه‌بندیِ آن پردازد، زیرا طبقه‌بندی از قبل توسط شمایسم تولید انجام یافته است» (ص: ۲۱۶). مسئله این است که این کثرت و تنوع در حقیقت تنوعی حقیقی نیست. واقعاً تفاوتی ماهوی بین محصولات رنگارنگِ شرکت‌های متعدد وجود ندارد. اجازه دهید مثالی امروزی‌تر بزنیم. امروز تفاوتی ماهوی میان انواع و اقسام تلفن‌های همراه وجود ندارد. تقریباً تمام گوشی‌های هوشمند، کارهای اصلی‌ای که امروز برای یک تلفن همراه تعریف شده است را انجام می‌دهند. تفاوت‌ها صرفاً در سطح ظاهر، یا نحوه کارکرد، یا چینش و اولویت‌بندی خدمات و امثالهم و البته خلق یک نظام طبقاتی تناظر میان قیمت محصول و ارزش آن است. خود آدورنو مثال‌هایی مشابه را از زمانه خویش اخذ می‌کند:

ماهیت شاکله‌سازِ این روش زمانی آشکار می‌شود که درمی‌یابیم همه محصولاتِی که به صورت مکانیکی از هم تفکیک شده‌اند سر آخر یکسان و همانند از کار درمی‌آیند. این نکته که تفاوت میان طیف محصولاتِ کارخانه کرایسلر و فرآورده‌های جنرال‌موتورز اساساً امری موهوم است برای هر کودکی که از این تنوع و تفاوت کیف می‌کند، معلوم و بدیهی است. آن مواردی که عشاق و خبرگان اتوموبیل تحت عنوان

نکات مثبت و منفی مورد بحث قرار می‌دهند، فقط به درد این کار می‌خورند که نمایش رقابت و تنوع در گزینش را جاودانه تداوم بخشند. همین امر در مورد محصولات برادران وارنر و متروگلدن مایر نیز صدق می‌کند. (ص: ۲۱۴)

در نتیجه، نه تنها خود این کثرت نوعی شبه کثرت است، بلکه لازمه تحقق آن یکسانی و تحمیل نامحسوسش به خلق الله است. به بیان دیگر، مردم به راحتی از مصرف محصولات یکسان دلزده می‌شوند، پس باید همان محصول یکسان را به نحوی به مردم قالب کرد که آن را متفاوت بپندارند. زیرا «مردم به نیازهای کاذبی که به خورد آنها می‌دهند پی می‌برند و از همین روست که صنعت فرهنگ ناچار است به منظور تولید یا ارضای نیازهای جدید آنها مدام تحول یابد» (تامسن ۱۳۹۹: ۱۰۵). بدین طریق، با شیوه عرضه‌داشت محصولات به ظاهر متنوع، اما عملاً یکسان، آزادی و انتخاب پیشاپیش از بین رفته است. البته این کارکرد واجد سوئه پنهانی دیگری نیز هست و آن تعیین خود سلیقه مخاطبان است. به بیان دیگر، مخاطبان که با وعده خوشبختی رام شده‌اند، باید تنها در چهارچوب بسته‌ای که به نام تنوع به خوردشان داده می‌شود باقی بمانند و از آن فراتر نروند. اینجا نوعی وارونگی رخ می‌دهد و به جای شعار مشتری‌محوری (عرضه مبتنی بر تقاضا) که به نظام سرمایه‌داری منتسب است، عملاً با تعیین سلیقه مخاطب و تلقین خواست و میل به او از طریق راه‌های مختلف (از ایدئولوژی گرفته تا تبلیغات، از اتکا به حجیت علم گرفته تا دین)، این عرضه است که تقاضا را برمی‌سازد. به تعبیر آدورنو،

نکته مهم، این ضرورتِ ذاتیِ سیستم است که هرگز نباید خفتِ مصرف‌کننده را رها کرد و رخصت داد تا حتی برای لحظه‌ای دچار این سوءظن شود که مقاومتِ امکان‌پذیر است. اصل اساسی چنین حکم می‌کند که باید به او نشان داد که همه نیازهایش به دستِ صنعتِ فرهنگ‌سازی رفع‌شدنی است، و از سوی دیگر، آن نیازها باید چنان از قبل تعیین شده باشند که وی از طریق نیازهایش خودش را به منزله همان مصرف‌کننده ابدی، یا ابژه صنعتِ فرهنگ‌سازی تجربه کند. (ص:ف: ۲۴۵).

او همچنین در اخلاقِ صغیر همین نکته را به نحوی دیگر بیان می‌کند:

صنعتِ فرهنگ پرهیزکارانه ادعا می‌کند که در مسیری در حرکت است که مشتریان تعیین می‌کنند و آن چیزی را به آنها عرضه می‌کند که آنها تقاضا می‌کنند. ... [اما] صنعتِ فرهنگ بیش از آنکه از واکنش‌های مشتریان تبعیت کند، آنها را جعل می‌کند. این صنعت تمایلاتِ مشتریان را در ذهنشان حک می‌کند، آن هم با این ترفند که به نحوی رفتار می‌کند که گویی خودش یک مشتری است. (Adorno 2006: 200-201)

در نتیجه در اینجا نمی‌توان در معنای متداول از نوعی نظام عرضه و تقاضا سخن گفت. چرا که تقاضا اصلاً واجد نوعی استقلال یا خودانگیختگی نیست. «این ادعا که چنین کاری به قصد ارضای آرزوهای خودانگیخته عموم مردم صورت گرفته است چیزی جز حرف مفت نیست» (ص: ۲۱۳). پس عرضه و تقاضا البته با یکدیگر متناسب‌اند، نه به این معنا که عرضه بر اساس تقاضا انجام می‌گیرد، نه حتی صرفاً به این معنا که عرضه از طریق به‌کارگیری برخی ترفندهای تبلیغاتی، بر سازنده تقاضای خودش است، بلکه حتی فراتر، نوعی اینهمانی پیشینی منطقی - البته بر اساس منطق خود سیستم - میان عرضه و تقاضا وجود دارد. در نتیجه ادعای رایج مشتری‌مداری سرمایه‌داری به طور عام و صنعت فرهنگ به طور خاص، یا این شعار که «ما هر آنچه را که مردم می‌خواهند در اختیارشان می‌گذاریم»، فریبکارانه است. نه تنها به این دلیل که خود این صنعت میل و خواست مردم را جهت‌دهی می‌کند، بلکه به این دلیل نیز که مدعی است نوعی معیار یا ارزش یا اصالت برای «میل یا خواست مردم» قائل است که اصلاً وجود ندارد. چراکه به تعبیر آدورنو، «استعدادها مدت‌ها پیش از آنکه صنعت فرهنگ‌سازی آنان را به نمایش گذارد به این صنعت تعلق دارند؛ در غیر این صورت برای جافتادن در آن چنین حریص و مشتاق نمی‌بودند. نگرش عموم مردم، که صریحاً و عملاً هوادار نظام صنعت فرهنگ است، خود بخشی از این نظام است، نه عذر موجهی برای آن» (ص: ۲۱۲).

می‌توان نکات فوق را بدین طریق جمع‌بندی کرد که صنعت فرهنگ، اولاً کثرتی مصنوعی و کاذب را به مخاطبانش نشان می‌دهد تا بتواند توهم انتخاب را حفظ کند

و ثانیاً به طرق مختلف خود خواست و اراده آنها را مدیریت و جهت‌دهی می‌کند: در نتیجه، دیگر سوژه حتی دارای «قصد»ی از آن خویش نیست. «فقدان قصدیت در خدمت مقاصد دیکته‌شده از سوی بازار. قصد سرانجام در هیئت تقاضا برای سرگرمی و استراحت، قلمرو فقدان قصدیت را در خود جذب و ادغام کرده است» (ص: ۲۷۱). حال اگر گامی فراتر برداریم، مسئله آگاهی افراد قابل طرح می‌شود. خب روشن است که هر چه آگاهی افزایش یابد، امکان فریب خوردن نیز کمتر می‌شود. در نتیجه، صنعت فرهنگ همواره می‌کوشد تا سطح آگاهی افراد را پایین نگاه دارد. «بنابراین می‌توان ادعا کرد که صنعت فرهنگ و مصرف‌کنندگان کاملاً با یکدیگر متناسب‌اند. اما از آنجا که در این میان صنعت فرهنگ تام‌وتمام شده است، ... جای تردید وجود دارد که میان صنعت فرهنگ و آگاهی مصرف‌کنندگان نوعی موازنه مطلقاً همطراز ایجاد شده باشد» (Adorno 2005: 174). آگاهی صنعت فرهنگ نسبت معکوس با آگاهی مصرف‌کنندگان دارد. این البته سخن تازه‌ای نیست. اما با این وصف، اکنون می‌توان به نکته مهم دیگری اشاره کرد.

آیا با توجه به آنچه تاکنون دریافته‌ایم، از نظر آدورنو، مردم - حالا به هر نامی: مصرف‌کننده، شهروند، مشتری و غیره- صرفاً توده‌بی‌شکلی از قربانیانی ساده‌لوح نیستند؟ آیا بدین طریق می‌توان تقصیر را از دوش توده برداشت و به یک نهاد اقتصادی و فرهنگی مخوف و پنهان نسبت داد؟ آیا تغییر نام این مقاله از «فرهنگ توده‌ای» به «صنعت فرهنگ» نیز گامی در همین راستا نبوده است؟ پس تقصیر خود سوژه مصرف‌کننده کجاست؟ آدورنو البته این وجه از نقد فرهنگ را نادیده

نمی‌گیرد: یعنی نقد توده. یکی از دلایل اتهام نخبه‌گرایی به او نیز ناشی از اتخاذ همین موضع است. هرچند در مقاله «صنعت فرهنگ» نوک پیکان حملات به قسمی نهاد اقتصادی و فرهنگی معطوف است، اما گهگاه حق مطلب در مورد خود افراد نیز ادا می‌شود و آدورنو با لحنی نیچه‌ای از عشق خود توده به فریب خوردن سخن می‌گوید:

امروزه نیز توده‌های فریب‌خورده حتی بیش از افراد موفق مسحور اسطوره موفقیت‌اند. آنان نیز آرزوهای خاص خود را دارند. آنان، بی‌هیچ تزلزلی، دقیقاً بر حفظ همان ایدئولوژی‌ای اصرار می‌ورزند که موجب بندگی‌شان است. عشقِ شوم عوام‌الناس عادی نسبت به ستمی که بر ایشان روا می‌شود حتی از مکر و زیرکی مقامات و مراجع قدرت نیز فراتر می‌رود.
(ص: ۲۳۱)

در نتیجه، نمی‌توان آدورنو را متهم کرد که سهم افراد در شکل‌گیری وضعیت فعلی را نادیده می‌گیرد. او همزمان که نظام اقتصادی، سیاسی و فرهنگی صنعت فرهنگ را نقد می‌کند، توده‌ها را نیز از تیغ نقدهای خود مصون نمی‌گذارد. اما اگر نگاهی به فضای فرهنگی بیافکنیم، آیا با تعداد بسیار زیادی از رویکردهای انتقادی، مبارزات سیاسی و فرهنگی، اعتراضات، مقاومت‌ها و نبردها روبرو نمی‌شویم؟ همچنین آیا در مقابل هنر توده‌ای، مبتذل و میان‌مایه، ما نمونه‌هایی از فرهنگ والا (موسیقی فاخر، سینمای معناگرا، ادبیات مفهومی و امثالهم) را شاهد نیستیم؟ آیا

اینها همه و همه راه‌هایی موجود برای برون‌رفت از وضعیت و دفاع از انتخاب و آزادی سوژه نیست؟ به نظر می‌رسد پاسخ به این سوال مثبت باشد، اما آنچنان که از آدورنو - این متفکر بدبین - انتظار می‌رود، پاسخ او منفی است. تمام بدیل‌های وضعیت، بخشی از خود وضعیت و ترفندی برای بقای آن‌اند و در نهایت تبلوری دیگر از همان شبه‌انتخاب‌ها هستند:

هر آن کس که مقاومت می‌ورزد فقط می‌تواند با جا افتادن [در سیستم] بقای خویش را تضمین کند. کافی است انحراف او از هنجار رایجِ صنعت فرهنگ‌سازی به رسمیت شناخته شود، آنگاه وی همان قدر به این صنعت تعلق خواهد داشت که هوادارِ اصلاحاتِ ارضی به نظام سرمایه‌داری. (ص: ۲۲۸)

