

بازتاب مصرف و رسانه در رمان پسامدرن آمریکا: خوانشی نقادانه از

روانی آمریکایی برت ایستن ایلیس

محسن خالصه دهقان<sup>۱</sup>

بختیار سجادی<sup>۲</sup>

چکیده

امروزه مصرف‌گرایی در پیچه مهمی را برای فهم جامعه پسامدرن فراهم کرده که از جنبه‌های مختلف قابل بحث و تفسیر است. اگر چه نگرش اولیه به مصرف‌گرایی، صرفاً اقتصادی بوده است، اندیشمندان قرن بیستم، پیش از همه بر شکل فرهنگی مصرف تأکید کرده، و مصرف فرهنگی را شاخص‌ترین مسئله جامعه معاصر دانسته‌اند. مصرف و رسانه سبک زندگی ما را شکل داده، نیازها و تمایلات ما را جهت‌دهی کرده‌اند و مواد لازم برای تولید تخیلات و رویاهای ما را فراهم می‌کنند. پژوهش حاضر مفاهیم مصرف و رسانه را به تفصیل در رمان *روانی آمریکایی* اثر برت ایستن ایلیس از منظر آرا و آموزه‌های ژان بودریار بررسی می‌کند. در رمان پسامدرن آمریکا به‌ویژه در نویسندگانی نظیر ایلیس، خواننده با مفاهیم غالبی همچون مصرف و رسانه مواجه می‌شود. در این تحقیق هدف پژوهش‌گر تحلیل تأثیرات ناشی از مصرف‌گرایی و رسانه بر روی شخصیت‌های اصلی رمان *روانی آمریکایی* و واکنش متقابل شخصیت‌ها در قبال مصرف و رسانه است. در آثار ایلیس، جامعه پسامدرن آمریکا، جامعه‌ای سطحی و نمایشی قلمداد می‌گردد که افراد انسانی در آن مصرف‌کنندگانی محض هستند که با تقلید از فرهنگ القایی رسانه‌ها به تقلید از یکدیگر پرداخته و از نظر ذهنی، احساسی و اخلاقی رو به زوال می‌روند. در این رمان، کنش‌های شخصیت اصلی رمان بر مبنای حوادثی است که در رسانه‌های جمعی شاهد آن بوده است. تکیه کلام او این است: مصرف می‌کنم، پس هستم. تأثیر رسانه و مصرف را حتی در ضرب‌آهنگ روایی *روانی آمریکایی* نیز می‌توان مشاهده نمود. **واژگان کلیدی:** مصرف‌گرایی - رسانه - میل - بودریار - رمان پسامدرن آمریکا - برت ایستن ایلیس.

دوره چهاردهم شماره ۱۹، پاییز و زمستان ۱۳۹۶

۱. دانش‌آموخته دوره دکتری زبان و ادبیات انگلیسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

mkhdehghan@gmail.com

۲. عضو هیات علمی دانشگاه کردستان

b.sajadi@uok.ac.ir

## مقدمه

رمان پسامدرن از تنوع مضمونی و روایی گوناگونی برخوردار است. از شاخه‌های برجسته این نوع ادبی، داستان معنا باخته است<sup>۱</sup> که یکی از معروف‌ترین چهره‌هایش برت ایستنالیس<sup>۲</sup> می‌باشد. ایس از رمان‌نویسان برجسته آمریکایی است که در عین حال در حوزه داستان کوتاه و فیلمنامه‌نویسی نیز فعالیت دارد. او خود را در زمره هجونویسانی می‌داند که سبک ویژه آنان بیان رفتار و عقاید دور از تظاهر و خودنمایی است. هنر ایس در پیوند دادن رمان با شخصیت‌های عادی و تکراری است. او با انتشار رمان *پرفروش* و بحث *پرانگیز کمتر از هیچ*<sup>۳</sup> (۱۹۸۵) در سن بیست و یک سالگی که بی‌پروا با شخصیت‌های جوان غیراخلاقی‌اش تصویری واقع‌بینانه از زمانه خود ارائه می‌داد پا به عرصه نویسندگی گذاشت. اما اثری که ایس را بیشتر با آن می‌شناسیم، سومین رمان او به نام *روانی آمریکایی*<sup>۴</sup> (۱۹۹۱) است. رمانی که یکی از آثار برجسته در داستان معنا باخته بوده و به شهرت جهانی رسیده است. رمان *چهارم ایس* با عنوان *زرق و برق*<sup>۵</sup> (۱۹۹۸) منتشر شد که این اثر به سه‌گانه در آثار او معروف است و با قرار دادن شخصیت‌ها در فضای آکنده از مدپرستی، مضامین شهرت، مصرف و رسانه را به چالش می‌کشد.

"ادبیات غرب، از دوران کلاسیک تا دوران معاصر، سرشار است از اشارات بی‌شمار به پول و تجارت و کسب و کار در بازار و فعالیت‌های اقتصادی دیگر" (جعفری، دوفصلنامه نقد زبان و ادبیات خارجی). رمان‌های ایس با تبیین تأثیر مخرب فرهنگ سرمایه‌داری آمریکایی بر افراد، زوال فرهنگی و سقوط اجتماعی را در این گونه جوامع به تصویر می‌کشند. در این آثار، فرهنگ رایج آمریکایی با ماهیتی ظالمانه از طریق مصرف‌گرایی و آرایش با توسل به اهرم تبلیغات و گفتمان غالب بر رسانه‌ها هویت افراد انسانی را مورد حمله قرار می‌دهد. القاء شعائر و چهارچوب اجتماعی با تمایلات و نیازهای از پیش تعیین شده از طریق سلطه رسانه‌ها و تصاویر به یکسان‌سازی افراد انسانی منتج می‌شود، به طور مستقیم هویت آنان را از طریق مصرف، تهدید می‌نماید. در آثار ایس، جامعه پسامدرن آمریکا، جامعه‌ای سطحی و نمایشی قلمداد می‌گردد

1.1. Blank Fiction.

2. Bret Easton Ellis (1964-)

3. *Less Than Zero*.

4. *American Psycho*.

5. *Glamorama*.

که افراد انسانی در آن مصرف‌کنندگانی صرف هستند که با پیروی از فرهنگ القایی رسانه‌ها به تقلید از یکدیگر پرداخته و از نظر ذهنی، احساسی و اخلاقی رو به زوال می‌روند. رابین موکرژی<sup>۱</sup> در *داستان هنجارگریز* بیان می‌دارد:

داستان هنجارگریز نوعی ادبی است که در آن شخصیت‌ها با هنجارها و انتظارات جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند در چالش بوده و با روشی غیرمعمول تمایل به رها ساختن خود از این محدودیت‌ها دارند. زبان حاکم در اینگونه آثار تحت فرهنگ مصرفی حاکم بوده و اغلب تلاش شخصیت‌ها در جهت هویت‌بخشی، آرامش درونی، آزادی فردی و رهایی از قیدوبندهای ناشی از فرهنگ این‌گونه جوامع می‌باشد. (۳)

باید اذعان نمود که تاکید بر مصرف، نگرشی جدید در ادبیات آمریکا نیست. در اواخر قرن نوزدهم در سال ۱۸۷۷ کریستوفر نیومن، قهرمان *رمان آمریکایی* (۱۹۷۷) اثر هنری جیمز، توصیف خود از رفاه را اینگونه ابراز می‌دارد: "مالک بودن انحصاری کالاهایی که شاید نیمی از آنها هیچگاه مورد استفاده قرار نگیرند" (۸۶). در عین حال، نویسندگانی چون ناتانائیل وست<sup>۲</sup> (۱۹۴۰-۱۹۰۳)، جان دوس پاسس<sup>۳</sup> (۱۹۷۰-۱۸۹۶) و فلانری اکانر<sup>۴</sup> (۱۹۲۵-۱۹۶۴) که در سال‌های ۱۹۳۰ و ۱۹۴۰ خلق اثر کرده‌اند، رشد مصرف را به عنوان رویه‌ای چشمگیر در فرهنگ آمریکا تصدیق نموده‌اند. اینگونه شواهد گواهی می‌نمایند که مصرف پیشینه‌ای قدیمی در ادبیات آمریکا داشته است. می‌توان گفت که یکی از دلایل اصلی در توفیق برت ایستنائیس، دغدغه ویژه این نویسنده درباره فرهنگ مصرف‌گرای آمریکایی بوده که با صنعت تبلیغات و رسانه‌ها به‌طور فزاینده‌ای تشدید شده است.

