سخن نخست

وقتی این ترجمه را ـ که برای ویراستاری به مترجم پرمایه و دوست تازه‌یافته‌ام محمّدجعفر پوینده سپرده بودم ـ تحویل گرفتم، تازه فهمیدم چقدر بی‌گدار به آب زده‌ام. ترجمه‌ام سراسر اشکال داشت.

ترجمهٔ این کتاب را ـ که حاوی واژگان خاص رشتهٔ جامعه‌شناسی ادبیات است و این مترجم زبردست در ترجمه کتاب گرانبهای *جامعه‌شناسی ادبیات* اثر لوسین گلدمن و دهها مقاله در این زمینه، برای نخستین بار به دست داده ـ به او مدیونم و برای او، مال و منال که هیچ، شهرت هم که دارد دست‌کم جای در خوری در اذهان مردم و اندیشمندان جامعهٔ خودمان آرزو می‌کنم.

از خانم نگار زنگنه ناصری، دانشجوی برجستهٔ رشتهٔ مترجمی فرانسه خودمان هم که کار دقیق و پرزحمت بازخوانی و پاک‌نویسی و فهرست‌آرایی این کتاب را بی‌هیچ چشمداشتی به عهده گرفت، سپاسگزارم.

دوست جوان دیگرم حجّت‌الله قره‌داغی را نیز فراموش نمی‌کنم. این مترجم جوان، در ترجمهٔ این کتاب، پابه‌پای من پیش آمد و مرا در پیشبرد کار تشویق کرد؛ همچنان‌که من هم در انجام و انتشار ترجمه‌هایش به او یاری دادم.

می‌ماند شاگرد و دوست عزیزم محمود جوان که با چنان دقتی این کار را برای چاپ آماده کرد که موجب حیرتم شد.

مردمی که خوشبخت هستند، شاید تاریخ نداشته باشند، اما ادبیات قطعاً نخواهند داشت زیرا نیاز به مطالعه را احساس نخواهند کرد.

روبر اسکارپیت

حرف مترجم

جامعه‌شناسی ادبیات در خانوادهٔ بزرگ علوم اجتماعی، از جوان‌ترینِ آنهاست. این شاخهٔ علمی نوپا که نطفهٔ آن در تاریخ فرهنگها بسته بود و قرنها در شکم جامعه‌ها به صورت جنین زندگی می‌کرد، بالاخره زاییده شد و با همان کندی‌ای که دوران جنینی خود را پشت سر گذاشت، بعد از تولّد به تندی رشد کرد و به جامعه‌شناسی به طور اعم و جامعه‌شناسی هنر به معنای اخص جان تازه بخشید.

زایمان این رشتهٔ علمی، با همهٔ مبارکی و میمونی، بی‌درد انجام نگرفت، زیرا جامعه‌شناسی این بار از عینیتها و مادیتها فاصله می‌گرفت و به دنیای ذهنیتها و آفرینشها وارد می‌شد؛ از بیرون به درون پا می‌گذاشت؛ از عقل به احساس می‌پرداخت و غرق در خشونت قواعد اجتماعی با لطافت عواطف انسانی آشنا می‌شد.

جامعه‌شناسی ادیان به آفرینش خدایان و جامعه‌شناسی ادبیات به آفرینش بندگان اختصاص می‌یافت. هر دو از کفر می‌گریختند، هر دو از کشف رازهای خلقت دوری می‌جستند، تا هر دو جای خود را در میان رشته‌های خویشاوند پیدا کردند و بر مسند پرمایهٔ علمی تکیه زدند.

امروز جامعه‌شناسی ادبیات مانند هر رشته علمی دیگر ریشه دوانده، هویت پیدا کرده و با نام بزرگانی همچون گئورک لوکاچ، لوسین گلدمن، والتر بنیامین،

تئودور آدورنو، اریش کوهلر و میخاییل باختین گره خورده و پیوندهای خود را با فلسفه و فرهنگ و هنر و اقتصاد تحکیم بخشیده است و همان‌گونه که شفیعی کدکنی می‌گوید: «مسئله رابطهٔ متن با زندگینامه یا روان‌شناسی مؤلف و یا شرایط اقلیمی و طبقاتی و فرهنگی حاکم بر آفاق خلاقیت او، همچنان اعتبار و اهمیت خویش را داراست و امروز، نه آنها که جویای روابط پنهانی یک اثر با شرایط تاریخی و اقتصادیِ عصر مؤلف‌اند دشمن این‌گونه مطالعات‌اند و نه آنها که به جستجو دربارهٔ ساخت و صورت و بافت می‌پردازند، منکر آن‌گونه مطالعات. هر دو سوی نیک دریافته‌اند که هر کدام از این روشها می‌تواند مصداق تحقیق درست در ادبیات باشد و به همین دلیل چند تنی که توانسته‌اند در مواردی «صورت»ها را با شرایط تاریخی و اقتصادی پیدایش آنها و در چشم‌اندازی گسترده‌تر در زندگی، مرتبط کنند مهم‌ترین کارها را در حوزهٔ مطالعات اجتماعی آثار ادبی و در مواردی جامعه‌شناسی ادبیات عملاً انجام داده‌اند، ...»[۱].

اکنون دیگر زمینه‌های رشد مشخص شده، نظریه‌ها شکل گرفته، روشها تدوین شده و تحقیقات سازمان پذیرفته‌اند؛ نتایج کار به همین زودی می‌درخشند و نشریات هر روز بیش از روز پیش رخ می‌نمایند.[۲]

در سرزمین ادب‌پرور ایران، قبل از آنکه نسیم بهشتیِ این رشتهٔ حیات‌بخش و روشنگر وزیدن بگیرد و ما را از خواب سنگین بی‌خبری بیدار کند، هوشمندانی وجود داشته‌اند که وزش آن را حس کرده‌اند و زمینهٔ کار را کاویده‌اند و با همت شخصی برای نمایاندن اجتماعیات در وادی ادبیات به راه افتاده‌اند و رابطهٔ میان گل را با بلبل و واقعیت را با سمبل دریافته‌اند. تاریخ را در قصه‌ها، رنج را در شعرها، زندگی را در مَثَلها و مَتَلها، سیاست و کیاست را در لابه‌لای خطوط ادیبانهٔ خود گفته‌اند و عشق و کینه، خوشی و ناخوشی، حمله و دفاع، شکست و پیروزی، قهر و

۱. شفیعی کدکنی، محمدرضا، *موسیقی شعر*، تهران، انتشارات آگاه، ۱۳۷۰، ص ۱۷.

۲. بخشی از آثار مربوط به جامعه‌شناسی ادبیات در ایران به همّت محمدجعفر پوینده در پایان کتاب آورده شده است.

آشتی مردم ما را به رشته تحریر کشیده‌اند و از ادبیات آینه تمام قدی از زندگی ما، تاریخ و فرهنگ و جامعه و خانواده و شخصیت و خلاصه اجتماعیات ما به دستمان داده‌اند. اتفاقی نبود که نخستین جامعه‌شناس ایرانی، غلامحسین صدیقی، یک ربع قرن پیش، نخستین زمزمه درسی را سر داد که «اجتماعیات در ادبیات» نام گرفت. او راه شناخت جامعهٔ ما را در ادبیاتمان سراغ کرده و کلید بسیاری از درهای بسته فرهنگ را در این صندوقچه یافته بود، ولی افسوس! این راه را نرفته، خود برفت و منزل به دیگری پرداخت و علم بی‌صاحب را به دست محمود روح‌الامینی سپرد که اگر مشغله‌های روزمره نبود، عمر خود را در این راه معنوی به پایان می‌برد.

اجتماعیات در ادبیات ـ رشته‌ای که از بطن جامعهٔ خودی جوشید ـ رشته‌ای نبود که از غرب آمده باشد و راه و چاه علمی کار را به ما نشان بدهد، درختی بود که در خاک ادیب‌زای ایران و به‌ویژه در گلستان بی‌مانند شعری خودمان روییده بود. قصیده و غزل ما، حِکَم و امثال ما، طنزها و کنایات، اسطوره‌ها و اندرزها، ارزشها و باورهای ما بستری بود که رودخانه فرهنگی ما در آن جاری بود. عالِم اجتماعی می‌توانست و می‌تواند در جامعه ادب ایران آزمایشگاهی دایر کند که در آن به کشفیات بزرگ جامعه‌شناختی دست بزند، حیطهٔ شناخت فرهنگ و جامعه را گسترش بدهد، نشان بدهد چگونه تاریخ ما، ادبیات ما را و ادبیات ما تاریخ ما را می‌سازد، چه همان گونه که مادام دوستال نویسندهٔ فرانسوی نوشت: «تأثیر دین، آداب و رسوم و قوانین بر ادبیات، متقابلاً تأثیر ادبیات بر آنها»[۱] مسلم است. از این روست که جلال آل احمد اعتقاد دارد: «اصیل‌ترین اسناد تاریخ هر ملتی ادبیات است. مابقی جعل است.»[۲]

پس تاریخ ادبیات هر ملت تاریخ واقعی آن ملت را منعکس می‌کند ولی دریغا که تاریخ ادبیات رسمی پیوسته خودِ ملت را به دست فراموشی می‌سپارد و تنها به شرح حال نویسنده و آثار او بسنده می‌کند: زندگی نویسنده، تاریخ تولد و مرگ او، اصلیت و

---

۱. اسکارپیت، روبر، «جامعه‌شناسی ادبیات به چه کار می‌آید؟» ترجمهٔ مرتضی کُتُبی، *ماهنامه جامعه سالم*، سال سوم، شماره ۱۰، ۱۳۷۲، ص ۶۳.

۲. زمانی‌نیا، مصطفی، *فرهنگ جلال آل احمد*، تهران، انتشارات پاسارگاد، ۱۳۶۳، ص ۳۵۳. به نقل از: *نامه‌ها*، ص ۴۹.

اهلیت او، جوانی و پیری، سفر و حضر و دست بالا مراحل مختلف تحول فکری و روحی و عاطفی او از طرفی و سبک و سلیقهٔ او، ارتباطات او با دنیای هنری زمان و اگر فرصتی دست داد، تأثیر ادبی او بر نسل حاضر و نسلهای بعدی از طرف دیگر ...

تاریخ ادبیات از قالبهای فکری نویسنده در پیوند با ساختارهای جمعی محیط او سخن نمی‌گوید، سبک کار او را با تحوّلات اجتماعی و اقتصادی زمان او در ارتباط قرار نمی‌دهد، مکانیسمهای آفرینش هنری را در آثار او به تحلیل نمی‌گذارد، اندیشه‌های او را در بستر زمان جای نمی‌دهد، رابطه آن را با تفکر رایج، نظام حاکم، با خواستهای زمان، با منافع طبقات اجتماعی نشان نمی‌دهد. تأثیر کار نویسنده را بر آگاهیهای واقعی مردم روشن نمی‌دارد، میزان آگاهیهای ممکن را در ذهن خوانندگان اندازه نمی‌گیرد، تغییراتی را که اثر نویسنده در ارزشهای فرهنگی و اجتماعی و شخصیتی و نیز استعدادات زیباشناختی آنان به وجود می‌آورد، نمی‌شمارد.

این بخش از ادبیات را *جامعه‌شناسی ادبی* به عهده می‌گیرد. این بخش رابطهٔ بسیار پیچیدهٔ بین نویسنده و خواننده را ترسیم می‌کند و زوایای تاریک این رابطه را می‌نمایاند و ادبیات را از ذهنیتهای فردی به ساختارهای جمعی از طریق صورتهای انتزاعی به بررسی می‌گذارد و آنها را به هم پیوند می‌زند و به قانون در می‌آورد.

این همه هنوز جامعه‌شناسی ادبیات نیست. *جامعه‌شناسی ادبیات* مقولهٔ دیگری است: مطالعه تولید و توزیع و مصرف ادبیات در مقیاس جامعه است، همان‌گونه که جامعه‌شناسی صنعتی مطالعهٔ این سه بخش کار صنعتی است، یا جامعه‌شناسی رسانه‌ها که همانا برنامه‌ها و پخش آنها و طرز استفاده از آنهاست.

تولید ادبی به نویسنده بر می‌گردد و به پایگاه اجتماعی‌اش، به حیثیت شغلی‌اش، به تصویر او در ذهن طبقات اجتماعی، به اقوامی که آثار وی را می‌خوانند، به تأثیری که این اقوام از آن می‌پذیرند، به رابطه‌ای که میان گروههای مختلف خوانندگان با جنبه‌های مختلف فکری و فلسفی و روانی و عاطفی او وجود دارد. بُرد تاریخی و جغرافیایی نویسنده نیز مطرح است. رابطهٔ نویسنده با مردم زمان حال و آینده‌اش، چه در زادگاه وی و چه در بیرون از حوزهٔ زبانی و فرهنگی و سیاسی و ملی نویسنده نیز در حیطهٔ کار تولید است.

توزیع ادبی عرصهٔ کار ناشر و مراکز پخش اوست، با همهٔ کسانی که سر سفرهٔ وی می‌نشینند و با همهٔ ابزارهایی که او در اختیار دارد. ناشر پلی است میان نویسنده و رازها از طرفی و خواننده و نیازها از طرف دیگر، واسطه‌ای است بین فروشندهٔ کالای ارزان و خریداران، با سلیقه‌های گوناگون و اغلب گران. بدیهی است که ناشر هم مانند هر تاجری قبل از هر چیز به فکر پر کردن کیسهٔ سوراخ خویش است. کار ادبی به دست او جنبه مادی و اقتصادی می‌گیرد و همین جنبه است که بر کار خرید و فروش ادب و فرهنگ تأثیر می‌گذارد.

مصرف ادبی کار مردم است. کار پایگاه طبقاتی و شغل و سواد و ثروت آنهاست، در ارتباط با مکان و زمانشان، با توجه به میل و انگیزه‌شان. وجود خواننده‌هاست که نویسنده را نویسنده و ناشر را ناشر می‌کند و از نوشته‌ها پدیده ادبی می‌سازد.

میان این سه جنبهٔ پدیده ادبی رابطهٔ انکارناپذیری وجود دارد که نشناختن آن برای فرهنگ جامعه اسفبار و فاجعه‌انگیز است و به سود هیچ یک از سه عامل این پدیده نیست. جامعه‌شناسی ادبیات علاوه بر شناسایی عوامل فرهنگی، تعیین خطوط اصلی سیاست فرهنگی و در نتیجه، برنامه‌ریزیهای فرهنگی بر اساس معیارهای مقبول فرهنگی است، زیرا تفاوت جامعه‌شناسی ادبیات با جامعه‌شناسی کالا در همین است که اولی باید برای تولیدکننده و مصرف‌کننده چیزی جز نفع مادی دربر داشته باشد. ادبیات در عین هدف بودن می‌تواند به عنوان ابزاری توانمند برای بررسی سیاست و جامعه و فرهنگ کشور مفید باشد و به منزلهٔ بستر حیات‌بخش و شکوفاگر اندیشه‌ها و حاوی عناصر سازندهٔ شخصیت انسانها به کار بیاید.

در کشور ما ادبیات از جمله محتواهای غنی فرهنگ ماست ولی به قول آل‌احمد همین «ادبیات هنوز یک شغل نیست و بیشتر یک تفنن است. [ولی] تفننی خیلی جدی‌تر از یک شغل. یعنی یک مشغله است و مشغله‌ای بسیار پر دردسر و شاید هم بدعاقبت ...»[1] ما به‌درستی نمی‌دانیم با ادبیاتمان چه می‌کنیم، چه باید بکنیم.

---

۱. زمانی‌نیا، مصطفی، *فرهنگ جلال آل احمد*، تهران، انتشارات پاسارگاد، ۱۳۶۳، ص ۳۵۷. به نقل از: *ارزیابی شتابزده*، ص ۶۵.

ماییم و یک دنیا سخن از یک عالم اندیشه و احساس و عاطفه، این همه نبوغ شعری و آثار بزرگ ادبی، ...

جامعه‌شناسی ادبیات، جامعه‌شناسی مفاهیمی مانند قدرت سیاسی و اقتدار خانوادگی و ارزشهای اخلاقی است، مادی‌گری و خان‌سالاری و آرمان‌خواهی است، خدمت و خیانت، شجاعت و بلاهت، ایثارگری و عوام‌فریبی و صدها مفهوم دیگر است؛ جامعه‌شناسی شخصیتهای ما هم هست، پدر و مادر، جوان و کودک، زن و مرد، مالک و مستأجر، عاشق و معشوق، معلم و شاگرد، کارگر و ارباب، مسافر و راننده، وزیر و وکیل، رئیس و مرئوس، پلیس و چریک، غنی و فقیر در ادبیات ما توصیف می‌شوند. کردهایمان، لرهایمان، بلوچ و بوشهری و عرب و ترک و قشقایی و بختیاریمان، شمالیمان، جنوبیمان، شهریمان، روستاییمان، کوهمان، دشتمان، خاکمان، آبمان، بهار و پاییزمان، مهر و آبانمان، سیاق معیشتمان، همه و همه در ادبیات ما غوطه می‌خورند.

ما هنوز پیوند میان ادبیات خود را با جامعهٔ خویش به‌روشنی در نیافته‌ایم، روح مردم خود را در ادبیاتمان نجسته‌ایم، به اهمیت رابطه بین فرهنگ شفاهی و کتبی خود پی نبرده‌ایم. پلی میان هنر و تربیت نزده‌ایم، قدرت هنر و ادبیات را در ادارهٔ تکامل فرهنگ و جامعه ندیده‌ایم، ادبیاتمان را در جنگ و صلحمان هدف نگرفته‌ایم، همهٔ توده‌های مردممان را با ادبیات آشتی نداده‌ایم و با آن به ارزشهایمان، آزادی و بیداری، همت و انسانیت، قدرت و قوت نبخشیده‌ایم، با ضد ارزشهایمان، سالوسی و چاپلوسی، بندگی و فرومایگی، غیبت و حیلت به مبارزه برنخاسته‌ایم.

ادبیات به همهٔ این کارها می‌تواند بپردازد، حیطه تأثیر هر یک از انواع ادبی را بر اقشار اجتماعی معلوم بدارد، قدرت شعری ما را در برابر ضعف نمایشی ما بفهماند، غصه ما را در قصه ما، عشق ما را در غزل ما و شجاعت ما را در حماسه ما آشکار کند. ادبیات ما به گلستانی می‌ماند که خاک آن از بی‌آبی ترکها برداشته است، گلستانی که گلها در آن تشنه و پژمرده‌اند.

کتاب حاضر مبناهای اصلی کار جامعه‌شناسی ادبیات را در کشور ما نشان

می‌دهد. جای خالی پژوهش را در زمینه‌های ادبی نمودار می‌سازد و خلأ شناخت ما را از غنی‌ترین گنجینه‌های معنویمان برملا می‌کند، زمینه این شناخت و آن پژوهش را فراهم می‌آورد، و به تجسسها و کنجکاویها شکل می‌دهد. جامعه‌شناسی فرهنگ به طور عام و جامعه‌شناسی ادبیات به طور خاص در عین پیچیدگی بسیار شورانگیز است و به قلمروی بسیار گسترده مربوط می‌شود، ... «به همین سبب اینکه تنها با کوششهای یک یا حتی چند پژوهشگر که در یکی دو پژوهشگاه گرد آمده‌اند، بتوان در این عرصه پیشروی کرد، اصلاً قابل طرح نیست ... پیشرفتهای به‌راستی بنیادی فقط روزی تحقق‌پذیر خواهند بود که جامعه‌شناسی ادبیات به عرصه پژوهشهای جمعی تبدیل گردد و در شمار فزاینده‌ای از دانشگاهها و مراکز تحقیق در سراسر جهان دنبال شود.»[۱]

ما می‌خواهیم کتاب حاضر نگاهی باشد که ما ـ هر چه هم دیر ـ به غناهای فکری و هنری خود می‌اندازیم تا آنها را متجلی سازیم، تا این امکان را پیش بیاوریم که تاریخ اجتماعی ما بهتر از گذشته در ادبیاتمان ثبت شود، پیوند میان دارندگان این ثروتها و برندگان آنها بیش از پیش برقرار گردد و به قول نویسنده این کتاب: «باید ادبیات را از بند ممنوعیتهای اجتماعی ـ با پی بردن به راز قدرت این محرّمات و خنثی کردن آنها ـ آزاد ساخت. آنگاه شاید بتوان نه تاریخ ادبیات، بلکه تاریخ انسانهای موجود در جامعه را بر اساس گفت‌وشنود آفرینندگان واژه‌ها و اسطوره‌ها و اندیشه‌ها با معاصران و آیندگانشان بازنویسی کرد، گفت‌وشنودی که ما اکنون آن را ادبیات می‌نامیم.»

مرتضی کُتُبی
دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
تهران، دوم آذرماه ۷۳

۱. گلدمن، لوسین، *جامعه‌شناسی ادبیات*، ترجمهٔ محمدجعفر پوینده، تهران، انتشارات هوش و ابتکار، ۱۳۷۱، ص ۱۰.

بخش اول

اصول و روش

فصل اول: جامعه‌شناسی ادبیات به چه کار می‌آید؟
فصل دوم: روش بررسی پدیدهٔ ادبی

فصل اول

جامعه‌شناسی ادبیات به چه کار می‌آید؟

۱. ادبیات و جامعه

هر پدیدهٔ ادبی مستلزم سه واقعیت است: نویسندگان، کتابها و خوانندگان، یا به عبارت عام‌تر، آفرینشگران، آثار و مردم. پدیدهٔ ادبی یک شبکهٔ مبادله است که از طریق یک دستگاه انتقال بسیار پیچیده، که در عین حال به هنر و تکنولوژی و بازرگانی ربط پیدا می‌کند، افرادی کاملاً معین (اگر نه همیشه نامدار و مشهور) را به جمعی کمابیش گمنام (اما محدود) پیوند می‌دهد.

در هر نقطه‌ای از این شبکه، حضور افراد آفرینشگر، آثار و جمع خوانندگان، مسائلی را پیش روی ما قرار می‌دهد: حضور افراد آفرینشگر مسائل تفسیرهای روانی، اخلاقی و فلسفی را مطرح می‌سازد، آثار که نقش میانجی را بر عهده دارند، مسائل زیبایی‌شناختی، سبک، زبان و صناعت نگارش را پیش روی ما می‌گذارند و سرانجام جمع خوانندگان مسائل تاریخی، سیاسی، اجتماعی و حتی اقتصادی را مطرح می‌کنند. به عبارت دیگر پدیدهٔ ادبی را در این سه عرصه ـ دست‌کم ـ به صدها شکل می‌توان بررسی کرد.

این بستگی سه‌گانهٔ ادبیات به دنیای اذهان افراد، صورتهای انتزاعی و ساختارهای جمعی، بررسی آن را دشوار می‌سازد. تجسم پدیده‌های سه‌بُعدی در ذهن ما کاری آسان نیست، به‌ویژه هنگامی که ناچار باشیم تاریخ آنها را نیز ترسیم کنیم. به همین دلیل است که تاریخ ادبیات در طول قرنها و امروز نیز در بیشتر موارد

فقط به مطالعهٔ آفرینندگان و آثار پرداخته و به شرح احوال معنوی نویسندگان و تفسیر متون آنان بسنده کرده است و زمینهٔ جمعی را به مثابه آذین و زینت تلقی کرده و بررسی آن را به کنجکاویهای تاریخ‌نگاری سیاسی واگذار کرده است.

فقدان یک چشم‌انداز جامعه‌شناختی حقیقی حتی در بهترین کتب تاریخ ادبیاتِ سنتی نیز محسوس است. البته در مواردی، نویسندگان این کتابها به یکی از ابعاد اجتماعی قضیه آگاهی دارند و می‌کوشند تا تصویری از آن ارائه دهند؛ اما به دلیل آنکه روشی دقیق و مناسب برای این منظور ندارند، اغلب در چهارچوب طرح سنتی نویسنده و اثر گرفتار می‌مانند. دربررسیهای آنان اعماق تاریخ به وضوح دیده نمی‌شود، درست مانند انعکاس تصاویر بر پردهٔ سینما و پدیدهٔ ادبی به همین سبب دچار کژی و کاستیهایی می‌شود که به کژی و کاستیهای تصویر نقشهٔ جهان بر یک صفحهٔ صاف می‌ماند. همان‌گونه که کرهٔ جغرافیای دانش‌آموزان به غلط چنین می‌نماید که آلاسکای غول‌آسا بر مکزیک کوچک سایه انداخته است، دوازده یا پانزده سال زندگی درباری در قصر ورسای در قرن هفدهم نیز شصت سال زندگی ادبی فرانسه را محو و بی‌رنگ می‌کند.

این دشواریها را هرگز نمی‌توان به‌کلی از میان برداشت و اگرچه ارائه یک تصویر کامل امکان ندارد، مهم این است که شرح حال‌نویس یا مفسر، تاریخ‌دان یا منتقد و پژوهشگران ادبیات از پدیده‌های ادبی ـ خواه پدیده‌های گذشته و خواه پدیده‌های امروزین ـ نگرشی جامع و تحریف نشده داشته باشند. برای شناخت آفرینشگران مهم است که بدانیم در روزگار ما، نوشتن حکم یک حرفه ـ یا دست‌کم یک فعالیت انتفاعی ـ را پیدا کرده و در چهارچوب نظامهایی اقتصادی به تحقق می‌پیوندد که به طور قطع بر آفرینش ادبی تأثیر می‌گذارند. برای شناخت آثار، مهم است که بدانیم کتاب حکم کالای صنعتی را پیدا کرده و مانند کالاهای دیگر به صورت تجارتی توزیع می‌شود و بنابراین تابع قانون عرضه و تقاضاست. سرانجام مهم است که بدانیم ادبیات نیز به شیوه‌ای انکارناپذیر به شاخهٔ «تولیدی» و کتاب‌خوانی به شاخهٔ «مصرفی» صنعت کتاب بدل شده است.

۲. تاریخچه

مفهوم ادبیات، آن‌گونه که در ذهن ما وجود دارد، به واپسین سالهای قرن هجدهم برمی‌گردد. در اصل، ادبیات «کار» تلقی نمی‌شده، بلکه در «جان» نویسنده بوده است. ادبیات نشان تعلق نویسنده به قشر «باسوادان» بوده است. برای کسی که در عصر ولتر زندگی می‌کرده، «ادبیات» در برابر «عامه» ـ که همان مردم باشند ـ قرار می‌گرفته است. در واقع نوعی اشرافیت فرهنگی وجود داشته و اگر چه این پدیده، پدیده‌ای اجتماعی بوده، رابطهٔ ادبیات با جامعه به نحوی آگاهانه مطرح نمی‌شده است.

از ابتدای قرن شانزدهم تحولی پدید می‌آید که از قرن هجدهم شتاب می‌گیرد. از یک سو دانشها تخصصی می‌شوند، کارهای علمی و فنی رفته‌رفته از ادبیات به معنای واقعی کلمه فاصله می‌گیرند و دایرهٔ ادبیات کوچک می‌شود و به سوی محدود شدن به یک فعالیت سرگرم‌کننده به پیش می‌رود. از این زمان به بعد، ادبیات که گرفتار بیهودگی اجتماعی شده است درصدد برمی‌آید تا پیوندهای زنده و جدیدی با جامعه برقرار کند.

از سوی دیگر، همان پیشرفتهای فرهنگی و فنی که بیهودگی ادبیات را تسریع می‌کردند، در میان جماعات مصرف‌کننده نیاز به ادبیات را دامن می‌زدند و وسایل مبادله را افزایش می‌دادند. کتاب که امتیاز خاص اعیان باسواد بود، در پی اختراع چاپ و رشد صنعت کتاب و کاهش بی‌سوادی و بعدها پیدایش تکنیکهای دیداری ـ شنیداری به مشغلهٔ فرهنگی گروهی نسبتاً گسترده از نخبگان شهرنشین بدل می‌شود و پس از اندک زمانی وسیله‌ای برای ارتقای فکری توده‌های مردم می‌گردد.

فرایند تخصصی شدن از یک سو و پخش گستردهٔ آثار ادبی از سوی دیگر، در حدود سال ۱۸۰۰ به نقطهٔ بحرانی خود می‌رسند. در این هنگام است که ادبیات، آگاهی‌یابی از ابعاد اجتماعی خود را آغاز می‌کند و مادام دوستال کتابی به نام *ادبیات از منظر پیوندهایش با نهادهای اجتماعی*[1] منتشر می‌سازد که بی‌شک نخستین کوششی است در کشور فرانسه که مفاهیم ادبیات و جامعه را در یک بررسی منظم

1. *De la littérature considérée dans ses rapports avec les institutions sociales*

به هم پیوند می‌دهد.

مادام دوستال در *گفتار آغازین* این اثر، نظر خود را چنین بیان می‌کند: «من برآنم که تأثیر دین و آداب و رسوم و قوانین را بر ادبیات، و متقابلاً، تأثیر ادبیات را بر دین و آداب و قوانین بررسی کنم»[1].

در واقع او می‌خواهد کاری را که یکی از مراجع فکری‌اش (منتسکیو) در مورد تاریخ حقوق انجام داد و *روح القوانین* را نوشت، در مورد ادبیات انجام دهد و «روح‌الادبیات» را بنویسد. در هنگامی که در واژگان مربوط به نقد، واژه‌های *مدرن* و *ملی* معانی جدید به خود می‌گیرند، باید بتوان گوناگونی ادبیات در زمان و مکان را با تنوعات و ویژگیهای انسانی مختلف توجیه کرد.

دو مفهوم اساسی روح زمان (Zeitgeist) و روح قومی (Volksgeist) برای اولین بار در حدود سال ۱۸۰۰ در محفل دوستان آلمانی مادام دوستال به زبان جاری شد و رواج یافت. همین مفاهیم را می‌توان به صورت یک عبارت سه‌وجهیِ باانعطاف‌تری در نظریهٔ هیپولیت‌تن بازیافت: نژاد، محیط، زمان. تلفیق این سه عامل، تعیین‌کنندهٔ پدیدهٔ ادبی است.

هیپولیت‌تن درک روشنی از مفهوم «علوم انسانی» نداشت. نیم‌قرن بعد ژرژ لانسُن به همین سبب به او ایراد می‌گیرد و می‌نویسد: «تحلیل نبوغ شاعرانه هیچ وجه اشتراکی جز در نام با تحلیل قند و شکر ندارد[2]». الگوی سه بخشیِ تن (نژاد، محیط و زمان) سترون‌تر از آن است که تمام جنبه‌های واقعیت بی‌نهایت پیچیدهٔ کار ادبی را دربر گیرد. به‌ویژه روشهایی که تن پیشنهاد می‌کند با ویژگی پدیدهٔ ادبی مطابقت ندارد؛ به این معنا که سوای اسلوبهایی که به نحوی نسنجیده از علوم طبیعی به عاریت گرفته شده‌اند، او برای بررسی ادبیات جز ابزارهای سنّتی تاریخ و نقد ادبی (شرح احوالها و تفسیر متون) در اختیار ندارد.

با این همه اساس آموزهٔ تن استوار باقی می‌ماند و پس از او مورخان ادبیات یا منتقدان ادبی دیگر نمی‌توانند به خود اجازه دهند که عوامل تعیین‌کنندهٔ اوضاع بیرونی و به‌ویژه عوامل اجتماعی را که بر فعالیت ادبی سنگینی می‌کنند، نادیده بگیرند؛ گو اینکه گاهی در این زمینه دچار غفلت می‌شوند.

1. Mme de Staël, *De la littérature, Discours préliminaire*, §1.
2. G. Lanson, Méthodes de l'histoire littéraire, *Etudes françaises*, 1er cahier, janvier 1925, p. 23.

از آنجا که اقتصاد از علوم انسانی است، از مارکسیسم بیش از آموزهٔ تنِ انتظار کارایی می‌رفت. اما در واقع نخستین نظریه‌پردازان مارکسیست دربارهٔ مسائل ادبی تا حدی زیاد سکوت اختیار کردند. تنها مجلدی که از نوشته‌های مارکس و انگلس تحت عنوان *دربارهٔ ادبیات و هنر* فراهم آمده تا حدودی یأس‌آور است. فقط پلخانف بود که در ابتدای قرن بیستم یک نظریهٔ مارکسیستی حقیقی دربارهٔ ادبیات ارائه داد که البته در اساس، جامعه‌شناختی بود. از آن پس توجه به کارایی سیاسی باعث شد که نقد ادبی شوروی (و همراه با آن، نقد ادبی کمونیستی) بر مسائل و نکات اجتماعیِ مطرح در آثار ادبی تأکید ورزد.

ولادیمیر ژدانُف در سال ۱۹۵۶ این گرایش رسمی را با عبارات زیر توصیف کرد: «ادبیات را باید در پیوند جدایی‌ناپذیر با زندگی اجتماعی، بر پایهٔ زیربنای عوامل تاریخی و اجتماعی‌ای که بر نویسنده تأثیر گذاشته‌اند، در نظر گرفت (...) او این دیدگاه را که هر کتاب را واحدی مستقل و منفرد می‌داند، ذهنی و خودسرانه خواند و آن را رد کرد[1]».

نتیجهٔ روش او این بود که «میزان وفاداری اثر در بازنمایی واقعیت با تمام پیچیدگی آن، نخستین معیار اثر هنری است[2]».

مخالف اصلی با این روش جامعه‌شناختی در شوروی را طرفداران «فرمالیسم» انجام دادند. این مکتب توانا که در طی سالهای ۱۹۳۰ به طور رسمی محکوم شد، مدعی کاربرد نوعی علم زیبایی‌شناسی در مورد صورتها و اسلوبهای هنر ادبی بود[3]. این مکتب در واقع جز جنبه‌ای از جنبشی وسیع که در آلمان ریشه داشت نبود. در این جنبش تأثیرات فلسفهٔ نوهگلیِ ویلهلم دیلتای و نقد فقه‌اللغوی و روان‌شناسی گشتالت درهم آمیخته بودند. این علمِ ادبیات (Literaturwissenschaft) از پایان قرن نوزدَهم تا به امروز یکی از جدی‌ترین موانع بر سر راه پیدایش یک جامعه‌شناسی حقیقی ادبیات بوده است.

1. Traduit de V. Jdanov, Some recent Soviet studies in literature *Soviet Literature*, Moscou, 1956, n°8, p. 141.
2. *Ibid.*
۳. ناگفته نماند که بین سالهای ۱۹۲۷ و ۱۹۳۰ یک جامعه‌شناسی «فرمالیستی» ادبیات وجود داشته است. رجوع شود به:

Gleb Struve, *Histoire de la littérature soviétique*, Paris, 1946, pp. 226-229.

از سوی دیگر علم جامعه‌شناسی که به همت کُنت، اسپنسر، لوپله و دورکیم به سوی استقلال کامل گام برداشته بود، ادبیات را کنار گذاشته بود، زیرا که ادبیات عرصه‌ای پیچیده با داده‌ها و تعاریفی فوق‌العاده نامطمئن بود که از نوعی احترام انسانی برخوردار بود.

و اما در عرصهٔ نقد دانشگاهی، بی‌شک ادبیات تطبیقی، یعنی آخرین نوزاد علوم ادبی است که بیشترین ابتکارهای جالب توجه را عرضه کرده است.

بررسی جریانهای بزرگ آگاهی جمعی که پل آزار بخشی از اثر خود به نام *بحرانِ آگاهی اروپائی* را به آن اختصاص داد[1]، ما را به «تاریخ اندیشه‌ها» هدایت می‌کند، تاریخی که لاوجویِ امریکایی متخصص آن شد و پس از وی، مراجعه به آن برای فهم درست پدیده‌های ادبی، اجتناب‌ناپذیر است. ژان ماری کاره توجه شاگردان خود را به مسائل «سراب» جلب کرد که عبارت است از نگرشی تحریف شده که یک جمع ملی، از رهگذر گواهی نویسندگان، از ملتی دیگر به دست می‌آورد[2].

در زمینهٔ تاریخ ادبی، یکی از ثمربخش‌ترین افکار، بی‌شک مفهوم نسلها بود که از اوان سال ۱۹۲۰، یکی از شاگردان کورنو به نام فرانسوا مانتره در کتابی تحت عنوان *نسلهای اجتماعی* به طور منظم مطرح کرد. اما نخستین کسی که برای اولین بار، ادبیات را به دقت نسل‌بندی کرد و با این کار خود تا حدودی به تاریخ‌نگاری ادبی عمق جامعه‌شناختی ـ که این تاریخ‌نگاری فاقد آن بود ـ بخشید، آلبر تیبوده بود. کتاب انقلابی او در این زمینه، *تاریخ ادبیات فرانسه از ۱۷۸۰ تا امروز* بود که در سال ۱۹۳۷ منتشر شد.

اثر اساسی هانری پیِر به نام *نسلهای ادبی* که در سال ۱۹۴۸ نشر یافت، معنای جامعه‌شناختیِ «مسئلهٔ الهام جمعی را که همان مسئلهٔ نسلهای ادبی است[3]» حقیقتاً نشان داد. می‌توان نام گی‌میشو را نیز به این نامها افزود. او در کتابی به نام *درآمدی بر علم ادبیات*

1. P. Hazard, *La crise de la conscience européenne*, Paris, 1935.
2. J. M. Carré, *Les écrivains français et le mirage allemand*, Paris, 1947.
3. H. Peyre, *Les générations littéraires*, Paris, 1948.
همانا هانری پیِر بود که از سال ۱۹۵۰ به من توصیه می‌کرد که در عرصه جامعه‌شناسی ادبیات به پژوهش بپردازم.

که در سال ۱۹۵۰ در استانبول منتشر شد، تا آنجا که من می‌دانم، نخستین کسی است که ـ از میان دهها نفر دیگر ـ مفهوم جامعه‌شناسی ادبیات را آن‌گونه که ما در نظر داریم، آشکارا مطرح کرد.

بنابراین گرایشهای جامعه‌شناختی تا مدتها بیشتر به صورت اندیشه‌های راهنما مطرح بودند تا به صورت قواعد و مبانی یک روش. آنها گاهی با گرایشهای فرمالیستی مرتبط می‌شدند: جامعه‌شناسی ذوق به همت ل. ل. شوکینگ و زبان به مثابه عنصر اجتماعی به همت رنه ولک[۱].

نخستین نظام منسجم در جامعه‌شناسی ادبیات که زادهٔ اندیشه‌های گئورگ لوکاچ[۲] بود بعد از جنگ جهانی دوم به دست یکی از پیروان او ـ لوسین گلدمن ـ به طور منظم به رشته تحریر کشیده شد.

ساختگرایی تکوینی لوسین گلدمن با وجود گرایش مارکسیستی، به مسائل خاص زیبایی‌شناختی توجه دارد. فرضیهٔ بنیادی او این است که «خصلت جمعی آفرینش ادبی، حاصل آن است که ساختارهای جهان آثار با ساختارهای ذهنی و برخی از گروههای اجتماعی، همخوان‌اند و یا با آنها رابطه‌ای درک‌پذیر دارند[۳]».

از سال ۱۹۶۰ به بعد، گسترش اندیشه‌های ساختگرایانه، به‌ویژه در آغاز تحت تأثیر رولان بارت[۴]، افقهای تازه‌ای را به روی جامعه‌شناسی ادبیات گشوده است. نشانه‌شناسی و معناشناسی، برای یافتن جایگاه ادغام جامعه‌شناختی، بر نوشتار و متن

---

1. L. L. Schücking, *Die Soziologie der literarischen Geschmacksbildung*, Leipzig, 1931; R. Wellek et A. Warren, Theory of litterature, New York, 1949.
(بخشهایی از کتاب رنه ولک و آستین وارن به فارسی منتشر شده است: رنه ولک، ادوارد مورگان فورستر، آستین وارن، باروزدان هَمْ، *چشم‌اندازی از ادبیات و هنر*، ترجمه غلامحسین یوسفی. محمدتقی (امیر) صدقیانی، انتشارات معین، تهران، ۱۳۷۰).

۲. ر.ک.: امری جورج، *جورج لوکاچ*، ترجمهٔ عزت‌اله فولادوند، مرکز نشر سمر، تهران، ۱۳۷۲ (م).

3. L. Goldmann, *Pour une Sociologie du roman*, Paris, 1964, p. 226.
(به نقل از: لوسین گلدمن، *جامعه‌شناسی ادبیات (دفاع از جامعه‌شناسی رمان)*، ترجمه محمدجعفر پوینده، انتشارات هوش و ابتکار، تهران، ۱۳۷۱، ص ۳۲۰ ـ ۳۲۱.)

۴. از رولان بارت دو کتاب به فارسی ترجمه شده است: *نقد تفسیری*، ترجمهٔ محمدتقی غیاثی، انتشارات بزرگمهر، تهران، ۱۳۶۸، چاپ دوم. *عناصر نشانه‌شناسی*، ترجمه مجید محمّدی، انتشارات بین‌المللی الهدی، تهران، ۱۳۷۰ (م).

تأکید کرده‌اند. آثار منتشر شده در نشریهٔ *Tel Quel*، نشان‌دهندهٔ نقطهٔ اوج این گرایش است که آن هم از مارکسیسم الهام گرفته بود.

گرایشی که در کتاب حاضر بیان می‌شود، بی‌آنکه پیوندهایش را با این جریانهای فکری گوناگون انکار کنیم، بر اساس این اندیشهٔ بنیادی ژان‌پل سارتر در کتاب *ادبیات* چیست[1] شکل گرفته است: کتاب بدون خواننده وجود ندارد و ادبیات باید به صورت یک فرایند ارتباطی در نظر گرفته شود.

نخست نقش یونسکو در این زمینه شایان ذکر است. سرشماریها و آمارهای سازمانهای مختلف یونسکو امکان آن را فراهم آوردند که دربارهٔ جنبه‌های جمعی ادبیات اطلاعاتی به دست آید که تا آن زمان دست‌نیافتنی بود. در سال ۱۹۵۶ گزارش ر. ا. بارکر تحت عنوان *کتاب برای همه* مجموعهٔ اسنادی را عرضه کرد که متأسفانه هنوز بسیار پراکنده و نامنظم بود، اما برای شروع کار پژوهش، کارساز بود.

اثری از روبر اسکارپیت به نام *انقلاب کتاب* که در سال ۱۹۶۵ منتشر شد و نیز تحقیقی که ر. ا. بارکر و ر. اسکارپیت به مناسبت سال جهانی کتاب در ۱۹۷۲ انجام داده بودند (تحت عنوان *عطش خواندن*) وضعیت جهانی کتاب را به‌ویژه در کشورهای در حال رشد، روشن ساختند. صنعت کتاب در ابتدا با تردید و سپس قاطعانه پذیرای پژوهش منظم شد.

در فرانسه، دایرهٔ مطالعات و تحقیقات وزارت فرهنگ، به‌ویژه بخش کتاب این وزارتخانه از سال ۱۹۸۱ بررسیهای منظمی را دربارهٔ مصرف ادبی، مطالعه، تولید و توزیع کتاب، نه فقط در سطح کشور، بلکه در سطح منطقه‌ای آغاز کرده‌اند. در دانشگاهها نیز یک علم حقیقی کتاب‌شناسی در حال شکل‌گیری است.

از ۱۹۶۲ تا ۱۹۸۲ فعالیت یونسکو در چهارچوب «برنامهٔ توسعهٔ کتاب» به کشورهای جهان سوم یاری داد تا عقب‌ماندگی فرهنگی خود را با تدوین یک سیاست برنامه‌ریزی شده و آگاهانه در مورد کتاب، تا حدی جبران کنند.

---

1. J. - P. Sartre, *Qu'est - ce que la littérature?*, Paris, 1946.
(ژان‌پل سارتر، *ادبیات* چیست، ترجمه ابوالحسن نجفی، مصطفی رحیمی، کتاب زمان، تهران، ۱۳۵۲.)

اکنون به موضوعی می‌پردازیم که در روزگار ما و چه‌بسا در آینده، کارسازترین محرک پژوهشهای جامعه‌شناسی ادبی بوده و خواهد بود: ضرورت یک سیاست و برنامه برای کتاب.

۳. در راه یک سیاست کتاب

ضرورت فرزانگی فردی و خودشناسی در گذشته، امروزه جای خود را به ضرورت فرزانگی جمعی داده است. با این همه، در زمینهٔ ادبیات ظاهراً سرگشتگی و خودناشناسی قاعدهٔ کلی در جوامع ماست. ارتقای سطح زندگی توده‌ها که از یک قرن پیش اعلام شده ولی تقریباً از یک نسل پیش به واقعیتی اجتناب‌ناپذیر بدل گشته است ما را وامی‌دارد که دربارهٔ ویژگیهای مادی شهرهای خود به بازاندیشی بپردازیم. از ویژگیهای فرهنگی بسیار غفلت شده است. هرچند که از مفهوم فرهنگ مردم فراوان سخن به میان آمده، اما همه‌جا روحیه‌ای تبلیغی و خیرخواهانه و پدرانه بر آن سایه انداخته است که در واقع پرده‌ای است بر نوعی ناتوانی. شهرهای میلیونی، همانند تمساحهای غول‌پیکر هزارهٔ دوم که سر کوچک داشتند، ادبیاتی در سطح بسیار ناچیز هزار نفره در اختیار دارند.

