

*Critical Studies in Texts and Programs of Human Sciences,*  
Institute for Humanities and Cultural Studies (IHCS)  
Monthly Journal, Vol. 22, No. 1, Spring 2022, 215-237  
Doi: 10.30465/CRTLS.2021.29108.1692

## **A Critical Review on the Book** ***Cities and Consumption***

**Mohammad Abbaszadeh \***

**Sajjad Mesgarzadeh \*\***

### **Abstract**

In the present article, the book *Cities and Consumption* written by Mark Jayne with a Persian translation by Morteza Ghalich was critically reviewed. Among the advantages of this book, we can refer to the views, theories, empirical backgrounds, case studies about the city, and consumption. The translation and writing of the book, despite providing important information about cities and consumption categories, need some critics, including the fact that despite the second edition of the book, the literary editing of translated texts was ignored and the inaccurate translation from the original texts is considerable. To the extent that some of the translated parts are incompatible with the original text of the book. Also, the content of the book does not provide a comprehensive explanation of the relationship between cities. In other words, the book has no theoretical or methodological presuppositions and the chapters are not formulated based on the main aim of the book. Jayne failed to explain the consumer and consumption status in the relationship between the structure of the political economy and the formation of the modern city and consumer society. He only considers consumption as an independent variable that is used by the consumer as a tool in shaping the modern city and everyday life; A claim that is not followed or substantiated in most parts of the book.

\* Professor of Sociology, University of Tabriz, Tabriz, Iran, (Corresponding Author)  
m.abbaszadeh2014@gmail.com

\*\* PhD Student of Sociology, University of Tabriz, Tabriz, Iran, sajjad\_12001@yahoo.com

Date received: 03-11-2021, Date of acceptance: 26-02-2022



۲۱۶ پژوهش‌نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی، سال ۲۲، شماره ۱، فروردین ۱۴۰۱

Also, since the book is released in 2006, the statistical information and empirical backgrounds are not up to date.

**Keywords:** Modern City, Postmodern City, Identity, Everyday Life.

## بررسی انتقادی کتاب شهرها و مصرف

محمد عباس‌زاده\*

سجاد مسگرزاده\*\*

### چکیده

در مقاله حاضر، کتاب شهرها و مصرف (*Cities and Consumption*)، اثر مارک جین (Mark Jayne)، با ترجمه فارسی مرتضی قلیچ موردنقد و بررسی قرار گرفت. از مزایای این کتاب می‌توان به ارائه دیدگاه‌ها، نظریات، پیشینه‌های تجربی، اسناد، و موردپژوهی‌های مختلف در مورد شهر و مصرف اشاره کرد. ترجمه و نگارش کتاب، با وجود ارائه اطلاعات مهم پیرامون شهرها و مقوله مصرف حاوی انتقاداتی است که از جمله آن می‌توان، به‌رغم چاپ دوم کتاب، به غفلت از ویرایش ادبی متون ترجمه‌شده و دقت کم در ترجمه محتوایی متون لاتین اشاره داشت، تاجایی که برخی از قسمت‌های ترجمه‌شده با متن اصلی کتاب هم‌خوانی قابل‌قبولی ندارد. هم‌چنین، در ارتباط با محتوای کتاب، تبیین جامعی از رابطه شهر، مصرف، و ادعاهای مطرح‌شده صورت نگرفته است. به‌عبارتی، کتاب موردبررسی پیش‌فرض‌های نظری و روش‌شناختی ندارد و عناوین فصل‌ها حول ادعای اصلی انسجام پیدا نکرده‌اند. جین جایگاه مصرف و مصرف‌کننده را نتوانسته است در رابطه بین ساختار اقتصاد سیاسی و شکل‌گیری شهر مدرن و جامعه مصرفی تبیین کند؛ ادعایی که در اغلب بخش‌های کتاب دنبال یا اثبات نمی‌شود. هم‌چنین، از آن‌جاکه کتاب مربوط به سال ۲۰۰۶ است، اطلاعات آماری و پیشینه‌های تجربی مورداستفاده به‌روز نیستند.

**کلیدواژه‌ها:** مصرف، شهر مدرن، شهر پست‌مدرن، هویت، زندگی روزانه.

\* استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه تبریز (نویسنده مسئول)، m.abbaszadeh2014@gmail.com

\*\* دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه تبریز، sajjad\_12001@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۱۲، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷



## ۱. مقدمه

موضوع شکل‌گیری و توسعه شهرها همواره مورد توجه اندیشمندان حوزه‌های مختلف بوده است. عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، نظامی، و غیره هر یک تا اندازه‌ای در شکل‌گیری و توسعه شهرها نقش داشته‌اند، اما با ظهور عصر مدرنیته شهرها جایگاه ویژه پیدا کردند و شکل غالب زندگی در شهرها شکل گرفت، تاجایی که به عقیده بسیاری شهر محصول و درعین حال یکی از محرک‌های اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی دوران مدرنیته است. مدرنیته که با ظهور و گسترش نظام اقتصادی سرمایه‌داری گره خورده است، مصرف‌گرایی و کالایی‌شدن فراگیر یکی از ویژگی‌های بارز آن است. تجلی این فرهنگ مصرف‌گرایی و کالایی‌شدن در شهرها، به ویژه شهرهای توسعه‌یافته، رخ می‌دهد. میلز مطرح می‌کند که شهر درحقیقت چیزی فراتر از فضایی برای مصرف نیست که در آن خود را به‌عنوان شهروندان یک جامعه مصرف‌کننده بیان می‌کنیم. امروزه، شهرها کم‌تر فضایی برای مردم و زندگی کردن‌اند و درمقابل به‌طور فزاینده‌ای به واحدهایی تبدیل شده‌اند که ویژگی اصلی آن‌ها به‌حداکثر رساندن مصرف است. فضای شهری به‌طور فزاینده‌ای تحت‌تأثیر عمل مصرف قرار می‌گیرد، به‌گونه‌ای که تجربیات مصرف به تجربه شهری تبدیل شده‌اند [یعنی مصرف‌کردن برابر با تجربه زندگی شهری است] (Miles 2010: 1-2). بر این اساس، فعالیت مصرف در روابط بین افراد و جوامع محور تحقیقات مصرف طی دو دهه گذشته بوده است و مطالعات اخیر در نهادهای فردی و مدنی بیش‌تر در ارتباط با بازتاب انتقادی مفهوم مسئله‌محور مصرف‌کننده و رابطه آن با گفتمان‌های شهروندی شکل گرفته‌اند. در این مطالعات، نحوه تولید شهروندی در جریان عمل مصرف کالاهای خاص و فعالیت‌های اجتماعی پیرامون آن‌ها، که فضایی برای تأمل در مورد نظارت و تنظیم فضای عمومی را فراهم می‌کند، مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. درمقابل، برخی مطالعات با تأکید بر شیوه‌های فرهنگی مصرف و شهروند فعال نشان می‌دهند که چگونه فضای عمومی و زندگی اجتماعی در ره‌گذر زندگی روزمره شکل می‌گیرند و سازوکار ایجاد تمایزات محلی را نشان می‌دهند (Mansvelt 2008: 106-107). کتاب شهرها و مصرف، اثر مارک جین، ترجمه مرتضی قلیچ، یکی از کارهایی است که به بررسی همین روابط بین افراد و جامعه در قالب فعالیت مصرف در شهرها و شکل‌گیری شهرها براساس مصرف می‌پردازد و تلاش شده است در مقاله حاضر، ضمن معرفی کتاب، نقدهای شکلی و محتوایی آن مطمحنظر قرار گیرد.

## ۲. درباره مؤلف

پروفسور مارک جین (۱۹۷۰)، جغرافی دان انگلیسی و استاد جغرافیای انسانی در دانشگاه کاردیف، فارغ التحصیل دوره کارشناسی در رشته‌های جغرافیا، جامعه‌شناسی، و انسان‌شناسی اجتماعی از دانشگاه کیبل (Keele) در سال ۱۹۹۱ است. وی در سال ۱۹۹۵ دوره کارشناسی ارشد خود را در رشته جغرافیا در دانشگاه ساسکس (Sussex) تمام کرد. سپس، در سال ۱۹۹۷ وارد دوره دکتری در دانشگاه استافورشر (Staffordshire) شد و در سال ۲۰۰۲ از رساله دکتری خود تحت عنوان *جغرافیای مصرف و احیای شهر: مطالعه موردی استوک - ترنت* دفاع کرد. از مجموع تألیفات مهم ایشان می‌توان به این موارد اشاره کرد: *شهر محله: دهکده‌های شهری در شهرهای معاصر* (۲۰۰۴)، *شهرها و مصرف*، رویکرد *انتقادی شهرسازی و شهر* (۲۰۰۶)، *شهرهای کوچک: تجربه شهر فراتر از مادرشهر* (۲۰۰۶)، *مشروبات الکلی: جاهایی که مردم می‌نوشند و چرا؟* (۲۰۰۷)، *الکل، نوشیدن الکل، مست‌ها* (۲۰۱۱)، *نظریه شهری فراتر از «غرب»: جهانی از شهرها* (۲۰۱۲)، *کودکی، خانواده‌ها، الکل* (۲۰۱۶)، *تئوری شهری: دیدگاه‌های انتقادی جدید* (۲۰۱۶)، و *شهرسازی چینی: رویکردهای انتقادی* (۲۰۱۷). در بین آثار نام‌برده شده تنها دو کتاب *شهرها و مصرف* و *شهرهای کوچک: تجربه شهر فراتر از مادرشهر* به زبان فارسی ترجمه شده‌اند.