در این معنا حتی آوانگاردترین و فاخرترین و والاترین مدعیان فرهنگ و هنر، دقیقاً به همان اندازه فرهنگ مبتذل توده‌ای، بخشی از وضعیت صنعت فرهنگ‌اند. این اوج بدبینی آدورنو است که مفسران و متفکران مختلفی بدان واکنش نشان داده‌اند. این انسداد را می‌کتیش با ایجازِ تمام، چنین صورتبندی می‌کند: «آینده فرهنگِ والا: تاریک، و آینده فرهنگ توده: تاریک‌تر» (Miktisch 2006: 4). در این معنا، این بدیل‌ها و تفاوت‌ها، دقیقاً مشابه کثرت و تنوع کاذب خود محصولات، چیزی نیستند جز شبه‌بدیل‌ها و البته در نهایت محصولاتی تازه و آوانگارد که احتمالاً به زودی به کالاهایی پرسودتر و پرطرفدارتر بدل می‌شوند. در این معنا، این کثرت بدیل‌ها به زعم آدورنو، حتی چه بسا از بی‌بدیلی و یکدست بودنِ عیان هنر و

فرهنگ در گذشته، سرکوب‌کننده‌تر و مبتذل‌تر باشد. «پیش از آن، هنرمندان نیز، همچون کانت و هیوم، نامه‌های خود را چنین امضاء می‌کردند: «چاکر مطیع و دستبوس شما»، و در همان حال پایه‌های تخت شاهی و محراب کلیسا را سست می‌کردند. امروزه آنان سران حکومت را با نام اول‌شان مورد خطاب قرار می‌دهند، و با این وصف، در هر گونه انگیزه و فعالیت هنری مطیع و تابع اربابان بی‌سواد خویش‌اند» (ص: ۲۳۰). یا جایی دیگر در همین متن می‌نویسد،

بی‌شرمی این پرسش سخنورانه که «خود مردم چه می‌خواهند؟» از این واقعیت ناشی می‌شود که خطاب آن به همان مردمان و اذهانی است که این پرسش مشخصاً قصد محو ذهنیت آنها را دارد. حتی در آن مواقعی که افکار عمومی علیه صنعت لذت‌سازی عصیان می‌کند، همان بی‌رمقی و ضعفی را از خود نشان می‌دهد که این صنعت به نحوی در آن تعبیه کرده است. با این حال مطیع نگه داشتن مردم در این وضع بسیار دشوار شده است. پیشرفت حماقت نباید از پیشرفت همزمان هوش عقب بیفتد. (ص: ۲۴۹-۲۵۰)

اما پرسش دقیق و به‌جایی که در اینجا به ذهن متبادر می‌شود، این است که اگر افراد از پیش در چنین فضایی تولد و پرورش یافته‌اند، اگر تمام آنچه از آن تغذیه کرده‌اند محصولات هدفمند صنعت فرهنگ بوده، اگر هر آنچه آموخته یا باور کرده‌اند چیزی جز دستورالعمل‌ها و آموزه‌های مورد تایید صنعت فرهنگ نبوده،

پس اصلاً چگونه مردم امکان برون‌رفت از این وضعیت، یا حتی آگاهی به آن را داشته‌اند؟ پاسخ این پرسش البته موضوع فصل بعد است. اما پیش از آن - و نیز برای پاسخ به آن - لازم است به وجه دیگر توهّمات سوژه بپردازیم. چنانچه مشاهده کردیم، حتی خود تخطی نیز نوعی تصدیق به حساب می‌آید. «این‌گونه کارها در مقام بی‌ادبی حساب شده، در خدمت تایید هرچه مشتاقانه‌تر اعتبار نظام عمل می‌کنند» (ص: ۲۲۳). چرا که خود سیستم بستری برای بروز آن فراهم می‌کند و برخلاف تصور موجود، چنین سیستمی به نحوی دیالکتیکی با هر تخطی یا حتی چهارچوب‌شکنی بیشتر تقویت می‌شود. در فصل بعدی به امکان نوعی کش رهایی‌بخش خواهیم پرداخت، اما دستکم تا اینجا موضع آدورنو بسیار بدبینانه است. نه تنها راهی واقعی برای برون‌رفت وجود ندارد، نه تنها هر تلاشی علیه سیستم خود به بخشی از قدرت سیستم بدل می‌شود، بلکه حتی امکان تخیل و خلق جهانی دیگر ناممکن به نظر می‌رسد.

توهم خلق و تفکر: مغزشویی عمومی

آنگاه که تمام راه‌ها مسدود است، آنگاه که سوژه حتی آزادی و قدرت انتخاب خود را از دست داده است، آنگاه که صنعت فرهنگ کل ارکان حیات عمومی و خصوصی فرد را بلعیده است، چه می‌توان کرد؟ سوژه چگونه می‌تواند از خود دفاع کند؟ قاعداً سوژه باید به نقد این وضعیت بپردازد و امکاناتی برای برون‌رفت بیابد یا حتی بسازد. اما نکته اینجاست که حتی پیش از پاسخ به این سوال، باید پرسید که آیا سوژه واقعاً حتی می‌تواند فکر کند؟ آیا می‌تواند چیزی را بیرون از مناسبات صنعت فرهنگ خلق کند و حتی اصلاً می‌تواند وضعیتی دیگر را

«تصور» کند؟ مسئله این است که به واسطه درونی سازی قواعد و معیارهای صنعت فرهنگ، سوژه حتی در تفکرش، در شیوه تخیلش، حتی در مقاومت و انتقادش، سرایا در فضای صنعت فرهنگ تنفس می کند و از آن تغذیه می کند. به بیان دیگر، حتی «امکانات منفرد و انزوایافته مقاومت که در بطن نظام اجتماعی بسط یافته اند، خود در دستان صنعت فرهنگ جای دارند که به لطف آن، حتی قابلیت تخیل اینکه جهان ممکن است به نحوی انضمامی متفاوت باشد، به شدت فلج شده و از کار افتاده است» (Müller-Doohm 2005: 446).

این وضعیت البته نه تصادفی، بلکه نتیجه ذاتی شیوه کارکرد بهینه شده صنعت فرهنگ در سرمایه داری متاخر است. چنانچه مشاهده کردیم صنعت فرهنگ به جای سرکوب برهنه مطالبات و خواسته ها، از طریق نوعی مغزشویی مطالبات را «مدیریت» می کند. آدورنو نیز با اشاره به همین مدیریت و مغزشویی می نویسد، «حاصل کار همان مغزشویی و نیازهای جعلی منتسب به قبل است که در متن آن وحدت سیستم هر روز قوی تر و مستحکم تر می شود» (ص: ۲۱۱). اینجا دو نکته قابل طرح است، نخست اینکه این مکانیسم مغزشویی چگونه عمل می کند؟ دوم اینکه چگونه می توان بر آن فائق آمد؟ پاسخ به پرسش دوم موضوع فصل بعد است، اما تا جایی که به پرسش نخست ارتباط دارد، می توان نشان داد که برخلاف شعارها و دعاوی رایج درباره ارزش فکر و تخیل، صنعت فرهنگ آشکارا و عامدانه در راستای تضعیف خلاقیت و قدرت تفکر اذهان عمل می کند. محصولات صنعت فرهنگ دقیقاً مانند قرص یا داروهایی عمل می کنند که به مرور ذهنیت اجتماعی را تضعیف، سلاط و دغدغه ها را سطحی و در نهایت قوه رادیکال فکر

و خیال را کنترل و مدیریت می‌کند. در نتیجه، اگر بخواهیم از تصویر خیالی و پارانوئیک کنترل اذهان از سوی هیولایی مخوف فاصله بگیریم، می‌توان نشان داد که خود محصولات همه‌جاحاضر صنعت فرهنگ - از تلویزیون گرفته تا رادیو، تا هنر، تا بیلبوردهای تبلیغاتی، تا محتوای آموزشی مدارس و الی آخر - عامل مشهود این تاثیرگذاری‌اند. به تعبیر آدورنو، «این محصولات چنان طراحی شده‌اند که فهم رسای آنها ... عملاً متضمن منع تفکر است» (ص: ۲۲۰). اما فراتر از این کلی‌گویی‌ها، می‌توان به مکانیسمی توجه کرد که این محصولات از طریق آن تخیل و تفکر را تضعیف می‌کنند.

برای مثال، نسخه سینمایی یک داستان را با نسخه ادبی آن مقایسه کنید. آیا نمی‌توان ادعا کرد که سینما تخیل مخاطب را محدودتر کرده است. بخش زیادی از آنچه در یک اثر ادبی مسکوت گذاشته می‌شود تا مخاطب خود به تنهایی آن را بسازد، در فیلم سینمایی از سوی کارگردان تعیین و مشخص می‌شود. هرچند شاید فضای سینما خیالی‌تر از متن ادبی به نظر برسد، اما این وجه خیالی باری است که از دوش تخیل مخاطب برداشته شده و به فرم سینمایی تفویض شده است. این روند تبل‌سازی مخاطب البته امروز به مراتب گسترده‌تر از دورانی است که مقاله صنعت فرهنگ به نگارش درآمد. آدورنو بحثی مشابه را درباره تمایز فیلم صامت و ناطق مطرح می‌کند:

فیلم ناطق، به شیوه‌ای قدرتمندانه‌تر از تئاتر توهّم، هیچ جایی برای تخیل یا تأمل بازیگوشانه از سوی تماشاگر باقی

نمی‌گذارد. ... پژمردنِ خودانگیختگی و تخیل در مصرف‌کنندهٔ امروزی فرهنگ لزوماً در این یا آن مکانیسم روانی ریشه ندارد؛ او باید فلج شدنِ این قوا را به ظاهرِ عینیِ خودِ محصولات نسبت دهد، به ویژه شاخص‌ترین آنها، یعنی همان فیلم ناطق. (ص: ۲۱۹-۲۲۰)

بنابراین آدورنو برای محصولات کارکردی موثر و مخرب قائل است. در نتیجه، خود استفاده از این محصولات منجر به تضعیف و سرسپردگی بیشتر سوژه می‌شود. این نکته‌ای بسیار مهم به ویژه در مقابل این ادعای رایج است که «من می‌توانم در عین استفاده از محصولات، موضع انتقادی و تفکراتم را حفظ کنم». این ادعا همانقدر مضحک است که معتادی که هر روز فلان مادهٔ مخدر را استعمال می‌کند، بگوید من البته معتاد نیستم و می‌توانم کاملاً میلم به استعمال را کنترل کنم. آن هم در مقابل سیستمی که محصولات را با دقت بسیار، با بالاترین سطح تکنولوژی، با آخرین ترفندهای تجاری، روانشناختی و عقیدتی، با پیشرفته‌ترین تکنیک‌های تبلیغاتی، تولید و توزیع می‌کند. در نتیجه، برای افزایش کارآمدی این محصولات - یعنی کاهش توان خلاقه و تفکر سوژه‌ها - بیشترین و ظریف‌ترین ملاحظات در نظر گرفته شده است. آنها به تعبیر آدورنو، «کاملاً مراقب‌اند که بازتولید سادهٔ این وضعیت ذهنی به هیچ وجه به رشد و گسترش ذهن منجر نشود» (ص: ۲۲۱).