یکی از شاخصه‌های اصلی در ادبیات معاصر جایگاه هویت است. در رمان‌های ایس مقوله هویت با ابزار متفاوتی شکل داده می‌شود که از برجسته‌ترین این ابزار، مصرف و رویکرد شخصیت‌ها در قبال آن می‌باشد. مصرف به فرآیندی تبدیل شده است که سرمایه‌داری متأخر یا پسامدرن را متمایز می‌کند. از آنجا که امروزه حس هویت بسیاری از مردم بیشتر بسته به الگوهای مصرف است تا نقش کاری‌شان، می‌توان گفت که مرحله جدیدی از سرمایه‌داری ظهور کرده است. از میان نظریه‌پردازان در حوزه

1. Robin Mookerjee.

2. Transgressive Fiction.

3. Nathanael West.

4. John Dos Passos.

5. Flannery O'Connor.

مصرف، رویکرد ژان بودریار<sup>۱</sup> در این پژوهش مورد استفاده قرار می‌گیرد. بودریار بر این باور است که جریان مصرف در واقع مصرف نشانه‌های نمادین است. این نمادها<sup>۲</sup> یا نشانه‌ها<sup>۳</sup> مبین معانی از پیش تعیین شده نمی‌باشند. معناها، در بطن نظام نشانه‌ها و نمادهایی که مصرف‌کننده را به سوی خود جلب می‌نمایند، تولید می‌شوند. "درواقع، بودریار به جای نظریه‌ی کلاسیک اقتصاد لیبرال که فرایند مصرف را بر ارضاء نیازهای از پیش موجود می‌دید، مصرف را به عنوان روندی تلقی نمود که در آن خریدار با نمایش‌گذاشتن کالای خریداری‌شده در صدد ایجاد یک حس هویت است" (باکاک، مصرف ۱۰۰). در نگاه بودریار، مصرف به فرآیند پویایی مبدل شده است که متضمن ایجاد احساس هویت فردی و جمعی است. بودریار برای مثال می‌گوید که مصرف‌کنندگان، اقلام پوشاک، خوراک، تزئینات بدلی، مبلمان، یا سبک تفریح را برای بیان حس از پیش موجود این‌که چه کسی هستند نمی‌خرند. بلکه "افراد حس هویت شأن اجتماعی را از طریق آنچه که مصرف می‌کنند به دست می‌آورند." (باکاک، مصرف ۱۰۱) در مقاله حاضر برآنیم تا از دریچه مصرف و رسانه در دیدگاه بودریار به مطالعه اثر معروف برت ایستنالیس، روانی آمریکایی بپردازیم. این پژوهش توصیفی-تحلیلی است و روش مطالعه در آن کتابخانه‌ای می‌باشد. در ادامه، پس از پیشینه تحقیق، مبانی نظری آن بیان می‌شود و با اعمال دیدگاه بودریار در قبال مصرف و رسانه رمان مورد نظر بررسی گردیده و به این پرسش‌ها پاسخ می‌دهیم: ۱. تفاوت خوانش بودریاری و دیگر نظریه‌پردازان در قبال مفاهیم مصرف و رسانه چه کارکردی در بررسی رمان پسامدرن به‌ویژه آثار ایس دارد؟ ۲. تاثیرات مصرف و رسانه بر شخصیت‌های اصلی رمان‌های ایس و واکنش این شخصیت‌ها در قبال چنین تاثیراتی چگونه است؟ ۳. نقش زبان در رمان‌های پسامدرن که متجلی ویژگی‌هایی چون مصرف و رسانه‌اند، چگونه است؟

## ۲- پیشینه پژوهش

رمان‌های برت ایستنالیس در عین اقبال عامه، مورد نظر طیف بیشماری از منتقدان نیز قرار گرفته است که رمان‌های او را از دیدگاه روایت، طنز، شخصیت‌پردازی، و تقابل

1. Jean Baudrillard (1929-2007)

2. Symbols.

3. Signs.

فرد و اجتماع مورد بررسی قرار داده‌اند. با این وجود، این پژوهش از دریچه مصرف و رسانه در پرتو دیدگاه بودریار صورت گرفته که به این جنبه مهم در تبیین آثار الیس می‌پردازد. هدف نگارنده‌گان این است که با در نظر گرفتن مفاهیم بالا خوانشی متفاوت از اثر روانی آمریکایی ارائه دهند. با این وجود، برخی از این دیدگاه‌های قابل تعمق انتقادی در مورد الیس را به‌طور مختصر از نظر می‌گذرانیم.

جرجینا کلبی<sup>۱</sup> در اثر گراندرد خود برت ایستنالیس: متعهدنویس معاصر (۲۰۱۱) بر این باور است که طیف وسیعی از خوانندگان الیس آثار او را تنها با توسل به دوره سرمایه‌داری متأخر می‌خوانند. در حالی که از نظر کلبی، آثار الیس با نگارشی تعهدآمیز ساختار سیاسی-اجتماعی این دوره را مورد انتقاد قرار می‌دهند، "ما تنها بازتاب زمانه خود می‌باشیم" (زرق و برق ۳۸۰). در واقع، شخصیت‌های الیس ماحصل فضای فرهنگی ۱۹۹۰ می‌باشند نه تولیدکننده آن. "روایت‌های اول شخص الیس با بازتاب زمانه معاصر خود، ابزاری جهت تفرکی ژرف می‌باشند. من آثار الیس را نوعی استتکاف از جامعه معاصر میدانم. کتاب‌های الیس در مقام محصولاتی فرهنگی، عوامل اجتماعی و سیاسی که مستقیماً بر افراد جامعه تاثیر می‌گذارند را تبیین می‌نمایند" (کلبی ۸). کلبی در این کتاب هرگونه برچسب زدن نویسنده‌ای اخلاق‌گرا، هجونویس، پوچ‌گرا و پسامدرن را از الیس سلب می‌نماید. به اعتقاد او، اگرچه این القاب ممکن است در مورد الیس صدق نماید، اهمیت آثار او به دلیل مقاومت در برابر اینگونه کلی‌گویی‌ها است. به زعم کلبی، آنچه الیس را در زمره نویسندگان پیشرو آمریکا قرار می‌دهد، روایت‌های سطحی متون آثار او نیست بلکه نقد زیرکانه او از لایه‌های زیرین فرهنگی جامعه می‌باشد.

در کتاب راهنمای خواننده روانی آمریکایی (۲۰۰۱)، ژولیان مرفت<sup>۲</sup> جایگاه این رمان و نویسنده‌اش را در ادبیات معاصر آمریکا مورد مطالعه قرار داده و در پایان مقایسه‌ای از این رمان و اقتباس سینمایی برگرفته از آن دارد. در جای‌جای این راهنما، رویکرد مارکسیستی مرفت در تحلیل رمان الیس نمایان است. مفهوم شیئ‌وارگی<sup>۳</sup> از منظر مرفت نقش برجسته‌ای در این رمان داشته و به‌طور واضحی در روایت‌های سطحی رمان کارکرد دارد. در واقع، دلیل اصلی اطلاق شیئ‌وارگی از جانب مرفت، غرق شدن شخصیت اصلی رمان (پاتریک بیتمن) در محصولات مصرفی است که او را تسخیر

1. Georgina Colby.

2. Julian Murphet.

3. Reification.

نموده‌اند. مرفت به‌سادگی شیئی‌وارگی را "دگرگونگی روابط عمیق انسانی به اشیاء، لوازم و قطعات" (راهنمای روانی آمریکایی ۳۹) تعریف می‌کند. به‌زعم مرفت، از آنجایی که نگرانی اصلی نویسنده ریشه در تبعات فرهنگ سرمایه‌داری بر افراد انسانی دارد، شی‌وارگی در درک اثر الیس از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. مرفت بر این باور است که مفهوم شی‌وارگی نه‌تنها به سلاحی قدرت‌مند در نزاع بین سرمایه‌داری و قربانی‌اش بدل گردیده بلکه در تبیین ناتوانی افراد در مقاومت در این نزاع نیز قابل توجه است. به نظر می‌رسد تحلیل مرفت در این کتاب جنبه زیبایی‌شناسانه اثر را از نظر دور داشته و نگاهی صرفاً ایدئولوژیک به رمان الیس داشته است.

