

فہم
فرہنگ
ملای

Understanding Material Culture

Ian Woodward
Sage Publications 2007

Persian translation published by
© Logos Publications 2019



فہم فرہنگ ملائی

یان وودوارد

ترجمہ
شایستہ مدنی لواسانی



سرشناسنامه
عنوان و نام پدیدآور
مشخصات نشر
مشخصات ظاهری
شابک
وضعیت فهرست‌نویسی
یادداشت
موضوع
شناسنامه افزوده
رده‌بندی کنگره
رده‌بندی دیویی
شماره کتاب‌شناسی ملی

وودوارد، ایان، Woodward, Ian
فهم فرهنگ مادی / یان وودوارد؛ ترجمه شایسته مدنی لواسانی.
م: لوگوس، ۱۳۹۷.
۲۵۶ ص:، ۵/۱۴×۲۱/۵ س.م.
۹-۰۱-۶۲۸۸-۶۲۲-۹۷۸-۹۷۸-۶۲۲-۶۲۸۸-۰۱-۹

فیفا
عنوان اصلی: Understanding material culture, 2007.
Material culture فرهنگ مادی
مدنی لواسانی، شایسته، ۱۳۵۲-، مترجم
۱۳۹۷ ۹ف۹/و/۴۰۶ GN
۳۰۶/۴۶
۵۴۲۳۷۵۹



فهم فرهنگ ملای

یان وودارد

ترجمه شایسته مدنی لواسانی

ویراستار
طراح جلد
نوبت چاپ
شمارگان
قیمت
شابک

مقدم مهدوی
حسین راست‌منش
۱۳۹۷ اول
۵۰۰
۴۰۰۰ تومان
۹-۰۱-۶۲۸۸-۶۲۲-۹۷۸-۹۷۸-۶۲۲-۶۲۸۸-۰۱-۹

تمامی حقوق این اثر محفوظ است. تکثیر یا تولید مجدد آن کلاً یا جزئاً، به هر شکل اعم از چاپ، فتوکپی، اسکن، صوت، تصویر یا انتشار الکترونیک بدون اجازه مکتوب از فاطمه شهبازی و آزاده عبادی ممنوع است.

تماس با موبایل مرکز پخش: ۰۹۰۲۱۵۴۰۰۴۲

info@irlogos.com

فروشگاه برخط لوگوس www.irlogos.com

پیشکش به بانوی علم، ادب، فرهنگ، هنر و اسطوره،
سودابه فضائلی،

که به من جرئت داد پای در میدانی بگذارم

که اندیشه‌ورزی در آن نه با جنسیت

بلکه با دانایی، انگیزه و کوشش انسان‌ها رقم می‌خورد.

شایسته مدنی لواسانی

فهرست

اشاره	ز
پیشگفتار مؤلف برای ترجمه فارسی	ش
مقدمه	۱
پیش‌ش ۱؛ چاپگاه فرهنگی ماهی	۵
۱. ماده به مثابه فرهنگ: تعاریف، رویکردها و نگرش‌ها	۷
زندگی در جهان مادی	۷
اشیا چگونه می‌توانند «فرهنگی» باشند؟ گزیده‌ای از مطالعات موردی	۱۱
تعریف «فرهنگ مادی»	۲۲
پیشنهاد برای مطالعه بیشتر	۲۵
۲. مطالعه فرهنگ مادی: خاستگاه‌ها و فرضیه‌ها	۲۷
ماهیت و رشد مطالعات فرهنگ مادی	۲۷
انسان‌شناسی تکاملی و نمایشی از تفاوت فرهنگی	۲۸
نظریات جامعه‌شناختی مدرنیته: کالاها و ارزش‌های جامعه مدرن	۳۰
رویکردهای بازاریابی و روان‌شناختی رفتار مصرف‌کننده	۳۳
مطالعات مصرف در جامعه‌شناسی	۳۵
انسان‌شناسی نوین در مصرف و رفتار اقتصادی	۳۸
فرضیه‌های اصلی در رویکرد فرهنگ مادی	۴۰
پیشنهاد برای مطالعه بیشتر	۴۷
پیش‌ش ۲؛ رویکردهای نظری در مطالعه فرهنگی ماهی	۴۹
۳. شیء مبهم و فریبنده: رویکردهای مارکسیستی و انتقادی	۵۱
مارکس: شیء کالایی به مثابه کار منجمد	۵۱
لوکاج، شیء‌وارگی و شکل کالا	۵۶
مکتب فرانکفورت و فرهنگ کالا	۵۸
آدورنو و هورکهایمر: سلطه اشیا و آسیب‌شناسی روانی زندگی مدرن	۵۹

