



# مصرف ادبیات داستانی ایرانیان

دکتر امید علی احمدی

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# مصرف ادبیات داستانی ایرانیان

پژوهش و نگارش:

دکتر امید علی احمدی



[www.ricac.ac.ir](http://www.ricac.ac.ir)



---

## مصرف ادبیات داستانی ایرانیان

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

نویسنده: دکتر امید علی احمدی

ویراستار علمی: فرهاد امام جمعه

ویراستار ادبی: مجتبی ایزدی

۲۰۰ نسخه ویژه مخاطبان خاص - خرداد ۱۳۸۶

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.  
در غیر این صورت، پیگرد قانونی دارد.

---

نشانی: تهران، پایین تر از میدان ولیعصر(عج)، خ دمشق، شماره ۱۱، صندوق پستی ۶۴۷۴ - ۱۴۱۵۵

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات    تلفن ۸۸۹۰۲۲۱۳    دورنگار ۸۸۹۳۰۷۶    Email: [info@ric.ir](mailto:info@ric.ir)

[www.ricac.ac.ir](http://www.ricac.ac.ir)

## فهرست

سخن ناشر ..... ۷

پیش‌گفتار ..... ۹

### فصل اول: کلیات

طرح مسأله ..... ۱۳

ابعاد طرح ..... ۱۴

اهمیت و ضرورت‌های تحقیق ..... ۱۵

اهداف تحقیق ..... ۱۵

روش تحقیق ..... ۱۶

جامعه آماری، حجم نمونه و شیوه نمونه‌گیری ..... ۱۶

متغیرهای تحقیق ..... ۱۷

محدودیت‌های تحقیق ..... ۲۰

### فصل دوم: مرور مطالعاتی

مرور دیدگاه‌های نظری ..... ۲۵

کارکردهای مصرف ..... ۲۵

موفقیت اثر ادبی ..... ۲۷

دیدگاه‌های جامعه‌شناسی مصرف ..... ۲۹

سازمان‌ها و عواملان مؤثر در مصرف ادبی ..... ۴۴

مرور چند تحقیق درباره مصرف ادبی ..... ۵۰

مصرف ادبی در ایالات متحده ..... ۵۰

مطالعه ادبیات در ایران ..... ۵۲

ممیزی کتاب و ادبیات داستانی در ایران ..... ۵۵

چهار چوب مفهومی، جمع بندی نتایج حاصل از مرور مطالعاتی (مفروضات و

- پیش‌بینی‌های نظری) ..... ۵۹  
مدل نظری تحلیل مصرف ادبی ..... ۶۸

#### فصل سوم: یافته‌های تحقیق

- گزارش مصاحبه‌های انجام شده ..... ۷۳  
یافته‌های مرتبط با مشخصات صوری همه آثار ادبیات داستانی ایران در سال‌های  
۱۳۸۲ - ۱۳۷۰ ..... ۹۳  
یافته‌های مرتبط با مشخصات محتوایی رمان‌های پرفروش ایران در سال‌های  
۱۳۸۲ - ۱۳۷۰ ..... ۱۲۱  
مقایسه رمان‌های بررسی شده برحسب تاریخ انتشار ..... ۱۳۹

#### فصل چهارم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات

- نتیجه‌گیری ..... ۱۵۱  
مقایسه قبل و بعد از سال ۱۳۷۶ ..... ۱۵۸  
پیشنهاد‌های پژوهش‌گر ..... ۱۵۹  
کتابنامه ..... ۱۶۱  
فهرست رمان‌های مورد بررسی در تحقیق به ترتیب شاخص تیراژ - سال ..... ۱۶۳  
فهرست نام‌ها ..... ۱۶۷  
فهرست موضوعی ..... ۱۷۱

## سخن ناشر

«بی‌شک بالاترین و والاترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد، فرهنگ آن جامعه است. اساساً فرهنگ هر جامعه، هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می‌دهد و با انحراف فرهنگ، هرچند جامعه از بعدهای اقتصادی، سیاسی، صنعتی و نظامی قدرتمند و قوی باشد ولی پوچ و میان تهی است. اگر فرهنگ جامعه‌ای وابسته و مرتزق از فرهنگ غرب باشد، ناچار دیگر ابعاد آن جامعه به جانب مخالف گرایش پیدا می‌کند و بالاخره در آن مستهلک می‌شود و موجودیت خود را در تمام ابعاد از دست می‌دهد» (امام خمینی (ره)، صحیفه نور، ج ۱۵: ص ۱۶).

رشد و توسعه اقتصادی و یا سیاسی بدون توجه به ارزش‌های والای فرهنگی می‌تواند موجبات سستی و اعوجاج در اصول اعتقادی و ملی جامعه را فراهم آورد. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات با انجام تحقیقات و پروژه‌های پژوهشی و نیز برگزاری نشست‌های علمی با اصحاب علم و فرهنگ و ارائه نتایج حاصل در قالب «گزارش پژوهش» و یا «کتاب»، تلاش خود را مصروف گسترش ارزش‌های اصیل فرهنگی می‌کند.

امید است با بهره‌گیری از توان علمی پژوهشگران بتوان گام مؤثری در برنامه‌ریزی جامع توسعه کشور برداشت.

اثر حاضر نتیجه پژوهشی است در موضوع «مصرف ادبیات داستانی ایرانیان» به کوشش آقای دکتر علی‌احمدی که در قالب گزارش پژوهش در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌گیرد.

**پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات**





## پیش‌گفتار

هدف اصلی تحقیق حاضر پاسخ به این سؤال است؛ «میزان مصرف ادبیات در ایران چقدر است، تابع کدام عوامل و دچار چه تغییراتی شده است؟». در این گزارش سعی خواهد شد تصویری از مطالعات انجام شده و یافته‌های تحقیق ارائه شود. ناگفته پیداست آنچه در این گزارش ارائه شده است با آنچه می‌تواند باشد فاصله بسیار دارد و مسلماً در آینده می‌توان با فرصت بیشتر و مطالعات عمیق‌تر در هر یک از ابعاد این تحقیق، هرچه بیشتر به فهم وضعیت مصرف ادبی در ایران نزدیک شد.

در این مطالعه اقدامات زیر انجام شده است:

۱. مرور مطالعاتی نظریه‌های مرتبط با مصرف، جامعه‌شناسی مصرف، مصرف ادبی، پسند یا ذوق (taste) ادبی و مصرف ادبی در کشورهای دیگر.
۲. مصاحبه با حدود ۵۵ نفر از تولیدکنندگان و پدیدآورندگان آثار ادبی و استخراج نتایج حاصل از آن.
۳. گرده برداری و ورود اطلاعات تمامی کتاب‌های ادبیات داستانی تولید شده در خلال سالهای ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۲ هجری شمسی که ۳۳۳۴ عنوان بوده است. و تحلیل آماری نتایج که تغییرات وضعیت ادبیات داستانی را نشان می‌دهد.

۴. تهیه پرسشنامه معکوس برای استخراج اطلاعات از رمان‌های انتخاب شده.
۵. استخراج اطلاعات از تمامی رمان‌های منتخب.
۶. ورود اطلاعات مرتبط با تحلیل محتوای رمان‌ها به کامپیوتر و تحلیل آماری آن.
۷. نگارش گزارش نهایی.

در تحقیق حاضر سعی بر آن بوده است که بر جامعه‌شناسی مصرف ادبی در ایران، پرتوی چند تابانیده شود. محقق هرگز ادعای آن ندارد که کارهای انجام شده با پیچیدگی و تعدد ابعاد و اضلاع پدیده مصرف ادبی در ایران تناسب دارد. اما دست کم این تحقیق می‌تواند زمینه‌ای را برای مطالعات آتی و نقادی آنچه آمده است، فراهم کند.

**امید علی احمدی**

**فصل اول**

**کلیات**

[www.ricac.ac.ir](http://www.ricac.ac.ir)



## طرح مسأله

مصرف ادبی به عنوان نوعی مصرف که با شاخص میزان تولید، فروش و مصرف (خواندن) آثار ادبی قابل مطالعه است، تابع متغیرها و مکانیزم‌های علمی است.

تغییرات ایجاد شده در میزان تولید، نشر، عرضه و مصرف آثار ادبی و همچنین محتوایی این آثار، گویای تحول مهمی است که در سطح کلان فرهنگ و شرایط اقتصادی - اجتماعی جامعه ایران، در حال وقوع است. در این حال، دانستن مسیر تغییرات (توصیف و مقایسه) و تلاش در جهت تبیین آن، می‌تواند با توجه به نقش مهمی که ادبیات مکتوب و داستانی در همگرایی ارزشی و فرهنگی دارد، به سیاست‌گذاران آگاه فرهنگی در جهت حل مسائل فرهنگی از جمله هویت، تنوع فرهنگی، تعارض‌ها و اختلالات فرهنگی، استفاده از ظرفیت‌های موجود و ظرفیت‌سازی‌های جدید، کمک کند.

رفتار خوانندگان در انتخاب و مطالعه آثار ادبی، پدیده‌ای اجتماعی و فرهنگی است. چرا که از یک سو، هر اثر برای خوانندگانی خاص نگاشته می‌شود و در هر حال نویسنده مخاطب یا مخاطبانی را مدنظر دارد و از سوی دیگر، خوانندگان هر اثری را انتخاب نمی‌کنند.

از یک نظر، اثر ادبی بیان‌کننده نیت، معانی و باورداشت‌های نامتعیین و مسجل نشده و یا در حال خلق خوانندگان است. به همین دلیل از حجم و انبوه تولیدات ادبی در دوره‌ای خاص، تنها اندکی از آنها مورد توجه واقع می‌شوند.

مطالعه آثار پرمخاطب از چندین جهت اهمیت دارد:

۱. نیت و معانی و باورداشت‌های خوانندگان را نشان می‌دهد یا بازنمایی می‌کند.
۲. باعث پیدایش جریان‌های فرهنگی خاص می‌شود که از حیث ادبیات، به تولید سبک‌های ادبی و از حیث فرهنگی، زمینه ساز تحولات عمیق در فرهنگ مردم است.
۳. در صورت بررسی مصرف ادبی در عرصه تاریخی، امکان تشخیص بحران‌ها، تغییرات و آهنگ تغییرات فرهنگی فراهم می‌شود.

میزان، نوع و تغییرات مصرف ادبیات داستانی در ایران تاکنون به صورت روشمند، کمی و کیفی مورد بررسی قرار نگرفته است. از سوی دیگر در بخشی از ادبیات داستانی پرفروش ایران به خصوص در مورد رمان عامه‌پسند ایرانی، آنچه تا امروز گفته شده است مجموعه‌ای حدس و گمان است. این مطالعه در پی آن است که ضمن توصیف محتوای درونی رمان‌های عامه‌پسند و تغییرات آن در دو مقطع قبل و بعد از سال ۱۳۷۶، تعریفی از آن ارائه کند. سؤال اساسی تحقیق آن است که مصرف ادبیات داستانی ایرانیان طی ۱۳ سال گذشته ۱۳۸۲ - ۱۳۷۰ نشان‌دهنده کدام واقعیات اجتماعی - فرهنگی و تغییرات آنهاست؟

### ۱. ابعاد طرح

الف) محدوده موضوعی: مطالعه میزان مصرف تمامی آثار ادبیات داستانی منتشر شده برای بزرگسالان با توجه به برخی مشخصات صوری و محتوایی آشکار.

ب) از بعد زمان: دو دوره تاریخی در این تحقیق مورد توصیف و مقایسه قرار خواهد گرفت: یکی دوره ۱۳۷۶ - ۱۳۶۸ هجری شمسی یعنی از پایان جنگ تا انتخاب آقای خاتمی به عنوان رئیس جمهور و دوم دوره ۱۳۸۲ - ۱۳۷۶ هجری شمسی یعنی انتخاب آقای خاتمی به ریاست جمهوری تا سال ۸۴.

ج) از بُعد محدوده جغرافیایی: همه آثار ادبیات داستانی بزرگسالان با نویسنده ایرانی، منتشر شده در سراسر ایران مدنظر خواهد بود.

### اهمیت و ضرورت‌های تحقیق

انجام تحقیق به چند جهت ضرورت و اهمیت خواهد داشت:

۱. امکان شناخت جریان‌های فرهنگی به واسطه و با شاخص سلیقه و علاقه مخاطبان فراهم می‌شود. شناخت این جریان‌ها در جهت اهداف فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. این شناخت زمینه ساز سیاست‌گذاری فرهنگی است.
  ۲. به عنوان بخشی از طرح جامع شناخت وضعیت ادبیات ایران که از سوی گروه فرهنگ و ادبیات به اجرا گذاشته می‌شود، فراهم آورنده اطلاعات مورد نیاز برای تحقیقات آتی و در نهایت ارائه پیشنهاد‌های عملی به دست اندرکاران است.
- نتایج تحقیق به فهم جریان‌های اساسی در ادبیات داستانی ایران پس از انقلاب کمک خواهد کرد.

### اهداف تحقیق

پژوهش حاضر در صدد پاسخ‌گویی به سؤالاتی در عرصه ادبیات داستانی ایران است. این سؤال‌های اساسی را که خود به سؤال‌های کوچک‌تری قابل تقسیم‌اند می‌توان به شرح زیر بر شمرد:

۱. وضعیت انتشار کتاب‌های ادبیات داستانی ایران در سال‌های ۱۳۸۲ - ۱۳۷۰ چگونه بوده است؟
۲. روند تغییرات ابعاد صوری و محتوایی کتاب‌های ادبیات داستانی در ایران چگونه بوده است؟
۳. چه تفاوت‌های قابل ملاحظه‌ای بین دو دوره ۱۳۷۶ - ۱۳۷۰ و ۱۳۸۲ - ۱۳۷۶ از نظر مصرف ادبی قابل مشاهده است؟



۴. موفق‌ترین و مؤثرترین نویسندگان و آثار ادبیات داستانی ایران از نظر دست‌اندرکاران ادبیات کدام‌اند و چه عواملی در موفقیت آن آثار از نظر صاحب‌نظران مؤثر بوده‌اند و تغییرات عمده‌ای که به‌لحاظ محتوا در این آثار ایجاد شده است کدام‌اند؟
۵. مهم‌ترین ویژگی‌های محتوایی و صوری آثار پرفروش (عامه‌پسند) ادبیات داستانی کدام است. این ویژگی‌ها چگونه قابل دسته‌بندی‌اند.

### روش تحقیق

این تحقیق دارای سه بخش مجزا و در عین حال مکمل بوده است و از روش‌ها و ابزارهای مختلفی برای انجام آن استفاده شده است.

#### ۱. مصاحبه با دست‌اندرکاران

در این بخش روش تجربه‌مستقیم و تکنیک آن، مصاحبه عمیق و انفرادی بوده است.

#### ۲. مطالعه آماری مشخصات صوری تمامی آثار ادبی

در این بخش همه آثار ادبی که در خلال سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۲ منتشر شده با روش تحلیل آماری و استفاده از ماتریس داده‌ها و ورود اطلاعات به کامپیوتر، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است و مقایسه براین اساس صورت خواهد گرفت.

#### ۳. تحلیل محتوای رمان‌های پرفروش

در این بخش با استفاده از روش تحلیل محتوای یکصد اثر (رمان) پرفروش با استفاده از پرسشنامه معکوس تجزیه و تحلیل خواهد شد. منظور از تحلیل محتوا مطالعه منظم، عینی و کمی محتوای آشکار مطبوعات است (هولتی، ۱۳۷۴).