به همین سبب جای شگفتی نیست که این وضعیت، سازمانهای مسئول سیاست‌گذاریهای اجتماعی را نگران کرده باشد. در ژانویه ۱۹۵۷ مجلهٔ *اخبار اجتماعی* (*Informations sociales*)، ارگان «اتحادیهٔ ملی صندوقهای تعاونی خانوادگی» شمارهٔ مخصوصی را به تحقیقی گسترده دربارهٔ «ادبیات و عامهٔ خوانندگان» اختصاص داد. حسن این تحقیق آن بود که تقریباً تمام مسائل جامعه‌شناسی ادبی را مطرح می‌ساخت و انتشار آن را می‌توان گامی اساسی در راه پژوهشهای منظم در این رشته به حساب آورد[۱].

۱. این تحقیق عبارت است از مجموعه‌ای از «مشاهدات عینی» البته با ارزشهای متفاوت. من به تقاضای آقای رنه مونژه (René Mongé) سردبیر مجله و مبتکر این تحقیق، به تنظیم و تفسیر نتایج این تحقیق پرداختم.

در این شماره به‌ویژه مقاله‌ای از ژیلبر موری با عنوان «آیا جامعه‌شناسی کتاب امکان‌پذیر است» به چاپ رسیده و در آن جامعه‌شناسی ادبی بر اساس الگوی جامعه‌شناسی دینی توجیه شده است:

> هنوز زمان زیادی نمی‌گذرد که هرگونه پژوهش عینی در مورد ایمان و فرایض دینی از طرف بزرگان روحانی نوعی آسیب به هر گونه تفکر عرفانی تلقی می‌شد. اما امروزه هیئت اسقفهای کاتولیک برای انطباق کردار روحانی خویش با واقعیت اجتماعی، خود به چنین پژوهشهایی دامن می‌زنند ... . مسلم است که اهل کتاب، از نویسنده گرفته تا کتاب‌فروش از بررسی منظم دربارهٔ خوانندگان کتاب و از شناخت بهتر واکنشهای آنان و در نتیجه از یافتن راههای دستیابی به آنان، بهره‌مند می‌شوند[1].

ژیلبر موری به درستی یادآوری می‌کند که کسبه هم جای خودشان را در معبد خدایان دارند: از آنجا که ادبیات جنبه‌هایی اقتصادی دارد که دین خواهان انکار آنهاست باید آسان‌تر به ملاحظات جامعه‌شناختی تن در دهد. بنابراین نگاه ژرف به ادبیات، صرفاً یک ضرورت عملی نیست، بلکه کاری سودمند نیز به حساب می‌آید. البته این بدان معنا نیست که ما باید خود را به ملاحظاتی تجاری محدود سازیم. دیدرو در *نامه‌ای دربارهٔ تجارت کتاب* می‌نویسد: «خطایی که پیروان سرسخت احکام کلی، پیوسته مرتکب می‌شوند آن است که اصول یک کارگاه پارچه‌بافی را در انتشار کتاب نیز به کار می‌بندند.»

جامعه‌شناسی ادبی باید ویژگی پدیدهٔ ادبی را در نظر داشته باشد و آن را رعایت کند. این جامعه‌شناسی که برای تولیدکنندگان کتاب سودمند است باید برای خوانندگان نیز سودمند باشد و به علم ادبی سنتی ـ چه تاریخی و چه انتقادی ـ در انجام وظایفش یاری برساند. البته جامعه‌شناسی ادبی به طور غیرمستقیم به این مسائل می‌پردازد: نقش آن فقط پرداختن به این مسائل در سطح جامعه است.

انجام چنین برنامه‌ای در گرو بررسی دقیق و گسترده‌ای است که از توان افراد و حتی گروههای پراکنده نیز بیرون است. در چاپ نخست این کتاب در ۱۹۵۸، من فقط توانستم که برای بخشی کوچک از مسائل طرح شده، پاسخی طرح‌گونه ارائه

1. *Informations sociales*, janvier 1957, p. 64.

کنم. اما همین موضوع فرصتی به من داد تا با دیگر پژوهشگران تماس برقرار کنم و کنجکاویم را برای شروع تحقیقات جدید برانگیخت. کنگره‌ای مانند اجلاس بین‌المللی ادبیات تطبیقی که در سال ۱۹۷۱ با عنوان *ادبیات و جامعه* در بوردو برگزار شد، نشان داد که متخصصان دانشگاهی ادبیات، نظرگاه جامعه‌شناختی را بیش از پیش پذیرا می‌گردند.

مرکز کوچک جامعه‌شناسی پدیده‌های ادبی که در سال ۱۹۵۹ در بوردو تأسیس شد در آزمایشگاه بزرگ وابسته به علوم اطلاعات و ارتباطات ادغام گشت. در ایالات متحده، کانادا، اروپای غربی و شرقی و ژاپن مراکز بسیاری با گرایشها و علائق متفاوت به کار مشغول‌اند اما همگی نظرگاه جامعه‌شناختیِ واحدی دارند. جامعه‌شناسی ادبیات در دانشگاههای متعددی تدریس می‌شود و چیزی که در سال ۱۹۵۸ طرحی بیش نبود، اکنون به واقعیت بدل شده است.

فصل دوم

روش بررسی پدیدهٔ ادبی

۱. کتاب، مطالعه، ادبیات

پدیده ادبی در سه وجه اساسی جلوه‌گر می‌شود: کتاب، مطالعه، ادبیات. در زبان روزمره، غالباً این واژه‌ها را به جای هم به کار می‌برند. در واقع این سه مفهوم فقط به طور جزئی از هم جدا می‌شوند و مرزهایشان بسیار نامشخص است.

ارائه تعریفی از کتاب، کاری دشوار است. تنها تعریف تقریباً کاملی که تا به امروز از آن داده شده چنان ابهام دارد که قابل استفاده نیست: «ماده‌ای است از جنس و قطع معیّن و احتمالاً به صورت تاخورده یا طوماری که بر آن علامتهایی حاکی از برخی داده‌های فکری نقش می‌بندد.[۱]» لیتره[۲] بین دو تعریف تردید نشان می‌دهد: از طرفی یک تعریف مادی ـ «اتصال چندین جزوه حاوی صفحات دست‌نوشته یا چاپ شده» ـ و از طرف دیگر تعریفی نیمه‌فکری ـ «اثری ذهنی، به نظم یا به نثر، با حجم دست‌کم برابر یک جلد». اگر به واژهٔ «جلد» رجوع کنیم، درخواهیم یافت که منظور از آن «کتاب جلد شده یا دوخته شده» است و این تعریف هم ما را به جایی نمی‌رساند.

در واقع از کتاب فقط یک تعریف وجود ندارد. هر کشور و دستگاهی تعریف یا

---

۱. این تعریف را که از پُل اُتله است، اریک دوگرولیه در اثری به نام *تاریخ کتاب* در مجموعهٔ «چه می‌دانم؟» (Que sais-je?) (شمارهٔ ۶۲۰) نقل کرده است.

۲. امیل لیتره (۱۸۰۱ـ۱۸۸۱) واژه‌شناس فرانسوی، شاگرد مثبت‌گرا و مستقل اگوست کنت بود. کار عظیم او «کتاب لغت زبان فرانسه» نام خود او را گرفت و موجب شهرت وی گردید (م).

تعاریف خاص خود را دارد. در فرانسه فقط وزارت دارایی یک تعریف برای کتاب گمرک و تعریفی دیگر برای کتاب مالیاتها دارد! مجمع عمومی یونسکو در سال ۱۹۶۴ پذیرش یک تعریف آماری جهانی را توصیه کرد: «نشریهٔ غیرادواری حاوی ۴۹ صفحه یا بیشتر». مقامات قضایی کانادا، فنلاند و نروژ ۴۹ صفحه را پذیرفتند. برای لبنان و افریقای جنوبی تعریفی دیگر لازم آمد. دانمارک ۶۰ صفحه، مجارستان ۶۴، ایرلند و ایتالیا و موناکو ۱۰۰ صفحه را ملاک قرار دادند! در مقابل بلژیک به ۴۰ صفحه، چکسلواکی به ۳۲ و ایسلند به ۱۷ صفحه بسنده کردند. هند کوچک‌ترین جزوه‌ها را در ردیف کتاب به حساب می‌آورد! تعریف انگلستان از کتاب تا مدتها تعریفی مالی باقی ماند: کتاب عبارت بود از هر نشریه‌ای که بهای آن دست‌کم ۶ پنس باشد[1].

عیب تمام این تعریفها آن است که کتاب را نه ابزار مبادلهٔ فرهنگی، بلکه شیئی مادی به حساب می‌آورند. بسیاری از آنها راهنمای قطارهای راه‌آهن را نیز کتاب به حساب می‌آورند و نمایشنامه‌ای از راسین یا مولیر را که تدریس هم می‌شود، کتاب محسوب نمی‌کنند. اما نکتهٔ عجیب آنکه برخی از این تعریفها محتوای کتاب را در نظر می‌گیرند، اما هیچ یک به مصرف آن توجهی ندارند. در واقع کتاب «دستگاهی برای مطالعه» است و با مطالعه تعریف می‌شود. ژان‌پل سارتر در کتاب *ادبیات چیست؟* می‌نویسد: «کوشش توأمان نویسنده و خواننده است که این شیء ملموس و تخیلی را که همان اثر آفریدهٔ ذهن است، ایجاد می‌کند».

هدف کتاب اعم از دست‌نویس یا چاپی و یا عکسبرداری شده آن است که امکان تکثیر و حفظ هم‌زمان گفتار را فراهم آورد: انتشار یک کتاب صرفاً برای یک شخص هیچ معنایی ندارد. بنابراین به نظر می‌رسد که تعداد خوانندگان باید در تعریف کتاب گنجانده شود. اما واحد شمارش کتابها، عنوان آنهاست، نه تیراژ آنها. فقط پس از سال ۱۹۶۵ است که در آمار یونسکو برای برخی از کشورها تیراژ کتاب ذکر می‌شود.

بنابراین باید آماری را که در کشورهای مختلف منتشر می‌شود با نهایت حزم و احتیاط بررسی کرد. در سالهای ۱۹۸۰ معلوم شد که «غولهای» انتشار کتاب، یعنی کشورهایی که بیش از ۲۰۰۰۰ عنوان در سال به چاپ می‌رسانند، هفت کشورند:

1. D'après R. E. Barker, *Books for all*, p. 17.

اتحاد جماهیر شوروی و ایالات متحده	بین ۸۰ تا ۹۰ هزار
آلمان فدرال	بین ۵۰ تا ۶۰ هزار
ژاپن	بین ۴۰ تا ۵۰ هزار
انگلستان	بین ۳۰ تا ۴۰ هزار
فرانسه و اسپانیا	بین ۲۰ تا ۳۰ هزار

باید دانست که ۳۲ کشور توسعه‌یافته که کمتر از نیمی از افراد بالغ باسواد و کودکان مدرسه‌رو را در خود جای می‌دهند و ۲۶ درصد جمعیت جهان را دارا هستند، ۸۹ درصد کتابهای منتشر شده در جهان را تولید می‌کنند و ۸۵ درصد کاغذ چاپ و تحریر دنیا را مصرف می‌کنند. عدم تناسب بالا که در سالهای ۱۹۷۰ آشکارا رو به فزونی گرفته بود، در سالهای ۱۹۸۰ به آرامی رو به کاهش می‌گذارد. در این کاهش، بی‌شک می‌توان یکی از تأثیرات سیاست تشویقی یونسکو را که از سال ۱۹۶۵ اعمال می‌شد، مشاهده کرد.

آماری که از عنوانهای کتاب ارائه می‌شود، با توجه به واردات (از راه ترجمه) و تکثیر (از راه ترجمه در داخل کشور، مانند اتحاد شوروی) حداکثر می‌تواند غنا و تنوع حیات فکری یک کشور را نشان دهد و براورد (بسیار تقریبی) تعداد و توان تولیدی نویسندگان آن را ممکن سازد ولی کوچک‌ترین اطلاعی از نقش مطالعه در زندگی اجتماعی آن کشور ارائه نمی‌دهد.

برای تحلیل پدیدهٔ مطالعه، باید نه فقط تیراژ کتاب بلکه تیراژ مطبوعات را نیز به حساب آورد. تیراژ مطبوعات معمولاً مشخص است اما تیراژ کتاب بسیار دشوارتر به دست می‌آید. تولید جهانی کتاب در ۱۹۸۰ حدود ۹ میلیارد نسخه بوده است.

با وجود این می‌توان با بررسی میزان مصرف کاغذ در کشورهای مختلف تا حدودی از وضع کتاب باخبر شد. اگر کشورها را برحسب مصرف کاغذ آنها (مصرف سرانه کاغذ روزنامه از یک سو و کاغذ تحریر و کاغذ چاپ کتاب از سوی دیگر) طبقه‌بندی کنیم، باز همان هفت کشور «بزرگ» را در رأس فهرست کشورها ملاحظه می‌کنیم اما می‌بینیم که سوئیس، بلژیک، کشورهای اسکاندیناوی و استرالیا و زلاندنو هم به آنها رسیده‌اند و اتحاد جماهیر شوروی و انگلستان به طور قطع اولین مکان را به خود اختصاص داده‌اند.[1]

1. D'après l' *Annuaire statistique de l'U.N.E.S.C.O.*, éd 1980.

یکی از داده‌های جالب، مقایسهٔ میزان مطالعهٔ کتاب و مطبوعات در میزان کلی مطالعه است. در فرانسه در ۱۹۸۰ از ۳۸ کیلوگرم کاغذ چاپ و کاغذ تحریر مصرف شده در سال، برای هر نفر تقریباً ۲/۳ کیلوگرم آن به مصرف صنعت کتاب می‌رسید. در همین سال مصرف سرانه و سالانه کاغذ روزنامه به ۱۲ کیلو می‌رسیده است. از نظر تعداد کلمات ـ با توجه به نوع حروف مصرفی ـ محتوای مطبوعات ۵۰٪ بیشتر از کتاب است. حجم مطالب که روزنامه‌ها برای مطالعه در اختیار خوانندگان فرانسوی می‌گذارند، ده برابر حجم مطالب کتابهاست. این نسبت برای اغلب کشورهای اروپای غربی درست است (انگلستان ۱۲ تا ۱۳ برابر). اما در اتحاد شوروی مطالعهٔ مطبوعات فقط چهار برابر مطالعهٔ کتاب است در حالی که در ایالات متحده نسبت ۲۰۰ برابر است و اگرچه در این کشور تبلیغات روزافزون جای زیادی را در روزنامه‌ها اشغال می‌کند، این آمار جای ممتازی را در مورد خواندن روزنامه و مجله (و نه کتاب) به امریکاییها می‌دهد.

البته تمام مطالب خواندنی واقعاً خوانده نمی‌شوند. با توجه به مقدار کاغذی که در بالا بدان اشاره شد، با حذف بی‌سوادان و کودکان و با توجه به اینکه یک مطلب خواندنی به کار سه یا چهار خواننده می‌آید، باید پذیرفت که یک نفر فرانسوی به طور متوسط ۴۰۰۰۰ کلمه در روز چیز می‌خواند (یعنی معادل با یک برابر و نیم حجم کتاب حاضر) و یک نفر انگلیسی سه برابر فرد فرانسوی!

افزون بر این باید کتابها و نشریات فروش نرفته و صادر شده را هم به حساب آورد. این دو عامل، میزان مطالعهٔ کتاب را پایین می‌آورند. در واقع دوره‌ای بودن روزنامه‌ها و عمر کوتاه آنها انطباق تیراژ را با میزان فروش، ممکن و ضروری می‌سازد چرا که در غیر این صورت آنها به سرعت «بنجل» می‌شوند. از سوی دیگر بیشتر کتاب است که صادر می‌شود. در مورد فرانسه با توجه به صادرات کتاب که به‌ویژه به کشورهای فرانسوی زبان افریقا زیاد است، می‌توان گفت که بین ۱۲ تا ۱۵ درصد از تولید ملی به دست فرانسویان نمی‌رسد.

بنابراین کتاب بخشی ناچیز از مطالعات ممکن و بخشی کوچک‌تر از مطالعات انجام شده را تشکیل می‌دهد. ولی اگر مفهوم ادبیات را به میان آوریم، خواهیم دید که وضع عوض می‌شود. مسلم است که ما ادبیات را با هیچ معیار کیفی تعریف

نمی‌کنیم. معیار ما همان چیزی است که گرایش به امور غیرمادی می‌نامیم. هر اثری که وسیله نباشد بلکه هدفی در خود باشد، ادبیات محسوب می‌شود. تمام مطالعات غیر کارکردی، یعنی مطالعاتی که پاسخگوی نیاز فرهنگیِ غیرمادی و پولی هستند، ادبیات به حساب می‌آیند.

در بین مطالعات تحقق‌یافته، اکثر آنها کارکردی هستند، به‌ویژه در مورد مطبوعات که خواننده بیشتر در پی اطلاعات و اسناد است. در مورد کتاب نیز تمام مطالعات به ادبیات مربوط نمی‌شود.

ادبیات یکی از ده مقولهٔ بزرگ طبقه‌بندی اعشاری است که ملویل دیویی در ۸۰ سال پیش ابداع کرد و اغلب کشورها نیز در آمارهای خود آن را پذیرفته‌اند و به کار می‌گیرند.

۰ـ کلیات
۱ـ فلسفه
۲ـ دین
۳ـ علوم اجتماعی
۴ـ واژه‌شناسی
۵ـ علوم محض
۶ـ علوم کاربردی
۷ـ هنر و سرگرمی
۸ـ ادبیات
۹ـ تاریخ و جغرافیا

متأسفانه این مقوله‌ها بسیار نادقیق‌اند. فرانسه به‌ویژه تا سال ۱۹۶۳ مقولهٔ ۴ (واژه‌شناسی) را نادیده می‌گرفت و آن را تحت عنوان زبان‌شناسی در مقولهٔ ۸ (ادبیات) جای می‌داد. کشورهای اندکی هستند که هنوز طبقه‌بندی مفصل‌تر و دقیق‌تر پیشنهادی یونسکو در ۱۹۶۴ را به کار می‌برند.

به همین دلیل آمارهای رسمی ممکن نیست جز اطلاعاتی مبهم و اغلب نادرست ارائه دهند. اگر طبقه‌بندی اعشاری و آمارگیری بر مبنای عنوان کتاب را مبنا قرار دهیم، «ادبیات» ۲۴ تا ۲۵ درصد از تولید کتاب فرانسه را تشکیل می‌دهد. این رقم در آلمان کمی پایین‌تر و در انگلستان اندکی بالاتر است و گرایش بدان دارد که در کشورهای بزرگ تولیدکننده در حدود ۲۳ درصد ثابت بماند. در کشورهای تازه استقلال‌یافته که ضرورتهای تکنیکی بر همه چیز برتری دارند و مجامع نویسندگان بومی هنوز گسترش نیافته‌اند، این رقم ممکن است به زیر ۱۰ درصد برسد.

از سوی دیگر مطبوعات ـ و به‌ویژه مطبوعات هفتگی یا ماهیانه ـ بخشی متغیر

اما غالباً بسیار زیاد از مطالعات غیر کارکردی را که خصلت ادبی دارند، دربر می‌گیرند: رمانهای پاورقی، داستانها، قصه‌ها، مقالات، یادداشتها و غیره. بخشی از این مواد در چاپ کتابها دوباره به مصرف می‌رسد اما حجم تولید ادبی ادواری قابل ملاحظه است و گاهی با حجم کتابها برابری می‌کند: صرف‌نظر از *دایجست‌ها*، متنهای چاپ شده در مجله‌هایی از نوع *Saturday Evening Post* نیاز ادبی میلیونها نفر را در ایالات متحده، پیش از انقلاب *کتاب* جیبی براورده کرده‌اند. بنابراین برای به دست آوردن نظری روشن دربارهٔ روابط میان مطالعه و ادبیات نمی‌توان به طبقه‌بندیهای صوری یا مواد و مصالح منظم متکی بود. بیشتر ماهیت مبادله بین مؤلف و خواننده است که به ما امکان می‌دهد ادبیات را از غیر ادبیات جدا کنیم. هم در مطبوعات و هم در کتابها متون بسیاری وجود دارد که با نیت کارکردی نوشته شده‌اند ولی اغلب از آنها استفادهٔ غیر کارکردی و ادبی به عمل می‌آید: مثل گزارشها و نقدهای کتاب. به علاوه به آسانی می‌توان تعدادی از کتابهای فنی، علمی یا فلسفی را نام برد که مؤلفانشان آنها را آشکارا آثار ادبی راستین خوانده‌اند و خوانندگان نیز این امر را پذیرفته‌اند. هر نوشته‌ای که امکان گریز از مشکلات، خیال‌پردازی و یا تفکر و تأمل و پرورش فرهنگی بی‌هزینه را فراهم آورد، ممکن است ادبیات تلقی شود: ژ.ک. چسترتون حتی نشان داده است که از دفترچهٔ راهنمای راه‌آهن نیز استفادهٔ ادبی می‌شود[۱]!

در مقابل، گاهی از اثر ادبی استفاده‌های غیرادبی می‌شود: مصرف ادبیات با مطالعهٔ ادبی تفاوت دارد. می‌توان کتابی خرید بی‌آنکه قصد خواندن آن در کار باشد، همان‌طور که می‌توان کتابی خواند بی‌آنکه قصد لذت زیباشناختی و یا بهره‌وری فرهنگی در کار باشد.

می‌بینیم که درک پدیدهٔ ادبی ـ صرف‌نظر از شیوهٔ پرداختن به آن ـ مسائل روان‌شناسی فردی و جمعی را مطرح می‌سازد. یک تعریف دقیق از ادبیات مستلزم آن است که بین نیات خواننده و نویسنده همسویی وجود داشته باشد. تعریف وسیع‌تر

۱. در فصل اول کتابِ *The Man who was Thursday*.

دست‌کم هماهنگی نیات دو طرف را می‌طلبد. چنانچه ما این الزامات را از نظر دور بداریم، دیگر نخواهیم توانست در مطالعه چیزی دیگر جز مصرف مکانیکی یک مادهٔ چاپ شده را ببینیم و برای ما غیرممکن خواهد بود که در کتاب چیزی دیگر جز یکی از اشکال این ماده را ببینیم که بی‌شک مهم‌ترین شکل آن هم نخواهد بود.

۲. راههای دستیابی به پدیدهٔ ادبی

بدیهی‌ترین روش برای فهم یک پدیدهٔ در عین حال روانی و جمعی طرح پرسش از تعداد کافی از اشخاصی است که به دقت انتخاب شده باشند. این روش پرسشنامه‌ای همان روشی است که دکتر کینسی برای مطالعهٔ رفتار جنسی هم‌میهنان خود به کار گرفت. اگر او می‌خواست رفتار فرهنگی آنان را نیز با همین روش مطالعه کند، بی‌تردید با دشواریهای بسیار روبه‌رو می‌شد، زیرا به محض آنکه از کسی در مورد مطالعاتش پرسش کنید، امکان دریافت پاسخی که هم روشن باشد و هم صادقانه بی‌نهایت کم خواهد بود. در حالی که در میان نهادن ویژگیهای جنسی با پرسشگر ممکن است به نوعی خودنمایی نهفته میدان دهد، ابراز سلیقه‌های ادبی (یا ضد ادبی) که موجب تغییر و چه‌بسا تنزل جایگاه طبقاتی انسان در محیط اجتماعی می‌شود ـ اعم از اینکه این سلیقه‌ها بسیار خام و مبتذل یا بسیار پرورده و متعالی باشند ـ جز رنج و زحمت در پی ندارد: اغلب اشخاص به دشواری بسیار می‌توانند حتی پیش خود نیز از سلیقه‌های ادبی‌شان سخن بگویند.

> کافی است که نتایج مشاهدهٔ مستقیم و منظم رفتار فرهنگی یک شخص را با گفته‌های او ـ حتی اگر صمیمانه بر زبان آورده شده باشد ـ مقایسه کنیم تا دریابیم که استفادهٔ علمی از اطلاعاتی که اشخاص دربارهٔ خودشان به ما می‌دهند تا چه حد دشوار است. کسی که کتابهای استاندال و آندره مالرو را به عنوان مطالعهٔ روزمرهٔ خود ذکر می‌کند و در ضمن می‌گوید که گهگاه برای رفع خستگی یکی دو رمان پلیسی هم می‌خواند اصلاً به ما نمی‌گوید وقتی را که برای مطالعهٔ آثار پلیسی صرف می‌کند در واقع چندین برابر زمانی است که به مطالعهٔ «کتابهای بالینی» خود اختصاص می‌دهد. اگر کسی بگوید روزنامه می‌خواند، دقایقی را که به مرور کارتن اختصاص می‌دهد به حساب

نمی‌آورد در حالی که مجموع این دقیقه‌ها روی هم رفته زمانی قابل ملاحظه است. علاوه بر این مطالعاتی که در اتاقهای انتظار یا در کتابخانهٔ کوچک کودکانمان صورت می‌گیرند، به حساب نمی‌آیند: کدام پژوهشگر هرگز خواهد توانست با پرسشنامه سهم عظیم کتابهایی مانند *کدو قلقله‌زن* یا مجموعه‌های *تن‌تن* را در مجموع مطالعات یک فرانسوی بالغ و باسواد تعیین کند؟

اما ارزیابی مطالعات اشخاص بر اساس اسناد و مدارک تاریخی تا حدی آسان‌تر است. شرم و حیای اسناد کمتر از گفته‌های مستقیم افراد است. مجموعه‌ای از اطلاعات مبتنی بر خاطرات، مکاتبات، متن گفت‌وگوها، اشارات و فهرستهای کتابخانه‌های خصوصی امکان دستیابی نسبتاً دقیق به مجموع مطالعات یک شخص معین را فراهم می‌آورد ـ البته به شرطی که او به یک محیط اجتماعی نسبتاً «ممتاز» تعلق داشته باشد. در واقع تقریباً هیچ وسیله‌ای در دست نیست تا اهمیت مطالب بی‌شماری را در رفتار فرهنگی توده‌ها ارزیابی کنیم که از هنگام پیدایش چاپ به دست بساطیها و دست‌فروشها توزیع شده‌اند. شارل نیزار محتوای این مطالب را در قرن نوزدهم در کتاب خود به نام *تاریخ کتابهای مردمی یا ادبیات بساطی* بررسی کرده است[۱].

در اینجا زمینه‌ای بسیار وسیع برای پژوهش وجود دارد که مورخ ادبی نمی‌تواند آن را نادیده بگیرد، همان عرصه‌ای که گاهی «خرده‌ادبیات»، گاهی «زیر ـ ادبیات» و گاهی «ادبیات حاشیه‌ای» نامیده می‌شود[۲]. بین این منطقه که تا چندی پیش در

---

۱. علاوه بر این به آثار زیر مراجعه شود:
P. Brochon, *Le Livre de colportage en France depuis le xvi^e siècle* (Paris, 1954) J. P. Seguin, *Nouvelles à sensations et canards du xix^e siècle* (Paris, 1959).

۲. *ادبیات و خرده‌ادبیات* عنوان شمارهٔ دهم *بولتن سمینار ادبیات عمومی* شهر بوردو (۶۳ـ۶۲ـ۱۹۶۱) است آ. تریو (A. Thérive) اصطلاح «زیر ـ ادبیات» را در یکی از کتابهای خود به کار برده است: La foire littéraire (Paris, 1963). سرانجام جلد سوم تاریخ ادبیات *دانشنامهٔ پلئیاد* چندین فصل را به «ادبیات حاشیه‌ای» (ادبیات بساطی، رمانهای عامیانه و غیره) اختصاص داده است. ششمین کنگرهٔ انجمن فرانسوی ادبیات تطبیقی (شهر رن، ۱۹۶۳) به‌ویژه به بررسی این مسئله پرداخته است. در همین کنگره ما نیز مقاله‌ای را با عنوان *آیا در ادبیات درجه وجود دارد؟* قرائت کرده‌ایم.

کتابهای تاریخ ادبیات به دست فراموشی سپرده شده بود و عرصهٔ آثار «والا»، در سطح درون‌مایه‌ها، اندیشه‌ها و صورتها، مبادله‌ای مدام در کار است. حتی گاهی پیش می‌آید که اثری از یک بخش به بخش دیگر گذر می‌کند. در واقع همان گونه که بعداً خواهیم دید تعلق به دنیای ادبیات یا خرده ـ ادبیات نه با خصوصیات انتزاعی نویسنده، اثر یا خواننده بلکه با نوعی مبادله معین می‌شود[1]. به همین سبب است که فاصلهٔ میان آنچه خوانده می‌شود و آنچه باید خوانده شود ـ فاصله‌ای که بارها در طی قرنها مشاهده شده است ـ همیشه برای ردهٔ باسوادها مایهٔ شرم و رسوایی بوده است، برای همان رده‌ای که باید در برابر مورخ گواهی بدهد و جامعه‌شناس نیز خود به آن تعلق دارد.

حال اگر اظهارات خوانندگان را کنار بگذاریم و از نویسندگان پرسش کنیم، چه‌بسا باز هم بیشتر سرخورده شویم. چرا که عمل آفرینش ادبی عملی شخصی و آزاد است و نوعی فاصله‌گیری از مقتضیات اجتماعی را الزام‌آور می‌سازد. به عبارت دیگر اگر نویسنده مجبور باشد که در مقام انسان و در مقام هنرمند، زبان حال خوانندگان خود بشود و با آنان احساس همدردی و همراهی کند این خطر وجود دارد که به توقعاتی که از او دارند بیش از حد توجه کند. عمل آفرینش ادبی را با حرکت غریقی که بطری حاوی پیام خود را به دریا پرتاب می‌کند، مقایسه کرده‌اند: ولی این مقایسه تا آنجا درست است که غریق، فرد ناجی را که برایش پیام می‌فرستد، ناجی خود بداند ولی نداند که جریان آب پیام او را به سوی کدام ساحل ناشناخته خواهد برد.

گواهی واسطه‌های کتاب ممکن است از ارزشی بیشتر برخوردار باشد زیرا که ناشران، کتاب‌فروشان و کتاب‌داران نبض مکانیسم مبادلات را در دست دارند. متأسفانه برای دو گروه اول، رازداری حرفه‌ای عاملی بسیار مؤثر برای پنهانکاری است و تازه اگر ناشران و کتاب‌فروشان حاضر می‌شدند اطلاعات لازم را در اختیار ما بگذارند اغلب از عهدهٔ این کار برنمی‌آمدند زیرا که ابزارهای مادی لازم برای

۱. رجوع شود به فصلهای ششم و هشتم همین کتاب.

شناخت اهمیت دقیق نقش خود را در اختیار نداشتند. برای بیشتر آنان دفتر کار یا مغازه در حکم مقرهای فرماندهی محصوری است که از آنجا چشم‌بسته بر نویسندگان و خوانندگان تأثیر می‌گذارند آن هم تأثیری واقعی و تعیین‌کننده!

وضعیت کتاب‌داران تا حدی متفاوت است چرا که آنان معمولاً می‌توانند دربارهٔ رفتار خوانندگان کتابخانه‌هایشان مستقیماً نظر بدهند. عیب کار در این است که نظر آنان فقط بخشی نسبتاً محدود و خاص از خوانندگان یعنی مراجعان به کتابخانه‌ها را دربر می‌گیرد. با وجود این نباید از این امکان هر چند کوچک غافل ماند چون تنها دری است که رسوخ بی‌مانع به واقعیت مصرف ادبی را ممکن می‌سازد. بررسی وضعیت کتابخانه کارخانه‌ها نیز یگانه راه جدی برای تحلیل مسئله مطالعه در محیطهای کارگری است.

پس می‌توان نتیجه گرفت که باید از طریق بررسی منظم داده‌های عینی و به دور از پیش‌داوری پدیدهٔ ادبی را شناخت.

در میان داده‌های عینی، نخستین داده‌هایی که مورد استفاده قرار می‌گیرند داده‌های آماری هستند.

آمار در زمینهٔ صنعت و تجارت کتاب، هر قدر هم کمیاب و ناقص باشد، می‌تواند همراه با دیگر داده‌ها اطلاعاتی مفید و قابل استفاده به دست دهد. آمار کتاب‌شناختی که به‌ویژه بر اساس نسخه‌های اجباریِ ارسال شده به کتابخانه ملی ارائه می‌شود، از سال ۱۹۶۰ تاکنون همواره رو به رشد بوده است، اما به دست آوردن اطلاعات مطمئن از مدیران بنگاههای انتشاراتی در مورد تیراژ و فروش کتابها دشوار است. با وجود این کاربرد پرسشنامه‌های تحقیقاتی افزایش یافته و با اینکه تمام آنها از ارزشی یکسان برخوردار نیستند اما وضع بازار کتاب را تا حدی روشن می‌کنند. در مورد مطالعه، کتاب‌داران بیش از پیش قادرند اطلاعاتی دقیق در مورد مراجعان کتابخانه‌ها ارائه کنند. استفاده از کامپیوتر در کتابخانه‌ها نیز به‌ویژه به ما امکان داده تا از پدیدهٔ مطالعه در محیطهای اجتماعی متفاوت آگاهی بیشتر به دست آوریم.

تا آنجا که میسر باشد می‌توان از آمارهای تاریخی بر مبنای فهرست آثار یا نویسندگان برای روشن کردن تحولات متفاوت استفاده کرد. در صفحات بعد کاربرد یک نمونه‌گیری از ۹۳۷ نویسندهٔ فرانسوی که بین سالهای ۱۴۹۰ و ۱۹۰۰

متولد شده‌اند آمده است[۱].

داده‌های آماری امکان مشخص ساختن وجوه عمدهٔ پدیده ادبی را فراهم می‌آورند. پس باید این وجوه را به یاری نوع دیگری از داده‌های عینی تفسیر کرد که حاصل بررسی ساختارهای اجتماعی هستند، همان ساختارهایی که پدیدهٔ ادبی و عوامل فنی مشروط‌کنندهٔ آن را دربر می‌گیرند. این وسایل فنی عبارت‌اند از: نظامهای سیاسی، نهادهای فرهنگی، طبقات، اقشار و گروههای اجتماعی، مشاغل، سازماندهی اوقات فراغت، میزان بی‌سوادی، پایگاه اقتصادی و قانونی نویسنده، کتاب‌فروشی و ناشر، مسائل زبان‌شناختی، تاریخ کتاب و غیره.

و سرانجام می‌توان بر اساس روشهای ادبیات عمومی یا ادبیات تطبیقی به بررسی موارد معین یاری رساند: امکان فروش یک اثر، سیر تحول یک سبک یا نوع ادبی، پرداخت یک درون‌مایه، تاریخچهٔ یک اسطوره، تعریف یک محیط و غیره. در این صورت داده‌های ذهنی ارزش واقعی خود را پیدا می‌کنند و پژوهشگر به یاری پرسشنامه، مصاحبه‌ها، اظهارات شفاهی یا کتبی و با استفاده از اطلاعاتی که «تاریخچه‌های موارد مشابه» در اختیار وی می‌گذارند می‌تواند به پدیده‌هایی که خود به صورت عینی مشاهده می‌کند، تمام معنای آنها را بدهد.

اما به‌ویژه علوم مربوط به اطلاعات و ارتباطات هستند که از سالهای ۷۰، امکان تدوین و بیان فرضیه‌های پژوهش تجربی را فراهم آورده‌اند. هم‌اکنون اگر نه یک علم کاملاً قوام‌یافته، دست‌کم عرصه‌ای علمی وجود دارد که *کتاب‌شناسی* نام گرفته است. به‌ویژه می‌توان از دستاوردهای مهم مجلهٔ *Schéma* و *Schématisation* زیر نظر پروفسور روبر استیوال نام برد.

بالاخره باید اضافه کرد که از سالهای ۷۰ نیز گروههای تحقیقی توجهی خاص به کتاب، مطالعه و ادبیات کودکان و جوانان ابراز داشته‌اند. به‌ویژه در بوردو یک گروه تحقیقاتی در «مرکز جامعه‌شناسی پدیده‌های ادبی» کار در این زمینه را زیر نظر دنیز اسکارپیت آغاز کرده است.

---

۱. کلیه پژوهشهای آماری که در این کتاب از آنها استفاده شده با کمک بخش «خدمات فنی مؤسسه ملی آمار بوردو» استخراج شده است.

بخش دوم

تولید

فصل سوم: نویسنده در بستر زمان

فصل چهارم: نویسنده در جامعه

فصل سوم

نویسنده در بستر زمان

۱. سیمایی از آنان‌که جاودانه می‌شوند ...

تولید ادبی کار جمعیت نویسندگانی است که در طول قرنها دستخوش نوساناتی مشابه نوسانات تمام دیگر گروههای جمعیتی بوده است: پیری و جوانی، افزایش و کاهش جمعیت و مانند آنها.

برای آنکه از این جمعیت ادبی تعریف و یا حداقل نمونه‌های معناداری به دست آید می‌توان دو راه را که هر دو افراطی هستند در پیش گرفت. نخست صورت‌برداری از نام کلیهٔ مؤلفان کتابهایی که به طریق چاپی یا هر طریق دیگری، در کشور و در دورهٔ معینی، منتشر شده‌اند. دوم اکتفا کردن به فهرستی دقیق، مانند فهرست اسامی یک کتاب تاریخ ادبیات مشهور.

در واقع، هیچ یک از این دو راه منظور ما را برنخواهد آورد. اولی بر اساس تعریفی مکانیکی از نویسنده به عنوان کسی که کتابی به رشته تحریر درآورده، شکل می‌گیرد، در حالی که دیدیم این نوع تعریف مکانیکی از کتاب پذیرفتنی نیست زیرا همسویی و هماهنگی لازم در نیت خواننده و نویسنده را نادیده می‌گیرد. نویسنده تنها به مفهوم «تولیدکنندهٔ واژه‌ها» نیز خالی از معنای ادبی است. هنگامی نویسنده معنای ادبی پیدا می‌کند و نویسنده شناخته می‌شود که پس از انتشار آثارش ناظری کارآزموده بتواند در سطح عام وی را نویسنده معرفی کند. کسی نویسنده نیست مگر در پیوند با کسی دیگر، در چشم یکی دیگر.

پس راه دوم که همان فهرست اسامی است اگر با بینش انتقادی تهیه شده باشد صحیح‌تر به نظر می‌رسد. اما کافی است که ما یکی از این فهرستها را از کتاب تاریخ ادبیاتی بیرون بکشیم تا متوجه شویم که با توجه به رشد جمعیت ادبی، هر چه به تاریخ نگارش این کتاب نزدیک‌تر می‌شویم، تعداد نویسندگانی که نام آنان ثبت گردیده فزونی می‌گیرد. این افزایش در ابتدا بسیار کند است به حدی که عملاً می‌توان آن را نادیده گرفت اما هنگامی که به دورهٔ نویسندگانی می‌رسیم که تا حدی نزدیک به زمان حیات مؤلف کتاب تاریخ ادبیات بوده‌اند، یعنی در ابتدای کار تحقیقی وی هنوز می‌زیسته‌اند وضع عوض می‌شود: به عنوان مثال در تاریخ ادبیات لانسن تعداد نویسندگان با ظهور اولین رمانتیکها رو به تزاید می‌گذارد. از این تاریخ، ملاک انتخاب به‌تدریج فراموش می‌شود. حال اگر مؤلف کتاب بی‌احتیاطی نشان بدهد و تا دورهٔ کاملاً معاصر پیش بیاید، یعنی از نویسندگان زنده و به‌ویژه از آنانی که هنوز در موقع تنظیم کتاب دست به قلم بوده‌اند نام ببرد (مثلاً سمبولیستها برای لانسن) تعداد باز هم بالاتر می‌رود. در این صورت یا واپسین صفحات کتاب به همان فهرستی شباهت پیدا می‌کند که به صورت مکانیکی تهیه شده است و ما به هر قیمت می‌خواهیم از آن اجتناب کنیم، یا انتخابی که مؤلف کاملاً به سلیقه خود می‌کند به هیچ وجه با انتخاب تاریخ‌نویس دیگری در یکی دو نسل بعد شباهت نخواهد داشت.

این بدان معناست که تصویر جمعیت نویسندگانِ واقعاً ادبی جز با گذشت زمان نقش نمی‌بندد. اوریپید می‌گفت که انسان را جز بعد از مرگ نمی‌توان خوشبخت نامید: به این ترتیب، نویسنده هم فقط بعد از مرگ به عضویت جامعه ادبی درمی‌آید.

آنچه که «مرور زمان» به جمعیت نویسندگان تحمیل می‌کند هم جنبهٔ کمی دارد و هم جنبهٔ کیفی.

از نظر کمی، انتخاب قطعی و جدی‌ترین انتخابها همانا انتخاب نویسندگانی است که یک نسل از دورهٔ زندگی آنها گذشته باشد، زیرا هر نویسنده‌ای تا ده، بیست یا سی سال بعد از مرگ با آستان فراموشی روبه‌رو می‌شود. اگر از این آستان دهشتناک به سلامت بگذرد به جامعه ادبی می‌پیوندد و بقایی تقریباً جاودانه کسب می‌کند ـ دست‌کم برای مدتی که خاطره جمعی تمدنی که در دل آن زاده گشته است، دوام آورد. مقاومت

نویسندگانی در برابر این «فرسایش تاریخی» یکسان نیست. بخشهایی از آنان فرسایش‌پذیرند و کمتر کسی از میان آنان زوال نمی‌پذیرد (به عنوان مثال نویسندگان ابتدای قرن هجدهم در فرانسه) بخشهای مقاومی هم وجود دارند که در برابر آزمایش زوال پایدارترند (مثل نویسندگان نیمه دوم قرن هفدهم در فرانسه).

انتخابهای دیگری در مراحل بعدی انجام می‌گیرد. «نظامهای بازیابی» تعجب‌آوری نیز پیدا می‌شوند که نویسنده‌ای را که از سالها پیش به دست فراموشی یا بی‌اعتنایی سپرده شده «به خدمت می‌گیرند». اما این فراموشی اغلب فراموشی کامل نبوده است و بیشتر باید از نگرش مجدد به زندگی ادبی نویسنده صحبت کرد تا کشف دوبارهٔ او. رونق مجدد آثار شکسپیر در انگلستان قرن هجدهم چنین سرنوشتی داشت. مختصات عام جمعیت نویسنده با این گونه تغییرات به‌ویژه کیفی به هم نخواهد ریخت.

در واقع این نگرشها و رده‌بندیهای مجدد در درون جماعتی که پیش‌تر تعریفی معین از آن ارائه شده سرشتی تفسیری دارند و غالباً به این دلیل انجام می‌گیرند که مقاصد اصلی نویسنده دیگر درک‌ناپذیر شده‌اند و نیات فرضی تازه‌ای به او نسبت داده می‌شود که با نیازهای خوانندگان جدید مطابقت بیشتری دارند. این سازوکار را، در صفحات بعد «خیانت خلاق» نام نهاده‌ایم.

تأثیر کیفی مرور زمان را روان‌شناس امریکایی هاروی ث. له‌مان با روشی بسیار هوشمندانه روشن کرده است[1]. له‌مان با مشورت «شورای ملی معلمان انگلیس» فهرستی از کتابهای «تراز اول» را تهیه کرد. این فهرست حاوی ۳۳۷ اثر از ۲۰۳ نویسنده که در موقع تحقیق فوت کرده بودند و ۳۹۶ اثر از ۲۸۵ نویسندهٔ زنده بود. ابتدا له‌مان در پی این بود که بداند هر نویسنده‌ای در چه سنی آثاری را که در فهرست او بودند نوشته است. آنگاه آثار نویسندگان مرده و زنده را از هم جدا و بر حسب گروههای سنی تقسیم کرد: فلان تعداد اثر در سن ۲۰ تا ۲۵ سالگی نوشته شده‌اند و فلان تعداد در ۲۵ تا ۳۰ سالگی و به همین ترتیب تا به آخر. سپس منحنیهای آنها را ترسیم کرد. تفاوت بین منحنی آثار نویسندگان مرده و زنده بسیار چشمگیر است. منحنی آثار نویسندگان دسته اول خیلی زود در گروه سنی ۳۵ تا ۴۰ سالگی به نقطهٔ اوج خود می‌رسد و سپس پایین می‌آید. منحنی آثار نویسندگان زنده آهسته‌تر بالا می‌رود و نقطه اوج آن در محدودهٔ سنی ۴۰ تا ۴۵ سالگی قرار دارد اما سطح آن تا سن ۷۰ الی ۷۵ سالگی نسبتاً بالا می‌ماند. نتیجهٔ این دو منحنی کاملاً مشهود است: انتخابی که به مرور زمان صورت گرفته در

1. Harvey C. Lehman, The Creative Years: Best Books, *The Scientific Monthly*, vol. 45, Juillet 1937, pp. 65-75.

جهت حذف آثار دوران کمال و به‌ویژه پیری نویسندگان بوده و بیشتر به نفع آثار دوران جوانی آنها شکل گرفته است. سن حساس میانگین، حول و حوش ۴۰ سالگی است.