## ۳. معرفی کلی اثر

اثری که از این محقق بریتانیایی در این مقاله مورد نقد و تحلیل قرار گرفته است کتاب *شهرها و مصرف* است. این کتاب بعد از چاپ اول در سال ۲۰۰۶ در انتشارات راتلج (Routledge) تاکنون ویرایش جدیدی نداشته است. ترجمه فارسی این کتاب نخستین بار در سال ۱۳۹۱ در انتشارات مرکز تحقیقات، راه، مسکن، و شهرسازی به قلم اشرف راضی، ابوالفضل مشکینی، و نصرالدین الیاس زاده مقدم در هزار نسخه به چاپ رسید. چاپ بعدی این کتاب در انتشارات علمی و فرهنگی در سال ۱۳۹۶ و با ترجمه مرتضی قلیچ در هزار نسخه صورت گرفت. ترجمه‌ای که در این مقاله مورد نقد و تحلیل قرار گرفته است چاپ دوم نسخه اخیر در سال ۱۳۹۷ است.

به‌طور خلاصه، فصول مرتبط با کتاب مورد بررسی عبارت‌اند از:

فصل اول: تعریف شهرها و مصرف؛ فصل دوم: مصرف و شهر مدرن؛ فصل سوم:

مصرف و شهر پست‌مدرن؛ فصل چهارم: مصرف و زندگی روزمره؛ فصل پنجم:

شهرها، مصرف، و هویت؛ فصل ششم: مصرف شهر؛ فصل هفتم: مصرف و احیای شهر؛ فصل هشتم: نتیجه‌گیری.

#### ۴. هدف کتاب

هر اثر علمی با هدف خاصی تألیف می‌شود. هدف آموزشی، پژوهشی، کاربردی، بنیادی، و توسعه‌ای از عمده اهدافی است که در یک اثر علمی دنبال می‌شود. هم‌چنین، هر اثر علمی را می‌توان براساس رویکرد پژوهشی به چهار رویکرد تبیینی، تفسیری، توصیفی، و اکتشافی تقسیم‌بندی کرد. باتوجه به این که کتاب شهرها و مصرف فاقد پیش‌گفتار مترجم و پیش‌درآمد خود نویسنده است، به‌صراحت نمی‌توان هدف و رویکرد پژوهشی از تألیف و ترجمه کتاب را از منظر نویسنده و مترجم کتاب مشخص کرد و کتاب هیچ پیش‌زمینه ذهنی و مطالعاتی برای خواننده ایجاد نمی‌کند. باوجوداین، در کتاب حاضر، نویسنده در هر فصل به دنبال اهداف آموزشی است؛ به‌این‌صورت که هر فصل کتاب موضوع محور است و در ابتدای هر فصل اهداف آموزشی مرتبط با هر موضوع مشخص شده است. هدف آموزشی اصلی که در این کتاب مدنظر نویسنده است عبارت‌اند از: شناخت رابطه مصرف و تغییرات شهری، شرح مفاهیم نظری مربوط به مصرف، تأمل درباره تعریف‌های شهر، نگاهی به رابطه مصرف و توسعه شهر مدرن، درک رابطه مصرف و شکل‌گیری شهر پست‌مدرن، بررسی رابطه بین مصرف و زندگی روزمره، نگاهی به رابطه مصرف و هویت، نگاهی به رابطه شهر فیزیکی با بازنمایی شهری و تجربه‌های زندگی روزمره، بررسی رابطه مصرف و احیای شهر، و نشان‌دادن شیوه‌های اثرگذاری و تأثیرپذیری متقابل بین شهر و مصرف.

در ارتباط با رویکرد پژوهشی می‌توان گفت که کتاب به دنبال تبیین است و سه فرضیه اصلی که جین ادعای اثبات آن را در این کتاب دارد عبارت‌اند از: ۱. رابطه مصرف و زندگی شهری عنصر محوری پیدایش جامعه مصرفی است؛ ۲. مصرف مؤلفه‌ای فعال در برساخت فضا و مکان و امری محوری در شکل‌گیری هویت است؛ ۳. مصرف‌کننده و تجربه مصرف‌گرایی مهم‌ترین عامل در ساختن شهر مدرن است. در هر سه فرضیه و ادعای مطرح‌شده، مصرف به‌عنوان متغیر مستقل و تأثیرگذار در نظر گرفته شده است. به همین منظور از نظریات، پیشینه‌های تجربی، مطالعات اسنادی، تصاویر، و موردپژوهی‌های متعددی برای اثبات ادعاهای مطرح‌شده استفاده شده است. اما ازطرفی هم می‌توان گفت که

رویکرد این کتاب تفسیری است، چراکه تبیین‌های جین بیش‌تر بر مبنای برداشت خود (محقق به‌عنوان دانای کل) از نظریه‌ها، مطالعات اسنادی، پیشینه‌های تجربی، و موردپژوهی‌های محدود است و یافته‌ای تجربی در ارتباط با ادعاها و فرضیات مطرح‌شده از خود ارائه نمی‌کند. در مجموع، می‌توان گفت که هدف کتاب بیش‌تر آموزشی و رویکرد پژوهشی در آن بیش‌تر تفسیری است و تبیین تجربی قانع‌کننده و قابل‌دفاعی را در ارتباط با فرضیه‌ها و ادعاها مطرح‌شده مبنی بر قدرت مصرف و مصرف‌کننده به‌عنوان متغیر مستقل ارائه نمی‌کند.

## ۵. نقد شکل ظاهری کتاب

نوع جلد شومیزی و قطع کتاب رقیعی تهیه شده است. چاپ دوم کتاب ۳۳۸ صفحه دارد. روی و پشت جلد کتاب شامل یک تصویر سیاه‌وسفید است. به این معنی که پشت جلد کتاب امتداد روی جلد کتاب است. این تصویر تعداد زیادی از زنان و مردان به‌ظاهر شهری را در صف برای خرید از یک دکه (kiosk) نشان می‌دهد و پایین تصویر و صفحه اول کتاب (صفحه به‌نام خدا) به‌رنگ قرمز است. می‌توان گفت طرح جلد کتاب تاحدودی تداعی‌کننده موضوع کتاب است و در مقایسه با نمونه اصلی کتاب از طرح و رنگ‌آمیزی بهتری برخوردار است. در مجموع، کتاب ظاهر جذابی دارد که می‌تواند عاملی در جذب خواننده باشد. صفحه‌آرایی، نوع، و اندازه قلم مناسب و مطلوب است. صحافی کتاب به‌منزله یکی از عوامل مؤثر در دوام کتاب در حد مطلوبی صورت نگرفته است و در قسمت‌های ابتدایی و انتهایی کتاب صفحات به‌راحتی از جلد کتاب جدا می‌شوند. هم‌چنین، تعداد صفحات کتاب با توجه به اندازه کتاب خیلی مناسب نیست و خواندن کتاب را تاحدودی دشوار می‌کند. تصاویر و اشکال به‌کاربرده‌شده در کتاب، همگی، سیاه‌وسفید و کیفیت بسیار پایینی دارند و همین عامل از جذابیت بصری کتاب کاسته است.

## ۶. نقد ترجمه و نگارش کتاب

روان‌بودن متن ترجمه‌شده، رعایت دستور نگارش زبان فارسی، یکسانی نوع ادبیات و نگارش متن، و به‌هم‌راه ویرایش ادبی آن از جمله موارد مهمی است که می‌تواند خواننده را به خواندن آن برانگیزاند؛ مواردی که در کتاب ترجمه‌شده مدنظر چندان جدی گرفته

نشده است. هم‌چنین، برخی از قسمت‌های ترجمه‌شده با متن اصلی کتاب هم‌خوانی ندارد. مثلاً، ترجمه شده است: «مصرف با این بینش منفی به‌حدی عمومیت یافته که برای بیماری عودکننده ریه، که تا دهه ۱۹۵۰ بیماری شایعی بوده، نیز مصرف اطلاق می‌شد» (جین ۱۳۹۷: ۱۱). در این جمله‌بندی‌ها، علاوه‌براین که دستور نگارش ادبیات فارسی رعایت نشده و نمونه‌ای از ترجمه تحت‌لفظی است، ترجمه کاملی نیز انجام نشده است، به‌طوری که در متن کتاب ذکر شده (Jayne 2006: 2) که بیماری‌های ریوی تا دهه ۱۹۵۰ در ملل (کشورهای) صنعتی رایج بوده است. در صفحه ۳۴ در نقل قول مطرح‌شده از مایلز ترجمه شده است: «مصرف‌کننده روکشی از حاکمیت دریافت می‌کند و آزادی فردی‌اش را در درون روکش فراهم‌شده به‌حداکثر می‌رساند». این ترجمه محتوا محور به‌نظر نمی‌رسد، درحالی که اگر واژه «حاکمیت» به قدرت و واژه «روکش» به ظاهر یا صورت ترجمه می‌شد مطلب قابل فهم و روان‌تر می‌نمود.