#### ۲. جامعه آماری، حجم نمونه و شیوه نمونه‌گیری

با توجه به آنچه در بند الف (روش تحقیق) گفته شد، تحقیق دارای سه بخش بوده است و در هر بخش طرح نمونه‌گیری متفاوت بوده است که شرح مختصر آن بدین قرار است:

### ۱. مصاحبه با دست‌اندرکاران

برای مصاحبه ابتدا دست‌اندرکاران به دو دسته پدیدآورندگان و تولیدکنندگان تقسیم شده‌اند، در دسته پدیدآورندگان، با داستان نویسان، مترجمان، شاعران مصاحبه شده است و در دسته تولیدکنندگان با ناشران، کتاب‌فروشان و پخش‌کنندگان، مصاحبه صورت گرفته است. در مجموع با ۵۵ نفر به شیوه نمونه‌گیری سهمیه‌ای مصاحبه شده است.

### ۲. مطالعه آماری مشخصات صوری تمامی آثار ادبی

در این بخش همه آثار ادبی بزرگسالان در ژانرهای رمان و داستان کوتاه با نویسندگان ایرانی که تعداد آنها ۳۳۳۴ عنوان بوده، به‌طور کامل مورد بررسی قرار گرفته است.

### ۳. تحلیل محتوای رمان‌های پر فروش

در این بخش براساس شاخص شمارگان - سال، که با تقسیم تعداد شمارگان به فاصله اولین و آخرین سال انتشار به‌دست می‌آید، ۱۰۰ عنوان رمان که بیشترین شمارگان را در واحد زمان داشته‌اند انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.

### ۳. متغیرهای تحقیق

متغیرهای تحقیق در سه بخش پیش گفته به شرح زیر است:

#### الف) مصاحبه با دست‌اندرکاران

- نگرش درباره مهم‌ترین و تأثیرگذارترین آثار ادبیات داستانی (رمان)
- نگرش درباره مهم‌ترین و تأثیرگذارترین آثار ادبیات داستانی (داستان کوتاه)
- نگرش درباره موضوع مهم‌ترین و تأثیرگذارترین رمان‌ها و داستان‌های کوتاه در سال‌های پس از جنگ
- نگرش درباره مهم‌ترین تغییرات رخ داده در محتوای آثار ادبی در طول سال‌های پس از جنگ
- نگرش درباره عوامل مؤثر در فروش آثار ادبیات داستانی
- نگرش درباره مهم‌ترین خریداران آثار ادبیات داستانی

**ب) مطالعه آماری مشخصات صوری تمامی آثار ادبی**

- ژانر داستان

- سال انتشار

- جنس نویسنده

- شهر انتشار

- قطع کتاب

- قیمت

- شمارگان

**ج) تحلیل محتوای رمان‌های پرفروش**

اما در اجرای طرح و به قصد رفتن به عمق، موارد زیر بررسی شد:

- قهرمان داستان

- جنس قهرمان

- حدود تقریبی سن قهرمان

- وضع تأهل قهرمان در داستان

- نوع رابطه با همسر(در صورت تأهل)

- شغل قهرمان داستان

- راوی داستان

- جنس راوی

- موضوع داستان

- زمان تقریبی داستان

- دامنه تاریخی وقوع داستان

- مکان وقوع داستان (ایران، خارج از ایران)

- مکان وقوع در ایران (نام استان، شهر یا روستا)

- عرصه اجتماعی وقوع داستان
- نقطه اوج داستان
- مهم‌ترین نوع رابطه بین قهرمان داستان و دیگران
- موضوع مهم‌ترین تعارض ایجاد شده
- طرفین تعارض (فرد با فرد، گروه با گروه، فرد با جامعه)
- مهم‌ترین مشکل در زندگی شخصیت اول داستان
- مهم‌ترین نشانه‌های فردگرایی یا جمع‌گرایی در شخصیت داستان
- پیام اصلی داستان
- هنجارهای نقض شده از سوی قهرمان داستان
- نشانه‌های تنهایی یا از خود بیگانگی
- سرانجام داستان
- تهیه خلاصه حداقل ۲۰ سطر از داستان

### جدول ۱

روش تحقیق / روش تجربه (مراجعه به واقعیت) متغیرهای مورد بررسی  
در سه بخش اصلی تحقیق

تعداد متغیرها	متغیرهای اندازه‌گیری شده	جامعه آماری	روش	تجربه‌ها
۹	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نگرش درباره مهم‌ترین و تأثیرگذارترین آثار ادبیات داستانی (رمان)</li> <li>- نگرش درباره مهم‌ترین و تأثیرگذارترین آثار ادبیات داستانی (کوتاه)</li> <li>- نگرش درباره مهم‌ترین و تأثیرگذارترین رمان‌ها و داستان‌های کوتاه در سال‌های پس از جنگ</li> <li>- نگرش درباره مهم‌ترین تغییرات محتوایی آثار ادبی در سال‌های پس از جنگ</li> <li>- نگرش درباره عوامل مؤثر بر فروش آثار ادبیات داستانی</li> <li>- نگرش درباره مهم‌ترین خریداران آثار ادبیات داستانی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>نویسندگان، ناشران، توزیع‌کنندگان، کتاب‌فروشان، کتابداران (۶۰ نفر)</li> </ul>	مصاحبه	تجربه ۱

ادامه جدول ۱

روش تحقیق / روش تجربه (مراجعه به واقعیت) متغیرهای بررسی شده  
در سه بخش اصلی تحقیق

تعداد متغیرها	متغیرهای اندازه گیری شده	جامعه آماری	روش	تجربه‌ها
۶	ژانر، سال انتشار، جنس نویسنده، شهر انتشار، قطع کتاب، قیمت کتاب، کل تیراژ کتاب، تیراژ در نوبت‌های نشر (۲۷ - ۱) و توزیع‌های همه متغیرها به تفکیک سال نشر	همه آثار ادبیات داستانی ایران از سال ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۲ (۳۳۳۴ اثر)	تحلیل محتوا	تجربه ۲
۲۵	نام قهرمان، جنس قهرمان، حدود تقریبی سن قهرمان، نوع رابطه با همسر، شغل قهرمان داستان، راوی داستان، جنس راوی، موضوع داستان، زمان تقریبی وقوع داستان، دامنه تاریخی وقوع داستان، مکان وقوع داستان، عرصه اجتماعی وقوع داستان، نقطه اوج داستان، بهترین نوع رابطه بین قهرمان داستان و دیگران، مهم‌ترین تعارض، طرفین متعارض، مهم‌ترین مشکل در زندگی قهرمان، نشانه‌های فردگرایی، پیام اصلی، هنجارهای نقض شده، نشانه‌های تنهایی، سرانجام داستان، خلاصه داستان	رمان‌های پر فروش (پرفروش‌ترین رمان‌های سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۲، ۱۰۰ رمان)	تحلیل محتوا	

۴. محدودیت‌های تحقیق

تحقیق حاضر از نظر روش‌شناسی با محدودیت‌های چندی مواجه بوده است. این محدودیت‌ها علی‌رغم میل محقق، قابل برطرف‌سازی نبوده‌اند. برخی از این محدودیت‌ها به قرار زیرند:  
الف) امکان دسترسی به کل آثار ادبیات داستانی فراهم نبوده، بنابراین بر اساس اطلاعات موجود در لوح فشرده کتیبه، اطلاعات جمع‌آوری شده است.

فصل اول: کلیات ■ ۲۱

ب) امکان مراجعه به خوانندگان (مصرف‌کنندگان) ادبیات وجود نداشته است تا در مورد سلیقه، ذوق ادبی و همچنین مصرف ادبی ایشان تحقیق شود.

ج) محقق با برخی اطلاعات نادرست در منابع مورد استفاده خود مواجه بوده است. از جمله آنکه برخی نویسندگان مرد، با انتخاب اساسی زنانه، به نوعی فریبکاری در مخاطب می‌پردازند که در عمل از سوی محقق قابل کنترل نبوده است.



**فصل دوم**  
**مرور مطالعاتی**





## ۱. مرور دیدگاه‌های نظری

از منظر نویسنده، اثر ادبی برای مخاطب یا مخاطبانی شناخته شده یا کمتر شناخته شده نوشته می‌شود، در حالی که از منظر ناشر، برای آن تولید می‌شود که مصرف شود، یا حداقل برای آنکه تصور می‌شود مصرف کنندگان مشخص یا نامشخصی دارد.

میزان فروش هر اثر مهم‌ترین شاخص است، برای آنکه مشخص شود هر اثر تا چه اندازه خواننده یا مصرف کننده دارد، بدون شک تمامی نسخه‌هایی که فروخته می‌شود خواننده نمی‌شود؛ اما حتی اگر اثر خریداری شده‌ای خواننده نشود، باز واجد معنایی جامعه شناختی خواهد بود. خرید و مصرف اثر ادبی می‌تواند به مقاصد و اهداف دیگری غیر از خواننده شدن نیز انجام شود. تبیین و تحلیل آنکه خرید اثر ادبی و بیش از آن خواندن اثر ادبی چرا و چگونه صورت می‌گیرد؛ نیازمند پشتوانه نظری است. پیش از آنکه تئوری‌های موجود را در این زمینه خلاصه یادآور شویم، لازم است به کارکردهای اجتماعی مصرف اشاره نماییم.

### کارکردهای مصرف

۱. مصرف در خدمت برآوردن نیازهای زیستی است.

۲. مصرف در خدمت تعریف کردن کیستی کنشگران (پاسخ به سؤال من کیستم؟)
  ۳. بازکردن راهی برای عضویت افراد در گروه‌های اجتماعی
  ۴. تثبیت مقولات فرهنگی
  ۵. ایجاد از خود بیگانگی یا نفی آن
  ۶. ایجاد یا بازتولید انواع نابرابری اجتماعی
  ۷. شکل دادن به ناخودآگاه فردی و جمعی
  ۸. انفعال سیاسی یا مقاومت در برابر قدرت
  ۹. ایجاد گروه‌بندی‌های مدرن از گروه‌بندی‌های سنتی مبتنی بر جنسیت و قومیت و...
  ۱۰. تجاری کردن روال‌های روزمره زندگی
  ۱۱. باز تولید اقتصادی سرمایه‌داری
- براساس کارکردهای ذکر شده برای مصرف، هم اکنون می‌توان به پرسش‌هایی پرداخت که توسط جامعه‌شناسی مصرف قابل طرح‌اند:
۱. مردم چقدر مصرف می‌کنند؟
  ۲. مصرف مردم به چه نحوی میان ایشان توزیع شده است؟
  ۳. گروه‌های اجتماعی مختلف چگونه مصرف می‌کنند؟
  ۴. کدام بخش از تفاوت در مصرف مردم، ناشی از تفاوت در فرصت‌ها و کدام بخش ناشی از تفاوت مردم در اراده مردم به مصرف است؟
  ۵. کدام بخش از تفاوت‌های میان مردم ناشی از تفاوت مصرف میان آنهاست؟»  
(فاضلی، ۱۳۸۲: ص ۵۷ به نقل از ۳۷۵: Roberts, ۱۹۹۷).
- سؤال‌های بالا را می‌توان به حوزه مصرف ادبی نیز تسری داد و سؤال‌های زیر را طرح کرد:
۱. مردم چقدر ادبیات مصرف می‌کنند؟
  ۲. مصرف ادبی در بین مردم به چه نحوی توزیع شده است؟
  ۳. گروه‌های اجتماعی مختلف چگونه ادبیات مصرف می‌کنند؟

۴. کدام بخش از تفاوت در مصرف ادبی مردم، ناشی از تفاوت در فرصت‌ها و کدام بخش ناشی از تفاوت مردم در اراده به مصرف ادبی است؟
۵. مصرف ادبی چه تفاوت‌هایی را میان مردم ایجاد می‌کند؟

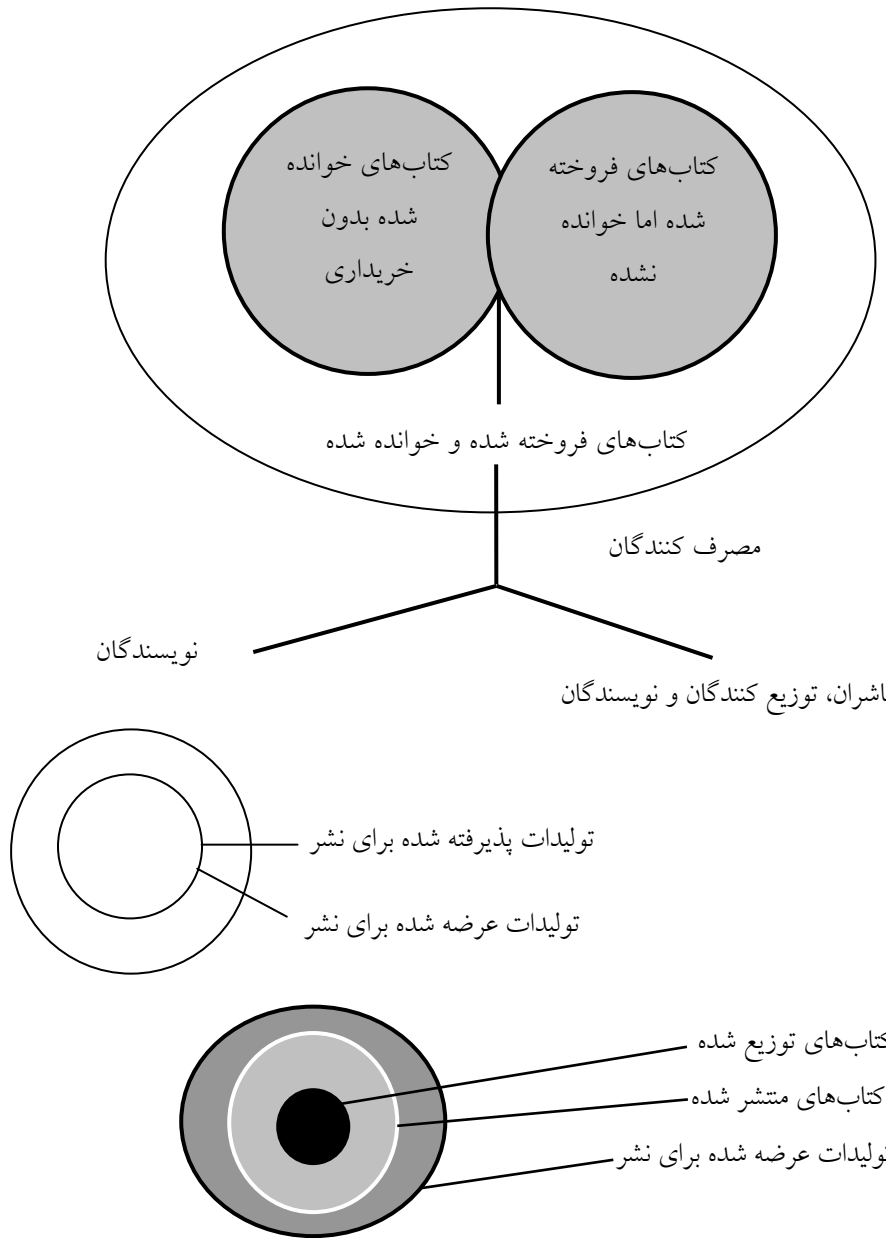
### موفقیت اثر ادبی

مفهوم موفقیت اثر ادبی رابطه‌ای تنگاتنگ با مفهوم مصرف ادبی دارد. «از نظر تجاری، یگانه خوانندگان واقعی، همان افرادی هستند که کتاب را خریداری می‌کنند. به این معنا می‌توان گفت که موفقیت، چهار جنبه دارد: شکست یا فقدان موفقیت، تا هنگامی است که فروش کتاب موجب زیان ناشر و کتاب‌فروش می‌شود. موفقیت نسبی یعنی وقتی که کتاب هزینه‌های خود را در می‌آورد. موفقیت معمولی موقعی است که فروش تقریباً با پیش‌بینی‌های ناشر برابری می‌کند و در نهایت کتاب پر فروش آن هنگامی است که فروش کتاب مرز پیش‌بینی شده را پشت سر می‌گذارد» (اسکارپیت، ۱۳۷۴: ۱۰۴).