از دیگر منابعی که در شناخت رمان‌های الیس در این پژوهش سودمند بوده است، اثر برجسته، خرید در فضا: مقاله‌هایی در مورد داستان‌های نسل توخالی (۱۹۹۲)، نوشته الیزابت یانگ و گراهام کیونی است.<sup>۱</sup> در این اثر بر این نکته تأکید می‌شود که جامعه آمریکا در دهه ۱۹۸۰ دستخوش نوزایی قابل توجه شده است. و نویسندگان جوان و هنرمندان این جامعه نیز از این تحول بی‌بهره نبوده‌اند. این گروه از نویسندگان سبکی بی‌تکلف اتخاذ کرده و آثار آنها به تمامی جنبه‌های زندگی شهری معاصر از قبیل: جنایت، مواد مخدر، انحرافات جنسی، حمله رسانه‌ها، جنون مصرف‌گرایی و زندگی شبانه با مدیریت می‌پردازند. این نویسندگان که الیس سرآمد آنها می‌باشد، جایگاهی ویژه در رمان معاصر آمریکا پیدا کرده و خوانندگان بسیاری نیز جلب کرده‌اند. کیونی در این اثر، خوانشی روان-جغرافیایی از آثار الیس را به خواننده پیشنهاد می‌نماید. او بر این باور است که، "صحنه‌های بریده‌بریده و ناپیوسته مهمانی‌ها، کافه‌ها و کلوب‌های شبانه در رمان‌های الیس تنها با گشت‌زنی شخصیت‌ها محلی از اعراب دارند و عاری از مفهوم مکان به معنای واقعی کلمه هستند" (خرید در فضا ۳۶). این "تهی بودن فضا" به مثابه آینه‌ای "پوچی شخصیت‌ها" را بازتاب می‌دهد. چنین نقدی از آثار الیس در زمان خود بسیار ارزش‌مند بود، چرا که تفسیر ناپیوسته بودن اثر و برشمردن ویژگی‌های پسامدرن آن در چاهی برای مقایسه با آمریکا (۱۹۸۰) اثر ژان بودریار را باز کرد. کیونی اذعان می‌دارد که محو شدن سوژه در رمان‌های الیس غالباً با محو شدن سوژه در فراواقعیت بودریار در آمریکا این‌همانی دارد.

در ادبیات دیگر کشورها نیز مقوله مصرف مورد توجه نویسندگان بوده است.

1. Elizabeth Young and Graham Caveney.

در مقاله، "عملکرد گفتمانی و اجتماعی جامعه مصرفی در رمان زن کامل اثر پاتریک دوویل" نگارندگان با رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی نورمن فرکلاف،<sup>۲</sup> عملکرد گفتمانی و اجتماعی جامعه مصرفی را به مثابه یکی از مولفه‌های جامعه پسامدرن در این رمان مطرح می‌کنند. هدف اصلی این پژوهش نمایش بازتاب الگوواره جامعه مصرفی در این رمان و در مرحله دوم تاثیر این الگوواره در شکل‌گیری بافت اجتماعی این اثر است. مرحله سوم به بیان ریشه‌های اجتماعی تولید گفتمان و کنش اجتماعی زبان در بیان عوارض جامعه مصرفی می‌پردازد (باقرزاده و قویمی، دوفصلنامه نقد زبان و ادبیات خارجی).

### ۳- پایگاه نظری

پیشینه پژوهش مصرف به مثابه مقوله‌ای جامعه‌شناختی به اواخر قرن نوزدهم میلادی و آغاز قرن بیستم باز می‌گردد. پیش از این، مصرف مفهومی اقتصادی شمرده می‌شد و فقط از همین منظر مورد توجه قرار می‌گرفت. در این دوره است که برای اولین بار مصرف یا به عبارت دقیق‌تر شیوه مصرف‌کردن به منزله پدیده‌ای مرتبط با فرهنگ و جهان بینی خاص مورد توجه قرار می‌گیرد. درگیر شدن کشورهای اروپایی در دو جنگ جهانی پیاپی و تجربه رکود اقتصادی پایان ۱۹۲۰ و آغاز دهه ۱۹۳۰، مانع از آن شدند که جامعه‌شناسان به پدیده مصرف به قدر کافی توجه کنند. با پایان گرفتن جنگ دوم جهانی بود که اهمیت مصرف ناگهان به چشم آمد و جامعه‌شناسان، فرهنگ‌شناسان، مردم‌شناسان و حتی فلاسفه در توجه به این پدیده گوی سبقت را از اقتصاددانان ربودند. در پایان قرن بیستم دیگر مصرف فقط یک روند اجتماعی-فرهنگی نبوده و به مرامی تبدیل شده بود که می‌توان از خلال تأثیرات آن بر جامعه و جماعت‌های کوچک‌تر تشکیل‌دهنده آن، به برآمدن دوران جدیدی که در تاریخ کشورهای غربی پسامدرنیسم خوانده می‌شود، پی برد (باکاک، مصرف‌۸).

می‌توان گفت که دوره پسامدرن، تا آنجا که بتوان آن را به‌طور مشخص یک دوره خاص تاریخی دانست با رشد سریع مصرف در دهه ۱۹۵۰ در ایالات متحده ظهور کرده است. به هر حال صحه گذاشتن بر این ادعا که پسامدرنیسم گسست عمده‌ای با سرمایه‌داری دارد، غیرممکن می‌نماید. سرمایه‌داری کماکان شیوه غالب تولید و مصرف

1. Patrick Deville.

2. Norman Fairclough.

در جهان است. همان‌طور که جیمسون دربارهٔ پسامدرنیسم گفته‌است:  
مدرنیته، دست‌کم آن‌طور که من آن را به کار می‌برم مفهومی زمانی است که کارکرد آن مرتبط کردن ویژگی‌های نوپدید با ظهوری نوین از زندگی اجتماعی و نظم اقتصادی نوین است-همان چیزی که از روی حسن تعبیر مدرن‌سازی، جامعه پسا صنعتی مصرفی، جامعه رسانه‌ای، نمایش‌گونه، یا سرمایه‌داری چند ملیتی نامیده شده است. شروع این دوره از سرمایه‌داری را می‌توان از شکوفایی پس از جنگ در ایالات متحده در پایان دههٔ چهل و ابتدای دههٔ پنجاه دانست. (پسامدرنیسم و جامعهٔ مصرفی ۱۱۳)

این تلقی از پسامدرنیسم، مصرف را به مثابه روند اجتماعی و فرهنگی عمده، همچون یک ایدئولوژی، یکی از ویژگی‌های مهم پسامدرنیسم می‌داند.

مفاهیم تحلیلی مارکس، با وجود انتقادهای بسیاری که از کارهای او شده است، به عنوان یک مبنای عقلانی برای تحلیل سرمایه‌داری معاصر باقی مانده‌اند. مصرف امروزی را می‌توان گسترش چیزی دانست که مارکس آن را "تولید کالایی" می‌نامید، ولی در سطحی که از نظر کمی بالاتر از آن بود که وی پیش‌بینی کرد. در واقع امروزه حجم و تنوع کالاهایی که فروخته و مصرف می‌شود، چنان عظیم است که می‌توان گفت از زمان در گذشت مارکس سرمایه‌داری تغییری کیفی کرده است (باکاک، مصرف ۵۲). در واقع، در جهان امروز شکل مجزایی از سرمایه‌داری وجود دارد که مبتنی بر تولید فزایندهٔ کالاهای جدید مصرفی است. این نوع جدید را می‌توان سرمایه‌داری مصرفی نامید. تولید کالا برای مارکس، یک ویژگی بارز سرمایه‌داری، یعنی شیوهٔ تولید بود، ولی آنچه که در مرکز توجه وی قرار گرفت روندی بود که بیشتر با تولید کالا همبسته بود تا با مصرف آن (باتمور و روبل، منتخب آثار مارکس ۸۰).

ژان بودریار در کتاب *جامعه مصرفی: اسطوره‌ها و ساختارها* (۱۹۷۰) تحت تأثیر سوسور و ساختارگرایان می‌کوشد نشان دهد هیچ شیئی جدا از اشیای دیگر وجود ندارد. برعکس، جنبه تفاوت یا رابطه‌ای اشیاء در فهم آنها نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. بودریار خاطر نشان می‌کند ما باید میان منطق مصرف و منطق ارزش مصرف، ارزش مبادله و مبادله نمادین تمایز قایل شویم. بودریار مفهوم ارزش مصرفی و ارزش مبادله‌ای مارکس را در تحلیل نظام سرمایه‌داری معاصر محدود میدانست و از این رو مفهوم ارزش نشانه‌ای را مطرح کرد. بودریار در *جامعه مصرفی* بیان می‌کند: "نظریه‌پردازان



باید از این دیدگاه فراتر روند که نیازها با خصوصیات فردی و خاصی متناسب است که سوژه را به میل به خود بیشتر وا می‌دارند. در مقابل نظام عمده‌ای از نیازها در کار است که ثمره نظام تولید است" (ص ۷۲).