این نتیجه را نتایج حاصل از روشهای دیگر نیز تأیید می‌کنند. به هر حال می‌توان این نکته را مسلم دانست که تصویر یک نویسنده و سیمایی که در پس آن در جامعهٔ ادبی زنده خواهد ماند، همان سیمایی از وی که جاودانه می‌شود، تقریباً همانی است که در حدود ۴۰ سالگی از خود به جای گذاشته است[۱].

نمونه‌گیری در جامعهٔ ادبی باید با توجه به عوامل مختلفی انجام بگیرد و کاری صبورانه و دقیق است. هاروی ث. له‌مان در اغلب کارهای آماری خود، فهرستهایی از «بهترین کتابها»یی را که آزادُن دی‌کینسُن کتابدار با سابقهٔ دانشگاه کالیفرنیا تهیه کرده بود مورد استفاده قرار داد. روش دی‌کینسُن برای گزینش کتاب این است که پس از مقایسه فهرستهایی از انواع مختلف، با توجه به تعداد فهرستهایی که از این آثار نام برده‌اند، آنها را به درجه ۱ و ۲ و ... تقسیم می‌کند. له‌مان آثار مربوط به درجهٔ ۸ را مورد بررسی و استفاده قرار داده است.

ما نیز برای نمونه‌گیری از ۹۳۷ نویسندهٔ فرانسوی که بین سالهای ۱۴۹۰ و ۱۹۰۰ زاده شده‌اند، روشی مشابه را البته به نحوی بسیار محدودتر و نامنظم‌تر به کار بستیم. ناگفته نماند که همین نمونه‌گیری مبنای بیشتر ملاحظاتی است که در پی می‌آید.

هدف ما این است که مبنای جامعه‌شناختیِ هر چه گسترده‌تری را برای این نمونه‌گیری فراهم آوریم. بنابراین درست نیست که ما بیاییم و همان‌گونه که در صفحات پیشین خاطرنشان ساختیم فهرست اسامی یک کتاب تاریخ ادبیات را ـ حتی اگر منحصر به نویسندگان از دست رفته باشد ـ مورد استفاده قرار دهیم، زیرا با این کار جز به نویسندگانی که از نوع نویسندگان ویژه «فرهیختگان» هستند دست نخواهیم یافت. در واقع، پدیده‌های ادبی در جامعه‌ای معیّن، در شبکه‌های بسته نظم پیدا می‌کنند و اغلب این شبکه‌ها با هم ارتباط ندارند. جماعتی از نویسندگان هستند که به نیاز خوانندگان «فرهیخته» پاسخ می‌دهند: همان نویسندگانی که ما آنان را بهتر می‌شناسیم و نامشان در فهرست اسامی کتابهای تاریخ ادبیات دیده می‌شود اما بعداً خواهیم دید که این

---

۱. این اشاره‌ای صرفاً آماری است و موارد استثنایی فراوان وجود دارد. ما معنای درست عامل سن را در مقاله‌ای در *بولتن کتابخانه‌های فرانسه* (ماه مه ۱۹۶۰ / خرداد ماه ۱۳۳۹)، تحت عنوان «عامل سن در بازدهی ادبی» بررسی کرده‌ایم.

نویسندگان جز بخشی از جامعهٔ واقعی نویسندگان را تشکیل نمی‌دهند. در هیچ تاریخ ادبیاتی از موریس لوبلان پدر آرسن لوپن که به شبکهٔ «عامه» تعلق دارد و بئاتریکس پوتر شاعرهٔ نی‌نی کوچولوها که به شبکهٔ «ادبیات کودکان» مربوط می‌شود، نامی برده نشده است، در حالی که این قبیل آثار، خوانندگان بی‌شماری داشته یا هنوز هم دارند و در اصل، پدیده‌های ادبی مسلمی محسوب می‌شوند.

پس بهتر آن است که نه فهرست اسامی کتابهای تاریخ ادبیات بلکه فهرستهایی را مبنای کار خود قرار دهیم که سرشت دائرةالمعارفی داشته باشند (*Petit Larousse*, *Dictionary of National Biography* و غیره ...) و آنها را با فهرستهای تخصصی که از جاهای مختلف تهیه می‌شوند (*فرهنگ آثار*، فهرستهای آثار تجدید چاپی و ترجمه‌ها، کتاب‌شناسی، فهرستهای مجلات رایج و غیره) مقایسه کنیم. به این ترتیب نمونه‌هایی به دست می‌آید که معنای جامعه‌شناختی واقعی خواهند داشت.

هر نمونه‌گیری، در جزئیات خود نقایصی دارد، لکن تجربه نشان می‌دهد که اگر احتیاطات لازم به عمل بیاید، می‌توان با این روش تقسیم‌بندی کلی‌ای به دست آورد که با تغییر عناصر گزینش یا به کار بردن ضابطه‌های دقیق‌تر حالت کلی آن به هم نخورد.

۲. نسلها و گروهها

نخستین پدیده‌ای که این نمونه‌گیری امکان بررسی آن را فراهم می‌سازد، پدیدهٔ نسل است. نسل بنا به تعریف آلبر تیبوده یا هانری پیِر پدیده‌ای است روشن و بدیهی: در هر ادبیات تاریخ تولد نویسندگان را دربرخی «برهه‌های زمانی» دسته‌بندی می‌کنند. در کتاب هانری پیر فهرست کاملی از این نسلها یافت می‌شود که در مورد چندین ادبیات اروپایی معتبر است[1].

به عنوان مثال، نسل بزرگ رمانتیکها را در فرانسه، در حدود سال ۱۸۰۰ ذکر می‌کنیم که بعد از نسل نسبتاً فقیری، شاهد تولد اگوستن تی‌یری، وینیی، میشله، اگوست کنت، بالزاک، هوگو، لاکوردر، مریمه، دوما، کینه، سنت‌بوو، ژرژ ساند، اوژن‌سو، بلانکی و اوژنی دوگرن، در بین سالهای ۱۷۹۵ و ۱۸۰۵ است. نسلهای بزرگ دیگر، نسل سال ۱۵۸۵ در اسپانیا، نسل سالهای ۱۶۰۰ تا ۱۶۱۰ در فرانسه و نسل سالهای ۱۶۷۵ تا ۱۶۸۵ در انگلستان هستند.

1. H. Peyre, Les générations littéraires, *Tableau récapitulatif des générations*, pp. 214-217.

با این همه مفهوم نسل نمی‌تواند بدون در نظر گرفتن نکاتی به کار گرفته شود.

نخستین دامی که از آن باید دوری گزید همان «وسوسهٔ دوره‌ای» بودن است. در واقع این تصور که گروههای نویسنده از نظر زمانی با فاصله‌های منظم، پشت سر هم می‌آیند، بسیار فریبنده است. وقتی هانری پیر از «آهنگ تناوبی نسلها» سخن می‌گوید، به مکانیسم بی‌نهایت پیچیده‌ای اشاره دارد که ما در صفحات آینده به تحلیل آن خواهیم پرداخت، اما این مورخ ادعا نکرده که این آهنگ منظم است. گی میشو جرأت بیشتری (یا احتیاط کمتری) به خرج داده و می‌گوید در ظهور پیاپی نسلها آهنگی وجود دارد که مارپیچی و حتی پروانه‌ای است و زمان آن با عمر متوسط انسانی که تقریباً ۷۰ سال است مطابقت می‌کند[1]. به‌رغم همهٔ کشش چنین فرضیه‌ای و با وجود میل شدیدی که ما به اثبات آن داشتیم هرگز به سهم خود نتوانستیم به آهنگ منظمی دست بیابیم که در ظهور پشت سر هم نسلها به‌راستی بی‌چون و چرا باشد. با وجود این، برای رعایت عدالت باید اذعان کنیم که برخی پدیده‌های ادبی، وقتی دوباره ظاهر می‌شوند، از دوره‌ای به دورهٔ دیگر دستخوش تغییراتی می‌گردند که ظاهراً واحد هفتاد سال در آنها نقش دارد.

مثلاً «عمر» یک نوع ادبی مانند تراژدی الیزابتی، تراژدی کلاسیک، رمان رئالیست انگلیسی قرن ۱۸، جنبشهای رمانتیکی ـ معمولاً سی یا سی و پنج سال یعنی نیمی از عمر انسان است. تجربه‌ای که ما متأسفانه نخواهیم توانست نمودار آن را در اینجا عرضه کنیم ظاهراً این نتیجه را تأیید می‌کند. این نمودار شامل منحنیهایی است که در نمونه‌گیری ما به ترتیب تعداد رمان‌نویسها، شعرا، نمایشنامه‌نویسان و نثرنویسان مختلف نسبت به کل جامعهٔ ادبی (نویسندگانی که در چند موضوع قلم می‌زنند چند بار حساب شده‌اند) را نشان می‌دهد، در این منحنیها به وضوح آشکار می‌گردد که برحسب اینکه فلان نوع ادبی بر انواع دیگر برتری می‌یابد یا ناپدید می‌گردد، این نامها در هر هفتاد سال یک بار

1. G. Michaud, *Introduction à une science de la littérature*, pp. 252-256 et p. 258.
به طرح صفحهٔ ۲۵۹ که جنبشهای ادبی را با تناوب منظم نسلها نشان می‌دهد دقت شود. برای میشو عمر ۷۲ ساله انسانی به ۴ نیم نسل ۱۸ ساله تقسیم می‌شود که دو نیمهٔ آن شب (بی‌حرکتی و خواب) و دو نیمهٔ دیگر روز (فعالیت و بیداری) است.

به‌کلی و در هر ۳۵ سال یک بار تا حدی عوض می‌شوند. ولی باید دانست که برقرار کردن کمترین رابطه بین این آهنگِ به ظاهر منظم و آهنگ نسلهای نویسندگان کار دشواری است.

نکته دوم اینکه نسلهای ادبی با نسلهای سنی تفاوت دارند زیرا که نسلهای ادبی گروههایی را تشکیل می‌دهند که از نظر شمارش معلوم‌اند و به برهه‌های زمانی تعلق دارند. برعکس، در بین جمعیت کل یک کشور، توزیع گروههای سنی خیلی کُند و آن هم به طور نسبتاً محدودی تغییر می‌پذیرد. هرم سنی جمعیت کل با تعدادی عوامل جزئی خاص که جمعیت‌شناسی به تفسیر آنها می‌پردازد، از منحنی مطلوب «زنگی شکل» فاصله می‌گیرد ولی در مجموع حالت زنگی شکل خود را از دست نمی‌دهد. هرم سنی جمعیت ادبی مرتباً به طور اسف‌باری باز و بسته می‌شود و هرگز شکل مطلوب به خود نمی‌گیرد.

تصویر ۱ ادبیات فرانسه: هرم سنی ۱۸۱۰ـ۱۸۳۰

تصویر ۱ دو مثال از هرم سنی جمعیت ادبی فرانسه را با ۲۰ سال فاصله نشان می‌دهد. در سمت چپ تصویر که وضع را در سال ۱۸۱۰ ارائه می‌کند، فلاسفه بزرگ تن به خاک سپرده‌اند (چنانچه زنده بودند باید بین ۹۰ تا ۱۰۰ سال می‌داشتند) امّا در مورد

۷۰ تا ۸۰ ساله‌ها برآمدگی مربوط به نسل بومارشه و برناردن دوسن پی‌یر است که کشیش دولیل یکی از واپسین بازماندگان آن است. به دنبال این نسل و ده سالی بعد، نسل توانمندی ظهور می‌کند که دو دهه را می‌پوشاند و در مجموع از ریوارُل (۵۷ ساله) تا مادام دوستال (۴۴ ساله) و شاتو بریان (۴۲ ساله) را دربر می‌گیرد. این نسل مربوط است به دورهٔ کنوانسیون و ناپلئون، یعنی نسلی که گیوتین با بی‌رحمی به جانش افتاد و از آن، خونها ریخت. جای خالی مقتولین با نقطه‌چین نشان داده شده است. اما نویسندگان این نسل، که تعداد زیادی از آنان به میان‌سالگی رسیدند هنوز نیز بر دنیای ادبیات سلطه دارند. نسلی که بلافاصله بعد می‌آید، گویی در سایهٔ نسل قبلی زندگی می‌کند و به نظر پژمرده می‌آید. نویسندگان نامدار در این نسل به‌ندرت دیده می‌شوند و با فاصله‌های زیاد ظهور می‌کنند: نودیه (۳۰ ساله)، برانژه (۳۰ ساله)، لامُنه (۲۸ ساله)، استاندال (۲۷ ساله). در سال ۱۸۳۰ وضع به‌کلی تغییر می‌یابد: نسل بزرگ انقلاب و امپراتوری از هم پاشیده است و جا را برای استعدادهای درخشان جوان خالی می‌گذارد. لامارتین به ۴۰ سالگی رسیده وینیی و بالزاک به تازگی از مرز ۳۰ گذشته‌اند، هوگو به ۳۰ سالگی نزدیک می‌شود، موسه ۲۰ ساله است. این شکوفایی ۵ سال دیگر هم ادامه می‌یابد تا گوتیه هم پا به عرصهٔ وجود بگذارد. آنگاه صحنهٔ ادبی که دوباره اشباع شده تا پیدایش نسل فلوبر و بودلر از نو به خاموشی می‌گراید.

مطالعهٔ منظم هرمهای سنی در طول قرنهای متمادی به ما امکان می‌دهد تا به جرأت بگوییم که یک نسل نویسنده، قبل از آنکه بیشتر نویسندگان نسل قبل از مرز ۴۰ سالگی بگذرند، شکل نمی‌گیرد. همه چیز حاکی از آن است که گویی شکوفایی یک نسل امکان‌پذیر نیست مگر بر مبنای یک آستانه تعادل یعنی زمانی که فشار نویسندگان حاکم بر صحنه آن‌قدر تضعیف بشود که فشار جوان‌ترها آن را به تسلیم بکشد.

نکته سوم از نکته دوم ناشی می‌شود. وقتی ما از نسل نویسندگان سخن می‌گوییم تاریخ معنادار، تاریخ تولد آنها نیست، حتی تاریخ ۲۰ سالگی آنها هم نیست. در واقع انسان هیچ وقت نویسنده به دنیا نمی‌آید، بلکه بعدها نویسنده می‌شود، آن هم به‌ندرت در سن ۲۰ سالگی. دستیابی به موجودیت ادبی فرایند پیچیده‌ای است که دورهٔ تعیین‌کنندهٔ آن در حدود ۴۰ سالگی است، ولی اساساً تغییرپذیر است. در اینجا بیشتر منطقهٔ سنی مطرح است تا سن مشخص. به این ترتیب ریچاردسُن (متولد

۱۶۸۹) که دیر به عالم ادبیات قدم گذاشت، از نظر سنی معاصر پوپ (متولد ۱۶۸۸) بود، ولی باید او را در زمرهٔ نسل فیلدینگ (متولد ۱۷۰۷) به حساب آورد. اغلب دیده می‌شود که نسلهای جوان در میان خود یک «پیش‌کسوت» مسن‌تر از خود دارند. گوته، نودیه، کارلایل این نقش را به درجات مختلف بازی کرده‌اند.

پس مفهوم نسل که در ابتدا بسیار فریبنده می‌نماید، به هیچ وجه روشن نیست. شاید بهتر باشد واژهٔ «گروه» را که انعطاف بیشتری دارد و ارگانیک‌تر است، جایگزین آن سازیم. گروه، جمع نویسندگانی است از همه سنین (البته سن مسلطی وجود دارد) که به مناسبت بعضی وقایع «قلم به دست می‌گیرند» و صحنه ادبی را اشغال می‌کنند و آگاهانه یا ناخودآگاهانه راه را برای مدتی به روی دیگران می‌بندند و از بروز استعدادهای تازه جلوگیری می‌کنند.

حال ببینیم وقایعی که گروهها را به صحنه می‌کشند و یا ورود آنها را به صحنه امکان‌پذیر می‌سازند کدام‌اند؟ به نظر می‌رسد که این وقایع از نوع رویدادهای سیاسی‌ای هستند که با تغییر اوضاع و روی کار آمدن افراد جدید ـ تغییر سلطنتها، انقلابها، جنگها و غیره ... ـ همراه‌اند.

تصویر ۲ ادبیات فرانسه: منحنی، نسبت نویسندگان پایین‌تر از ۴۰ سال را به مجموع نویسندگان فعال از ۱۵۵۰ تا ۱۹۰۰ نشان می‌دهد. اعدادی که برای کشیدن منحنی به کار رفته میانگینهای سالانه و ۵ سال به ۵ سال هستند. اعدادی که در بیرون منحنی آمده‌اند، نسبتهای دقیق را برای سالهای حداکثر و حداقل نشان می‌دهند.

تصویر ۲ نموداری بی‌نهایت گویا را نشان می‌دهد. این نمودار برای سه قرن اخیر در فرانسه، نسبت نویسندگان ۲۰ تا ۴۰ ساله را به کل نویسندگان فعال نشان می‌دهد. بدیهی است که وقتی منحنی صعود می‌کند، جوانی جامعهٔ ادبی، و هنگامی که نزول می‌کند، وقفهٔ آن به نمایش گذاشته می‌شود: گروه حاضر در صحنه پیر می‌شود بی‌آنکه نیروهای تازه‌نفس به میدان آیند. شکستگیهای تحتانی «شروع حرکت» را نشان می‌دهند و یا به عبارت دیگر ورود گروه جدیدی را اعلام می‌کنند که همه در دوره‌های آرامش رخ می‌دهند (پایان جنگهای مذهبی در ۱۵۹۸، پایان نهضت فروند[1] در سال ۱۶۵۲) و یا با پایان سلطنتها پا به صحنه می‌گذارند (لوئی ۱۴، لوئی ۱۵، ناپلئون اول، ناپلئون سوم). شکستگیهای فوقانی «درجا زدن» را نشان می‌دهند که همه با سختگیریهای سیاسی مصادف بوده‌اند: سختگیریهای ریشلیو، که تأسیس آکادمی نشانه بارز آن بود، سختگیریهای لوئی ۱۴، لوئی ۱۵، سختگیریهای حکومت انقلابی که با آکادمی‌گراییهای تازه‌ای در امپراتوری اول تأیید و تشدید گردید و سختگیریهای گیزو در پی وقایع سپتامبر. حتی می‌توان ترمزی را که با وضع «قوانین اخلاقی» ـ بعد از فروپاشی امپراتوری دوم ـ به رشد جمعیت جوان نویسنده زده شد، به وضوح مشاهده کرد.

دیوید ت. پوتینگر در کتاب *The French Book Trade in the Ancient Regime* (Harvard, 1958) ارقامی می‌آورد که محاسبهٔ «منحنی توان تولیدی» را در نویسندگان فرانسوی، از سال ۱۵۵۰ تا ۱۸۰۰ امکان‌پذیر می‌سازد. این منحنی با ۲۰ سال فاصله، با منحنی سنی مطابقت دقیق دارد[2].

همین روش، اگر در مورد ادبیات انگلیس به کار برده شود، نتایج مشابهی به بار می‌آورد و دو دورهٔ بزرگ «پیری جمعیت» بیشتر به چشم می‌آید: یکی دورهٔ

---

۱. La Fronde، جنگی که در فرانسه در زمان صغیری لوئی چهاردهم بین طرفداران دربار و طرفداران پارلمان از ۱۶۴۸ تا ۱۶۵۳ روی داد (م).

۲. مراجعه کنید به مقاله ما در *Bulletin des Bibliothèques de France* دربارهٔ «عامل سن در توان تولید ادبی» که در پیش ذکر آن رفت.

ملکه الیزابت اول، از سال ۱۵۸۸ (ناوگان شکست‌ناپذیر) تا سال ۱۶۲۵ (مرگ ژاک اول) و دوم دورهٔ ملکه ویکتوریا از سال ۱۸۳۷ تا سال ۱۸۷۷.

شاید جای بسی تأسف باشد که در این منحنیها هیچ آهنگ منظم و یا هیچ زمان‌بندی قابل اندازه‌گیری‌ای یافت نمی‌شود. چه‌بسا خوشایندتر بود که ببینیم پدیده‌های ادبی بر اساس آهنگی ریاضی و ماشینی تنظیم می‌شوند. ولی آیا گیراتر نخواهد بود که به مشاهدهٔ همبستگیِ ژرف آنها با زندگی اجتماعی بپردازیم و ماهیت این همبستگی را دریابیم؟

فصل چهارم

نویسنده در جامعه

۱. اصل و منشأ

برای مشخص کردن جایگاه نویسنده در جامعه گویا اولین اقدام لازم، کسب اطلاع از اصل و منشأ اوست. اغلب شرح‌حال‌نویسان در مورد اصل و منشأ فردی نویسندگان این کار را می‌کنند ولی در مورد ویژگیهای جمعی اصل و منشأ آنان، اطلاعات بسیار کمتر است. در اینجا باید از روان‌شناس انگلیسی هنری هاولوک الیس که در این زمینه پیشقدم بود به نیکی یاد کرد. او از اواخر قرن گذشته روشی آماری را در مورد آنچه خود «تحلیل نبوغ[1]» می‌نامید به کار بست.

در تحقیقات هاولوک الیس می‌توان دو دل‌مشغولی اصلی را مشاهده کرد. یکی اصل و منشأ جغرافیایی و دیگر اصل و منشأ اجتماعی ـ حرفه‌ای.

چند سالی است که جغرافیای ادبی باب روز شده است[2]. شاید بهتر آن باشد که از این رشته توقع زیادی نداشته باشیم زیرا از جغرافیا خیلی زود به منطقه‌گرایی و از منطقه‌گرایی به نژادپرستی کشیده می‌شویم. در این زمینه ما خود تا به حال فقط به بهره‌گیری از داده‌های خام دربارهٔ زادگاه نویسندگان بسنده کرده‌ایم و همین مختصر کافی است تا به تعدادی پدیده دست بیابیم که بعداً باید آنها را تبیین کنیم.

---

1. H. Havelock Ellis, *A Study of British Genius*, Londres, 1904.

در مورد این تحقیق مراجعه کنید به: H. Peyre, *Les générations littéraires*, pp. 80-81.

2. Voir A. Dupouy, *Géographie des lettres françaises*, Paris, 1942, et A. Ferré, *Géographie littéraire*, Paris, 1946.

این کار به‌ویژه به ما امکان می‌دهد تا در مورد فرانسه به بررسی موضوع بسیار جالب مقایسهٔ پاریس ـ شهرستان بپردازیم. در اینجا امکان ترسیم نمودارهای این مقایسه وجود ندارد. کافی است بگوییم با توجه به اینکه ۳۱٪ از ۹۳۷ نویسندهٔ مورد مطالعهٔ ما در پاریس متولد شده‌اند، نسبت نویسندگان پاریسی به مجموع نویسندگان فعال، بین سالهای ۱۶۳۰ و ۱۷۲۰، به طور چشمگیری بالا بوده و نقطهٔ اوج منحنی که۵۰/۲٪ است به سالهای بین ۱۶۶۵ و ۱۶۶۹ مربوط می‌شود. قرن هجدهم، برعکس، اساساً متعلق به شهرستانیهاست، به‌خصوص بین سالهای ۱۷۴۰ و ۱۷۴۴ (با ۲۸/۲٪ نویسندگان پاریسی) و بین سالهای ۱۷۸۰ و ۱۷۸۴ (با ۲۸/۱٪ نویسندگان پاریسی). در قرن نوزدهم، پدیدهٔ «توزیع کشوری» که به‌زودی بررسی خواهد شد، دارای نسبتی در حدود ۳۱٪ است، با «اوج» کوتاهی برای پاریس که در بین سالهای ۱۸۶۰ و ۱۸۶۴ به ۳۵/۹٪ می‌رسد. این ارقام پراکنده مؤید اندیشه‌هایی هستند که همکار ما پی‌یر باری‌یر دربارهٔ تناوب بین پاریس و شهرستانها مرتباً بر آن تأکید می‌ورزد.

تصویر ۳ توزیع تراکم تولد نویسندگان را در طول ۶ دوره نشان می‌دهد. در این تصویر دیده می‌شود که برای دورهٔ ۱۴۹۰ـ۱۵۸۰ (از رابله تا ماتورن رنیه) مناطقی که در قلمرو سلطنتی قرار دارند یعنی نُرماندی، شامپانی، درهٔ لالوار، اُونی و سنتونژ و پریگورد بیشترین تعداد تولد را دارا هستند. دورهٔ ۱۵۸۰ـ۱۶۵۰ (از راکان تا لابرویر) قبل از هر چیز به پاریس و روئان تعلق دارد (کُرنی را فراموش نکنیم). دورهٔ سوم ۱۶۵۰ـ۱۷۲۰ (از فنه‌لون تا دالامبر) برعکس متعلق به شهرستانهاست. خصلت نمای این دوره ابتدا ورود برتانی و جنوب (بخش زبان اُک) و سپس مراکز عدیدهٔ شهرستانی به صحنه است. باید شهرهای تور، گرونوبل و به‌ویژه دیژون را با فعالیت آموزشی شدید، به شهر روئان افزود. در بین سالهای ۱۷۲۰ و ۱۷۹۰ (از مارمونتل تا لامارتین) تولدها در شهرستانها باز هم بالا می‌گیرد: قبل از انقلاب، پرجمعیت‌ترین مناطق در اطراف مقرهای مجلس قرار دارد ولی به‌زودی، با انقلاب، مناطقی که تا آن زمان ساکت مانده بودند پا به صحنه می‌گذارند. دورهٔ «توزیع» از همین جا آغاز می‌شود. این توزیع بین سالهای ۱۷۹۰ و ۱۸۶۰ شدت می‌گیرد (از اسکریب تا ژول لافورگ): به جز تعداد بسیار کمی از مناطق، همه کشور به تولید می‌پردازند. متراکم‌ترین مناطق رفته‌رفته به پرجمعیت‌ترین مناطق تبدیل می‌شوند (در این مورد می‌توان از حوزه‌های مارسی، بوردو، لیون، لیل و غیره نام برد). آخرین نقشه که بیشتر جای تردید دارد، توزیعی را برای چهل سال از ۱۸۶۰ تا ۱۹۰۰ (از بارس تا سنت اگزوپری) نشان می‌دهد: تمرکز شهری استحکام می‌یابد (تولوز، نیس، بُزانسُن، کان وارد صحنه می‌شوند) و از این پس شاید بتوان تأثیر

تصویر ۳ درصدها به کلیهٔ نویسندگانی که طی دوره‌های موردنظر تولد یافته‌اند مربوط می‌شوند. تقسیمات کشوری که مبنای کار ما قرار گرفته‌اند استانهای فعلی هستند که محدوده آنها اغلب همان محدودهٔ ایالات قدیمی است.

دانشگاهها را نیز مشاهده کرد.

ما تأثیر احتمالی محیطها و نهادها مانند دربارها، آکادمیها، مجالس، مراکز شهری و دانشگاهها را بر پیشه‌های ادبی با احتیاط زیاد تلقی می‌کنیم. در تحقیقاتی که برای روشن ساختن این پدیده‌ها انجام می‌شود، باید نهایت احتیاط را به عمل آورد و قبل از آنکه نتایج قابل استفاده‌ای از مطالعهٔ پدیده‌های پیشگفته گرفته شود باید کار بررسی و نقد را بسیار گسترش داد به‌ویژه با در نظر گرفتن جابه‌جاییها و اصل و منشأهای تصادفی.

دستیابی به آمار در مورد ریشه‌های اجتماعی ـ حرفه‌ای که تا امروز به طور کامل و رضایت‌بخش تهیه نشده کاری دشوار اما ضروری است. دو سنجش سریع در مورد چند نویسندهٔ فرانسوی و انگلیسی متعلق به قرن نوزدهم، آنچه را که می‌توان از چنین تحقیقاتی انتظار داشت به دست می‌دهند.

اقشار	انگلستان		فرانسه	
	والدین	نویسندگان	والدین	نویسندگان
	٪	٪	٪	٪
اشرافیت بی‌کاره	۱۸	۲	۸	۰
روحانیت	۱۴	۴	–	۴
ارتش، نیروی دریایی	۴	۲	۲۴	۴
مشاغل آزاد، دانشگاهها	۱۴	۱۲	۱۶	۸
صنایع، تجارت، بانکها	۱۲	۲	۲۰	۰
دیپلماسی، کارمندان عالی‌رتبه	۱۰	۸	۴	۱۶
ادارات جزء، کارمندان	۸	۱۰	۸	۸
ادبیات و هنرها	۸	۴۴	۸	۵۲
سیاست	۲	۴	۴	۸
فنون	۲	۲	۰	۰
صنعتگران، روستاییها	۸	۱۰	۸	۰

برای هر کشور، اولین ستون محیطهای مناسب برای پرورش نویسندگان را نشان می‌دهد. در مورد انگلستان تمام حوزه‌ای که از *اشرافیت* تا *قشر فوقانی طبقهٔ متوسط*

تجاری را دربر می‌گیرد، محیط مناسب را تشکیل می‌دهد. ولی بدون شک روحانیت پروتستان، با توجه به تعداد زیاد آنان در کشور که به ۱۴٪ می‌رسد، محیط ممتازی برای رشد نویسنده‌ها به شمار می‌آید. در واقع در بین نویسندگان قرن نوزدهم انگلیس، پسر کشیش زیاد دیده می‌شود. در فرانسه ـ مثل روز روشن است ـ که روحانیت کاتولیک نمی‌تواند چنین امتیازی را طلب کند و این امتیاز به ارتش واگذار شده است: پسر افسر (عموماً از ارتش ناپلئونی) در برابر پسر کشیش قرار دارد. غیر از ارتش، از آنجا که اشراف با انقلاب تقریباً به نابودی کشیده شده‌اند، در فرانسه نیز مانند انگلستان قشر فوقانی بورژوازی تجاری یا مشاغل آزاد قسمت اعظم نویسندگان را پرورش می‌دهند.

ستون دوم اطلاعاتی از نوع دیگر به ما می‌دهد: در واقع این ستون قشربندی خود نویسندگان را نشان می‌دهد. دیده می‌شود که در هر دو کشور تقریباً نیمی از نویسندگان (۴۴٪ در انگلستان و ۵۲٪ در فرانسه) به قشر «ادبا و هنرمندان» تعلق دارند به این معنا که نویسندگان از نظر اجتماعی و حرفه‌ای از دسترنج هنری خود زندگی می‌کنند. این اشخاص «اهل ادبیات» هستند. فقط نزدیک به ۸٪ آنها از محیطهای ادبی برخاسته‌اند. از سوی دیگر ۳۲٪ نویسندگان دو کشور یا مشاغل آزاد دارند (که اغلب آنان دانشگاهی‌اند)، یا در زمرهٔ کارمندان عالی‌رتبه و دون‌پایه به شمار می‌آیند: نسبتها در مورد والدین نیز مشابه است (۳۲٪ در انگلستان، ۲۸٪ در فرانسه) و این موضوع ثابت می‌کند که این قشرها، برخلاف سایر اقشار، با فعالیت ادبی سازگارند.

می‌توان از ارقام بالا نتیجه گرفت که آنچه را ما «محیط ادبی» می‌نامیم، از نسلی به نسل دیگر در حوزهٔ میانی سلسله‌مراتب اجتماعی تمرکز یافته است[1].

پدیدهٔ محیط ادبی مشخصه قرون نوزده و بیست است. این پدیده همیشه

۱. ما ارقام خود را با آماری که مجلهٔ اکسپرس ۲۷ نوامبر ۱۹۵۴ در مورد ۱۲۸ رمان منتشر شده در همان سال، انتشار داد، مقایسه می‌کنیم: ۴۱٪ اهل قلم، ۱۶٪ مدرس، ۱۰٪ وکیل، ۷٪ کارمند، ۵٪ مهندس و ۲٪ پزشک. باید به این ارقام تعدادی «مشاغل گوناگون» نیز افزود که در میان آنها ۴٪ افزارمند وجود دارد. این ارقام شبیه به ارقام ما هستند و به‌خوبی نشان می‌دهند که اگر تغییری هم وجود داشته به نفع افزایش نسبت مشاغل آزاد و به‌خصوص دانشگاهها بوده است.

وجود نداشته[۱]، به همین سبب اکنون باید سیر تحول رابطه‌های اقتصادی بین نویسنده و جامعه، یعنی حرفه نویسندگی را بررسی کنیم.

۲. مسئله تأمین هزینهٔ زندگی

برای آنکه ماهیت حرفهٔ نویسندگی را درک کنیم، باید بدانیم که نویسنده ـ حتی ناب‌ترین شعرا ـ هر روز غذا می‌خورد و می‌خوابد. بنابراین هر پدیدهٔ ادبی مسئله تأمین هزینهٔ بی‌پشتوانهٔ نویسنده را به عنوان انسان، جدای از تأمین هزینهٔ انتشار آثار او، که در جای دیگر به بررسی آن می‌پردازیم، مطرح می‌سازد.

این مسئله بسیار قدیمی است و به اندازهٔ دنیا عمر دارد: ضرب‌المثلی است که می‌گوید ادبیات شکم نویسنده را سیر نمی‌کند. از طرف دیگر برخلاف عقل سلیم است که تأثیر ملاحظات مادی را بر تولید ادبی انکار کنیم. ادبیاتِ نان‌آور همیشه بدترین نوع ادبیات نیست. نیاز به پول، سروانتس را به نوشتن رمان واداشت و *دُن‌کیشوت* را پدید آورد. همین نیاز بود که والتر اسکاتِ شاعر را به رمان‌نویس بدل ساخت. در مورد فقر ادبی که گریبان تئاتر انگلیس را در بخش اول قرن نوزدهم گرفت می‌توان به احتمال زیاد آن را نتیجه پایین بودن حقوق مؤلف دانست[۲]. چند سال پیش در مجموعه‌ای که متأسفانه موفقیتهایش، در حد شایستگیهایش نبود، در مورد تعدادی از نویسندگان بزرگ پرسش زیر طرح شده بود: «این نویسنده‌ها از چه راهی ارتزاق کردند؟» از پاسخهایی که

---

۱. دیوید ت. پوتینگر در کتاب خود تحت عنوان *The French Book Trade in the Ancient Regime* ارقامی به دست می‌دهد که امکان ترسیم جدولی از محیط خانوادگی نویسندگان فرانسوی قرون ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ را فراهم می‌آورد. در این جدول کمبود «محیط ادبی» محسوس است. اشرافیت نظامی ۲۸٪، روحانیت ۶٪، طبقه سوم ۶۶٪، اشرافیت دیوانی و درباری ۳۱٪، قشر فوقانی بورژوازی ۲۰/۵٪، بورژوازی متوسط ۴/۵٪ و صنعتگران و روستاییان ۱۰٪.

۲. سرنوشت نمایشنامه‌نویسان انگلیسی تا تصویب *قانون حق مؤلف* (کپی رایت) در سال ۱۸۴۲، عملاً در دست مدیران تئاترها و گروههای نمایشی بود. در این مورد می‌توان به مکالمه‌ای که بین و. اسکات و بایرون انجام شده در کتاب *Lord Byron, un tempérament littéraire*، اثر روبر اسکارپیت، پاریس ۱۹۵۷، جلد ۲، صفحات ۱۵۴ و ۱۵۵ آمده مراجعه کرد.

به این پرسش داده شد اطلاعات بسیار جالبی به دست آمد.[۱] این تحقیق باید از سر گرفته شود و به طور منظم ادامه یابد.

در حقیقت فقط دو نوع وسیلهٔ ارتزاق برای نویسنده وجود دارد: کسب درآمد درونی از طریق حقوق مؤلف که در جای دیگر از آن سخن خواهیم گفت و کسب درآمد بیرونی. این نوع درآمد از دو راه کسب می‌شود: حمایتهای ادبی و خودبسندگی مالی.

در حمایت ادبی، شخص یا نهادی هزینهٔ زندگی نویسنده را تأمین می‌کند ولی در عوض این حمایت انتظار دارد که نویسنده نیاز فرهنگی او را برآورده سازد. روابط بین مشتری و ارباب در اینجا بی‌شباهت به روابط ارباب و رعیت نیست. حمایت ادبی همچون سازمان فئودالی به ساختاری اجتماعی می‌ماند که بر پایهٔ اجزای خودمختار بنا شده باشد. نبود محیط ادبی مشترک (خلأ فرهنگی یا غیاب طبقات متوسط)، نبود نظام توزیع سودآور، تمرکز ثروت در دست عده‌ای معدود، ظرافت فکری اشرافیت، به ناگزیر به پیدایش نظامهای بسته‌ای منجر می‌شد که نویسنده را، که صنعتگری ظریف کار به حساب می‌آمد، وادار می‌کرد تولید خود را مثل کالای تجاری در برابر کمک مالی حامی خود مبادله کند.

بنیاد *فامیلیا* متعلق به رومنِ ثروتمند از خاندان امپراتوری، بی‌شک مناسب‌ترین ساختار اجتماعی برای پیدایش نظام حمایتی ادبی بود که نام خود را نیز از شخصیت معروف «مسن»، دوست اُگوست و حامی هوراس به عاریت گرفت. امّا نظام حمایت ادبی به‌ویژه در اَطراف دربارهای شهریاری و سلطنتی و حتی روحانی شکل گرفت و رشد کرد و تا زمان تعدیل ثروتها و دستیابی اقشار فزاینده به عرصهٔ فکری و اختراع وسایل سودآور برای انتشارات مثل چاپخانه، ادامه یافت. این نظام هنوز هم به صورت حمایت دولتی یا حداقل حمایت عمومی ادامه دارد.

حمایت دولتی در طول اعصار عبارت بوده است از برقراری مقرریهای کم و بیش مرتب یا اعطای سمتهای رسمی مانند عناوین شاعر *افتخاری* در انگلستان تا «تاریخ نگارشاه» در فرانسه. مواجبی را که زندگی چندین نویسنده قرن ۱۹ را در فرانسه تأمین

۱. این مجموعه را که انتشارات دو ـ ریو (Deux-Rives) منتشر کرد، به‌ویژه حاوی *بالزاک* نوشتهٔ ر. بوویه و ا. مِینال، و *ورلن* نوشتهٔ ژ. روسلو، *مولیر* نوشتهٔ ژ. ل. لوازله و *ولتر* نوشتهٔ ژ. دُن وِز بود.

کرد، می‌توان نوعی حمایت دولتی دانست.

در کنار نظام حمایت ادبی، باید از وجود حمایتهای غیرمستقیمی سخن به میان آورد که با تأثیر بر بازار ادبیات، درآمدهایی برای نویسنده به همراه می‌آورد که او از راهی دیگر نمی‌توانست کسب کند. مثلاً دولت ممکن است برای کتابخانه‌های عمومی و کارهای تبلیغاتی خود تعداد زیادی از یک کتاب را سفارش بدهد. با این همه رایج‌ترین روش همانا اعطای جایزهٔ ادبی است که بسیار باصرفه‌تر است زیرا با وجودی که ارزش جایزه مشخص است، موجب فروش زیاد کتاب او و بنابراین افزایش درآمدش می‌شود. برخی جایزه‌ها مانند جایزهٔ ادبی نوبل، مبالغ هنگفتی را برای نویسندگان به ارمغان می‌آورد.

انتقاد از نظام حمایت ادبی دشوار است. تحقیر این نظام در شکل سنتی یا در شکل امروزی، یعنی اعطای جوایز، در حکم ریاکاری مسخره‌ای خواهد بود. حمایت ادبی علاوه بر این حُسن که ورود نویسنده را به چرخه‌ای اقتصادی امکان‌پذیر ساخت که پیش‌تر در آن جایی نداشت و بنابراین امکان بقا و تولید را برای او فراهم آورد، امتیاز دیگری هم داشت و آن این بود که بر کیفیت ادبیات نیز تأثیری غالباً مطلوب به جا گذاشت: اگر حمایتهای لوئی چهارده تا حدی به استقلال مولیر از جمعیت سودآور تماشاگر کمک نمی‌کرد، ما خیلی بیشتر آثاری از قبیلِ *شاهدخت الید* داشتیم تا *دون ژوان*.

نویسنده مصری طه حسین معنای اقتصادی حقیقی این مسئله را روشن کرده است:

> در اینجا معامله‌ای ناصادقانه صورت می‌گیرد: حمایت‌کننده طلا یا پولی می‌دهد که اهل ادب به‌تدریج که آن را دریافت می‌دارد خرجش می‌کند؛ در صورتی که اهل ادب هنر یا فکر خود را می‌دهد که به هیچ وجه خرج‌کردنی نیست[1].

به عبارت دیگر حمایت ادبی به رغم خدمتی که می‌کند، دیگر با الزامات اخلاق اجتماعی عصر ما مطابقت ندارد و نمی‌توان آن را نهادی سالم به حساب آورد. طه حسین در عوض «شغل دوم» را کم ضررترین راه‌حل می‌داند که بسیار هم قدیمی است.

«ارسطو مربی اسکندر، پلین جوان کارگزار عالی‌رتبهٔ امپراتوری روم، بیکن

1. Taha Hussein, *L'écrivain dans la société moderne*, communication à la Conférence internationale des Artistes, Venise, 1952, publié dans *L'artiste dans la société contemporaine*, U.N.E.S.C.O., 1954, pp. 72-87.

دولتمردی از حکومت انگلستان، شاتوبریان سفیر فرانسه و سپس وزیر، مالارمه استاد، ژیرودو دیپلمات بود. چه تعداد زیادی از نویسندگان که روحانی، قاضی و پزشک بوده‌اند! گاهی نیز نویسندگانی مانند سروانتس و آگریپا دوبی‌نیه در ارتش خدمت می‌کرده‌اند.»[۱]

در واقع، حرفه دوم راه‌حلی برای خودبسندگی مالی است. وقتی هزینهٔ زندگی از راه ثروت شخصی تأمین می‌گردد، حتی می‌توان از «خودحمایتی» سخن گفت و این چیزی است که بیش از پیش نادر می‌شود: بایرون یکی از واپسین نویسندگانی بود که می‌خواست نجیب‌زاده‌ای باشد که به خرج خود می‌نویسد و بالاخره هم نتوانست این کار را ادامه دهد. اما چه هنرمندان شاعرپیشه‌ای که با میراثی که از نیاکان عامی خود به دست آورده بودند زندگی می‌کردند! ورلن یکی از برجسته‌ترین آنها بود[۲].

باز هم خودبسندگی حاصل از درآمیختگی غریب فعالیتهای پول‌ساز بود که به وُلتر اجازه داد زندگی کند و ثروتمند بشود. در بین این فعالیتها همه نوع درآمدی وجود داشت، از مستمری حمایت ادبی گرفته تا درآمدهای انتشاراتی، حقوق مؤلف و به‌ویژه سوداگری ماهرانه، تیزهوشی کاسبکارانه در صنعت ساعت‌سازی و هوشیاری مالکِ خسیس[۳].

اما کافی خواهد بود که به آماری که در بالا آوردیم و فهرستی که طه حسین داده رجوع کنیم تا دریابیم که شغل دوم خاص گروه کاملاً مشخصی از آدمهاست: آنانی که به کار آزاد اشتغال دارند و یا اداری هستند. در واقع این نوع کار بیشتر کار اول آنهاست تا شغل دوم، ولی شغلی است که، از یک سو، فراغتی باقی می‌گذارد و از سوی دیگر، با شرایط مادی و معنوی لازم برای آفرینش ادبی منافات چندانی ندارد.

نخستین و شاید سخت‌ترین ایرادی که می‌توان به حرفهٔ دوم گرفت این است که شغل نویسندگی را فقط به یک قشر اجتماعی ـ حرفه‌ای خاصی منحصر می‌سازد. بی‌دلیل نیست که ادبیات فرانسه کنونی را «ادبیات استادان» نام نهاده‌اند. عواقب این

1. *Ibid.*
2. Voir *De quoi vivait verlaine*? de J. Rousselot.
3. Voir *De quoi vivait voltaire*? de J. Donvez.

کار بر کیفیت تولید ادبی، خیلی وخیم نیست. همان‌گونه که طه حسین سخت تأکید می‌ورزد، ادعای یافتن لحن آموزشگرانه در آثار یک استاد یا شتاب‌زدگی ناروا در آثار یک روزنامه‌نگار به سبب اینکه آنان استاد یا روزنامه‌نگارند، نشان‌دهندهٔ بدترین انتقادها یعنی انتقاد *پیش از آزمون و تجربه* است. از این هم نگران‌کننده‌تر اینکه پیشهٔ ادبی در انسانی که از راه بازو نان می‌خورد، ـ اعم از کارگر یا روستایی ـ ممکن نیست، مگر آنکه برای اشتغال به کار دوم، طبقهٔ اجتماعی خود را عوض کند، کاری که اغلب غیرممکن است.

ایراد دیگر از نوع اخلاقی است. حرفه‌ای ـ حتی آزاد ـ در عالم پیدا نمی‌شود که الزامات اخلاقی خاص خود نداشته باشد. این الزامات با آزادیهایی که لازمهٔ کار نویسندگی است همیشه سازگاری ندارد. منظور ما از آزادی، حرکت آزاد تخیل است که نویسنده را با خود به هر جا می‌برد: آزادی به کار گرفتن تمام اجزای تجربه خویش برای بازآفرینی واقعیت، آزادی داشتن زندگی خصوصی بیرون از گرفتاریهای شغلی ... .