مصرف ادبی پیش از آنکه ناشی از قضاوت یا داوری عقلانی و رفتاری معطوف به شناخت باشد، رفتاری معطوف به ذوق و قریحه است و ذوق و قریحه با تمامی شرایط عمومی نظام اجتماعی از جمله طبقه اجتماعی، گروه منزلتی، نهاد خانواده، گرایش‌های مدرن و پسامدرن در زندگی، سبک زندگی و ... رابطه دارد.

«عمل خواندن صرف عمل شناخت نیست. تجربه‌ای است که موجود زنده را به‌طور کامل هم از جنبه‌های فردی و هم از نظر جنبه‌های جمعی درگیر می‌سازد. خواننده مصرف‌کننده است و مانند همه مصرف‌کنندگان بیشتر از آنکه به قضاوت پردازد، از ذوق و سلیقه خود پیروی می‌کند، حتی اگر قادر باشد بعد از مطالعه اثر، برای ذوق خود دلیل عقلانی بترشد» (اسکارپیت، ۱۳۷۴: ۱۱۰).

برای روشن شدن فضاها و مفهومی و همچنین نقاط عطف در مطالعات جامعه‌شناختی ادبیات، لازم است به تفکیک سه عنصر عمده در شبکه مبادله‌ای (نویسندگان، ناشران و مصرف‌کنندگان) حوزه‌های قابل تعریف برای مطالعه روشن شود.



نمودار ۱

عرصه‌های قابل مطالعه در تولید، نشر و مصرف ادبیات

## دیدگاه‌های جامعه‌شناسی مصرف

### دیدگاه ویلن

با توجه به مفروضات دیدگاه ویلن می‌توان گفت با تحول اجتماعات بشری در ابعاد کمی و کیفی قصد و نیت از مصرف دچار تحول شده است، این تحول به‌طور مسلم در حوزه مصرف یا مصارف فرهنگی و از آن جمله در ادبیات نیز رخ داده است. ماهیت اجتماعی تولیدات ادبی به‌خوبی این نکته را نشان می‌دهد که با تغییر نیازها، به خصوص قریحه یا پسند نیز دچار تحول می‌شود. بنابراین قصد و نیت از مصرف دچار تحول شده است.

مصرف خودنمایانه، جای فراغت خودنمایانه را در جوامع امروز گرفته است. براین اساس کتاب خواندن و مصرف ادبی دچار تحول در کارکرد شده است. به این ترتیب که در جامعه شهری جدید، مصرف کتاب به منزله ابزار گذران اوقات فراغت به مصرف به منزله خرید کتاب یا نمایش خرید کتاب تنزل یافته است (چه بسیاری از خانه‌ها و کتابخانه‌های شخصی که مملو از کتاب‌های ناخوانده‌اند).

به اعتقاد ویلن نشان دادن ثروت، ایجاد اقتدار هنجاری می‌کند و می‌توان نتیجه گرفت که خرید کتاب به منزله نشان دادن ثروت و گرایش مستتر در آن، ایجاد اقتدار می‌کند و طبیعی است که نوعی چشم و هم‌چشمی و رقابت بین طبقات مختلف و درون طبقات بین افراد به چشم بخورد. «به نظر ویلن، طبقه مرفه یا تن‌آسای، ابتدا از طریق کسب مال و ثروت تشکیل شد. ثروت بیشتر، قدرت بیشتری را برای این طبقه آورده است. داشتن ثروت اگر چه منبع منزلت بوده است لیکن نشان دادن این ثروت افتخاز آمیز است. به نظر وی در ابتدا «فراغت خودنمایانه»<sup>۱</sup> که از طریق اشتغال فرد به کارهای غیر تولیدی نمایش داده می‌شود، نشان دهنده ثروت فرد بود. کار غیرتولیدی نشان می‌داد که فرد برای فراغت و تفریح کار می‌کند و اشتغال به کار مولد به طبقات پایین‌تر اختصاص دارد.

---

۱. Conspicuous leisure

فراغت خودنمایانه در اجتماعات کوچک‌تر کاربرد داشت، ولی در جامعه شهری نمی‌شد از این طریق ثروت را به نمایش گذارد. در مرحله شهرنشینی این مصرف خودنمایانه است که در خدمت نشان دادن ثروت قرار می‌گیرد. کارکرد مصرف خودنمایانه این است که میان فرد و ریشه‌های وی فاصله می‌اندازد. ویلن فکر می‌کرد که طبقه مرفه به این وسیله به اقتدار هنجاری دست می‌یابد و خود را به الگوی جامعه تبدیل می‌کند» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۱).

### دیدگاه جورج زیمل

«به اعتقاد زیمل فرد فقط از طریق بسط شدید فردگرایی که هدف آن دنبال کردن نمادهای منزلت و مد است، می‌تواند فشارهای زندگی مدرن را تحمل کند. این گونه مصرف کردن، راهی برای اثبات خود<sup>۱</sup> و حفظ اقتدار فردی (فاضلی، ۱۳۸۲ به نقل از Bocock: ۱۲۶) است. البته به نظر زیمل مد اضافه بر آن که منبعث از فشارهای ساختاری کلان‌شهر است، نماد تمایز طبقاتی نیز هست. در اینجا است که توجه زیمل به کارکرد دوگانه مد آشکار می‌شود. مد در یک وجه خود اعلام تمایل فرد برای متمایز شدن از دیگران و بیان هویت فردی و خواسته فرد است؛ وجه دیگر آنکه جنبه طبقاتی دارد، سبب همبستگی گروهی و تقویت انسجام اجتماعی طبقاتی است. مد، احساس با دیگران بودن را در فرد تقویت می‌کند (فاضلی، ۱۳۸۲ به نقل از Miles, ۱۹۹۶: ۱۵۳).

پذیرنده مد هم به‌عنوان عضو گروه و هم به‌عنوان موجودیت متمایز، کسب هویت می‌کند؛ دغدغه خودمختاری و همبستگی، همزمان رفع می‌شود. پذیرندگان مد در تجربه‌ای مشترک با هم شریک می‌شوند. طبقات بالاتر خود را باید متمایز سازند و بعد از آنکه طبقات پایین‌تر از مد حاضر تقلید کردند، آنها مد دیگری را در پیش می‌گیرند. مد به‌لحاظ کارکرد تمایزبخش و یکپارچه‌کننده آن نیازمند توجیه عقلانی است» (فاضلی، ۱۳۸۲: ص ۲۵).

با توجه به دیدگاه جورج زیمل و با تعمیم مفروضات وی به عرصه جامعه‌شناسی مصرف ادبی می‌توان گفت مطالعه ادبی از ابزارهای فردگرایی با هدف تمایز است. این فردگرایی و تمایز امکان تحمل فشارهای زندگی مدرن را فراهم می‌سازد و نوعی هویت برای فرد به‌وجود

۱. Self – assertion

می‌آورد. براین اساس پیروی از سبک‌ها یا ژانرهای ادبی و حتی اشکال ظاهری کتاب، عناوین، نویسندگان خاص، ناشران خاص، به‌عنوان الگوهای مد، مورد تبعیت قرار گرفته و در بین افراد پیرو سبک‌ها و اشکال مشخص نوعی همبستگی ایجاد کند.

با توجه به دیدگاه زیمل می‌توان در آثار دوگانه تمایز طبقاتی و ایجاد همبستگی گروهی نوعی هم‌آیندی را ملاحظه کرد. این هم‌آیندی می‌تواند در ترجیح آثار ادبی مؤثر باشد.

### دیدگاه وبر

وبر دریافت که سبک زندگی بیش از آنکه بر تولید (رهیافت مارکسی) استوار باشد، بر شباهت الگوهای مصرف استوار است. به‌علاوه وی در نظر داشت که شیوه‌های تولید اقتصادی بر چگونگی مصرف کردن مؤثر است. اما ضرورتاً تعیین‌کننده آن نیست (فاضلی، ۱۳۸۲ به نقل از: Cockrham, Rutten, Abel: ۳۲۴) در نظر او، مصرف‌فرایندی است شامل کردارهای اجتماعی و فرهنگی متفاوت که بیان‌کننده تفاوت میان گروه‌های اجتماعی است و فقط ناشی از عوامل اقتصادی نیست.

مفهوم سبک زندگی حاصل بسط تأملات وبر درباره گروه‌های منزلت است. در نظر وی «افتخار منزلت به‌طور معمول در سبک زندگی خاصی که در همه کسانی که دوست دارند در این حلقه منزلتی عضو باشند، انتظار می‌رود، بروز می‌کند». این سبک زندگی در انتظارات خاصی که گروه منزلت از اعضای خود دارد بیشتر نمایانده می‌شود. این انتظارات، افراد گروه منزلت را به تعامل اجتماعی و رفتار در محدوده‌ای خاص متعهد می‌کند» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۸).

### دیدگاه وبر درباره سبک زندگی

دستاورد دیگر وبر، تأکید بر کارکرد سبک‌های زندگی در جهت انسجام بخشیدن به گروه‌های اجتماعی است، در نظر وبر کسانی که سبک زندگی مشابهی دارند، نوعی انسجام گروهی را که ناشی از شباهت در رفتار الگوی مصرف است تجربه می‌کنند. این انسجام گروهی می‌تواند به سرمایه اجتماعی نیز تبدیل شود. همین ویژگی است که سبک زندگی را به یکی از مفاهیم قابل بررسی در نظریه و تحلیل شبکه‌های اجتماعی تبدیل می‌کند. وجه دیگر انسجام اجتماعی ناشی از سبک زندگی مشابه، ناظر بر تبدیل شدن سبک‌های زندگی بر خرده فرهنگ است.



به عقیده وبر سبک زندگی را چنان به کار می‌برد که گویی از خرده فرهنگ سخن می‌گوید (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۹ و ۳۰ به نقل از ۱۹۶: ۱۹۶۷، Ansbacher).

ماکس وبر بر شباهت الگوهای مصرف در سبک‌های زندگی خاص تأکید می‌کند. در سبک‌های زندگی متفاوت، با توجه به نیاز عمومی و نهادین به شکل‌های مختلف ادبی (شفاهی، مکتوب، تصویری و...) می‌توان استنتاج کرد که مصرف ادبی نیز تابع همین قاعده است. پیروی از سبک‌های زندگی خاص ایجاد کننده تمایز و تفاوت بین گروه‌های اجتماعی و منزلتی متفاوت است. در گروه‌های اجتماعی و منزلتی متفاوت، فشار هنجاری برای مصرف انواع خاصی از محصولات فرهنگی و از آن جمله ادبیات وجود دارد. با این مصرف فرد احساس پیوستگی بیشتری با شرایط اجتماعی می‌کند. با مصرف متناسب با سبک زندگی، گروه منزلتی احساس انسجام بیشتری خواهد کرد. این انسجام به بهترین سرمایه اجتماعی فرد بدل می‌شود.

#### دیدگاه آدورنو و هورکهایمر

«مقاله مشهور آدورنو و هورکهایمر درباره صنعت فرهنگ، جزئی از نقد کلی بنیان‌گذاران مکتب فرانکفورت بر فرهنگ مدرن است. این مقاله در کل دال بر دو چیز است: ۱. یکدست شدن فرهنگ یا یکدستی فرهنگی<sup>۱</sup> ۲. پیش‌بینی پذیری محصولات فرهنگی. به اعتقاد آنها محصولات فرهنگی همه یکسان شده‌اند. می‌نویسند: «تفاوت میان خودروهای ساخت کرایسلر و جنرال موتورز اساساً توهمی بیش نیست. همین مورد درباره محصولات سینمایی برادران وارنر و مترو گلدن مایر نیز صدق می‌کند».

ویژگی دوم صنعت فرهنگ، پیش‌بینی پذیری محصولات آن است. محصولاتی که از عناصر اصیل در آنها خبری نیست و تکرار مضامینی که مصداق دستکاری‌های سرمایه‌داری هستند، فردی فارغ از تخیل و میل به خواستن، آرزوهای بنیادی‌تر را بازتولید می‌کنند» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۱ و ۳۲).

۱. Cultural homogeneity

براساس مفروضات آدورنو و هورکهایمر، ادبیات می‌تواند در جوامع غربی به نوعی یکدستی فرهنگی بیانجامد. پیدایش این یکدستی فرهنگی یا همگرایی فرهنگی خودبه‌خود و فی‌نفسه برای جامعه خطری به‌شمار نمی‌آید. چرا که جامعه به حداقل توافق بر ارزش‌ها و هنجارها نیازمند است. اما نکته آنجاست که فرهنگ صنعتی، الگوهای مصرفی خود را برای پیش‌بینی پذیری رفتارهای مصرفی مردم به آنها درست کرده و به این شکل اختیار ایشان را سلب می‌کند. مضامین تقریباً مشابه در آثار پرفروش ادبی مؤید این واقعیت است که نویسندگان، پسند مصرف‌کنندگان را به‌خوبی تشخیص داده‌اند و به‌دلیل آنکه نوع خاصی از سبک‌های ادبی (عامه پسند) توفیق بیشتری در فروش به‌دست آورده‌اند، بر جنبه‌های کلیشه‌ای مضامین تأکید بیشتری کرده‌اند. این تأکید بر تخیل زدایی هرچه بیشتر خوانندگان در مراحل بعدی تأثیر می‌گذارد.

### دیدگاه دوگلاس و ایشروود<sup>۱</sup>

«دوگلاس و ایشروود ایده مهم خود را در کتابی که در سال ۱۹۷۹ منتشر شد، مطرح کردند. این کتاب در سال ۱۹۹۶ تجدید چاپ شد. مری دوگلاس در این کتاب (دنیای کالاها: به سوی انسان‌شناسی مصرف) به برداشت ویلن و زیمل از مصرف‌دنیای مصرف واکتش نشان می‌دهد. ویلن فکر می‌کرد که همچشمی کردن و رقابت، منبع شکل‌گیری مصرف‌مدرن است. زیمل نیز می‌اندیشید که متمایز ساختن خود از دیگران - به‌واسطه مد - محرک مصرف است. اما از نظر دوگلاس و ایشروود «متجلی کردن و ثبات بخشیدن به مقولات فرهنگی» محرک مصرف است. از آنجا که کالاها وجه نمادین دارند، قادرند به‌عنوان ابزار مبادله و ارتباط به‌کار گرفته شوند. مصرف کالاها برای حفظ ارتباط و انسجام، جلب حمایت دیگران، و ابراز مهربانی کردن لازم‌اند و این درباره فقیر و غنی صدق می‌کند. به اعتقاد ایشان مصرف کالاها «نقشی مستمر در ادامه بقا و برقرار ساختن خطوط ارتباط دارد» (فاضلی، ۱۳۸۲، ۱۳۸۲: ۳۲).