بودریار بر این باور است که، مصرف را نباید فعالیتی تلقی کرد که از طریق صنعت تبلیغات و منافع بازرگانی، جمعیت منفعل مصرف‌کنندگان مدرن را ترغیب می‌کند و بین آنها رواج مییابد. "مصرف به فرآیند پویایی تبدیل شده که متضمن ایجاد احساس هویت فردی و جمعی است. در این فرآیند ساخت هویت فعال، مصرف نقش محوری را به عهده گرفته است" (باکاک، مصرف ۱۰۱). غالباً تجربه شرکت در مصرف به مثابه یک کنش، از خود مصرف لذت بخش‌تر است. بودریار این ایده را چنین بیان می‌کند:

این به آن معنا است که مصرف هیچ محدودیتی ندارد. اگر مصرف را بسیار ساده‌لوحانه، یک جذب یا ولع فرض نماییم که انجام آن اقتناع‌مان می‌کند. ولی در واقع چنین نیست. این وسواس برای مصرف نتیجه بعضی عوامل روانشناختی یا رقابت و همچشمی نیست. مهارت‌دوام مصرف به این علت است که تجربه‌ای کاملاً ایده‌آلیستی است که چیزی برای ارضاء نیازهای اصیل و واقعی ندارد. بنابراین تمایل به تعدیل مصرف یا عادی‌سازی نیازهای انسانی، بسیار ساده لوحانه و بیهوده می‌نماید. (بودریار، گزیده آثار ۲۴)

این نقل‌قول مبین این نکته است که، از نظر بودریار مصرف را نباید فرآیندی مادی انگاشت. در واقع، این ایده‌ها هستند که مصرف می‌شوند، نه اشیاء. نگاه بودریار به مصرف، به نشانه‌های فرهنگی و روابط بین نشانه‌ها معطوف است. زیرا مصرف یک تجربه ذهنی است که سیری‌ناپذیر بوده و غایتی بر آن متصور نیست. تقدیر ما این است که به کالاها و تجارب مصرفی در آن نوع صورت‌بندی اجتماعی که سرمایه‌داری پسامدرن گسترش داده است، تمایل داشته باشیم. "مصرف مبتنی بر کمبود است؛ میل به چیزی که در دسترس نیست. بنابراین، مصرف‌کنندگان پسامدرن هرگز ارضاء نخواهند شد" (باکاک، مصرف ۱۱۴). هر چه بیشتر مصرف کنند، تمایل بیشتری به مصرف خواهند داشت.

از دیگر مفاهیمی که در امر مصرف اهمیت بسیاری داشته و مورد توجه بودریار نیز بوده است، نقش امیال در مصرف می‌باشد. رابرت باکاک در کتاب *ارزنده‌مصرف* (۱۹۹۳) به جایگاه امیال در مصرف معاصر پرداخته و بر این باور است که، "در سرمایه‌داری

غرب، اکثریت مردم به فرهنگ مصرف‌گرایی وابسته می‌شوند. حتی هنگامی که نتوانند تمام کالاها و تجارب مفرح ممکن را بخرند و امیال مرتبط را برانگیزانند، باز هم تمایل به خرید و مصرف‌کننده بودن دارند" (۱۱۳). از نظر بودریار نیز مصرف‌کنندگان مدرن و پسامدرن سعی می‌کنند که امیال عاطفی خود را، اگر نه بیشتر از نیازهای مادی، دست‌کم به همان اندازه ارضاء کنند. بودریار این مهم را در تحلیل ویژگی متمایزکننده مصرف‌پسامدرن امری کلیدی می‌داند. رویکرد بودریار در قبال امیال و رابطه آن با مصرف‌قربت نزدیکی با دیدگاه دلوز و گاتاری دارد. آنها بر این باور بودند که، "یک اندام=ماشین به دستگاه منبع انرژی متصل است، یکی جریان‌اتی را به‌وجود می‌آورد و دیگری آن را قطع می‌کند. سینه، دستگاه تولید شیر است، و دهان دستگاهی است که با سینه هماهنگ است" (ضد ادیپ، سرمایه‌داری و شیذوفرنی ۱۷). دیدگاهی که دلوز و گاتاری پیش نهادند این بود که مردم ناگزیر از تبدیل شدن به اشیاء، دستگاه‌های مشتاق برای همراهی با محصولاتی هستند که صنایع سرمایه‌داری تولید کرده و از آنان می‌خواهند که آنها را بخرند. آنان صرفاً زمانی کالاهای مصرفی را خواهند خرید که به آنها تمایل داشته باشند. این آن چیزی است که آنها از لحظه تولد ناگزیر به فراگیری آن بوده‌اند.

یکی از نظریه‌پردازان برجسته در حوزه رسانه مارشال مک لوهان (۱۹۸۰-۱۹۱۱) می‌باشد. مک لوهان اعتقاد دارد که جوامع حاصل ماهیت وسایل ارتباط جمعی هستند. مک لوهان در اثر قابل توجه دهکده جهانی: تحول در زندگی و رسانه‌ها در قرن بیست و یک (۱۹۸۹) اذعان می‌دارد، "رسانه نه تنها از محتوای پیام خود جدا نیست، بلکه به مراتب مهمتر از خود پیام نیز هست و بر روی آن تأثیر چشمگیری دارد. قدرت رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون ناشی از توانایی‌شان در ورود به اذهان مخاطب دارد" (ص ۱۶). حتی زمانی که مخاطبین در حال تماشای تلویزیون نیستند، تحت تأثیر تصاویری می‌باشند که در آنها نهادینه شده‌اند. از این رو این پیشگویی مک لوهان در سال ۱۹۵۱ مورد تأیید قرار می‌گیرد که، "سعی هالیوود و آژانس‌های تبلیغاتی این خواهد بود که به اذهان مخاطبان خود وارد شوند تا رویاهای جمعی خور را به آنان ألقا نمایند" (عروس خودکار، ص ۸۷). به زعم مک لوهان وسایل ارتباط جمعی امتداد حواس انسان هستند. همچنان که لباس تعمیم پوست و دوچرخه تعمیم پا است. وی تمدن را امتداد حواس و رسانه را گسترش یافته حواس بشر می‌داند. عبارت معروف مک‌لوهان، "دهکده جهانی"، این ایده

را به ذهن می‌رساند که رسانه‌های جمعی از طریق تأثیرات فرهنگی فراگیرشان، جهان را به قد و قواره یک دهکده تقلیل داده‌اند.

بودریار در اثر قابل توجه خود *و نموده‌ها* و *وانمود* (۱۹۸۱) ادعان می‌دارد، "جامعه مدرن از مرحله اساطیری به مرحله نمادین و وانمودگی سیر کرده است. این فراگرد از رشد و گسترش فن‌آوری‌های اطلاعاتی از جمله رسانه‌های همگانی شروع و به سازمان جامعه بر حسب رمزگان وانموده تداوم پیدا می‌کند" (ص ۱۲). بودریار با به‌کارگیری اصطلاح معروف مارشال مک لوهان "انفجار درونی" می‌گوید؛ در دوران کنونی مرز میان تصویر یا وانموده و واقعیت در معرض انفجار درونی قرار می‌گیرد. در واقع، معناها و پیام‌ها در هم می‌آمیزند و سیاست، سرگرمی، تبلیغات و جریان اطلاعات همگی ترکیب واحدی می‌یابند. آنچه باقی می‌ماند منظومه شناور نشانه‌ها، رمزها، انگاره‌ها و وانموده‌ها است. واقعیت در گرد و غبار نشانه‌های مه‌آلود محو می‌شود.

کتاب *آمریکای بودریار* در سال ۱۹۸۸ به زبان انگلیسی ترجمه شد. این کتاب نوعی نقد پسامدرن از جامعه آمریکا است. او عقیده دارد در این جامعه واقعیت کاملاً محو شده و جای آن را رویه‌ای از نموده‌ها و وانموده‌های<sup>۱</sup> و سوسه‌انگیز و فریبنده گرفته است. به نظر وی در آمریکا انگار قدم به سرزمین عجایب گذاشته‌ای. بودریار می‌گوید: "کالیفرنیا پهنه‌ایی شگفت‌انگیز است زیرا انسان از هر چه فرهنگ نام دارد، رها شده است. دیگر مسئله فرهنگ و طبیعت در آنجا مطرح نیست بلکه آنچه هست وانمودگی است" (ص ۲۲). در آمریکا هر چه هست به صورت فراواقعیت و خیال است. او عقیده دارد در جامعه آمریکا باید از سینما به شهر برویم نه از شهر به سینما.