بنابراین باید شغل دوم را راه‌حلی پذیرفتنی اما با تأثیراتی محدود دانست. جامعهٔ مدرن می‌تواند کار دوم را به مثابه جانشینی برای حمایت ادبی بپذیرد ولی این موضوع آن را از طرح و حل مسئله گنجاندن حرفهٔ ادبی در نظام اقتصادی ـ اجتماعی خود معاف نمی‌دارد.

۳. حرفهٔ ادبی

اگر لازم آید تاریخی ولو نمادین برای ظهور حرفه ادبی در نظر بگیریم، می‌توانیم سال ۱۷۵۵ را پیشنهاد کنیم. این تاریخ، تاریخ‌نامهٔ مشهوری است که ساموئل جانسون به لرد چسترفیلد نوشت تا کمکی را که چند سال پیش برای اتمام کار *کتاب لغت* خود از او درخواست کرده و بی‌نتیجه مانده بود، رد کند:

> آقا، از تاریخی که من پشت در اطاق کار شما به انتظار نشستم و مرا از در بیرون راندید، هفت سال می‌گذرد؛ در تمام این مدت، من به رغم مشکلاتی که گریبانم را می‌گرفت و نمی‌خواهم در اینجا آنها را بازگو کنم، به کار خود ادامه دادم تا عاقبت بدون کمترین مساعدتی، یا تشویقی و یا تبسمی مهرآمیز آن را برای انتشار

آماده کردم[۱].

متن بالا مرگ نظام حمایت ادبی را اعلام می‌کند. جانسون موفق شد از راه قلم خویش به زندگی ادامه دهد. البته ناگفته نماند که بعدها مجبور شد مستمری بگیرد. برای اینکه در صبحدم مبارزه‌ای زندگی می‌کرد که دو قرن طول کشید. از سال ۱۷۰۹ در انگلیس قانونی وجود داشت که به نام *اساسنامهٔ ملکه آنّ* مشهور بود و از نویسنده در برابر افراط‌کاریهای چاپخانه‌داران و کتاب‌فروشان حمایت می‌کرد، حمایتی که بیشتر جنبهٔ خیالی داشت تا واقعی. تا زمان پیدایش بهره‌کشان تجاری ـ در اواسط قرن هجدهم ـ که مسئولیت دفاع از مالکیت ادبی را به عهده داشتند، یعنی ناشران هیچ‌گونه نظارت قانونی بر کار تولید ادبی ممکن نبود. انقلاب فرانسه آغاز جدّی برای این تحول بود.

> حمایت از حقوق مؤلف عبارت است از تضمین بهره‌برداری مؤلف از مالکیت او بر کار ادبی برای مدت زمانی که از ۲۸ سال قابل تمدید در ایالات متحده و تا ابد در کشور پرتغال تغییر می‌کند. در فرانسه این مدت همهٔ عمر مؤلف و پنجاه سال بعد از مرگ او دربر می‌گیرد. چند سال دیگر هم که به تصویب قانون رسیده به آن اضافه می‌شود. نویسنده در طول این دوره می‌تواند حقوق خویش را با عقد قرارداد واگذار کند.

معاهده برن در سال ۱۸۸۶ قوانین کشورها را تکمیل کرد. این معاهده که چندین بار اصلاح شد، در سال ۱۹۵۶، ۴۳ کشور را زیر پوشش داشت. کشورهای امریکایی به سهم خود، در سال ۱۸۸۹ معاهدهٔ مونته ویدئو را امضا کردند. در سال ۱۹۵۲، به ابتکار یونسکو معاهدهٔ جهانی حق‌التألیف تدوین شد که در سال ۱۹۵۵ به اجرا درآمد و ۴۰ کشور را زیر پوشش خود قرار داد ولی جای معاهده برن را نگرفت.

> تأثیر قانون‌گذاری در مورد حق مؤلف بر تولید ادبی با مثال ادبیات امریکایی در اوائل قرن نوزدهم روشن خواهد شد. ناشران امریکایی در آن زمان با ناشران انگلیسی هیچ‌گونه معاهده‌ای نداشتند. بنابراین می‌توانستند کلیه آثار مؤلفان بزرگ انگلیسی معاصر را بدون پرداخت حقوق آنها مجدداً تجدید چاپ کنند و به فروش

---

۱. نامه به لرد چسترفیلد مورخ ۷ فوریه ۱۷۵۵ به نقل از بوس ول در کتاب او تحت عنوان "*Life of Dr Johnson*".

رسانند. این امر طبعاً آنها را وامی‌داشت تا مؤلفان امریکایی را که بایستی حق تألیف آنان را می‌پرداختند به دست فراموشی بسپارند. این رقابت فاجعه‌بار مؤلفان امریکایی را مجبور می‌ساخت به مجله و به‌ویژه به آن نوع از ادبیات که برای مجله از همه مناسب‌تر بود یعنی داستان رو بیاورند. بنابراین ما از طرفی رواج مجلّه را در امریکا و از طرف دیگر تولید فراوان داستان در امریکای قرن نوزدهم، به‌ویژه داستانهای ادگارپو[1] را مدیون این رقابت هستیم.

با وجودی که قوانین موجودیت حق‌التألیف و طول زمان آن را مسلم داشت ولی اصول بهره‌مندی از آن را همیشه به طور کامل روشن نمی‌ساخت. در قرن هجدهم و نوزدهم تعداد زیادی مؤلف و ناشر علیه یکدیگر اقامهٔ دعوا کردند. این دعواها بیشتر بر سر حمایت متقابل در برابر چاپهای «قاچاق» (که اغلب در امریکا و هلند انجام می‌شد) در می‌گرفت.

دو نوع مقررات برای حقوق مؤلف وجود دارد: یکی به صورت مقاطعه و دیگری به شکل درصدی از بهای فروش. در حالت اول، مؤلف یکباره مقداری وجه دریافت می‌کند و در مقابل، کلیه حقوق تألیف خود را به ناشر واگذار می‌نماید، خواه اثر او بعدها در بازار موفقیتی کسب بکند یا نه. در حالت دوم، مؤلف بخشی از بهای فروش خالص هر کتاب فروخته شده را دریافت می‌کند. این مبلغ از ۵٪ برای کتب علمی تا ۱۲٪ یا ۱۵٪ برای آثار پرفروش تغییر می‌کند. بعضی قراردادها حتی به نسبت افزایش حجم فروش، درصد را بالا می‌برند. به علاوه، ناشر عموماً یک یا چند پیش‌پرداخت به عنوان تضمین بر اساس محاسبهٔ تیراژ کتاب در قرارداد در فاصله‌های معیّن به مؤلف می‌دهد (مثلاً هنگامی که مؤلف نسخه دست‌نویس خود را در اختیار ناشر می‌گذارد، یا موقعی که ناشر شروع به فروش نسخه می‌کند، و غیره ...)

بین این دو نوع پرداخت، توافقات عدیدهٔ دیگری ممکن است بین طرفین برقرار شود. به عنوان مثال می‌توان از قرارداد بین بالزاک و هتزل، پولن، دوبوشه و سوش برای انتشار *کمدی انسانی* سخن گفت. این مثال نمونه بارزی است از آنچه که در

---

۱. این نکته از عبارت داستان کوتاه در *دائرةالمعارف بریتانیکا* نوشتهٔ فردلویس پاته گرفته شده است.

آن زمان می‌گذشت. بالزاک قرار بود برای هر یک از ۶۰۰۰۰ نسخه چاپ شده (۲۰ جلد ۳۰۰۰ نسخه‌ای)، ۵۰ سانتیم دریافت کند (و این مبلغ بدی نبود). وجهی که او باید می‌گرفت به ۳۰۰۰۰ فرانک بالغ می‌شد. پانزده هزار فرانک بایستی در ابتدا به حساب نویسنده ریخته می‌شد، که شد، ولی پانزده هزار فرانک دیگر قرار بود بعد از فروش $\frac{۲}{۳}$ کتابها به او پرداخت شود، که هرگز نشد. تازه بالزاک مجبور شد بیش از پنج هزار فرانک از پانزده هزار فرانک دوم را برای کار تصحیح به ناشر برگرداند: در واقع تصحیحات مؤلف روی نمونه‌ها اگر از حد معیّنی بگذرد، هزینهٔ آن به عهدهٔ خود مؤلف است ... و بالزاک کسی بود که در نوشته‌اش خیلی دستکاری می‌کرد.

گسترش رادیو، تلویزیون، عقد توافقنامه‌های بین‌المللی موجب شده که حقوق اقتباس از آثار و ترجمه آنها که معمولاً میان نویسنده و ناشر تقسیم می‌شود اهمیت زیادی پیدا کند. بنابراین قرارداد چاپ بیش از پیش جنبهٔ قرارداد سرمایه ـ کار را پیدا می‌کند و کشورهای بسیاری هستند که ضرورت تدوین قوانین مناسب برای این قرارداد و نیز حقوق کار را دریافته‌اند. با وجود این هنوز هم سوءاستفاده‌های زیادی در کار است و قراردادهای مفتضحانه زیادی منعقد می‌گردد که بر اساس مقاطعه‌کاری تهیه شده است. بنابراین چنانچه حرفهٔ ادبی را وسیلهٔ آسانی برای ثروتمندان بدانیم، دور از احتیاط خواهد بود.

در فرانسه، کتابهایی که فروش کلی آنها به ۱۰۰۰۰ نسخه برسد نادرند و کمتر از ۴٪ کل کتابها را تشکیل می‌دهند. رمان‌نویسی که موفق شود هر سال ۲۰۰۰۰ نسخه از آثارش را به فروش برساند، استثناست. درآمد حاصل از این فروش (با کسر مالیاتها، زیرا حقوق مؤلف مشمول مالیات نسبی و اضافه مالیات تصاعدی است) در حدود ۸۰۰ فرانک در ماه است و به قیمت کوشش زیاد (به طور متوسط ۲ رمان در سال) و بدون هیچ بهره‌ای از تأمین اجتماعی. مثال دیگر: یک رمان‌نویس جوان که نسخه خطی خود را با این امید نزد ناشر می‌برد که ۱۰۰۰۰ فرانک بگیرد، چنانچه یک دهم بلیتهای بخت‌آزمایی را ابتیاع کند، برای کسب همین درآمد بخت بیشتری خواهد داشت.

همه نوع انجمن برای دفاع از حقوق مؤلفان وجود دارد. یکی از معتبرترین

این انجمنها جامعهٔ *اهل ادب* است که در سال ۱۸۳۸ تأسیس شد. این جامعه با *جامعهٔ مؤلفان، آهنگسازان* و *ناشران موسیقی* همکاری نزدیک دارد. در انگلستان همهٔ کار دفاع از صاحبان *کپی رایت* را *جامعهٔ تعاونی نویسندگان، نمایشنامه‌نویسان* و *آهنگسازان* به عهده دارد که در سال ۱۸۸۴ تأسیس گردید. معادل امریکایی آن *اتحادیهٔ مؤلفان امریکایی* است که در سال ۱۹۱۲ به وجود آمد. جامعه‌هایی از این دست در تمام کشورها پیدا می‌شوند. بعضی از کشورها ـ کشورهای کمونیستی حتماً و نیز فرانسه ـ دارای سندیکاهای نویسندگان هستند. خواستهای نویسندگان بیش از پیش متوجه تصویب اساسنامهٔ اجتماعی است.

> در فرانسه، آن چیزی که بیشتر به اساسنامهٔ اجتماعی شبیه است همان طرح صندوق ادبیات است که سالها مورد بحث مجلس و نویسندگان بوده است. بالاخره صندوق ادبیات تأسیس شد ولی به انتظاراتی که از آن می‌رفت پاسخ نداد. اما ساختار همین صندوق که بر اساس نوعی تأمین اجتماعی متقابل شکل گرفته موجب خواهد شد که این نهاد در آینده نقش مهمی ایفا کند. تأمین هزینهٔ آن به عهدهٔ دولت، ناشران و مؤلفان است که بخشی از حقوق خود را به صندوق می‌پردازند.

در حال حاضر، کسانی از اهل ادب که تیراژ کتاب آنها بالا نبوده، از جایزه‌ای بهره‌مند نشده‌اند یا فیلمی از آثار آنها تهیه نگردیده است، چنانچه به دنبال شغل دومی نباشند، راه چندانی برای امرار معاش در اختیار ندارند. ساده‌ترین این راه‌حلها حقوق‌بگیری است که معمولاً به شکل روزنامه‌نگاری یا کار در یک بنگاه انتشاراتی به عنوان نمونه‌خوان، بازبین و مشاور ادبی تبلور می‌یابد. نظام دیگری نیز وجود دارد که آن را جرگه نیمه‌وقت نویسندگان می‌نامند که نویسندگان را با قراردادهای طویل‌المدت به بعضی از ناشران پیوند می‌زند و این نویسندگان زندگی خود را با پیش‌پرداختهای ناشر می‌گذرانند. علاوه بر اینها، تعداد زیادی کارهای کوچک ادبی از قبیل اقتباس، ترجمه و تألیف کتب مستند وجود دارد که چنانچه به متخصصانی که متأسفانه هم نادرند و هم پرهزینه واگذار شود، بهتر انجام می‌پذیرد. فراتر از این باید به زمینهٔ گستردهٔ ادبیاتِ نان و آب‌دار [ادبیات عامه‌پسند] که در زبان انگلیسی pot-boilers (آثار روزی‌رسان) خوانده می‌شود، اشاره کنیم. زیباترینِ این آثار در

رمانهای پلیسی و رمانهای پرحادثه یافت می‌شود. این آثار زشتیهای خاص خود را نیز داراست. ادبیات نان و آب‌دار که حالت «تولید صنعتی» به خود گرفته برای «گرداندن کارخانهٔ این نوع ادبیات» که از میان آنها می‌توان از الکساندر دومای پدر سخن به میان آورد، درآمدهای کلانی را به بار آورده است. این نوع ادبیات در حال حاضر بیش از هر موقع دیگر رواج دارد. در اینجاست که قلمهای «قاچاق» به کار می‌افتند و مطالبی را که دیگران امضا می‌کنند و یا ادبیاتِ دست دومِ رمانهای عشقی را می‌نویسند، رمانهایی که بسازوبفروشهای آثار عامه‌پسندِ آنها را با اسامی مستعار پرزرق‌وبرق به فروش می‌رسانند و نود درصد جمعیت، عطش خواندن خود را با آنها رفع می‌کنند.

به این ترتیب ما با پایین‌ترین سطح جماعت ادبی روبه‌رو می‌شویم، جماعتی که سخت بی‌تعادل است زیرا هنوز پایگاه اجتماعی و به‌ویژه اقتصادی خود را در جامعهٔ مدرن پیدا نکرده است. تنها یک کار تحلیلی صبورانه به ما امکان می‌دهد که به دلایل عمیق این عدم تعادل پی ببریم. بررسی نظام پخش کتاب دست‌کم راههایی را برای رفع احتمالی این نارسایی نشان می‌دهد.

بخش سوم

توزیع

فصل پنجم: عمل انتشار

فصل ششم: شبکه‌های توزیع

فصل پنجم

عمل انتشار

۱. انتشار و آفرینش

نباید تاریخ انتشار را با تاریخ کتاب یکی دانست. کتاب اعم از چاپ شده و چاپ نشده، تازه‌ترین و معمول‌ترین وسیله‌ای است که برای تکثیر اثر ادبی به منظور نشر آن وجود دارد، ولی یگانه وسیله نیست. مثلاً، نمایش نشان می‌دهد که عمل نشر را می‌توان در جامعه‌ای که در آن از خط و نوشته خبری نیست، انجام داد[۱]. در روزگار ما، سینما، رادیو، تلویزیون به انتشارِ سمعی و بصری قدرتی می‌بخشند که از قدرت انتشار نوشتاری فراتر می‌رود.

معنای پایدار واژهٔ «انتشار دادن» publier و ریشهٔ لاتینی آن *publicare* همانا مفهوم «*در اختیار انسانهای ناشناس قرار دادن*» است. *publicare simulacrum* نصب مجسمه‌ای در میدانی، انتشار خبر ازدواج یا در میان گذاشتن طرح و نقشه‌ای ماهیتاً خصوصی با هر شخص آشنا یا ناآشناست. قدیمی‌ترین مورد استعمال این واژه که در واژه‌نامهٔ لیتره آمده، مربوط به قرن هجدهم است و در مورد اموال منقول و به معنای «فروش به صورت مزایدهٔ عمومی» به کار رفته است.

در اینجا بهتر است به مفهوم به مزایدهٔ عمومی گذاشتن اثر، یعنی کشیدن عمدی و تقریباً ناگهانی راز آفرینش به میدان عمومی شهر و قرار دادن آن در انظار

---

۱. نمایش مسائل خاصی را پیش می‌کشد که بررسی آن در این مختصر نمی‌گنجد. به *Sociologie du théâtre* اثر ژان دووی‌نیو مراجعه کنید. با وجود این، ما هر بار که به مسائل تشابهی برخورده‌ایم، مثالهایی از نمایش آورده‌ایم.

مردم، توجه بیشتری نشان بدهیم. در این کار نوعی خشونت همراه با رضایت‌خاطر، نوعی بی‌حرمتی پذیرفته شده در میان است و از آن رو در نظَر عامه زننده‌تر جلوه می‌کند که با حسابگریهای مالی نیز درآمیخته است: انتشار تجاری اثری که انسانی از اعماق درون خود بیرون کشیده، تا حدی در حکم تن دادن به روسپی‌گری است و به قول شاعر طنزپرداز لاتین، پلوتوس به *نمایش بدن خود در ملأعام* می‌ماند.

اما انتشار اثر، به پایان رساندن آن از رهگذر سپردن به دست دیگری نیز هست. برای آنکه اثری به عنوان پدیدهٔ مستقل و آزاد، به عنوان مخلوق وجود داشته باشد باید از خالق خود جدا بشود و سرنوشت خود را به تنهایی در میان انسانها طی کند، «معرفی آثار بزرگ» و یا «نمایشگاه تابلوهای نقاشی» نشانه‌های نمادینی از این جدایی‌اند: تابلویی را که نقاش به نمایش می‌گذارد، دیگر به آن دست نمی‌زند، از قیمومت مخلوق خود دست می‌شوید و با آویختن آن به دیوار نمایشگاه تولدش را اعلام می‌کند.

آری به‌راستی تولدی انجام می‌گیرد. این خشونت خلاق، همان خشونت آفریننده در زایمان است: باز شدن دریچه و جدا شدن دردناک از یک سو و به دنیا آوردن موجود تازه و مستقل و آزاد از سوی دیگر. در مَثَل مناقشه نیست و می‌توان نقش ناشر را به ماما تشبیه کرد: ماما نیست که به طفل حیات می‌بخشد، او عامل باروری نیست و تکه‌ای از گوشت بدن خود را نمی‌دهد ولی بدون دخالت او نطفه‌ای که بسته شده و تا پای خلقت پیش رفته، موجودیت پیدا نمی‌کند.

این فقط جنبهٔ اساسی کارکرد ناشر است. کار نشر جنبه‌های بسیار دیگری دارد و برای آنکه تشبیه ما کامل بشود، لازم است که مامای ما نقش مشاور را در دوران حاملگی بازی کند، در مرگ و زندگی نوزاد (حتی در سقط جنین) دخالت داشته باشد، بهداشت او را به عهده گیرد، او را تعلیم بدهد، برایش خیاطی کند، زندگی او را جهت بدهد و ... او را مانند برده‌ای بفروشد.

۲. تاریخچهٔ نشر

در تاریخ نهادهای ادبی، ناشر شخصیتی تازه است. اما از دیرباز، برای تکثیر سخن

مکتوب و پخش آثار، راههایی وجود داشته و اغلب خود مؤلف به این کار می‌پرداخته است. قرائت آثار در حضور جمع یکی از راههای رایج نشر در قدیم بوده است و حتی بعد از اختراع چاپ یکی از آسان‌ترین راهها برای آزمودن اثر در یک جمع محدود به کار گرفته می‌شده و هنوز هم می‌شود. شگفت‌انگیزترین مورد پخش توسط مؤلف شاید مورد *یومیوری* باشد که همان سَلَف روزنامه‌های ژاپنی است: مؤلف پس از نوشتن مطالب آنها را چاپ می‌کرد و سپس شخصاً با خواندن تکه‌های اصلیشان با صدای بلند، آنها را به فروش می‌رسانید.

با وجود این، باز هم از همان دوران بسیار قدیم، متخصصانی وجود داشته‌اند که به کار پخش می‌پرداختند. ابتدا قصه‌گویان دوره‌گرد بودند که به فروش شفاهی آثار اغلب سنتی و گاهی بدیع دست می‌زدند و هنوز هم در بسیاری از کشورها این کار را می‌کنند. این روش بدون هیچ شکی نوعی انتشار بوده که البته محدودیت داشته است[۱].

تا قبل از پیدایش کتاب هیچ اتفاق جدّی‌ای نیفتاد، کتاب هم در ابتدا به صورت نسخه خطی بود. در آتن، از همان قرن پنجم و در رم در دورهٔ کلاسیک *کارگاههای نگارش* (*scriptoria*) وجود داشت و کارگزاران در این کارگاهها نویسندگانی را برای رونویسی نسخ خطی استخدام می‌کردند. سپس رونوشتها در کتاب‌فروشیهای حقیقی در معرض فروش گذاشته می‌شد. پس صنعت و تجارت کتاب وجود داشت. بالاترین «تیراژ» این قبیل دست‌نوشته‌ها (که بسیار نادرند) هرگز از چندصد نسخه تجاوز نمی‌کرد، اما فکر چاپ شکل و قوت می‌گرفت. جالب است بدانیم که رومیها برای این مفهوم از ریشهٔ فعل *edere* استفاده کرده‌اند که به معنای «به دنیا آوردن، زاییدن» است: این معنا تا زمان ویرژیل و اُوید ادامه یافت ولی نیم‌قرن بعد، پلین هنگام صحبت از *انتشار شایستهٔ کتاب* (*libelli editione digni*) در مقام

۱. محدودیت به شکل اثر توزیع شده برمی‌گردد نه به منطقهٔ توزیع که ممکن بود وسیع هم باشد و از حدّ منطقه فروش کتاب چاپ شده فراتر برود زیرا که کتاب نیاز به کتاب‌فروشی و یا کتابخانه دارد، در حالی که برای قصه‌گو گوشهٔ میدان ده نیز کافی است.

ناشر مدرن به داوری می‌پردازد.

همان‌طور که متداول و معمول است، فکر بر ابزار فنی تقدم دارد. ابزارهای فنی چاپ چهارده قرن بعد ساخته شدند. با پیدایش چاپخانه، بیشتر تأکید بر انتشار اثر یعنی در اختیار همگان گذاشتن آن بود تا بر چاپ. از این جهت، می‌توان گفت که انتشار تورات یکی از عوامل تعیین‌کننده دوران اصلاحات (رفرم) بود. باید اضافه کنیم که نشر زبان‌شناختی ناشی از استعمال زبان عامیانه به تقویت نشر فنی کمک کرد. اما نخستین چاپچیان خود هم کار چاپ را به عهده داشتند و هم کار ماما یعنی ناشر را انجام می‌دادند. سلیقه و گزینش آنها جنبهٔ آفرینشگرانه داشت. به این ترتیب شوسر، گُوور، لیدگیت، مالوری و سایرین، مؤلفان قدیمی که کاگستُن آثار آنان را در ردیف نخستین مؤلفان انتشار داد تجدید حیات ادبی خود را مدیون او هستند، حیاتی که با دست‌نوشتهٔ آنها احتمالاً تجدید نمی‌شود.

اولین چاپچیها، همان‌طور که کتابهای فراوان «کاربردی» و پرمشتری آنها نشان می‌دهد، معامله‌گر هم بوده‌اند. از طرف دیگَر، کتابهای شوالیه‌ای که در محیطهای اشرافی از فروش آسان و مطمئن برخوردار بودند در میان کارهای چاپیِ محبوب و برگزیدهٔ کاگستن قرار داشتند. جانشین او وین‌کین دووُرد در خیابان فلیت مغازه‌ای برای تک‌فروشی باز می‌کند که یکی از اولین کتاب‌فروشیهای مدرن انگلستان بود.

> در پایان قرن پانزدهم، شرکتهای بازرگانی بسیار بزرگی مانند شرکت آنتون کُبورژه چاپخانه‌دار نورنبرگی، که مالک ۱۶ مغازه و تعدادی عامل فروش در شهرهای اصلی کشورهای مسیحی بود و یا شرکت آلتومانوزیو در ونیز وجود داشت. در قرن شانزدهم، در فرانسه باید از خاندان استین و در هلند از خاندان پلانتن و الزویر نام برد. کشور هلند تا قرن هجده به عنوان بازار جهانی کتاب نقش داشت[1]. در اغلب کشورها، اتحادیه‌ها و انجمنهای چاپخانه‌داران که فعالیت آنها بیشتر به دلایل سیاسی تا تجاری تابع مقررات بسیار سخت بود، وجود داشت.

---

۱. «کتاب‌فروشان هلندی در سال یک میلیون درآمد دارند چرا که فرانسویها ذهن خلاق داشته‌اند» (ولتر، *Mélanges littéraires*).

با وجود این چاپخانه‌داران توانمندی که پیچیدگی روزافزون صنعت چاپ، آنها را سخت گرفتار کرده بود، ناچار شدند خیلی زود خرده‌فروشی محصولات خود را به متخصصان واگذار کنند و همه یا بخشی از کار تجاری خویش را به آنها بسپارند. به این ترتیب کتاب‌فروشان به صحنه آمدند. در نیمهٔ دوم قرن شانزدهم بود که واژهٔ *کتاب‌فروش* در فرانسه دیگر به رونویس‌بردار یا کتابدار به عنوان فروشنده کتاب اطلاق نمی‌گردید (واژهٔ انگلیسی کتاب‌فروش معنای کتابدار را نیز حفظ کرده است). نزدیک همین زمان در انگلستان و در آلمان کتاب‌فروش (*buchhandler, bookseller*) پا به عرصه گذارد. البته مرز بین دو حرفه چاپخانه‌داری و کتاب‌فروشی خیلی روشن نبود و پروانه‌های حرفه‌ای سلطنتی سال ۱۶۱۸ در فرانسه چاپچی و کتاب‌فروش را در یک رده قرار می‌داد. تا پایان قرن هجدهم مشکل بتوان گفت کدام یک از این دو نفر مسئولیت اخلاقی و مالی چاپ را به عهده داشته و کدام یک خطر سرمایه‌گذاری را می‌پذیرفته و به دعواهایی که احیاناً علیه اثر اقامه می‌شده پاسخ می‌داده است. تا آن موقع به طور معمول، این نقش پردردسر به عهده چاپخانه‌دار بود، لکن بیش از پیش پای کتاب‌فروش هم به میان کشیده می‌شد. در ابتدای قرن نوزدهم، قوانین ناپلئونی با تعیین *ناشر مسئول* ـ معادل مدیرمسئول فرضی روزنامه در فرانسه ـ برای هر انتشاراتی، دعوا را به نفع شخص ثالث حل می‌کند.

ولی در این تاریخ، نیم قرن بود که شخصیت ناشر وجود داشت: کارفرما با گماردن چاپچی به کار فنی و کتاب‌فروش به کار تجاری، ابتکار نشر را به دست گرفت، میزان تولید کتاب را برحسب تقاضای بازار تنظیم می‌کرد، با مؤلف و نمایندگیهای مختلف وارد مذاکره می‌شد و به طور کلی کارهای پراکنده انتشار را با سیاست عمومی مؤسسه هماهنگ می‌ساخت. به عبارت دیگر استثمار سرمایه‌داری جای استثمار خرده‌پا را می‌گرفت.

این جابه‌جایی نتیجه شکوفایی اقتصادی، سیاسی و فرهنگی بورژوازی است. همان‌طور که دیدیم، در این هنگام است که ادبیات از حالت امتیاز انحصاریِ باسوادان خارج می‌شود. بورژوازی شکوفا ادبیات خاص خود را می‌طلبد: جمعیت

کتاب‌خوان افزایش کمّی می‌یابد در حالی که در ذوق و سلیقه‌هایش نیز انقلابی رخ می‌دهد: رمانهای رئالیستی یا احساساتی، اشعار ماقبل رمانتیک و رمانتیک به آثار پرتیراژ و با توزیع گسترده تبدیل می‌شوند و سرمایه‌گذاری در آنها مستلزم ایجاد نظام اقتصادی ـ مالی توانمندی است که در سایر شاخه‌های فعالیت صنعتی و تجارتی، کارایی خود را نشان داده است.

انتشار کتاب پاملا اثر ریچاردسُن الگوی آغازین رمان انگلیسی، در سال ۱۷۴۰، مثال بسیار خوبی برای ایجاد شرکت سرمایه‌داری در عرصهٔ چاپ است. ریچاردسُن نوعی چاپخانه‌دار رسمی دولت انگلیس و رئیس اتحادیهٔ کتاب‌فروشان بود. دو تن از همکاران وی در لندن به نامهای ریوینگتون و اُزبورن برای انتشار مجموعه‌ای از نامه‌های نمونه از نوع کتاب «منشی عالی» برای خانمهای بورژوا با وی شریک شدند. ریچاردسُن، که دست‌به‌قلم بود باید خود متن این مجموعه را فراهم می‌آورد. این کار نمونهٔ بارز انتشارات کاربردی بود. نبوغ ریچاردسُن با تکیه به این تجربه و در پی مجموعه‌ای از تغییرات، رمان مکاتبه‌ای *پاملا* را به نگارش درآورد که با ابتکار غیرادبی گروهی از صاحبان صنایع و بازرگانان کتاب «زاده شد».

بعضی از بنگاههای انتشاراتی کنونی، نیز به همین ترتیب تأسیس شدند: از جمله جان مورای که پیشرفت کارش با اوج‌گیری رمانتیسم انگلیسی همراه بود. اما از دل صنعت چاپ ناشران بسیاری بیرون آمدند مانند پلون در فرانسه؛ در حالی که بنگاههای دیگر مانند اَشِت با کتاب‌فروشی کار خود را آغاز کرده‌اند. افزون بر این هنوز هم چاپچیِ ناشر و کتاب‌فروش ناشر وجود دارد.

در طول نیمه اول قرن بیستم کار انتشاراتی، به‌ویژه در فرانسه، دستخوش تحولی دیگر شد که با انحطاط سرمایه‌داری و اعتلای توده‌ها همراه بود. بسیاری از ناشران، در برابر هزینه‌های فزایندهٔ بهره‌برداری تجاری به معنی خاص کلمه، عقب نشستند و کار را به شرکتهای تخصصی مانند اَشت یا شه واگذار کردند. هنوز مشکل بتوان گفت که این واگذاری بر تحول بعدی کار انتشاراتی چه تأثیری خواهد داشت.

۳. کار انتشارات

چنانچه کار انتشارات را به عملیات مادی محدود کنیم، می‌توان آن را در سه کلمه

خلاصه کرد: *گزینش*، *ساخت*، *پخش*. این سه عمل با هم ربط دارند و از آنجا که هر کدام به دو عمل دیگر بستگی دارد و در عین حال آن دو را مشروط می‌سازد، این سه عمل چرخهٔ کار نشر را می‌سازند.

سه بخش اساسی در یک بنگاه انتشاراتی به ترتیب سه عمل بالا را بر عهده دارند: کمیتهٔ ادبی، دفتر ساخت و بخش بازرگانی. ناشر خود، عمل این سه بخش را هماهنگ می‌کند و به آن معنا می‌بخشد و مسئولیتش را به عهده می‌گیرد. حتی موقعی که ناشر فرد خاصی نیست و سیاست بنگاه نشر را شورای مدیریت تعیین می‌کند باید فرد معیّنی ـ رئیس، مشاور، یا مدیر ـ وجود داشته باشد که به عمل نشر جنبهٔ شخصی و تقسیم‌ناپذیری می‌بخشد که لازمه کار نشر است.

ناشر می‌تواند حتی موقعی که نقشهای مختلف فنی اعم از گزینش و ساخت و پخش را به متخصصان واگذار می‌کند، همچنان ناشر باقی بماند. آنچه که اهمیت اساسی دارد این است که مسئولیت معنوی و تجاری مجموعه را حفظ کند. مسئله یگانه نشر این است که به پدیده فردی حیات جمعی ببخشد و هر یک از نقشهای فنیِ پیش‌گفته با نوع خاصی از روابط بین فرد و جمع انطباق دارد.

گزینش مستلزم این است که ناشر (یا نمایندهٔ او) در ذهن خود تصویری از خوانندگان احتمالی ترسیم کند و از میان انبوه نوشته‌هایی که به او سپرده می‌شود آنچه را برای مصرف این خوانندگان مناسب‌تر می‌داند، برگزیند. این تصور ذهنی حالتی دوگانه و متضاد دارد: از یک طرف حاوی داوری واقعی دربارهٔ خواست خوانندگان احتمالی و نوع کتابی است که او خواهد *خرید*، از طرف دیگر حاوی قضاوت ارزشی دربارهٔ آن چیزی است که این جمعیت *باید بخرد*، البته این قضاوت با توجه به نظام زیباشناختی ـ اخلاقی گروه انسانی‌ای که عمل نشر برای آن انجام می‌شود، شکل می‌گیرد. از اینجاست که در مورد هر کتاب دو پرسش زیر مطرح می‌شود که جز با یک راه‌حل نامطمئن نمی‌توان به آن پاسخ داد: آیا کتابِ مورد نظر به فروش می‌رسد؟ آیا این کتاب، کتاب مناسبی است؟

ناشر مدرن که در میان نوشته‌های مؤلفان و خواستهای خوانندگان آن‌گونه که خود

آنها را در ذهن مجسم می‌کند، گرفتار آمده است به بازی نقش منفعلِ آشتی‌دهندهٔ نویسنده و خواننده اکتفا نمی‌کند. می‌کوشد تا به نام خواننده بر نویسنده و به نام نویسنده بر خواننده تأثیر بگذارد و در یک کلمه خوانندگان و نویسندگانی متناسب با هم برای خود دست و پا کند.

کمال مطلوب ناشر این است که مؤلفی پیدا کند «دنباله‌دار». در واقع او با وجود چنین شخصی نه سرنوشت خود را به دست حوادث و اتفاقات می‌سپارد و نه نیاز پیدا می‌کند بیش از یک بار هزینه‌های معرفی نویسنده را به مردم به دوش بکشد. وقتی کارایی نویسنده به اثبات رسید می‌توان، بی‌هیچ واهمه‌ای، از او خواست که طبق الگوی آزمایش شده خود به کار ادامه دهد. مؤلف وقتی با امضای قرارداد درازمدت، با ناشر پیوند برقرار کرد آن وقت جزء «جرگهٔ» او می‌شود. همین جرگه است که نقش شاهد اجتماعی را بازی کرده، طرز و سبک کار بنگاه انتشاراتی را معلوم می‌دارد. معمولاً شخصیتی مانند خود ناشر (ژولیار) یا یکی از مشاورانش (ژان پُلان در بنگاه انتشاراتی گالیمار) بر این جرگه نظارت می‌کند. این جرگه با توجه به گروههای کتاب‌خوان حرفه‌ای (که اغلب «نویسندگان خودی» هستند) دست به گزینش می‌زند و حتی نویسندگان جدیدی را که مایل باشند با آثارشان به جرگه بپیوندند دست به سر می‌کند.

از طرف دیگر، ناشر با برانگیختن عاداتی در بین مردم بر آنان تأثیر می‌گذارد. این عادات ممکن است به صورت رعایت مد، فخرفروشی (اسنوبیسم) یا حتی به شکل شیفتگیها و دل‌باختگیهای گذرا به شخصیت یک نویسنده درآید، یا اینکه ممکن است ریشه‌دارتر بوده و وفاداری به شیوهٔ تفکر، سبک نگارش، و نوع اثر خاصی را بیان کند. یکی از قدیمی‌ترین و بارزترین عادات ادبی که ناشری اگر هم به تمامی موجب آن نشده باشد، آگاهانه آن را رواج داده، «بایرون‌گرایی» بود[1].

۱. بایرون‌گرایی مدی بود که با انتشار دو سرود اول منظومهٔ *زیارت چایلد هارولد* اثر بایرون رواج یافت. این سرودها به تقاضای ناشر آن جان مورای طوری به دقت تنظیم شده بود که به نیاز خوانندگان رمانتیک پاسخ می‌داد. بعد از رواج این مد بایرون دیگر نتوانست خود را از آن دور کند. مورای او را تشویق می‌کرد که به همان طریق بنویسد و به این توافق دست یافت که اشعار این شاعر، اگر طبق عادات مردم هارولد سروده نشود هرگز به چاپ نرسد.

روش دیگری که سود بسیار به همراه دارد چاپ مجموعهٔ تخصصی با مدیریت و موضوع واحد و شکل یکسان است. این مجموعه از یک سو امکان می‌دهد تا مؤلفان به طرف انواع تولیدی که فروش آنها حتمی است، سوق داده شوند؛ از سوی دیگر پاسخ‌گویی به تقاضایی کاملاً مشخص و معین و دائمی را میسر می‌سازد. مجموعهٔ *رنگ‌باخته* انتشارات گالیمار یا *زندگیهای روزمره* انتشارات اَشت نمونهٔ گویایی از این نوع است. حتی می‌توان پا را از این فراتر گذاشت و جمع خوانندگان را مشخص و سازماندهی کرد تا بهتر بشود آن را در اختیار گرفت و میان این جمع و گروه نویسندگان پیوندهایی تقریباً شخصی برقرار ساخت. این کار به طور معمول در مورد انواع ادبی‌ای که ویژگیهای بسیار مشخصی دارند، مانند رمان پلیسی، پیش‌گوییهای علمی، *داستانهای هولناک* و غیره اجرا می‌شود و از طریق مجلات تخصصی، باشگاهها، خبرنامه‌های ارتباطی انجام می‌گیرد. در این حال آموزه و زیبایی‌شناسی خاصی برای هر یک از این انواع ادبی به وجود می‌آید و جمع خوانندگان و نویسندگان از «اصول آیینیِ» خاصی برخوردار می‌شوند که نشان هر گونه آگاهی جمعی تازه‌پایی است[1].

از این امر چنین برمی‌آید که هر گزینشی که ناشر انجام می‌دهد مستلزم دو وجه است: نخست *خوانندگانی فرضی* که کار گزینش به نام آن و برای آن صورت می‌گیرد و دوم *نمونه‌گزینی از نویسندگانی* که می‌توانند نیازهای این خوانندگان را بازتاب دهند. بازی ادبی ناشر در درون دایره بسته‌ای بین این دو گروه پیشاپیش مشخص شده، انجام می‌گیرد.

ساخت اثربخشی از این بازی است. از همان ابتدای بررسی مقدماتی کارِ ساخت، باید «خوانندگان را در نظر داشت». شرایط ساخت کتاب زیبا و گران‌قیمتی که برای چندصد مجموعه‌دارِ کتاب چاپ می‌شود یا کتاب معمولی ارزان‌قیمتی که برای عموم به چاپ می‌رسد به‌کلی تفاوت می‌کند: نوع کاغذ، قطع، شیوهٔ حروف‌چینی (انتخاب حروف، توجیه این انتخاب، تعداد صفحات و غیره ...)،

۱. در فرانسه می‌توان دو نمونه بارز را در مجلات *فیکسیون* و *میستر ماگازین* که هر دو را یک ناشر چاپ می‌کند، ملاحظه کرد. در انگلستان انجمن قدیمی هاکلویت طرفداران سفرنامه‌ها را جذب می‌کند و به تشویق چنین انتشاراتی می‌پردازد.

طرحها و تصاویر، جلد و به ویژه تعداد نسخ، همه و همه متفاوت است. از این رو، ناشر باید تمام مراحل آن «ضرب شستی» را که می‌خواهد نشان بدهد، محاسبه کند. در واقع این محاسبه را در همان مرحله گزینش باید انجام داده باشد. کتابی که با این یا آن کیفیت، برای فلان یا بهمان خوانندگان انتخاب شده، باید ویژگیهای مادی کاملاً مشخصی را داشته باشد.

در بین این ویژگیها مسلماً تیراژ از همه مهم‌تر است. چنانچه تیراژ خیلی پایین باشد، هزینه‌های ثابت ساخت کتاب (قرائت و آماده‌سازی دست‌نویس، حروفچینی، تصحیح، صفحه‌بندی، لیتوگرافی) که به مراتب سنگین‌تر از سایر هزینه‌هاست به تعداد ناکافی نسخ کتاب سرشکن می‌شود و قیمت آن را چنان بالا می‌برد که بیم آن می‌رود که از حد توان خرید خوانندگان احتمالیش خارج باشد. چنانچه تیراژ خیلی بالا باشد، میزان عرضه را بیش از حد افزایش می‌دهد و به فروش نرفتن همه نسخ به یقین خسارت وارد می‌آورد، زیرا صنعت کتاب یکی از نادرترین صنایعی است که در آن بهای تولیدات ساخته شدهٔ فروش نرفته کمتر از بهای مواد اولیهٔ آن است[۱].

در مورد سایر ویژگیهای کتاب، نه فقط تعداد خوانندگان فرضی، بلکه ماهیت آنان، نیازهای کارکردی و به‌ویژه روان‌شناسی آنان نیز باید به محاسبه درآید. کاربرد روی جلد مصوّر اخیراً از امریکا به فرانسه منتقل شده است. در انتخاب این نوع روی جلد، ناشر باید «انگیزه»های مختلفی را که مشتری احتمالی را به خرید کتاب تشویق می‌کند، در نظر بگیرد. در واقع اگر تصویر روی جلد خوب انتخاب شود، باید الگوی خوب نقد ادبی و بیانِ تصویریِ تحلیل زیباشناختی ـ روان‌شناختی‌ای باشد که ناشر هنگام گزینش کتاب در سر داشته است[۲].

---

۱. اثر ادبی معمولی اگر کمتر از ۵ یا ۶ هزار نسخه به چاپ برسد سودآور نیست و دست کم باید ۲۰۰۰ نسخه آن به فروش برسد تا ناشر زیان نکند.

۲. انتخاب عنوان برای فروش کتاب نقش اساسی دارد. در باندیدک روکش جلد باید گفت که در فرانسه وسیلهٔ تبلیغاتی بسیار متداولی است. علی‌القاعده نوار باید عنوان کتاب را برجسته‌تر کند یا مستقیماً به یکی از «انگیزشها»ی خواندن کتاب بپردازد. راه دیگری وجود دارد که روشنفکرانه‌تر ولی به همان اندازه مؤثر است و آن ارائه تحلیلی از کتاب در پشت آن یا روی یکی از لب‌برگردانهای جلد آن برای «کتاب دوستان» است.

در اینجا به امتیازات مجموعه‌ها که قطع و تیراژ مطلوب آنها یک بار برای همیشه بررسی شده‌اند، پی می‌بریم.

روشن است که برای ناشر ساخت کتاب ادامه گزینش آن است. در این مرحله قضاوت ناشر در مورد اثر شکل پیدا می‌کند. او با تصمیمات مادی خود و با ابزارهای فنی تعادلی را برقرار می‌سازد که از ابتدا سعی داشت بین نویسندگانی که آثارشان را عرضه می‌کند و خوانندگانی که آنان را مفروض دارد و یا به وجودشان می‌آورد، برقرار کند.

می‌ماند مسئله پخش به معنای اخص کلمه، یعنی به طور کلی فروش. بگذریم که کتابهایی هم هستند که رایگان توزیع می‌شوند. در واقع برای آنکه پدیده ادبی کامل باشد فروش تا حدی ناگزیر است. بایرون روزی می‌گفت واداشتن آدم کاملاً ناشناسی به اینکه پولی از جیبش بیرون بیاورد (حرکتی که نه بی‌اراده انجام می‌گیرد و نه از سر بی‌اعتنایی) و کتابی بخرد، در حکم تأیید واقعی نویسنده آن کتاب و نشان قدرت اوست.

در کشورهای سرمایه‌داری، مسئله توزیع حساس‌ترین بخش کار انتشارات است و همه چیز متوجه آن است، درست مثل نمایشی که تمامی حواس تماشاچیان را متوجه نتیجهٔ خود می‌کند. موفقیت یا شکست انتشارات در مرحلهٔ پخش نهفته است. در بودجهٔ کتاب هزینه‌های توزیع بیش از نیمی از بهای فروش را می‌بلعد[۱].

ناشر در برابر یک مسئله دشوار قرار می‌گیرد و آن هم پیدا کردن خوانندگان فرضی و دستیابی واقعی به آنان است، او برای جذب خوانندگانی که از ابتدای کار آنان را مفروض می‌دارد یا به فکر پرورششان است، به برخی از فنون تبلیغاتی متوسل می‌شود.

ساده‌ترین و نخستین فن، ثبت کتاب در فهرست کتاب‌شناسی است که در بسیاری

---

۱. در *تک‌نگاری چاپ* (*Monographie de l'édition*)، فرمولهای پیچیده‌ای وجود دارد که برای تعیین بهای عمومی فروش کتاب به کار گرفته می‌شود. به طور خلاصه باید بهای تمام شده هر جلد را در موقع خروج از چاپخانه در ضریبی که ممکن است از ۳ تا ۵ تغییر پیدا کند ضرب کرد تا بهای فروش به دست آید.