- ۶۴..... اثرات روانی فرهنگ کالایی: فروم، مارکوزه و روان کاوی مارکسیست انسانی
- ۷۰..... نقدهای متداول از فرهنگ کالا.....
- ۷۲..... فروش شکل های «خوب» مصرف: لوازم آرایش اخلاقی و برترین طراحان ضد مادی‌گرا.....
- ۷۷..... ارزیابی رویکردهای انتقادی درباره شیء کالایی.....
- ۸۱..... پیشنهاد برای مطالعه بیشتر:.....
- ۸۳..... شیء به مثابه کد نمادین: رویکردهای ساختاری و نشانه‌شناختی.....
- ۸۴..... ساختارگرایی، نشانه‌شناسی و خوانش فرهنگ مادی.....
- ۸۵..... خوانش فرهنگ مادی.....
- ۸۸..... ساختارگرایی به عنوان مدلی کلی برای فهم فرهنگ.....
- ۸۹..... سوسور و نظام‌های ارتباطی زبان‌شناختی.....
- ۹۳..... لوی استروس: شکستن کُد فرهنگ (مادی).....
- ۹۸..... بارت: افشای مبنای ایدئولوژیکی نمادهای کالای بورژوازی.....
- ۱۰۶..... تحلیل ساختاری بودریار از اشیا مصرفی.....
- ۱۱۱..... هبیدیچ و کدهای خرده‌فرهنگی مُد روز.....
- ۱۱۶..... ارزیابی رویکرد ساختاری درباره فرهنگ مادی.....
- ۱۱۹..... پیشنهاد برای مطالعه بیشتر.....
- ۱۲۱..... ۵. بازنمایی مادی جهان فرهنگی: اشیا، نمادها و طبقه‌بندی‌های فرهنگی.....
- ۱۲۲..... مروری بر رویکردها در مطالعه اشیا.....
- ۱۲۳..... جهان در یک شیء: اشیا و طبقه‌بندی‌های «خوب» و «بد».....
- ۱۲۶..... دورکیم، موس و طبقه‌بندی فرهنگی: تقسیم نمادین اشیا.....
- ۱۳۲..... گسترش رویکرد دورکیمی به اشیا: الکساندر و اسمیت درگفت‌مان‌های مقدس و نامقدس درباره فتاوری‌ها.....
- ۱۳۵..... ماری داگلاس: آوردن دورکیم به مصرف.....
- ۱۳۹..... میلر و مطالعه فرهنگ مادی در جوامع فراوانی.....
- ۱۴۵..... زندگی فرهنگی کالاها. اشیا زندگی اجتماعی دارند.....
- ۱۵۰..... اشیا هنری و تحول معنا.....