دوگلاس و ایشروود می‌نویسند:

«فایده کالاها برای خوردن، پوشیدن و مسکن را فراموش کنید، کاربرد آنها را فراموش کرده

---

۱. Douglas & Isherwood

و فکر کنید که کالاها برای آنکه اندیشیده شوند مناسب‌اند. آنها را رسانه‌های غیرکلامی برای قوه خلاقه انسان بدانید.» بدین ترتیب مصرف، فعالیت مناسکی است و همه کارکردهایی که بر هر فعالیت مناسکی مترتب است، در خصوص مصرف نیز قابل ذکر است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۳).

آثار ادبی می‌توانند به ابزار متجلی ساختن مقولات فرهنگی به‌عنوان ابزار مبادله و نمادهای ارتباط به‌کار گرفته شوند.

کتاب یا اثر ادبی به‌عنوان کالا وجهی نمادین دارد. با مصرف (خرید) اثر ادبی نوعی ارتباط بین پیروان یک سبک مشخص به طرز عینی یا ذهنی برقرار می‌شود.

اقدام به خرید یک اثر ادبی می‌تواند به‌عنوان مجسم کردن یا متبلور ساختن یک اعتقاد یا یک سلیقه به‌کار رود. بنابراین به وسیله مهمی برای اندیشیده‌شدن تبدیل می‌شود» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۳).

#### دیدگاه پیر بوردیو

«پیر بوردیو تنها فردی است که بنیان نظری محکمی برای تحلیل پدیده مصرف پدید آورد. وی موضع نظری خود را «ساختارگرایی مولد» می‌خواند. ساختارگرایی مولد «نظریه‌ای برای تحلیل دیالکتیکی زندگی عملی است... تا رابطه متقابل عمل اقتصادی شخصی و دنیای بیرونی تاریخ طبقاتی و عمل اجتماعی مشخص شود» (فاضلی، ۱۳۸۲ به نقل از ۶: Mahar, et al.). روش وی توجه کردن به زندگی روزمره است، اما نه به شیوه‌ای که *اتنومتدولوژیست‌ها* و *پدیدارشناسان* انجام می‌دهند، بلکه توجه کردن به شرایط مادی و اجتماعی بر ساخته‌شدن ادراکات و تجربه‌های فردی. و در این میان «اصل ناآگاهی» راهنمای پژوهش وی است. براساس این اصل «... پدیده اجتماعی را باید نه در آگاهی و هشیاری افراد، بلکه در نظام روابط عینی‌ای که در آن قرار گرفته‌اند جست‌وجو کرد».

هفت مفهوم میدان<sup>۱</sup>، سرمایه، منش<sup>۲</sup>، عمل<sup>۳</sup>، نماد، طبقه و قریحه<sup>۴</sup> در جامعه‌شناسی مصرف بوردیو و تحلیل مفهوم سبک زندگی باید مد نظر قرار گیرد.» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۰ و ۳۶).

«موضع کلی بوردیو درباره مصرف با این عبارت از کتاب «تمایز» که «اقتصاد جدید طالب دنیای اجتماعی‌ای است که در آن مردم به همان اندازه که براساس ظرفیت‌شان در تولید ارزیابی می‌شوند، برحسب ظرفیت‌شان در مصرف نیز ارزیابی خواهند شد» و «اقتصاد نوین، اخلاق زاهدانه تولید و انباشت را... به نفع اخلاق لذت جویانه مصرف نفی می‌کند.» (Bourdieu, ۱۹۸۴: ۳۱۰) معلوم می‌شود، وی مصرف را از اصلی‌ترین عنصر دنیای اجتماعی مدرن می‌داند و به‌عنوان متغیری مستقل و فقط وابسته به عوامل اقتصادی، تحلیل می‌کند. وی علاقه‌ای ندارد که نشان دهد گروه‌های اجتماعی مختلف به شیوه‌های گوناگون مصرف می‌کنند، بلکه می‌خواهد معلوم کند که گروه‌های فرادست و فرودست طبقات متوسط درگیر مبارزه‌ای بی پایان اما ملایم برای تثبیت هویت، ارزش، موقعیت اجتماعی خود هستند. مصرف و به‌خصوص مصرف فرهنگی ابزاری برای تولید ذهنی، مشروعیت‌سازی و مبارزه در فضای اجتماعی است. مصرف چیزی بیش از برآوردن خواسته‌های زیستی است. ارزش‌ها و نشانه‌ها و نمادها فعالانه درگیر تولید و بازتولید ساختارهای اجتماعی هستند. طبقات مسلط این قابلیت را دارند که شیوه زیستن خود را به‌عنوان تعریف فرهیختگی مشروعیت بخشند» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۳ و ۴۴ به نقل از: Storey: ۲۵۵).

بنا به تعریف بوردیو: «قریحه عبارت است از ظرفیت [توانایی] آنکه گروهی از اشیاء یا اعمال را به‌صورت مادی و نمادین و به معنای مجموعه‌ای از ترجیحات متمایز کننده به کار گرفت» (فاضلی، ۱۳۸۲ به نقل از: Bourdieu, ۱۹۸۴: ۱۷۳).

قریحه نشان‌دهنده پیوند میان بعضی محصولات و مصرف کنندگان آنها در یک فضای اجتماعی منطقه‌بندی شده را نشان می‌دهد. قریحه مبنای داوری درباره ارزش تجربه‌های مختلف است.

---

۱. Field  
۲. Habitus  
۳. Practice  
۴. Taste

«بنابراین سنجش قریحه، نه سنجش شناختی و نه سنجش منطقی؛ بلکه زیباشناختی است. و منظور ما این است که مبنای چنین سنجشی نمی‌تواند غیر ذهنی<sup>۱</sup> باشد». (فاضلی، ۱۳۸۲ به نقل از: Loov & miegel, ۱۹۹۰: ۲۴) به‌نظر بوردیو شیوه‌های مختلف تملک سرمایه در درون هر طبقه، موجد ذوق و قریحه متفاوتی است. اگر چه در ظاهر قریحه‌ها به‌صورت مستقل در فضای اجتماعی سنجش می‌شوند، اما محصول منش‌هایی هستند که ماهیت طبقاتی دارند. قریحه صرفاً زیباشناختی نیست؛ بلکه درک کردن محصولاتی که سنجش قریحه‌ها بر مبنای آنها صورت می‌گیرد، مستلزم مسلط شدن بر مجموعه‌ای از رمزهای نمادین و پرورش فرهنگی است که به ترکیب سرمایه‌ها از جایگاه‌های طبقاتی بستگی دارد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۳ و ۴۲).

مصرف ادبی بر بنیان‌های اجتماعی بسیار استواری قرار گرفته است. به همین دلیل، این‌گونه مصرف و تبعات آن هرگز اتفاقی یا غیر متعین نیست. نوعی رابطه دیالکتیکی بین رفتارهای اقتصادی (از آن جمله مصرف)، با دنیای بیرونی وجود دارد. این رابطه اگر چه رابطه‌ای دائمی است، اما به طرزی ناآگاهانه در نظام روابط عینی مردم متجلی می‌شود. به‌عبارت دیگر مردم خود نمی‌دانند که رفتار آنان تا چه اندازه به وضعیت عینی‌ای که در آن قرار گرفته‌اند مربوط است. مصرف ادبی نیز مصرفی غیر آگاهانه است، یا حداقل می‌توان گفت تا آنجا که ادبیات به مصرف مربوط می‌شود، وجهی غیرآگاهانه دارد.

در فضای اجتماعی و منطبقه‌بندی شده‌ای که فرد در آن زندگی می‌کند، قریحه یا پسند به‌هر صورت غیر آگاهانه شکل می‌گیرد. این قریحه کمیت، کیفیت، سبک، نحوه مصرف و بسیاری دیگر از جنبه‌های مرتبط با مصرف ادبی را تعیین می‌کند. همچنین می‌توان گفت، قریحه ادبی مردم در طبقات اجتماعی مختلف تفاوت جدی دارد. مکانیزم شکل‌گیری قریحه ادبی، می‌تواند براساس دیدگاه بوردیو به این صورت تحلیل شود که در طبقات اجتماعی در طول زندگی شخص آموزه‌های مختلف به‌صورت نوع آموزه به فرد منتقل می‌شود. با انتقال این آموزه‌ها، فرد امکان لذت برای فهمیدن و درک کردن رموزها و نمادهای به‌کار رفته از نوع خاصی از

---

۱. Other than subjective

ادبیات را پیدا می‌کند که منجر به مصرف ادبی خاص می‌شود. این مصرف بیش از آنکه ناشی از شناخت یا محصول تفکر منطقی باشد، محصول زیباشناختی خاصی است که فرد از جامعه خاص خودش گرفته است.

«بوردیو نشان داد که علاوه بر محدودیت‌های مالی و منابع اقتصادی، ساختار دیگری وجود دارد که مصرف (به‌خصوص مصرف فرهنگی) را محدود می‌کند. نظام قریحه‌های برآمده از منش‌های طبقاتی نیز بر تعیین نوع و میزان مصرف مؤثرند.

مفهوم منش قادر است ویژگی مصرف در نزد هر طبقه را نیز تبیین کند. قریحه‌های برآمده از منش طبقات دارای سرمایه ذهنی اندک، بر کارکرد آنچه مصرف می‌شود تأکید می‌کند؛ اما قریحه ناب بر شکل و فرم تکیه می‌کند. قریحه طبقات پایین بر مقدار مصرف تأکید دارد و قریحه ناب بر کیفیت آنچه مصرف می‌شود. و فقط در قریحه ناب است که شیوه و راه و رسم مصرف اهمیت دارد» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۴).

بوردیو با نشان دادن اینکه سبک‌های زندگی محصول منش‌ها و خود منش‌ها نیز تابعی از انواع تجربه‌ها و از جمله تجربه آموزش رسمی هستند، و با بیان این نکته که الگوهای مصرف اصلی‌ترین بروز سبک‌های زندگی‌اند، ارتباط میان آموزش رسمی در ساختار سرمایه‌داری و باز تولید آن را تحلیل کرد. آموزشی رسمی است که گرایشاتی پایدار برای ایجاد الگوهای مصرف خاص پدید آورد، زیرا مصرف‌کننده شدن نیازمند به‌وجود آوردن ناخودآگاه و ذخیره‌ای مناسب از نمادهای فرهنگی است و صرفاً فرایندی زیست‌شناختی نیست (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۵).

مصرف فرهنگی در فضای مبارزه اجتماعی، نوعی تولید فرهنگی به‌شمار می‌آید که مشروعیت‌سازی، از نتایج آن است؛ براین اساس مصرف ادبیات و ترجیح سبکی بر سبک دیگر کمک به فضای مبارزه اجتماعی است. در این فضا مصرف می‌تواند با کمک به نوعی خاص از ادبیات به تولید ادبی در آن عرصه کمک کند.

طبقات مسلط در جامعه به‌طور مسلم با در اختیار گرفتن هر چه بیشتر ابزارها، نمادها و نشانه‌ها، خود را از طریق محصولات فرهنگی به مردم منتقل می‌کنند و از طریق قراردادن فرد

در موقعیت انتخاب و برخورداری از کالاها و از آن جمله کالاهای فرهنگی، ساختارهای اجتماعی را برای طبقات مختلف بازسازی می‌کنند.

مصرف ادبی در طبقات بالا با مصرف ادبی در طبقات پایین متفاوت است. این تفاوت در کمیت و کیفیت آثار منعکس می‌شود. آن چنان که طبقات پایین به کمیت و طبقات بالا به کیفیت آثار بیشتر توجه می‌کنند.

توجه به وجه کالایی آثار ادبی در طبقات پایین بیشتر از توجه به کتاب‌های نفیس و گران‌قیمت و بزرگ (شاهنامه‌های بزرگ یا قرآن‌های بزرگ) شاید به شکلی ناخودآگاه توجه به وجه کمی این کتاب‌هاست.

### دیدگاه کولین کمپل

«نقطه آغاز حرکت کمپل نقد دیدگاه مک کندریک<sup>۱</sup> است، مک کندریک معتقد است که همچشمی طبقات پایین نسبت به طبقات بالا، مصرف فرهنگی مدرن را تبیین می‌کند. این دیدگاه مبتنی بر این پیش فرض است که فرهنگ در چنگ نخبگان است و آنها دیگران را با سازوکار همچشمی به دنبال خود می‌کشند. کمپل از مخالفان تعیین ظهور جامعه مصرفی به کمک ایده همچشمی طبقات است.»

وی در تقابل با نظر مک کندریک، ظهور اخلاق رمانتیک را مسبب مصرف‌گرایی مدرن می‌داند. به نظر او رمانتیسم قرن هجدهم، نقشی اساسی در پدیدآمدن مصرف‌گرایی مدرن داشته است. بر اثر فرایند افسون‌زدایی که وبر آن را تحلیل کرده است، دنیای درونی و دنیای طبیعی از هم جدا می‌شوند. در دنیای افسون‌زدایی شده، فرد به تنهایی باورها، کنش‌ها، ترجیحات زیباشناختی و پاسخ‌های عاطفی‌اش را برمی‌گزیند. حال در چنین دنیایی جنبش رمانتیک، خلاقیت شخصی را بزرگ‌ترین مشخصه انسان بودن می‌داند. این خلاقیت در دو صورت بروز می‌کند: ۱. خلق یک اثر هنری ۲. توانایی داخل شدن کامل در آثاری که دیگران خلق کرده‌اند. در هر کدام از این دو وجه، فرد باید به احساس خود تکیه کند و فقط به تجربه

۱. Mckendrick

کردن متعهد باشد؛ شادی نتیجه «بیان خود»<sup>۱</sup> است. در دنیای رمانتیک فرد در برابر جهان ظهور می‌کند.

در نظر کمپل جنبه ذهنی است که مصرف مدرن را از وجه سنتی آن متمایز می‌کند. مصرف سنتی، لذت مصرف اشیا و انجام اعمال را در خود آنها جست‌وجو می‌کرد. اما اخلاق رمانتیک، لذت را در تجربه ذهنی آن دنبال می‌کند، بر همین اساس در مصرف‌گرایی مدرن، لذت خواستن اشیا بیش از لذت داشتن آنهاست و مصرف کردن چرخه‌ای بی‌انتهاست؛ زیرا تجربه مصرف کردن همواره از خیال مصرف عقب‌تر است. «بدین ترتیب جوهره فعالیت مصرف، انتخاب کردن، خریدن و مصرف کردن محصول نیست، بلکه اساس مصرف، لذت‌جویی تخیلی است... مصرف واقعی نتیجه این لذت‌گرایی ذهنی است» (فاضلی، ۱۳۸۲، به نقل از: Campbell: ۸۹). هر محصول جدیدی، امکانی برای تحقق بخشیدن خیالی را فراهم می‌کند.