از کشورها وجود دارد (مثلاً *کتاب‌شناسی فرانسه* که نشریهٔ هفتگی انجمن کتاب‌فروشیهاست). در این نشریه است که کتاب‌فروشها و کتابدارها از انتشار کتاب اطلاع پیدا می‌کنند. این تبلیغ همگانی و غیرشخصی را می‌توان با یک اقدام شخصی تقویت کرد و آن هم اهدای نسخ نمونه‌ای از کتاب به کسانی است که به سفر می‌روند. تبلیغ تجاری از نوع معمولی آن (آگهی در روزنامه‌ها، آگهی دیواری یا عرضه در ویترین) مستقیماً خوانندگان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این نوع تبلیغ در فرانسه و انگلستان کمتر از مثلاً ایالات متحده انجام می‌گیرد، چه در این کشور عرضهٔ کتاب هم *با در نظر گرفتن تغییرات لازم* مانند هر کالای تجاری دیگر صورت می‌پذیرد[۱].

عیب فنون معمولی تبلیغاتی این است که عامه مردم را خطاب قرار می‌دهد و نه خوانندگانی را که ناشر در نظر دارد: از هر ۱۰۰۰ نفری که تحت تأثیر تبلیغات برای کتاب قرار می‌گیرند، شاید ۱۰ یا ۲۰ نفر به خرید کتاب علاقه نشان بدهند، در حالی که هر هزار نفر ممکن است به خرید صابون یا نوع خاصی از نوشیدنی یا لوازم خانگی تشویق بشوند. برای آنکه تبلیغ مؤثر باشد باید همان ۱۰ یا ۲۰ نفری را که ممکن است تبلیغ هر قدر هم ناچیز بر آنها تأثیر بگذارد، مرکز توجه قرار داد. متأسفانه مشکل کار در این است که این اشخاص می‌توانند صد نفر باشند یا دو نفر و تازه از طرف دیگر این تعداد در مورد هر کتاب تغییر می‌کند. ما به ویژگی *محدود بودن* و *شخصی بودن* عمل انتشار باز می‌گردیم. بدین جهت است که برخی ناشران استفاده از ابزارهای تبلیغی غیرهمگانی و شخصی و به‌خصوص مقالات امضادار را در نشریات ارجح می‌دانند.

چنین مقاله‌ای ممکن است کار «خبرنگار ادبی» (که در روزنامه به اخبار ادبی می‌پردازد) یا منتقدی باشد که خوانندگانی خاص خود دارد که به دنبال کردن رهنمودهای او خو گرفته‌اند. هدیه به مطبوعات مورد توجه خاص است: با هر جلد، که به امضای مؤلف رسیده، یک برگ نوشته با ذکر «لطفاً ضمیمه شود» به

۱. در *دائرةالمعارف بریتانیا* آمده است که برای ناشر امریکایی، تبلیغات ۱۰٪ بهای تولید را به خود اختصاص می‌دهد. این رقم در انگلستان ۶٪ و در آلمان ۳٪ است.

مطبوعات ارسال می‌شود که در مجموع یک الگوی مناسب (و البته ستایش‌آمیز) برای معرفی کتاب است. بسیار از روزنامه‌های دست دوم عین همین نامه را به چاپ می‌رسانند و فقط امضای خودشان را زیر آن اضافه می‌کنند. کار بی‌نهایت جالب‌تر مقالهٔ منتقدی معروف در روزنامه‌ای است که مشتریانش با خوانندگان فرضی کتاب تقریباً برابرند. ناشران هر گونه وسیله را برای دستیابی به چنین نقدی به کار می‌برند زیرا پرکارترین منقدان هم قادر نیست بیش از دویست اثر را در سال «معرفی کند»: بخش فعالیتهای مطبوعاتی همواره ضایعات بسیاری دربر دارد. چنانچه نقد به ضرر کتاب هم تمام شود اهمیتی ندارد: مهم آن است که از کتاب صحبت بشود. شهرت منفی برای کتاب همان‌قدر سودآور است که شهرت مثبت. «بدنام» کردن کتاب چه بسا فروش بالا و سود زیاد در پی داشته باشد.

تلویزیون، با پخش مستقیم و شخصی برنامه‌های خود، نوعی نقد فوق‌العاده مؤثر را به کار می‌گیرد که در آن مؤلف خود، رودررو، با خوانندگان *خویش* سخن می‌گوید. دیده شده که در همان ساعات اولیه پس از مصاحبه با نویسنده، فروش کتاب او به حد چشمگیری بالا می‌رود.

به فنون تبلیغاتی بالا باید فنونی را اضافه کرد که به انتخاب کتاب می‌پردازند. مثلاً انتخاب بهترین کتاب ماه یا برنده جایزه ادبی یک یا دو رأی در چنین جایزهٔ مشهوری برگ برنده‌ای است که ذکر آن روی باند یدک روکش جلد کتاب فراموش نمی‌شود.

روش دیگری نیز هست که مشکل‌تر می‌توان آن را به کار گرفت زیرا حکم شمشیر دولبه را دارد و آن عبارت است از انتشار کتاب در روزنامه یا مجله، یا به *طور کامل* و یا به صورت قطعات منتخب و یا خلاصه. مسئله «بسیار ظریفی» که در اینجا وجود دارد آن است که توجه خواننده جلب بشود بی‌آنکه به تازه بودن اثر آسیبی وارد آید[1].

هدف این فنون تبلیغاتی دستیابی به خوانندگان فرضی‌ای است که در میان انبوه مردم پراکنده‌اند. مسلماً کمال مطلوب آن است که این خوانندگان یک بار برای همیشه مشخص و مجتمع شوند و به همین صورت باقی بمانند. انجمنهای کتاب

۱. یکی از موارد موفقیت‌آمیز انتشار مقدماتی، مورد ماژور تامپسون است که از چاپ در *intervalles irréguliers* در روزنامه *فیگارو* بهره جست.

در خدمت همین کار هستند زیرا در واقع هدف آنها این است که کتاب «سفارشی» را جایگزین کتاب حاضر و آماده کنند. از آنجا که این باشگاهها خوانندهٔ احتمالی را نشانه گرفته و کارت عضویت برایش صادر کرده و دست و پایش را گاهی با قرارداد بسته‌اند، او دیگر راهی جز خرید کتاب ندارد.

در کشورهایی که سیاست ارشاد دولتی دارند و به‌ویژه در کشورهای سوسیالیست، وضع به همین منوال است. مثلاً در اتحاد جماهیر شوروی سوسیالیستی کتاب به فروش نرفته نسبتاً نادر است، زیرا کار نشر، که دستخوش رقابت نیست، از امکاناتِ انطباق عرضه با تقاضا و تقاضا با عرضه برخوردار است.

در کشورهای سرمایه‌داری، موقعیت ناشر بی‌نهایت متزلزل‌تر است. از زمانی که کتاب به بازار عرضه می‌شود، اختیار آن از کف ناشر بیرون می‌رود. فروش آن به معنای خاص کلمه تابع مکانیسمهای تجاری بسیار ویژه کتاب‌فروشی است: در جای دیگری از این موضوع سخن خواهیم گفت. کتاب تا حدودی مانند اولین موشکهای هدایت شده عمل می‌کند که بخش اعظم آنها پیش از اوج‌گیری و دنبال کردن مسیر خود سرنگون و تعدادی از آنها نیز از کنترل خارج می‌شدند و پروازی سرگردان و پیش‌بینی‌ناپذیر را در پیش می‌گرفتند. به همین ترتیب اکثریت کتابهای منتشر شده (در فرانسه ۶۰ تا ۷۰٪ تولید) بی‌آنکه به فروش سودآوری برسند از گردونه خارج می‌شوند و از دست ناشر هم هیچ کاری برنمی‌آید. برعکس، گاهی پیش می‌آید که اثری از محدودهٔ خوش‌بینانه‌ترین پیش‌بینیها پا را فراتر می‌گذارد و به یک کتاب *پرفروش* بدل می‌شود. منحنی فروش همین که از محدوده بحرانی فراتر می‌رود (معمولاً، در فرانسه این محدوده همان «سدِّ ۱۰۰۰۰۰ نسخه» است) با آهنگی به ظاهر نامعقول تغییر می‌یابد. در این حال ناشرِ جز اینکه با چاپهای پی‌درپی کتاب کورکورانه به دنبال جریان راه بیفتد کار دیگری نمی‌تواند بکند.

دلیل از دست رفتن کنترل نسبتاً روشن است: هنگامی کنترل از دست می‌رود که اثر از محدودهٔ خوانندگان فرضی که مورد نظر ناشر بوده، خارج می‌شود. در این حال اثر به مناطق اجتماعی ارزیابی نشده و ناشناخته پا می‌گذارد. ناتوانی ناشر در

پیش‌بینی واکنشهای خوانندگان در این هنگام حاکی از ضعف نظام نشر است. عمل انتشار فقط در ظاهر خلاقانه است. در واقع در دایره‌ای بسته، در داخل یک گروه اجتماعی واحد صورت می‌پذیرد. اثری که برای این گروه مناسب نباشد، دوامی نمی‌آورد و شکست می‌خورد زیرا که نمی‌تواند جای دیگری خوانندگانی پذیراتر پیدا کند. خود ماهیت انتخاب اولیه اثر که امکان نشر آن را فراهم آورده در را به روی خوانندگان دیگر می‌بندد. خواهیم دید که این خوانندگان جایگزین احتمالاً ممکن است به دلیل «خیانت خلاق» پیدا شوند، اما این موضوع به ناشر مربوط نمی‌شود.

پدیدهٔ موفقیت اثر هم که همان قدر نادر است که پیش‌بینی‌نشدنی، به ناشر مربوط نمی‌شود. فقط خاطرنشان می‌سازیم که از تقریباً ۱۰۰۰۰۰ اثری که بین سالهای ۱۹۴۵ و ۱۹۵۵ در فرانسه به چاپ رسید، به زحمت یک در هزار آن «مرز ۱۰۰۰۰۰ نسخه» را درنوردید. می‌بینیم که تأثیر مثبت ناشر در سرنوشت نوزادان خود خیلی بیش از پزشک قابله‌ای که با او مقایسه‌اش می‌کردیم نیست. برعکس تأثیر منفی او زیاد است، زیرا موجوداتی که او به دنیا می‌آورد جز از آزادی تصنعی و سخت محدود به شبکهٔ اجتماعی معینی که برای آن پدید آمده‌اند، برخوردار نیستند.

فصل ششم

شبکه‌های توزیع

۱. محدوده‌های شبکه

بین ارزش کتاب و تعداد خوانندگان آن رابطهٔ مستقیمی وجود ندارد، ولی بین وجود کتاب و وجود خوانندگان رابطه‌ای تنگاتنگ برقرار است. به همین ترتیب ارزش پول کشور را تعداد جمعیت آن تعیین نمی‌کند ولی در عین حال پول بدون وجود کشوری که در آن رایج است معنا ندارد.

اما کتاب در داخل چه مرزهایی رایج است؟ دو مرزی که نخست به ذهن می‌آید یکی مرز زبانی و دیگری مرز بی‌سوادی است. فهم زبان یک کتاب و توانایی خواندن آن دو شرط ضروری کاربرد آن است.

مجموعه‌های بزرگ زبان‌شناختی جمعیتهای *قادر به خواندن* عبارت‌اند از: مجموعهٔ انگلیسی زبان (۳۰۰ میلیون نفر در حدود سال ۱۹۸۰)، مجموعهٔ چینی (۳۰۰ میلیون)، مجموعهٔ روسی (۲۵۰ میلیون)، مجموعهٔ اسپانیایی (۱۱۰ میلیون)، مجموعهٔ آلمانی (۶۵ میلیون)، مجموعهٔ ژاپنی (۷۰ میلیون)، و مجموعهٔ فرانسوی (۵۰ میلیون)[1]. در داخل هر یک از این مجموعه‌ها، گردش خودمختاری ادبی وجود دارد که بر اثر نهادهای سیاسی و مرزهای ملی کم یا بیش به بخشهایی تقسیم می‌شود، اما در هر حال شدت آن در همه جا باید یکسان باشد.

ترجمه امکان می‌دهد که بین مجموعه‌های زبان‌شناختی نوعی تعادل خودبه‌خودی

---

۱. این براورد، که با براورد چاپهای قبلی این کتاب اندکی تفاوت دارد، براساس جمعیت ۱۵ سال به بالایی که خواندن را فرا گرفته‌اند، تنظیم شده است.

برقرار شود. مراجعه منظم به فهرست *ترجمه‌ها* که از سال ۱۹۵۰ یونسکو آن را منتشر می‌کند بی‌شک امکان خواهد داد که قوانین مهم حاکم بر جریانهای ترجمه آشکار گردند. هم‌اکنون روشن شده که این جریانها بر سه نوع‌اند:

۱. جریانهای عقیدتی در داخل یک مجموعهٔ اجتماعی ـ سیاسی. جریانهایی که در مجموعهٔ روسی وجود دارند از این نوع‌اند. این جریانهای روسی یا متوجه واحدهای زبان‌شناختی داخل اتحاد جماهیر شوروی هستند و یا مجموعه‌های زبان‌شناختی کوچک‌تر در کشورهایی که در منطقه نفوذ شوروی قرار دارند و یا اقلیتهای کمونیست سایر مجموعه‌ها.

۲. جریانهای *ائتلافی* میان مجموعه‌های بزرگ تولیدکننده و مصرف‌کننده: به این نحو مجموعه‌های انگلیسی، فرانسوی و آلمانی ۱۰ تا ۲۰ درصد تولید ادبی خود را اشتراکاً به فروش می‌رسانند.

۳. جریانهای تعادل‌ساز میان مناطق پرتراکم و کم‌تراکم ادبی. مناطق پرتراکم همان مجموعه بزرگ تولیدکننده‌ای هستند که در بالا بدانها اشاره رفت، علاوه بر آنها به‌خصوص هسته‌های زبان‌شناختی کوچک ولی با سطح فرهنگی بالایی وجود دارند که با جمعیت ادبی بسیار فراوان خود به‌راحتی بازار جمعیت کتاب‌خوان را اشباع می‌کنند و در پی بازار ترجمه هستند: کشور هلند یا کشورهای اسکاندیناوی از این نوع‌اند. در مورد مناطق کم‌تراکم باید گفت که این مناطق بیشتر در کشورهای نوخاسته و پرجمعیت واقع شده‌اند، جایی که تحول فرهنگی سریع مردم تقاضایی را برای مطالعه پدید می‌آورد که تولید داخلی هنوز نمی‌تواند آن را ارضاء کند: مثلاً ژاپن و امریکای لاتین.

مرزهای ملی (که همیشه با مرزهای زبان‌شناختی یا فرهنگی همخوانی ندارند) نیز چهارچوبهایی برای گردش کتاب تلقی می‌شوند. حتی در کشورهایی که، مانند فرانسه، بسیار صادرکننده هستند (چه از راه ترجمه و چه از راه فروش مستقیم آثار) بخش اعظم تولید به بازار داخلی اختصاص دارد. مقررات حمایت‌کننده گمرکی (به‌ویژه در بین کشورهای رقیب در یک مجموعه زبان‌شناختی واحد مانند انگلستان و ایالات متحده) و محدودیتهای ارزی «منطقه‌بندی کردن» ادبیات را تشدید می‌کنند. اما حتی مقررات آزادی‌خواهانه‌تر هم ـ همان‌طور که یونسکو

طلب می‌کند ـ مسئله را حل نخواهد کرد. مشکل اینجاست که قانون در کتاب جز شیئی مادی نمی‌بیند و فقط به ارزش ساخت آن توجه نشان می‌دهد. در واقع بهتر آن است ارزش واقعی کتاب از نظر مبادله فرهنگی برحسب محیطها و گروههای مختلف در نظر گرفته شود. یک کتاب واحد بر حسب ساختار اقتصادی ـ اجتماعی دو کشور و جایگاه کارکرد فرهنگی در سلسله‌مراتب ملی این کشورها معنا و تعریف واحدی ندارد.

پس باید مکانیسم توزیع ادبی را براساس واحدهایی کلّی‌تر و در عین حال ساده‌تر از ملتها و مجموعه‌های زبان‌شناختی که خود ساختارهای پیچیده‌ای هستند بررسی کرد. در واقع، هر گروه اجتماعی، نیازهای فرهنگی خاص خود و در نتیجه ادبیات خاص خود را دارد. گروه ممکن است جنسی، سنی، طبقاتی باشد و در این صورت موضوع ادبیات بانوان، ادبیات کودکان و ادبیات کارگری مطرح خواهد شد. هر یک از این انواع ادبیات نظام مبادلهٔ خاص خود را دارد ولی هر چند که مجلات بانوان، کتاب‌فروشیهای کودکان و کتابخانه‌های کارگری وجود دارند لازم است که هر کدام از آنها نهادهای خاص خود را داشته باشند. البته جابه‌جاییها و کاربردهای دوگانه و حتی جهشهایی نیز وجود دارند که باعث می‌شوند بعضی آثار از نظامی به نظام دیگر قدم بگذارند.

گروه اجتماعی‌ای که مشخص‌ترین هویت ادبی را دارا باشد همانا گروه فرهنگی است. وانگهی ما دیدیم که دستهٔ «فرهیختگان» منشأ خودِ مفهوم ادبیات است. فرهیختگان که در اصل کاست بسته‌ای را تشکیل می‌دادند، در روزگار ما نه طبقه هستند، و نه قشر اجتماعی و نه حتی گروه اجتماعی ـ حرفه‌ای معیّن. می‌توان فرهیختگان را به اشخاصی تعریف کرد که آموزش فکری دارند و از تربیت زیباشناختی نسبتاً عمیقی برخوردارند و همین به آنان امکان می‌دهد که صاحب قضاوت ادبی شخصی باشند زیرا فرصت کافی برای مطالعه دارند و امکان خرید مرتب کتاب برای آنان فراهم است. توجه داشته باشیم که تعریف بالا تعریفی بالقوه و نه واقعی است: بسیاری از فرهیختگان هیچ‌گونه عقیده و رأی ادبی ندارند،

هرگز کتاب نمی‌خوانند، هرگز کتاب نمی‌خرند، ولی *امکان این هر دو کار را دارند*.

این گروه فرهیختگان در قدیم همان اشرافیت بوده است. بعدها به صورت بورژوازیِ با فرهنگ که تکیه‌گاه فرهنگی آن آموزش متوسطه کلاسیک بود، درآمد. در حال حاضر بخشی از صاحبان مشاغل فکری (به‌ویژه کارمندان آموزش و پرورش که قسمت مهمی از فرهیختگان را تشکیل می‌دهند)، صاحبان مشاغل هنری و قسمتی (البته ضعیف) از صاحبان مشاغل دستی که آموزش ابتدایی یا جدید را دیده‌اند، نیروهای عمدهٔ فرهیختگان را تشکیل می‌دهند. این گروه همانی است که ما به نام «محیط ادبی» خوانده‌ایم و اکثر نویسندگان برخاسته از همین محیط‌اند. همچنین کلیهٔ شرکت‌کنندگان در پدیدهٔ ادبی، از نویسنده گرفته تا استاد تاریخ ادبیات، از ناشر تا منتقد ادبی به همین محیط تعلق دارند. این اشخاص که «بار ادبیات را به دوش می‌کشند» همگی در زمرهٔ فرهیختگان هستند. پدیدهٔ ادبی خاص فرهیختگان ـ همان‌طور که در بررسی مکانیسم عمل نشر دیدیم ـ در شبکهٔ بسته، در درون گروه انجام می‌پذیرد.

در برابر شبکهٔ فرهیختگان، نظامهای توزیعی دیگری وجود دارد که ما آنها را (چون کلمهٔ بهتری پیدا نکردیم) شبکه‌های مردمی می‌نامیم. این نظامها برای خوانندگانی پی‌ریزی شده‌اند که آموزش، *ذوق* ادبی مشهودی را در وجودشان بیدار کرده، امّا قضاوت روشن و مدلّلی را در آنها پدید نیاورده است و اوضاع کار و زندگی آنها طوری است که مطالعه برایشان ناراحت‌کننده یا غیرعادی است و درآمدشان نیز امکان خرید مرتب کتاب را به آنان نمی‌دهد. این خوانندگان گاهی به خرده‌بورژوازی تعلق دارند ولی بیشتر، از کارمندان، کارگران دستی و کشاورزان هستند. نیازهای ادبی آنان مانند نیازهای خوانندگان شبکه فرهیختگان است با همان اهمیت، همان نوع و همان کیفیت، ولی این نیازها همواره *از بیرون* ارضاء می‌شود. این افراد خود هیچ وسیله‌ای برای شناساندن واکنشهای خود به مسئولان تولید ادبی، نویسندگان یا ناشران، در اختیار ندارند. در حالی که کتاب‌فروشیهای فرهیختگان محل مبادله است، فروشگاههای اصلی کتاب برای

شبکه‌های مردمی فقط «محل عرضهٔ» کتاب یا محل ساده فروش هستند[۱]. افراد این شبکه در بازی ادبی نقشی ندارند.

۲. شبکهٔ فرهیختگان

مثال یک کتاب‌فروشی متوسط را بزنیم که در تمام شهرهای دنیا هزاران نوع آن وجود دارد. کل موجودی مؤثر آنها ۵۰۰۰ تا ۶۰۰۰ عنوان است و اغلب یک یا در صورت لزوم دو نسخه از هر عنوان در آن پیدا می‌شود. از این مقدار، ۴۰۰ عنوان در ویترین و ۱۲۰۰ عنوان روی پیشخوانها و قفسه‌های درون کتاب‌فروشی جای می‌گیرد.

تولید کتاب در فرانسه در حدود ۲۰۰۰۰ تا ۲۲۰۰۰ عنوان در سال است. حتی اگر بازار کتاب رونق داشته باشد و موجودی کتابها به سرعت تجدید بشوند، نمی‌توان انتظار داشت که در این کتاب‌فروشیها جز بخشی از این عناوین پیدا بشود و تازه فقط مقداری از این بخش روی پیشخوانها و قفسه‌های داخل به مشتری‌ای که علاقهٔ کافی نشان داده و به درون کتاب‌فروشی قدم‌گذارده یعنی در شبکه تجاری کتاب‌فروشی وارد شده‌اند عرضه می‌شود تنها قسمت بسیار ناچیزی از این بخش از مقدار است که در طول زمان نسبتاً کوتاهی در ویترینها در برابر چشم همگان قرار می‌گیرد.

این بدان معناست که کتاب‌فروش، همچون ناشر، از بین انبوه نوشته‌هایی که به او پیشنهاد می‌شود، آن چیزی را برمی‌گزیند که به نظر خودش برای مصرف خوانندگانی محدود مناسب می‌آید. انتخاب کتاب‌فروش با انتخاب ناشر تفاوت دارد زیرا خوانندگان مورد نظر ناشر، خوانندگان فرضی کتابهای او هستند اما خوانندگان مورد نظر کتاب‌فروش خوانندگان واقعی هستند که مستقیماً خود را نشان می‌دهند، یعنی مشتری او هستند. تفاوت دیگر این است که دست‌نوشتهٔ مؤلف را وقتی ناشر رد می‌کند، وجود ادبی پیدا نمی‌کند، در حالی که کتابی که فلان کتاب‌فروش به فروش نمی‌رساند، هم‌اکنون وجود دارد و همچنان وجود خواهد داشت. به عبارت دیگر،

---

۱. *اطلس کتاب‌خوانی در شهر بوردو* در «مرکز جامعه‌شناسی پدیده‌های ادبی بوردو»، وجود دو نوع شبکه را روی نقشه نشان می‌دهد.

انتخاب ناشر ادبیات را *می‌سازد* در حالی که انتخاب کتاب‌فروش سلسله‌مراتبهایی را در ادبیات ایجاد می‌کند.

کتاب‌فروشیهایی هستند که کل موجودی و به‌ویژه نظام تهیهٔ کتاب[۱] آنها طوری است که به هر نوع تقاضایی پاسخ می‌دهد، ولی این قبیل کتاب‌فروشیها انگشت‌شمارند. آماری از سال ۱۹۴۵، مندرج در *تک‌نگاری چاپ*، در فرانسه، ۲۰۳ «کتاب‌فروشی فراگیر» را برمی‌شمرد. این رقم فقط اندکی فزونی گرفته است.

در فرانسه، کتاب‌فروشی به صورت نسبتاً ابتدایی خود باقی مانده است. با این همه در سالهای ۱۹۷۰ کتاب‌فروشیهایی از نوع «فضای بزرگ» که فناک (F.N.A.C.) شناخته‌شده‌ترین نمونهٔ آن است، گسترش یافته است. نظام تجاری این گونه کتاب‌فروشیها و موجودی عظیمی که در اختیار دارند و به صورت سلف‌سرویس عمل می‌کنند، به آنها امکان می‌دهد که برای مشتریان خود تخفیفهای چشمگیری قائل بشوند. آزادسازی بهای کتاب در سال ۱۹۷۹ وضعی ایجاد کرد که کتاب‌فروشیهای سنتی و به‌ویژه کتاب‌فروشیهای متوسط و کوچک دیگر نتوانستند در برابر رقابت تاب بیاورند. قانون لانگ در سال ۱۹۸۱ دوباره قیمت کتاب را تثبیت کرد، اما خیلی کار داشت تا این قانون بتواند مسائل اقتصادی کتاب‌فروشی را که وخیم‌ترین آن تهیهٔ کتاب بود، حل کند. کشورهای سوسیالیستی در شهرهای اصلی خود «خانه‌های کتاب» تأسیس کردند که در آنها کتابها تا سرحد ممکن جور هستند و کتاب‌فروشیها می‌توانند از آنجا کتاب تهیه کنند[۲].

---

۱. کتاب‌فروشی که به ناشر کتاب سفارش می‌دهد در پی این است که مخارج حمل آن را که ممکن است بخش اعظم درآمد وی را ببلعد کاهش دهد. بدین جهت کتاب‌فروشیهای بزرگ حق‌العمل‌کارانی را استخدام می‌کنند که ارسال بسته‌ها را به صورت هماهنگ و یکجا انجام می‌دهند. البته این مسئله برای کتاب‌فروشیهایی که در نزدیکی انبارهای ناشران قرار دارند یا برای آنهایی که به خود ناشران متعلق هستند مطرح نمی‌شود. در برخی از کشورها (هلند، دانمارک، نروژ، سوئیس) مراکز تعاونی برای ارسال و توزیع کتاب به وجود آمده است.

۲. در اتحاد جماهیر شوروی، بنگاههای انتشاراتی به دولت یا به سندیکاها تعلق دارند. مهم‌ترین این بنگاهها همان سندیکای نویسندگان است. توزیع در این بنگاهها را وزارت فرهنگ به صورت متمرکز انجام می‌دهد که ۲۵۰۰۰۰ کتاب‌فروشی کشور را تغذیه می‌کند و بخش فروش مکاتبه‌ای و کتابخانه‌ها را نیز زیر نظر دارد.

ادارهٔ امور اقتصادی کتاب‌فروشی آسان نیست. بار سنگین و همیشه تهدیدکنندهٔ کتابهای به فروش نرفته ممکن است با چند ماه سیاست خرید ناشیانه، سرمایهٔ اولیه را به‌کلی بر باد دهد. از این روست که کتاب‌فروشیهای بزرگ، صرف‌نظر از اهمیت آنها، مجبورند با مشتریان خود رابطه شخصی برقرار کنند و این کار را با ارسال دوره‌ای و منظم کاتالوگ برای مشتریانی که نامشان در دفتر کتاب‌فروشی ثبت شده، یا با تماسهای چهره به چهره، یا با تخصصی کردن بعضی قفسه‌ها یا شعبات خود و همچنین با اجازه دادن به مشتریان احتمالی برای «تورق کتاب» در میان قفسه‌ها، انجام می‌دهند[۱]. به همین جهت مناطقی که برای باز کردن کتاب‌فروشیهای فراگیر مناسب به شمار می‌آیند مناطق شهری‌ای هستند که وجود دانشگاه در آنها زندگی فکری پرشوری را در پی دارد: مثلاً در فرانسه به ترتیب اهمیت می‌توان از محلات ششم، هشتم، هفتم و پنجم پاریس و شهرهای لیل، لیون، بوردو، مارسی، استراسبورگ، تولوز و غیره نام برد.

توزیع کشوری کتاب «ادبی» در کتاب‌فروشیهای متوسط صورت می‌گیرد. در فرانسه می‌توان ۳۵۰۰ کتاب‌فروشی از این دست سراغ کرد که به نسبت جمعیت، یک کتاب‌فروشی برای ۱۲۰۰۰ نفر می‌شود. این رقم بی‌شک یکی از بالاترین ارقام در جهان است[۲]. در واقع در برخی کشورها تعداد *محلات فروش* ممکن است از این هم بیشتر باشد، اما در اینجا صحبت ما بر سر کتاب‌فروشیهایی است که سیاست تجاری اصیل و مستقلی دارند.

---

۱. کتاب‌فروشی ژی‌بر (Gibert) در فرانسه نمونه عالی برای کاربرد این روشهای تجاری است.

۲. در *تک‌نگاری چاپ* برای سال ۱۹۴۵، ۲۰۳ کتاب‌فروشی فراگیر، ۲۶۱۱ کتاب‌فروشی متوسط، ۴۹۷۶ کتاب‌فروشی کوچک و تعداد محلات فروش ۱۷۰۰۰ ذکر شده است. *Books for all*، برای سال ۱۹۵۲ از ۳۵۳۵ کتاب‌فروشی «واقعی» که به طور متوسط هر یک ۱۲ نفر را در استخدام دارند و از ۱۲۷۸۰ کتاب‌فروشی با احتساب روزنامه‌فروشیها یاد می‌کند. برای همین سال *سالنامهٔ آماری فرانسه* تعداد مؤسساتی را که به فروش کتاب نیز دست می‌زنند (طبقه‌بندی اعشاری ۷۶۴) ۷۳۴۸ ذکر می‌کند که از این تعداد کارکنان ۵۶۹۰ مؤسسه کمتر از ۶ نفر است. این آمار دشواری بزرگ ارزیابی در امر کتاب‌فروشی را به دلیل نبود ملاکهای درست، نشان می‌دهد.

این استقلال و آزادی عمل مستلزم آن موجودی کتابی است که نه چنان کم باشد که معاملات تجاری را غیر ممکن سازد و نه آن قدر زیاد که سرمایهٔ بی‌حدی را بخواباند. همان‌طور که در بالا ملاحظه کردیم، کتاب‌فروش با توجه به مشتریان خود این موجودی کتاب را تهیه می‌کند. با مشاهدهٔ ویترین کتاب‌فروشی می‌توان حدس زد که در نزدیکی آن دانشکده، کلیسا، دبیرستان، کارخانه یا تماشاخانه‌ای وجود دارد و حتی می‌توان خطوط کلی ساختار اجتماعی ـ حرفه‌ای اهالی محل را ترسیم کرد.

تخصصی شدن یکی از روشهایی است که کتاب‌فروشی متوسط با آنها به فعالیت خود جهت می‌دهد و آن را محدود می‌سازد. مورد نمونه و متداول آن کتاب‌فروشی سنتی است که در جوار مؤسسهٔ آموزشی دائر می‌شود. اغلب اوقات همراه با کتاب نوشت‌افزار هم به فروش می‌رسد. در بسیاری از موارد، صورت کتابهایی که در کلاسهای مختلف تدریس می‌شود با توافق مؤسسه آموزشی با کتاب‌فروشی که نوع و میزان سفارشات لازم را از پیش می‌داند، فراهم می‌شود. چنین نظامی برای مؤسسه آموزشی این فایده را دارد که تقاضاهایش فوری براورده می‌شود. هر بار که کتاب‌فروشی در تماس با سازمانی اجتماعی قرار می‌گیرد که برای کار خود به مطالب خواندنی منظم و قابل پیش‌بینی نیاز دارد، چنین همکاریهای سودمندی بین آنها ایجاد می‌شود. در کنار کتاب‌فروشیهای سنتی، کتاب‌فروشیهای فنی، دینی، پزشکی و غیره نیز وجود دارند که مبادلات در آنها در دایرهٔ بستهٔ یک جمع محدود صورت می‌گیرد.

نوع دیگر تخصصی شدن، برپایی کتاب‌فروشی آثار هنری است که اغلب کتابهای دست‌دوم را هم به فروش می‌رساند. حدود ۷ یا ۸ درصد از کتاب‌فروشیهای متوسط منحصراً به کار فروش کتابهای دست‌دوم می‌پردازند ولی بازار این‌گونه کتابها در حال حاضر قابل آمارگیری نیست: تحقیقات جالبی را می‌توان در این زمینه نیز آغاز کرد. از آنجا که بازار کتابهای دست‌دوم محدود به تعدادی از علاقه‌مندان است، در مصرف صرفاً ادبی ـ جز در موارد خاصی که بعداً از آن سخن خواهیم گفت ـ چندان اهمیتی ندارد.

کتاب‌فروشیهای متوسط که به فروش کتب ادبی تازه می‌پردازند خیلی منظم‌تر از کتاب‌فروشیهای فراگیر در سطح شهر پخش شده‌اند. هر شهر کوچک و نسبتاً مهم،

کتاب‌فروشیهای متوسطِ خاص خود را داراست. مثلاً در استان ژیروند نسبت آنها برای منطقهٔ بوردو یکی برای هر ۱۰۰۰۰ نفر و برای مجموع استان یکی برای هر ۱۱۰۰۰ نفر است.

اما در واقع، کتاب‌فروشی متوسط، به محض آنکه از حیطهٔ آثار کارکردی بیرون می‌آید، دیگر جز با اقشار اجتماعی بسیار معینی سروکار ندارد. به‌ویژه با طبقهٔ کارگر یا طبقه کشاورز پیوندی برقرار نمی‌کند. همان‌طور که بنینیو کاسه‌رس می‌گوید: «کتاب‌فروشیهایی که رمانهای سطح بالا می‌فروشند [...]، جز در موارد بسیار استثنایی، در سر راه کارگران قرار نمی‌گیرند»[1]. کارگران در مسیر عادی و روزمرهٔ خود به دکهٔ روزنامه‌فروشی، سیگارفروشی، مغازه‌های ارزان‌قیمت و بساطیها برمی‌خورند و احتمالاً در همین جاهاست که مطلبی هم برای خواندن پیدا می‌کنند.

جالب خواهد بود اگر ما ویترین کتاب‌فروشی متوسط را با ویترین دکه‌ای در همان حوالی ـ مانند دکه‌های روزنامه‌فروشی یا سیگارفروشی ـ مقایسه کنیم. این دو ویترین بخشی از عناوین را به طور مشترک دارند مثلاً انواع آثاری که خوانندگان بسیار گسترده دارند مانند رمان پلیسی، کتابهای *پرفروش* که تیراژ آنها از «مرز ۱۰۰۰۰۰» بالا رفته، آثار بزرگ کلاسیک که با چاپهای ارزان‌قیمت به بازار آمده و غیره. امّا حجم مخازن کتاب در این دو به‌کلی متفاوت است. هیچ کس به این فکر نمی‌افتد که از دکه سیگارفروشی سراغ اثری از شارل پگی را بگیرد و یا آخرین «رمان عشقی» را که به تازگی به بازار آمده از کتاب‌فروشی بخواهد. نکتهٔ وخیم‌تر آنکه کارگر و روشنفکری که هر دو می‌خواهند *ماژور تامپسون* را بخرند به محل واحدی مراجعه نمی‌کنند.

متوجه باشیم که اکثریت عظیم کتاب‌فروشیهای متوسط با همان چیزی که ما شبکهٔ ادبیات فرهیختگان خوانده‌ایم مطابقت دارند، یعنی همان ادبیاتی که بعدها جای خود را در کتب تاریخ ادبیات پیدا (یا جستجو) خواهد کرد. مشتریان این ادبیات را به‌ویژه افراد بورژوازی آموزش‌یافته و صاحبان مشاغل آزاد و هنری یا روشنفکران یعنی خوانندگان بالقوه‌ای که در فرانسه بالغ بر یک تا سه میلیون نفرند،

۱. *اخبار اجتماعی*، ژانویه ۱۹۵۷: چگونه کتاب را به خواننده برسانیم؟ ص ۱۰۷. آقای کاسه‌رس متخصص آموزش مردمی است.

تشکیل می‌دهند. البته در همین کشور جمعیت واقعی کتاب‌خوان بالغ بر ۳۰ میلیون نفر می‌شوند.

با بررسی فهرست آثار فرانسوی که تیراژ آنها از ۱۰۰۰۰ نسخه در سال ۱۹۵۶ بالاتر رفته و *اخبار ادبی*[1] منتشر ساخته می‌توان دریافت که شبکهٔ ادبیات فرهیختگان تا چه حد محدود است. این فهرست کامل نیست، روشن است که تقریباً همه آثاری را که اصل خوراک سالیانهٔ ادبی «فرهیختگان» فرانسویان را فراهم می‌آورند، دربر می‌گیرد. از این فهرست می‌توان به واقعیتهای زیر پی برد:

۱. کلیه نسخ آثاری که در این فهرست آمده، از ۱۵۰ میلیون نسخه‌ای که نشر فرانسه در همین سال بیرون داده، بر ۴۳۰۰۰۰۰ نسخه یعنی به ۳٪ آن بالغ می‌شود؛

۲. این فهرست حاوی ۱۶۶ عنوان از ۳۰۰۰ عنوانی است که در تولید فرانسه در سال ۱۹۵۶ به نام «عنوان ادبی» نشر یافته است یعنی ۳/۵٪؛

۳. در این فهرست نام ۱۹ ناشر از ۷۵۰ ناشر که در سال ۱۹۵۶ به‌راستی فعال به حساب می‌آمدند برده شده است، یعنی ۲/۵٪.

البته ما در اینجا نه کتب کارکردی را به حساب آوردیم و نه کتب نیمه‌موفق یا ناموفق و یا کتب ادبی جهان‌شمول (از نوع رمان پلیسی) را که بیشتر کتاب‌فروشها از آن تأمین معاش می‌کنند. ولی همین اطلاعات کافی است تا معلوم شود که آنچه حیات ادبی کشوری مانند فرانسه نامیده می‌شود (کشوری که حیات ادبی در آن به‌ویژه فعال است) بازی‌ای است که بین تعداد محدودی از شرکت‌کنندگان جریان دارد.

کتاب‌فروش بی‌آنکه همیشه متوجه باشد، یکی از شرکت‌کنندگان در این بازی است. توازن تجاری لازم برای کار او، وی را مجبور می‌سازد که نه فقط هوشیاری دائم به تولید داشته باشد (به‌خصوص با خواندن تازه‌های نشر که منقدان توجه او را به آنها جلب می‌کنند)، بلکه نگران واکنشهای مشتریان خود که اغلب نظر او را می‌خواهند نیز باشد. او که به طور کلی، در محله یا شهر خود، شخصیت معتبری به حساب می‌آید برای *محافل فکری* محل نقش مشاور در امر مطالعه را ایفا می‌کند: سنجشهایی که به عمل

1. *Les Nouvelles littéraires*, 31 janvier 1957.

آمده نشان می‌دهند که توصیه کتاب‌فروش یکی از عوامل تعیین‌کنندهٔ *شروع* موفقیت کتاب است (البته ادامهٔ موفقیت اثر از حیطه کنترل او خارج است). از سوی دیگر او برای ناشر حکم دماسنج را برای تعیین میزان محبوبیت اثر دارد: مثلاً در فرانسه، ناشرانی که دل به دریا بزنند و مهر تحریم کتاب‌فروشها در مورد مجموعه قصه یا داستان را (که دلایل تجاری آن هم کاملاً روشن است) بشکنند، بسیار کمیاب‌اند.

برای آنکه در مورد شبکه فرهیختگان چیزی را ناگفته نگذاشته باشیم باید از آخرین حلقهٔ پیوند یعنی منتقد ادبی هم سخن بگوییم. نویسندگان اغلب به آنها بد می‌گویند و ناشران هم گویی از آنان بیم دارند. منتقدان نه لایق این همه افتخارند و نه مستحق آن همه تحقیر. نقش حقیقی منتقد ادبی این است که مشتی از خروار و نمونه‌ای از آراء خوانندگان باشد. منتقد از همان محیط اجتماعی‌ای برمی‌خیزد که خواننده شبکهٔ فرهیختگان برخاسته و او نیز همان تربیت را گرفته است. همه نوع آدمی با هر گونه عقیدهٔ سیاسی، دینی، زیباشناختی، با هر خلق و خویی در میان آنان یافت می‌شود. این خصوصیات را درست می‌توان در خوانندگان هم پیدا کرد، ولی بین آنها اشتراک فرهنگ و سبک زندگی هم وجود دارد. حتی اگر قضاوتهای منتقدان را در مورد آثار کنار بگذاریم، همین که می‌بینیم او بعضی آثار را به نقد می‌کشد و در مورد بعضی دیگر سکوت اختیار می‌کند، خود انتخاب معناداری است: کتابی «که درباره‌اش حرف می‌زنند»، خوب یا بد، کتابی است که از نظر اجتماعی به نیاز گروهی از افراد پاسخ می‌دهد. اگر رایج‌ترین اشتباه نقد، سکوت دربارهٔ آثاری است که «پرفروش» به نظر می‌رسند (برعکس این امر به‌ندرت اتفاق می‌افتد)، مشخصاً برای این است که آثار *پرفروش* همان‌گونه که دیدیم از حد یک گروه اجتماعی خاص بسیار فراتر می‌روند.

اینکه ادعا می‌شود شخص منتقد ذوق مردم را تربیت می‌کند در واقع چیزی نیست جز بیان آشکار اعتقادهای خشکی که بر رفتار فرهیختگان حاکم است. کافی است ما به خوانندگان روزنامه‌هایی که منتقدان بزرگ «خلاق» در آنها چیز می‌نویسند، توجه کنیم تا دریابیم که این منتقدان برای مریدان خود موعظه می‌کنند و نه برای کسانی که احتمالاً نیاز به «تربیت» یعنی آموزشی از نوع خود آنها دارند. مسلّم است که نفوذ بعضی از منتقدان (به‌ویژه آنانی که در روزنامه‌های شهرستانی می‌نویسند و

مخاطبانشان هنوز چندان شکل نگرفته‌اند) به آنها امکان می‌دهد که بر انتخاب خوانندگان تأثیر بگذارند، اما تحقیقات این موضوع را نیز ثابت کرده‌اند که این نفوذ از نفوذ کتاب‌فروش و به‌خصوص از نفوذ مشاورانی که بیش از همه از آنها یاد می‌شود مانند فلان پسرعمو در پاریس، فلان معلم ده یا فلان کشیش محله بیشتر نیست[۱].

انتقاد، برای ناشر ارزش عینی همان عقیدهٔ ادبی‌ای را دارد که خود انتقاد سخنگوی آن است. انتقاد مقدماتی‌ای که کمیته‌های قرائت در بنگاههای انتشاراتی از اثر به عمل می‌آورند بر اساس نقد رایج انجام می‌گیرد و هر ناشری مایل است که اعضای کمیته قرائت او نمودار خوانندگان فرضی‌ای باشند که مبنای گزینشهای او خواهند بود.

پس شبکه ادبیاتِ فرهیختگان معرف زنجیره‌ای از گزینشهای پی‌درپی است که همدیگر را محدود می‌سازند. انتخابی که ناشر از میان دست‌نوشته نویسندگان به عمل می‌آورد انتخاب کتاب‌فروش را که خود به تحدید انتخاب خواننده دست می‌زند، محدود می‌سازد، و انتخاب خواننده که از طرفی به واسطه کتاب‌فروش به بخش تجاری منتقل می‌شود و از طرف دیگر نقد به بیان و تفسیر آن می‌پردازد و سپس کمیته قرائت آن را به کار می‌گیرد و بسط می‌دهد، به نوبه خود، انتخابهای بعدی ناشر را تحدید می‌کند و در نتیجه سطح امکاناتی را که می‌توان به نویسندگان احتمالی داد پایین می‌آورد.

این تأثیر متقابلِ منفی، شرکت‌کنندگان در این بازی را در دایره بیش از پیش تنگ و بسته‌ای محبوس می‌سازد. تمرکز استعدادها و امکانات مادی در این حوزهٔ اجتماعی بسیار محدود، به اسرافکاری اسف‌باری می‌انجامد. هرچند خیلی کم اتفاق می‌افتد که کمیته‌های قرائت استعداد بزرگی را هیچ وقت به‌کلی نادیده گرفته باشند، مسلم است که بسیاری از آثار عالی به علت توزیع نارسا در آغاز کار، از موقعیتی که درخور آن بوده‌اند برخوردار نشده‌اند.

---

۱. صحت این اطلاعات که نتیجه همه‌پرسیهاست باید ثابت شود و تازه فقط مربوط به فرانسه است. ناشر آلمانی اوژن دیه دریچ با تحقیقی که در حدود سال ۱۹۳۰ براساس پرسشنامه انجام داد، عکس آن را ثابت کرد. در این تحقیق نقد آثار بر انتخاب ۱۷ تا ۱۸٪ خوانندگان، توصیهٔ دوستان و اقوام بر ۱۴ تا ۱۷٪ و توصیه کتاب‌فروش فقط بر ۵ تا ۷٪ آنها تأثیر داشته است.