- نتیجه‌گیری: ارزیابی رویکردهای فرهنگی درباره اشیا..... ۱۵۳
- پیشنهاد برای مطالعه بیشتر..... ۱۵۵
- پنجشش ۳۰ اشیا در عمل..... ۱۵۷
۶. اشیا و تمایز: زمینه زیباشناختی و جنبه مادی معنادار..... ۱۵۹
- مقدمه: پایگاه اجتماعی و سلیقه برای «شیء زیبا» در جوامع مصرفی..... ۱۵۹
- زیبایی‌شناسی فلسفی کانت و حس زیبایی در اشیا (مدل سلیقه ناب)..... ۱۶۴
- اشیا و زمینه‌های طبقاتی. بوردیو و روان کاوی جامعه‌شناختی اشیا (مدل سلیقه طبقاتی)..... ۱۶۷
- مُد روز بودن: افتخار اجتماعی و نمایش ثروت (مدل چشم‌وهم‌چشمی)..... ۱۷۳
- عواطف جمعی در سلیقه‌های زیباشناختی: اشیا مُد روز و همبستگی اجتماعی (مدل جمعی)..... ۱۷۹
- نتیجه‌گیری..... ۱۸۳
- پیشنهاد برای مطالعه بیشتر..... ۱۸۴
۷. فرهنگ مادی و هویت: اشیا و شخصیت..... ۱۸۵
- اشیا و هویت..... ۱۸۶
- روابط و اشیا و نظریه روان کاوی: نقش اشیا در رشد روانی انسان..... ۱۹۱
- فقدان روان‌شناختی و مصرف: اشیا و تمایل..... ۱۹۵
- فرهنگ جوانان و اشیا..... ۱۹۸
- اشیا به‌عنوان پسوند خود..... ۲۰۱
- نتیجه‌گیری..... ۲۰۸
- پیشنهاد برای مطالعه بیشتر..... ۲۰۹
۸. فرهنگ مادی، روایت‌ها و نمایش اجتماعی: اشیا در زمینه‌ها..... ۲۱۱
- اشیا در زمینه‌ها..... ۲۱۱
- اشیا و روایت: چیزها و کلمات..... ۲۱۳
- اشیا و نمایش اجتماعی..... ۲۱۴
- خانه: اشیا در یک زمینه خاص..... ۲۱۷
- اشیا خانگی: روایت‌سازی و نقش آن‌ها در نمایش اجتماعی - با ذکر چند مورد..... ۲۲۵
- نتیجه‌گیری: یادداشتی در خصوص روش‌شناسی‌های بازاندیشانه و فرهنگ مادی..... ۲۳۲

۲۳۴	پیشنهاد برای مطالعه بیشتر.....
۲۳۵	۹. نتیجه‌گیری: اشیا و معنا در فرهنگ مصرفی.....
۲۴۱	نماینه.....
۲۴۷	منابع.....

اشاره

نخستین بار که به ترجمه کتابی در حوزه فرهنگ مادی احساس نیاز کردم، زمانی بود که به تألیف کتابی در خصوص «تحولات ایشیا و مصرف در خانه» مشغول شدم. توجه به پیش‌پافتاده‌ترین ایشیا و تأثیرات آن بر سبک زندگی به پشتوانه علمی و نظری نیاز داشت. با توجه به گفتمان‌های موجود در خصوص ایشیا که در حوزه باستان‌شناسی و در موزه‌ها به شکل پرنگی وجود دارند و یا آن‌هایی که در ادبیات فلسفی و جامعه‌شناختی مانند گیوتین، لباس فرم و غیره مطرح شده‌اند، پرداختن به ایشیا بسیار ساده نادیده گرفته شده و به نظر می‌رسد در شأن پژوهش نیستند؛ اما از خلال همین ایشیا بسیار ساده است که می‌توان تحولات فرهنگی را در دهه‌های اخیر تحلیل کرد. مثلاً؛ میل بافتنی، یک شیء آشنا و البته پرمصرف برای اکثر زنان خانواده ماست و محصولی که از این فلزمدادی شکل خارج می‌شود نیز بخشی از خاطرات، سبک پوشاک، تزئینات خانگی و گاهی چرخه اقتصادی بوده و هنوز نیز هست. هویت زنانگی مادر بزرگ، مادر و خاله‌ها را به سادگی می‌توان ناشی از همین شیء به ظاهر ساده اما در باطن پیچیده دانست. نسل‌های بعدی اگر خودشان این مهارت را به کار نگرفته باشند اما قطعاً از آثار و محصولات نسل قبلی برای تمایز خود از دیگران استفاده می‌کنند. لباس کودکی من شبیه هیچ‌کسی نیست چون مادر بزرگ آن را به شیوه‌ای خاص بافته است. رومیزی و روتختی خاص و دست‌باف، خانه و اتاق خواب را تزئین کرده و سلیقه زنان خانواده را به نمایش گذاشته است. این دوخت و دوزهای مختلف، بخشی از روایت‌های زنان در مصاحبه‌های ایشیا است.