مصرف ادبی با ظهور اخلاق رمانتیک به مرحله دیگری پای می‌گذارد. در این مرحله همگام با افسون‌زدایی و متمایز کردن دنیای درون و برون، فرد به دنبال آن است که به تنهایی باورها، کنش‌ها و ترجیحات زیباشناختی خود را انتخاب کند. در این ترجیح، مسلماً، فرد، عواطف، احساسات و نیازهای خود را بر آنچه در جامعه و سنت بر وی تحمیل می‌شود ارجح می‌داند. ترجیح و قدرت انتخاب در فرد قدرت خلاقیت به وجود می‌آورد. قدرت خلاقیت می‌تواند در خواندن (مصرف) یا تولید (نوشتن) آثار ادبی متجلی شود.

مصرف ادبی وسیله لذت‌جویی تخیلی است. و هر مصرف ادبی جدید امکانی تازه برای تحقق بخشیدن به خیالی تازه را فراهم می‌سازد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۵۰).

### دیدگاه ژان بودریار

بودریار «مارکسیستی است که به روش‌های مختلف از سنت مارکسیستی گسسته است. نشانه این گسست، عدم تحلیل مصرف در چارچوب اقتصادی و بررسی آن به‌عنوان امری نمادین، اجتماعی و فرهنگی است. وی برای نمادها و علایم، معانی از پیش تعیین شده‌ای قائل نیست و

---

۱. Self expression



معتقد است، اشیا برحسب آنکه چگونه مورد استفاده قرار گیرند، معنا پیدا می‌کنند. از طرفی به سنت پساساختارگرایی نیز تعلق دارد و طبیعی است که برای فرد و سوژه جایگاه در خوری قایل نیست. برای وی، خاستگاه فرد، نظام است، هر خواسته فردی، بخشی از نظام خواسته‌هاست و نه موجودیتی خلق‌الساعه (Corrigan: ۱۹). در نظر بودریار ارزش نمادین مصرف مهم‌تر از خود آن است، دنیای کالاها، دنیایی برای مبادله پیام است. در چنین وضعیتی، خریدار کالا را به نمایش می‌گذارد و به نحو فعالی حس هویت برای خود می‌آفریند. بر این اساس وی برداشتی فعال از مصرف کننده دارد. مصرف کننده مخاطب منفعل تبلیغات نیست. مصرف کننده از طریق مصرف به‌عنوان عضوی از جامعه در آن مشارکت می‌کند. نکته مهم‌تر این است که افراد بر اساس هویت قومی، طبقاتی یا جنسی خود مصرف نمی‌کنند، بلکه خرید کردن را برای بیان هویتی که دوست دارند به‌کار می‌گیرند. در سرمایه داری غرب، پرسش «من کیستم؟» پرسشی است که هم بر مبنای نقش کاری فرد قابل پاسخ‌گویی است و به همان اندازه بر حسب الگوهای مصرف پاسخ داده می‌شود». (فاضلی، ۱۳۸۲: ۵۱ و ۵۲ به نقل از باکاک، ص ۱۶۳). «در نظر بودریار محرک مصرف اهمیت زیادی دارد. «میل»<sup>۱</sup> مفهوم محوری وی در این زمینه است. ارضای نیازهای مادی محرک مصرف‌گرایی مدرن نیست. تخیل مصرف و میل به ارضا کردن این تخیل است که مصرف‌گرایی را می‌آفریند. از آنجا که خیال مصرف هرگز به انتها نمی‌رسد، مصرف‌گرایی نیز پایانی ندارد» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۵۲).

بودریار مصرف را نمادین، اجتماعی و فرهنگی می‌داند. به این قیاس مصرف ادبی نیز نمادین، اجتماعی و فرهنگی است. آثار ادبی بر حسب چگونگی استفاده، دارای معانی متفاوتی هستند. به‌عبارت دیگر این که اثر ادبی نماد چه چیزی باشد مهم‌تر از آن است که واقعاً چه چیزی است. این چنین است که این مصرف (مصرف ادبی) به‌عنوان بخشی از نظام خواسته‌ها متجلی می‌شود نه موجودیتی خلق‌الساعه و اتفاقی.

با مصرف ادبی نوعی مبادله پیام اتفاق می‌افتد که در یک سوی آن کسی است که آن را مصرف می‌کند و سوی دیگر، کس یا کسانی قرار دارند که از این مصرف آگاهی می‌یابند، با

---

۱. Desire

این ارتباط فرد امکان مشارکت کردن در جامعه را پیدا می‌کند. رابطه بین ترجیح و قریحه ادبی با هویت‌های اجتماعی واقعی (طبقه، جنیست، قومیت) و... نظیر به نظیر نیست بلکه نیمی از آن متأثر از این است که فرد خود را دارای هویتی خاص می‌داند.

در مصرف گرایی مدرن نیازهای مادی کم اهمیت می‌شوند و آنچه اهمیت می‌یابد تخیل است. مصرف بی‌پایان برای ارضای تخیل بی‌پایان است.

### دیدگاه پیترسون

«پیترسون معتقد است که در دوران جدید الگوی مصرفی بروز کرده است که دیگر اعضای طبقات بالا خود را به داشتن یک الگوی مصرف مشخص محدود نمی‌کنند. وی این الگوی مصرف جدید را «همه کاره بودن»<sup>۱</sup> می‌خواند. در چنین الگوی مصرف جدیدی، طبقات بالا از همه انواع فرهنگی و هنر استفاده کرده و به سلسله مراتب ژانرهای فرهنگی بی‌اعتنا هستند. ملاحظات زیبا شناختی که بر مبنای معیارهای فردی تعریف می‌شوند، هدایت کردن زندگی و داوری سلیقه‌ها را برعهده می‌گیرند. فیدرستون چنین تحولی را «زیباشناختی شدن زندگی روزمره» می‌خواند و به معنای نفی تفکیک‌های ارزشی میان انواع فرهنگ است، بدین ترتیب راه و روشی که فرد در یک عرصه از مصرف در پیش می‌گیرد ممکن است به راه و روش وی در عرصه‌ای دیگر هیچ ربطی نداشته باشد.

یکی دیگر از دلالت‌های پست مدرنیسم این است که نه فقط افراد طبقات بالا به مرزهای انواع ژانرها بی‌اعتنا هستند، بلکه اساساً چنین تمایزات ارزشی میان انواع ژانرها از میان رفته است. در این دوره دیگر فرقی میان فرهنگ مشروع و فرهنگ عامه وجود ندارد. در چنین شرایطی، تمایزات ناشی از مصرف فرهنگی در دیدگاه سنتی، مصرف کنشی استراتژیک به‌شمار می‌آید. این کنش استراتژیک معطوف به حفظ انسجام گروهی نیز بود. دیدگاهی که منسوب به مطالعات وارنر درباره قشربندی اجتماعی است، وارنر دریافته بود که رفتار مصرفی، یکی

---

۱. Omnivore

از نموده‌های اصلی پایگاه اجتماعی افراد در جامعه است. «گروه‌های پر منزلت برای حفظ پایگاه جمعی خود الگوی مصرف متمایز و به‌صورت استراتژیک هماهنگ شده‌ای را بر می‌گزینند. اما در شرایط پست مدرن، گمنامی حاصل از کلان‌شهر این کنش استراتژیک را بی‌معنا ساخته و مصرف را در گروه قریحه و لذت‌ها و تمایلات شخصی قرار می‌دهد. به‌علاوه کنش مصرف غیر استراتژیک بیش از هر زمان دیگری بر حول محور بدن سامان می‌گیرد. جذابیت برای خود و دیگران، خواهش جنسی و عاشقانه و بدن به‌عنوان محور هویت، از ویژگی‌های مصرف پست مدرن است» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۵۳ به نقل از ۱۴۴: ۱۹۹۲، Cockerham).

تغییر مصرف از کنشی غیر استراتژیک از جامعه سنتی به جامعه مدرن در مصرف محصولات فرهنگی نیز اتفاق افتاده است. این گرایش، گرایش اساسی در جامعه پسامدرن تلقی می‌شود. در این الگو، اعضای طبقات، به‌خصوص طبقات بالا، دیگر خود را به یک الگوی مصرف محدود نمی‌کنند. این طبقات سعی می‌کنند از هرگونه محصول فرهنگی استفاده نمایند. بی‌اعتنایی به ژانرها و سبک‌ها، می‌تواند توجه به ملاحظات زیبا شناختی فرد را نشان دهد. زیباشناختی شدن زندگی رومزه، تفکیک‌های پیشین در انواع فرهنگ‌ها و طبقات را از بین برده و راه را برای استفاده از سبک‌های متفاوت فراهم می‌سازد. در جامعه سنتی فرد می‌کوشد مصارف خود را با گروه هماهنگ کند، اما در جوامع مدرن و کلان‌شهرهای ایجاد شده فرد به‌دلیل گمنامی، موظف به تبعیت از الگوهای خاص نیست، بنابراین به سلیقه‌های فردی خود می‌پردازد. خواهش‌های جنسی، عاشقانه و عاطفی، محور مصرف پسامدرن است و این موضوع در ادبیات نیز متجلی می‌شود.

پست مدرنیسم در عرصه اجتماعی به معنای بی‌ثبات شدن معانی پذیرفته شده و تلاش برای تثبیت واقعیات جدید در جامعه پیشرفته صنعتی است. طرفداران تحلیل پست‌مدرنی مصرف، معتقدند که کنشگران در این دوران، الگوی مصرف را دلخواه و آزادانه انتخاب می‌کنند. البته این گزاره بیشتر ناظر بر الگوهای مصرف فرهنگی

است، چرا که مصرف مادی مشروط به توانایی مادی افراد است... .

«در زمینه مصرف فرهنگی، متفکران پست مدرن معتقدند که مردم دیگر نه به فرهنگ متعالی علاقه دارند و نه به فرهنگ عامه. در پست مدرنیته مردم به آسانی بین این دو در حرکت هستند و آن دو را با یکدیگر ترکیب می کنند.» (برخی هم معتقدند که پست مدرنیته به معنای پذیرفتن مسئولیت شخصی بیشتر در عرصه زندگی است؛ چرا که اصول راهنمای زندگی اهمیت خود را از دست داده اند) (فاضلی، ۱۳۸۲: ۵۳ به نقل از Cockerham, ۱۹۹۲: ۳۳۲).

تمایز سنتی بین مصرف فرهنگی و هنری، خواص و عوام، که متناسب با جایگاه طبقاتی آنان بوده است در جامعه پسا مدرن رو به امحا می گذارد. دیگر به طور قطع نمی توان گفت مردمان عادی طبقات پایین و متوسط به ادبیات عامه پسند و مردم طبقات بالا به ادبیات نخبه گرا یا رمانتیک یا غیر آن می پردازند. در جامعه ایران اگرچه شرایط بروز جامعه پسا مدرن فراهم نبوده است و با آن فاصله بسیار دارد؛ اما می توان با احتیاط این نکته را ذکر کرد که برخی گرایش های ذهنی لذت جویانه یا زیباشناختی فردی بروز کرده است که پیش از آنکه ناشی از ظهور جامعه مدرن باشد، نشانه پشت کردن به الگوهای سنتی و فشارهای سیاسی و ایدئولوژیک بر آنهاست.

### دیدگاه میشل فوکو

اگرچه در این قسمت دیدگاه میشل فوکو درباره مصرف طرح نمی شود؛ اما آنچه وی در کتاب «اراده به دانستن» مطرح کرده است، به نحوی به موضوع مصرف ادبی به خصوص مصرف ادبی در ایران مربوط است. اگر ادبیات به عنوان محصولی فرهنگی محمل گفتمان درباره سکس تلقی شود، این ارتباط مشخص می شود.

فوکو معتقد است که جامعه مدرن پرگوترین و ناشکیباترین جامعه در مورد سکس است (فوکو، ۱۳۸۳: ۴۲).

توجه معنادار نویسندگان به مقوله های عاشقانه، مناسبات جنسی، حتی روابط نامشروع می تواند بر پایه این تحلیل فوکو تبیین شود که فرهنگ ایران، ناشکیبایی خود را در امکانی به نام ادبیات متجلی کرده است. امکانی که بیش از سایر کالاهای فرهنگی امکان بروز این مقولات

بدان داده شده است.

این چنین است که ممنوعیت سکس در منابع رسمی، عنصری بنیادین برای گفتمان درباره سکس ساخته است.

### سازمان‌ها و عوامل مؤثر در مصرف ادبی

مصرف ادبی تابع یا وجهی از پسند ادبی است. از جهت دیگر می‌توان گفت، پسند ادبی موجد مصرف ادبی است. اگر پسند یا ذوق ادبی را متغیری وابسته بدانیم، می‌توان از سازمان‌ها و جریان‌های فرهنگی‌ای صحبت به میان آورد که در پسند ادبی و در نتیجه موفقیت اثر ادبی می‌توانند مؤثر واقع شوند. عمده‌ترین این عوامل عبارت‌اند از: انجمن‌های ادبی، مدرسه، خانواده، نقد ادبی، نهاد حکومت، نهاد اقتصاد و به‌خصوص اقتصاد نشر.

### الف) انجمن‌های ادبی

انجمن‌های ادبی می‌توانند به‌عنوان رابط یا واسطه بین نویسندگان و مخاطبان و ناشران عمل کنند. پیدایش سبک‌های ادبی در واقع تجمیع و ترکیب سلیقه‌های خوانندگان و نویسندگان است. انجمن‌های ادبی می‌توانند امکان برخورد و نقادی آرای مختلف و جنبه‌های صوری و محتوایی آثار ادبی را فراهم کنند، اما نقش و کارکرد اجتماعی مثبت انجمن‌های ادبی همواره با بدبینی مواجه بوده است.

«در اشاعه و گسترش ذوق ادبی، انجمن‌های ادبی نقش بسیار زیادی ندارند، چون برای بیشتر مردم معیار ارزیابی هنر تا حدی موفقیتی است که هم اکنون اثر هنری کسب کرده است و چون شاهد و گواه این موفقیت، گذشته از همه چیز مطبوعات است، بنابراین انجمن ادبی، در مجموع فقط به افزودن محبوبیت و مقبولیت آن هنرمندانی خدمت می‌کند که از قبل شناخته شده و معروف گشته‌اند. انجمن ادبی تبلیغ را برای ذوق دیگران ادامه می‌دهد. تشویق و تشجیع اتفاقی عناصر محلی کمتر می‌تواند در تغییر تاثیر آن، اثری داشته باشد» (شوکینگ، ۱۳۷۳: ۱۱۰ و ۱۱۱).

### ب) مدرسه و مصرف ادبی

مدرسه و سایر سازمان‌های آموزشی می‌توانند نقش انکارناپذیری در ترویج پسند و قریحه ادبی داشته باشند. در اغلب جوامع و از آن جمله جامعه ایران، مدارس در ترویج پسند ادبی به‌خصوص ادبیات معاصر نقش چندانی ندارند. ناهمسانی سلیقه‌های عموم در خرید کتاب با آنچه در محتوای کتاب‌های ادبیات مدارس وجود دارد، به خوبی این نکته را نشان می‌دهد. در ایران مدارس عموماً در ایجاد علاقه به ادبیات ناتوان بوده‌اند. از جمله مهم‌ترین عوامل در این زمینه می‌توان به نقص محتوای کتاب‌های ادبی، ناآشنایی اولیای مدرسه به‌خصوص آموزگاران با ادبیات رایج و تنگناهای نقد و امکانات ناچیز کتابخانه‌های مدارس اشاره نمود (علی احمدی، ۱۳۷۷: ۵۲).