با این وصف، و نیز با توجه به مباحث پیشین، روشن می‌شود که هرگونه بدیل‌سازی در برابر این محصولات، خود به بخشی دیگر از همین محصولات بدل می‌شود. خلق هر محصول تازه، بدیع و خلاقانه، خلق هر اثر هنری فاخر یا انتقادی، خود باعث جذاب‌تر شدن صنعت فرهنگ و تنوع کاذب محصولات آن می‌شود. به همین دلیل است که آدورنو به شیوه ساده‌لوحانه رایج از نوعی هنر اصیل در مقابل هنر مبتذل دفاع نمی‌کند. «تاکید آدورنو بر زوال هنر خودآیین و هنر مردمی به دست صنعت فرهنگ بدین معناست که چه در پایین و چه در بالا نمی‌توان فضایی اصیل یا طبیعی یافت که در آن موسیقی بر اساس ارزش مصرفی آن به کار رود، نه بر اساس ارزش مبادله‌ای» (تامسن ۱۳۹۹: ۱۰۹). در یک کلام، هر محصولی، ولو فاخر، انتقادی و اصیل، یک «محصول» و در نتیجه بخشی از مکانیسم صنعت فرهنگ است. در این معنا صنعت فرهنگ نه تنها تخیل را تضعیف و کور می‌کند، بلکه حتی پس‌مانده رادیکال این تخیل را نه سرکوب، بلکه مصادره می‌کند. گویی صنعت فرهنگ هیچ سوراخ یا حفره‌ای، ولو کوچک، را بیرون از خود باقی نمی‌گذارد. از بلبوردهای پرزرق‌وبرق عظیم در اتوبان‌ها تا اعماق میل سوژه‌ها، همه و همه، از سوی یک وضعیت دربرگیرنده همه جا حاضر اشغال شده‌اند. حتی اخباری که به یک سوژه به اصطلاح مبارز می‌رسد، محصول صنعت فرهنگ و در نتیجه، استعمال داری آن است. بحث اصلاً بر سر ساختگی یا واقعی بودن اخبار نیست، بحث حتی بر سر حقیقت و دروغ هم نیست، چرا که به تعبیر آدورنو در اخلاق صغیر، «چیزها به منصه ظهور رسیده‌اند آنجا که دروغ به حقیقت شبیه شده و حقیقت به دروغ. هر گفته‌ای، هر تکه‌ای از اخبار، هر اندیشه‌ای پیشاپیش

از سوی مراکز صنعت فرهنگ شکل گرفته است» (Adorno 2006: 108). در نتیجه، همان قدر که ابژه از دست رفته سوژه هم از دست رفته است. همان قدر که دگرآئینی به سرسپردگی دچار است، خودآئینی هم بدان دچار است. در نتیجه، آخرین پایگاه مقاومت در برابر ایدئولوژی صنعت فرهنگ، یعنی خودآئینی سوژه نیز پیشاپیش از دست رفته است. از همین روست که پدیسون می نویسد، «اثر موسیقایی خودآئین دارای معنایی ایدئولوژیک است: با توجه به خصلت کالایی هر شکلی از هنر امروز در نتیجه تأثیرات صنعت فرهنگ، خودآئینی اثر [هنری] توهمی بیش نیست» (Paddison 2004: 211). این امر نه صرفاً مربوط به زندگی روزمره و محصولات مرتبط با آن، نه صرفاً مربوط به آثار هنری یا فرهنگی، بلکه با تمام ساحات زیست سوژه، حتی شهود حسی، فهم و عقلانیت در ارتباط است.

آدورنو در مقاله «مقدمه ای بر تلویزیون»، حتی به تفاوت اندازه اشیا در جهان واقعی و تلویزیون اشاره می کند و نشان می دهد که سوژه بعد از تلویزیون دیگر نمی تواند اشیا را در اندازه واقعی خودشان مشاهده کند. چرا که «منتزع شدن از اندازه واقعی پدیده، درک آن نه دیگر از حیث طبیعی بلکه از حیث زیبایی شناختی، دقیقاً نیازمند همان قابلیت والایشی است که دیگر بنا نیست در مخاطب صنعت فرهنگ وجود داشته باشد و از سوی خود صنعت فرهنگ تضعیف شده است» (Adorno 2005: 51).

نخستین راهکاری که به نظر می‌رسد افشا کردن خود همین فریبکاری و ریشه‌های نهفته در پس آن است. این راهکار کلاسیک که اکثراً تحت عنوان «آگاه‌سازی» از آن نام برده می‌شود، می‌تواند تنها امید ناامیدان باشد. آنگاه که تمام راه‌ها مسدود است و تمام کارها خود بخشی از ترفند وضعیت حاکم، تنها شاید بتوان با خود افشای این وضعیت، حاکمیت سلطه را تضعیف کرد و راهی دیگر گشود. حتی به نظر می‌رسد، خود آدورنو نیز چنین رسالتی را برای خود معین کرده است. آنگاه که یک جامعه یا فرد در نوعی سرخوشی و آرامش افیون‌وار است، آیا پراندن چرتش و مواجه ساختنش با وضعیت فلاکت‌بار، راهی برای برون‌رفت به دست نمی‌دهد؟ آدورنو البته امیدوار است: «آنچه از حیث حسانی خوشایند است، به محض آنکه معلوم شود تا چه حد صرفاً در خدمت فریب دادن مصرف‌کنندگان است، یکباره منجرکننده می‌شود. فریب در اینجا عبارت است از عرضه همان چیز همیشگی» (آدورنو ۱۳۹۷: ۴۹-۵۰). اما نکته اینجا است که آنگاه که همه چیز از دست رفته، به فرض اینکه سوژه اصلاً چنین انزجاری را تجربه کند، چه تضمینی - یا حتی امکانی - وجود دارد که این انزجار منجر به کنشی انتقادی به کلیت وضعیت شود؟ فراموش نکنیم که به تعبیر شرت، «از آنجا که این لذت «سوژه» را از واقعیت منقطع می‌کند، مصرف‌کنندگان محصولات صنعت فرهنگ محکومند به یک وضعیت اولیه بدوی» (Sherratt 2002: 84). در نتیجه، نفی این لذت سرخوشی‌آور منجر به رشد آگاهی انتقادی نمی‌شود، چه رسد به خلق وضعیتی تازه. همانگونه که آگاه ساختن یک معتاد از وضعیت فلاکت‌بارش لزوماً به رهایی او منجر نمی‌شود. خود آدورنو در گفتگوش با هورکهایمر می‌گوید، «اگر به پدرم

گفته بودم که فرهنگ توده‌ای کاذب و ناراست است، به من می‌گفت: اما من از آن لذت می‌برم. چشم‌پوشی از اتوپیا یعنی به نحوی به نفع چیزی تصمیم گرفتن، حتی اگر خوب بدانم که این چیز کلاهبرداری است. ریشه مشکل این است» (آدورنو و هورکهایمر ۱۳۹۶: ۴۸).

مواجهه با این حقیقت تلخ، می‌تواند ما را با بدبینانه‌ترین وجوه اندیشه آدورنو آشنا سازد. در یک کلام، نه تنها ابژکتیویته فرهنگی، اجتماعی و سیاسی از دست رفته است، نه تنها سوژکتیویته اخلاقی از دست رفته است، بلکه حتی ساحات مرتبط با تخیل و تفکر، یعنی زیبایی‌شناسی، معرفت‌شناسی و حتی هستی‌شناسی نیز از دست رفته است و فراتر از همه این‌ها، حتی اگر آگاهی یا تخیل بدیلی هم خلق شود، یا خود به کالایی دیگر برای تحکیم وضع موجود بدل می‌شود یا در غیر اینصورت، به دلیل فقدان توان و انگیزه و امید حقیقی افراد، عامدانه فراموش شده و مسکوت گذاشته می‌شود. آیا در این وانفسای هولناک می‌توان اصلاً امکانی برای رهایی یافت؟ پیش از پاسخ به این پرسش، باید به سراغ آخرین قطعه از پازل این فصل برویم و از این طریق مرزی جدی میان انتقاد آدورنو از وضعیت و رویکرد مارکسیستی مبارزاتی غالب در برابر سرمایه‌داری ترسیم کنیم.

علیه آرمان فراغت: سرگرم شدن تا مرگ

کارل مارکس زمانی در گروندریسه نوشته بود، «نجات زمان کار برابر است با افزایش زمان آزاد (فراغت)، یعنی زمانی برای رشد و توسعه کامل فرد» (Marx 1993: 711). او در ادامه می‌نویسد، «زمان آزاد - که هم زمان بطلالت است و

هم زمان فعالیت‌های والا - طبیعتاً دارنده خود را به سوژه‌ای متفاوت بدل می‌سازد» (Ibid: 712). او همچنین در جایی دیگر می‌نویسد، «انسانی که فاقد زمان آزاد است، به استثنای وقفه‌های مادی که برای غذا و خواب می‌گذرد، مانند حیوانی بارکش است که کل زندگی و کارش را برای سرمایه‌دار هدر می‌دهد» (مارکس ۱۳۸۴: ۲۱۲). می‌توان نشان داد که بخش اعظم تلاش‌های مارکس برای ایجاد برابری طبقاتی، صریحاً یا تلویحاً، در راستای بهبود شرایط کار کارگر، افزایش دستمزد او، رفع یا کاهش فاصله طبقاتی و ارتقا دادن او از صرف کارگر به موجودی آزاد بود. در این راستا آرمان اوقات فراغت بسیار کلیدی به شمار می‌رفت. افزایش زمان فراغت کارگر، باعث می‌شد او چیزی بیشتر از «حیوانی بارکش» باشد که از جهان‌ش و کارش بیگانه است و فقط کار می‌کند تا بتواند بخورد، بخوابد و زنده بماند تا باز هم بتواند کار کند. مارکس تصور می‌کرد افزایش زمان فراغت و بهبود زندگی و شرایط اقتصادی و فرهنگی کارگران می‌تواند منجر به افزایش آگاهی طبقاتی و در نتیجه، حرکت به سوی آرمان‌شهر بی طبقه باشد.

اما در سرمایه‌داری متاخر ماجرا به کلی متفاوت است و صنعت فرهنگ عملکردی به مراتب پیچیده‌تر دارد. بخش اعظم کارگران به آرمان ۸ ساعت کار، ۸ ساعت استراحت و ۸ ساعت فراغت دست یافته‌اند، اما در نتیجه آن، آگاهی طبقاتی افزایش نیافت و نه تنها گامی به سوی سوسیالیسم برداشته نشد، بلکه عملاً این سرمایه‌داری بود که با همدستی صنعت فرهنگ روزبه‌روز تقویت شد تا در اواخر قرن بساط سوسیالیسم «واقعاً موجودا» را برچیند. مسئله اینجاست که گویی فراغت نیز از پیش اشغال شده است. به تعبیر آدورنو، «آدمیان در اوقات فراغت

خویش هم باید در جهت وحدت تولید حرکت کنند» (ص: ۲۱۶). این وجهی بود که به نظر می‌رسد مارکس از آن غافل مانده یا آن را دستکم گرفته بود: یعنی «سرگرمی». اینجا است که نقدهای روانشناختی یا روانکاوانه به رویکرد مارکسی وارد می‌شود، زیرا او ماهیت میل را صرفاً به رابطه دیالکتیکی انسان، کار و تولید فروکاست و از کارکرد خود «میل به وانهادن آگاهی و لذت بردن» غافل ماند. به بیان دیگر، اینجا همدستی‌ای وجود دارد میان نوعی صنعت مبتنی بر مناسبات اقتصادی و پولی (سودمحور) و میل فرد (یا توده) به سرگرم شدن. هرچند «درک این نکته بسیار مهم است که منظور آدورنو از «صنعت فرهنگ»، «صنعت سرگرمی» نیست، و نقدهای او بر صنعت فرهنگ نیز صرفاً محدود به این گلابه نیست که صنعت فرهنگ، هنر خودآیین را در کام خود فروبرده است» (تامسن ۱۳۹۹: ۱۰۰)، اما سرگرم‌سازی یکی از کارکردهای اصلی صنعت فرهنگ است. فروکاستن این ماجرا به یک طبقه اجتماعی یا اقتصادی خاص، یا منویات و اهداف شوم چند کارتل اقتصادی، غفلت از بستر اصلی آن، یعنی میل خود توده است. سرگرمی همواره علیه آگاهی عمل می‌کند. به تعبیر آدورنو، «سرگرمی مشوق همان حس درماندگی و تسلیمی است که می‌کوشد تا از طریق سرگرمی خود را فراموش کند» (ص: ۲۴۵). ایده سرگرمی در اینجا چیزی بیش از مفهومی حاشیه‌ای است، بلکه اسم رمز و عامل بقا و فراگیری سرمایه‌داری متاخر است. صنعت فرهنگ همچنین با بی‌اهمیت جلوه دادن سرگرمی، آن را از اینکه به درستی هدف اصلی حملات نقادانه قرار گیرد، مصون ساخته و خود را بیمه کرده است. به همین دلیل آدورنو در مقاله «تلویزیون در مقام ایدئولوژی» می‌نویسد، «صنعت فرهنگ

به وسیله این ایده که هیچ کدام از مخلوقاتش جدی نیستند، و نیز اینکه هر چیزی صرفاً فروختنی و سرگرمی است، ابداً پریشان نمی‌شود. مدتها قبل صنعت فرهنگ این ایده را به بخشی از ایدئولوژی خودش بدل ساخت» (Adorno 2005: 68).