نمونه دیگری از ترجمه تحت‌لفظی در صفحه ۶۴، سطر آخر، مشاهده می‌شود، که جمله به این صورت ترجمه شده است: «در همین برهه‌ها (دهه ۱۹۸۰) بود که در اثر سطوح حمایت سیاسی و سیاست‌گذاری‌ها مصرف فردی جای‌گزین مصرف جمعی شد و توسعه مجدد شهرها و سازمان پساوردیسم اقتصاد سرمایه‌داری مسلط شد». با ارجاع به متن اصلی کتاب در صفحه ۳۱ و هم‌چنین محتوای سطرهای قبلی در خود ترجمه متوجه می‌شویم که عبارت ترجمه‌شده فاقد معنی است. در سطرهای قبلی، این عبارت نویسنده اطلاعاتی را در ارتباط با پی‌آمدهایی که بر اثر رواج سیاست‌های اقتصاد نئولیبرالی (از دهه ۱۹۷۰) از جمله گسترش حقوق فردی، مسئولیت فردی، خصوصی‌سازی خدمات، افزایش بی‌کاری بر اثر افول صنایع سنگین، زوال حاکمیت محلی، و کاهش درآمدهای مالیاتی دولت انتقال می‌دهد. در ادامه، نویسنده استدلال می‌کند که در جهت چنین تغییراتی از دهه ۱۹۸۰ جای‌گزین شدن مصرف فردی به‌جای مصرف جمعی به دستورکار اصلی و محوری در سیاست‌های حمایتی و سیاست‌گذاری‌های مرتبط با توسعه مجدد شهری و سازمان پساوردیسم نظام سرمایه‌داری تبدیل شد. در صفحه ۷۳ ترجمه شده است: «پاساژها به‌خاطر آزادی بیش‌تر به مکان‌هایی برای تماس جنسی و فحشا بدل شده بودند»، درحالی که در متن اصلی کتاب در ادامه این جمله مجدد از بنیامین نقل شده است که برای مثال دست‌یاران یا کارگران زن جوان برای دریافت دست‌مزد بیش‌تر اقدام به تن‌فروشی (سکس) می‌کردند. این جمله در ترجمه کتاب حذف شده است که ممکن است سبب ایجاد درک ناقص و اشتباه در ذهن خواننده شود. منظور نویسنده از آزادی بیش‌تر کم‌رنگ شدن محدودیت‌های رفتاری مرتبط



با فرهنگ در اقتصاد شهری مدرن است. در صفحه ۴۰ از متن اصلی کتاب یک پاراگراف به طور کلی ترجمه نشده است. نمونه دیگری از ترجمه تحت‌اللفظی در صفحه ۱۱۶ مشاهده می‌شود: «به طور خلاصه می‌توان گفت پدیده بسیار نزدیک به پیدایش این فرهنگ کالامحور جدید و اصالت یافته پیدایش فضاهاى شهری جدید بود»، درحالی‌که باتوجه به متن اصلی کتاب در صفحه ۶۴ مضمون این عبارت به این صورت است: «به طور خلاصه، هم‌سو با این فرهنگ کالایی مبتنی بر توهم زیباشناسی، فضاهاى جدید شهری شکل گرفت».

در صفحه ۱۵۴، در تشریح نظریه لوفور ترجمه شده است: «نقد او از زندگی روزمره با تأکید بر فعالیت‌های مبتنی بر عادت و ارتجاعی همراه است که باعث معمولی شدن زندگی روزمره می‌شود». با مراجعه به متن اصلی کتاب در صفحه ۸۰ متوجه می‌شویم که مفهوم جمله به این صورت است: «نقد او از زندگی روزمره با تأکید بر فعالیت‌های عادت‌واری و تکراری است که ماهیت فیزیکی زندگی روزمره را شکل می‌دهد». هم‌چنین، در صفحه ۲۷۳، تشریح نگرش استیونسون به این صورت ترجمه شده است: «او نشان می‌دهد که در فرهنگ رایج بسیاری از شهرها ترس، کار بدون مزد تبدیل به یک تجربه خیالی شده است». با مراجعه به متن اصلی کتاب در صفحه ۱۴۹ متوجه می‌شویم که مفهوم جمله به این صورت است: «در فرهنگ رایج بسیاری از شهرها، ما از شهر ترس، تنهایی، و بیگاری گذر کرده‌ایم و به تجربه اتویایی (آرمان‌شهری) از شهر رسیده‌ایم؛ یعنی قبلاً شهرها مظهر ترس، تنهایی، و بیگاری بودند که اکنون به آرمان‌شهرها برای زندگی تبدیل شده‌اند. همان‌طور که مشاهده می‌شود، ترجمه انجام شده تطابقی با متن اصلی کتاب ندارد. در صفحه ۳۰۰، در توضیح رابطه مصرف، حکمرانی و احیا ترجمه شده است: «فعالیت‌هایی که سابق بر این به بخش خصوصی مربوط می‌شود مثل مخاطره‌پذیری، اختراعات، تبلیغ مکان، و سود باعث شده است که از حکمرانی‌های محلی با عناوینی مثل سیاست‌ورزی شهری جدید، ماشین رشد، رژیم‌های شهری و یا بنابر آنچه که در ادبیات دانشگاهی از محبوبیت بیش‌تری برخوردار است حکمرانی کارآفرینی». این پاراگراف فاقد هر نوع قواعد و نگارش ادبی، محتوا، و مفهوم است. با مراجعه به متن اصلی کتاب در صفحه ۱۶۳ متوجه می‌شویم که منظور نویسنده این است که حاکمیت‌های محلی نیز برای احیا و شکوفایی شهرها به سیاست‌ها و برنامه‌های اقتصاد نئولیبرالی تحت عناوینی چون سیاست‌ورزی شهری جدید، ماشین رشد، رژیم‌های شهری، یا آنچه در ادبیات دانشگاهی به دولت کارآفرین (entrepreneurial governance) مشهور است روی آورده‌اند.

علاوه بر ترجمه نادرست جملات، برخی اصطلاحات و مفاهیم اشتباه ترجمه شده‌اند؛ برای مثال، در صفحه ۳۷، اصطلاح circuit of culture در مدل «دو گای» (Du Gay) به «چرخه فرهنگی» ترجمه شده است، در حالی که مدل «دو گای» چرخه نیست و همان‌طور که در متن اصلی نیز ذکر شده، «جریان فرهنگی» است. واژه circuit به معنی جریان یا دایره است و با واژه cycle به معنی چرخه تفاوت دارد. منظور از چرخه شروع از یک نقطه و مجدد بازگشت به نقطه شروع (برای مثال چرخه والاس در تشریح طرح تحقیق) است. اما همان‌طور که در شکل ۳۹ کتاب نیز مشاهده می‌شود مدل «دو گای» جریانی از روابط متقابل و دیالکتیکی بین عناصر مختلف فرهنگی است یا به عبارتی مجموعه‌ای از تأثیر و تأثرات متقابل را شامل می‌شود. در صفحه ۴۷، واژه archetypal به «کهن‌الگوها» ترجمه شده که جمله را نامفهوم کرده است: «اغلب توضیحات مبتنی بر کهن‌الگوهاست»، در حالی که معنی این واژه «نمونه اولیه» یا «کارهای اولیه انجام شده» است. در صفحه ۵۷، اصطلاح self-creation به خودساختگی ترجمه شده است: «فرهنگ مصرف‌کننده از ره‌گذر خودساختگی مداوم [...] پایه‌ریزی شد»، در حالی که معنی این اصطلاح خودآفرینی است. در صفحه ۶۳، واژه standardization به استان‌دارشدن ترجمه شده است: «فوردیسم به استان‌دارشدن یک محصول اطلاق می‌شود»، در حالی که منظور از این اصطلاح استانداردسازی فرایند تولید محصول است که یکی از ویژگی‌های تولید فردیسم و مدیریت علمی است. در صفحه ۶۸، مدل هومر هایت (Homer Hoyt) به مدل «بخشی» ترجمه شده است، در حالی که این مدل در ادبیات جامعه‌شناسی شهری ایران به مدل قطاعی (sector model) مشهور است (برای نمونه، شارع‌پور ۱۳۸۹: ۱۴۳-۱۵۳). در صفحه ۷۷، واژه acquisition به فراگیری ترجمه شده است: «[...] هم‌راستا با شهر مدرن فرهنگ شهری کاملاً جدیدی به وجود آوردند، فرهنگی مبتنی بر فراگیری، شادی، و دموکراتیک‌کردن امیال و آرزوها [...]»، در حالی که مترادف این واژه خرید (buy or purchase) است؛ یعنی فرهنگ مبتنی بر خرید.