جامعه‌شناسی مصرف و مطالعات فرهنگ مادی به‌عنوان زیرشاخه آن، یکی از حوزه‌های مهم جامعه‌شناسی است که مطالعات علمی انگشت‌شماری در خصوص آن در محافل علمی ایران انجام شده است. ایشیا بخش مهمی از زندگی ما را تشکیل می‌دهند و افراد در تمام لحظات خود را غرق در ایشیا می‌ابند. برخی از آن‌ها به ضرورت‌های زندگی بدل شده‌اند مثل؛ گوشی همراه، کارت اعتباری، کلید خانه و برخی و در مناسک خاص خودشان را به ما نشان

می‌دهند مثل؛ آیین و شمعدان و اشیا سر سفره هفت‌سین. اشیا را می‌توان جاندارانی تصور کرد که با زبان خودشان فرهنگ را روایت می‌کنند.

کتاب فهم فرهنگ مادی، مجموعه‌ای منجسم از نظریات حوزه مطالعات فرهنگ مادی است که ما را به نظریات و نمونه‌های متنوع این حوزه آشنا می‌کند. این نظریات فقط معطوف به نظریات کلاسیک نبوده و به خوبی ارتباط نظریات پیشین را با نظریه پردازان معاصر بیان می‌کند. مثال‌های کتاب، مخاطب علاقمند به این حوزه را به تأمل وامی‌دارد تا به نمونه‌های مشابه در فرهنگ خود مراجعه کند و نسبت به اشیا اطراف خود حساس شود. منابعی که در بخش پایانی هر فصل معرفی شده است، برای مخاطبان بسیار کارگشا و مفید است. امیدوارم این کتاب برای پژوهشگران جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، اقتصاد، مطالعات فرهنگی و علاقمندان به حوزه مطالعات فرهنگ مادی و طراحی مفید واقع شود.

سپاسگزار استاد دانشگاه و دوست عالیقدر جناب دکتر سید علی اصغر سلطانی مدیر محترم نشر لوگوس هستم که در چنین اوضاع و احوالی انتشار این اثر را پذیرفتند و آنچه در بهبود کیفیت متن مفید و مؤثر بود دریغ نکردند. همچنین سپاسگزار دوست و همکار عزیزم مقدم مهدوی هستم که با متانت و سعه صدر همیشگی‌شان ویراستاری و بازخوانی این اثر را بر عهده گرفتند و پیشنهادهای مؤثری در برخی از معادل‌سازی‌ها ارائه کردند. بدیهی‌ست ایرادات ترجمه بر عهده مترجم است و پیشاپیش منت‌دار کسانی هستم که نقاط ضعف و قوت کارم را تذکر دهند.