سرگرمی همچنین این امکان را فراهم می‌کند که چنانکه پیش‌تر اشاره شد، اموری ظاهراً متفاوت، کارکردی یکسان بیابند. به بیان دیگر، در برنامه‌های تلویزیونی، که اساساً هدف سرگرم‌سازی دارند (مگر در مواردی که کارکردی ظاهراً ایدئولوژیک یا سیاسی پیدا می‌کنند که یا باید کارکردشان را بسیار هوشمندانه پشت ترفندهای سرگرم‌سازی پنهان کنند، یا در غیر این صورت مخاطب سرگرم نمی‌شود و یک برنامه تلویزیونی شکست می‌خورد)، می‌توان مشاهده کرد که چگونه موضوعاتی مطلقاً بی‌ربط کنار یکدیگر می‌نشینند. این کارکرد اصلی سرگرم‌سازی است. تنها با این سطح از معناداری است که می‌توان همه چیز را کنار یکدیگر قرار داد و از قضا مخاطبانی را هم داشت که نه به صورت انتخابی، بلکه تمام این مجموعه بی‌ربط را با همان ترتیب ارائه‌شده مصرف می‌کنند. آدورنو در مقاله دیگری اشاره می‌کند،

با خنثی‌سازیِ تقلیل‌گرایانه کلی هر چیز فکری و روحانی (معنوی) به سطح فرهنگ صرف، در طول صد و پنجاه سال اخیر، تناقض میان دین و حیانی و دانش دیگر چندان احساس نمی‌شود - بلکه هر دو دوشادوش یکدیگر صرفاً به منزله شعباتی از صنعت فرهنگ وجود دارند. آنها مشابه عناوین و

سرفصل‌های مجلات پشت سر یکدیگر می‌آیند: «پزشکی»،

«رادیو»، «دین» و (Adorno 2005: 140-141)

اجازه دهید برای ذکر نمونه‌ای ملموس، تنها به ۱۲ ساعت از جدول پخش برنامه‌های شبکه سوم سیمای جمهوری اسلامی ایران در ۹ فروردین ۱۴۰۱ توجه کنیم:

ساعت ۴:۴۴ - ضیافت دوست زنده (مشهد مقدس /

مناجات خوانی سحرگاهی در حرم مطهر امام رضا)

ساعت ۵:۳۵ - مناجات شعبانیه (قرائت مناجات شعبانیه)

ساعت ۶:۰۱ - زلال سخن (صفات امام حسین (علیه السلام)

با سخنرانی حجت الاسلام والمسلمین دکتر ناصر رفیعی)

ساعت ۶:۴۴ - شوخی شوخی (نمایش عروسکی در قالب طنز)

ساعت ۷:۱۶ - سریال تلویزیونی پلاک ۱۳ (موضوع: هوشنگ

خاطرخواه مادر تجربی‌ها می‌شود)

ساعت ۸:۰۰ - زوجی نو (مسابقه‌ای با حضور زوج‌های جوان)

ساعت ۹:۳۰ - آگهی تبلیغاتی

ساعت ۹:۳۷ - سریال تلویزیونی نجلا ۲ (موضوع: عبد همچنان

کابوس زندان را می‌بیند)

ساعت ۱۰:۳۷ - آگهی تبلیغاتی

ساعت ۱۰:۴۴ - مسابقه عصر جدید (استعدادیابی ایرانی و محلی با توجه به مسائل ملی)

ساعت ۱۲:۵۶ - یادش به‌خیر (بیان خاطرات نوروز سال‌های گذشته و گفتگو با گلریز)

ساعت ۱۳:۰۲ - تلاوت قرآن

ساعت ۱۳:۲۰ - سمت خدا (کارشناس: حجت الاسلام والمسلمین قرائتی)

ساعت ۱۴:۰۸ - آگهی تبلیغاتی

ساعت ۱۴:۲۰ - سریال تلویزیونِ نجلا ۲ (موضوع: عبد همچنان کابوس زندان را می‌بیند)

ساعت ۱۵:۱۴ - تیزر بینهایت شو

ساعت ۱۵:۲۳ - فوتبال برتر (آرم شروع و مجری)

ساعت ۱۵:۳۸ - آگهی قبل از فوتبال

ساعت ۱۶:۰۰ - فوتبال برتر (نیمه اول فوتبال)

ساعت ۱۶:۴۸ - آگهی بین دو نیمه فوتبال^۱

^۱ برگرفته از جدول پخش برنامه‌های شبکه سوم صداوسیما جمهوری اسلامی ایران (tv3.ir)

روشن است که آرمانِ خوش‌خیالانهٔ مارکسی فراغت با هدف آگاهی یا حتی ارتقای زندگی به فراغت با هدف سرگرمی بدل می‌شود. اینجاست که سرگرم شدن خود بدل به غایتِ زندگی می‌شود و این امر غلبهٔ نیهیلیسم زیستی و فرهنگی را به اوج می‌رساند. «سرگرم شدن خود به یک ایدئال بدل می‌شود و جای ارزش‌های والاتری را اشغال می‌کند که خودش تودهٔ مردم را از آنها عاری ساخته است» (ص: ۲۴۸). در این معنا، انسان کار می‌کند تا بتواند نیازهای اولیهٔ حیاتی‌اش (مانند خوراک، پوشاک و مسکن) را برآورده کند با این هدف که بتواند هرچه بیشتر سرگرم شود. اما سرگرمی در این سطح باقی نمی‌ماند و به تمام وجوه زندگی فرد تسری می‌یابد. او می‌کوشد (با همدستی صنعت فرهنگ) خود خواب و خوراک و پوشاک و خانه و حتی کار کردن را سرگرم‌کننده‌تر سازد.

در نظام سرمایه‌داریِ پسین، تفریح یعنی تداوم و استمرار کار، طلب آن مبین نوعی فرار از فرایند مکانیکی کار، و تجدید قوا به قصد کسب توانایی برای رویارویی مجدد با آن است. با این حال، مکانیکی شدن واجد چنان قدرت و تسلطی بر فراغت و شادی نهفته در آن است، و در نحوهٔ ساختِ کالاهای تفریحی چنان عمیقاً تعیین‌کننده است که تجاربِ کارگر در ساعات غیرکاری چیزی جز تصویرِ ثانویِ خود فرایند کار نیست. (ص: ۲۳۶)

در این معنا تفریح نیز ادامه و استمرار کار است، نه تنها به این معنا که فرد می‌کوشد با خودِ کارش سرگرم شود و رابطه‌ای صمیمانه‌تر با آن برقرار کند، بلکه حتی به این معنا که خودِ سرگرمی و تفریح نیز نوع دیگری از بازتولید کار است، هم در سطح مصرف محصولات کار، هم در سطح همسان‌سازی زیست فرد در مقام کارمند و مشتری. به تعبیر آدورنو، «صنعت به آدمیان صرفاً در مقام مشتریان و کارمندانش علاقه و توجه دارد، و در واقع کل نوع بشر و هر یک از احاد آن را به مرتبه این فرمول فراگیر تنزل داده است» (ص: ۲۵۳). یا به بیانی بسیار موجز می‌نویسد، «آنچه در آدمی رسوخ می‌کند توالی خودکار عملیات استاندارد شده است» (ص: ۲۳۶).

شاید این نقد به ذهن مخاطب برسد که آیا سرگرمی به هر شکلیش مورد انتقاد است. آیا چنین نقد رادیکالی نوع دیگری از زهدگرایی را ترویج نمی‌کند؟ این پرسشی بسیار مهم است که پاسخ به آن می‌تواند وجوه تازه و ژرف‌تری از مسئله را برملا کند. این به همان وجهی از اندیشه آدورنو مربوط است که به یک تعبیر، مارکس فاقد آن بود و ما در فصل نخست آن را ذیل ریشه‌های فرویدی آدورنو نشان دادیم. مسئله نه محتوای سرگرمی، بلکه کارکرد آن در نسبت با ماهیت میل است. اولویت بخشی به نقد سرگرمی، امکان فراروی ما از تقلیل‌گرایی‌های اکنومیسیتی، طبقاتی، هویت‌گرایانه یا حتی سیاسی را فراهم می‌آورد. امروز تفاوتی ندارد شما از چه نژاد، دین، جنسیت، رنگ، زبان، طبقه، کشور یا جامعه‌ای هستید، علی‌رغم تمام این تفاوت‌ها و نیز علی‌رغم تمام تفاوت‌ها در سلیقه و محتوا، میل به سرگرم شدن قاطع‌ترین و غالب‌ترین میل در جهان امروز است.

نکته اینجاست که سرگرم شدن هرچند از ارضای میل تغذیه می‌کند، اما با آن تفاوتی اساسی دارد. به همین دلیل است که نمی‌توان ارضا را استمرار بخشید، اما می‌توان ساعت‌ها، ماه‌ها، سال‌ها و بلکه تا آخر عمر سرگرم‌سازی را ادامه داد، بی‌آنکه فرد دچار سرخوردگی ناشی از ارضا یا عدم ارضای میل شود. چرا که سرگرمی چیزی را به سوژه نمی‌دهد جر وعده تحقق میل. «عرضه کردن چیزی به آنان و محروم ساختن‌شان از آن عملاً امری واحد است» (ص: ۲۴۴). در یک کلام، سرگرمی نه از ارضا، بلکه از به تعویق انداختن ارضا، یا همواره وعده دادن، تغذیه می‌کند.

صنعت فرهنگ‌سازی همواره مصرف‌کنندگان خود را در مورد آنچه دائماً وعده می‌دهد گول می‌زند. سررسید چک‌هایی که این صنعت، با نقشه‌ها و صحنه‌آرایی‌هایش از حساب لذت می‌کشد، پیوسته به تاخیر می‌افتد: وعده [دستیابی به لذت]، که کل نمایش عملاً در آن خلاصه می‌شود، با نخوت و به طور ضمنی به ما حالی می‌کند که چیز بیشتری در راه نیست و در مراسم شام باید به خواندن صورت غذا اکتفا کرد. (ص: ۲۴۱)

از همین روست که می‌توان ادعا کرد که پروسه سرگرم‌سازی، هرچند پایی در میل دارد و از آن تغذیه می‌کند، اما هزینه ارضا و نتایج حاصل از آن را نمی‌پردازد. همین امر می‌تواند سرگرمی را به امری ابدی بدل سازد: شاید حتی اصل اساسی

حاکم بر رفتار بشر - چنین بشری - تا لحظه مرگ. راجر واترز شاعر و ترانه‌سرای انگلیسی در آلبومی با عنوان «سرگرم شدن تا [سرحد] مرگ»، شعری دارد با همین عنوان درباره‌ی زمانی که پس از انقراض بشر افرادی بیرون از تمدن بشری به تحلیل و بررسی ماجرای تمدن انسان می‌پردازند:

[وقتی ما خاموش شدیم] و آنها سایه‌های ما را یافتند
که دورِ دستگاه‌های تلویزیون تلنبار شده بودند،
تمام نشانه‌ها را تحلیل کردند.
تمام آزمایش‌ها را تکرار کردند.
تمام داده‌های لیستشان را چک کردند.
و بعد،

انسان‌شناسان فضایی
پذیرفتند که هنوز گیج‌اند و سردرگم.
اما در نهایت، با حذف تمام دلایل ردشده‌ی دیگر
برای انقراض تاسف‌بار نوع بشر،
تنها توضیح باقیمانده را اعلام کردند:
این گونه جانوری،

خودش را تا سرحد مرگ سرگرم کرده است. (Waters)

(1998: 77-78)

تنها چنین رویکردی است که می‌تواند سرگرمی را از یک موضوع فرعی جامعه‌شناختی یا روان‌شناختی به یک رکن تمدنی-فرهنگی بدل سازد. این

رویکرد چنان رادیکال است که سطح نقد فرهنگ را با سطح تحلیل محتوای فرهنگی خلط نمی‌کند. به بیان دیگر در این سطح تفاوت چندانی بین سرگرم شدن با موسیقی فاخر و نازل وجود ندارد. تفاوتی بین سرگرم شدن با یک سریال آبکی تلویزیونی و مشاهده یک فیلم سینمایی برنده جوایز بزرگ بین‌المللی وجود ندارد. به بیان دیگر، در این سطح، سرگرمی، حالا هر چه که باشد، چیزی بیش از سرگرمی نیست. آدورنو در مقاله «فتیشیسم در موسیقی و واپس‌روی شنیدن»، در پاسخ به منتقدانی که می‌کوشند با طبقه‌بندی سرگرمی‌ها، از نوعی از سرگرمی دفاع کنند، می‌نویسد: «انگار اصلاً چیزی به نام سرگرمی خوب وجود دارد» (آدورنو ۱۳۹۷: ۲۱). او در مقاله «صنعت فرهنگ» نیز بارها بر این موضع پافشاری می‌کند که سرگرمی، با هر محتوایی، عملاً نوعی راه فرار است برای مواجهه با وضعیت ملال‌آور سوژه، و در نتیجه، ضد آگاهی و تفکر عمل می‌کند.