واژه demography در سراسر کتاب به معنی ویژگی‌های قوم‌نگاری (ethnography) ترجمه شده است. برای مثال، در صفحه ۹۷، «بازارهای پساوردی [...] براساس ساختارهای کلان قوم‌نگاری اجتماعی تعریف می‌شوند»، در حالی که demography به معنی جمعیت‌شناسی است و منظور از demography futures یا demographic changes ویژگی‌های جمعیتی (مثل سن، جنس، وضعیت تأهل، اشتغال، تحصیلات، مهاجرت، و غیره) یا تغییرات آن

است. قوم‌نگاری به مطالعه ویژگی‌های فرهنگی یک جمعیت اطلاق می‌شود. در صفحه ۱۰۳، در تشریح نظریه بودریار، واژه *simulacrum* به واژه «پیکره» ترجمه شده است، در حالی که معنی این اصطلاح در نظریه بودریار «وانمودسازی» است که شکلی از شبیه‌سازی است و در تمامی متون ترجمه‌شده مرتبط با نظریه بودریار این واژه به وانمودسازی، وانمودن، یا وانمایی در مقابل بازنمایی ترجمه شده است (برای مثال در: باومن ۱۳۹۶: ۲۶۱؛ نش ۱۳۹۵: ۵۹؛ بودریار و دیگران ۱۳۹۵: ۸۶؛ بودریار ۱۳۸۴: ۹۴). در صفحه ۱۲۵، اصطلاح *urban pioneers* به «کاشفین شهری» ترجمه شده است، در حالی که معنی این اصطلاح پیش‌گامان شهری است و منظور نویسنده موسیقی دانان، هنرمندان، کارگران ماهر، و تولیدکنندگان فرهنگی است. این افراد کاشفین شهر نیستند، بلکه از پیش‌گامان شکل‌گیری شهرهای جذاب، خلاق، و پویا به‌شمار می‌روند.

در سراسر کتاب، اصطلاح گتو (*ghetto*) به زاغه‌نشینی ترجمه شده است (برای مثال، جین ۱۳۹۷: ۳۱)، در حالی که گتو مترادف با زاغه‌نشینی نیست و هر یک تعاریف متفاوتی دارند. گتو بیان‌گر زندگی و محدودیت یک اقلیت در میان یک اکثریت بزرگ شهری است. گتو نتیجه جدایی‌گزینی اکولوژیکی است که از روی اجبار و دوری از تجاوزات و مزاحمت‌های گوناگون در بخشی از شهر تشکیل می‌شود و جدایی مذهبی، نژادی، و فقر را از سایر بخش‌های شهری نشان می‌دهد. گتو، علاوه بر درد و رنج، امتیازاتی چون دوری از آزار و اذیت مردم شهر، آزادی اندیشه، و تاحدودی آزادی عمل دارد (شکویی ۱۳۷۲، به‌نقل از بوچانی ۱۳۸۴: ۶۵). واژه گتو مترادف با «تمرکز اقلیتی» است و در ایران در مورد حاشیه‌نشینی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد و منظور از آن تمرکز اقلیت‌های قومی، اقتصادی، و اجتماعی در بخش‌هایی از شهر یا حومه شهر است و فقر به‌عنوان خصوصیت اصلی گتو محسوب نمی‌شود (فکوهی ۱۳۸۶: ۲۹۹). زاغه منطقه سکونتی متراکم و فشرده‌ای است که ویژگی مشخصه آن وجود مسکن نامطلوب، ساکنان فقیر، و مواردی از این دست است. گرچه در زاغه‌ها تأکید بر وجود مسکن بسیار نامطلوب است، در آن‌ها خدمات عمومی ناکافی، مراقبت‌های پزشکی و امکانات آموزشی ضعیف، و غفلت عمومی از جمعیتش کاملاً مشهود است. عموماً مسائل بهداشتی با ازدحام جمعیت و فقدان غذای تازه و ارزان و کمک‌های پزشکی حرفه‌ای توأم است. کمبود مسکن قابل‌استطاعت برای خانوارهای شهری گروه‌های کم‌درآمد در کشورهای در حال توسعه و مهاجرت‌های گسترده روستا-شهری به افزایش سکونتگاه‌های غیررسمی، مثل زاغه‌ها، منجر شده است (مشکینی و دیگران ۱۳۸۸:

۴۳-۴۴). باتوجه به محتوای بحث مطرح شده در کتاب و تعاریف گنو و زاغه مشخص می‌شود که منظور نویسنده از کاربرد اصطلاح گنو اقلیت‌های قومی، نژادی، و فرهنگی در شهر است، نه جمعیت زاغه‌نشین.

در صفحه ۱۵۳، اصطلاح *spatial practices* به «اقدامات محیطی» ترجمه شده است. نویسنده با استفاده از این اصطلاح قصد دارد نقش عمل انسان (*practices*) یا به عبارتی سوژه‌گری و عاملیت انسان در فضا و مکان را نشان دهد. در نتیجه، ترجمه «اقدامات محیطی» معنای درست اصطلاح فوق را منتقل نمی‌کند (می‌توانست به عمل مکانی یا فضایی انسان ترجمه شود). در صفحه ۱۵۴، واژه *urban users* به مصرف‌کنندگان شهری ترجمه شده است، در حالی که معنی این اصطلاح کاربران شهری است (منظور کسانی که از فضاهای شهر استفاده می‌کنند). در برخی از قسمت‌های متن، واژه *possible* به صورت «درست است» ترجمه شده است که به طور کلی مفهوم جمله و پاراگراف را تغییر می‌دهد (مثلاً، جین ۱۳۹۷: ۱۵۴). در صفحه ۱۵۹، اصطلاح *productive consumption* به معنی «مصرف خلاقانه» ترجمه شده است، در حالی که این اصطلاح به معنی مصرف مولد است که در جریان آن افراد از طریق شیوه‌ها و الگوهای مصرف زندگی روزمره خود را تولید و بازتولید می‌کنند. در بیش تر قسمت‌های متن، اصطلاح *working-class* به معنی «طبقه متوسط» ترجمه شده است، در حالی که منظور از این اصطلاح طبقه کارگر است. چنین ترجمه‌ای باعث شده است که مطالب کتاب ضدونقیض و غیرقابل درک باشد (برای مثال، همان: ۱۹۴، ۱۹۹). در صفحه ۱۵۶، اصطلاح *cityscapes* به شهرگریزی ترجمه شده است. منظور از این اصطلاح ظاهر بصری شهر یا منطقه شهری است و منظور نویسنده این است که زنان و مردان با وجود حضور هم‌زمان و مشترک در یک مکان به شکل‌های متفاوتی شهر را می‌بینند و درک می‌کنند، در حالی که این اصطلاح در ترجمه کتاب به صورت کاملاً تحت‌اللفظی ترجمه شده است: «آن‌ها [زنان و مردان] فعالیت‌های شهرگریزی خود را به شیوه‌های متفاوتی انجام می‌دهند».

در برخی از قسمت‌های متن افعال به درستی ترجمه نشده‌اند و گاهی به صورت اسم ترجمه شده‌اند. برای مثال، در صفحه ۲۴۳، جمله *urban is a shared text* به این صورت ترجمه شده است: «شهر یک متن مشترک است»، در حالی که فعل جمله مجهول است و به این معنی است: «شهر یک متن به اشتراک گذاری شده است». منظور این است که شهر مجموعه‌ای از نشانه‌هایی است که هریک از ساکنان آن از خود به اشتراک (نمایش)

می‌گذارند. همان‌طور که مشاهده می‌شود ترجمه انجام شده در کتاب به‌طور کلی مفهوم و معنی جمله و متن را تغییر می‌دهد. در صفحه ۲۸۱، در قسمت اهداف آموزشی، واژه explore به معنی تبیین (explain) ترجمه شده است، در حالی که معنی این واژه‌شناسایی و کشف است. تبیین به بررسی روابط علت و معلولی اطلاق می‌شود. چنین ترجمه‌ای اهداف کتاب را نیز تحریف می‌کند. در صفحه ۲۸۸ اصطلاح lip-service از ترجمه حذف شده است. این اصطلاح به حمایت زبانی یا شفاهی اطلاق می‌شود. به عبارت دیگر، حمایت گفتاری و زبانی از چیزی بدون اقدام و عمل. در ترجمه آمده است: «[...] هم‌اکنون بیش از آن که سیاست‌های کلان مقیاس و پرهزینه‌ای که از لحاظ اجتماعی خودنمایی است دنبال شود سیاست‌های رفاهی و اجتماع‌محور دنبال می‌شود»، در حالی که در متن اصلی نویسنده تذکر می‌دهد که سیاست‌های رفاهی و اجتماع‌محور نیز به‌صورت گفتاری و نه در عمل دنبال می‌شود. این‌ها تنها مواردی از ترجمه ناقص، تحریف، و ابهام در معنی و مفهوم است. مواردی از این قبیل در جای‌جای کتاب به‌وفور یافت می‌شود و به درک ناصحیح از نظریه‌ها و موضوع کتاب منجر می‌شود. ترجمه‌هایی از این دست در قسمت‌های مختلف کتاب نشان‌دهنده این است که با وجود این که اثر به چاپ دوم هم رسیده، متن کتاب حتی یک بار هم بازخوانی نشده است، به طوری که تمامی ایرادات تایپی، نگارشی، ترجمه‌ای، و محتوایی‌ای که در چاپ اول وجود دارند، در چاپ دوم هم چنان به‌قوت خود باقی مانده‌اند. لازم است گفته شود که شکل لاتین اغلب اسامی و اصطلاحات به‌صورت زیرنویس درج نشده است و این موضوع باعث دشواری در خواندن اسامی و اصطلاحات شده است.