#### ۴. نقد عملی رمان روانی آمریکایی از منظر جایگاه مصرف و رسانه

اساسی‌ترین ویژگی عصر معاصر که در رمان‌های منتخب در این پژوهش نمایان می‌باشد، جامعه‌ایست که با کثرت کالاها و تصاویر رسانه‌ای بی‌حد و حصر، توخالی و فاقد معنی شده است. اگرچه امروزه طیف وسیعی از آمریکایی‌ها رؤیای قدیمی آسایش را در ظاهر تکامل بخشیده‌اند، این میزان از ثروت برای آنها آرامش به‌همراه نداشته است. نکته‌ای که بسیاری از ناظران امر از جمله ال-گر،<sup>۲</sup> معاون وقت رئیس‌جمهور

1. Internal Explosion.

2. Simulation.

3. Al Gore.

آمریکا بر آن اذعان داشته‌اند: "در دوره‌ای هستیم که با دو گونه افزایش چشمگیر مواجه بوده‌ایم: افزایش دارایی‌ها و لوازم، و در عین حال افزایش مردمی که در زندگی احساس خلأ و پوچی می‌کنند" (الیس، کمتر از هیچ ۴۳). این احساس بیهودگی با میل به مصرف تظاهری که رسانه‌ها آن را تشدید می‌نمایند، تسکین مییابد. بحثی که نویسندگان این مقاله با استناد به رمان‌های منتخب الیس آنرا تحلیل نموده‌اند. دنیای سطحی که شخصیت رمان‌های الیس در آن به سر می‌برند را می‌توان روند اجتناب‌ناپذیر دنیایی دانست که افرادش تنها به چیزهایی اعتقاد دارند که رسانه‌ها فرهنگ سازی کرده باشند.

#### ۱-۴ نقد روانی آمریکایی با تکیه بر جایگاه مصرف

روانی آمریکایی (۱۹۹۱) را می‌توان فراگیرترین و بحث‌برانگیزترین اثر برت ایستنالیسدر نظر گرفت که تأثیر مصرف و رسانه در آن کاملاً مشهود است. شاکله اصلی این رمان بر مبنای ادبیات عامه‌پسند بنیان نهاده شده است. شخصیت اصلی این رمان یک جوان تازه به دوران رسیده سفیدپوست ناهمجنس‌خواه به نام پاتریک بیت‌من است. او بچه‌پولداری است که در وال‌استریت مشغول به کار بوده و دوستانی همچون دونالد ترامپ داشته است. بیت‌من غالباً صبح‌ها را در سالن بدن‌سازی و شب‌ها را با دوستانش در کلوب شبانه می‌گذراند. اگرچه در ظاهر مردی موفق و در هماهنگی کامل با جامعه خود می‌باشد، در واقع زن‌ستیز، نژادپرست و یک قاتل زنجیره‌ای بیگانه‌هراس است. شخصیتی که در عین جذاب بودن، دهشتناک بوده و چشمان خواننده را به عواقب بی‌تفاوتی و دل‌مردگی در جامعه معاصر آمریکا باز می‌نماید. به تبعیت از رمان‌هایی همانند هاکلبری‌فین مارک تواین<sup>۱</sup> و مخاطرات اوگی مارچ اثر سال بلو<sup>۲</sup>، تمامی وقایع رخ داده در رمان توسط خود بیت‌من با لحنی یکنواخت که بیان‌گر روزمرگی و قتل‌های زنجیره‌اش است روایت می‌گردد. روایتی که با جزییات گران به خواننده، میزگردهای تلویزیونی، مجلات، فیلم‌ها، وسایل آرایشی مورد علاقه و نحوه شکنجه کردن مطلوب افراد را می‌آموزد. اما این تنها وجه سطحی این رمان به عنوان یک اثر ترسناک است و با خوانش ژرف رمان، با مؤلفه‌های پسامدرن زیادی مواجه می‌شویم.

ژان بودریار در فصل اول کتاب گران‌قدر جامعه‌مصرفی: اسطوره‌ها و ساختارها (۱۹۷۰) با عنوان در ستایش اشیاء می‌گوید:

1. Mark Twain's Huckleberry Finn. 2. Saul Bellow's Adventures of AugéMarch.

امروزه در اطراف ما شواهد بسیار زیادی از مصرف و فراوانی به چشم می‌خورد: از انواع و اقسام اشیاء، خدمات و کالاهای مادی که پدیدآورنده نوعی جهش بنیادی در اکولوژی نوع بشر هستند. سخن دقیقتر آنکه امروزه، افراد مرفه مانند گذشته، بیش از آنکه در محیط اطراف خود با دیگر انسان‌ها سروکار داشته باشند، با اشیاء در ارتباط هستند. (۱۳)

تفسیر بودریار از جامعه مصرفی را به طور عینیت یافته در ابتدای رمان روانی آمریکایی از زبان پاتریک بیتمن درمی‌یابیم: "من غنی هستم. من خلاق هستم، من جوان هستم، جوانی بی‌ملاحظه، فوق‌العاده با انگیزه و با مهارت. لب کلام من آن است که وجود چون منی برای جامعه ضروری است. چون یک دارایی هستم" (۳). افراد در ذهنیت بیتمن مبدل به کالا شده‌اند، بنابراین زمانی که در حال تکه‌تکه کردن قربانیان خود است با لحنی آرام، گویی آنان را جزئی از مایملک خود می‌داند که با اشیائی که در اطرافش می‌باشند برابرند. بیتمن در قسمتی از رمان بعد از کشتن یکی از قربانیان خود، اتاق خود را اینگونه شرح می‌دهد: "چیزهایی که در گوشه و کنار اتاق خواب من هستند شامل: یک جفت کفش زنانه با نام تجاری ادوارد سوزان بنیس آلن، دستی تک-شخصی بدون انگشت اشاره، نسخه جدید خون‌آلودی از رمان بازار خودفروشی اثر ویلیام تگری به همراه کمربندی آغشته در لکه‌های خون." (روانی آمریکایی ۳۴۳-۴۴). آنچه مسلم است، از نگاه بیتمن، در این قسمت رمان، تفاوتی ماهوی بین کفش مارکدار، رمان بازار خودفروشی، کمربند و دستان تکه‌تکه شده وجود ندارد. نگاه ثروتمندی که غرق در تبوتاب دنیای مصرفی خود بوده و با درونی‌کردن این منطق مصرف‌گرا عملاً تفاوتی بین اشخاص و اشیاء قائل نیست.

از دیگر نکات قابل توجه در رمان روانی آمریکایی ارتباط بین مصرف و خشونت می‌باشد. رقابت بیتمن با همکارانش در مصرف کردن و مالک بودن اشیاء در جای‌جای رمان مشهود است. در قسمتی از رمان بیتمن و همکارانش در رستوران نشسته‌اند و درباره کارت‌های ویزیت جدیدشان صحبت می‌کنند. زمانی که بیتمن درمی‌یابد کارت ویزیت همکارانش برتر از کارت اوست، بسیار خشمگین شده و دچار حمله عصبی می‌گردد: "گویی رستوران دور سرم می‌چرخید، خاموش، با صداهایی گنگ و مات و زمزمه‌ای بی‌معناکارت ویزیت من با دیگران مقایسه می‌شد" (روانی آمریکایی ۴۴). این رقابت توأم با حسادت تا جایی پیش می‌رود که بیتمن متهم به قتل یکی از همکاران خود

به نام پال آلن می‌شود، زمانی که مطلع می‌گردد آلن حساب معتبر مالی خود به نام فیشر (۴۹) را تضمین نموده و بنابراین در تجارت گوی سبقت را از بیت‌من ربوده است. آلن تنها قربانی بیت‌من است که او را با آگاهی قبلی گزینش کرده و با نیتی آگاهانه مرتکب این جنایت گشته است. ناتوانی بیت‌من در رام کردن تمایلات مصرفی‌اش را می‌توان نمونه کوچکی از جامعه مصرفی می‌توان دانست که اصول آن توسط اندیشمندانی چون بودریار تبیین گردیده است. همان‌طور که جیمز آنسلی اعتقاد دارد: "الیس خشونت را به عنوان استعاره‌ای در فرآیند کالایی شدن افراد و مناسبت‌های اجتماعی در جامعه معاصر آمریکا در نظر می‌گیرد" (داستان معنا باخته ۲۰). در واقع، بیت‌من نمادی از این جامعه در ظاهر با فرهنگی است که حساسیت‌اش را در قبال خشونت از دست داده است تا جایی که تشخیص ندادن علامت تجاری یک کت و شلوار بیشتر یک فرد را آشفته‌حال می‌نماید تا تشریح جزئیات صحنه یک جنایت.