ناکامیهای زیادی که گریبان بزرگ‌ترین ناشران را می‌گیرد (که ممکن است تا ۶۰ یا ۷۰٪ عناوین منتشر شدهٔ آنها را شامل گردد)، آن هم در کشوری که ۸۰٪ مردم آن از نظر فرهنگی دچار سوءتغذیه هستند، نشان‌دهندهٔ این واقعیت است که توزیع در شبکه‌های بسته پشت همان سکّه‌ای است که روی آن هرز دادن امکانات یا عقیم گذاشتن استعدادهاست.

۳. شبکه‌های عام

بخش اعظم توزیع تجارتی نوشته‌هایی از نوع ادبی در بین توده‌ها را «مراکز پخش کتاب» و جاهایی مانند دکه‌های سیگارفروشی یا دکه‌های روزنامه‌فروشی که در کنار کار اصلی خود به فروش کتاب هم می‌پردازند، انجام می‌دهند. برحسب آنکه ما محلات فروش فرعی مانند قفسه‌های سوپرمارکت را به این مکانها اضافه کنیم یا نه، در فرانسه تعداد آنها از ۴۰۰۰ تا ۱۸ یا ۲۰۰۰۰ تغییر می‌کند. در واقع این مکانها حساب و کتاب مشخصی ندارند و مشکل بتوان حداقلِ ضابطه ثابتی را برای آنها در نظر گرفت. در واقع باید بساط موسمی کتاب‌فروشیهای حاشیهٔ رود سن، عرضه کتاب در بازارهای روز یا به دست دوره‌گردها و از این قبیل را به حساب آورد: بر اساس بعضی از شاخصها می‌توان اندیشید که تعداد کل محلات فروش با محاسبه انواع کتاب‌فروشیها، تقریباً به ۱۰۰۰۰۰ خواهد رسید[۱]!

چنین رقمی بدون شک توزیع حداکثر را در کشور فراهم می‌آورد. در

۱. ما در این رقم بعضی از نقاط فروش را که مدتی طولانی از سال به فعالیت می‌پردازند مانند بازارهای موسمی، بازارهای روز، جشنها و اعیاد محلی و غیره را به حساب می‌آوریم. مقایسهٔ نقشهٔ مکانهایی که در آنها کتاب به فروش می‌رسد با نقشهٔ کتاب‌فروشیهای بزرگ تفاوتهای عجیبی را نشان می‌دهد. در حالی که کتاب‌فروشیهای بزرگ به‌خصوص (خارج از پاریس) در شمال، رَن سفلی، رُن، ژیروند، بوش دورُن (استانهای دانشگاهی)، زیادند، به نظر می‌رسد که در جنوب (و به‌خصوص در جنوب شرقی) با توجه به سه هسته بسیار متراکم در رُن، پی‌رنه علیا و گارون علیا، بوش دورُن، وار و آلپ ماری تیم شمار کتاب‌فروشیهای کوچک به حد اعلی می‌رسد. جالب خواهد بود اگر این توزیع را با داده‌های اقتصادی و جمعیتی دیگر مقایسه کنیم.

ایالات متحده که تعداد کتاب‌فروشیهای بزرگ و متوسط، نسبت به میزان جمعیت سه یا چهار بار کمتر از فرانسه است، *دراگ استورها* در شهرها و *فروشگاههای عمومی* در محیطهای کوچک، شبکه تجاری بسیار گسترده‌ای را فراهم می‌آورند که انتشاراتیها از آن بهره می‌گیرند. از سوی دیگر، پیوند تجارت کتاب با تجارت سایر کالاها (نوشت‌افزار معمولی، روزنامه‌ها، سیگار و توتون، اغذیه) کتاب را در مسیر زندگی روزمره قرار می‌دهد. دیگر نیازی به زحمت رفتن به کتاب‌فروشی نیست. این زحمت برای خواننده موقعی کمتر هم می‌شود که کتاب را در موقع فراغت پیش‌روی او بگذارند: در دکه‌های روزنامه‌فروشی، در ایستگاه راه‌آهن، در دکه‌های سیگارفروشی، نزدیک درهای خروجی محل کار، در بساط دست‌فروشها، یا حتی درِ خانه در بساط دوره‌گردها.

دوره‌گردی شغلی است که در پی رشد وسایل ارتباطی سریع در جامعه‌های ما محو می‌شود، اما در کشورهایی که توزیع کتاب هنوز هم پاسخگوی نیازهای فرهنگی جدید توده‌ها نیست، به‌ویژه در امریکای لاتین وجود دارد و نقش مهمی بازی می‌کند. در چین، رژیم کمونیستی دوره‌گردی را حتی به نظام رسمی توزیع افزوده است. در کتاب پیش‌گفتهٔ شارل نیزار تحت عنوان *تاریخ کتابهای عامیانه یا ادبیات دوره‌گردی* اطلاعات ارزشمندی را در مورد «شبکه دوره‌گردی» در فرانسه در اواسط قرن نوزدهم، و مراکز اصلی تولید آن می‌یابیم. در این مراکز (پاریس، تروا، اپینال، نانسی، شاتیون سورسن، تور، لومان، لیل و غیره) ناشران متخصص به کار مشغول‌اند.

بخش مهم ادبیات دوره‌گردی از سالنامه‌های بی‌شماری تشکیل می‌شود که از آن میان سالنامهٔ *تقویم ورمو* یا *سالنامهٔ آشت* هنوز هم وجود دارند و با وجود چندین بازبینی که در آنها انجام گرفته ویژگیهای اساسی خود را البته با نکته‌گوییهایی با ساده‌لوحیهای کمتر، حفظ کرده‌اند. در کنار این سالنامه‌ها در کوله‌پشتی این دوره‌گردها، کتابهای ستاره‌شناسی و سحر و جادو (برای خانمها)، مجموعه کلمات قصار و حکایات شیرین، آثاری در باب توصیه‌های دینی، اخلاقی، احساسی و عملی، همراه با چند راهنمای آشپزی یا طب، شرح سرگذشتها یا سفرها، رمانهای احساساتی، آثار کلاسیک ادبی که چندین نسل را تغذیه کرده و اغلب اقتباس یا خلاصه شده‌اند و همیشه و در همه جا تصاویر چشم‌نواز پیدا می‌شود. با این توصیف به راحتی می‌توان متوجه شد که چگونه در اواسط قرن بیستم مجلات بانوان،

طالع‌بینیهای همراه با توصیه‌های عاطفی و رمانهای عشقی و تصاویر وسوسه‌انگیز و تحریک‌آمیز جای ادبیات دوره‌گردی را گرفته است.

همه‌جا، در شبکه‌های توزیع عام، در کنار مطبوعات روزانه یا هفتگی که ـ همان‌گونه که ملاحظه شد ـ در اغلب کشورها بخش اعظم مطالب خواندنی را تشکیل می‌دهند، کتاب نیز یافت می‌شود. این مطبوعات جای شیوه‌های قدیم توزیع شفاهی را گرفته است (این شیوه‌ها هم در حال حاضر با پیدایش تکنیکهای سمعی ـ بصری سینما، رادیو و تلویزیون که کتاب عامیانه نیز با آنها پیوند نزدیک دارد تا حدودی انتقام گذشته را می‌گیرند. بنابراین طبیعی است که مکانیسم توزیع کتاب عامیانه از نوع «مرکز پخش مطبوعات» باشد تا از نوع کتاب‌فروشی. همهٔ ابتکار در دست توزیع‌کنندگان عمده قرار دارد. خرده‌فروش دیگر کسی جز امانت‌دار چند نسخه نیست.

دیدیم که بسیاری از ناشران بخشی از کارهای تجاری خود را به شرکتهای تخصصی که مشهورترین و توانمندترین آنها در فرانسه، مرکز پخش اَشت است، واگذار می‌کنند. این شرکتها برای کتاب نیز مانند مطبوعات، نظامی را به کار می‌گیرند که به‌ویژه مبتنی است بر *امانت‌گذاری عام* تعدادی از نسخ نزدِ فروشندگان سهمیه‌دار و طبیعتاً پس گرفتن نسخه‌های فروش‌نرفته.

نظام *امانت‌گذاری* را ناشران و بعضی کتاب‌فروشان شبکه فرهیختگان (البته نه به طور انحصاری) اعمال می‌کنند و حکم سنگی را دارد که در تاریکی انداخته می‌شود. پس از انتشار کتاب، توزیع‌کننده بخشی از آن را (۳۵۰۰ تا ۵۰۰۰ نسخه در فرانسه) در محلات فروشی که در نظر گرفته، می‌فرستد. این موضوع به ما نشان می‌دهد چرا در پیشخوان دکهٔ ایستگاه راه‌آهن ممکن است به همان مقدار «کتابهای تازه» پیدا شود که در یک کتاب‌فروشی بزرگ در مرکز شهر. ولی اغلب این کتابهای تازه، دیر یا زود، به صورتی کم و بیش رنگ و روباخته راه انبار را در پیش می‌گیرند.

در مورد اقلام امتحان پس داده و با فروش مطمئن مانند رمانهای پلیسی یا «رمانهای عشقی» ـ که بعداً از آن صحبت خواهیم کرد ـ انتشار آنها در یک مجموعه و با فاصله‌های معیّن انجام می‌گیرد و توزیع آنها هم شکل فروش از راه آبونمان را پیدا می‌کند. هر امانت‌دار، تعداد نسخی را که به فروش خواهد رسانید حدوداً

می‌داند و در نتیجه مقدار مورد نیاز خود را فراهم می‌کند.

انبوه انتخابهای پی‌درپی که مشخصهٔ شبکهٔ فرهیختگان است ممکن نیست در اینجا وجود داشته باشد. «بازگشت» محتملِ خوانندگان به سوی ناشر وجود ندارد. انطباق ضروری کتاب با نیازهای خوانندگان از رهگذر اسلوب مکانیکی یکسان‌سازی صورت می‌گیرد. کافی است نوعی کتاب مورد استقبال مطمئن خوانندگان قرار بگیرد تا کتابهای دیگر از همان نوع پشت سر هم به بازار بیاید و در هر کدام از آنها فقط ترتیب حوادث تغییر کند. شارل نیزار، در اثر خود در مورد ادبیات دوره‌گردی، ریشهٔ قرون وسطایی چنین داستانهای احساساتی را که به وفور در جزوه‌های ارزان‌قیمت دوره‌گردها تکرار می‌شود، نشان می‌دهد. قیمت این جزوه‌ها امروزه به چند برابر افزایش یافته اما داستانها که با ذوق قرن بیستم تنظیم شده، در «رمانهای عشقی» ما به همان صورت باقی مانده: در داستان عاشقانه جدید، ماشین‌نویس جای دختر چوپانی را گرفته است[1]. همین طور کتاب *پاملا* اثر ریچاردسُن که رمان زنانه قرن هجدهم آن را شیرین‌تر و جذاب‌تر کرده (نیزار از مادام کوتن نام می‌برد ولی چنین افرادی بسیارند) به خانواده بسیار گسترده رمانهای دلّی می‌انجامد که به تنهایی نوع ادبی خاصی را تشکیل می‌دهند و رقابت‌ناپذیرترین کتابهای پرفروش چندین نسل بوده‌اند[2]. والتر اسکات ناشر نیازمند، با از سرگیری سنت کهن حماسهٔ مردمی، الگوی اصلی رمان تاریخی را درست کرد که خیلی زود از شبکهٔ فرهیختگان بیرون رفت و به دست آلکساندر دوما و مقلدان معاصر او یکی از محبوب‌ترین آثار در ادبیات عامیانه شد.

در این مکانیسم سرسخت، حرکت طبیعی به طرف تنزل و انحطاط است به جز در مواقعی که، به طور اتفاق، اثری از حصار ادبیات فرهیختگان می‌گریزد و به

---

۱. شارل نیزار از شخصی به نام ربان (Raban) نام می‌برد که ظاهراً در قرن نوزدهم سازنده اصلی (جرأت نمی‌کنیم بگوییم مؤلف) این نوع رمانها بوده است.

۲. در مقاله‌ای دیگر، بنینیوکاسه‌رس در فهرستی از «رمانهای عشقی» که در قفسهٔ کتاب‌فروشیها به آن برخورده به *سرنوشت آ ینس* رمان چاپ نشده‌ای از پاملا اشاره می‌کند. حتی در سال ۱۹۵۷ این نام فریبندگی خود را حفظ کرده است!

محیط اجتماعی گسترده‌تری راه می‌یابد، خبری از تجدید حیات و پیشرفت نیست. این اثر را بی‌درنگ اهل فن می‌قاپند، محتوای مؤثر آن را فوری بیرون می‌کشند و تا زمان رفع کامل تقاضا به تجدید چاپ زنجیروار آن دست می‌زنند و ناگفته نماند که این تقاضا ممکن است قرنها ادامه داشته باشد.

با وجود این، در نسل اخیر، تکنیکهای جدید توزیع انبوه، صورت مسئله را بسیار تغییر داده‌اند. آثاری که ممکن بود در شبکه فرهیختگان محبوس بمانند بیش از پیش، با تکیه به مطبوعات، صفحه، رادیو، تلویزیون یا سینما از این شبکه بیرون می‌زنند.

مورد سینما و تلویزیون رایج‌ترین و بارزترین موارد است. «کتاب این فیلم را بخوانید» از مؤثرترین شعارهای تبلیغاتی شده است. البته عموماً به تماشای فیلم، یا از آن هم بدتر به «داستان فیلم» که تعدادی از مجلات در تهیه آن تخصص پیدا کرده‌اند، اکتفا می‌شود. تنها در پرتو یک تحقیق گسترده می‌توان گفت که سینما و تلویزیون تا چه حدّ عامل یا مانع مطالعه هستند.

برعکس شکی باقی نمانده که صفحه [و نوار] شعر غنایی را که طبیعتاً شفاهی است و بر صفحات کاغذ جلوه نمی‌کند، نجات داده است. از ویلُن تا پره‌وِر، شاعر مردم‌پسند با گرامافون و صفحه‌گذار سکه‌ای محیط واقعی خود را پیدا کرده است.

نقش مطبوعات و رادیو از این هم روشن‌تر است. اگر این رسانه‌ها از راه نقد کتاب، بر خوانندگان «فرهیخته» تأثیر می‌گذارند، با وسایل بی‌نهایت مؤثرتر مانند پاورقیها و کارتنها یا اقتباسها بر مجموعهٔ خوانندگان تأثیر می‌گذارند، در پرتو چند مثال می‌توان فکر کرد که نشر اثر کلاسیک ادبی به صورت کارتن، در یک روزنامه کثیرالانتشار، یا پخش رادیویی یک پاورقی بی‌درنگ سیل خریداران شبکهٔ عامه را به راه می‌اندازد. این تأثیرات باید اندازه‌گیری و مشخص شود.

کارایی رادیو، تلویزیون و سینما در وارد کردن یک اثر در شبکه‌های عامه از یک سو حاصل آن است که این رسانه‌ها اثر را در بوتهٔ آزمایش قابلیت جذب اجتماعی می‌گذارند (گاهی نتیجه کار فاجعه‌بار است) و از سوی دیگر حاصل اینکه اثر را بی‌محابا در زندگی روزمره مردم وارد می‌کنند، آن را بر سر راه روزمره خواننده عادی قرار می‌دهند. عیب کار در این است که همهٔ این امور به طور

یک‌جانبه و بدون دخالت مستقیم خوانندگان که منفعل باقی می‌مانند، انجام می‌شود. این نوعی «ادبیات اعطایی» است.

در اینجا وضع برعکسِ وضع در شبکهٔ فرهیختگان است. در شبکهٔ فرهیختگان، شمار تولیدکنندگان برای عده‌ای که مصرف آنها زیاد نیست بسیار زیاد است و تقاضا در درون نظامی که بر گزینشهای پی‌درپی استوار است بی‌وقفه تجدید می‌شود و این وضع به هرز دادن نیرو و عقیم ساختن استعدادات خلاق می‌انجامد. در شبکه‌های عام، کمبود تولیدی که از نظر اجتماعی مناسب باشد وجود دارد، ابتکار به توزیع‌کننده واگذار می‌شود. تقاضا بسیار گسترده و نامعلوم است و بیان آشکار پیدا نمی‌کند اما به مصرف می‌پردازد. این وضع از طرفی به فرسودگی و تباهی مکانیکی اشکال ادبی می‌انجامد و از طرف دیگر به از دست رفتن آزادی فرهنگی توده‌ها منتهی می‌شود.

مسئله بر سر برقراری تعادل است. بدین جهت کوشش کسانی که سعی دارند جامه سلامت به تن ادبیات «فرهیختگان» بپوشانند یا به آفرینش ادبیات عامیانه حقیقی دست بزنند، در جهت تخریب دیوارهایی به کار می‌افتد که شبکه «فرهیختگان» را از شبکه‌های عام جدا می‌کنند. ما چند فقره از روشهایی را که برای شکستن سدّ اجتماعی ادبیات به کار می‌رود، به طور مختصر بررسی خواهیم کرد.

۴. سدشکنان

می‌توان از چهار نوع روش سخن به میان آورد: روشهای تجاری سنتی، روشهای تجاری غیرمعمول، کرایه کتاب و تصمیم‌گیری برای مردم.

در واقع ساده‌ترین فکر این است که تولید و توزیع شبکهٔ فرهیختگان به شبکهٔ عام تسری داده شود بی‌آنکه روشهای تجاری تغییر کند. در این صورت، راه‌حل، چاپ ارزان‌قیمت آن کتابهایی از شبکهٔ فرهیختگان است که در مراکز عمومی فروش کتاب عرضه‌پذیر هستند. این امر تازه‌ای نیست و کوله‌پشتی دوره‌گردها هم حاوی رمانهای ارزان‌قیمت با امضای دوفو، سویفت، په‌رو، فلوریان، برناردن دوسن

پی‌یر و غیره بود، اما اغلب این کتابها، آثار کلاسیک بوده‌اند و نه آثار جدید. موضوع اساسی این است که اثر خیلی کهنه نباشد و خوانندگان «کم‌پول» هم‌زمان با جمعیت «پرپول» در حیات ادبی مشارکت ورزند. در فرانسه به‌خصوص بین دو جنگ، چندین بار برای رسیدن به این هدف اقدامهایی صورت گرفت. فقط در سال ۱۹۳۵ (ابتدای عصر فروشگاههای زنجیره‌ایِ یک کلام) اولین موفقیت در انگلستان، با کتاب ارزان‌قیمت (شش پنی) از مجموعهٔ «پنگوئن» حاصل آمد.

مجموعهٔ پنگوئن، بیست سال پس از تأسیس، بیش از ۱۰۰۰ عنوان کتاب به چاپ رسانیده بود. (ناگفته نماند که این تعداد بخش بسیار کوچکی از حجم انبوه تولید کتابهای ادبی در انگلستان بود) جلد قرمز و سفید این مجموعه در تمام جهان اشتهار یافته بود. مجموعهٔ «پنگوئن» که در ابتدا از تجدید چاپ آثار تازه منتشر شده با *جلد نفیس* متشکل می‌شد، در حال حاضر گاهی به چاپ آثار دست اول دست می‌زند. به «پنگوئن» معمولی (که در امریکا با جلد مصوّر بیرون می‌آید) «پنگوئن» سبز مخصوص رمانهای پلیسی، «پلیکان» آبی مخصوص مطالعات کارکردی و «پوفن» مخصوص بچه‌ها اضافه شده است. براورد میزان فروش واقعی «پنگوئن»ها غیرممکن است، ولی مجموع تیراژ آن را در سال ۱۹۵۵، ۲۰ میلیون نسخه تخمین زده‌اند. اگر این تعداد درست باشد، ۷ تا ۸٪ تولید انگلستان را دربر می‌گیرد.

به هنگام جنگ جهانی دوم، لزوم توزیع کتاب بین نظامیها، و سپس نیاز به تبلیغات، ایجاد مجموعه‌هایی شبیه «پنگوئن» را در ایالات متحده دامن زد: «Signet book»، «Bantam book» و به‌ویژه «Pocket book» که معادل آن در فرانسه در حال حاضر «Livre de poche» است به انتشار کتابهای جیبی می‌پردازند. در اغلب کشورها چنین مجموعه‌هایی یافت می‌شود (این مجموعه‌ها مانند «پنگوئن» برای نام خود از اسامی حیوانات و به‌ویژه از پرندگان استفاده می‌کنند، مثلاً کتابهای «لک‌لک» (Marabout) در بلژیک، کتابهای «شاهین» (Alcotan) در اسپانیا (بارسلون) و «طاووس» (libridel Pavone) در ایتالیا (میلان).

ویژگی مشترک این کتابها ارزانی آنهاست: هر یک بهایی معادل نیم تا دو ساعت حقوق متوسط یک کارگر دارند.

کارایی کتاب ارزان‌قیمت انکارناپذیر است. مجموعهٔ «پنگوئن» تأثیر نجات‌بخش و پردوامی بر ادبیات انگلستان داشته است. به هنگام جنگ جهانی دوم

مجموعهٔ Penguin New Writing در اوضاع دشوار، امکاناتی در اختیار نویسندگان جوان قرار داد. اما باید دانست که در چهارچوب روشهای تجاری سنتی، کتاب ارزان‌قیمت، فقط در صورتی سودآور (یعنی چاپ‌شدنی) است که خوانندگانی نسبتاً گسترده و تیراژی بسیار بالا داشته باشد. در کشورهای سرمایه‌داری، مجموعهٔ انگلیسی‌زبان تنها موردی است که خوانندگان کافی دارد.

پس شاید راه‌حل این باشد که از سلسلهٔ بازار سنتی کتاب، با حلقه‌های اجتناب‌ناپذیر و پرهزینهٔ آن یعنی ناشر و توزیع‌کننده و کتاب فروش صرف‌نظر شود. این کاری است که انجمنهای کتاب که پیش‌تر از آنها سخن گفته‌ایم، انجام می‌دهند. به طور کلی، انجمنهای کتاب با مشتریان عادی سروکار ندارند و اعضای خاصی دارند ولی تعدادی از آنها آثار کلاسیک و تازه را با بهای ارزان عرضه می‌کنند. متأسفانه این آثار معمولاً تجدید چاپهایی هستند که با تأخیر منتشر شده‌اند زیرا (باز هم به جز در مجموعهٔ انگلیسی‌زبان) ناشران مایل نیستند چاپ مجددی را بلافاصله بعد از چاپ اول اجازه بدهند، چه این کار ممکن است برای کتابی که فروش آن به سختی انجام می‌گیرد، رقابت خطرناکی را ایجاد کند. از طرف دیگر انجمنهای کتاب با مشکل بزرگ دیگری روبه‌رو هستند، آن هم انجام امور از راه مکاتبه است. هر چقدر هم انجمن کتاب در نظام ارسال آگهی تبلیغاتی مهارت داشته باشد، برای اعضا بسیار آسان‌تر است که به کتاب‌فروشی بروند تا اینکه به نامهٔ انجمن پاسخ بدهند.

منطق حکم می‌کند که با استفاده از شیوهٔ «مراجعهٔ مستقیم» کار خواننده آسان شود. اما این کار در حکم بازگشت به دوره‌گردی است یعنی روشی که معمولاً برای فروش آثار حجیم مانند فرهنگهای لغات، دائرةالمعارفها به کار می‌رود. البته به‌ندرت دیده می‌شود که از این روش برای فروش آثار ادبی استفاده شود. با وجود این نمونه‌هایی از این دست در اختیار داریم:

ژیلبر موری در مقالهٔ خود در *اخبار اجتماعی* که قبلاً نیز به آن اشاره کرده‌ایم از تجربه *مجمع مؤلفان جوان* که خود نیز در آن شرکت داشته، سخن می‌گوید. با کمال تعجب ملاحظه می‌شود که این جمع به سنت *یومییوری* ژاپنیها متوسل

می‌شوند زیرا مؤلفان خود هم ناشر و هم توزیع کننده هستند و اگر فروشنده هم نیستند، دست‌کم عاملانی را در اختیار می‌گیرند که برای آنها در میان مردم مستقیماً بازاریابی می‌کنند: «روش فروش مستقیم» را جوانانی انجام می‌دهند که زنگ منازل را به صدا در می‌آورند، به مشتریان کافه‌ها و رستورانها سر می‌زنند، به سراغ کارکنان ادارات مختلف ـ به‌ویژه معلمان ـ می‌روند و تعدادی کتاب به آنان عرضه می‌کنند[1]. عبارت سادهٔ «به‌ویژه معلمان» از زبان ژیلبر موری، ما را به این فکر وامی‌دارد که این روش امکان می‌دهد تا در شبکهٔ فرهیختگان به گزینش دست زد اما در حقیقت نمی‌توان از آن خارج شد. با این همه تردیدی نیست که *مجمع مؤلفان جوان* موفق شد به میزان فروشی دست یابد که بسیاری از ناشران با اسم و رسم به آن رشک می‌برند. خلاصی از دست کتاب‌فروش هم آرزویی است که ناشران بسیاری آن را در سر می‌پرورند.

روش مراجعه مستقیم به افراد هر مزیتی هم داشته باشد، نمی‌توان آن را به طور جدی به عنوان وسیلهٔ توزیع عمومی در نظر گرفت. اگر قرار بود تمام رمانها از این راه به فروش برسند، هر خانوادهٔ فرانسوی باید هر روز منتظر مراجعه چندین ویزیتور که هر کدام چمدان بزرگی از نمونه‌های کتاب به دوش می‌کشند، باشد. در این صورت، درِ منازل بدون شک یکی پس از دیگری به روی آنان بسته می‌شد و استقبال از آنان به سرعت کاهش می‌یافت.

غیر از فروش، روش کرایهٔ کتاب هم وجود دارد. کارایی این روش با موفقیت روش «فروش پس از کرایه» در شبکه‌های عام به اثبات رسیده است (کتاب فروخته شده پس گرفته می‌شود و پس از کسر مقداری از مبلغ آن، کتاب جدید فروخته می‌شود). این روش در بخش فروش کتاب در داروخانه‌های *بوتس* (*Boot´s*) در انگلیس رایج است. این کار را فروشندگان رمانهای عشقی که جلوی درب خروجی کارخانه بساط دارند نیز انجام می‌دهند.

باید توجه داشت که خرید کتاب چنانچه با این فرض همراه نباشد که چند بار خوانده خواهد شد، از نظر اقتصادی عملی پوچ خواهد بود. اما رمانهایی که دو بار خوانده می‌شوند، نادر و آنهایی که در طول عمر انسان سه یا چهار بار خوانده

1. *Informations sociales*, janvier 1957, p. 67.

می‌شوند بسیار نادرترند. برای کارگر متوسط فرانسوی خرید بی‌بازده کتابی که بیش از یک بار نخواهد خواند در حکم آن است که برای هر دقیقه مطالعه مُزد یک یا چند دقیقه از کار خود را بپردازد، در حالی که سینما برای او (به‌خصوص از نظر اجتماعی) لذت بیشتری فراهم می‌آورد که ارزان‌تر هم هست یعنی هر دقیقه تماشا در ازای بیست ثانیه کار او تمام می‌شود. در کشورهای دیگر، تفاوت از این هم بیشتر است. پس نباید تعجب کرد اگر می‌بینیم که اکثریت خوانندگان کتابخانه‌های عمومی در برابر این پرسش که چرا به کتابخانه می‌روند، «گرانی کتاب» را عنوان می‌کنند[1].

از آنجا که در مورد کتابخانه‌ها تحقیقات جدی و فراوانی انجام گرفته، ما بر این موضوع تأکید نخواهیم کرد. کافی است بگوییم که کتابخانه‌ها در انگلستان گسترش ویژه‌ای یافته‌اند. در این کشور تعداد مراجعه‌کنندگان به کتابخانه‌های عمومی، در سال ۱۹۷۵، بیش از ۱۳۵۰۰۰۰۰ نفر و تعداد کتابهای امانت داده شده نزدیک به ۶۰۰ میلیون بوده است. می‌بینیم که مرزهای شبکهٔ فرهیختگان وسیعاً شکسته شده است. فرانسه که در سال ۱۹۷۷ با ۳۶۰۰۰۰۰ مراجعه‌کننده و ۸۰ میلیون کتاب امانت داده شده هنوز نمی‌توانست سر بلند کند، به طور بسیار چشمگیری وضع را جبران کرده است. در هر استان، کتابخانه‌های مرکزی که امانت می‌دهند، کتابخانه‌های محلی و چه‌بسا کتابخانه‌های شهرداری را تغذیه می‌کنند. در اغلب موارد شروع کار از کتابخانهٔ کودکان است که به ابتکار چند نفر تأسیس می‌شود و به‌سرعت اشاعه می‌یابد. کتابهای کودکان و نوجوانان از محرکهای قوی برای جذب خوانندگان تازه به کتاب‌خوانی است. ناگفته نماند که ـ همان‌گونه که بعداً ملاحظه خواهیم کرد ـ در برابر هر خواننده‌ای که نام او در دفتر کتابخانه ثبت شده، چندین خوانندهٔ واقعی[2] وجود دارد. این موضوع در مورد کتابخانه‌های کارخانجات و شرکتها که کارکنان آنها برای همه اعضای خانواده خود کتاب به امانت می‌گیرند بیشتر صادق است.

---

۱. این اطلاعات را خانم نیکول روبین در جریان تحقیق در مورد مراجعه‌کنندگان به کتابخانه‌های عمومی شهر بوردو گردآوری کرده است.

۲. می‌توان نسبت را ۳/۵ گرفت. این ضریبی است که باید در تعداد کتابهای فروش‌رفته یا به امانت داده شده ضرب کرد تا تعداد خوانندگان واقعی به دست آید. اطلاعات ما از گشتن دست به دست کتاب که در خانواده‌ها و ساختمانهای مسکونی یا کارگاهها رواج دارد بسیار ناچیز است. آنچه را بنینیو کاسه‌رس «شبکه امانت دست به دست» می‌نامد درخور بررسی ژرف‌تر است.

اشکال کار امانت در کتابخانه این است که مسئله مخزن کتاب در این محل بی‌نهایت وخیم‌تر از همین مسئله در کتاب‌فروشی است. به برکت قانون ارسال نسخه هر کتاب به کتابخانه مرکزی یا به دلیل خریدهای منظم و گران، همه نوع کتاب در این کتابخانه‌های مرکزی پیدا می‌شود. متأسفانه کتابخانه مرکزی این خطر را دارد که به گفتهٔ بنینیو کاسه‌رس به «قبرستان کتاب» تبدیل شود زیرا خارج از شبکه‌های عام، یعنی شبکه‌های زندگی روزمره قرار دارد: وارد شدن به کتابخانهٔ مرکزی (جایی که کتاب قاعدتاً باید در محل خوانده شود) از ورود به کتاب‌فروشی هم مشکل‌تر است. پس «باید کتاب را نزد خواننده برد»، خواه به صورت تجارتی (کتابخانه‌های سیّار خصوصی، مجموعه کتابهای کرایه‌ای کتاب‌فروشیهای کوچک محلی، قفسه کتابهای کرایه‌ای به سبک انگلیسی در شعبه‌های مغازه‌های بزرگ و غیره)، خواه به صورت اداری (کتابخانه‌های امانی عمومی با شاخه‌های متعدد، کتابخانه‌های کارخانجات و شرکتها در محل کار، کتابخانه‌های سیّار، کتابخانه‌های کلیسایی، کتابخانه‌های حوزهٔ مدیریت و سندیکاها و غیره.) هر چقدر تهیهٔ کتابهای تازه برای مخزن این کتابخانه‌ها به سرعت انجام گیرد، این مخزنها بسیار محدود باقی می‌مانند و در وهلهٔ اول تابع سلیقهٔ کتاب‌فروش هستند که ذکر آن رفت. در وهلهٔ دوم تابع سلیقه کتابدارند که به دلیل وظیفهٔ آموزشگرانه‌ای که برای خود قائل است باز هم محدودتر می‌شوند.

> مدیرهٔ یک کتابخانه مرکزی استان که کتاب را امانت هم می‌دهد، در نهایت حسن‌نیت در گزارش سالانه خود می‌نویسد: «ما هیچ‌گاه راه آسان را در پیش نگرفتیم و از مجموع کتابهای امانی خود، حداقل $\frac{۱}{۳}$ آن را به کتابهای مستند اختصاص دادیم. به علاوه در مخزن ما تعداد رمانهای پلیسی و رمانهای عشقی پیش پا افتاده بسیار اندک است. این قبیل کتابها را جز به تقاضای مصرانه مشتریان خود به امانت نمی‌دهیم و هرگز در هر بار بیش از ۳ یا ۴ کتاب از این دست را ارسال نمی‌کنیم. ترجیح می‌دهیم سطح کتابهای امانی را بالا نگه داریم تا اینکه به این وسوسه تن در دهیم که آمار کتابهای امانی خود را با آثار آسان و پیش پا افتاده بالا ببریم[۱]. این گفته در حکم پی نبردن به این نکته است که «سادگی» (به معنی خصلت

۱. گزارش سالانه کتابخانه مرکزی استان دوردنیی (مربوط به سال ۱۹۵۴) از مادام دولاموت.

ماشینی و کلیشه‌ای) این ادبیات از آنجا ناشی می‌شود که رمانهای پلیسی و رمانهای عشقی در نظام واقعی مبادله بین تولیدکننده و مصرف‌کننده جا نیفتاده‌اند و ممنوع کردن آنها این نقص را تقویت می‌کند، چرا که این رمانها را فقط روانه شبکه‌های بی در و پیکر عام می‌سازد. در حالی که مثال ژرژ سیمنون نشان می‌دهد که رمان پلیسی می‌تواند هم مورد استفادهٔ عامه قرار بگیرد و هم فرهیختگان آن را بخوانند.

در اینجا می‌بینیم که هر گونه سیاست ارشادیِ دولتی یا خصوصی با چه خطری روبه‌روست: خطر مرشدسازی و مریدپروری. به همین سبب است که کتاب‌فروشیها یا سازمانهای فرهنگی عرفی، دینی، سیاسی یا رسمی قادر نیستند ادبیات مردمی زنده‌ای را *سازمان بدهند* و بخشی از فعالیتهای فراوان ادبی در شبکهٔ فرهیختگان را به شبکه‌های عام منتقل کنند. ما در این مورد در یکی از مقاله‌های *اخبار اجتماعی* نوشته‌ایم که: «اگر ـ همان‌طور که واقعیتها به ما نشان می‌دهند ـ کوششهای ارشادی با شکست مواجه شده، به این دلیل بوده است که تمام این تلاشها این عیب کلی را داشته‌اند که نسبت به مردم بیگانه بوده‌اند. همهٔ این تلاشها بر پایهٔ این اندیشه قرار داشته که باید چیزی مثل خوراک فکری، پیام، شرح خاطرات یا سرگرمی برای مردم *فراهم کرد*. آگاهانه یا ناآگاهانه این موضوع فراموش شده که آنچه «ادبیات» نامیده می‌شود نتیجهٔ بیداری فرهنگی قشری از همین مردم در طی سه قرن بوده است و نه علت بیداری آنها و نتیجتاً ادبیات به‌راستی مردمی باید از بطن زندگی فرهنگی حقیقتاً مردمی بیرون بیاید[1].»

رژیم [سابق] شوروی گویا به راه‌حل فنی مسئله خیلی نزدیک شده بود. نویسندگان که استالین آنها را «مهندسان روح» لقب داده بود، یا به واسطهٔ حزب کمونیست، یا به واسطهٔ سازمانهای فرهنگی، یا صرفاً به دلیل طرز زندگی خودشان با توده‌ها در تماس مستقیم بودند. از طرف دیگر وسیع‌ترین توزیعها نیز انجام می‌گرفت: کتاب در همه‌جا، در کارخانه، در مزرعه وجود داشت. بیشتر کمبود کاغذ بود که مانع نشر می‌شد تا کمی فروش. تشکیل جلسات و گردهماییهای انجمنها و مباحثات امکان بروز عقاید ادبی مردم را فراهم می‌آورد و این عقاید در ذهن نویسنده بازتاب می‌یافت بدون آنکه پردهٔ تجارتی ناشر یا کتاب‌فروش بین او و مردم کشیده شود.

1. *Informations sociales*, janvier 1957, p. 11.

متأسفانه با وجود این پرده دیگری وجود داشت و آن هم پردهٔ عقیدتی بود. در اینجا باز به سیاست ارشادگرانه برمی‌خوریم. در این نظام هر سازمان‌دهندهٔ فرهنگی سخت در پی این وسوسه است که انسانها را با نهادها هماهنگ سازد و نه نهادها را با انسانها. گفتیم که رژیم شوروی راه‌حل *فنی* مسئله را پیدا کرده بود ولی باید بگوییم که راه‌حل *انسانی* را نیافته بود. بحرانهایی که گاهی جهان ادبی شوروی را تکان می‌دادند حاکی از همین مسئله بودند.

در تحلیل آخر می‌بینیم که عدم تعادل در توزیع کتاب پاسخی است به عدم تعادل در تولید کتاب، ولی این دو عدم تعادل فقط وجوه جزئی یک مشکل واحدند. راه‌حلهای سازمانی و اداری از نوع «صندوق ادبیات» برای تولید یا از نوع «سازمان فرهنگی» برای توزیع، چیزی جز مسکّنهای فنی نیستند. اگر راه‌حلی وجود داشته باشد آن را فقط می‌توان در سطح رفتار گروههای انسانی در برابر ادبیات، یعنی در سطح مصرف جستجو کرد.

بخش چهارم

مصرف

فصل هفتم: اثر و خوانندگان

فصل هشتم: مطالعه و زندگی

فصل هفتم

اثر و خوانندگان

۱. خوانندگان

هر نویسنده، به هنگام نوشتن، خوانندگانی را مدّ نظر دارد، حتی اگر این خوانندگان به یک نفر خلاصه شود و آن یک نفر هم خود او باشد. چیزی به طور کامل گفته نمی‌شود مگر آنکه به کسی گفته شود و این ـ همان‌گونه که ملاحظه کردیم ـ معنای عمل انتشار است. اما از طرف دیگر می‌توان این را هم گفت که چیزی نمی‌تواند به کسی گفته شود (یعنی انتشار یابد) مگر اینکه ابتدا *برای* کسی گفته شده باشد. این «دو کس» الزاماً یکی نیستند. حتی به‌ندرت پیش می‌آید که یکی باشند. به عبارت دیگر خوانندهٔ مخاطب از همان ابتدای آفرینش ادبی وجود دارد. میان این مخاطب و کسانی که اثر را در واقع می‌خوانند ممکن است عدم تناسبهای بسیار گسترده‌ای وجود داشته باشد.

مثلاً ساموئل په‌پی که *یادداشتهای* روزانه خود را جز برای خودش نمی‌نوشت (تندنویسیها و رمزنویسیهای او شاهدی بر این مدّعا هستند) و از این رو، خودش مخاطب خود بود. ناشران (به محترمانه‌ترین معنای کلمه) نوشته‌های او را بعد از مرگ برای جمعیت عظیمی از خوانندگان انتشار دادند. برعکس، لوسین نویسندهٔ چینی، که از سال ۱۹۱۸ تا سال ۱۹۳۶ داستانهای خود را در مجموعه‌ها یا مجلات منتشر می‌کرد و به ظاهر جز معدودی روشنفکر یا مبارز سیاسی را *خطاب قرار نمی‌داد*، در واقع *برای* دهها میلیون چینی می‌نوشت (چینیهایی که بالاخره پس از پیروزی انقلاب و نشر گسترده آثار او به آن دست یافتند).

گروه مخاطب می‌تواند به یک فرد، به یک شخص محدود باشد. ما آثار جهانی فراوانی را می‌شناسیم که در اصل پیامهای شخصی بوده‌اند. گاهی پیش می‌آید که نقدی استادانه، این پیام را هم‌زمان با گیرندهٔ آن کشف می‌کند و می‌پندارد که تمام اثر را توضیح داده است. در واقع آنچه را که باید توضیح داد این است که چگونه پیام، در حالی که گیرنده (و گاهی نیز معنای) خود را عوض کرده تأثیرش را همچنان حفظ می‌کند. همهٔ تفاوت بین اثر ادبی و نوشتهٔ معمولی، در همین تأثیر ماندگار نهفته است. فراموش نکنیم که ملاک ادبی و غیر ادبی بودن اثر همانا میزان بی‌غرض بودن آن است. معمولاً آفرینندهٔ اثر (چه در خیال و چه در عالم واقع) با گروه مخاطب خود (حتی اگر گاهی این گروه فقط خود او باشد) گفت‌وشنودی آغاز می‌کند که هرگز بی‌غرض و بی‌انگیزه نیست، گفت‌وشنودی است که می‌خواهد تحت تأثیر قرار بدهد، متقاعد سازد، آگاهی بیاورد، تسلی ببخشد، آزاد کند، حتی موجب ناامیدی بشود ولی به هر حال گفت‌وشنودی است که نیتی دارد و منظوری را تعقیب می‌کند. اثری را کارکردی می‌گویند که گروه مخاطب آن، با خوانندگانی که بعد از انتشار اثر، آن را می‌خوانند، منطبق باشد. اثر ادبی برعکس خوانندهٔ بی‌نام و نشان را به مثابه بیگانه‌ای به گفت‌وشنود فرا می‌خواند. خواننده در جلد خود نیست و *می‌داند* که *نیست*. او مانند موجودی نامرئی است که همه چیز را می‌بیند، همه چیز را می‌شنود، همه چیز را حس می‌کند و می‌فهمد، بی‌آنکه در گفت‌وشنودی که به او تعلق ندارد وجود واقعی داشته باشد. لذتی که او به هنگام خواندن اثر از دل سپردن به موج احساسات و افکار و سبک نویسنده می‌برد، لذتی بی‌غرض و بی‌چشمداشت است، زیرا تعهدی برای او ایجاد نمی‌کند. خوانندگان آثار ادبی بی‌نام و نشان هستند و با نویسنده فاصله‌ای دارند که به آنان امکان می‌دهد در عین شرکت در گفت‌وشنود با او، تعهدی به کسی نسپارند (در حالی که نویسنده در این گفت‌وشنود به طور اجتناب‌ناپذیری متعهد می‌شود). این گمنامی و فاصله با نویسنده امنیت خاطری را برای خوانندگان فراهم می‌آورد که بی‌آن هر گونه لذت زیباشناختی و بنابراین هر گونه مبادلهٔ ادبی غیرممکن می‌شود. کارگری با شنیدن

سخنان ستایش‌آمیز دربارهٔ سینمای ناتورالیست ایتالیا نکته‌ای را به زبان آورد که در آن حقیقت تلخ و عمیقی نهفته بود، او گفت: «اگر جناب گوینده، خستگی را نمایش به حساب می‌آورد، پس هیچ وقت نباید در زندگی خسته شده باشد».

در واقع، تمام فاجعهٔ ادبیات فرهیختگان در برابر واقعیت عامه در همین جا نهفته است. دخالت خوانندگان فرهیخته در گفت‌وشنود خلاق موردی ندارد. چرا که آنان، خود در فضای گفت‌وشنود حضور دارند اما خوانندگان عامه بیرون از این فضا هستند و مجبورند به متن گفت‌وشنود، آن طور که هست بسنده کنند.

نقش خوانندگان فرضی‌ای که ناشر شبکهٔ فرهیختگان، اثر را برای آنان انتشار می‌دهد به این شرکت بدون تعهد آنان که معنای ادبی به اثر می‌دهد، محدود نمی‌شود. این خوانندگان همچنین سازندهٔ محیط اجتماعی‌ای هستند که نویسنده از آن برمی‌خیزد و تعیّنات و الزاماتی را به او تحمیل می‌کند.

ما تا اینجا، برای سهولت بیان، شبکهٔ فرهیختگان را مجموعهٔ واحدی فرض کرده‌ایم. اما در واقع، این طور نیست. فرهیختگان به گروههای اجتماعی، نژادی، دینی، حرفه‌ای، فرقه‌ای، جغرافیایی، تاریخی، مکاتب فکری تقسیم و باز تقسیم می‌شوند. ناشر مدرن دقیقاً سعی بر آن دارد که هر دسته از نویسندگان خود را با گروهی از این خوانندگان تطبیق بدهد. کسانی که اثر زوج ناشر و نویسنده‌ای مثل ژولیار ـ ساگان را می‌خوانند با خوانندگان زوج فایارد ـ روپس تفاوت دارند. هر نویسنده در اطراف خود باری از خوانندگان احتمالیِ کم‌وبیش گسترده را به دوش می‌کشد که زمان و مکان کم‌وبیش وسیعی را دربر می‌گیرد.