شوکینگ این موضوع را به‌صورت زیر تحلیل کرده است:

«از میان همه عناصری که ذوق ادبی و هنری را تعیین می‌کند، شاید مدرسه نقش اساسی‌تری را بر عهده داشته باشد. آموزش‌های مدرسه در باب ادبیات باید منجر به بیدار کردن قوه ارزیابی شاگردان از ارزش‌های هنری شود... مدرسه به‌طورعام از آثار کلاسیک یعنی آثاری که تا اندازه‌ای مورد استقبال و پذیرش عموم قرار گرفته است، سود می‌جوید. زیرا مدرسه باید بکوشد در باب ثروت‌های معنوی عمومی به دانش‌آموزان آموزش دهد، باید ارزش‌های جا افتاده و شناخته شده را به دانش‌آموزان تلقین کند، و باید از مشاجره‌ها و منازعه‌های احزاب نه فقط سیاسی بلکه هنری نیز دوری گزیند.

با قائل شدن به اینکه هیچ چیز تا داغ قدمت بر چهره‌اش نخورده باشد، خوب و مناسب نیست و با امتناع از سرو کار داشتن با چیزهای جدیدتر که گروه‌های اجتماعی کثیر و مهمی آنها را ارزشمند می‌شمارند، مدرسه اغلب وظیفه و مأموریت حقیقی خود را غیرممکن می‌سازد. [در آلمان] ... تعلیم این رشته همیشه به معلمانی که شایستگی و استعداد این کار را داشته باشند سپرده نشده بود. معلمان به حد کافی برای کار آماده و پرورده نشده بودند» (شوکینگ، ۱۳۷۳: ۱۰۶-۱۰۸).

### ج) خانواده و مصرف ادبی

ساختار خانواده در جوامع مختلف می‌تواند تأثیرات متفاوتی بر مصرف ادبی داشته باشد. معمول آن بوده است که مصرف ادبی و عادت به خواندن، عادت دانسته شود که در خانواده آموخته و تداوم می‌یابد. خانواده حتی اگر در پیدایش عادت مطالعه مؤثر نباشد در پیدایش زیباشناختی، قریحه، سبک زندگی و سایر عواملی که می‌توانند در مصرف ادبی مؤثر دانسته شوند یقیناً مؤثرند. در مقایسه با گذشته از تأثیر خانواده در مصرف ادبی کاسته شده است.

«از نفوذ خانواده در دوران معاصر بیش از پیش در این زمینه کاسته شده است. خانواده به‌عنوان یک واحد عقلانی به روابط مناسب میان پدر و مادر، و روابط مناسب میان پدر و مادر با فرزندان و یک علاقه و سائق مشترک فرهنگی استوار است. اینها پیش از قرن هجدهم، فقط در موارد استثنایی قابل حصول بوده است. فضای عقلانی و فکری‌ای که در آن زمان در میان خانواده‌های طبقه متوسط پدید آمد، حاصل خواندن کتاب‌های خوب، که معمولاً با صدای بلند در محفل خانوادگی، مرکب از والدین و فرزندان بزرگ خانواده قرائت می‌شد، بود. از نیمه قرن هجدهم کتاب‌خوانی پدر یا مادر در جمع خانواده امری عادی و نوعی بوده است... تصویر قرن نوزدهمی خانواده‌ای که در آن کتابی خوانده می‌شود و ساعت فراغتی که آسوده خاطر بتوان نشست و کتاب خواند، اینک تقریباً امری افسانه‌ای شده است. حتی رغبت‌ها و تمایلات اعضای خانواده اکنون با هم تفاوت کرده است. به این ترتیب خانواده به‌عنوان وسیله و واسطه تبلیغات ادبی به معنای کهن آن، دیگر برای انجام کار جدی در این زمینه وجود ندارد. در این زمینه نیز مانند زمینه‌های دیگر نقش قبلی خانواده را، جامعه بر عهده گرفته است» (شوکینگ، ۱۳۷۳: ۱۱۱ و ۱۱۲).

### د) دولت و ادبیات

«... همه حکومت‌های امروزی کم‌وبیش ادبیات را تشویق و حمایت می‌کنند، و البته حمایت باعث مراقبت و نظارت می‌شود. مشکل بتوان در تأثیر آگاهانه دولت‌های توتالیتر در چند دهه گذشته غلو کرد. تأثیر دولت‌ها هم به‌صورت سلبی، یعنی از راه سرکوب کردن، کتاب سوزاندن،

سانسور، ساکت کردن و توییح کردن، و هم شیوه ایجابی مانند تشویق ناحیه‌گرایی با شعار «خاک و خون» و «رنالیسم سوسیالیستی» شوروی بوده است. اگر دولت‌ها نتوانسته‌اند ادبیاتی بیافرینند که هم موافق جزئیات عقیدتی آنها و هم عظیم باشد، دلیل بر رد این نظریه نیست که نظارت دولت بر ادبیات، سبب می‌شود که همه آنهايي که خواه ناخواه با دستورهای رسمی، خود را همساز می‌کنند، امکان آفرینش می‌یابند» (ولک و وارن، ۱۳۷۳: ۱۰۷).

در ایران تأثیر نهاد حکومت بیش از آنکه در وجه مثبت در گسترش ذوق ادبی و مصرف ادبی مؤثر افتاده باشد، در این زمینه تأثیر منفی داشته است. به این معنا که حجم قابل توجهی از مصارف ادبی در واکنش به توصیه‌های ایدئولوژیک حکومت پدید آمده‌اند.

#### هـ) اقتصاد مصرف ادبی

اگر دستگاه نشر را وجه اقتصادی ادبیات و رابط آنها با اقتصاد و نهاد ادبیات تلقی کنیم رابطه این دو نهاد به صورت زیر قابل تحلیل است:

به شهرت رسیدن اثر ادبی وابسته به شرایط معینی است. بهترین عاملان در این زمینه مدیران، کارگردانان تئاتر و ناشران هستند. ایشان نیز در ملاحظات و داوریه‌های خود عموماً تحت تأثیر ملاحظات مردم قرار دارند.

بسیاری از بنگاه‌های انتشاراتی جدید، صرفاً به جنبه تجارتي کار توجه دارند و مدیران‌شان، چنان که انتظار می‌رود به رأی انتقادی «خواننده» بی نام خود، مرد یا زن، پناه می‌جویند، اما ناشرانی که نظری شخصی برای خود دارند، هنوز هم نفوذ واقعی بر ذوق و سلیقه روز اعمال می‌کنند. موفقیت‌های گذشته بنگاه‌هایی که مورد اعتماد مردم هستند، مردم را به خرید کتاب تشویق می‌کند. البته موفقیت این آثار از این جهت یقینی نیست، اما آمدن نام اثری در فهرست انتشار یکی از این ناشران، دست کم این گمان را در بردارد که یک مرجع ادبی و زیباشناسی، به چاپ آن، رأی مساعد داده است.

«در باب به چاپ رسانیدن یک اثر، دست کم از قرن ۱۸ یک واقعیت مشهود بوده است و آن وضع سعادتبار کسی است که با نویسندگان مشهور که دارای خوانندگان خاص خود هستند



و نزد ناشران اعتباری دارند، آشنایی شخصی داشته باشد. توصیه اینان ممکن است آن اندازه وزن و اعتبار داشته باشد که مشکلات عمده را از سر راه نورسیدگان کنار بزند» (شوکینگ، ۱۳۷۳: ۷۱ و ۷۲).

### و) نقد ادبی و مصرف ادبی

جریان نقد ادبی در ایران علی‌رغم سابقه نسبتاً طولانی و مدعیان بسیاری که دارد، تأثیر چندانی بر رشد و توسعه و تغییرات ذوق ادبی نداشته است. چرا که به‌طور تقریبی سلیقه بازار برخلاف سلیقه ناقدان عمل کرده است. دربارهٔ نارسایی نقد ادبی و دلایل و زمینه‌های آن، حداقل نکته‌ای که می‌توان گفت آن است که نقد به حداقل شرایط گفتمانی نیازمند است. جامعه‌ای که بخواهد از این امکان استفاده کند، باید زمینه‌های فیزیکی، فرهنگی و اجتماعی آن‌را فراهم کند و هزینه‌های آن را بپذیرد. مسلماً نقد ادبی نافی اقتدار ادبی است و می‌تواند به شهرت‌های بی‌دلیل و محتواهای ضعیف آسیب جدی وارد کند.

در شرایطی که امکان نقد سالم وجود نداشته باشد، تنها کسانی از این امکان استفاده خواهند برد که از حداقل امکانات اقتصادی و تضمین‌های دیگر برخوردار باشند. بنابراین جامعه ناخواسته به جریان‌هایی اجازه ورود به عرصه فرهنگ می‌دهد که به‌طور طبیعی باید آنها را نفی کند.

«بازدید روادید» مسافران قله شهرت با منتقد ادبی است. منتقد را معمولاً نیروی محرک اصلی در تاریخ ذوق ادبی می‌دانند. در سیر تاریخ نقد ادبی، چنان‌که پروفیسور سنسبوری<sup>۱</sup> برای نخستین بار اشاره کرده است، منتقدانی که قدرت تشخیص و تمیز داشته‌اند، کم و بیش نفوذی بر تحول و تکامل ذوق اعمال کرده‌اند؛ البته بیشتر اینان، خود مردمانی بوده‌اند که به نوعی فعالیت‌های خلاق داشته‌اند. اما قضاوت دقیقاً متعادل یک منتقد واحد، هرچند هم معروف و مشهور بوده باشد، به‌طور معمول اثر مهمی نداشته است. در حقیقت، موارد بسیاری هست که در آنها حتی اجتماع منتقدان در ستایش یک رمان یا یک شعر، بدون پشتیبانی و تأیید دیگر نیروهایی که از

۱. Saintsbury

آنها یاد کردیم، تأثیری قاطع پدید نیاورده است. در پژوهشی نشان داده شد که در حالی که در ۳۹۱ مورد کتابی به توصیه دوستی خریداری می‌شود، فقط در ۱۶۰ مورد صرفاً با خواندن نقد و بررسی، کتابی خریداری شده بود» (شوکی‌نگ، ۱۳۷۳: ۷۸ و ۷۹).

نقد به یک اعتبار، مقایسه اثر ادبی است با آنچه باید باشد. شناخت آنچه یک جامعه تقاضا دارد، مرهون شناخت دقیق جامعه است. البته باید بین نیازهای فوری و نیازهای واقعی و اندیشیده شده جامعه تمایز قایل شد. به هر حال باید نوعی هماهنگی بین اثر و جماعت وجود داشته باشد.

«نمودار موفقیت و بقا و ظهور دوباره یک کتاب یا شهرت و آوازه یک نویسنده، در درجه اول پدیده‌ای اجتماعی است. این امر البته تا حدی متعلق به تاریخ ادبیات است، زیرا ملاک سنجش شهرت و آوازه هر نویسنده، تأثیر او بر نویسندگان دیگر و قدرت کلی او در دگرگون کردن سنت است. شهرت تا حدی نیز به واکنش‌های منتقدان بستگی دارد. تاکنون شهرت نویسنده را به‌طور کلی بر مبنای اظهار نظرهای کم و بیش رسمی، که آن را نمودار قضاوت عموم خوانندگان یک عصر می‌دانستند، تعیین می‌کردند. می‌توان موفقیت اثر ادبی را بر مبنای جامعه‌شناختی دقیق‌تری استوار کرد و می‌توان به تفصیل تمام درباره هماهنگی میان یک اثر و جماعت خاصی که توفیق آن را سبب شده‌اند به تحقیق پرداخت. می‌توان از چاپ‌های مختلف و تعداد نسخ به فروش رسیده شواهدی را گردآوری کرد» (ولک و وارن، ۱۳۷۳: ۱۰۷ و ۱۰۸).

هر روز نیاز به نقد ادبی افزون‌تر می‌شود. چرا که با تنوع فرهنگی و تنوع گروه‌های اجتماعی، ما با قریحه‌های متفاوتی نیز روبه‌رو هستیم. بنابراین از آنجا که همه مردم توان نقادی تمام جریان‌های ادبی و آثار نوشته شده را ندارند، ناقدان ادبی می‌توانند به واسطه‌هایی خلاق در ایجاد و گسترش پسند ادبی تبدیل شوند.

در ایران نوعی ناهماهنگی بین جریان‌های عمومی نقد ادبی و سلیقه بازار و مصرف واقعی به چشم می‌خورد. نگاهی به کتاب‌های پذیرفته شده در جریان ارزیابی و نقادی و جوایز ادبی و عدم تناسب کتاب‌های برنده با سلیقه بازار این ناهماهنگی را به‌نحوی نشان می‌دهد. (می‌توان

به برندگان جوایز ادبی گلشیری، یلدا و... و مقایسه آن با کتاب‌های پرفروش در ایران پرداخت). بررسی رابطه نویسنده و خواندگانش در دوره‌های بعدی مشکل‌تر می‌شود، زیرا مردم کتاب‌خوان به سرعت افزایش می‌یابند و پراکنده و ناهمگن می‌شوند. از این رو رابطه نویسنده و خواندگانش غیر مستقیم‌تر و واسطه‌های بین خواننده و نویسنده بیشتر می‌شود. می‌توان نقش انجمن‌ها و نهادهای اجتماعی مانند سالن، کافه، باشگاه، فرهنگستان و دانشگاه را مطالعه کرد و همچنین تاریخ بررسی نامه‌ها و نشریه‌ها و نیز بنگاه‌های نشر را. منتقد، به واسطه‌ای پراهمیت مبدل می‌شود و گروه خبرگان و کتاب‌دوستان و مجموعه‌داران ممکن است از بعضی آثار ادبی حمایت کنند. انجمن ادیبان خود می‌تواند برای نویسنده یا نویسنده آتی خواننده دست و پا کند، به خصوص در آمریکا، زنانی که (به گفته وبلن) نیازهای فرهنگی و هنری مردان صاحب حرفه خسته را برآورده می‌کنند، در جهت دادن به ذوق ادبی وظیفه‌ای قاطع بر عهده دارند» (ولک و وارن، ۱۳۷۳: ۱۰۶ و ۱۰۷).

## ۲. مرور چند تحقیق درباره مصرف ادبی

### الف) مصرف ادبی در ایالات متحده

ده یافته کلیدی زیر درباره مصرف ادبی در آمریکا از تحقیقی که با همین عنوان در آمریکا انجام شده است به دست آمده‌اند:

۱. نسبت خوانندگان ادبیات طی ۲۰ سال گذشته کاهش یافته است.

سال عنوان	۱۹۸۲	۱۹۹۲	۲۰۰۲
درصد بزرگسالان در جمعیت که مطالعه ادبی دارند	۵۶/۹	۵۴	۴۶/۷
تعداد جمعیت که مطالعه ادبی دارند (در میلیون)	۹۶	۱۰۰	۹۶

- کمتر از نیمی از آمریکاییان اکنون خواننده‌ی ادبیات هستند.

- ۱۰ درصد از خوانندگان ادبیات (۲۰ میلیون نفر) کاسته شده است.

- با اینکه ۴۰ میلیون نفر بر جمعیت بزرگسالان افزوده شده است، کل خوانندگان اکنون ۹۶ میلیون نفر است.