## ۷. تحلیل و نقد محتوای کتاب

همان‌طور که گفته شد کتاب اهداف آموزشی را در هشت فصل دنبال می‌کند. در این قسمت به تحلیل و نقد هریک از فصل‌های کتاب به ترتیب می‌پردازیم.

در فصل اول، جین سه هدف آموزشی را دنبال می‌کند که به ترتیب هریک از این اهداف، با توجه به محتوای فصل، مورد تحلیل و نقد قرار می‌گیرد. در ارتباط با هدف اول، یعنی شرح رابطه مصرف و تغییرات شهری، جین با مثال‌های در سطح خرد و ملموس مثل این که چگونه و کجا اوقات فراغت خود را سپری می‌کنیم؟ یا کجا غذا می‌خوریم؟ خریدهایمان را کجا و چگونه انجام می‌دهیم؟ سعی دارد ذهن مخاطب را با قضیه رابطه مصرف و فضا در شهر آماده کند. جین مصرف را میانجی‌گری می‌داند که به‌ویژه در

شهر مدرن و پست‌مدرن در شکل‌گیری مکان‌ها و فضاها شهری دخالت می‌کند و به‌طور خلاصه نشان می‌دهد که بین ریخت‌شناسی شهری و مصرف رابطه متقابل وجود دارد، هرچند به‌طور صریح اشاره نکرده است، با ارائه مثال‌هایی این منظور را می‌رساند. وی مطرح می‌کند که مصرف خصلتی نظام‌بخش دارد و جای تولید را در شکل‌دهی سازمان و نظام اجتماعی گرفته است. بنابراین، از نظر وی مصرف و زندگی شهری عنصر محوری پیدایش جامعه مصرفی‌اند، اما تعریفی از جامعه مصرفی ارائه نمی‌کند. جین با بیان این که تعادل قدرت بین مصرف‌کننده و تولیدکننده به‌نفع مصرف‌کننده تغییر کرده است، تعریف شهر معاصر را در مصرف خلاصه می‌کند. در هدف دوم به تعریف مصرف می‌پردازد. در این جا تعاریف جامع و کاملی از مصرف ارائه نمی‌شود و مفاهیمی چون فرهنگ مصرفی و مصرف‌گرایی بدون تعریف و تحلیل کامل رها می‌شوند. جین در تعریف مصرف نیز مجدداً به قدرت مصرف در مقابل تولید در شکل‌دهی هویت و تمایزات اجتماعی تأکید می‌کند و معتقد است که امروزه نحوه خرج کردن پول با ارزش‌تر و مهم‌تر از چگونه درآوردن آن است. نکته مهم این جاست که رویکرد غالب جین این است که مصرف بیش‌تر امری انتخابی است که افراد از طریق آن برساننده هویت و تجربه خود و هم‌چنین برساننده تفسیر افراد از فضاها و مکان‌ها هستند. به این ترتیب، وی مصرف را نیرویی سازنده در آفرینش و بازآفرینی معنا می‌کند که پایه‌گذار رویه‌ها و ارزش‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی است. از همین جا مشخص می‌شود که جین رویکرد سوژکتیو و خرد به قضیه مصرف دارد. در واقع، وی به‌نوعی مصرف و میل انسان به مصرف را متغیر مستقل در نظر می‌گیرد، اما به‌صورت جزئی اشاره می‌کند که مصرف ابعاد ایدئولوژیک دارد و در شکل‌گیری جامعه مصرفی ایدئولوژی نیز دخالت دارد. در هدف سوم به تعریف شهر و انواع آن (مثل شهر مدرن، پسا صنعتی، صنعتی، پسامدرن، و غیره) می‌پردازد. در این بخش، نگرش تقریباً جامعی از تعریف شهر ارائه می‌شود. به‌طور کلی، جین شهر را مجموعه‌ای درهم‌تنیده از رویه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، و فضایی می‌داند.

در فصل دوم، رابطه مصرف و شهر مدرن مورد بررسی قرار گرفته است. هدف از این فصل توصیف فضاها شهری و فرهنگ‌های مصرفی، کنترل اجتماعی شهر و توصیف رابطه انواع هویت‌ها، سبک‌های زندگی، و شکل‌های جامعه‌پذیری با مصرف و شهر مدرن است. جین در ابتدای فصل ادعا می‌کند که مصرف‌کننده و تجربه مصرف‌گرایی در

پیدایش شهر مدرن نقش اساسی و جدایی ناپذیر دارد. ریشه پیدایش شهر مدرن را با استناد به نظریه مک‌کندریک (McKendrick) در انقلاب مصرف‌کننده می‌داند. وی با ارائه نظریه‌های زیمل، بوردیو، وبلن، و گوریگان (peter corrigan) نشان می‌دهد که افراد دیگر برای نیاز مصرف نمی‌کنند، بلکه مصرف را نوعی ارزش و نشانه در تمایز و هویت‌یابی اجتماعی تلقی می‌کنند. با وجود این، در بخش کنترل اجتماعی و شهر نشان داده می‌شود که چگونه سرمایه‌داری، از طریق مصرف طبقاتی و ترویج فرهنگ مصرف‌گرایی کنترل‌ها و تنظیماتی را بر اساس نوع مصرف، در شهر مصرف‌کننده ایجاد می‌کند. نکته جالب این‌جاست که، برخلاف نگرش قبلی، خود جین به تبیینی ساختاری از مصرف روی می‌آورد. در این قسمت، بیان می‌کند که سرمایه‌داری شیوه‌های جدید طراحی و بازطراحی فضاها و مکان‌های شهری را تعریف و اجرا می‌کند و به شکل‌گیری شیوه‌های جدید مصرف در شهر منجر می‌شود. در واقع، ریخت‌شناسی شهر، مصرف، و شیوه‌های آن به واسطه ایدئولوژی ساخته می‌شوند. حتی در توضیح مصرف جمعی (که تا قبل از ۱۹۷۰ شکل غالب مصرف در شهرهای اروپا بود) نیز نشان می‌دهد که این شکل از مصرف ویژگی ثابت شهر در نظام سرمایه‌داری است و بعد از ۱۹۷۰ که اقتصاد نئولیبرالی و پسافوردیسم غالب می‌شود، شکل مصرف از جمعی به مصرف فردی تغییر می‌کند. حتی در تبیین معماری شهر مدرن با تشریح رویکرد لوکوربوزیه نشان می‌دهد که معماری شهر مدرن تحت تأثیر نظام سرمایه‌داری صنعتی و شیوه تولید فوردیسم مبتنی بر استان‌داری و تولید انبوه است. عقلانیت، سادگی، و کارآمدی ویژگی اصلی معماری مدرن است؛ برای مثال، شکل‌گیری پاساژها، آسمان‌خراش‌ها، مجتمع‌های مسکونی، مثل پروژه پرویت ایگو (Pruitt-Igoe)، همه نمونه‌هایی از معماری مدرن‌اند. حتی جین با اتکا به تحلیل‌های داموش (Mona Damosh) بیان می‌کند که در این عصر فضا به سمت هرچه زنانه‌تر شدن پیش رفت و زنانه‌کردن فضا هدف اصلی در این دوران است، چراکه زن به‌عنوان ابزاری برای مصرف مطرح است، اما در ملاحظات پایانی فصل به‌طور نامربوط با محتوای فصل ادعا می‌شود که فرهنگ مصرفی به‌سادگی حاصل موفقیت ایدئولوژیکی و صنعتی اندیشه مدرن نیست، بلکه مصرف‌کننده و تجربه مصرف زندگی روزمره به شکل‌گیری شهر مدرن و جامعه مصرفی منجر می‌شود، در حالی که با استناد به تئوری‌ها نشان داده شد که شهر به‌سادگی محصول مصرف‌کننده نیست. شهر مدرن زاده کاپیتالیزم صنعتی است و فرهنگ مصرفی ابزار و محصول آن است.