شارل پینو ـ دوکلو در سال ۱۷۵۱ در اثر خود تحت عنوان *ملاحظاتی دربارهٔ آداب و رسوم قرن حاضر* می‌نویسد: «من خوانندگان خود را می‌شناسم. هیچ نویسنده‌ای نیست که خوانندگان خود را، یعنی بخشی از جامعهٔ مشترکی که خود در آن پرورش یافته، نداشته باشد.» جای بسی خوشحالی است که کلیهٔ نویسندگان مانند این نویسنده چنین آگاهی روشنی از خوانندگان خود ندارند (زیرا اگر داشتند در کار خود فلج می‌شدند). اما نویسندگان در هر حال زندانی خوانندگان خود هستند. فشرده‌ترین پیوندهایی که نویسنده را به خوانندگان احتمالیش متصل می‌کند، اشتراک

فرهنگی، اشتراک باورها و اشتراک زبانی است.

آموزش و پرورش، عامل پیوند و وحدت گروه اجتماعی است. ما در بالا گفتیم که عامل اصلی پیوند گروه باسوادان فرانسوی در اواخر قرن نوزدهم، اشتراک آنان در تحصیلات متوسطه کلاسیک بود. به همین ترتیب در میان هزاران پیوند دیگر، در قرن شانزدهم اشتراک فرهنگ اومانیستی و در زمان ما اشتراک فرهنگ مارکسیستی وجود دارد. آلدوس هاکسلی در شوخی کنایه‌آمیزی فرهنگ را با جمع خانواده‌ای مقایسه می‌کند که اعضای آن از چهره‌های درخشان آلبوم خانوادگی سخن به میان می‌آورند. برای انطباق این مطلب با فرانسه، بهتر است بگوییم که میان اعضای خانواده بذله‌گوییهای عمو پوکلن، فرزانگی خشک دایی دکارت، خطابه‌های مطنطن پدربزرگ هوگو، نیشخندهای باباورلن زبانزد همه است. داشتن فرهنگ، یعنی صدا کردن همه اعضای خانواده با نام کوچکشان. بیگانه در میان اعضای خانواده راحت نیست چون جزو فامیل نیست، به عبارت دیگر فرهنگ ندارد (این گفته بدین معناست که او فرهنگ دیگری دارد). شوخی بالا تصویر نسبتاً درستی از واقعیت به دست می‌دهد. استادان بزرگ معنویت که بر فرهنگها مسلط‌اند ـ ارسطو، کنفوسیوس، دکارت، کارل مارکس و غیره ـ بیشتر بر اثر ارزش توتم‌وار خود بر منشأ گروههای اجتماعی تأثیر می‌گذارند تا به دلیل نفوذ فکری‌شان (بیشتر اعضای جامعهٔ خانوادهٔ این افراد اندیشهٔ آنان را به سختی درمی‌یابند). آن فرانسوی که خود را پیرو دکارت می‌داند مفهومی را که به زبان می‌آورد با مفهومی که انسان بدوی در یکی از قبایل به کار می‌برد، تفاوت بارزی ندارد.

> وقتی بن‌جانسون در مورد شکسپیر می‌گفت که «او زبان لاتینی را کم و زبان یونانی را از آن هم کمتر می‌دانست» (و اگر امروز در فرانسه زندگی می‌کرد چه بسا می‌گفت که زبان شکسپیر مثل بچه مدرسه‌ایهاست) منظورش این بود که به گروه فرهنگی *University wits* تعلق ندارد یعنی جزو روشنفکران دارای فرهنگ اومانیستی نیست. در واقع با اینکه خوانندگان بن‌جانسون و شکسپیر به هم آمیخته‌اند، ولی «توتمهای» فرهنگیشان آنها را از هم بسیار متمایز می‌سازد. خوانندگان آثار بن‌جانسون اقلیتی هستند که خود را به چهره‌های درخشان عهد باستان منسوب می‌دانند. خوانندگان آثار شکسپیر اکثریت مردمی هستند که به عهد باستان دست دوم یا سوم (مثلاً به مونتنی

ترجمه فلوریو) اکتفا می‌کنند ولی به تورات و به سنتهای حکمت عامه و به اسطوره‌های بزرگ ملی سخت پایبند مانده‌اند.

اشتراک فرهنگی، آنچه را که ما اشتراک باورها می‌خوانیم به دنبال می‌آورد. هر جمع انسانی شماری از افکار، اعتقادات، قضاوتهای ارزشی یا قضاوتهای واقعی را «ترشح می‌کند» که به عنوان بدیهیات پذیرفته شده‌اند و نه نیازی به توجیه و توضیح دارند و نه به اثبات و ستایش. ما در اینجا به مفاهیمی برمی‌خوریم که به دو مفهوم *روح قومی* (Volksgeist) و *روح زمان* (Zeitgeist) نزدیک‌اند. چنان‌که این اصول مسلم، همانند توتمهای اولیه، تاب بررسی ندارند، اما نمی‌توان در مورد آنها شک کرد وگرنه پایه‌های اخلاقی و فکری گروه فرو خواهد ریخت. این مفاهیم مبنای اصول اعتقادی گروه و نیز نقطهٔ اتکاء بدعتها و ناهمخوانیهایی را تشکیل می‌دهند که هیچ‌گاه از مخالفتهای نسبی فراتر نمی‌روند زیرا که مخالفت مطلق، پوچ و نامعقول است. هر نویسنده، به این ترتیب، زندانی ایدئولوژی و *جهان‌نگری* محیط و خوانندگان خویش است: می‌تواند آن را بپذیرد، تغییر بدهد، کاملاً یا تا حدّی انکار کند، ولی نمی‌تواند از آن خلاصی یابد. بدین جهت بیم آن می‌رود که خوانندگان احتمالی که در بیرون از نظام باورهای اصلی زندگی می‌کنند، معنای حقیقی آثار را درک نکنند.

به مثال شکسپیر برگردیم و به کاربرد اشباح و ساحره‌ها در آثار او بیندیشیم. روشنفکران غربی قرن بیستم (که اغلب مفسران کنونی آثار شکسپیر از آن جمله‌اند) به طور کلی نه به ساحره‌ها اعتقاد دارند و نه به اشباح. بنابراین تمایل دارند که آنها را به عنوان زینت‌کاریها و زیباسازیهای خیال‌انگیزی که به درام کشش بیشتری می‌بخشد به حساب بیاورند. در حالی که معاصران شکسپیر، و به‌ویژه خوانندگانی که مخاطب او بودند، طبیعتاً به چیزی که ما آن را فوق طبیعت می‌نامیم، اعتقاد داشتند. حضور ساحره در نمایش، برای آنان گیراتر از حضور راهزن بود ولی عجیب‌تر نبود. در آثار شکسپیر شاهد شکاکیت یک ذهن تحول‌یافته هستیم، ولی برای وی کاملاً غیرممکن بود که نسبت به اعتقاد مورد قبول همگان، طور دیگری عمل کند. مفهوم امر جادویی یا خیالی در فکر او وجود ندارد زیرا این مفهوم مستلزم این اصل مسلم است که آنچه با قوانین طبیعت مطابقت ندارد، غیرواقعی است و در زمان شکسپیر، این قوانین هنوز تدوین نشده بودند. بنابراین چنانچه بخواهیم آثار او را از نظام

بدیهیات زمانه‌ای که در آن متولد شده و زندانی آن است جدا کنیم باید ضرورتاً به او خیانت بورزیم (و ما خواهیم دید که خیانت ضروری چه معنایی دارد[۱]).

اشتراک باورها در درون جمع با اشتراک ابزار بیانی و قبل از هر چیز با زبان تثبیت می‌شود. نویسنده در عرصهٔ زبان جز همان واژه‌ها و همان قواعد نحوی‌ای که همه برای بیان باورهایشان به کار می‌برند، در اختیار ندارد. او حداکثر می‌تواند «معنای خالص‌تری به واژه‌های مردم بدهد»، ولی واژه‌ها همان واژه‌ها هستند و اگر نباشند معنای خود را از دست می‌دهند. مشکلات رفع‌نشدنی ترجمه[۲]، سوءتفسیرهای تاریخی از دوره‌ای به دورهٔ دیگر، سوءتفاهمات از گروهی به گروه دیگر در درون یک کشور از همین جا ناشی می‌شود.

ترجمه‌ای از شکسپیر اخیراً در فرانسه دوباره جدال همیشگی را در مورد ترجمه برانگیخت[۳]. فقط متوجه باشیم که وقتی بن جانسون به منظور نشان دادن غرابت خلق و خوی یک نفر، کلمهٔ «فاضلانهٔ» *شوخ‌طبعی* را که از واژه‌های پزشکی قدیم به عاریت گرفته شده به کار می‌برد، شکسپیر این کلمه را به مثابه نوعی تکیه‌کلام با مفهوم نامشخص آن همان گونه که در زبان عامه مردم در همه جوامع جاری است، در دهان سرجوخه نیم از سپاهیان هانری پنجم می‌گذارد. نه معنای اول و نه معنای دوم این کلمه وجه اشتراکی با معنای مدرن *شوخ‌طبعی* ندارد. فقط تحلیل تاریخی دقیقی می‌تواند ارتباط عقلایی بین این سه معنا برقرار کند، ولی ارزش زندهٔ آنها زندانیِ فضاهای بسته گروههای اجتماعی باقی می‌ماند[۴].

علاوه بر زبان، انواع و صورتهای ادبی، تعینهای دیگری هستند که گروه به

---

۱. این مثال از سخنرانی پروفسور کینگز، از دانشگاه بریستول که در سال ۱۹۵۳ تحت عنوان *The Sociology of Literature* ایراد گردید، اقتباس شده است.

۲. بررسی ترجمه، پیوندی تنگاتنگ با جنبه‌های جامعه‌شناختی تاریخ ادبی دارد. با این همه مسئله به‌حدّی گسترده است که نمی‌توانستیم آن را در این مختصر بگنجانیم.

۳. این جدال قلمی بین آقای ایو فلورن و آقای لوازو در مورد ترجمه‌ای از شکسپیر که Club français du Livre منتشر کرده بود، در گرفت. به *لوموند* ۱۸ و ۲۸ اوت و ۶ و ۲۰ و ۲۴ سپتامبر ۱۹۵۵، فصلنامهٔ Etudes anglaises ژانویه ـ مارس و ژوئیه ـ سپتامبر ۱۹۵۶ و به بولتن مرکز مطالعات دربارهٔ ادبیات عمومی دانشکده ادبیات بوردو، جزوهٔ ۵ مراجعه شود.

4. Voir L. Cazamian, *The Development of English Humor*, 1951.

نویسنده تحمیل می‌کند. نوع ادبی را نمی‌توان اختراع کرد. تنها می‌توان آن را با خواستهای تازه گروه اجتماعی تطبیق داد و این توجیهی است برای تحول انواع، بر حسب تحول جوامع. وقتی به نویسنده به عنوان «آفریننده» یک نوع ادبی فکر می‌کنیم، اغلب از یاد می‌بریم که این نویسنده ابتدا الهامات خود را در قالبهای سنتی (گیرم در مدرسه) ریخته است و همین قالبها الگوی صورتهایی بوده‌اند که نویسنده بعدها ترسیم کرده است. وانگهی نویسنده‌ای که یکی از انواع ادبی را به شهرت می‌رساند، به‌ندرت همان کسی است که آن را «بنا می‌کند». او از ابزاری که در اختیارش گذاشته شده برای خلق اثر استفاده می‌کند، به آن معنا می‌بخشد، معنای خاص خودش را به آن ابزار می‌بخشد، ولی آن را اختراع نمی‌کند. در نهایت، هماهنگی روحی کامل او با مقتضیات فنی گروه اجتماعی نیاز وی را به تغییر ابزار یا حتی به استدلال برای توجیه استفاده از این ابزار، برطرف می‌کند. مورد راسین ـ آن‌گونه که تی‌یری مونیه به خوبی، شاید به بهترین وجه، بیان کرده ـ همین نکته را نشان می‌دهد:

> چرا راسین می‌بایستی در برابر دنیا، تمدن، آداب و رسومی که با راحتی تمام و به بهترین وجه با آنها سازگار بود و همهٔ عناصر موفقیت خودش را در آنها حاضر و آماده می‌دید، طغیان کند؟ ابزار تراژدی آماده بود. کوشش پنجاه‌ساله‌ای، تراژدی فرانسه را به تکامل نرسانده بود، ولی پذیرای تکاملی نزدیک و ضروری کرده بود. نهال تراژدی در آستانهٔ شکوفایی بود. وظیفهٔ راسین ابداع، بازسازی یا تن سپردن به دست حوادث نبود، بلکه این امتیاز بی‌همتا را داشت که تراژدی را به حد کمال و اوج برساند[1].

باید به مشخصه زبان و نوع ادبی، مشخصهٔ دیگری را افزود که عبارت است از عنصری به نام سبک که کمتر تعریف‌پذیر است. با وجود تعریف مشهور بوفون مبنی بر اینکه سبک یعنی انسان باید گفت که سبک فقط انسان نیست، بلکه جامعه هم هست. در مجموع، سبک، اشتراک باورهاست که در صورتها و موضوعات و تصاویر بازتاب یافته است. سبک نیز مانند اشتراک باورها اصول اعتقادی خاص

1. Thierry Maulnier, *Racine*, 1935, pp. 42-43.

خود ـ سنت‌گراییها ـ و مخالفت‌جوییهای خلاقه‌ای دارد که به خود آن پشتگرمی دارند. تجربه ثابت می‌کند که می‌توان بدون شناخت نویسندهٔ متن، به کمک تحلیلی از شیوهٔ نگارش، ساختار جملات، کاربرد بخشهای سخن، نوع موضوع، استعارات و به طور اعم، الزامات زیبایی‌شناختیِ محیط متن که می‌توان آن را «مناسبتها» هم خواند[1] تاریخ و «محل» نگارش متن را تخمین زد. نبوغ خلاق نویسنده هر چه باشد، او می‌تواند از الزامات ذوق محیط سرپیچی کند ولی نمی‌تواند آنها را نادیده بگیرد.

اگر می‌شد، در قرن هفدهم فرانسه، خوانندگان محتملی را که خواستار سبکهای مختلف (متصنّع، باروک، هزل‌آمیز، گروتسک، کلاسیک) بودند، بهتر شناسایی کرد، بدون شک شناخت بیشتر پیچیدگی سبکها در این قرن امکان‌پذیر می‌شد. انسانها از نظر فرهنگ، زبان و عقیده با هم تفاوت ندارند بلکه گروهها، دسته‌ها، «حلقه»هایی را تشکیل می‌دهند که هر یک فضای خاص خود، سبک خاص خود و حتی زیباشناسی خاص خود را دارد. کُرنی شهرستانی، میان بورژوازی اندک زمخت و خشکی غوطه می‌خورد که به تازگی جنگهای مذهبی را پشت سر گذاشته و شیفتهٔ حرکت و قهرمانی‌گری و عزم و اراده بود. لاکال پراند نیز نوع ادبی رمان را برگزید که شاید بهتر از نوع تراژدی با وضعیت بورژوازی انطباق داشت. بدین جهت طبیعی بود که موفقیتهای کُرنی در پاریس با سردی درک‌ناپذیر آکادمی پاریس روبه‌رو گردد. اعضای آکادمی به طور انفرادی با کُرنی تفاوت چندانی نداشتند، اما نماد اصول اعتقادی جدید ادیبان پاریسی بودند و در جامعه‌ای که کُرنی در آن بیگانه بود، قواعد زیباشناختی نسل دیگری را تدوین می‌کردند، نسلی که ما امروز آن را کلاسیک می‌خوانیم. بدین جهت است که منازعه بر سر نمایشنامه *سید* اثر کُرنی منازعه‌ای است همان قدر بی‌نتیجه که منازعه بین «قدیمیها» و «مدرنها» در شصت سال بعد.

اگر این توجیهات بسیار کلی را در کنار آنچه با آمار در فصلهای سوم (به دست گرفتن سرنوشت جمعیت ادبی توسط عده‌ای، تسلسل نسلها) و چهارم کتاب (تفاوت بین پاریس و شهرستانها، تنوع محیطهای اجتماعی) نشان داده شد بگذاریم،

---

۱. در مورد «مناسبتها» مراجعه شود به:

B. Munteano, Des "constantes" en littérature, *Revue de littérature comparée*, XXXI, n°3, juillet-septembre 1957, pp. 388-420.

نتیجه خواهیم گرفت که این پدیده‌ها بیان‌کنندهٔ تاثیر خوانندگان و محیط آنها بر رسالت و شخصیت و کار نویسندگان است.

با وجود این، ما تنها به بخشی از کار پرداختیم و بررسی وضع جمعیتهای خوانندگان و محیط هر یک از آنها، بررسی فرهنگ و زبان و انواع ادبی و سبک آنها، برای درک همه‌جانبه پدیدهٔ ادبی کفایت نخواهد کرد. در واقع، ورای مرزهای زمانی و جغرافیایی یا اجتماعی، جمعیت بسیار عظیمی از خوانندگان وجود دارد که هیچ‌گونه تعیّنی را نمی‌تواند به نویسنده تحمیل کند ولی در میان همین جمعیت است که اثر احتمالاً می‌تواند به بهترین وجه با مطالعهٔ افراد و اغلب از راه دهان به دهان یا با انواع تغییر شکلهای پیش‌بینی‌ناپذیر به حیات خود ادامه بدهد. برای نویسندگانی که برای فرهیختگان می‌نویسند، خوانندگان شبکه‌های عام، که امروزه به آن «عامه مردم» می‌گویند، به *سرزمین ناشناخته‌ای* تعلق دارند. خوانندگان بیگانه و خوانندگان زمانهای آینده نیز به خوانندگان فعلی و بومی افزوده می‌شوند. چه بسیارند نویسندگانی که در پوسته تنگ خود نمی‌گنجیده‌اند و توده‌های ناشناخته مردم را مخاطب قرار می‌داده‌اند و آثار خود را برای آنها ـ البته برای تصویری که از آنها در ذهن داشته‌اند ـ می‌نوشته‌اند، مانند ادبیات عامه‌پسند، آثار جهانی، خطابه‌هایی برای نسلهای آینده ولی چه نادرند آنهایی که پاسخی به این کار خود دریافت کرده‌اند.

و تازه این پاسخ هم تحریف شده بوده است. خوانندگانی که بیرون از حیطهٔ اثر زندگی می‌کنند نمی‌توانند به سهولت و با همان بی‌غرضی که گروه اجتماعی اصلی اثر به نویسنده نزدیک می‌شود، به اثر او راه یابند. از آنجا که خوانندگان بیگانه از درک عینی واقعیت پدیدهٔ ادبی ناتوان هستند، اسطوره‌های ساختهٔ ذهن خود را به جای واقعیت می‌نشانند. اغلب طبقه‌بندیهایی که در تاریخ ادبی انجام گرفته، برای کسانی که نتوانند این طبقه‌بندیها را در محدودهٔ نقششان به عنوان فرضیه تحقیق به دقت جای دهند، به اسطوره‌هایی از این دست بدل شده‌اند. نویسندگان تاریخ ادبیات، که با واقعیتهای زمان گذشته بیگانه‌اند، این ساخته‌های ذهنی را جایگزین آن واقعیتها کرده‌اند: کاربرد واژگانی مانند اومانیسم، کلاسیک، پیکارسک، هزل‌آمیز،

رمانتیک، اغلب دیگر معنای واقعی کامل خود را از دست داده‌اند، همان‌طور که کاربرد واژهٔ اگزیستانسیالیسم در زبان روزمره دیگر معنای واقعی خودش را ندارد. گاهی اسطوره اشاره به شخص دارد و بر نام خود قهرمانان تمرکز پیدا می‌کند مثلاً کُرنی‌وار، گوته‌ای، بالزاکی، همان‌گونه که در سال ۱۹۵۸ هزاران نفر از «ساگانیسم» سخن می‌گفتند (...) بی‌آنکه هرگز به کتابی از فرانسواز ساگان نگاهی انداخته باشند.

گفتیم که عامهٔ خوانندگان تأثیری بر نویسنده ندارند. این حرف کاملاً درست نیست. در واقع، هر بار که نویسنده این گناه کاملاً ادبی را مرتکب می‌شود که موفقیت یک اسطوره را به جای موفقیت اثر خود می‌پندارد، از عامهٔ خوانندگان تأثیر می‌پذیرد و به ناچار باید کفارهٔ خطای خود را بپردازد، زیرا خوانندگانی که با استفاده از اسطوره اثر او را خوانده‌اند، از این اثر لذت بی‌غرضانه و ادبی نبرده‌اند، بلکه اثر را به خدمت گرفته‌اند. فاجعهٔ نویسنده‌ای مانند رودیارد کیپلینگ[1] که زیر فشار اسطوره دفاع از امپریالیسم مورد نفرت قرار گرفت نمونهٔ برجستهٔ همین امر است.

۲. موفقیت

خوانندگانی که تاکنون مورد نظر ما بوده‌اند (مخاطبان، خوانندگان برخاسته از محیط نویسنده، عامه خوانندگان) نمی‌توانند میزانی برای تعیین موفقیت تجاری اثر باشند، زیرا که هیچ یک واقعی نیستند. از نظر تجاری، یگانه خوانندگان واقعی همان افرادی هستند که کتاب را خریداری می‌کنند. به این معنی می‌توان گفت که موفقیت، چهار درجه دارد: شکست یا فقدان موفقیت، هنگامی است که فروش کتاب موجب زیان ناشر و کتاب‌فروش می‌شود، موفقیت نسبی یعنی وقتی که کتاب هزینه‌های خودش را درمی‌آورد، موفقیت معمولی موقعی است که فروش تقریباً با پیش‌بینیهای ناشر برابری می‌کند و بالاخره کتاب پرفروش و آن هنگامی است که فروش کتاب مرز پیش‌بینی‌شده را پشت سر می‌گذارد و حسابش از دست در می‌رود.

---

۱. در کتاب *Servitudes et grandeurs impériales* (منتشر شده در سال ۱۹۵۵) از این دیدگاه دفاع کرده‌ایم.

کسب موفقیت ـ و به‌ویژه موفقیت در مورد *کتاب پرفروش* پدیده‌ای است پیش‌بینی‌ناپذیر و توجیه‌نشدنی. اما اکنون پس از دستیابی به موفقیت شاید بتوان قواعد فنی آن را روشن ساخت. اطلاعاتی که در این زمینه در اختیار داریم چنان پراکنده است که نمی‌توانیم از آنها بهرهٔ لازم را بگیریم. ناشران و کتاب‌فروشان یا از دادن اطلاعات ضروری خودداری می‌کنند و یا سازمان کار آنان چنان ابتدایی است که اطلاعات مورد نیاز ما را در اختیار ندارند. اما دیر یا زود باید تحقیقات جدّی در این زمینه انجام شود[۱].

با وجود این، موفقیت تجاری، که اهمیت آن برای حیات کتاب مسلم است، نشانه و علامتی بیش نیست و نیاز به تفسیر دارد. واقعیت موفقیت ادبی چیز دیگری است، زیرا همان‌طور که گفته شد، کتاب، صرف یک شیء مادی نیست. از دیدگاه مؤلف، به یک معنا، موفقیت با اولین خریدار یا حتی با نخستین خواننده ناشناس حاصل می‌شود، زیرا دیدیم که خلاقیت ادبی از رهگذر خواننده انجام می‌گیرد.

در ابتدای این کتاب گفتیم که ادبیات، بدون همسویی نیت نویسنده و نیت خواننده یا دست‌کم سازگاری نیات و مقاصد این دو، وجود ندارد. حالا وقت آن رسیده که این مفاهیم را روشن کنیم. بین آنچه نویسنده می‌خواهد در اثرش بیان کند و آنچه خواننده به دنبال آن می‌گردد، ممکن است چنان فاصله‌ای باشد که هیچ رابطه‌ای بین آن دو برقرار نگردد. در این صورت تنها راهی که برای خواننده باقی می‌ماند، قرار دادن نوعی آینه بین خود و نویسنده است که ما آن را اسطوره نامیدیم. خواننده، اسطورهٔ خود را از همان گروه اجتماعی که بدان تعلق دارد، می‌گیرد. خوانندگان اروپایی اغلب نویسندگان خاور دور را به همین ترتیب «شناخته‌اند».

برعکس، وقتی که نویسنده و خواننده به گروه اجتماعی واحدی تعلق دارند، نیات آنها ممکن است بر هم منطبق باشد. موفقیت ادبی در همین انطباق نیات نهفته

---

۱. یکی از تحقیقات نادر در این زمینه را ژ. آسن ـ فوردر به یاری انتشارات سوی انجام داده است. این پژوهشگر نتیجهٔ تحقیقات خود را تحت عنوان *Etude de la diffusion d'un succès de librairie* (پاریس، ۱۹۵۷) در یک دفتر تایپ شده از «مرکز مطالعات اقتصادی» انتشار داده است.

است. به عبارت دیگر کتاب موفق، کتابی است که آنچه را گروه انتظار دارد، بیان کند و مانند آینه‌ای گروه را به خودش نشان بدهد. یکی از برداشتهایی که خوانندگان کتاب موفق غالباً بدان اشاره می‌کنند این است که با نویسنده اشتراک فکری دارند، احساساتشان با او مشترک است و در زندگی فراز و نشیبهایی شبیه آنچه در کتاب آمده، پشت سر گذرانده‌اند.

پس می‌توان گفت که پهنهٔ موفقیت نویسنده در درون گروه اجتماعی خود به توانایی او در اینکه «طنین صدادار» آن گروه باشد بستگی دارد (اصطلاح «طنین صدادار» را ویکتور هوگو به کار برده است). از طرف دیگر گسترش عددی خوانندگان و طول زمان موفقیت اثر به ابعاد جمعیت خوانندگانی بستگی دارد که در محیط اجتماعی نویسنده زندگی می‌کنند.

در واقع، خوانندگانِ محیط اجتماعی ابعاد بسیار متفاوتی دارند. برخی از نویسندگان مورد ستایش اقلیتی قرار می‌گیرند، یا برای زمان کوتاهی سر زبانها هستند[1]، برخی دیگر طرف توجه گروههای اجتماعی وسیع، طبقات یا ملتها واقع می‌شوند، یا اینکه از نظر زمانی چندین نسل را دربر می‌گیرند.

توهم جهان‌شمولی یا جاودانگی نویسنده این طور توجیه می‌شود که نویسندگان «جهان‌شمول» یا «جاویدان» کسانی هستند که محبوبیت جمعی آنها در مکان یا در زمان به طور ویژه‌ای گسترده است و «برادران هم‌طایفه» یا هم‌عصر خود را در جاهای دورتر جستجو می‌کنند. مولیر برای ما فرانسویهای قرن بیستم هنوز جوان است زیرا دنیای او هنوز زنده است. ما هنوز با او اشتراک فرهنگی، اشتراک باور و اشتراک زبان داریم، زیرا نمایشنامه‌های او هنوز هم اجراشدنی است، زیرا طنز او هنوز برای ما دلچسب است. اما دایره تنگ می‌شود و مولیر پیر خواهد شد و هنگامی که وجوه اشتراک تمدن امروز ما با فرانسهٔ زمان مولیر بمیرند، او نیز خواهد مرد.

توهم «نبوغ ناشناخته» هم به این نحو توجیه‌پذیر است که برخی نویسندگان از نظر زمانی از گروه خود «فاصله» دارند. از کسانی که از زمان خود عقب بوده‌اند

۱. باید بر این موضوع تکیه کرد که این امر به هیچ وجه از ارزش ذاتی و محلی آثار آنها نمی‌کاهد. بورژه، پروست، ژید با دنیاهای خود مرده‌اند ولی همچنان به عنوان ارزشهای تاریخی زنده‌اند.

به‌ندرت صحبت به میان می‌آید، زیرا وسیله‌ای در اختیار نداریم تا بفهمیم که آنان در آن زمان واقعاً ناشناخته می‌زیسته‌اند یا نه. برعکس موفقیت آنانی که از زمان خود جلوتر و پیش‌قراول هستند، اغلب پس از چندین نسل بسط می‌یابد و چند برابر می‌شود و این موقعی است که اقلیتی که در زمان زندگی این دسته از نویسندگان آثار آنان را می‌خوانده است گسترش می‌یابد و اهمیت و نفوذ پیدا می‌کند. مورد لوسین نویسنده چینی که در صفحات قبل با او آشنا شدیم، شبیه اغلب نویسندگان مارکسیست قبل از انقلاب شوروی است. اما می‌توان همین طرح را در ابعاد محدودتری در مثال استاندال یا «شعرای نفرین‌شدهٔ» قرن نوزدهم پیاده کرد. به هر تقدیر، باید که در ابتدا موفقیتی در کار بوده و تولدی هر چند بی‌سر و صدا انجام گرفته باشد و گروه اجتماعی‌ای به طور مداوم آن موفقیت را از نسلی به نسل دیگر منتقل کرده باشد. بدون این شرایط مرگ نویسنده فرا می‌رسد و این مرگ هم برگشت‌ناپذیر است.

نباید موفقیت اولیهٔ کم‌وبیش گستردهٔ اثر را با موفقیتهای بعدی یا احیای مجدد اثر اشتباه کرد، زیرا آنچه بعدها اتفاق می‌افتد ـ صرف نظر از موانع اجتماعی، مکانی یا زمانی ـ موفقیتی است جایگزین یعنی موفقیت در میان گروههایی که با گروه خوانندگان اصلی نویسنده تفاوت دارند. دیدیم که خوانندگان بیگانه به اثر دسترس مستقیم ندارند. آنچه را این نوع خوانندگان در اثر جستجو می‌کنند، همان چیزی نیست که نویسنده قصد بیانش را داشته است. بین نیات نویسنده و نیات آنها همسویی و همخوانی وجود ندارد، ولی ممکن است سازگاری وجود داشته باشد. یعنی آنان می‌توانند آنچه را میل دارند در اثر بیابند، در حالی که نویسنده در پی ارضای آشکار چنین میلی برنیامده یا حتی فکر آن هم هرگز به ذهن او خطور نکرده است.

در اینجا بی‌شک خیانتی رخ داده است ولی خیانتی خلاق و آفریننده. اگر می‌پذیرفتیم که ترجمه نیز همواره خیانتی خلاق است، شاید مسئله دشوار و بحث‌انگیز ترجمه هم حل می‌شد. حالا چرا خیانت؟ برای اینکه ترجمه، اثر را در نظامی از ارجاعات (در اینجا ارجاعات زبانی مطرح است) جای می‌دهد که برای آن نظام خلق نشده است. و اما چرا خلاق؟ زیرا ترجمه با فراهم آوردن امکان تبادل ادبی تازه برای اثر با خوانندگانی گسترده‌تر، واقعیت تازه‌ای به آن می‌بخشد و آن را

غنی‌تر می‌کند، چون نه فقط موجب بقای آن می‌شود بلکه وجود دومی به آن می‌دهد[۱]. می‌توان گفت که عملاً تمامی ادبیات باستان و قرون وسطی تنها به سبب همین خیانت خلاق است که برای ما همچنان زنده مانده‌اند. این خیانت در قرن شانزدهم آغاز ولی از آن پس بارها تجدید شد.

دو مثال از بارزترین موارد خیانتهای خلاق، یکی *سفرهای گالیور* اثر سویفت و دیگری *رابینسون کروزوئه* اثر دانیل دوفو است. کتاب اول در اصل هجو بی‌رحمانهٔ فلسفه‌ای چنان تاریک و بدبینانه است که در مقایسه با آن آثار ژان‌پل سارتر گویی بیانگر خوش‌بینی *کتابهای کودکان است*. دومی موعظه‌ای است (اغلب بسیار کسل‌کننده) در وصف استعمار نوپا. اما این دو کتاب چگونه در حال حاضر همچنان به حیات خود ادامه می‌دهند؟ چگونه است که همیشه با موفقیت بی‌معارض قرین بوده‌اند؟ فقط با جا افتادن در شبکهٔ ادبیات کودکان! آنها در ردیف کتابهای هدیه برای کودکان درآمده‌اند. دوفو اگر این امر را می‌دانست، شاید بدش نمی‌آمد، سویفت البته عصبانی می‌شد، ولی هر دو بی‌شک سخت غافلگیر می‌شدند زیرا ممکن نبود که چیزی بیش از این با مقاصدشان بیگانه باشد. ماجراهای اعجاب‌انگیز یا ناآشنا که اساس چیزهایی است که خوانندگان نوجوان در این کتابها جستجو می‌کنند، برای نویسندگان آنها چیزی جز چهارچوب فنیِ پیش‌پاافتاده، که نوع ادبی معمول جامعه آن زمان به حساب می‌آمده، نبوده است. این نوع با گردآوری شرح سفرها و وام‌گیری از روایات هاکلویت، ماندویل و دیگر راویان آن زمان، ساخته شده است. پیام اصلی در این کتابها جز با تفسیر وقایع روشن نمی‌شود، کاری که از خوانندهٔ متوسط قرن بیستمی ساخته نیست. این خوانندگان به قالب کار (که تازه دستکاری شده) بسنده می‌کنند، قالبی که در

۱. فرمالیستهای روسی از دیدگاه به ظاهر مشابهی دفاع کرده‌اند. ب. توماشفسکی در سال ۱۹۲۸ نوشت: «ادبیات حاصل ترجمه‌ها را باید به عنوان یکی از عناصر سازندهٔ ادبیات هر ملت بررسی کرد. در کنار برانژه فرانسوی و هاینهٔ آلمانی، برانژه و هاینه روسی هم زندگی می‌کرده‌اند که به نیاز ادبیات روسی پاسخ می‌دادند و بی‌شک از همکاران غربی خود تا حد زیادی دور بوده‌اند.» (از مکتب جدید تاریخ ادبیات در روسیه، *Revue des Etudes Slaves* هشتم (۱۹۲۸)، صفحات ۲۲۶ تا ۲۴۰). ما با این موضوع افراطی موافق نیستیم زیرا که برانژه فرانسوی و برانژه روسی سازندهٔ برانژه تاریخی و ادبی هستند که در آثار برانژه به طور بالقوه (و ناخودآگاهانه) وجود داشته است.

عنفوان جوانی مناسب حال آنهاست. کل این ماجرا یادآور حکایت مشهور آن دیوانه‌ای است که پیش‌غذا را بر زمین می‌ریخت و ظرف آن را می‌خورد: در اینجا هم به یک معنا خیانت خلاق صورت گرفته است.

این خیانتها فقط از یک زمان به زمان دیگر انجام نمی‌گیرد، بلکه از کشوری به کشور دیگر و حتی از یک گروه اجتماعی به گروه اجتماعی دیگر در درون یک کشور صورت می‌پذیرد. کیپلینگ که در انگلستان، به تعبیری به دست اسطورهٔ امپریالیستی کشته شده بود، پیش از مرگ جسمانی خود، در فرانسه از رهگذر ادبیات کودکان و در شوروی از رهگذر ادبیات جنگ زندگی دوباره یافت. او دیرزمانی دربارهٔ نمونهٔ سویفت و بی‌غرضی هدایای خدای کامیابی ادبی به تعمق پرداخته بود: این خدا موفقیتی را که خود کیپلینگ به دست آورده بود از او دریغ داشت ولی موفقیتهایی را به او عرضه داشت که کیپلینگ حتی فکرشان را هم نکرده بود. او در اواخر زندگی خود در سخنرانی‌ای در انجمن پادشاهی *ادبیات*[1] از ناتوانی نویسنده در پیش‌بینی اینکه آثارش در سرزمینهای دورِ آن سوی مرزها چه شادیها و حقایقی را برمی‌انگیزد، سخن می‌گوید.

شاید قابلیت خیانت‌پذیری اثر ادبی، نشانهٔ «عظمت» آن باشد. چنین چیزی غیرممکن نیست، اما حتمی هم نیست. برعکس آنچه حتمی است، این است که چهرهٔ واقعی آثار ادبی بر اثر کاربردهای متفاوت خوانندگان گوناگون، آشکار می‌گردد، شکل می‌گیرد، مخدوش می‌شود. برای پی بردن به ماهیت یک کتاب، ابتدا باید بدانیم چگونه خوانده شده است[2].

1. Royal Society of Literature

۲. ژرژ ه. فورد در کتاب *دیکنس و خوانندگان آن* (*Dickens and his readers*)، (پرینستون ۱۹۵۵) نمونه گویای نقدی را می‌آورد که دستاورد خواننده را برای اثر نشان می‌دهد. همچنین رجوع کنید به مقاله ما در مورد «خیانت خلاق»:

"Creative Treason" as a Key to Literature, *Yearbook of Comparative and General Literature*, n° 10, 1961.

فصل هشتم

مطالعه و زندگی

۱. کارشناسان و مصرف‌کنندگان

فاصله‌ای که بین ادبیات مدرسه‌ای با ادبیات زنده وجود دارد از دیرباز دستخوش مزاح یا مضحکه بوده است. به نظر مسخره می‌آید که انسان چندین سال از عمر خود را برای مطالعهٔ متون کسل‌کننده‌ای *هدر بدهد* که هرگز آنها را برای بار دوم نخواهد خواند. اما چنین برداشتی در حکم آن است که برخورد کارشناس را با برخورد مصرف‌کننده یکی فرض کنیم. ویژگی انسان فرهیخته در توانایی نظری او برای قضاوتهای ادبی مدلل است. هدف آموزش در مدرسه ممکن ساختن این قضاوت است و به‌ویژه در فرانسه، فن تفسیر متون، که اساس آموزش متوسطه است، این هدف را دنبال می‌کند که هر دانش‌آموزی را کارشناس بار بیاورد.

متأسفانه عمل خواندن فقط صرف عمل شناخت نیست. تجربه‌ای است که موجود زنده را به طور کامل، هم از نظر جنبه‌های فردی و هم از نظر جنبه‌های جمعی، درگیر می‌سازد. خواننده مصرف‌کننده است و مانند همه مصرف‌کنندگان بیشتر از آنکه به قضاوت بپردازد، از ذوق و سلیقه خود پیروی می‌کند، حتی اگر قادر باشد *بعد از مطالعه* اثر، برای ذوق خود دلیل عقلانی بتراشد.

کار قضاوت ادبی ویژهٔ گروه فرهیختگان است (که اغلب خود را مانند «دبیرستان دیده‌ها» در فرانسه سابق، کاست یا طبقه اجتماعی به حساب می‌آورند). این گروه به اعضای خود، رفتار کارشناسانه را تحمیل می‌کند (وگرنه آنها را کندذهن،

عامه و حتی «ابتدایی» می‌خواند و بدین ترتیب تحت فشار اخلاقی قرار می‌دهد). این همان تفسیر مکانیسم خودسانسوری است که در صفحات پیش مطرح کردیم، مکانیسمی که کار تحقیق دربارهٔ انواع خواندن را آن همه مشکل می‌نمود: چگونه انسان «بافرهنگی» که دربارهٔ نمایشنامهٔ راسین قضاوت کرده و ارزش آن را تشخیص می‌دهد جرأت این اعتراف را خواهد داشت که سلیقهٔ شخصی او، خواندن *تن تن*[1] را ترجیح می‌دهد؟ معنای اسطوره‌هایی هم که به «ایسم» ختم می‌شوند و به منزلهٔ توجیه عقلانی حاضر و آماده برای کسانی به کار می‌آیند که فشار گروه اجتماعی ـ فرهنگی آنها را مجبور ساخته تا ذوق و سلیقه خود را در قالب قضاوتهای مدلل ابراز کنند، همین است.

چنانچه ما به صراحت در قضاوتهای مدلل کارشناسان و سلیقه‌های غیرعقلانی مصرف‌کنندگان، دو نوع ارزش به‌کلی متمایز را می‌شناختیم دیگر اشتباهی رخ نمی‌داد.

نقش کارشناس عبارت است از «گذر به پشت صحنه»، درک اوضاع و احوالی که آفرینش ادبی در آن انجام می‌گیرد، فهم نیات نویسنده و تحلیل وسایلی در اثر به کار گرفته است. برای کارشناس پیری یا مرگ اثر بی‌معناست، چرا که وی هر لحظه می‌تواند نظام استنادهایی را که سازندهٔ برجستگی زیباشناختی اثر است در ذهن بازسازی کند. برخورد او با اثر برخوردی تاریخی است.

مصرف‌کننده برعکس، در زمان حال زندگی می‌کند (حتی اگر همان گونه که ملاحظه کردیم، این زمان گذشته‌های دور را نیز دربر گیرد). او نقشی ندارد، فقط وجود دارد. آن چیزی را که به او عرضه می‌شود، می‌چشد و دربارهٔ خوشایندی یا ناخوشایندی آن تصمیم می‌گیرد. نیازی به نشان دادن تصمیم خود هم ندارد: مصرف‌کننده می‌خواند یا نمی‌خواند. این برخورد با اثر به هیچ وجه نافی روشن‌بینی او نیست و بر هیچ کس منع نشده که به جستجوی تفسیری برای گزینش خود برآید. اما تفسیر این گزینش بسیار بیش از توجیه آن به روشن‌بینی نیاز دارد.

---

۱. ما به هیچ وجه قصد تحقیر اثر عالی ارژه (Hergé) را نداریم. بر هیچ کس پوشیده نیست که این اثر در میان دانشگاهیان از امتیاز خاصی برخوردار است. در جریان مباحثات کنگره‌ای که به تازگی دربارهٔ تاریخ ادبیات برگزار گشت، پنج بار از این کتاب نام برده شد.

این دو نوع ارزش می‌توانند و باید با یکدیگر همزیستی داشته باشند. حتی گاهی پیش می‌آید که با هم منطبق می‌شوند. ناسازگاری آشکاری که بین آنها وجود دارد، چیزی جز تأثیر ساختارهای اجتماعی ـ فرهنگی‌ای که پیش‌تر توصیف شد، و به‌ویژه تأثیر جدا افتادن شبکهٔ فرهیختگان نیست. در واقع، کار خواندن در هر حال و هوای فکری و عاطفی که انجام بگیرد، کاری واحد است و باید به صورت مجموعه مورد توجه قرار گیرد. کار خواندن نیز مانند سر دیگر زنجیر کار آفرینش ادبی، عملی است آزاد که اوضاع و احوالی که این کار در آنها صورت می‌گیرد، بر آن سنگینی می‌کند. سرشت ژرف آن، دست‌کم در حال حاضر، تحلیل‌پذیر نیست، اما می‌توان حدود و ثغور آن را با بررسی رفتار انواع مختلف خوانندگان نه برحسب قضاوتهای ادبی، بلکه برحسب موقعیتهای مختلف آنان، تعیین کرد.

اطلاعات ما در مورد این رفتار ناکافی است و اغلب بر اساس تجربیات کتاب‌داران یا مربیان فرهنگی به دست آمده است و به ما امکان نتیجه‌گیری نمی‌دهد، ولی بررسی مطالعه زنان نوع اطلاعاتی را که می‌توان از تحقیقی منظم و همه‌جانبه به دست آورد، نشان می‌دهد.

در کلیهٔ اقشار جامعه، رفتار خوانندگان زن متجانس‌تر از رفتار مردان است. آنچه را معمولاً خواندن برای گریز می‌نامند (در سطور بعدی دربارهٔ این عبارت توضیحاتی خواهیم داد) در بین زنان نسبتاً متداول است (رمانهای احساساتی، تاریخ، پلیسی) و نویسندگان زن، چه در شبکهٔ فرهیختگان و چه در شبکه‌های عام، محبوبیت بیشتری دارند (در حدود سال ۱۹۵۵، پرل باک، دافنه دوموریه، مازو دولاروش، کولت و به‌ویژه دلّی که نویسنده‌ای دائمی است). به این اسامی باید نام نویسندگانی را افزود که مؤیدِ گرایش به «ادبیات گریز» هستند (لوتی، پی‌یر بنوا، پل ویالار و دیگران ...) ولی کسانی هم هستند که به گرفتاریهای روزمره می‌پردازند (وان‌در میرش، کرونن، اسلوتر، تید مونیه، سوبیران و دیگران ...).

این همگونی زادهٔ آن است که سبک زندگی زن، به‌ویژه در عصر مدرن، نسبتاً یک شکل است: گرفتاری کارهای خانه و فرزندان که اغلب با فعالیت حرفه‌ای همراه است، در تمام طبقات اجتماعی و در همهٔ مناطق از الگوی واحدی پیروی می‌کند. در مورد گزینشهای خاص زنان باید گفت که آنها به آغاز کتاب‌خوانی

زنان در قرون هفدهم و هجدهم برمی‌گردد، به زمانی که خستگی زنان از ماندن در خانه یکی از منابع نگارش رمان بود، هنگامی که مسئولیتهای اجتماعی و سیاسی زنان بسیار ناچیز بودند. حضور نویسندگانی مانند پرل باک یا کرونن گواه بر اشتغالات فکری تازه‌ای بود که بی‌هیچ شکی، به‌تدریج که پایگاه اجتماعی زن در جهت شرکت فعال‌تر در حیات مدنی تحول می‌یافت، تأثیر روزافزونی بر خواندن زنان می‌گذاشت. همچنین باید خاطرنشان کرد که مطالعه «ادبیات‌گریز» در میان زنان جوان (بین سی و چهل سال) رایج‌تر است چرا که آنان بیشتر از بقیه دچار نارضایی و واقعیت‌گریزی و خیال‌پردازی هستند. به طور کلی (و این مطلب در مورد زنان و مردان به یک اندازه صادق است) مطالعات، به‌تدریج که سن بالا می‌رود، ادبی‌تر می‌شود. بازنشستگان غالباً خوانندگان بسیار خوبی هستند، بی‌شک برای اینکه فرصت بیشتری برای مطالعه در اختیار دارند و نیز برای اینکه فشار زندگی بر آنان کمتر است.