۲. کاهش تعداد خوانندگان ادبیات به موازات کاهش خوانندگان کل کتاب پیش می‌رود.

عنوان	۱۹۹۲	۲۰۰۲	اختلاف	میزان کاهش
خوانندگان سایر کتاب‌ها	۶۰/۹	۵۶/۶	۳/۴٪	۷٪
خوانندگان ادبیات	۵۴/۰	۴۶۰۷	۷/۳	۱۴٪

۳. کاهش خوانندگان سایر کتاب‌ها به اندازه‌ی ادبیات نیست.

عنوان	۱۹۸۲	۱۹۹۲	۲۰۰۲
درصد از جمعیت بزرگسالان	۵۶/۹	۵۴	۴۶/۷
درصد کاهش	-	۲/۹	۷/۳
میزان کاهش		۵٪	۱۴٪

۴. زنان بیش از مردان کتاب‌های ادبی مطالعه می‌کنند، اما خواندن کتاب‌های ادبی در هر دو

گروه به‌طور معناداری کاهش یافته است.

جنس	سال	۱۹۸۲	۱۹۹۲	۲۰۰۲	درصد تغییر	
					۱۹۹۲-۲۰۰۲	۱۹۸۲-۲۰۰۲
مردان	۴۹/۱	۴۷/۴	۳۷/۶	-۹/۸	-۱۱/۵	
زنان	۶۳/۰	۶۰/۳	۵۵/۱	-۵/۲	-۷/۹	

۵. مطالعه‌ی ادبی در تمام سطوح تحصیلی کاهش یافته است.

۶. مطالعه‌ی ادبی در تمامی گروه‌های سنی کاهش یافته است.

گروه‌های سنی	۱۹۸۲	۱۹۹۲	۲۰۰۲	درصد تغییر	
				۱۹۸۲-۲۰۰۲	۱۹۹۲-۲۰۰۲
۱۸-۲۴	۵۹/۸	۵۳/۳	۴۲/۸	-۱۷	-۱۷
۲۵-۳۴	۶۲/۱	۵۴/۶	۴۷/۷	-۱۴/۴	-۱۴/۴
۳۵-۴۴	۵۹/۷	۵۸/۹	۴۶/۶	-۱۳/۱	-۱۳/۱
۴۵-۵۴	۵۴/۹	۵۶/۹	۵۱/۶	-۳/۳	-۳/۳
۵۵-۶۴	۵۲/۸	۵۲/۹	۴۸/۹	-۳/۹	-۳/۹
۶۵-۷۴	۴۷/۲	۵۰/۸	۴۵/۳	-۱/۹	-۱/۹
۷۵ و بالاتر	-۳/۷	۳۶/۷	۳۶/۷	-۴/۲	-۴/۲

۷. خواندن ادبیات در بین سفیدها، آفریقایی‌ها، آمریکایی‌ها و هیسپانیک‌ها کاهش یافته است.  
 ۸. کاهش خوانندگان ادبی در گروه‌های سنی جوان‌تر شدیدتر بوده است.

گروه سنی	۱۹۸۲	۱۹۹۲	۲۰۰۲	درصد کاهش
۱۸ - ۲۴	۵۹/۸	۵۳/۳	۴۲/۸	٪۲۸
۲۵ - ۳۴	۶۳/۱	۵۴/۶	۴۷/۷	٪۲۳
همه سنین	۵۶/۹	۵۴	۴۶/۷	٪۱۸

۹. کاهش در مطالعه ادبی، پیش آگهی فرسایش مشارکت مدنی و فرهنگی است.

توجه به وقایع هنری	۴۹	۱۷
توجه به وقایع ورزشی	۴۵	۲۷
گروه‌ها	خوانندگان ادبیات	غیر خوانندگان ادبی
انجام کارهای خیریه داوطلبان	۴۳	۱۷
تماشای موزه‌های هنری	۴۴	۱۲

۱۰. کاهش خوانندگان ادبیات همبستگی دارد با افزایش استفاده از انواع رسانه‌های الکترونیکی شامل اینترنت، بازی‌های ویدیویی و وسایل قابل حمل دیجیتال.  
 - غیر خوانندگان بیشتر از خوانندگان ادبیات، تلویزیون تماشا می‌کنند.  
 - در سال ۱۹۹۰، ۵/۷ درصد هزینه، صرف [فرهنگ خانوار] خرید کتاب می‌شده در حالی که برای ویدئو و سایر وسایل صوتی و تصویری ۶ درصد. در سال ۲۰۰۲ وسایل الکترونیک تا ۲۴ درصد و کتاب تا ۵/۶ درصد.  
 - مطالعه‌ای در سال ۱۹۹۹ آمریکا نشان داده است که کودکان آمریکایی در خانه‌هایی زندگی می‌کنند که در آن ۲/۹ تلویزیون، ۱/۸ ویدئو سی دی، ۳/۱ رادیو، ۲/۱ سی دی گردان، ۱/۴ بازی ویدئویی و ۱ کامپیوتر وجود داشته است (Bradshaw and Nichols, ۲۰۰۴: ix - Xill).

### ب) مطالعه ادبیات در ایران

در سال ۱۳۸۲ مطالعه‌ای ملی از سوی دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تحت عنوان «فعالیت و مصرف کالاهای فرهنگی در کل کشور- رفتارهای فرهنگی ایرانیان»

انجام شد که نتایج آن در یک گزارش کلی و ۳۰ گزارش استانی چاپ شده است.

- براساس این مطالعه بیشترین میزان مطالعه رمان و داستان در گروه سنی ۱۸ - ۱۲ سال و پس از آن ۲۵ - ۱۹ سال و بلافاصله پس از آن در گروه سنی ۴۰ - ۲۶ سال قرار دارد. به عبارت دیگر جوانان ۱۲ تا ۲۵ ساله، مجموعاً ۵۰/۹ درصد از کل مطالعه رمان و داستان را به خود اختصاص داده‌اند.

- مردان تنها در ۱۲/۳ درصد از موارد به رمان و داستان علاقه‌مندند، در صورتی که این نسبت برای زنان ۲۳/۸ درصد بوده است.

- بیشترین میزان مطالعه رمان و داستان در گروه تحصیلی «عالی» وجود داشته است، اگرچه تفاوت زیادی بین این گروه با گروه «متوسطه» وجود ندارد.

- دانشجویان، محصلان و پس از آن خانه‌دارها بیشترین میزان مطالعه رمان و داستان کوتاه را داشته‌اند.

- مجردها بیش از متاهل‌ها رمان و داستان کوتاه می‌خوانند.

- به ترتیب: گیلک‌ها، لرها و لک‌ها، فارس‌ها و کردها بیش از اقوام دیگر به مطالعه رمان و داستان می‌پردازند.

براساس اطلاعات گزارش شده جدول، ارزش منطقه سکونت و کتاب خوانی مورد مطالعه قرار گرفته است. بر اساس این جدول هرچه از مناطق پایین‌تر، از نظر ارزش منطقه به طرف مناطق متوسط و بالا می‌رویم، بر میزان مطالعه کتاب غیر درسی افزوده می‌شود. اما در منطقه بالا مجدداً کاهش می‌یابد.

موجودی کتاب در کتابخانه، از مناطق پایین به مناطق بالا افزایش می‌یابد و تقریباً به ۵ برابر می‌رسد.

- رابطه وضع اقتصادی و بهره‌مندی از کتاب به این صورت است که با بهتر شدن وضع اقتصادی، میزان مطالعه غیر درسی افزایش می‌یابد. موجودی کتاب در کتابخانه به بیش از سه برابر می‌رسد، خرید کتاب تقریباً به ۴ برابر می‌رسد و میانگین مطالعه اعضا تنها

اندکی بالاتر از طبقه پایین است و با طبقه متوسط تفاوتی ندارد.  
 - خرید کتاب از مناطق پایین به مناطق بالا افزایش یافته و به حدود سه برابر می‌رسد.  
 - اما با کمال تعجب مشاهده می‌شود که میانگین مطالعه افراد در مناطق مختلف دارای ارزش‌های مختلف منطقه سکونت، تفاوتی مشاهده نمی‌شود.  
 منزلت شغلی بیش از همه بر موجودی کتاب و خرید کتاب مؤثر است، اما بر میانگین مطالعه اعضا نیز تأثیر دارد.

### جدول ۲

نسبت مطالعه رمان و داستان در ۲۸ شهر کشور در مقایسه با سایر کتاب‌ها

(رفتارهای فرهنگی ایرانیان، ۱۳۸۲: ۴۱)

نسبت	شهر	نسبت	شهر
۱۸/۲	ساری	۱۴/۹	اراک
۱۹/۶	سمنان	۱۵/۷	اردبیل
۱۶/۶	سنندج	۱۷/۴	ارومیه
۱۶/۹	شهرکرد	۲۲/۲	اصفهان
۱۳/۱	شیراز	۱۹/۲	اهواز
۲۲/۱	قزوین	۲۰/۴	ایلام
۱۷/۵	قم	۲۰/۶	بندرعباس
۲۰/۶	کرمان	۲۱	بوشهر
۱۸/۸	کرمانشاه	۱۸	تبریز
۱۳/۶	گرگان	۱۷/۲	تهران
۱۶/۷	مشهد	۱۹/۸	خرم‌آباد
۱۳/۲	همدان	۲۱/۵	رشت
۱۸/۱	یاسوج	۱۳/۲	زاهدان
۱۳/۶	یزد	۱۵/۸	زنجان
۱۷/۶	۲۸ شهر		

### جدول ۳

وضع اقتصادی و بهره‌مندی از کتاب (رفتارهای فرهنگی ایرانیان، ۱۳۸۲: ۵۳)

وضع استان‌ها			بهره‌مندی از کتاب
بالا	متوسط	پایین	
۹۳	۸۷/۶	۸۳/۷	مطالعه کتاب غیر درسی (%)
۱۸۷/۲	۹۲/۷	۵۲/۸	موجودی کتاب (میانگین)
۱۱/۷	۶/۲	۳/۶	خرید کتاب (میانگین)
۱/۸	۱/۸	۱/۷	میانگین مطالعه اعضا

### ج) ممیزی کتاب و ادبیات داستانی ایران

«... بنا به گزارش کارنامه نشر» (مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران) در سال ۷۵؛ ۱۲۸۹۸ عنوان کتاب چاپ شده است که تعدادی از آنها همان کتاب‌های مشروط بوده که با اعمال تغییرات اجازه نشر یافته‌اند. براساس این کار با مسامحه می‌توان گفت، حدود ۱۰/۵ درصد کتاب‌هایی که برای ارزیابی به اداره کل چاپ و نشر ارائه شده، مشروط و غیر مجاز شناخته شده‌اند، اما اگر آمار کامپیوتری مؤسسه مذکور را مبنا قرار دهیم که در آن ۱۴۴۵۸ عنوان کتاب در سال ۱۳۷۵ منتشر شده، نسبت مذکور به حدود ۹ درصد تقلیل می‌یابد (رجب‌زاده، ۱۳۸۱: ۵۵). نکته جالب این است که «بیشترین ممیزی (کتاب‌های مشروط و غیر مجاز)» مربوط به ادبیات با رقم ۵۱/۳ درصد و کمترین نسبت، یعنی صفر درصد مربوط به علوم طبیعی و ریاضیات و کودکان است.

### جدول ۴

موضوع کتاب‌های مشروط و غیر مجاز (رجب‌زاده، ۱۳۸۱: ۵۶)

درصد	فراوانی	موضوع
۰/۵	۷	کلیات
۹/۶	۱۳۲	فلسفه
۶/۷	۹۲	دین
۴/۵	۶۲	علوم اجتماعی
۹/۲	۱۲۸	زبان
۰	۰	علوم طبیعی و ریاضیات



تکنولوژی	۴۷	۳/۵
هنر	۳۶	۲/۶
ادبیات	۷۰۵	۵۱/۳
تاریخ و جغرافیا	۱۶۴	۱۱/۹
کتاب‌های کودکان	۰	۰
<b>جمع</b>	<b>۱۳۷۳</b>	<b>۱۰۰</b>

نکته جالب دیگر اینکه در حوزه ادبیات نیز نسبت کتاب‌های مشروط و غیر مجاز به کتاب‌های منتشره در سال ۱۳۷۵ متفاوت بوده است. جدول زیر امکان این مقایسه را فراهم می‌سازد:

**جدول ۵**

نسبت کتاب‌های مشروط و غیر مجاز به کتاب‌های منتشر شده در سال ۱۳۷۵ (مقوله ادبیات)  
(رجب زاده، ۱۳۸۱: ۶۳)

مقولات	تعداد عنوان کتاب‌های منتشره	تعداد عنوان کتاب‌های مشروط	نسبت ممیزی به منتشر شده
آموزش ادبیات	۶۴	-	۰
معانی و بیان	۱۱	-	۰
مجموعه‌ها و جنگ‌ها	۸	۸	٪۱۰۰
تاریخ و توصیف و نقد ادبی	۱۴	۳۴	٪۲۴۳
شعر فارسی	۸۰۲	۱۰۷	٪۱۳/۳
داستان فارسی	۱۲۹	۲۵۷	٪۱۹۹
نمایشنامه	۱۱	۷	٪۵۴
هجو و هزل	۷	۱۰	٪۱۴۳
نثر ادبی	۳۹	۸	٪۲۱
ادبیات محلی (شعر)	۱۴	۱۷	٪۱۲۱
سایر موضوعات	۳۲	۳	٪۹
<b>جمع</b>	<b>۱۱۲۹</b>	<b>۴۵۱</b>	<b>٪۴۰</b>
داستان خارجی	۱۹۹	۲۳۴	٪۱۱۷
فن نگارش و بیان و ...	۱۱۲	۲۰	٪۱۷/۸
<b>جمع</b>	<b>۳۱۱</b>	<b>۲۵۴</b>	<b>٪۸۱</b>
<b>جمع ادبیات</b>	<b>۱۵۲۸</b>	<b>۷۰۵</b>	<b>٪۴۶</b>

ادبیات ایران

ادبیات سایر ملل و...

آن چنان که جدول فوق نشان می‌دهد، پس از تاریخ و توصیف و نقد ادبی (۲۴۳٪) داستان فارسی (۱۹۹٪) و داستان خارجی (۱۱۷٪) بیشترین نسبت ممیزی به منتشر شده را داشته‌اند. به عبارت دیگر در مقابل ۱۲۹ کتاب داستان فارسی منتشر شده در سال ۱۳۷۵، ۲۵۷ عنوان مشروط بوده و در مورد داستان فارسی نیز در مقابل ۱۹۹ مجاز، ۲۳۴ عنوان مشروط وجود داشته است. اگر به آمار کتاب‌های غیر مجاز دقت کنیم، نتایج بالا بار دیگر تأیید می‌شود: نسبت کتاب‌های غیر مجاز در مقولات مختلف، نسبت به اصلاحات پیشنهادی و حجم اصلاحات پیشنهادی (ضرب سطر کتاب‌های مشروط و غیرمجاز در تعداد اصلاحات) در جدول زیر گزارش شده است.