شایسته مدنی لواسانی، مهر ۱۳۹۷

پیشگفتار مؤلف برای ترجمه فارسی

انسان‌ها، کنشگران اجتماعی و جویندگان شیء هستند. این ادعا تنها درباره افراد به‌عنوان شهروندان مصرف‌کننده مطرح نیست، بلکه به تحقق شیوه زندگی اجتماعی نیز مربوط است که به ناچار در میان اشیا مادی قرار گرفته است، اشیائی که ایده‌ها، ایدئولوژی‌های اجتماعی و ارزش‌ها را نمادین کرده و در هماهنگی با افراد عمل می‌کند. برای درک خود و فرهنگ‌مان فقط کافی نیست افراد را درک کرده و چگونگی تفکر و عملکردشان را بفهمیم. در کنار توجه متداول به کنش انسانی، دانشمندان اجتماعی نیاز دارند به کنش و کارایی‌های اشیا، چیزها، اجناس و مواد برای ساخت نظریات اجتماعی و اقتصادی در زندگی نیز توجه کنند. تحقیق برای اینکه بفهمیم افراد چگونه نیازها، ارزش و ایدئولوژی را از طریق جهان اشیا بیان می‌کنند، امری ضروری به نظر می‌رسد. علاوه بر این، لازم است زبان خود این اشیا را بفهمیم و اینکه چگونه ما را در شبکه‌های معنایی مادی درگیر می‌کنند و همان‌طور که اشیا با دیگر اشیا ارتباط دارند با افراد در تعامل هستند.

علاقه من به قدرت سیاسی و فرهنگی اشیا منجر به علاقه‌ای اساسی در جامعه‌شناسی شد و اینکه چگونه مرزهای نمادین بین افراد و گروه‌های اجتماعی ساخته و حفظ شده‌اند. مرزهای نمادین، تمایزات مفهومی هستند که افراد برای دسته‌بندی اشیا، مردم، عملکردها و حتی زمان و فضا از آن‌ها بهره می‌برند. آن‌ها ابزاری هستند که افراد و گروه‌ها به کمکشان بین چیزهایی که خوب یا بد قلمداد می‌کنند، تمایز قائل می‌شوند. بررسی آن‌ها به ما اجازه می‌دهد تا ابعاد پویا و روابط اجتماعی را بدست بیاوریم، همان‌طور که گروه‌ها در تولید، انتشار و نهادینه کردن نظام ارزشی جایگزین که با اصول طبقه‌بندی متنوعی همراه است، رقابت می‌کنند.

مهم است بدانیم مرزهای نمادین در زبان اشیا و ظرفیت‌های ارتباطی و اجتماعی آن‌ها، به‌صورت مادی درآمده است. من در پژوهش در حوزه جامعه‌شناسی مصرف، با این فرایندهای تمایز نمادین مواجه بوده‌ام، یعنی همان‌طور که این فرایندها از طریق اشیا مادی

و هماهنگی شان با نظام‌های سازمانی نمادین بیان شده‌اند، از طریق کارهایی مانند تزئین خانه، روابط افراد با کالاهایی نظیر نوشیدنی، آبی، آیفون، طراحی خانه و دکوراسیون، خرید کردن یا ظهور آلبوم‌های پراهنک نیز نشان داده می‌شوند. پژوهش من در خصوص فضاهای خانگی به طور ضمنی تأثیر پژوهش پیر بردیو در زمینه جامعه‌شناسی مصرف را تأیید کرد اما نقد فرهنگ مادی، تعمیم نظریه بردیو و ارزیابی کار در آن و حوزه مطالعات فرهنگ مادی نیز بود. در این زمینه، کتاب من به کار بستن مطالعات فرهنگ مادی در جامعه‌شناسی و مطالعات مصرف به طور کلی تراست که برای مدت طولانی و به شکلی نظام‌مند برای در نظر گرفتن نقش اشیا و مواد در تجربه‌ها روزمره با شکست مواجهه شده بود.