یکی از نکات قابل توجه در رمان *روانی آمریکایی* نگاه کالائونگ پاتریک بیت‌من، شخصیت اصلی رمان به زنان می‌باشد. کالائونگ اغراق‌آمیز بیت‌من منحصر به توصیف دقیق البسه، وسایل و محصولات آرایشی نمی‌باشد بلکه زنان را نیز به مثابه کالایی می‌نگرد که نقش محوری در دادوستد و تجارت دارند. در واقع بیرون رفتن بیت‌من با زنان منتخبش بستگی به هزینه‌بر بودن آنان دارد. در قسمتی از رمان، بیت‌من به تیم که یکی از دوستان او است می‌گوید قصد دارد با کرتنی، دوست دختر لویی‌س کروتر بیرون رود که تیم به او توصیه می‌کند بهتر است که دختری را از آژانس کرایه کند و دلیل او هم این است که "زنانی مانند کرتنی یا مریدث انتظارشان بالا بوده و بسیار هزینه‌بر هستند. در واقع تمام زنان این‌طور هستند" (*روانی آمریکایی* ۴۴-۴۵). روابط بین زنان و مردان در این رمان کاملاً کاسبکارانه بوده که بر کالایی بودن روابط انسانی و تنزل کردن افراد به سطح اشیاء، آنگونه که بودریار اشاره می‌کند، دلالت دارد. استفاده از چنین اصطلاحاتی توسط بیت‌من همچون فروکاستن جنس مؤنث به یک ابژه جنسی است. همان‌گونه که هربرت مارکوزه در کتاب *انسان تک‌ساحتی* عنوان می‌کند: "کارکرد تمدن پیشرفته صنعتی بر درجه بیشتری از آزادی‌های جنسی استوار می‌باشد. به‌گونه‌ای که مبدل به یک بازار تجاری صرف شده و شاخصی از شعایر اجتماعی قلمداد می‌گردد" (*انسان تک‌ساحتی* ۷۷). این تلفیق روابط جنسی با کار و امور اجتماعی در ارضاء امیال افراد دخیل بوده و موجب خشنودی آنان می‌گردد چرا که جزء لاینفک

حیات اجتماعی‌شان است.

این کالایی شدن تنها به اشیاء و روابط انسانی محدود نمی‌گردد بلکه در جغرافیا و فضای هندسی شهر نیز قابل تحلیل می‌باشد. بودریار در کتاب آمریکا بحث می‌کند که: در این کشور، میان تجرد روزافزون جهانی هسته‌ای و نوعی سرزندگی بی‌حد و مرز، غریزی و ابتدایی تضاد شدیدی وجود دارد، سرزندگی که نه ناشی از ریشه داشتن بلکه برخاسته از بی‌ریشگی است، نوعی سرزندگی متابولسمی، در رابطه جنسی و اجسام، و نیز در کار و خرید و فروش. آمریکا با فضای خالی‌اش، با پیشرفت فن‌آورانه‌اش، با لاف و کزافی که دربارهٔ وجدان خویش می‌زند، حتی در فضاهایی که برای شبیه‌سازی به‌وجود می‌آورد، تنها جامعهٔ بدوی باقی مانده است. (۱۶)

این تفسیر بودریار با تصویری که الیس در رمان روانی آمریکایی از فضای آمریکا می‌دهد قرابت نزدیکی دارد. در واقع، در این رمان با اضمحلال هویت بیت‌من مواجه هستیم که ریشه در فرهنگ مصرفی آمریکا دارد. نمود این فرهنگ مصرفی را در نوسازی سطح شهر نیز می‌بینیم. پیشهٔ بیت‌من - اگرچه عملاً او را مشغول به کاری نمی‌بینیم - تبدیل املاک و مستغلات در بازار بورس و خرید و فروش آن به ارباب رجوع می‌باشد. در واقع، پیشه‌ای که در آن منابع طبیعی به‌طور کاذب با واسطه‌گری موجب سودی انتزاعی می‌گردند. در فصلی از رمان با عنوان، "بهترین شهر جهت معامله" نگرش بیت‌من به این منابع طبیعی برای انتفاع بیشتر تفاوتی با نگاه کالایی او به افراد و دیگر مناسبات اجتماعی ندارد. در نگاه بیت‌من، شهر سرمایه‌ای است جهت نائل شدن به منافع مضاعف. بنابراین، بیت‌من نه تنها قاتل مردم است بلکه جنایت او شامل شهری که در آن زیست می‌کند نیز می‌شود. این جنایت با سرمایه‌گذاری افرادی چون بیت‌من انجام می‌شود که با تبدیل کردن شهر به یک فروشگاه زنجیره‌ای مجلل و غول‌آسامصرف کالاهایی چون ساعت تیفانی، غذای تایلندی، موسیقی سیاهان را در فضایی امن بشارت می‌دهند. چنین شهری برخاسته از ذهنیت افرادی چون بیت‌من است که به‌عنوان یک مصرف‌کننده آرمانی به هر چه بیشتر کالایی شدن فضای شهر دامن می‌زنند. این ذهنیت و شهر تجاری‌شده که معلول آن می‌باشد بهترین شهر جهت معامله - یک نوار موبیس را تشکیل می‌دهند که این اخطار بر روی آن حک شده است: "ای کسی که به این وادی قدم می‌نهی، از امید خود دست بشوی. راه خروجی نیست." (روانی آمریکایی ۱)

## ۲-۴ نقد روانی آمریکایی با تکیه بر جایگاه رسانه

جریان مصرف که بسیاری از مردم در سرمایه‌داری غرب وابسته به آن هستند، متأثر از رسانه‌های ارتباط جمعی به‌ویژه تلویزیون است. برای مثال، بیشتر سریال‌های آمریکایی تلویزیون، دست‌کم از چشم بسیاری از بینندگان، به مثابه سبک زندگی‌شان دیده می‌شوند، زیرا کالاهای مصرفی، شخصیت‌هایی را که هنرپیشه‌گان نقش آنان را ایفا می‌کنند احاطه کرده است. نیل پستمن<sup>۱</sup> در کتاب زندگی در عیش، مردن در خوشی: زوال فرهنگ در بستر عشرت<sup>۲</sup> به انهدام شعور اجتماعی و شکل‌گیری آراء و اندیشه‌ها در عرصه ماهواره‌های تصویری و صنایع تفریحی پرداخته و استدلال می‌کند:

بلایی که بر سر جامعه آمریکا فروریخته است، لجام‌گسیختگی انسانی، فقدان شعور اجتماعی، انهدام مبانی خانواده، تلاشی پیوندهای اجتماعی، تخریب باورهای انسان‌ساز مذهبی، تخلیه ارزشی نمادها و مظاهر میهنی و در نتیجه افول فرهنگ ملی و هدم قدرت انسان بر تعیین سرنوشت و جامعه خویش، همه و همه معلول تسلیم بی‌قیدوشرط جامعه و فرد است به رسانه تصویری به نام تلویزیون و به نظامی به نام تکنوپولی یا امپراطوری تکنولوژی. اثر تخریبی تلویزیون در این نیست که ما را با مقوله‌های تفریحی سرگرم می‌کند؛ بلکه مشکل زمانی بروز می‌کند که تلویزیون تمامی مقولات علم، فلسفه، اخلاق، دین، سیاست، تاریخ، فرهنگ، و حتی خبر را در قالب سرگرمی و تفریح عرضه کند.