پس بی‌مناسبت نخواهد بود که به مطالعه انگیزه‌های روانی و اوضاع مادی‌ای بپردازیم که به رفتار خوانندهٔ معمولی[1] شکل می‌دهند.

۲. انگیزه

می‌دانیم که مصرف کتاب را نباید با خواندن آن یکی دانست. گاهی مصرف‌کننده‌ای کتابی می‌خرد (یا به‌ندرت به امانت می‌گیرد) بی‌آنکه قصد خاصی برای خواندن آن داشته باشد (بگذریم که ممکن است به طور تصادفی آن را بخواند).

می‌توان به خرید «خودنمایانهٔ» کتابی اشاره کرد که *لازم است* انسان به نشان ثروت، فرهنگ بالا یا سلیقه خوب آن را *داشته باشد* (این یکی از متداول‌ترین شگردهایی است که در انجمنهای کتاب در فرانسه به کار می‌رود)، خرید کتابهای نفیس که به منزلهٔ سرمایه‌گذاری هم تلقی می‌شود، خرید جلدهای متعدد یک مجموعه بنا به

---

۱. به بررسی تحسین‌آمیز ریچارد د. آلتیک (Richard D. Altick)، *The English Common Reader*، *A Social History of the Mass Reading Public*، ۱۹۰۰ـ۱۸۰۰ (شیکاگو ۱۹۵۷) و بررسی دیگری با دقت کمتر از ر. ک. وب (R. K. Webb) تحت عنوان: *The British Working Class Reader*، ۱۸۴۸ـ۱۷۹۰ (لندن، ۱۹۵۵) مراجعه کنید.

عادت، خرید از سر وفاداری به یک آرمان یا شخص (موفقیت اثر در میان منتقدان)، خرید کتاب از سر علاقه به اشیاء نفیس، که در این صورت کتاب به خاطر صحافی، حروف یا تصاویرش حکم شیئی هنری را پیدا می‌کند. در این مورد کتاب به شیء تبدیل می‌شود.

مصرف کتاب بدون خواندن آن فقط به این سبب مورد توجه ماست که در دور اقتصادی قرار می‌گیرد. ولی این نوع مصرف، بخش بسیار کوچکی از کل مصرف را به‌ویژه در شبکه‌های عام تشکیل می‌دهد. در این شبکه‌ها روزنامه را غالباً برای خواندن قسمتهایی از آن می‌خرند، ولی اگر قصد نداشته باشند کتابی را بخوانند، به‌ندرت به خرید آن می‌پردازند.

از سوی دیگر می‌دانیم که در مصرف همراه با خواندن، باید مصرف کارکردی را از مصرف ادبی متمایز ساخت. هر یک از این دو نوع مصرف با انگیزه‌های مختلفی انطباق دارد.

ما فقط به جهت یادآوری از انگیزه‌هایی که مبنای مصرف کارکردی قرار می‌گیرند نام می‌بریم. قبل از همه کسب اطلاع، گردآوری اسناد و مدارک و مطالعه در زمینه‌های حرفه‌ای جزء این انگیزه‌ها هستند. پیچیده‌تر از این انگیزه‌ها، مصرف کارکردی کتاب ادبی است. یکی از بارزترین موارد این نوع مصرف، کاربرد پزشکی کتاب یا کتاب‌درمانی است، مثلاً وقتی کسی کتاب می‌خواند تا خوابش ببرد یا ذهنش را مشغول بدارد و یا اضطراب را از ذهن خود دور کند. مطالعاتی که به «تمدد اعصاب» کمک می‌کنند یا آنهایی که برای ذهن، نوعی ورزش بهداشتی فراهم می‌آورند نیز از این دسته‌اند: نوعی از رمانهای پلیسی نیز در این مورد، نقش مشابه جدول روزنامه‌ها را بازی می‌کنند. در موارد دیگر از کتاب انتظار می‌رود که مانند مواد مخدر، برای ایجاد بعضی احساسات، بر نظام عصبی تأثیر مستقیم بگذارد، مطالعات وحشت‌انگیز محض، مطالعات خنده‌آور (با استفاده از کمدیهای سبک)، مطالعات اشک‌آور و به‌ویژه مطالعات شهوت‌انگیز از این قبیل هستند. در مورد مطالعات شهوت‌انگیز باید گفت که کاربرد شهوت‌انگیزانه کتاب، حتی اگر جنبهٔ وقیح‌نگارانه در آن جزئی باشد یا حتی به صورت کاملاً ناخودآگاه در اثر مطرح شده باشد، از انگیزه‌های بسیار رایج برای خواندن است.

هر چند که مطالعهٔ متون مبارزاتی یا متون مربوط به خودآموزی از نوع کاملاً

متفاوتی است، باید آنها را (و یا لااقل بخشی از آنها را) نیز کارکردی دانست. در این صورت کتاب ابزاری برای فن مبارزه یا پیشرفت اجتماعی به حساب می‌آید. کتاب را ابتدا برای کسب فرهنگ و سپس برای کسب لذت می‌خوانند، یعنی انگیزهٔ ادبی ممکن است وجود داشته باشد ولی فرعی است.

انگیزه‌های خاص ادبی، انگیزه‌هایی هستند که بی‌غرض بودن اثر را رعایت می‌کنند و مطالعه را نه وسیله، بلکه هدف قرار می‌دهند. ناگفته نماند که چنین مطالعه‌ای در عین حال مستلزم و نافیِ تنهایی است. در واقع خواندن کتاب به عنوان آفریده‌ای اصیل و نه به عنوان ابزاری برای ارضای کارکردی یک نیاز مستلزم آن است که خواننده *در خانه دیگری را بکوبد، از دیگری کمک بخواهد* و بنابراین از خود بیرون بیاید. به این معنا در برابر کتاب به مثابه ابزار که تابع صرف نیازهای فرد است کتاب به منزله مصاحب قرار می‌گیرد. اما از سوی دیگر، مطالعه عملی گوشه‌گیرانه به معنای تام کلمه است. انسانی که به مطالعه روی می‌آورد، حرف نمی‌زند، کاری نمی‌کند، از انسانهای دیگر فاصله می‌گیرد، از محیط اطراف، کناره می‌گیرد. این موضوع هم در مورد مطالعهٔ شنیداری صادق است و هم در مورد مطالعهٔ دیداری: هیچ کس تنهاتر از تماشاگری که در میان دیگران در تماشاخانه نشسته است، نیست. در اینجا باید به تفاوتی اساسی میان ادبیات و هنرهای زیبا، اشاره کنیم: در حالی که موسیقی و نقاشی، از آنجا که فقط بخشی از حواس انسان را به خود مشغول می‌سازند، می‌توانند نقش دکور را بازی کنند، حتی به مثابه زمینهٔ کارکردی برای کسی که به کار مشغول است به حساب آیند، برعکس مطالعه برای حواس انسان هیچ‌گونه آزادی باقی نمی‌گذارد و تمامی شعور را قبضه می‌کند و خواننده را به موجودی ناتوان بدل می‌سازد.

بنابراین عمل مطالعه ادبی هم جامعه‌پذیر است و هم جامعه‌گریز و روابط فرد را با عالم خویش موقتاً قطع می‌کند تا روابط جدیدی بین او و دنیای اثر برقرار سازد. بدین جهت است که انگیزه مطالعه تقریباً همیشه نوعی عدم ارضاء، عدم تعادل بین خواننده و محیط است. این عدم تعادل ممکن است به علل درونی طبیعتِ بشری (از قبیل کوتاهی و ناپایداری زندگی) برگردد، یا ممکن است به برخورد افراد با هم

(مانند عشق، کینه، ترحّم) و یا به ساختارهای اجتماعی (ظلم، فلاکت، بیم از آینده، کسالت از کار) ارتباط پیدا کند. در یک کلمه مطالعه در حکم چارهٔ انسان برای رویارویی با پوچی سرنوشت بشر است. مردمی که شادمان هستند، شاید تاریخ نداشته باشند، اما ادبیات قطعاً نخواهد داشت زیرا نیاز به مطالعه را احساس نخواهند کرد.

اصطلاح «ادبیات گریز» غالباً به کار برده می‌شود، بی‌آنکه همیشه معنای روشنی از آن ارائه شده باشد. برخوردهای تحقیرآمیز یا ستیزه‌جویانه با این ادبیات اغلب بسیار خودسرانه است. در واقع هر مطالعه‌ای، قبل از هر چیز نوعی گریز است. ولی گریز صدها شیوه دارد و مهم این است که انسان بداند از چه و به سوی چه فرار می‌کند. بررسی مطالعات افراد در پیوند با وقایع سیاسی و به‌ویژه دوره‌های بحرانی (جنگها، تنشهای بین‌المللی، انقلابها و غیره.) چه بسا در این مورد بسیار روشنگر باشد.

کتاب *دون کامی‌یو* در کشورهایی که در آنها اختلافات عمیق سیاسی وجود داشت، از موفقیت زیادی برخوردار شد، زیرا در این اثر، نمایش دوستی محکم و بی‌ریا بین یک کمونیست و یک کشیش، که هر دو در محل ریشه دارند، نه حذف اختلافات، بلکه زدودن قدرت شوم آنها و تحمل‌پذیر کردنشان را ممکن می‌سازد. خوش‌بینی و شادابی‌ای که در سال ۱۹۴۵ آغاز حکومت مندس فرانس را در میان گرفته بود، یکی از عوامل موفقیت کتاب *کتابچه‌های سرگرد تامپسون*[1] بود، نه برای آنکه حال و هوای شاد آن زمان مطالعهٔ کتابهای سبک را می‌طلبید، بلکه برعکس از آن جهت که لازم بود آن حالت حفظ شود و احیای دوبارهٔ وقایع مهمی که مبین روح ملی بود (و چنانچه از زبان فردی بیگانه شنیده می‌شد تأثیر گستردهٔ خاصی می‌گذاشت) از شکنندگی و ناپایداری آن بکاهد. بنابراین در ماه دسامبر ۱۹۵۶، در هفتهٔ بحران کانال سوئز، یعنی درست هنگامی که این تأثیر خاص *کتابچه‌ها* از میان می‌رفت و مطالعهٔ آن حقیقتاً به وسیله‌ای برای گریز از واقعیات تبدیل می‌شد، فروش آن که از دو سال پیش در سطح بسیار بالایی تثبیت شده بود ناگهان به یک پنجم کاهش یافت.

نمودار نمایشنامه‌هایی که در پایان قرن هجدهم در لندن به روی صحنه آمده، به همت آقای ژان دولک، استاد دانشگاه پاریس ۳ تهیه شده است. جنگ با فرانسه در

1. *Carnets du Major Thompson*

آوریل ۱۷۹۲ شروع شد. از این رو تعداد کمدیهای سبکی که به روی پرده آمد، از ۹ عدد در سال ۱۷۹۱ و ۱۰ عدد در سال ۱۷۹۲ به ۱ عدد در سال ۱۷۹۳ تنزیل یافت. در همین حال، نمایشنامه‌های طنزآمیز انتقادی که در سال ۱۷۹۲ تعدادشان ۴ عدد بود در سال ۱۷۹۳ به ۶ و در سال ۱۷۹۴ به ۹ و در سال ۱۷۹۵ به ۱۲ نمایشنامه رسید. تعداد تراژدی از ۳ نمونه در سال ۱۷۹۲، به ۵ عدد در سال ۱۷۹۳ و به ۱۰ عدد در سالهای ۱۷۹۴ و ۱۷۹۵ افزایش یافت. از آنجا که در کار نمایش، عرضه به تقاضا (به‌خصوص در این دوره) بسیار حساس است، می‌توان این تغییرات را نمونه‌هایی عالی از تأثیر بحرانها بر مصرف ادبی ـ و نه الزاماً در جهت آنچه ادبیات‌گریز خوانده می‌شود ـ دانست: کمدی سبک طبیعتاً نوعی است که در مقایسه با نمایشنامه‌های انتقادی یا تراژدی میزان «تعهدش» بی‌نهایت کمتر است.

اطلاعات ما برای تحلیل ژرف‌تر کافی نیستند، اما هنگامی که اطلاعات کافی به دست آید زمینهٔ وسیعی فراهم خواهد شد که روان‌شناسی اجتماعی باید بدان بپردازد. فعلاً به بیان این نکته بسنده می‌کنیم که نباید فرار زندانی را (که یک پیروزی و افتخار برای او محسوب می‌شود) با فرار سربازی که از سربازخانه می‌گریزد (و شکست و ننگ به حساب می‌آید) یکی دانست. و از طرف دیگر ناگفته نماند که نباید از روی مطالعه اشخاص به انگیزه‌های آنان پی برد. غنایی که خواننده در مطالعه جستجو می‌کند ـ این غنا از رهگذر آشتی با پوچی سرنوشت بشر، بازیابی تعادل عاطفی خویش، دستیابی به خودآگاهی صورت می‌پذیرد ـ ممکن است، همان‌طور که در مقالهٔ دیگری نوشته‌ایم «به شکل سکه‌های گرانبهایی باشد که بی‌درنگ با تجربه مبادله و اندوخته می‌شود و یا به شکل چکهای بی‌محلی که مبادله‌پذیر نیست و نه بر اساس موجودی، بلکه بر اساس توهمات کشیده شده است[1].

بر اساس دانسته‌های کنونی خود از نحوهٔ تقسیم مطالعات، می‌توانیم بگوییم که در کشورهایی که سیاست ارشاد ادبی اعمال نمی‌شود، اکثریت متونی که در شبکهٔ فرهیختگان به گردش در می‌آید (حتی به ظاهر هم که شده) مستلزم انگیزهٔ آموزش‌افزایی است، در حالی که بیشتر متونی که در شبکه‌های عام پخش می‌شود

1. *Informations sociales*, février 1956, p. 202; Les lectures populaires.

مستلزم و مشوق انگیزه‌گریز است. از انبان دوره‌گردها گرفته تا پیشخوان مراکز فروش کتاب، همه جا به ادبیاتی کلیشه‌ای برمی‌خوریم که می‌کوشد با اسطوره‌سازیهای زمخت احساسی، واقعیت‌گریزی و خیالبافیهایی را که آن همه در ذهن توده‌ها پرورش داده‌اند، تشویق کند.

این‌گونه تحلیل و تشبیه‌ها خودسرانه است و گویای واقعیت گرایشهای مردم نیست. آنها فقط وضع موجود، یک موقعیت نهادی و یک ساختار اقتصادی ـ اجتماعی را بیان می‌کنند. انگیزه‌هایی که افراد را به مطالعه می‌کشانند، از هر نوعی که باشند، فقط در اوضاع و احوال مادی مناسب، کارساز و عملی خواهند شد.

۳. اوضاع و احوال مناسب برای مطالعه

ما به آنچه در مورد توزیع گفتیم برنمی‌گردیم. اگر فرض کنیم که کتاب در دسترس خوانندگان قرار دارد، آن وقت مسائل تازه‌ای مطرح می‌شوند: کجا و کی می‌توان آن را خواند؟

در اینجا مفهوم آمادگی اشخاص پیش کشیده می‌شود. حیات جمعی، فرد را به طرق گوناگونی مشغول می‌دارد. مثلاً در این مورد سن عامل مهمی به حساب می‌آید: از یک سو تعلیم و تربیت، آموزش حرفه‌ای، کسب موقعیت شغلی، همه اینها آمادگی نوجوانان و جوانان را برای مطالعات غیر کارکردی کاهش می‌دهد، و از سوی دیگر وقت آزاد در این سنین با فعالیتهای عدیده سرگرم‌کننده‌ای مانند ورزش پر می‌شود. با وجود این، جوانان به مطالعه رو می‌آورند چون که انگیزه‌های نیرومندی برای این کار دارند (این سن دورهٔ بحرانهای شخصیت و برخورد با جامعه محسوب می‌شود)، آنان شیفتهٔ مطالعه هستند، اما همه نظرسنجیها نشان می‌دهند که آنان خارج از کتابهای درسی کم چیز می‌خوانند و دایرهٔ مطالعات غیر درسی‌شان نسبتاً محدود است. آغاز دورهٔ مطالعه بین سی و پنج و چهل‌سالگی است یعنی هنگامی که از فشار زندگی کاسته می‌شود. به یاد می‌آوریم که در همین سنین است که شخصیت ادبی تاریخی نویسندگان نیز شکل می‌گیرد. شاید میان این دو پدیده

رابطه‌ای وجود داشته باشد: فقط تحقیق حقیقتاً جامعی می‌تواند وجود این رابطه را اثبات کند.

در بین عوامل دیگری غیر از سن که بر آمادگی اشخاص تأثیر می‌گذارند، باید به نوع فعالیت حرفه‌ای، نوع مسکن، اوضاع اقلیمی، وضعیت خانوادگی و غیره نیز اشاره کرد. هر یک از این عوامل را باید به تفصیل بررسی کرد، اما می‌توان لحظاتی را که انسان متمدن قرن بیستم در زندگی خود آمادگی لازم را برای مطالعه دارد، به طور کلی به سه دسته بزرگ تقسیم کرد: لحظات خالی از دست‌رفتنی (حمل و نقل، تغذیه، و غیره)، اوقات منظم فراغت (بعد از ساعات کار)، زمانهای غیرفعال (جمعه‌ها، تعطیلات، بیماری، بازنشستگی).

مطالعه در لحظات خالی اغلب به خواندن روزنامه اختصاص می‌یابد. در واقع، نامرتبی و کوتاهی و قطع‌شدنهای مکرر این لحظات و حواس‌پرتیهای دائمی مطالعهٔ پیگیر را مشکل می‌سازند. با وجود این، اگر به هنگام صرف غذا تقریباً همیشه روزنامه مطالعه می‌شود، آثار خاص سفر و حمل و نقل نیز وجود دارند، مثلاً «رمانهای ویژهٔ خواندن در قطار» که معمولاً رمانهای پلیسی است. این رمانها برای سفرهای نسبتاً طولانی (دو تا سه ساعت) نوشته شده‌اند و در نتیجه برای جابه‌جاییهای روزانه کارکنان از خانه به محل کارشان مناسب نیستند. یکی از عوامل موفقیت *دایجست‌ها* این است که در آنها مطلب مناسب برای هر فرصتی پیدا می‌شود. «داستانهای عشقی» که به‌خصوص برای این کار نوشته شده‌اند به صورت جزوه‌های ۱۶، ۳۲، ۶۴ یا ۹۶ صفحه‌ای عرضه می‌شوند و برای مسیرهای ده دقیقه‌ای تا یک ساعته مورد استفاده قرار می‌گیرند. یکی از راه‌حلهایی که در انگلستان به کار می‌رود کتابی است معروف به «کتاب مترویی» که در آن ذخیره‌ای از متون خواندنی برای چندین هفته وجود دارد، اما حجیم بودن این مجلد در اغلب موارد آن را کاربردناپذیر می‌کند.

در زمینهٔ مطالعه در لحظات خالی می‌توان از مطالعه به هنگام لحظات استراحت در محیط کار نام برد. مطالعه در این لحظات نسبتاً نادر است، زیرا محاوره، مباحثه، پیشخوان کافه، رقبای جدی آن هستند. ولی تجربه ثابت می‌کند که چنانچه اوضاع مساعد برای مطالعه فراهم آید یعنی اتاق مطالعه، کتابخانه در محل استراحت وجود داشته باشد، مطالعه در لحظات استراحت ممکن است به راحتی انجام‌پذیر و ثمربخش شود.

مطالعه در اوقات فراغت بسیار فراوان‌تر از سایر اوقات انجام می‌گیرد. در این مورد می‌توان از مطالعهٔ شبانه که معمولاً در میان افراد خانواده، قبل یا بلافاصله بعد از صرف شام و مطالعه آخر شب که معمولاً در رختخواب انجام می‌گیرد، نام برد.

مطالعهٔ شبانه بیشتر کار اشخاصی است که از نظر سنی جا افتاده‌اند و کمتر جذب سرگرمیهای بیرونی می‌شوند. این نوع مطالعه با زندگی روستایی (شبهای دراز)، با سختی آب و هوا (که در کشورهای مدیترانه‌ای وجود ندارد و در انگلستان و کشورهای اسکاندیناوی بسیار رایج است)، با سکونتگاههای راحت سازگار است. رادیو و به‌ویژه تلویزیون به جای مطالعهٔ بصری رفته‌رفته نوعی از مطالعهٔ سمعی ـ بصری را رواج می‌دهند که البته بی‌ارزش نیست ولی سیاست ارشاد و هدایت مطالعه را به مردم تحمیل می‌کند. با وجود این، هنوز هم استوارترین مطالعات در اوقات آزاد شبانه انجام می‌پذیرد.

مطالعهٔ آخر شب ویژگیهای خاص خود را دارد. خوانندگانی که در مورد عادت به مطالعه مورد پرسش قرار می‌گیرند بیشتر به این نوع مطالعه اشاره می‌کنند. از دیرباز اهمیت «کتاب بالینی» یعنی کتاب کنار تختخواب، شناخته شده است. در واقع، این کتابها سلیقه‌های خوانندگان را به دقیق‌ترین وجه نمایان می‌کنند، زیرا در تنهایی اتاق خواب محرمات و ممنوعیتها رنگ می‌بازند و ملاحظات و اجبارهای اجتماعی کنار می‌روند. پرداختن به تحقیق ویژه‌ای در زمینهٔ «کتاب بالینی» بسیار ارزشمند خواهد بود، زیرا مردم برای این کتابها بیش از تمام کتابهای دیگر وقت می‌گذارند و اغلب هر شب دو ساعت یا بیشتر به مطالعه آنها می‌پردازند. و اما در مورد مطالعاتی که در زمانهای بیکاری انجام می‌گیرد باید گفت که جنبه‌های بسیار مختلفی دارند. پیش از این در مورد مطالعه بازنشستگان مطالب مختصری گفته‌ایم. مطالعه در روز جمعه ظاهراً رقبایی دارد که عبارت‌اند از ورزش و «کارهای ذوقی» مختلف. این مطالعه اغلب به صورت خواندن «جمعه‌نامه»ها در می‌آید: در بریتانیای کبیر یک چهارم اهالی بالغ چندین «جمعه‌نامه» (sundays papers) را مطالعه می‌کنند.

مطالعه به هنگام بیماری، خوشبختانه استثنایی، اما مؤثرتر است. گذراندن ساعات طولانی در بستر بیماری امکان مطالعهٔ عمیقی را که دیگر به آسانی به دست نخواهد آمد، فراهم می‌آورد. این امکان به‌خصوص در دوران نقاهت پیش می‌آید. خود دورهٔ بیماری بیشتر برای مطالعات کارکردی مناسب است. البته در اینجا نیز همه چیز به

امکانات مادی وابستگی دارد. کتابخانه‌های بیمارستانها در فرانسه به فقر اسف‌باری دچارند. با وجود این اغلب در همین کتابخانه‌هاست که سرنوشت‌سازترین مطالعات بعضی از افراد انجام می‌گیرد.

در مورد مطالعه به هنگام تعطیلات، اطلاعات زیادی در دست نیست. در این ایام، مطالعه، با رقیبان متعددی روبه‌روست، اما در مراکز آبهای گرم معدنی، در سواحل دریاها و در مزارع و صحراها رواج دارد. ما خود این موضوع را در شهر کوچکی که مردم برای استفاده از آبهای گرم معدنی می‌آمدند و ۱۰ تا ۱۵ هزار نفر را در خود جا می‌داد، بررسی کرده‌ایم. در این شهر یک مغازهٔ کتاب‌فروشی و سه دکهٔ کتاب‌فروشی وجود دارد. در کتاب‌فروشی و یکی از سه دکه (که روزنامه هم می‌فروشد) می‌توان کتابهای اصلی و تازه سال را پیدا کرد. به نظر نمی‌رسد کتابی هم باشد که به فروش نرسد (هرچند که هر دو مؤسسه به طور امانی کار می‌کنند و کتابهای فروش‌نرفته را به مرکز پخش برمی‌گردانند) دو کتابخانه تجاری و یک کتابخانه متعلق به کلیسا هم وجود دارد که هر دو کتاب امانت می‌دهند. مهم‌ترین این مراکز (یعنی مغازه کتاب‌فروشی) تقریباً ۳۰۰۰ جلد کتاب دارد (که ۳۰۰ جلد آن «رمانهای پلیسی» است). بقیه کتابها عبارت‌اند از رمانهای فرانسوی و خارجی (به میزان ۶۰٪)، گزارشها، کتابهای تاریخی، کتابهای پرماجرا. چند کتاب خودآموز یا فلسفی هم دیده می‌شود. در گرماگرم فصل آمد و شد، تا ۸۰۰ خواننده ثبت‌نام می‌کنند و گردش کتاب با سرعت زیاد انجام می‌گیرد (به طور میانگین هر دو روز یک کتاب به امانت گرفته می‌شود). بخشی از مشتریها منحصراً رمان پلیسی می‌خوانند. در میان دیگر گروههای خواننده، رقابت برای گرفتن کتابهای تازه و کتابهای مسافرتی به چشم می‌خورد.

این اطلاعات مختصر نشان می‌دهد که مطالعه تا چه حد به اوضاع و احوال محیط و به طور کلی به حیات روزمره انسانها مربوط می‌شود. در همین جا یعنی در واقعیت ساده زندگی هر روز مردم است که باید نتیجه و علت وجودی ادبیات را جستجو کرد. آنگاه به روشنی دیده می‌شود که میان این واقعیت و دستگاه اجتماعی ادبیات، آن طور که در این کتاب توصیف شد، چه فاصله و عدم تناسب شگفت‌انگیزی وجود دارد. آیا جامعه هنوز هم می‌تواند با ادبیات کنار بیاید؟ پرسش نهایی ما همین خواهد بود.

نتیجه

ما می‌دانیم که نتیجه‌گیری ما در زیر ناقص و کلی خواهد بود، اما انتقاداتی که بر خواهد انگیخت، بی‌شک کمتر به داده‌های این اثر مربوط خواهند بود تا به ذهنیت ما در مورد این داده‌ها. به ما خواهند گفت: بعد از این همه جامعه‌شناسی و شبه‌جامعه‌شناسی، دیگر از ادبیات چه باقی می‌ماند؟ و تازه آیا تکیه بر بی‌غرضی ادبیات، محکومیت پیشاپیش آن را اعلام نمی‌کند؟

این انتقاد پذیرفتنی است اما می‌توان گفت که ادبیات در اینجا به صورت آنچه هست در نظر گرفته شده و نه به عنوان آنچه *باید باشد*. ما پنهان نداشتیم که موقعیت ادبیات در جامعهٔ معاصر به هیچ وجه رضایت‌بخش نیست. امکان دارد که این جامعه دیگر بی‌غرضی را دست‌کم به شکلی که انسان فرهیختهٔ زمان مادام دوستال در ذهن می‌پروراند، نپذیرد.

در این صورت آن مفهومی از ادبیات که ما به کار می‌بریم و با آن پدیدهٔ ادبی را به تحلیل می‌کشیم، با زمان ما مناسبت ندارد. این مفهوم که در قرن هجدهم، تحت فشار اوضاع و احوال آن روزگار (دستیابی طبقهٔ بورژوازی به فرهنگ فرهیختگان، صنعتی شدن کتاب‌فروشیها، ظهور ادیبان حرفه‌ای) پدید آمد، در نهایت می‌تواند به کمک نوعی «خیانت خلاق» تصویری ادراک‌پذیر اما تحریف شده از قرون گذشته ترسیم کند، ولی توانایی‌اش در گنجاندن زمان حال در محدوده‌های بسیار تنگ خویش، دم به دم کاهش می‌یابد. رفته‌رفته در همه جای دنیا، فرهنگهای توده‌ها رخ می‌نمایند، همراه با خواسته‌هایی که همیشه نه به زبان در می‌آیند و نه نهادهایی برای تحقق بخشیدن به آنها وجود دارد، اما فشارشان هر روز محسوس‌تر

می‌شود. در برابر صنعت و تجارت کتاب، ابزارهای چنان توانمندی برای پخش مطالب و تصاویر به وجود آمده‌اند که دیگر در قالب مؤسسات کوچک نمی‌گنجند: علاوه بر سینما و رادیو و تلویزیون، مطبوعات و انتشارات ادواری با کارتن‌ها و دایجست‌هایشان به روی صحنه آمده‌اند. حمایت ادبی ابزار سیاستهای ارشادی دولتهاست و ساختارهای کهنه انتشارات مخصوص فرهیختگان نیز دیگر قادر نیستند نان نویسنده را تأمین کنند. در این میان نویسنده به ناگزیر در طیف نامعلوم «روشنفکران» منزوی و تبعید شده و در نیمه راه شغل آزاد یا حقوق‌بگیری سرگردان مانده است.

در اینجا واژه اهمیتی ندارد: واژهٔ ادبیات هم مانند هر واژهٔ دیگری است. مهم، یافتن یک تعادل جدید است. تعادلی که قرن هجدهم برای ما به ارث گذاشت از کار افتاده است. فقط در پرتو کوششی روشن‌بینانه می‌توان از تعادلی که ـ تا حدی بی‌خبر از ما ـ در اطرافمان شکل می‌گیرد، آگاهی یافت.

برای این کار، باید از ادبیات تقدس‌زدایی کرد و آن را از بند ممنوعیتهای اجتماعی ـ با پی بردن به راز قدرت این محرمات و خنثی کردن قدرت آنها ـ آزاد ساخت. آنگاه، شاید بتوان نه تاریخ ادبیات، بلکه تاریخ انسانهای موجود در جامعه را براساس گفت‌وشنودِ آفرینندگان واژه‌ها و اسطوره‌ها و اندیشه‌ها با معاصران و آیندگانشان بازنویسی کرد، گفت‌وشنودی که ما اکنون آن را ادبیات می‌نامیم.

کتاب‌شناسی

ALTICK (R. D.), *The English Common Reader*, Chicago, 1956.

ANGOULVENT (P.), *L'édition française au pied du mur*, Paris, 1960.

BOLLEME (G.), DUPRONT (A.), EHRARD (J.), FURET (F.), ROCHE (D.), ROGER (J.), *Livre et société dans la France du XVIII*e *siècle*, La Haye, 1965.

DUMAZEDIER (J.), et HASSENFORDER (J.), *Eléments pour une socio-logie comparée de la production, de la diffusion et de l'utilisation du livre*, Bibliographie de la France, Paris, 1963.

ESCARPIT (R.), *La révolution du Livre*, Paris, 1965.

ESCARPIT (R.), The sociology of Literature, dans *International Encyclopaedie of the Social Sciences*, New York, 1968.

ESCARPIT (R.), *L'écrit et la communication*, Paris, 1973.

ESCARPIT (R.), BOUAZIS (Ch.), DUBOIS (J.), ESTIVALS (R.), MURRY(G.), ORECCHIONI (P.), ROBINE (N.), ZALAMANSKY (H.), *Le littéraire et le social*, Paris, 1970.

ESTIVALS (R.), *La statistique bibliographique de la France au XVIII*e *siècle*, La Haye, 1965.

GOLDMANN (L.), La sociologie de la littérature, dans *Revue interna-tionale des Sciences sociales*, 4, 1967.

HOGGART (R.), *The Uses of Literacy, Londres*, 1956.

LEENHARDT (J.), La sociologie de la littérature, dans *Revue inter-nationale des Sciences sociales*, 4, 1967.

LUKACS (G.), *Literatur-Soziologie*, Neuwied, 1961.

MEMMI (A.), Cinq propositions pour une sociologie de la littérature, dans *Cahiers internationaux de Sociologie*, 1959, VI, 26.

MEMMI (A.), Problèmes de la sociologie de la littérature, dans *Traité de Sociologie*, Paris, 1963.

PICHOIS (C.), Vers une sociologie historique des faits littéraires, dans *Revue d'histoire littéraire de la France*, 1961, 1.

SARTRE (J. - P.), *Qu'est-ce que la littérature*?, Paris, 1948.

Syndicat national des Editeurs, *Monographie de l'édition*, Paris, 1970.

Littérature et grand Public, *Informations sociales*, 1957. 1.

از همین نویسنده

(آثار علمی)

Historia de la literatura francesa, Mexico Fondo de Cultura Economica, 1948.

De quoi vivait Byron?, Paris, Deux-Rives, 1951.

Précis d'histoire de la littérature anglaise, Paris, Hachette, 1953.

L'Angleterre dans l'œuvre de Mme de Staël, Paris, Didier, 1954.
Guide anglais (avec J. DULCK), Paris, Hachette, 1954 (éd. anglaise *Meet Britain*, 1957).
Rudyard Kipling. Servitudes et grandeurs impériales, Paris, Hachette, 1955.
Lord Byron. Un tempérament littéraire, Paris, Le Cercle du Livre, 1957.
Contracorrientes mexicanas, Mexico, Antigua libreria Robredo, 1957.
Guide hispanique (avec F. BERGES et G. LARRIEU), Paris, Hachette, 1959.
L'humour, Paris, P. U. F. ("Que sais-je?", n°877), 1960.
Ecole laïque, *école du peuple*, Paris, Calmann-Lévy, 1961.
Atlas de la lecture à Bordeaux (avec N. ROBINE), Bordeaux, Faculté des lettres, 1963.
Hemingway, Bruxelles, La Renaissance du Livre, 1963.
La révolution du livre, Paris, P. U. F., 1965.
Byron, Paris, Seghers, 1965.
Le littéraire et le social, Paris, Flammarion, 1970.
La faim de lire (avec R. E. Barker), Paris, P. U. F., 1973.
L'écrit et la communication, Paris, P. U. F., 1973.
Théorie générale de l'information et de la communication, Paris, Hachette, 1976.
Théorie de l'information et pratique politique, Paris, Seuil, 1981.
Livre blanc de la communication, Bordeaux, Lasic, 1982.

کتاب‌شناسی فارسی

الف) کتابها

آریان‌پور، امیرحسین، *ایبسن آشوب‌گرای، کاوشی در زمینهٔ جامعه‌شناسی هنر*، چ ۱، تهران، سپهر، ۱۳۴۸.

ـــــــــــ، *جامعه‌شناسی هنر*، چ ۳، تهران، دانشکدهٔ هنرهای زیبا، ۱۳۵۴.

آرین‌پور، یحیی، *از صبا تا نیما*، چ ۳، تهران، ۱۳۵۳.

التباخ، فیلیپ جی، واوا ـ مریاراکبر، *نشر کتاب در جهان سوم*، ترجمهٔ علی شکوئی، تبریز، انتشارات دانشگاه تبریز ۲۷۲، ۱۳۶۴.

باختین، میخاییل، و دیگران، *سودای مکالمه، خنده، آزادی*، گزیده و ترجمهٔ محمدجعفر پوینده، چ ۱، تهران، آرست، ۱۳۷۳.

بارت، رولان، *نقد تفسیری*، ترجمهٔ محمدتقی غیاثی، چ ۱، تهران، بزرگمهر، ۱۳۶۸.

بنیامین، والتر، *نشانه‌ای به رهایی*، ترجمهٔ بابک احمدی، چ ۱، تهران، تندر، ۱۳۶۶.

پرهام، سیروس، *رئالیسم و ضدرئالیسم در ادبیات*، چ ۶، تهران، آگاه، ۱۳۶۰.

پلخانف، گئورگی، *دربارهٔ ادبیات*، ترجمهٔ منوچهر هزارخانی، چ ۲، تهران، رواق.

ـــــــــــ، *هنر و زندگی اجتماعی*، ترجمهٔ منوچهر هزارخانی، چ ۱، تهران، آگاه.

ترابی، علی‌اکبر، *جامعه‌شناسی و ادبیات*، شعر نو هنری در پیوند با تکامل اجتماع، چ ۱، تبریز، نوبل، ۱۳۷۰.

جورج، امری، *جورج لوکاچ*، ترجمهٔ عزت‌اله فولادوند، چ ۱، تهران، ویراسته، ۱۳۷۲.

رنجبر، احمد، *هشت مقاله (اجتماعیات در ادبیات)*، چ ۱، تهران، اساطیر، ۱۳۷۲.

زرافا، میشل، *ادبیات داستانی (رمان و واقعیت اجتماعی)*، ترجمهٔ نسرین پروینی، چ ۱، تهران، فروغی، ۱۳۶۸.

سارتر، ژان‌پل، *ادبیات چیست؟*، ترجمهٔ ابوالحسن نجفی، مصطفی رحیمی، چ ۱، تهران، زمان، ۱۳۵۲.

ـــــــــــ، و دیگران، *ادبیات و اندیشه*، گزیده و ترجمهٔ مصطفی رحیمی، چ ۱، تهران، زمان، ۱۳۵۶.

سلدن، رامان، *راهنمای نظریهٔ ادبی معاصر*، ترجمهٔ عباس مخبر، چ ۱، تهران، طرح نو، ۱۳۷۲.

شوکینگ، لوین، ل.، *جامعه‌شناسی ذوق ادبی*، ترجمهٔ فریدون بدره‌ای، چ ۱، تهران، توس، ۱۳۷۳.

عابدینی، حسن، *صد سال داستان‌نویسی در ایران*، جلد اوّل، چ ۱، تهران، تندر، ۱۳۶۶.
ـــــــــــ ، *صد سال داستان‌نویسی در ایران*، جلد دوم، چ ۱، تهران، تندر، ۱۳۶۸.
فیشر، ارنست، *ضرورت هنر در روند تکامل اجتماعی*، ترجمهٔ فیروز شیروانلو، چ ۷، توس ۱۳۵۸.
گلدمن، لوسین، *جامعه‌شناسی ادبیات (دفاع از جامعه‌شناسی رمان)*، ترجمهٔ محمدجعفر پوینده، چ ۱، تهران، هوش و ابتکار، ۱۳۷۱.
ـــــــــــ ، *فلسفه و علوم انسانی*، ترجمهٔ حسین اسدپور پیرانفر، چ ۱، تهران، جاویدان، ۱۳۵۷.
ـــــــــــ ، *نقد تکوینی*، ترجمهٔ محمدتقی غیاثی، چ ۱، تهران، بزرگمهر، ۱۳۶۹.
لنگرودی، شمس، *تاریخ تحلیلی شعر نو*، چ ۱، تهران، مرکز، ۱۳۷۰.
لوکاچ، گئورگ، *پژوهشی در رئالیسم اروپایی*، ترجمهٔ اکبر افسری، چ ۱، تهران، علمی و فرهنگی، ۱۳۷۳.
ـــــــــــ ، جامعه‌شناسی رمان، *بالزاک، زولا، استاندال*، ترجمهٔ محمد پوینده، چ ۱، تهران، تجربه، ۱۳۷۴.
ـــــــــــ ، *معنای رئالیسم معاصر*، ترجمهٔ فریبرز سعادت، چ ۱، تهران، نیل، ۱۳۴۹.
مختاری، محمد، *انسان در شعر معاصر*، چ ۱، تهران، توس، ۱۳۷۲.
مصباحی‌پور ایرانیان، جمشید، *واقعیت اجتماعی و جهان داستان*، چ ۱، تهران، امیرکبیر، ۱۳۵۸.
میرفطروس، علی (به اهتمام)، *سهند، دربارهٔ جامعه‌شناسی و ادبیات*، تهران، صدا، ۱۳۵۷.
ولف، جانت، *تولید اجتماعی هنر*، ترجمهٔ نیره توکلی، چ ۱، تهران، مرکز، ۱۳۶۷.
هاوزر، آرنولد، *تاریخ اجتماعی هنر* (دو جلد)، ترجمهٔ امین مؤید، چ ۳، تهران، چاپخش، ۱۳۷۲.
ـــــــــــ ، *فلسفهٔ تاریخ هنر*، ترجمهٔ محمدتقی فرامرزی، چ ۱، تهران، نگاه، ۱۳۶۳.
ـــــــــــ ، و دیگران، *گستره و محدوده جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، ترجمهٔ فیروز شیروانلو، چ ۱، تهران، توس، ۱۳۵۵.
هگل، گئورگ ویلهلم فردریش، *مقدمه بر زیباشناسی*، ترجمهٔ محمود عبادیان، چ ۱، تهران، آوازه، ۱۳۶۴.
یوشیج، نیما، *ارزش احساسات و پنج مقاله در شعر و نمایش*، چ ۳، تهران، گوتنبرگ، ۱۳۵۵.

ب) مقاله‌ها

امینی، احمد، «کاری کارستان»، *نقد کتاب جامعه‌شناسی ادبیات* (دفاع از جامعه‌شناسی رمان) نوشتهٔ لوسین گلدمن، سلام، ش ۴۸۴ (۲۸ دی ۱۳۷۱).
باختین، میخاییل، «علم ادبیات و بررسی‌های ادبی»، ترجمهٔ محمدجعفر پوینده، *آدینه*، ش ۹۴ـ۹۵ (شهریور ۱۳۷۳).
ـــــــــــ ، «فرهنگ خنده‌آور مردمی» ترجمهٔ محمد پوینده، *تکاپو*، ش ۱۳ (آبان و آذر ۱۳۷۳).

بنیشو، پل، «شکنجهٔ آفرینش ادبی (گفتگو با پل بنیشو منتقد و جامعه‌شناس ادبیات)»، ترجمهٔ اسماعیل مطلبی سنگری، *گیله‌وا ویژهٔ هنر و اندیشه* (تابستان ۱۳۷۳).
پاسکادی، یون، «ساختگرایی تکوینی و لوسین گلدمن»، ترجمهٔ محمد پوینده، *جامعهٔ سالم*، ش ۲ و ۳ (مهر و دی ۱۳۷۰).
پلانتی ـ بونژور، گی، «زیبایی‌شناسی بلینسکی و تأثیرپذیری از هگل»، ترجمهٔ محمد پوینده، *کتاب صبح*، ش ۱۱ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۷۰).
ـــــــــــ، «واقع‌گرایی زیبایی‌شناختی، چرنیشفسکی و هگل» ترجمهٔ محمد پوینده، *کلک*، ش ۲۹ (مرداد ۱۳۷۱).
پوینده، محمد، «خندهٔ آزادی‌بخش رابله»، *تکاپو*، ش ۱۳ (آبان و آذر ۱۳۷۳).
ـــــــــــ، «رمان از نظرگاه هگل»، *کتاب صبح*، ش ۷ (تابستان ۱۳۶۹).
ـــــــــــ، «کوهلر، چشم‌اندازی نو در جامعه‌شناسی ادبیات»، *آدینه*، ش ۹۸ (بهمن ۱۳۷۳).
پی‌یر و زیما، «جامعه‌شناسی رمان از نظرگاه گلدمن»، ترجمهٔ محمد پوینده، *کلک*، ش ۳۱ (مهر ۱۳۷۱).
تودوروف، تزوتان، «گزینشهای اساسی باختین»، ترجمهٔ محمد پوینده، *تکاپو*، ش ۱۲ (شهریور و مهر ۱۳۷۳).
سرژ، ویکتور، «نقش مسلکی نویسنده»، ترجمهٔ محمد پوینده، *کتاب صبح*، ش ۸ (مهر و آبان ۱۳۶۹).
کوهلر، اریش، «۲۲ تز دربارهٔ جامعه‌شناسی ادبی»، ترجمهٔ محمد پوینده، *آدینه*، ش ۹۸ (بهمن ۱۳۷۳).
گرامشی، آنتونیو، «معیارهای نقد ادبی»، ترجمهٔ محمد پوینده، *تکاپو*، ش ۳ (تیر ۱۳۷۲).
گلدمن، لوسین، «تحلیل ساختاری سرنوشت بشر»، ترجمهٔ محمد پوینده، *کلک*، ش ۲۳ـ۲۴ (بهمن و اسفند ۱۳۷۰).
ـــــــــــ، «جامعه‌شناسی ادبیات»، ترجمهٔ محمد پوینده، *تکاپو*، ش ۵ (آبان ۱۳۷۲).
ـــــــــــ، «روش ساختگرای تکوینی در جامعه‌شناسی ادبیات»، ترجمهٔ محمد پوینده، *تکاپو*، ش ۲ (خرداد ۱۳۷۲).
لوکاچ، گئورگ، «آرزوهای بر باد رفته، قلهٔ رمان پندارزدایی» ترجمهٔ محمد پوینده، *کلک*، ش ۳۹ (خرداد ۱۳۷۲).
ـــــــــــ، «ایدئولوژی مدرنیسم»، ترجمهٔ فریبرز سعادت، *جهان نو*، ش ۴ و ۵ و ۶ (مهر تا اسفند ۱۳۴۸).
ـــــــــــ، «دربارهٔ رمان»، ترجمهٔ محمد پوینده، *کلک*، ش ۵ (مرداد ۱۳۶۹).
ـــــــــــ، «فرانتس کافکا یا توماس مان؟»، ترجمهٔ فریبرز سعادت، *کتاب نمونه* (۱۳۵۱).
ـــــــــــ، «فرم ویژهٔ رمان» ترجمهٔ محمد پوینده، *کلک*، ش ۱۱ و ۱۲ (بهمن و اسفند ۱۳۶۹).