همه تفریحات و سرگرمی‌ها دچار این بیماری درمان‌ناپذیرند. سرگرمی در قالب ملال، سخت و جامد می‌شود، زیرا برای آنکه سرگرم‌کننده باقی بماند نباید مستلزم هیچ‌گونه تلاشی باشد، و از این رو به‌دقت در شیارها و مجاری مستعمل تداعی معانی جریان می‌یابد. بنا نیست تماشاگران هیچ‌گونه تفکری از خود داشته باشند: محصول تجویزکننده هر واکنشی است. (ص:ف: ۲۳۷)

حال پرسش این است که مگر سرگرمی واجد چه خصلتی است که می‌تواند به چنان محوری دست یابد. پیش از آن باید به این پرسش پاسخ داد که چه نیروهایی از سرگرمی سود می‌برند؟ اینجا می‌توان به همدستی نهادهای اقتصادی-فرهنگی و خود جامعه اشاره کرد. در وهله نخست روشن است که منافع اقتصادی و فرهنگی ای دست‌اندرکار است که این نهادها پروژه سرگرم‌سازی را در ابعاد گسترده توسعه دهند. از همین روست که صنعت فرهنگ به «همه حوزه‌های خلاقیت فکری به هدف واحد مشغول کردنِ حواس آدمیان از زمان ترک کارخانه به هنگام عصر تا زمانِ کارت زدن مجدد در صبح روز بعد» (ص: ۲۲۷) تسری می‌یابد. همانگونه که اشاره شد، این مهم تنها با سطحی از مغزشویی توده و بدل ساختن سرگرمی به یگانه غایت عمومی محقق خواهد شد. این همان است که آدورنو اجباری شدن سرگرمی می‌نامد. «جوش خوردن فرهنگ و سرگرمی که امروزه شاهد وقوع آن‌ایم، نه فقط از طریق انحطاط فرهنگ بلکه همچنین از طریق فکری شدن اجباری سرگرمی رخ می‌دهد» (ص: ۲۴۷).

اما با این همه، پس کارکرد میل فرد چه می‌شود؟ درست است که نهادهایی عظیم و مخوف با رنگ‌های متنوع، به شیوه‌های متفاوت و با اهداف مختلف، سعی در تحمیل توده و سرگرم‌سازی افراد دارند، درست است که هدف اصلی حمله آدورنو نهادهای اقتصادی و فرهنگی است و به همین دلیل نیز در عنوان مقاله «فرهنگ توده‌ای» به «صنعت فرهنگ» تغییر یافت، درست است که میل نیز بر ساخته عوامل بیرونی است، اما آیا هیچ نقدی نباید هیچگاه توده را هدف بگیرد؟ آیا این خود انسان نیست که کمرش را برای سواری دادن خم کرده است؟ آیا خواست

سرگرم شدن ریشه در ماهیت روانشناسانه خود میل ندارد؟ در این معناست که اتهام نخبه‌گرایی دربارهٔ آدورنو (یا به تعبیر فردریک جیمسون «نقدهای نخبه‌گرایانه آدورنو به صنعت فرهنگ» (Jameson 1990: 107)) مطرح می‌شود. هر شکلی از نقد مردم یا توده همواره در معرض چنین اتهامی است. خود این فرافکنی نیز محصول همدستی مشترک مردم و نهادهای مذکور است. اما اگر دریابیم که وقتی نیازهای به اصطلاح حیاتی برآورده شده‌اند (و حتی شاید بدون برآورده شدن آنها)، سوژه میل‌ورز عمدتاً نوعی میل درونی به سرگرمی در مقام پالایندهٔ عواطفش دارد، آنگاه بحث آدورنو از سطح سیاسی-مافیایی به سطح روانشناختی-اگزستانسیالیستی برگشیده می‌شود.

در این معنا، مشغولیات یا سرگرمی همان ترکیه یا پالایش (کاتارسیس) عواطف را تحقق می‌بخشد که ارسطو زمانی آن را به تراژدی نسبت می‌داد و مورتیمر آدلر اینک آن را مناسب فیلم‌های سینمایی می‌داند. صنعت فرهنگ‌سازی حقیقت‌را نه فقط دربارهٔ سبک بلکه همچنین دربارهٔ کاتارسیس بر ملا می‌کند. (ص: ۲۴۸)

همچنین از سوی دیگر، تبلیغات همواره می‌کوشند تا ما را قانع کنند که سرگرمی هرچند نوعی حواس‌پرتی است، اما هدفش پرت کردن حواس و ذهن فرد از اموری رنج‌آور است. در پاسخ به این رویکرد نخست می‌توان پرسید آیا انسان‌های سرگرم‌شده رنج نمی‌کشند؟ آیا همگی احساس خوشبختی و رضایت دارند؟ آیا

افراد پس از سر دادنِ مستمرِ خنده‌های از ته دل (که البته عملاً نه مستمر است، نه از ته دل و به همین دلیل متولیانِ مجبور شدند صدای خنده تماشاگر فرضی را روی تصاویر قرار دهند) پس از مشاهده یک سریال کمدی، واقعاً خود را شادتر می‌یابند یا برعکس، به واسطه بازگشت به دنیای ملال‌آور واقعی، سرخورده‌تر می‌شوند و بلافاصله می‌کوشند تا وقتشان را با سرگرمی دیگری پر کنند؟ علاوه بر این، اگر اندکی با خودمان صادق باشیم، آیا آن چیزی که با برچسب رنج‌آور یا ملال‌آور از آن می‌گیریم، چیزی جز خود زندگی‌مان و تجربه وجودی‌مان نیست؟ آیا در واقع آنچه همواره و به هر بهانه‌ای می‌کوشیم از آن بگریزیم خودمان نیستیم؟ آیا نهادهای سرگرم‌سازی، حالا با هر ترفندی، همین میل ما به فرار از مواجهه با خودمان را ارضا نمی‌کنند؟ به تعبیر آدورنو،

سرگرمی همیشه به معنای بیرون راندن مسایل از ذهن و فراموش کردن رنج است، حتی آنجا که رنج مشهود است. سرگرمی در اساس همان عجز و درماندگی است، نوعی گریختن، اما، نه آنطور که می‌گویند، گریز از واقعیتی بد، بلکه گریز از آخرین اندیشه مقاومت در برابر واقعیت. آن رهایی‌ای که سرگرمی وعده حصولش را می‌دهد رهایی از تفکر در مقام نفی است. (ص: ۲۴۹)

در این معنا اگر سرگرمی راهی برای گریز از رنج هم تصور شود، آن رنج دقیقاً همان پسمانده ارزشمند تجربه زیسته فرد است. اگر زیستن انسان ارزشی داشته

باشد - که امری پیشاپیش مسلم نیست - این ارزش تنها از مجرای این مواجهه و تحمل مسئولیت آن ممکن می‌شود. در غیر اینصورت، انسان چیزی نیست جز همان حیوان بارکشی که گاهی بارش را زمین می‌گذارد و سبکبار به جست‌وخیز می‌پردازد. اگر در شرایط فعلی، و در غلبه تمام‌عیار مصرف‌گرایی و سرگرمی در سیاره، روزی بتوان از امکان امید هم سخن گفت، تنها از رهگذر یافتن راه یا امکاناتی برای فراروی از چرخه میل و وادادگی انسان میسر خواهد بود.

فصل ۳. آدورنو و امید

چنانکه اشاره شد، آدورنو به بدبینی شهره است و یکی از مشهورترین اتهاماتی که درباره او مطرح می‌شود این است که او علی‌رغم رادیکال‌ترین نقدها علیه وضعیت موجود، از ارائه راهکار ناتوان است و عملاً به نوعی انفعال درمی‌غلطد. در این معنا، پرسشی که فصل حاضر بدان می‌پردازد این است که آیا علی‌رغم تمام وجوه سلبی و انتقادی در اندیشه آدورنو، می‌توان ایجاباً نوعی امید را در اندیشه وی، و به ویژه «مقاله صنعت فرهنگ» یافت؟ در این راستا، ما ابتدا باید به امکاناتی بپردازیم که آدورنو، علی‌رغم نقد همه چیز، در وضعیت تشخیص می‌دهد و باز می‌شناسد. این امکانات را با اغماض به دو دسته امکانات بیرونی (خود وضعیت، نظام سرمایه‌داری، صنعت فرهنگ، جهان پس از مرگ، خدا و غیره) و امکانات درونی (سوژه) تقسیم می‌کنیم. آنگاه شاید بتوان از امید نزد آدورنو سخن گفت.

امکانات بیرونی

تاکنون با ارجاعات متعدد به آثار خود آدورنو و مفسرانش، روشن شد که آدورنو یکی از شدیدترین منتقدان وضع موجود در کلیت آن است. او آنگاه که به نقد وضعیت می‌پردازد، بخشی از آن را ایدئالیزه نمی‌کند، بلکه نقدش را به تمامی و یکسره اعمال می‌کند. در همان نخستین عبارت از نخستین فصل دیالکتیک

روشن‌گری می‌نویسد، «کره خاک که اکنون به تمامی روشن گشته است، از درخشش ظفرمند فاجعه تابناک است» (آدورنو و هورکهایمر ۱۳۸۴: ۲۹). مسئله نه این یا آن کشور، این یا آن نژاد، این یا آن طبقه، این یا آن منطقه، این یا آن دین، این یا آن قاره، بلکه کل «کره خاک» است. این رویکرد یکی از همان دلایلی است که منتقدان آدورنو از او یک متفکر «مطلقاً بدبین و ناامید» ترسیم می‌کنند. اگر کل کره خاک وضعیتی فاجعه‌بار دارد، پس دیگر چه تکیه‌گاه یا پناهگاهی باقی می‌ماند. حتی خود آدورنو هم محصول و درون همین وضعیت است. اینجا پیش از آنکه به سراغ نقطه تکیه‌گاه امیدبخش آدورنو برویم، لازم است کمی به نقد این برداشت ساده‌انگارانه از «کل وضعیت» پردازیم. هرچند هر نقدی علیه کل وضعیت، در حقیقت نقدی است علیه ساختار و هژمونی غالب و ساماندهی‌کننده وضعیت، اما این به معنای سیاه دیدن همه چیز نیست، بلکه به معنی نقد آرایش خاص حاکم بر چیزهاست. اتفاقاً رویکردی که این آرایش را به منزله یگانه آرایش وضعیت یا ضرورت جهان معرفی می‌کند، مورد انتقاد آدورنو است. «فلسفه‌ای که امروزه خود واقعیت را عرضه می‌کند صرفاً حجابی بر واقعیت می‌کشد و شرایط کنونی آن را ابدی می‌سازد» (آدورنو ۱۳۸۶: ۳۳) یا در خود مقاله صنعت فرهنگ می‌خوانیم که «وعده اثر هنری در مورد آفرینش حقیقت از طریق حک کردن شکل خود بر صورت اجتماعاً انتقال‌یافته همانقدر ضروری است که ریاکارانه. این وعده صورت واقعی نظام موجود را به عنوان اموری مطلق برمی‌نهد» (ص: ۲۲۶). مسئله این است که دقیقاً همان رویکردی که وضعیت را به نحوی تقلیل‌گرایانه یکپارچه و مطلق می‌بیند، امکان هر شکلی از بازآرایی آن را از دست می‌دهد.