همان‌طور که فصول بنیادین این کتاب نشان می‌دهند، دانشمندان اجتماعی از گذشته، اشیا مادی را از طریق منطق مصرف‌گرا و به شیوه‌هایی درک کرده‌اند که تمایل داشته‌اند آن‌ها را به عنوان عوامل مادی ناشی از استثمار سرمایه‌داری شیء‌واره کرده یا صرفاً به عنوان نشانه‌های انتزاعی ببینند که تنها بخشی از چرخش معنا‌های نمادین در فرهنگ هستند؛ اما این سنت کمکی به درک روش‌های سازنده و شگفت‌انگیزی نکرد که افراد در زندگی روزمره‌شان از اشیا استفاده می‌کنند. این اتفاق رخ نداد تا متون کلیدی دهه ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ در انسان‌شناسی فرهنگی که توجه را به سمت ماهیت فرهنگی نهفته در اشیا مصرفی جلب کرد؛ بدین معنی که به ظرفیت‌های اجتماعی و احساسی اشیا که افراد بدست آورده و استفاده می‌کنند و به روش‌های ویژه در استفاده فردی و اجتماعی که اشیا در زندگی‌های چندگانه و مراحل استفاده با آن مواجه هستند، پرداخته شد. رشته‌های مشابه و تقریباً هم‌زمان، از جمله پژوهش روان‌شناسان محیط‌زیست و پژوهشگران مصرف، شیوه‌ای را تحلیل کردند که اشیا مادی دقیقاً خودپرو را از طریق جریان‌های روان‌شناختی مانند وابستگی، انسجام، تفاوت و تعمیم تسهیل می‌کنند. برای من توجه دقیق به اشیا، مسائل پژوهشی مهمی را در زمینه جامعه‌شناختی و مطالعات فرهنگ مادی به طور گسترده‌تر گشود.

فراتر از این تأکید بردرگیری معنایی اشیا، مرزهای نظریه اجتماعی و پژوهش فرهنگی نیز در دهه‌های اخیر توسط تحلیل‌های شیء‌محور، رویکردهای انتقادی ترو هستی‌شناسی مادی پیشرفت داشته است. در معنا و عملکرد بوم‌شناسی نوین، اشیا، چیزها و مواد، اجناسی هستند که به موجب آن‌ها ساختارهای اجتماعی، شبکه‌های جهانی، ایدئال‌های فرهنگی، ارزش‌های اجتماعی و بدن‌های انسانی نشان داده شده و از نظر مادی ساخته

پیشگفتار مؤلف برای ترجمه فارسی \ض

شده‌اند. مطالعات بوم‌شناختی اسیا، فرهنگ مادی و چیزها، آن چیزی را به چالش کشید که دانشمندان اجتماعی در توصیف ماهیت تجربه‌های پیش‌پافتاده، روش‌های ارتباط اجتماعی و نمایش و شبکه‌های تعلق اجتماعی گفته بودند. اگر تمایل دارید رفتار اقتصادی مصرف‌کنندگان، الگوهای مصرف و رشد بازار، کارایی رسانه اجتماعی و دیجیتالی، ارتباط بین طراحی شیء و استفاده، بین هویت و مصرف و بین مصرف شیء و چرخه زندگی را درک کنید، لازم است با رویکرد جدیدی که این کتاب معرفی می‌کند همراه شوید.

این کتاب به دنبال ایجاد رویکردی بین‌رشته‌ای برای اسیاست. گرچه بیشتر با مسائل جامعه‌شناختی، نمونه‌ها و مفاهیمی سروکار دارد که در پی مادی کردن مطالعات مصرف در جامعه‌شناسی هستند، اما طیفی از سنت‌های نظری و رشته‌ها را مرور کرده و مطرح می‌کند. به‌علاوه، رفت و برگشتی به نظریات انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی کلاسیک دارد که از دل آن حوزه کنونی مطالعات فرهنگ مادی رشد کرده است. با همه این احوال شاید در پی سنتز و تفسیر سنت قدیمی درباره پژوهش شیء در علوم اجتماعی است و قصد دارد نشان دهد چگونه شالوده‌ای مهم برای مطالعات امروزه اسیا فراهم می‌شود.

یان وودوارد

آدنس، دانمارک

فوریه ۲۰۱۸