(۱۹۷)

برت ایستنالیس در مصاحبه‌ای با نشریه آمریکا و لارنس می‌گوید: "همه ما تحت تأثیر تلویزیون هستیم، فارغ از اینکه چه شکلی از هنر را دنبال می‌کنیم. تلویزیون به‌طور ناخودآگاه بینش ما را به میزان زیادی شکل داده است. اما به‌طور قاطع نمی‌توان گفت این تأثیر منفی یا مثبت بوده است." (۲۲) در همین مصاحبه در پاسخ به این سوال که منبع زبان روان آثارش کجاست، عنوان می‌دارد: "دیدن حجم وسیعی فیلم، خواندن خوراها کتاب و تماشای ساعت‌ها تلویزیون." (۲۳) بنابراین تأثیر عمده خالق اثر روانی آمریکایی فرهنگ متداول رسانه‌ها بوده است که به تبع آن در این رمان نیز تأثیرگذار بوده که نمونه‌هایی از آن ذکر می‌گردد.

1. Neil Postman.

2. Amusing Ourselves with Death.



در رمان *روانی آمریکایی* تأثیر رسانه به‌ویژه تلویزیون بر شخصیت اصلی، پاتریک بیت‌من، کاملاً نمایان است. علاقه‌افر او به نمایش پتی وینترز می‌باشد که در آن آسیب‌های مختلف با موضوعاتی از قبیل: زنان مورد تجاوز جنسی، مردان سرطانی و سقط جنین هرروز به روی آنتن می‌رود. موضوع اصلی رمان نیز منبعث از مسائل مطرح شده در این نمایش می‌باشد که دغدغه اصلی شخصیت اصلی رمان را تشکیل می‌دهد. تقریباً تمامی فصل‌های این رمان با شرح موجزی از موضوع روزانه این نمایش آغاز می‌شود. علاقه او تا آن اندازه است که اگر یک قسمت را از دست دهد آنرا ضبط می‌نماید و موضوع صحبتش با دوستان در مورد مطالب این برنامه است. این میزان دغدغه درباره نمایش تلویزیونی، بازتاب رازهای سرکشی است که از مابقی جامعه پنهان می‌دارد. گرچه در ظاهر عضوی کامل از بدنه جامعه و فرهنگ جاری آن است، شخصیت واقعی‌اش به عنوان یک قاتل زنجیره‌ای برای خواننده فرقی با دیگر مهمان‌های غیرعادی این نمایش ندارد. آمدن تابستان و تکراری شدن پخش نمایش، واکنش جدی بیت‌من را به دنبال دارد: "زندگی همچون لوحی سفید، کلیشه‌وار به مثابه یک سریال آبکی درگذر است. احساس مهلک بودن می‌کنم، به مرز جنون رسیده‌ام. خونخواری شبانه در روزهایم سرازیر گشته و مجبور به ترک شهر هستم. نقاب سلامت روانی‌ام قربانی وقفه این نمایش شده است" (*روانی آمریکایی* ۲۷۹). در واقع، همان‌طور که مصرف و کالاها نظمی را در زندگی بیت‌من ایجاد می‌نمایند، نمایش پتی وینترز نیز ضرب‌آهنگی به زندگی او ارزانی می‌دارد که با قطع پیش‌بینی نشده این برنامه زندگی او از هم‌گسیخته شده و ماهیت درونی پنهان‌اش در خطر نمایان شدن قرار می‌گیرد. بعد از آن بیت‌من به همراه دوست دخترش، ایولین، برای تعطیلات به روستا می‌رود اما جریان زندگی در حومه شهر برای او تحمل‌ناپذیر بوده و به شهر باز می‌گردد. بازگشت به شهر به منزله بازگشت به تلویزیون و نمایش پتی وینترز با موضوع "با آدم‌هایی که بالای هفتصد پوند وزن دارند چه می‌توان کرد؟" (همان، ۲۸۳) و اتفاقی نیست که بازگشت نمایش با ادامه قتل‌های زنجیره‌ای بیت‌من هم‌زمان می‌شود. در همین فصل از رمان با شروع مجدد نمایش پتی وینترز، بیت‌من در اتاق خواب خود دو دختر به نام‌های الیزابت و کریستی را بعد از شکنجه کردن به قتل می‌رساند.

تأثیر رسانه و مصرف را حتی در ضرب‌آهنگ روایی *روانی آمریکایی* نیز می‌توان مشاهده نمود. دو ویژگی شاخصی که حاکی از تأثیر رسانه‌های فرهنگی در ضرب‌آهنگ

روایی این اثر می‌باشند، سریالی بودن قتل‌های بیت‌من و مصرف رسانه‌های اجتماعی اطرافش می‌باشد. در واقع، در این رمان با نوعی دیگر از مصرف مواجه هستیم که می‌توان آن را مصرف فرهنگی نامید و ریشه در رسانه‌های اجتماعی دارد. ابژه مصرفی، سریال‌های تلویزیونی می‌باشند که به مثابه یک کالا به خورد مخاطبین داده می‌شوند. فرض مسلم این است که بخشی از لذتی که مخاطبین آمریکایی از مصرف روایت‌های قاتلین زنجیره‌ای می‌برند ناشی از سازگار بودن این جنایت‌های آدمکشی سریالی با ساختار رسانه‌های فرهنگی است. به‌زعم ریچارد دایر<sup>۱</sup> "تنها زیر سیطره سرمایه‌داری است که سریالی بودن به ساختار مهمی در تولیدات فرهنگی بدل می‌شود. این روند سریالی شدن با رمان‌ها و کارتون آغاز گشته و پایش به اخبار و فیلم‌های تلویزیونی نیز کشیده شده است" (کشتن و دوباره کشتن، ۱۴-۱۷). این سریالی شدن و اوج‌گرفتن به منزله ابزاری تجاری توسط این مجموعه‌های تلویزیونی وارد کارزار مصرف گشته تا هر چه بیشتر پایان داستان را به تأخیر بباندازند. قاتل زنجیره‌ای به کشتار خود ادامه می‌دهد تا جایی که گویی پایانی برای داستان متصور نیست. این قتل‌های زنجیره‌ای ساختاری مشابه با رسانه‌های ارتباط جمعی و مجموعه‌های تلویزیونی دارد. از این رو، جای تعجب نیست که این وجه مشترک رسانه‌های سریالی و قتل‌های زنجیره‌ای میل وافر قاتلین واقعی را در ناآل شدن به شهرت رسانه‌ای تشدید می‌نماید. آنها می‌کشند تا نام خود را در رسانه‌های همگانی، روزنامه و گزارش‌های تلویزیونی بر زبان‌ها جاری کنند. این نگاه به رسانه منطبق با نگاه بودریار در جامعه مصرفی است:

آنچه مشخصه جامعه مصرفی است، جهان‌شمولی حوادث در ارتباطات جمعی است. کلیه اطلاعات سیاسی، تاریخی و فرهنگی به شکل یکسان، به گونه‌ای کم‌اهمیت و در عین حال معجزه‌آسا، در قالب حوادث دریافت می‌شوند. اطلاعات کاملاً به فعلیت در می‌آیند، یعنی به شیوه‌ای فوق‌العاده جنبه نمایشی می‌یابند - در عین حال کاملاً از فعلیت خارج می‌شوند، یعنی از طریق رسانه ارتباطی از ما فاصله می‌گیرند و به نشانه تقلیل پیدا می‌کنند. پس مقوله حوادث مانند دیگر مقوله‌ها نیست، بلکه مقوله اصلی تفکر جادویی و اسطوره‌ای ماست. این اسطوره بر درخواست‌های روزافزون برای دسترسی به واقعیت، حقیقت و عینیت تکیه دارد. آنچه رسانه‌های جمعی در اختیار ما می‌گذارند، واقعیت نیست، بلکه سرسامی

1. Richard Dyer

از واقعیت است یا به تعبیری دیگر، بدون این‌که بخواهیم با کلمات بازی کنیم، واقعیت بدون سرسام است. (۳۰)

در رمان *روانی آمریکایی*، کنش‌های شخصیت اصلی رمان بر مبنای حوادثی است که در رسانه‌های جمعی شاهد آن بوده است. همان‌طور که بودریار استدلال می‌نماید، بیت‌من آگاهانه اطلاعات دریافتی از رسانه‌های جمعی را به فعلیت می‌رساند. در قسمتی از رمان بعد از آوردن دو دختر به آپارتمان خود، همانند یک کارگردان فیلم و به تقلید از آنچه در فیلم‌ها دیده است، اتاق خواب خود را از نظر نور و طراحی صحنه و دیگر ابعاد فنی لازم جهت فیلم‌برداری آماده نموده تا به‌طور همزمان شاهد پخش تصویر خود باشد. بنابراین، در جای‌جای اثر *روانی آمریکایی* با تلفیق ظریف ساختار روایی رمان با مصرف و رسانه‌های فرهنگی جمعی در جامعه معاصر آمریکا مواجه هستیم.