در این معنا، می‌توان از آدورنو رفع اتهام کرد، به ویژه در مواردی که او صراحتاً نشان می‌دهد که وضعیت حاکم، هرچند شرورانه و بد، ناتوان از مطلق ساختن خویش است و در نتیجه واجد تعارضات و ناتوانی‌هایی است که می‌توان از آنها به عنوان نقاط ضعفی برای ضربه زدن به آن، استفاده کرد: یعنی نوعی از انعطاف‌ناپذیری که صنعت فرهنگ (و به طور کلی سرمایه‌داری متاخر) آن را در پسِ ژستِ کثرت‌گرایی خود پنهان می‌کند، زیرا «فقط انعطاف‌ناپذیری خود نظام‌هاست که سبب می‌شود تا آنچه از دستشان در می‌رود، دشمن جانشان شود» (آدورنو ۱۳۹۵: ۵۳). از این جهت، کل نقدهای آدورنو بر وضعیت، به یکباره و با قرائتی معکوس، نوعی تاکید است بر ضعف‌های آن و ناتوانی‌اش از پنهان ساختن این ضعف‌ها. به بیانی واضح‌تر، خود متن آدورنو، برآمده از خود همان وضعیتی است که نقدش می‌کند و در نتیجه نیرویی است از بطن وضعیت علیه پنهانکاری خود آن، یعنی علیه هر چیزی که باعث شود، «واقعیت همه‌جاحاضر و نفوذناپذیر جهانِ ظاهر به منزله ایدئال مستقر گردد» (ص: ۲۵۴).

غیر از تعارضات و ضعف‌های سیستم برای اعمالِ مطلق خود، وجه دیگری از امکانات بیرونیِ برون‌رفت از انسداد نیز خودِ دیگران‌اند. البته می‌دانیم که آدورنو بر خلاف سنت مارکسیستی، هرگاه از خلق، مردم، توده و امثالهم سخن می‌گوید، موضعی همواره انتقادی و مشکوک اتخاذ می‌کند. فارغ از نقدهای مشهور به توده‌های فریب‌خورده یا خوشحال در بطن صنعت فرهنگ، حتی زمانی که توده‌ها به تنگ آمده‌اند و نارضایتی به اوج خود می‌رسد، باز هم آدورنو به جای امیدوار شدن، بدبین‌تر می‌شود. «جامعه متشکل از مردمانِ به‌تنگ آمده است و از این رو

طعمه خوبی برای دارودسته شیاد» (ص: ۲۶۳). این احتمالاً به دلیل تجربه زیستن در آلمان در حین شکل‌گیری و اوج‌گیری فاشیسم پوپولیستی است که مخاطبان اصلی خود را مردمان سرخورده و به‌تنگ آمده قرار داده بود. در این معنا حتی آگاه‌سازی توده نیز خود در راستای تثبیت وضعیت عمل می‌کند. «فقط کافی است آدمی از نیستی و فناى خویش آگاه شود و شکست را تصدیق کند تا از قبل همدست آن گردد» (ص: ۲۶۳). او در جای دیگری می‌گوید، «حتی وقتی دریابیم که کجای کار ایدئولوژی سرکوبگری که به مرز پوچی و بی‌معنایی رسیده می‌لنگد، امروزه روز، در عصر ترکنازیِ صنعت فرهنگ، ممکن نیست به سادگی بتوانیم اخلاقی حقیقی را از دل آن بیرون بکشیم» (آدورنو و هورکهایمر ۱۳۹۶: ۲۷۶).

حال پرسش این است که اگر چنین است، اگر هر شکلی از آگاهی‌رسانی تثبیت‌کننده وضعیت است، اگر دیگری همواره فریب‌خورده و منفعل است، اگر هیچ‌امیدی نیست، اصلاً چرا آدورنو باید بنویسد و منتشر کند؟ به چه امیدی و خطاب به چه مخاطبی؟ پیش‌تر در جایی دیگر نشان داده‌ام که

هر متنی، خطاب به مخاطبی خلق می‌شود، حتی اگر این مخاطب هنوز تولد نیافته باشد یا حتی هزاران سال پیش مرده باشد. این دعوی شایع که «من برای خودم می‌نویسم» اساساً فریبکارانه است، مگر آنکه فرد بتواند با فاصله‌گذاری خود را به دیگری/مخاطب بدل سازد. ... با این وصف، هر متنی

اساساً نوعی واکنش است. واکنش به مخاطبی خاص، از
جهتی خاص و با غایتی خاص - چه خالق متن به این
مخاطب، جهت یا غایت آگاه باشد چه نباشد. (اردبیلی
۱۳۹۹: ۲۶)

از این منظر می‌توان ادعا کرد که هر متنی در نگارش و انتشارش نوعی امید را در
خود دارد، امید به فهمیده شدن و موثر بودن، ولو از سوی اقلیت. اینجاست که
امکانات دیگران در مقام مخاطبان فرضی مطرح می‌شود. آیا در بیناسوبژکتیویته
هنوز چیزی باقی مانده که بتوان بدان امید بست و به کمک آن تغییری رادیکال در
وضعیت را رقم زد؟ هر پاسخی که به این پرسش (در سطحی بیناسوبژکتیو: در
مقام دیگری مخاطب متن، یا دیگری موضوع امید) بدهیم، می‌توان آن را در سطح
درونی خود سوژه نیز لحاظ کرد.

امکانات درونی

در بخش قبلی از دو امکان بیرونی سلبی و ایجابی سخن گفتیم: یکی، نقصان و
ضعف ساختارهای سلطه‌گر و دومی امکان بالقوه دیگری‌های همراه و هم‌افزا. در
اینجا نیز به دو وجه ایجابی و سلبی می‌پردازیم، اما در همین ابتدا باید اذعان کرد
که وقتی از فرد سخن می‌گوییم، همواره سوبژکتیویته فردی را به عنوان عنصری
اساسی در فردیت مد نظر داریم. چنانکه خود آدورنو در مقاله‌اش درباره سوژه و
ابژه خاطر نشان می‌سازد، سوبژکتیویته عنصر اساسی فردیت است. «عنصر
انسانیت منفرد ... را نمی‌توان منفک از هر مفهومی از سوژه تصور کرد، بدون به

خاطر آوردن آن، «سوژه» کل معنای خود را از دست خواهد داد» (Adorno 1978: 498). همچنین، در همین جا باید خاطر نشان ساخت که وقتی از تمایز درون و بیرون نیز سخن می‌گوییم، نسبت به رابطه درونی آنها و کاذب بودن این تمایز وقوف داریم. مسئله صرفاً قسمی تفکیک در سطح بیان و طرح مسئله است، نه قائل بودن به شکافی هستی‌شناختی و تصدیق تمایز ثنویت‌انگارانه سوژه و ابژه. در این معنا، ما با رویکردی پساایدنالیستی از سوژه‌ای سخن می‌گوییم که در ژرفنای خود محصول وضعیت است و از وضعیتی برآمده است که محصول تصمیم و عمل سوژه‌هاست، چه خودآگاه چه ناخودآگاه. به تعبیر اوکانر، از نظر آدورنو، «سوژه نه صرفاً منفعل است، آنگونه که در مورد تجربه‌گرایی ادعا می‌شد و نه صرفاً برساننده است، آنگونه که در خصوص ایدنالیسم آلمانی مطرح است. در واقع سوژه هر دو است، اما در سنتزی از هر دو سوژکتیویته تجربه‌گرایانه و ایدنالیستی، آدورنو دعاوی هر دو مدل را در صورت‌های آغازینشان تعدیل می‌کند» (O'Connor 2004: 74).

با این وصف، از یک سو، آدورنو سرسختانه مدافع سوژکتیویته است تا جایی که به صراحت می‌نویسد: «آنچه لازم است، چیزی است که من یک بار آن را از این منظر، بازگشت به سوژه نامیدم» (آدورنو ۱۴۰۰: ۲۳). از سوی دیگر، اگر بیش از حد بر محوریت و استقلال سوژه تاکید شود، آنگاه عیان می‌شود که سوژه چیزی جز ابژه نیست. به تعبیر آدورنو، «به محض اینکه سوژه به نحوی رادیکال از ابژه جدا شود، آن را به معیار خاص خودش تقلیل می‌دهد؛ سوژه ابژه را می‌بلعد در عین حال که فراموش می‌کند خودش تا چه میزان یک ابژه است» (Adorno

499: 1978). در نتیجه، در اینجا نیز اشاره ما به امکانات درونی سوژه را باید با لحاظ کردن این تذکر مدنظر قرار داد که «درون» ای در معنای کلاسیک ذات‌باور (جوهر نفسانی) وجود ندارد و در این معنا، درون بیرون است. به بیان دیگر، آدورنو به دو برداشت از سوژه نظر دارد و منتقد یکی (سوژه منفک: توهم مدرن) و مدافع دیگری (سوژه خودآئین: امکان مقاومت) است. یا آنگونه که شِرت خاطر نشان می‌سازد،

ما می‌توانیم از طریق آدورنو دریابیم که این جنبش به اصطلاح پست‌مدرن صرفاً واپس‌رونده‌ترین مرحله مدرنیته است. این مرحله چیزی بیش از فروپاشی «خود» [یا سوژه] مدرن نیست. این مرحله عبارت است از «خود» (در مقام سوژه) که از جانب خودش (در مقام ابژه) احساس تهدید می‌کند. در تلاش برای قلع و قمع کردن این ابژه تهدیدکننده، «خود» وجود خاص خودش را مورد حمله قرار می‌دهد. بنا به نظر آدورنو، با این کار، واسازی پست‌مدرن «خود»، اضمحلال سوژکتیویته خودآگاه را بازنمایی می‌کند. (Sherratt 2002: 94)

این سوژه همچنین سوژه‌ای است که هرچند مستقل است، اما می‌تواند مدافع بیناسوژکتیویته باشد. به بیان دیگر، اینجا نخبه‌گرایی آدورنو آشکار می‌شود. خود توده همواره فریب‌خورده و ضعیف و منفعل است، و اگر پسمانده امیدی هم به انسان باقی مانده باشد از طریق تک‌سوژه‌های خودآئینی است که نه تنها خودشان

را بلکه جامعه‌شان را بیان می‌کنند. برای مثال او دربارهٔ موسیقی می‌نویسد: «قدرت‌های جمعی در موسیقی نیز فردیت نجات‌ناپذیر را نابود می‌کنند. با این همه، در برابر آنها فقط افرادند که قادرند آگاهانه نمایندهٔ آرزوهای اجتماع مردم باشند» (آدورنو ۱۳۹۷: ۶۶). اینجا گویی با سوژه‌ای مواجه هستیم که نه تنها خود را از توده جدا نگه می‌دارد، بلکه مسئولیت توده را نیز بر دوش می‌کشد.

با این تذکر، اکنون می‌توان امکان درونی را از بیرونی جدا کرد و از امکانات سوژه سخن گفت. و در گام بعدی نیز می‌توان، با توجه به نوشته‌های آدورنو، امکانات خود سوژه را به دودسته کلی تقسیم کرد: یکی، امکانات سلبی (برای تن ندادن و نفی و نقد)، و دیگری امکانات ایجابی (برای خلق و ایجاب).