در فصل سوم، اهداف مطرح‌شده در فصل دوم در ارتباط با شهر پست‌مدرن دنبال می‌شود؛ یعنی رابطه مصرف و شکل‌گیری شهر پست‌مدرن. نکته اول این است که تعریف تقریباً جامع و شفافی از شهر پست‌مدرن و تفاوت آن با شهر مدرن ارائه می‌شود. از نظر جین، شهر پست‌مدرن شهری است که در آن تمرکززدایی فضایی در ارتباط با مناطق شهری رخ داده، به لحاظ فرهنگی تفاوت‌زدایی به‌وقوع پیوسته است، و اقتصاد از صنعت به خدمات تبدیل شده، و اقتصاد نمادین اهمیت بیش‌تری یافته است. در جایی دیگر، وی در ارتباط با ویژگی‌های شهر پست‌مدرن بیان می‌کند: «خصوصیات نمادین (یا ارزش‌های مبتنی بر نشانه‌های) مصرف روزبه‌روز اهمیت بیش‌تری در مقایسه با نقش کارکردی واقعی آن (ارزش کاربری) پیدا کرده است». این استدلال تاحدودی بحث‌برانگیز است، چراکه اهمیت یافتن خصوصیات نمادین مصرف ویژگی فرهنگ مدرن و شهر مدرن نیز است. بنابراین، باتوجه به ویژگی اصلی فرهنگ پست‌مدرن که همانا شالوده‌فکنی یا تمایززدایی (نقض شدن تفاوت‌ها) است، باید استدلال می‌شد که در شهر پست‌مدرن مرزهای مصرف از بین رفته است که قبلاً در شهر مدرن براساس جنسیت، طبقه، قومیت، و تفکیک‌های مطلق دیگر محدود می‌شد، هرچند که جین در این باره به نظریه‌اش مبنی بر بی‌ثباتی، انعطاف‌پذیری، و سیالیت فرهنگ اشاره کرده است. هم‌چنین، باتوجه به استدلال‌های جین، مشخص می‌شود که فرهنگ و شهر پست‌مدرن با اقتصاد نمادین هم‌سوست که دغدغه ایجاد و توزیع نمادها، نشانه‌ها، و انگاره‌ها را دارد. باوجود این، جین به تبیین تفاوت‌های شهر مدرن و پست‌مدرن توجهی نداشته است. این درحالی است که، باتوجه به منابعی که ارائه می‌دهد، کاملاً واضح است که علت چنین تغییراتی تغییر در شیوه تولید است؛ یعنی مشخص می‌شود که فضای شهر و کارکردهای آن تاحدود زیادی با تغییر در شیوه تولید تغییر می‌کند و شهر پست‌مدرن حاصل تغییر شیوه تولید از صنعتی به پسا صنعتی و ظهور اقتصاد نمادین است. در تشریح نظریه بودریار در ارتباط با جامعه مصرفی و شهر پست‌مدرن نیز مطرح می‌شود که مصرف به لذت ربطی ندارد و به‌عنوان وظیفه‌ای بر دوش مصرف‌کننده نهادینه می‌شود. از نظر بودریار، مصرف معرف ابزاری برای بیان بازنمایی‌های رؤیایگونه است و آنچه در مصرف‌کننده ایجاد شده یک توهم زیباشناختی است که وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌ها نقش مهمی در ایجاد چنین وانمایی‌ها دارند. در این باره، بودریار دیزنی‌لند و رژیم مصرف مبتنی بر آن را به‌عنوان بهترین نمونه و مظهر ایجاد وانمایی‌ها یا فراواقعیت‌ها در دوره پست‌مدرن قلمداد می‌کند. بنابراین، نکته مهم در این فصل این‌جاست که، باتوجه به مطالب مطرح‌شده، حال جایگاه



مصرف‌کننده و تجربه مصرف روزمره در شکل‌گیری شهر پست‌مدرن کجاست؟ سؤالی که جین بی‌پاسخ رها کرده است. در واقع، در این فصل، وی بدون اشاره مستقیم نقش اقتصاد سیاسی را در شکل‌گیری شهر پست‌مدرن و جامعه مصرفی تشریح می‌کند، بدون این‌که جایگاه مصرف‌کننده و سوژه‌گری آن را در این رابطه نشان دهد.

فصل چهارم کتاب را می‌توان تنها جایی دانست که جین به‌دنبال اثبات ادعای اصلی خود است. در این فصل، قدرت و کدبندی‌های آن مورد مطالعه قرار نمی‌گیرد، بلکه به توجه به جریان زندگی هرروزه افراد و انگاره‌سازی از فضا معطوف است. جین با طرح مفاهیمی چون مصرف مولد و خودآفرینی دیدگاهی از شهر خلاق و غیرقابل شناخت را درمقابل شهر عقلانی، رسمی، و قراردادی ارائه می‌کند. این خلاقیت و مولدبودن خاستگاه مهم برای مقاومت از پایین به بالا است؛ یعنی نقش‌هایی بخش مصرف مورد توجه است. جین با اشاره به نظریه پردازان زندگی روزمره (لوفور و دوسرتو) درصدد پررنگ کردن نقش عنصر خلاقیت در زندگی روزمره است. وی زندگی روزمره را قلمروی می‌داند که در آن فرد کنش‌های مصرفی خود را با ذهنیت‌گرایی فردی انجام می‌دهد و با اتخاذ رویکردی تفسیری مطرح می‌کند که کالاها و فضاهای مصرفی معانی نمادین دارند که می‌توانند براساس عاملیت یا سوژگری انسان به شکل‌های متفاوتی مصرف شوند. در این فصل، بیش‌تر آرای دوسرتو مطرح می‌شود و تنها در یک پاراگراف به نظریه لوفور اشاره شده است، درحالی‌که، باتوجه به ادعاهای کتاب، نظریه لوفور درمورد فضا و سوژه باید بیش‌تر مورد توجه قرار می‌گرفت، چراکه از نظر لوفور «گروه‌ها، طبقات، یا تقسیمات درون طبقات به‌خودی‌خود نمی‌توانند شکل بگیرند یا یک‌دیگر را به‌عنوان سوژه بشناسند، مگر این‌که فضایی را ایجاد یا تولید کنند. باتوجه به این‌که عقاید، بازنمایی‌ها، یا ارزش‌ها نمی‌توانند علامت یا نشانه خود را در فضا بسازند بنابراین یک ریخت‌شناسی مناسبی را تولید می‌کنند که به نشانه‌های محض تبدیل می‌شوند یا در اوهم (خیال‌پردازی‌ها، فانتزی‌ها) تکامل می‌یابند. در واقع، تولید سوژه به‌طور غیرقابل تفکیکی با تولید مکان در ارتباط است. سوژه باید در فضا وجود داشته باشد یا با داشتن فضاهایی که برای آن‌ها ایجاد شده است یا با خلق فضاهایی برای خود» (Lefebvre 1992: 416-417). تبیینی که جین از لوفور با ارجاع به گاردینر (Gardiner) ارائه می‌دهد (ص ۱۵۰، بند دوم) ناکافی است و بیش‌تر در ارتباط با شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی است. هم‌چنین، در این فصل مجدد و به‌صورت تکراری نقش مصرف در شکل‌گیری هویت مورد تأکید قرار می‌گیرد.

در فصل پنجم، رابطه مصرف با هویت موردبررسی قرار گرفته است. این فصل به‌طور کلی اطلاعات جدیدی را در اختیار خواننده قرار نمی‌دهد و به‌طور تکراری نقش مصرف در شکل‌گیری و تمایزات طبقاتی مورد تأکید قرار می‌گیرد. علاوه بر این، الگوهای مصرف و تفاوت‌های آن‌ها در بین طبقات اجتماعی موردبررسی می‌گیرند. در این بخش، جین مجدداً رویکردی ساختاری در مورد مصرف را مطرح می‌کند. وی در تشریح نظریه باومن به اقتصاد مصرف‌کننده محور اشاره می‌کند و، با توجه به رویکرد باومن، نشان می‌دهد که چگونه نظام اقتصادی درصد تقویت هرچه بیش‌تر طبقه متوسط و بورژوا برای مصرف هرچه بیش‌تر است. به‌گفته باومن، سیاست اقتصاد مصرف‌کننده محور یا آن‌چه مایلز سرمایه‌داری مصرف‌کننده می‌نامد راه نجات اقتصاد را در تقویت و ایجاد هرچه بیش‌تر مصرف‌کننده می‌داند. بنابراین، براساس این سیاست، همیشه چیز تازه و مهیجی برای خریدن باید وجود داشته باشد. بر این اساس، افرادی که نمی‌توانند مصرف کنند، فقیر قلمداد می‌شوند، چراکه در جامعه مصرفی زندگی عادی همانا نوعی از زندگی است که با مصرف عجین شده است. هم‌چنین، در این فصل، تفاوت‌های جنسیتی در نگرش به شهر و درک از آن موردبررسی قرار گرفته است. در مورد جنسیت، جین مجدداً به بحث زنانه‌شدن فضا اشاره می‌کند. در این جا، با استناد به یافته‌های داموش، مطرح می‌کند که در عصر مدرن در فروشگاه‌ها کیفیت‌های مرتبط با زنانگی قرن نوزدهمی و حوزه امور خانه‌داری در محیطی امن به‌شیوه‌ای منظم به‌نمایش گذاشته می‌شد. سالن‌های مرکزی این فروشگاه‌ها شبیه کلیسا بود و خریدکردن برای زنان نوعی کنش اخلاقی و تکلیف دینی جلوه داده می‌شد. بنابراین، با زنانه‌کردن فضا و زنانه‌کردن مصرف، حضور زنان در محدوده‌های شهری (حوزه عمومی) به امری پذیرفتنی و قابل قبول تبدیل شد که قبل از اقتصاد سرمایه‌داری و مدرنیته کاملاً مردانه بود. یا جکسون از خانگی‌کردن شهر سخن می‌گوید که در جریان آن فروشگاه‌ها شبیه سالن‌های پذیرایی بود. بیرون از فروشگاه‌ها گالری‌های بزرگ و پیاده‌روها باعث می‌شد لباس‌های مد تمیز و پاکیزه جلوه کنند. حمل و نقل سریع به زنان اجازه می‌داد به محدوده‌های سکونتی خود دسترسی آسان‌تری داشته باشند و حضور فزاینده در مناطق شهری نوعی مشروعیت، ثروت، و قدرت به زنان شهری طبقه متوسط می‌بخشید. چنین تحلیل‌های نشان می‌دهد که ریخت‌شناسی شهری و ایجاد جامعه مصرفی تا حد زیادی با اقتصاد سیاسی تعیین می‌شود، هرچند جین هیچ‌گاه چنین نتیجه‌گیری از خود ارائه نمی‌کند و تنها بیان می‌کند: «فرهنگ مصرفی بخشی از ساخت فرهنگ است!»