### نتیجه‌گیری

در این مقاله سعی شد مصرف‌گرایی و نفوذ رسانه را که دو ویژگی بارز دوره پسامدرن می‌باشند در اثر معروف *روانی آمریکایی* نوشته برت ایستون ایس بررسی کنیم. در واقع، در دوره پسامدرن مصرف به مثابه پدیده‌ای مرتبط با فرهنگ و جهان بینی نگریسته می‌شود. مصرف‌گرایی، آن‌چنان فرآیندی از فعالیت اجتماعی، فرهنگی و نمادین است که بر خلاف تصور منفعت‌گرایی، لیبرالیسم کلاسیک یا برخی از انواع مارکسیسم ماده‌گرایانه، کاملاً اقتصادی نیست. مصرف در شکل پسامدرن‌اش آن را باید فرآیندی تلقی نمود که با بازی نمادها سروکار دارد. استدلال بودریار این است که تغییراتی که درون سرمایه‌داری رخ داده است، از هر دو تحلیل فرویدی و مارکسیستی درباره امیال مصرفی فراتر رفته است. به‌زعم بودریار، "کالاهای مصرفی پسامدرنیته به‌مثابه نماد به فروش می‌رسند. و واقعیت خاص خود را ایجاد میکنند" (مصرف، باکاک ۱۵۴). از طرف دیگر بودریار، در رویکرد خود به مصرف، مفهومی از میل را به عنوان یک تجربه ایده‌آلیستی حفظ می‌نماید. از نظر او مصرف‌کنندگان مدرن و پسامدرن سعی می‌کنند که امیال عاطفی خود را نیز به موازات نیازهای مادی ارضاء نمایند. جریان مصرف که بسیاری از مردم در سرمایه‌داری غرب وابسته به آن هستند، متأثر از رسانه‌های ارتباط جمعی به‌ویژه تلویزیون است. برای مثال، بیشتر سریال‌های آمریکایی تلویزیون، دست‌کم از چشم بسیاری از بینندگان، به مثابه سبک زندگی‌شان دیده می‌شوند، زیرا

کالاهای مصرفی، شخصیت‌هایی را که هنرپیشه‌گان نقش آنان را ایفا می‌کنند احاطه کرده است.

در آثار ایس، جامعه پسامدرن آمریکا، جامعه‌ای سطحی و نمایش‌گونه قلمداد می‌گردد که افراد انسانی در آن مصرف‌کنندگانی محض هستند که با تقلید از فرهنگ القایی رسانه‌ها به تقلید از یکدیگر پرداخته و از نظر ذهنی، احساسی و اخلاقی رو به زوال می‌روند. رمان روانی آمریکایی (۱۹۹۱) را می‌توان به عنوان فراگیرترین و بحث‌برانگیزترین اثر برت ایستن ایس در نظر گرفت که تأثیر مصرف و رسانه در آن کاملاً مشهود است. تفسیر بودریار از جامعه مصرفی را به طور عینیت یافته در ابتدای رمان *روانی آمریکایی* از زبان پاتریک بیت‌من درمی‌یابیم: "من غنی هستم. من خلاق هستم، من جوان هستم، جوانی بی‌ملاحظه، فوق‌العاده با انگیزه و با مهارت. لپ کلام من آن است که جامعه یارای از دست دادن من نیست. من یک دارایی هستم" (۳). کالاپرستی اغراق‌آمیز بیت‌من منحصر به توصیف دقیق البسه، وسایل و محصولات آرایشی نمی‌باشد بلکه زنان را نیز به‌مثابه کالایی می‌نگرد که نقش محوری در دادوستد تجاری دارند. این کالایی شدن تنها به اشیاء و روابط انسانی محدود نمی‌گردد بلکه درجغرافیا و فضای هندسی شهر نیز قابل تحلیل می‌باشد. در واقع، در این رمان با اضمحلال هویت بیت‌من مواجه‌ایم که ریشه در فرهنگ مصرفی آمریکا دارد. در نگاه بیت‌من، شهر سرمایه‌ایست جهت نائل شدن به منافع مضاعف. بنابراین، بیت‌من نه تنها قاتل مردم بلکه به شهری که در آن زیست می‌کند نیز جنایت می‌ورزد. تأثیر رسانه و مصرف را حتی در ضرب‌آهنگ روایی *روانی آمریکایی* نیز می‌توان مشاهده نمود. دو ویژگی شاخصی که حاکی از تأثیر رسانه‌های فرهنگی در ضرب‌آهنگ روایی این اثر می‌باشند، سریالی بودن قتل‌های بیت‌من و مصرف رسانه‌های اجتماعی اطرافش می‌باشد.

### منابع

- باقرزاده، سحر و مهوش قویمی. "عملکرد گفتمانی و اجتماعی جامعه مصرفی در رمان زن کامل اثر پاتریک دوویل". دوفصلنامه نقد زبان و ادبیات خارجی، شماره ۱۸ (تابستان ۱۳۹۶). صص ۲۸-۱۳.

- باکاک، رابرت، مصرف. ترجمه خسرو صبری، تهران: شیرازه، ۱۳۸۱.  
- بودریار، ژان، جامعه مصرفی: اسطوره‌ها و ساختارها. ترجمه پیروز ایزدی، تهران: ثالث، ۱۳۸۹.

--- آمریکا. ترجمه عرفان ثابتی، تهران: ققنوس، ۱۳۸۴.  
- پُستمن، نیل، زندگی در عیش مردن در خوشی: زوال فرهنگ در بستر عشرت. ترجمه دکتر صادق طباطبائی، تهران: اطلاعات، ۱۳۷۵.

- جعفری، علیرضا. "طلای راهبان: خوانشی ساختارشکنانه از معیار پایه طلا اثر کنث کک". دوفصلنامه نقد زبان و ادبیات خارجی، شماره ۶ (تابستان ۹۰). صص ۶۳-۴۳.

Amerika, Mark and Alexander Laurence. Interview with Bret Easton Ellis (1994). Retrieved from:

<http://www.altx.com/interviews/bret.easton.ellis.html> [accessed on July 10, 2017]

Annesley, James. *Blank Fictions: Consumerism, Culture and the Contemporary American Novel*.

London: Pluto Press, 1998.

Baudrillard, Jean. *Consumer Society*. George Ritzer. London: Sage, 1998.

---. *For a Critique of Political Economy of the Sign*. London: Sage, 1993.

---. *Simulacra and Simulation*. Trans. Sheila Faria Glaser. Ann Arbor: U of Michigan Press, 1994.

---. *Selected Writings*. Ed. Mark Poster. Cambridge: Polity Press, 1988.

Bocock, Robert. *Consumption*. London: Routledge, 1993.

Bottomore, T. and Rubel, M. *Karl Marx: Selected Writings in Sociology and Social Philosophy*.

Harmondsworth: Penguin Books, 1971.

Colby, Georgina. *Bret Easton Ellis: Underwriting the Contemporary*. New York: Palgrave, 2011.

Deleuze, Gilles, and Felix Guattari. *Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia*. Trans. Robert

Hurley, Mark Seem. Minneapolis: Minnesota Press, 1977.

Dyer, Richard. "Kill and Kill Again". *Sight and Sound* No. 7(September 1997): 14-17.

Ellis, Bret Easton. *American Psycho*. New York: Vintage, 1991; London: Picador, 1991.

---. *Glamorama*. New York: Alfred A. Knopf, 1998; London: Picador, 1999.

---. *Less Than Zero*. New York: Simon and Schuster, 1985; London: Picador, 1986.

James, Henry. *The American*. New York: Everyman Paperbacks, 1997.

Jameson, Fredrick. *Postmodernism, or the Cultural Logic of Capitalism*. New York: Verso, 1991.

Marcuse, Herbert. *One-Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society*.

London: Routledge, 2002.

McLuhan, Marshall. *The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man*. Boston: Beacon Press, 1967.

McLuhan, Marshall and Bruce R. Powers. *The Global Village: Transformations in World Life and Media in Twentieth First Century*. New York: Oxford University Press, 1984.

Mookerjee, Robin. *Transgressive Fiction: The New Satiric Tradition*. New York: Palgrave Mac Millan, 2013.

Murphet, Julian. *Bret Easton Ellis's American Psycho: A Reader's Guide*. New York: Continuum, 2001.

Young, Elizabeth and Graham Caveney. *Shopping in Space: Essays on American Blank Generation*

*Fiction*. New York and London: Serpent's Tail, 1992.