امکانات سلبی سوژه

آنگاه که از امکانات سوژه سخن به میان می‌آید، به ویژه زمانی که دربارهٔ آدورنو صحبت می‌کنیم، نخستین برداشت، برداشتی سلبی از این امکانات است. به بیان دیگر، در جهانی منحط و فرهنگی زوال‌یافته، آنجا که به قول معروف همه جاها پیشاپیش اشغال شده است و توده خود بخشی از موتور محرکه انحطاط و ابتذال است، شاید تنها جای باقی مانده در بطن معدود سوژه‌های تک‌افتاده برای تن ندادن به این روند و امتناع از پذیرش قواعد حاکم و در یک کلام «مقاومت منفی» باشد. آدورنو در صنعت فرهنگ می‌نویسد، «هنرمندان بزرگ ... کسانی بودند که سبک را به منزله راهی برای سخت و مقاوم ساختن خود در برابر بیان آشوب‌زده تجربه رنج به کار می‌گرفتند، به مثابه نوعی حقیقت منفی» (ص: ۲۲۵). به بیان

دیگر، سوژه برخلاف وضع موجود، و نیز حتی علی‌رغم ماهیتِ برساخته‌ی خودش (که در فصل قبل ملاحظه شد)، اگر نمی‌تواند هیچ کاری کند، اگر هیچ انتخابی ندارد، دستکم می‌تواند خودِ تن ندادن را انتخاب کند. فارغ از نتایج ابژکتیو این مقاومت منفی، مهم این است که اینجا خودِ سوژه می‌تواند، دستکم برای خودش، از رهگذر این مقاومت، نوعی آزادی را تجربه کند. ممکن است که رفتار سوژه «از بیرون» (یعنی در روند زندگیِ روزمره) عادی جلوه کند، اما او «از درون» (یعنی در ساحت آگاهی) سطحی از آزادی را تجربه می‌کند. به تعبیر ویلسون، «آدورنو ادعا می‌کند که یکی از مهمترین شروط امکان صنعت فرهنگ، کنترل دقیق مرز سفت‌وسخت میان مصرف بدون تامل و تاملِ باتوجه و هشیارانه است» (Wilson 2007: 43). در این معنا که یادآور اخلاقِ اسپینوزاست، این تامل یا «آگاهی» است که فعال یا منفعل بودنِ سوژه را تعیین می‌کند. این ساحتی است که به نظر می‌رسد دستِ ابزارهای بیرونیِ مهارسازیِ افراد بدان نمی‌رسد، و فرد می‌تواند زندگی‌ای آگاهانه و هشیارانه را تجربه کند. اما دو انتقاد به این رویکرد از آزادی وارد است، یکی اینکه از حیث بیرونی-ابژکتیو-سیاسی به نوعی انفعال می‌انجامد و دوم اینکه، آیا - همانگونه که در فصل قبل نشان داده شده - خودِ درون (انتخاب، آگاهی و ...) پیشاپیش اشغال نشده و محصولِ خود همین وضعیت نیست؟ در این معنا، سوژه نه امری ذاتمند (ثابت) است نه ایجابی، بلکه امری عَرَضی (تاریخمند) است و سلبی. به تعبیر خود آدورنو و هورکهایمر در یادداشت‌ها و طرح‌های رها شده‌ی انتهای کتاب، «زوال فردیت در زمانه حاضر نه

تنها به ما می‌آموزد که این مقوله را امری تاریخی در نظر بگیریم، بلکه در مورد سرشت مثبتش نیز تردید به وجود می‌آورد» (آدورنو و هورکهایمر ۱۳۸۴: ۳۹۴).

در پاسخ به نقد نخست، البته می‌توان نشان داد که این مقاومت ممکن است به نحوی عمل کند که از حیث ابژکتیو نیز موثر باشد، اما البته به منزله تأثیری نفی‌کننده. این رویکرد یادآور رویکرد نیچه‌ای زیستن به مثابه دینامیت است. آدورنو در آخرین جمله از مقاله «فعلیت فلسفه» می‌نویسد، «روح به واقع عاجز از تولید یا درک تمامیت امر واقع است، لیکن نفوذ کردن در جزئیات، منفجر کردن توده انبوه واقعیت صرفاً موجود در مقیاسی کوچک هنوز ممکن است» (آدورنو ۱۳۸۶: ۷۰). در این معنا، دیگر نه با آدورنویی انفعال‌گرا، بلکه با آدورنویی آنارشیزست طرف هستیم که البته از حیث تاریخی احتمالاً با زندگی و عمل خود آدورنو چندان همخوانی ندارد (به ویژه ماجرای استمداد از پلیس برای مقابله با دانشجویان شورشی در وقایع می ۱۹۶۸). نقدی که بر این فعالیت صرفاً منفی وارد می‌شود این است که آیا هر عملی، به صرف نفی‌کنندگی، موجه خواهد بود؟ آیا رویکرد صرفاً انتقادی از زیر بار پذیرش مسئولیت نتایج ایجابی عملش شانه خالی نمی‌کند؟ آیا خود تأکید موکد بر «نفی» راه دیگری برای فرار نیست؟

فارغ از این نقدها، اگر ارزشی هم برای این سطح از مقاومت منفی سوژکتیو قائل باشیم، در اینجا سوژه نیازمند تقویت است تا بتواند در برابر هجمه صنعت فرهنگ هم از حیث ذهنی (آگاهی و فریب نخوردن) و هم از حیث عملی (تاب‌آوری و پس زدن) بایستد. از همین روست که «مراد آدورنو از سوژکتیویته قدرتمند،

ظرفیت خود برای صیانت از خویش است که شامل هر دو تصور بقای جسمانی و روان‌شناختی است» (Sherratt 2002: 220). این امر ما را به مفهوم کانتی خودآئینی سوق می‌دهد. اما نکته اینجاست که خودآئینی، حتی در اخلاق کانتی، واجد دو سطح معنایی است: یکی وجه سلبی تن ندادن به وضعیت پیشاپیش حاکم (نزد آدورنو، صنعت فرهنگ؛ نزد کانت جبر علی فیزیکی حاکم بر امیال)، و دیگری وجه ایجابی (نزد کانت خودقانونگذاری یا خودآئینی سوژه اخلاقی). فارغ از نقدها به اخلاق ایجابی کانت و ناممکن شدن تحقق عینی آن، پرسش اینجاست که آیا آدورنو می‌تواند از این سطح صرفاً سلبی فراتر برود؟ و آیا در غیر اینصورت، تمام تلاش‌های آدورنو برای نقد وضعیت، بی‌نتیجه باقی نخواهند ماند؟

امکانات ایجابی سوژه: امید

تاکنون مشاهده کردیم که علی‌رغم تمام بدبینی آدورنو، علی‌رغم ناامیدی‌اش از خلاقیت و استقلال سوژه (که در فصل قبل به تفصیل بدان اشاره شد)، او همچنان به سطحی سلبی از سوژکتیویته امید بسته است، برای تن ندادن و مقاومت. اما آیا آدورنو آنقدر بدبین است که نمی‌تواند از این سطح سوژکتیو فراتر رود؟ آیا آدورنو هیچ امید ایجابی‌ای به سوژه، یا فراتر از آن، به آینده جامعه و بشریت ندارد؟ بدبین بودن یک بحث است و مطلقاً ناامید بودن بحثی دیگر. روشن است که حتی برای بیان رادیکال این بدبینی، باید نوعی انگیزه برای بیان وجود داشته باشد. حتی فراتر، برای خود ناامید بودن باید سطحی از امید وجود داشته باشد. حتی فراتر، هیچ نقد، و حتی نفی و انکاری بدون امید ممکن نیست. به تعبیر اسنید، «اما در

این صداقتِ تاریک و بدبینیِ آدورنو، می‌توان شکلی از ردّ و انکار وضع موجود را یافت. در این ردّ و انکار کورسویی پنهانی از امید نهفته است، حتی اگر این امید چیزی جز فانتزی‌ای نباشد که هرگز محقق نشده است» (Sneed 2012: 64).

پس آنگاه که از امید نزد آدورنو سخن می‌گوییم، باید به خاطر داشته باشیم که این امید را تنها می‌توان همزمان و در کنار تمام نقدهای فوق دربارهٔ انفعال و ناذاتیتِ سوژه و غلبهٔ تام‌وتمام صنعتِ فرهنگ خواند، نه در مغایرت با آنها یا به عنوان نکاتی ناقض آنها: در یک کلام، امیدی ایستاده بر شانه‌های ناامیدیِ مطلق، نه امیدی خوشبینانه در برابر ناامیدی. این نکته بسیار مهم است که به علت ماهیت جستارگونه یا مقاله‌وارِ اکثر آثار آدورنو - که با تن ندادن او به عرضهٔ یک نظام جامع پیوند خورده است - آنگاه که سخنی از او نقل می‌شود، باید آن سخن را در بستر مباحث ارائه شده مدنظر قرار داد و به ویژه به این مسئله توجه کرد که مخاطب آدورنو در آن جمله کیست؟ بدبینی به همان اندازه رمانتیک است که خوشبینی. اگر بخواهیم موضعی بسیار همدلانه نسبت به آدورنو اتخاذ کنیم، می‌توان ادعا کرد که آنچه او را به بدبینی شهره کرده است، بیشتر موضع واکنشی اوست به خوشبینی الهیاتی-مدرن (از مسیحیت گرفته تا علم مدرن، و از هگل گرفته تا مارکس) به پیشرفت دانش، تکنولوژی، علم، بهداشت و به طور کلی «زندگی انسان» و «تاریخ بشر». در نتیجه، باید نقل‌قول‌های آدورنو را واکنشی به مواضع موجود دانست و در نتیجه، آنها را به عنوان موضعی واکنشی تحلیل کرد.

همچنین بدینی آدورنو را نباید بدینی عقلانی یک متفکرِ سختگیر در برابر رمانتیسم خوشبین حاکم دانست. همانگونه که اشاره شد، بدینی نیز به همان اندازه خوشبینی رمانتیک است. در این معنا، اگر آدورنو را بدین هم بدانیم، شاید او همانند شوپنهاور، بدینی رمانتیک باشد. حال می‌توان امیدواری او را دقیقاً از بطن همین مواجهه انتقادی-رمانتیک با وضعیت موجود درک کرد.

با این مقدمات اکنون می‌توانم جملات پایانی این تحقیق را به نگارش درآورم و با اتخاذ تفسیری همدلانه‌تر با آدورنو و در عین حال، با تکیه بر رویکرد خود در اثر اخیر الانتشارم (اصول مبارزه در زمانه نیهیلیسم که همزمان که می‌کوشد از انفعال نظام‌پرهیزانه آدورنو فراتر رود، به ایستادن خود بر دوش او و وامدار بودن خود به ناامیدی و منفیت رادیکال اندیشه او نیز اذعان دارد)، از بطن همان ایده‌هایی امید را استخراج کنم که در بالا ناامیدمان ساخته بودند: یعنی سه‌گانه درهم‌تنیده خودآینی، خودآگاهی و خلاقیت.

یک ضلع از این مثلث، «خودآینی» در مقام غایت سوژه و حداعلای مقاومت اوست. «تنها قدرت اصیل یگانه‌ای که در برابر اصل آشویتس می‌ایستد، خودمختاری [یا خودآینی] است و اگر بخواهم از بیان کانتی استفاده کنم: قدرت تامل، تصمیم‌گیری شخصی و مشارکت نکردن» (آدورنو ۱۴۰۰: ۳۱). در مقاله صنعت فرهنگ نیز آدورنو به کرات بر این خودآینی، به ویژه برای هنرمند، تاکید می‌ورزد و از «هنر خودآین» (ص: ۲۳۴) و «آخرین پس‌مانده خودآینی واقعی» (ص: ۲۲۴) سخن می‌گوید. این خودآینی نه تنها واجد وجهی

سوبژکتیو و سلبی است، بلکه به دلیل نتایج عینی‌اش، وجهی ابژکتیو و ایجابی نیز دارد. اینجاست که خودآئینی با ضلع دیگر مثلث، یعنی «خلق»، پیوند می‌خورد و از نظر آدورنو در هنر به اوج خود می‌رسد. چراکه «آدورنو باور داشت که هنر تنها منبع نفی را در جهان مدیریت‌شده صنعت فرهنگ بر ساخته است» (Engl 1999: 167). این نفی نه تنها در هر دو سطح سوبژکتیو و ابژکتیو اثرگذار است، بلکه در ساحت انضمامی واجد نتایجی ایجابی نیز هست. هنر نه تنها می‌تواند محتوایی بر ضد صنعت فرهنگ تولید کند، بلکه حتی می‌تواند با وارونه کردن معیارهای ارزش‌شناختی حاکم، به نحوی در فضای عمومی باشد که به قواعد صنعت تن ندهد و در نتیجه، سیطره آن را تضعیف کند. در کنار این دو ضلع، «آگاهی» سوبژکتیو نیز دست‌اندرکار است که می‌تواند با تعمیم دادن بیناسوبژکتیو خود به سطح خودآگاهی عمومی جامعه گسترش پیدا کند. تنها با این برداشت از آگاهی است که آدورنوی بدبین و شکاک می‌تواند در مقاله «آلدوکس هاکسلی و اتوپیا» بنویسد، «روزی این حقیقت به راحتی آشکار خواهد شد که انسان‌ها به اشغال‌هایی که از سوی صنعت فرهنگ برایشان فراهم شده یا کالاهای باکیفیت بی‌ارزشی که از سوی صنایع عظیم‌تر عرضه شده است، نیازی ندارند» (Adorno 1995: 109). تا آنجا که به سطح نقد آدورنو مربوط است، چیز جدیدی برای آشکار شدن وجود ندارد. پس آنگاه که آدورنو از آشکار شدن سخن می‌گوید، نوعی پذیرش عمومی و تحقق اجتماعی مد نظر اوست که بسیار امیدبخش است. اما اینجا مفهومی کلیدی در مرکز این مثلث قرار دارد که هر سه ضلع آن را به یکدیگر پیوند می‌زند: مفهوم «تجربه». تجربه اساساً امری سوبژکتیو است، اما