در فصل ششم، شهر به مثابه یک متن مورد توجه قرار می‌گیرد. در این فصل، جین مانند فصل چهارم به رویکردهای تفسیری اتکا می‌کند. وی بیان می‌کند که چگونه سوپژکتیوتهای مختلف در تجربه، تغییرات فیزیکی، اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی در شهر تأثیر می‌گذارند. لذا، خوانش شهر به مثابه متن روشی ثمربخش برای تفسیر و بازنمایی‌های زندگی شهری است. از این منظر، شهر یک متن به اشتراک گذاری شده است. به این معنی که شهر و فضاها مجموعه‌ای از نشانه‌هایی است که هریک از ساکنان آن از خود به اشتراک (نمایش) می‌گذارند. بر این اساس، با استناد به نظریه‌های سوجا، نشان می‌دهد که شهر و فضاها حاصل دیالکتیک عملکرد فضایی (فضای فیزیکی و واقعی)، بازنمایی‌های فضایی (فضای تعریف شده با ساختارها)، و فضای بازنمایی (یعنی معانی و تعریفی که به طور مستقیم زیسته و تجربه می‌شود) است. تنها در این فصل است که جین رویکردی چندگانه در توصیف رابطه مصرف‌کننده و شکل‌گیری شهر و فضا اتخاذ می‌کند و موجودیت شهر را ترکیبی از ساختار، ایدئولوژی، و عاملیت می‌یابد.

در فصل هفتم، راه‌بردهای مختلف هم‌راه با نمونه‌هایی درباره احیای مصرف‌محور شهر توصیف و تحلیل می‌شود. در این ارتباط، بیش‌تر سیاست‌های فرهنگی مبتنی بر اقتصاد نمادین و سیاست‌های نئولیبرالی برای احیای شهر مطرح می‌شود که هردو از ویژگی‌های سرمایه‌داری پسا صنعتی است. جین نشان می‌دهد که امروزه شهرها، علاوه بر قدرت اقتصادی، بیش‌تر بر سر کسب قدرت فرهنگی و تبلیغ مکان و فضا با یکدیگر رقابت می‌کنند و هدف اصلی جذب سرمایه‌های سیال و در جریان به شهرهاست. در این حالت، شهرهای جهانی و فراملی اهمیت و جایگاهشان را از طریق زیرساخت‌های فیزیکی و نمادین، تسهیلات، و ساختارهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی به دست می‌آورند. در این بخش نیز مطرح می‌شود که مصرف به عنوان یک سیاست، روش، و الگوی رفتار بیش‌تر از جانب قدرت هدایت می‌شود و نقش مصرف‌کننده فاعل در احیای شهر مشخص نیست.

در فصل هشتم، جین به جمع‌بندی آنچه در هفت فصل گذشته مطرح شده است می‌پردازد. مؤلف در جمع‌بندی خود به اهمیت مصرف در درک جهان امروزی اشاره می‌کند. مصرف دیگر یک موضوع حاشیه‌ای نیست، بلکه جایگاه مهمی را در تحلیل‌های رشته‌های علوم انسانی و به‌ویژه علوم اجتماعی به خود اختصاص داده است،

چراکه مصرف شیوه‌ای پذیرفته‌شده و اصلی برای مشارکت در جامعه‌ی امروزی به حساب می‌آید. در این فصل، مؤلف تلاش می‌کند اولویت‌های پژوهشی در حوزه مصرف را پیش‌روی محققان قرار دهد؛ مصرف به‌عنوان یک عمل معنادار، ارتقای نگرش زیباشناختی به‌واسطه مصرف، مصرف ابزاری برای مقاومت و شورش‌های اجتماعی، مصرف به‌عنوان امری لذت‌بخش و نشاط‌آور، مصرف ابزاری برای تقویت مالکیت خصوصی، مصرف ابزاری برای مشارکت اجتماعی، ایجاد انگیزش فکری در افراد و تشویق برای انجام تجربه‌های جدید، مصرف ابزاری برای سرگرمی، مصرف راهی برای رسیدن به آرامش در جوامع توده‌ای، و مصرف عاملی برای وضع قوانین تولید؛ این‌ها تلخیص آ‌ن وارد از دستاوردهای حاصل از مطالعات مصرف‌اند (۲۰۰۲) و از نظر جین می‌توانند موضوع اولویت‌های پژوهشی در ارتباط با مصرف قرار بگیرند. نکته دیگر این‌که در ابتدای بخش اولویت‌های پژوهشی جین با اتخاذ رویکردی کاملاً محافظه‌کارانه و تک‌بعدی مطرح می‌کند که امروزه مصرف به‌مثابه امری مخرب نگریده نمی‌شود و به‌تبع آن مصرف‌کننده قربانی منفعل نظام سرمایه‌داری نیست، درحالی‌که اگر تنها از جنبه زیست‌محیطی نگرسته شود، واضح است که نه تنها مصرف‌کننده، بلکه زیست‌محیط و جهان طبیعی نیز قربانی نظام سرمایه‌داری مبتنی بر تولید و مصرف انبوه شده است. از طرفی، جین مصرف را فرایندی فعال می‌داند، درحالی‌که از نظر جامعه‌شناسی و به‌ویژه جامعه‌شناسی انتقادی مصرف تا حد زیادی به‌صورت منفعلانه رخ می‌دهد و افراد تنها احساس می‌کنند که آزادانه مصرف می‌کنند. در این زمینه، میلز (Miles 2010) در کتاب خود تحت‌عنوان *فضاهایی برای مصرف: لذت و بی‌مکانی در شهر پسا صنعتی* با رویکردی نقادانه و روشن‌گر مطرح می‌کند که فرهنگ مصرفی معاصر به‌طور هم‌زمان هم با فضای شهر تعریف می‌شود و هم فضای شهر را تعریف می‌کند و مصرف‌کنندگان از طریق فرهنگ مصرفی در روند کالایی‌سازی فضای شهر مشارکت می‌کنند (Miles 2010: 168). از نظر وی، تجربه شهری مدرن با بناها و نمادهای ظاهری جذاب و اغواکننده، که بازنمایی شهر از طریق فرایند کالایی‌سازی را تشویق می‌کند، به‌آسانی واقعیت زندگی روزمره شهری را پنهان می‌کند. فضاهای مصرف یک مانیفست فیزیکی از روش‌های تفکری است که براساس آن‌ها امیال برآورده‌نشده مصرف‌کننده ماهیت رابطه بین ساختار و عاملیت را در فرهنگ مصرفی معاصر تعریف می‌کند (ibid.: 12). میلز با طرح مفهوم هم‌راهی جمعی (complicit communality) نشان می‌دهد که چگونه فضای شهری موجب می‌شود:

یک احساس ناخوش آیند از فردیت و سوژگی به وجود آید و به طور هم‌زمان احساسی از اشتراک براساس این که "همه ما مصرف می‌کنیم" ایجاد می‌کند. هم‌چنین، این اصطلاح بیان‌گر تنش بین قلمروهای خصوصی و عمومی است؛ یعنی زمانی که فرهنگ به طور فزاینده‌ای یک‌دست می‌شود، درحالی که سوژه‌ها [یا فردیت‌ها] به دنبال تنوع بیش‌تر در انتخاب‌اند. اما سؤال این‌جاست که افراد تا چه حدی آزادی واقعی دارند؟ درحالی که هنوز در سیستم سرمایه‌داری محصورند؛ سیستمی که در درون آن فضای شهری برای تشویق به مصرف ساخته شده است (ibid.: 10-15).