قابلیت ابژکتیو شدن و بدل شدن به تجربه تاریخی، یا تجربه جمعی را دارد. از همین روست که اوکانر در تعبیری درخشان می‌نویسد،

نظر آدورنو مبنی بر اینکه تجربه واجد کیفیات مفهومی است، آشکارا جایی برای عاملیت سوژکتیویته باقی می‌گذارد. ... در تجربه نوعی دقیقه‌نابین همان تقلیل‌ناپذیر وجود دارد که جزئیت ابژه را تهدید می‌کند. این دقیقه‌فیزیکی و غیرمفهومی است. آنچه این دقیقه از تجربه برملا می‌کند این است که سوژه صرفاً یک مفهوم فریبکارانه نیست، بلکه موجودی فیزیکی در درگیری مستقیم با واقعیت مادی است. (O'Connor 2004: 71-72)

در نتیجه، هرچند آدورنو با نقد تمام خوش‌خیالی‌های کاذب رایج، نه تنها وضعیت حاکم، بلکه خود ماهیت سوژه را حتی در ژرفنایش مورد واکاوی نقادانه قرار می‌دهد و نشان می‌دهد که خود سوژه تا چه حد محصول و برساخته وضعیت است، اما از یک سو، به دلیل نابسندگی و ناتوانی ساختار حاکم در اعمال مطلق منویاتش، و از سوی دیگر، به دلیل امکانات درونی فرد، هر قدر هم برساخته و محصول عناصر بیرونی باشد، و با تکیه به سه عنصر خلاقیت، آگاهی و خودآیینی می‌تواند به فرد - و به همین دلیل به برخی افراد یا سطحی از بیناسوژکتیویته انتقادی - امید ببندد. اینکه این سه‌گانه چگونه عمل می‌کنند و چگونه می‌توان از آدورنو «امید» استخراج کرد و حتی فراتر از آن، از این امید، نوعی پلتفرم سیاسی -

اخلاقی برای عمل بیرون کشید، البته موضوع تحقیق یا تاملی مستقل است که در پژوهش حاضر نمی‌گنجد.

در یک کلام، این امید البته امیدی است در اوج ناامیدی و بدون نادیده گرفتن قدرتِ زایدالوصفِ تمامِ عناصری که ضد آگاهی، خودآینی و خلاقیت سوژه عمل می‌کنند: امیدی در بطن ناامیدی و حتی متکی به آن. با این همه، با یادآوریِ تمامِ نقدهای آدورنو به ناممکن شدنِ خودآینی، خلاقیت و خودآگاهی (که در فصل دوم بدان پرداختیم)، شاید در اینجا امید آدورنویی نیز امیدی در بطن و در اوج ناامیدی باشد، یادآورِ این گفتهٔ کافکا که «خروارها امید هست، اما نه برای ما».

منابع

آدورنو، تئودور (۱۳۸۵)، *زبان اصالت در ایدئولوژی آلمانی*، ترجمه سیاوش جمادی، تهران: ققنوس.

آدورنو، تئودور (۱۳۸۶)، «فعلیت فلسفه»، در: *علیه ایدئالیسم*، ترجمه مراد فرهادپور، تهران: گام نو.

آدورنو، تئودور (۱۳۸۷)، «جامعه‌شناسی معرفت و آگاهی‌اش»، در: *مکتب فرانکفورت و جامعه‌شناسی معرفت*، ترجمه جواد گنجی، تهران: گام نو.

آدورنو تئودور (۱۳۹۵)، *یادداشت‌هایی درباره کافکا*، ترجمه سعید رضوانی، تهران: آگاه.

آدورنو، تئودور (۱۳۹۶)، *مسائل فلسفه اخلاق*، ترجمه صالح نجفی و علی عباس‌بیگی، تهران: هرمس.

آدورنو، تئودور (۱۳۹۷)، *فتیشیسم در موسیقی و واپس‌روی شنیدن*، ترجمه سارا ابادزی، تهران: ماهی.

آدورنو، تئودور (۱۳۹۸)، *سویه‌ها: مطالعه‌ای در فلسفه هگل*، ترجمه محمد مهدی اردبیلی، حسام سلامت و یگانه خویی، تهران: ققنوس.

آدورنو، تئودور (۱۳۹۹)، «آشتی با گذشته به چه معناست؟»، در *خاطره، تاریخ و تروما*، ترجمه سیده برزو، تهران: خرد سرخ.

آدورنو، تئودور (۱۴۰۰)، «آموزش پس از آشویتس»، در *دو جستار پیرامون آشویتس*، ترجمه سارا اسکندری و رضا اسکندری، تهران: خرد سرخ.

آدورنو، تئودور و هورکهایمر، ماکس (۱۳۸۴)، *دیالکتیک روشنگری*، ترجمه: مراد فرهادپور و امید مهرگان، تهران: گام نو.

آدورنو، تئودور و هورکهایمر، ماکس (۱۳۹۶)، *به سوی مانیفست نو*، ترجمه امیر هوشنگ افتخاری‌راد، تهران: چشمه.

اردبیلی، محمد مهدی (۱۳۹۹)، *پرتاب‌های فلسفه*، تهران: ققنوس.

اردبیلی، محمد مهدی (۱۴۰۰)، *فلسفه فرهنگ: از هردر تا نیچه*، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

بنیامین، والتر (۱۳۸۷)، «تومار N پروژه پاساژها»، در: *عروسک و کوتوله (مقالاتی در باب فلسفه زبان و فلسفه تاریخ)*، ترجمه مراد فرهادپور و امید مهرگان، تهران: گام نو.

تامسن، الکس (۱۳۹۹)، *آدورنو: راهنمای سرگشتگان*، ترجمه قاسم مومنی، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

دُبور، گی (۱۳۸۲)، *جامعه نمایش*، ترجمه بهروز صفدری، تهران: آگه.

فروید، زیگموند (۱۳۸۹)، *ناخوشایندی‌های فرهنگ (تمدن و ناخرسندی‌های آن)*، ترجمه امید مهرگان، تهران: گام نو.

کوسه، ایو و آبه، استفن (۱۳۸۵)، *واژگان مکتب فرانکفورت*، ترجمه افشین جهان‌دیده، تهران: نی.

مارکس، کارل (۱۳۸۴)، *کار مزدی و سرمایه: ارزش، قیمت و سود*، ترجمه میرجواد سیدحسینی و نفیسه نمودیان‌پور، تهران: لحظه.

مارکوزه، هربرت (۱۳۸۹)، *اروس و تمدن*، ترجمه امیر هوشنگ افتخاری‌راد، تهران: چشمه.

نیچه، فریدریش (۱۳۷۷)، *تبارشناسی اخلاق*، ترجمه: داریوش آشوری، تهران: آگه.

نیچه، فریدریش (۱۳۷۹)، *فراسوی نیک و بد*، ترجمه: داریوش آشوری، تهران: خوارزمی.

نیچه، فریدریش (۱۳۹۷)، *چنین گفت زرتشت*، ترجمه: داریوش آشوری، تهران: آگه.

هگل، گئورگ ویلهلم فریدریش (۱۳۹۹)، *پدیدارشناسی روح*، ترجمه سیدمسعود حسینی و محمد مهدی اردبیلی، تهران: نی.

Adorno, Theodor W. (1978), "Subject and Object", in *The Essential Frankfurt School Reader*, edited by Andrew Arato and Eike Gebhardt, Oxford: Basil Blackwell.

- Adorno, Theodor W. (1995), *Prisms*, translated by Samuel and Shierry Weber, Cambridge & London: MIT Press.
- Adorno, Theodor W. (2001), *The Culture Industry: Selected essays on mass culture*, edited by J. M. Bernstein, London & New York: Routledge.
- Adorno, Theodor W. (2005), *Critical Models: Interventions and Catchwords*, translated by Henry W. Pickford, New York: Columbia University Press.
- Adorno, Theodor W. (2006), *Minima Moralia: Reflections on a Damaged Life*, Translated by E. F. N. Jephcott, London & New York: Verso.
- Babe, Robert E. (2011), "Theodor Adorno and Dallas Smythe: Cultural Industry, Consciousness Industry and the Political Economy of Media and Communication", in *Revisiting the Frankfurt School*, edited by David Berry, Farnham & Burlington: Ashgate e-Book.
- Bonefeld, Werner & O'Kane, Chris (ed.) (2022), *Adorno and Marx: Negative Dialectics and the Critique of Political Economy*, London: Bloomsbury Academic.
- Best, Steven & Kellner, Douglas (1997), *The Postmodern Turn*, New York & London: The Guilford Press.

- Bounds, Philip (2011), "Just Say No: Herbert Marcuse and the Politics of Negation", in *Revisiting the Frankfurt School*, edited by David Berry, Farnham & Burlington: Ashgate e-Book.**
- Cashmore, Ellis (1997), *The Black Culture Industry*, London & New York: Routledge.**
- Claussen, Detlev (2008), *Theodor Adorno: One Last Genius*, translated by Rodney Livingstone, London: The Belknap Press of Harvard University Press.**
- Crook, Stephen (2002), *The Stars Down to Earth*, London & New York: Routledge.**
- Cutrone, Christopher (2013), *Adorno Marxism*, Chicago: University of Chicago.**
- Engh, Barbara (1999), "Of Music and Mimesis", in *Adorno, Culture and Feminism*, edited by Maggie O'Neill, London & New Delhi: Sage Publications.**
- Gandesha, Samir (2004), "Leaving Home", in *The Cambridge Companion to Adorno*, edited by Tom Huhn, Cambridge & New York: Cambridge University Press.**

Hegel, Georg Wilhelm Friedrich (2001), *Lectures on the Philosophy of History*, translated by J. Sibree, Kitchener: Batoche Books.

Hullot-Kentor, Robert (2004), "Right Listening and a New Type of Human Being", in *The Cambridge Companion to Adorno*, edited by Tom Huhn, Cambridge & New York: Cambridge University Press.

Huyssen, Andreas (1986), *After the Great Divide*, Bloomington: Indiana University Press.

Jameson, Fredric (1990), *Late Marxism: Adorno, or, the Persistence of the Dialectic*, London & New York: Verso.

Jarvis, Simon (1998), *Adorno: A Critical Introduction*, Routledge & New York: Polity Press.

Kirchhoff, Christine & Schmieder, Falko (ed.), (2014), *Freud und Adorno: Zur Urgeschichte der Moderne*, Berlin: Kulturverlag Kadmos.

Marx, Karl (1993), *Grundrisse*, translated by Martin Nicolaus, London: Penguin Books.

Miklitsch, Robert (2006), *RollOver Adorno*, New York: State of University of New York Press.

- Müller-Dooch, Stefan (2005), *Adorno: A Biography*, translated by Rodney Livingstone, Cambridge & Malden: Polity Press.
- Negri, Antonio (2008), *Empire and Beyond*, translated by Ed Emery, Cambridge & Malden: Polity Press.
- Oberle, Eric (2018), *Theodor Adorno and the Century of Negative Identity*, Stanford: Stanford University Press.
- O'Connor, Brian (2004), *Adorno's Negative Dialectic*, Cambridge & London: MIT Press.
- O'Neill, Maggie (1999), "Adorno and Women: Negative Dialectic, Kulturkritik and Unintentional Truth", in *Adorno, Culture and Feminism*, edited by Maggie O'Neill, London & New Delhi: Sage Publications.
- Paddioson, Max (2004), "Authenticity and Failure in Adorno Aesthetics", in *The Cambridge Companion to Adorno*, edited by Tom Huhn, Cambridge & New York: Cambridge University Press.
- Popper, Karl R. (2006), *The Myth or the Framework*, edited by M. A. Notturmo, London & New York: Routledge.

Sherratt, Yvonne (2002), *Adorno's Positive Dialectic*, Cambridge & New York: Cambridge University Press.

Sneed, Mark R. (2012), *The Politics of Pessimism in Ecclesiastes*, Atlanta: Society of Biblical Literature.

Waters, Roger (1998), *Amused to Death*, New York: Amsco Publication.

Whitebook, Joel (2004), "Weighty Objects", in *The Cambridge Companion to Adorno*, edited by Tom Huhn, Cambridge & New York: Cambridge University Press.

Wilson, Ross (2007), *Theodor Adorno*, London & New York: Routledge.

Witkin, Robert W. (2003), *Adorno on Popular Culture*, London & New York: Routledge.