می‌توان گفت جین روابط قدرت را در تحلیل‌های خود تا حد زیادی نادیده گرفته است. به عبارت دقیق‌تر، ارتباط بین سوژه، فضا، و قدرت موردبررسی قرار نگرفته است، درحالی که می‌توانست با مراجعه به مباحث مرتبط با «اقتصاد سیاسی شهر» و «سوژگی و فضای شهر» غنا و عمق بیش‌تری به کار خود ببخشد؛ موضوعی که از اواخر قرن گذشته در گفتمان‌های مرتبط با برنامه‌ریزی شهری و چشم‌اندازهای ساخت شهر موردتوجه بوده است. فوکو بیان می‌کند که در اواخر قرن هجدهم ماهیت و ویژگی فضا در جهت اقتصاد سیاسی (در زمینه بهداشت، تولید) و اجتماع سیاسی (در زمینه نظم، قاعده، و اخلاق‌گرایی) شکل گرفت و در قالب یک «منظومه» در جریان تجربیات روزمره، قواعد شکل گرفته، و طرح‌های جمعی به افراد می‌گویند که چگونه از فضا استفاده کنند (Ploger 2008: 66-67). بنابراین، راه‌هایی که فضای گفتمانی و فضای ساخته‌شده سوژگی‌های خاصی را شکل می‌دهند باید موردتوجه قرار گیرند. هویت‌ها (هم هویت‌های فردی و هم هویت‌های جمعی) تنها از طریق معانی پیچیده و تفسیر شکل نمی‌گیرند، بلکه از طریق نظم و قواعد فضایی و مکانی نیز شکل می‌گیرند. در شهرها، نگرش جامعه به تفاوت‌ها در قالب فضای گفتمانی سیاست‌های عمومی کدبندی و درباره آن‌ها اقدام و مذاکره می‌شود و در نهایت در قالب ساختارهای فیزیکی مثل، خیابان‌ها، ساختمان‌ها، بزرگ‌راه‌ها، متروها، میدین شهر، و پارک‌های عمومی تجلی می‌یابد (Farrar 1999: 6-7).

## ۸. نتیجه‌گیری

بدون شک، هر اثر علمی مزایا و ایراداتی دارد. از مزایای این کتاب می‌توان به ارائه دیدگاه‌ها، نظریات، پیشینه‌های تجربی، اسناد، و موردپژوهی‌ها مختلف در مورد شهر و مصرف اشاره کرد. به نظر می‌رسد تعجیل در اتمام ترجمه کتاب از مزایای آن کاسته است.

هم‌چنین، از آن‌جا که کتاب مربوط به سال ۲۰۰۶ است، اطلاعات آماری و پیشینه‌های تجربی مورد استفاده به‌روز نیستند.

در مورد محتوا، می‌توان گفت که کتاب پیش‌فرض‌های نظری و روش‌شناختی ندارد و عناوین فصل‌ها حول ادعای اصلی انسجام پیدا نکرده‌اند. ادعای نویسنده این است که مصرف‌کننده و تجربه مصرف‌گرایی برای ساختن شهر مدرن بسیار از عوامل دیگر مهم‌تر است، در حالی که این ادعا در هیچ‌جای کتاب به‌صورت روشن و قابل‌دفاع اثبات نمی‌شود، چون اساساً چنین ادعایی ممکن نیست. فقط در فصل‌های چهارم و ششم با اشاره به نظریات زندگی روزمره، به‌ویژه آرای دوسرتو و سوجا، تاحدودی توانسته است جنبه سوبژکتیو مصرف را نشان دهد و نقش زندگی روزمره را در مصرف و ساخت فضای شهری مورد تحلیل قرار دهد؛ نقشی که تنها در مقاومت خلاصه می‌شود، اما این نظریات سطح خرد تحلیل عمیق و جامعه‌شناختی را در ارتباط با شهرها و مصرف ارائه نمی‌دهند و نقش اقتصاد سیاسی به‌طور کلی نادیده گرفته می‌شود (به‌ویژه در آرای سوجا).

در جای‌جای کتاب، از اصطلاحاتی چون اقتصاد نمادین، سرمایه‌داری مصرف‌کننده، رژیم مصرف دیزنی‌لند، اقتصاد مصرف‌کننده‌محور سخن به‌میان آورده شده است. با وجود این، نویسنده نقش هیچ‌یک از این عوامل را در ساخت شهر مدرن و پست‌مدرن تحلیل نمی‌کند. برای مثال، در فصل دوم، هفتم، و هشتم، با وجود این که بیشتر به نقش اقتصاد سیاسی در شکل‌گیری جامعه مصرفی و ساخت و احیای شهر اشاره شده، در جمع‌بندی بیش‌تر به نقش مصرف‌کننده و تجربه مصرف به‌عنوان عامل اصلی شکل‌گیری جامعه مصرفی و ساخت شهر اشاره شده است یا در حالی که در فصل هفتم مطرح می‌شود که سیاست‌های نئولیبرالی‌ای که بر پایه ایجاد شهرهای مصرف‌محور است به ساختارهای دولتی یا حاکمیت‌های محلی نیز رخنه کرده است، در جمع‌بندی (فصل هشتم)، چنین نتیجه‌گیری می‌شود که مصرف‌کننده و تجربه مصرف در ساختن شهر مدرن بسیار بااهمیت‌تر از عوامل دیگر است. چنین جمع‌بندی‌ای هیچ ارتباطی با محتوای مطرح‌شده در اغلب فصل‌های کتاب ندارد و در اکثر موارد نظریه‌ها و پیشینه‌های تجربی مطرح‌شده در جهت نقض ادعای تحقیق‌اند و در نهایت سبب می‌شوند که انسجام محتوایی بین فصل‌های کتاب وجود نداشته باشد.

بنابراین، با توجه به نقدهای مطرح‌شده، کتاب تبیین جامع از رابطه شهر و مصرف ارائه نمی‌کند و هم در جنبه آموزشی و هم در ارتباط با اثبات ادعاهای مطرح‌شده موفقیت

چندانی کسب نکرده است. شاید به این دلیل باشد که جین نتوانسته است جایگاه مصرف و مصرف‌کننده را در رابطه بین ساختار اقتصاد سیاسی و شکل‌گیری شهر مدرن و جامعه مصرفی تعیین کند. چگونه فضای ساخته‌شده یک شهر در جهت تنظیم روابط بین قدرت و سوژگی درون یک فرهنگ عمل می‌کند؟ آیا نظم بین قدرت و سوژگی با تغییر ساختار شهر دچار تغییر می‌شود؟ این‌ها سؤالاتی‌اند که جین، با توجه به تأکید بر نقش مصرف‌کننده در ساخت فضا و شهر، به آن‌ها بی‌توجه بوده است. در پایان، می‌توان گفت که هرچند جین تبیین جامعی را از نقش مصرف در شکل‌گیری شهر مدرن و پست‌مدرن ارائه می‌کند، در استدلال‌های خود جایگاه مصرف و مصرف‌کننده را در روابط قدرت نادیده می‌گیرد.

### کتاب‌نامه

- باومن، زیگمونت (۱۳۹۶)، *اشارات‌های مدرنیته*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: ققنوس.
- بوچانی، حسین (۱۳۸۴)، «جغرافیای اجتماعی شهرها»، *کتاب ماه تاریخ و جغرافیا*، ش ۹۷ و ۹۸.
- بودریار، ژان (۱۳۸۴)، *آمریکا*، ترجمه عرفان ثابتی، تهران: ققنوس.
- بودریار، ژان و دیگران (۱۳۷۴)، *سرگشتگی نشانه‌ها*، ترجمه مانی حقیقی، تهران: مرکز.
- جین، مارک (۱۳۹۷)، *شهرها و مصرف*، ترجمه مرتضی قلیچ، تهران: علمی و فرهنگی.
- شارع‌پور، محمود (۱۳۸۹)، *جامعه‌شناسی شهری*، تهران: سمت.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۶)، *انسان‌شناسی شهری*، تهران: نی.
- مشکینی، ابوالفضل، فریاد پرهیز، و اکرم تفکری دویخسری (۱۳۸۸)، «تحلیلی بر سکونتگاه‌های امید و یاس در کلان‌شهرهای جهان در حال توسعه با رویکردی اقتصادی»، *هفت شهر*، ش ۲۹-۳۰.
- نش، کیت (۱۳۹۵)، *جامعه‌شناسی سیاسی معاصر*، ترجمه محمدتقی دل‌فروز، تهران: کویر.

Farrar, Margaret (2000), "Health and Beauty in the Body Politic: Subjectivity and Urban Space", *Palgrave Macmillan Journals, Polity*, vol. 33, no. 1.

Jayne, Mark (2006), *Cities and Consumption*, London and New York: Routledge.

Lefebvre, Henri (1992), *The Production of Space*, Donald Nicholson-Smith (trans.), Oxford (UK) and Cambridge (USA): Wiley-Blackwell.

Mansvelt, Juliana (2008), "Geographies of Consumption: Citizenship, Sace and Practice", *Progress in Human Geography*, vol. 32, no. 1.

Miles, Steven (2010), *Spaces for Consumption: Pleasure and Placelessness in the Post-Industrial City*, London: Sage

Ploger, John (2008), "Foucault's Dispositif and the City", *Planning Theory*.