جدول ۶  
(رجب زاده، ۱۳۸۱: ۶۸ و ۶۹)

موضوع	فراوانی غیرمجاز	نسبت غیر مجاز به مجاز	میانگین اصلاحات پیشنهادی	حجم اصلاحات مجاز و مشروط
کلیات	۱	۱۴/۳	-	۴۲
فلسفه	۳۰	۲۴	۴/۸۷	۷۸۶
دین	۲۶	۳۱/۳	۷/۷۵	۶۲۹
علوم اجتماعی	۱۰	۱۷/۲	۳۴/۶	۷۴۶
زبان	۹	۸	۲۳/۳	۲۰۴۵
علوم فلسفی و ریاضیات	۰	۰	۰	-
تکنولوژی (علوم کاربردی)	۲	۳/۴	۰	۳۷۶
هنر	۲	۵/۷	۰	۳۹۶
ادبیات	۲۳۶	۳۳/۸	۱۸/۲	۱۱۷۷۵
تاریخ و جغرافیا	۳۵	۲۳/۳	۱۶/۳	۱۹۳۹
جمع	۳۰۱	۲۶/۷	۱۶/۸	۱۸۷۳۱

در تمامی موارد یاد شده نظارت و ممیزی بر کتاب‌های ادبی و به‌خصوص ادبیات داستانی سنگین‌تر بوده است. ناگفته پیداست که بخشی از این حساسیت ناشی از طبیعت آثار ادبی است اما نکته مهم آن است که این تأثیر ناشی از هرچه باشد بر تولید ادبی تأثیر داشته است. این را

می‌توان تأثیر «غیرمستقیم منفی» نامید. این نامگذاری به این دلیل است که بر اساس شواهدی که ارائه شد، ادبیات داستانی ایران به سوی ادبیات عامه پسند حرکت کرده است و زمینه برای نوعی ادبیات کم محتوای کلیشه‌ای و حرفه‌ای فراهم شده است و جایگاه ادبیات واقعی و کارکردهای اساسی آن تا حد بسیار بالایی تخریب شده است. میزان اندک مصرف ادبی در کشور شاهد این مدعا است.

احمد رجب‌زاده دربارهٔ نتایج ممیزی، نکته‌های زیر را مطرح کرده است.

۱. تغییر در ساختار زبان: در شرایط ممیزی، نویسندگان و هنرمندان در اثر کنترل شدید، ناگزیر تمثیل و صنایع تمثیلی را به قالب اصلی کار خود بدل می‌کنند.
۲. تأثیر اقتصادی: ممیزی پس از چاپ و پیش از انتشار باعث ضررهای هنگفت برای ناشران می‌شود.
۳. عوارض فرهنگی:

الف) تیراژ نشریات و تعداد عناوین کتاب‌های منتشره در هر سال، یکی از شاخص‌های

مبانی سنجش توسعه فرهنگی است و ممیزی باعث افت تیراژ کتاب و نشریه می‌شود.

ب) ممیزی هیچ‌گاه نمی‌تواند کنترل کامل و همه‌جانبه‌ای بر انتشارات داشته باشد. خواه

ناخواه باعث ایجاد بخشی از انتشارات زیر زمینی می‌شود.

ج) ایجاد غفلت و بی‌خبری، یکی دیگر از تأثیرهای فرهنگی ممیزی است.

د) ممیزی به این دلیل که عدم صراحت در زبان را ایجاد می‌کند، پیوند روشنفکر را با مخاطب

خود ضعیف و یا قطع می‌کند.

ه) مارکس می‌گوید، قوانین ممیزی، تحقق فرایند حق و حقیقت و حقیقت‌گویی ما را به

حالت تعلیق در می‌آورد.

و) برخی از نویسندگان که معتقدند آزادی باعث شکوفایی استعدادها و خلاقیت انسان‌ها

می‌شود، ممیزی را مهارکننده جوشش هنری و ادبی تلقی می‌کنند. از این نظر ممیزی،

استعدادها را در نیمه راه می‌کشد و بدین ترتیب باعث جوان‌مرگی هنر، هنرمند و روشنفکر می‌شود.

#### ۴. عوارض سیاسی - اجتماعی:

الف) ممیزی مانع انعکاس اعتقادات، تمایلات و نظر واقعی مردم می‌شود. و حکومت نه تنها نمی‌تواند از نظرات افراد مختلف استفاده کند، بلکه نمی‌تواند از آنها مطلع شود. بنابراین برخلاف آنکه تصور می‌شود، ممیزی کنترل را بر مردم زیاده‌تر می‌کند، در واقع امر کنترل حکومت را بر مردم کاهش می‌دهد.

ب) ممیزی مانع برخورد عقاید می‌شود، ناهماهنگی‌های اجتماعی به صورت عقده‌ها و گره‌هایی در می‌آید که به تدریج بین مردم و حکومت فاصله انداخته، مردم با حکومت دور می‌شوند و بدین ترتیب تحولات درونی جامعه دیگر در دید کنترل حکومت نیست و ناگهان با عصیان اندیشه‌ها مواجه می‌شود.

ج) مارکس می‌گوید مطبوعات آزاد «جمهوری‌های انتقادی» ایجاد می‌کند و مطبوعات ممیزی شده باعث بی‌تفاوتی می‌شود.

د) کری پاتریک درباره آثار سیاسی - اجتماعی ممیزی به نکته جالبی اشاره می‌کند. او معتقد است، ممیزی جامعه را درگیر مسائلی می‌کند که مسائل اصلی و تحت فشار جامعه نیست. در واقع می‌توان گفت ممیزی، باعث نوعی تحریف سیاسی می‌شود.

### ۳. چارچوب مفهومی جمع بندی نتایج حاصل از مرور مطالعاتی (مفروضات و

#### پیش‌بینی‌های نظری)

در جدول‌های بعدی خلاصه نظریه‌ها و فرضیه‌های نظری به تفکیک نام نظریه پرداز، مهم‌ترین مفهوم مرتبط، و همسویی استنتاج‌ها و پیش‌بینی‌های نظری که می‌توانند به‌عنوان بخشی از پاسخ به سؤال‌های اولیه در نظر گرفته شوند، ارائه می‌شود. و در نهایت این دیدگاه‌ها به صورت یک انگاره پیش‌بینی کننده مصرف ادبی و انتخاب ژانر ادبی، نشان داده می‌شود.

جدول ۷

ردیف	صاحب نظر	مفهوم	ایده/ گزاره	استنتاج
۱	تورسن وبلن	فراغت خودنمایانه مصرف خود نمایانه چشم و همچشمی و رقابت	<p>- در اجتماع‌های کوچک ثروت منبع منزلت است و نشان دادن آن افتخار آمیز است. در جامعه شهری فراغت خودنمایانه کاربرد ندارد.</p> <p>- مصرف خودنمایانه در جامعه شهری ثروت را به نمایش می‌گذارد.</p> <p>- نشان دادن ثروت ایجاد اقتدار هنجاری می‌کند.</p> <p>- چشم و همچشمی و رقابت منبع شکل‌گیری مصرف مدرن است.</p>	<p>- قصد و نیت از مصرف (خرید) کتاب دچار تحول شده است.</p> <p>- در جامعه شهری جدید مصرف کتاب به منزله ابزار گذران اوقات فراغت به مصرف به منزله خرید کتاب تنزل یافته است.</p> <p>- خرید کتاب به منزله نشان دادن ثروت و گرایش مستتر در آن ایجاد اقتدار می‌کند.</p> <p>- مصرف ادبی به نوعی رقابت و همچشمی بین افراد جامعه مربوط است.</p>
۲	ماکس وبر	سبک زندگی گروه منزلتی	<p>- سبک زندگی بر شباهت الگوی مصرف استوار است.</p> <p>- مصرف به‌عنوان کرداری اجتماعی و فرهنگی بیان‌کننده تفاوت گروه‌های اجتماعی است.</p> <p>- هر گروه منزلتی یک سبک زندگی خاص دارد.</p> <p>- در هر گروه منزلتی انتظاراتی برای متعهد ماندن به سبک خاصی از زندگی وجود دارد.</p> <p>- سبک زندگی برای گروه منزلتی ایجاد انسجام می‌کند.</p> <p>- انسجام اجتماعی به سرمایه اجتماعی بدل می‌شود.</p>	<p>- مصرف ادبی در سبک‌های مختلف زندگی متفاوت است.</p> <p>- مصرف ادبی بیان‌کننده تفاوت گروه‌های اجتماعی است.</p> <p>- مصرف ادبی در گروه‌های منزلتی مختلف است.</p> <p>- در گروه‌های منزلتی فشارهای هنجاری برای مصرف انواع خاصی از ادبیات وجود دارد.</p> <p>- هنجاری برای مصرف انواع خاصی از ادبیات وجود دارد.</p> <p>- با مصرف خاص ادبی فرد احساس پیوستگی بیشتری با شرایط اجتماعی می‌کند.</p> <p>- مصرف ادبی به هر نوعی، سرمایه اجتماعی برای گروه اجتماعی بدل می‌شود.</p>

### ادامه جدول ۷

ردیف	صاحب نظر	مفهوم	ایده / گزاره	استنتاج
۳	جرج زیمل	اثبات خود تمایز طبقاتی هویت فردی همبستگی گروهی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- هدف از بسط فردگرایی دنبال کردن نمادهای منزلت است.</li> <li>- فرد گرایی باعث تحمل فشارهای زندگی مدرن می شود.</li> <li>- مد نماد تمایز طبقاتی است.</li> <li>- مد با متمایز کردن، ایجاد هویت فردی می کند.</li> <li>- پیروی از مد سبب همبستگی گروهی می شود.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- مطالعه ادبی از ابزارهای فردگرایی با هدف تمایز است.</li> <li>- مطالعه ادبی به عنوان امکان فردگرایانه، باعث فشارهای زندگی مدرن می شود.</li> <li>- مصرف و مطالعه ادبی ایجاد هویت می کند.</li> <li>- پیروی از سبک یا ژانرهای ادبی ایجاد همبستگی می کند.</li> </ul>
۴	دوکلاس وایسروود	انسان شناسی مصرف وجه نمادین کالاها کالا به عنوان ابزار ارتباط (رسانه)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- متجلی کردن و ثبات بخشیدن به مقولات فرهنگی محرک مصرف است.</li> <li>- کالاها وجه نمادین دارند و به عنوان ابزار مبادله و ارتباط به کار می روند.</li> <li>- مصرف کالاها برای حفظ ارتباط و سبب حمایت دیگران و انسجام است.</li> <li>- مصرف کالا نقشی مستمر در ادامه بقا و برقرار ساختن خطوط ارتباط دارد.</li> <li>- کالاها برای خوردن و پوشیدن نیستند، برای آن اند که اندیشیده شوند.</li> <li>- کالاها رسانه ای غیر کلامی برای قوه خلاقه انسان اند.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ادبیات به قصد متجلی کردن و ثبات بخشیدن به مقولات فرهنگی محرک مصرف است.</li> <li>- مصرف ادبی وجهی نمادین دارد و به عنوان ابزار ارتباط به کار می رود.</li> <li>- مصرف ادبی می تواند به انسجام اجتماعی کمک کند.</li> <li>- مصرف ادبی در برقراری ارتباط نقش دارد.</li> <li>- کتابها به عنوان کالا صرف نظر از خواندن آنها وسیله ای مهم برای اندیشیده شدن اند.</li> <li>- کتاب صرف نظر از محتوا می تواند رسانه ای غیر باشد.</li> </ul>

### ادامه جدول ۷

ردیف	صاحب نظر	مفهوم	ایده / گزاره	استنتاج
۵	پیر بوردیو	ساختارگرایی مولد Generative structuralism ناآگاهی  قریحه taste	<p>- رابطه متقابل عمل اقتصادی شخصی و دنیای بیرون یا تاریخ طبقاتی در عمل اجتماعی</p> <p>- پدیده اجتماعی را نه در آگاهی و هشیاری افراد، بلکه در نظام روابط عینی‌ای که در آن قرار گرفته‌اند، باید جست‌وجو کرد.</p> <p>- قریحه نشان دهنده پیوند میان بعضی محصولات و مصرف کنندگان آنها در یک فضای اجتماعی منطبقه‌بندی شده است.</p> <p>- هر طبقه با توجه به شیوه تملک سرمایه موجد ذوق و قریحه متفاوتی است.</p> <p>- قریحه منشی‌هایی هستند که ماهیت طبقاتی دارند.</p> <p>درک قریحه مستلزم مسلط شدن بر رمزهای نمادین و پرورش فرهنگی است.</p>	<p>- مصرف ادبی به‌عنوان نوعی عمل اجتماعی به طبقه و عمل اقتصادی شخصی مربوط است.</p> <p>- مصرف ادبی ناآگاهانه است.</p> <p>- مصرف ادبی ناشی از قریحه‌ای است که در یک فضای اجتماعی منطبقه‌بندی شده ایجاد شده است.</p> <p>- پسند قریحه ادبی در هر طبقه متفاوت است.</p> <p>خواندن، فهم و لذت از اثر ادبی متکی به رمزهای نمادینی است که باید در طول زندگی فرد آموخته شده باشد.</p>
۶	کولین کمپل	اخلاق رمانتیک  افسون‌زدایی	<p>- ظهور اخلاق رمانتیک مصرف‌گرایی مدرن است.</p> <p>- در اثر فرایندزدایی، دنیای درونی و دنیای طبیعی از هم جدا شده‌اند.</p> <p>- در دنیای افسون‌زدایی شده فرد به تنهایی باور، کنش‌ها، ترجیحات زیبا شناختی و پاسخ‌های عاطفی اثر را برمی‌گزیند.</p> <p>- در دنیای جدید به واسطه جنبش رمانتیک خلاقیت شخص برترین مشخصه انسان بودن است. به دو صورت:</p>	<p>- مصرف ادبی به‌عنوان یک مصرف مدرن با اخلاق رمانتیک در ارتباط است.</p> <p>- ادبیات یکی از ابزارهای اشاعه افسون‌زدایی برای جدایی دنیای درونی و طبیعی است.</p>

ادامه جدول ۷

ردیف	صاحب نظر	مفهوم	ایده/ گزاره	استنتاج
۶	کولین کمپل	ترجیحات زیباشناختی فردی	۱. خلق اثر هنری ۲. توانایی داخل شدن در آثار دیگران - اخلاق رمانتیک، لذت مصرف را در تجربه ذهنی آن دنبال می‌کند که در خود آنها، لذت خواستن مهم‌تر از لذت داشتن است.	- در دنیای جدید افسون‌زدایی فرد، به واسطه رمان در ادبیات به دنبال ترجیحات عاطفی خویش است. - ادبیات ابزار خلاقیت است. - خلق اثر ادبی یا غرق شدن در آثار دیگران. - مصرف ادبی ایجاد کننده لذت ذهنی از نوعی خواستن است.
۷	ژان بودریار	مصرف به‌عنوان امر نمادین پسا ساختارگرایی ارزش نمادین مصرف دنیای مبادله پیام مشارکت هویت	- مصرف امری نمادین، اجتماعی و فرهنگی است. اشیا بر حسب آنکه چگونه مورد استفاده قرار گیرند معنا پیدا می‌کنند. - فرد و موضوع واجد تحلیل نیستند. هر خواسته فردی بخشی از نظام خواسته‌هاست و نه موجودی خلق الساعه ارزش نمادین مصرف مهم‌تر از خود آن است. دنیای کالاها دنیای مبادله پیام است. - مصرف‌کننده از طریق مصرف به‌عنوان عضوی از جامعه مشارکت می‌کند. - افراد براساس هویت قومی، جنسی یا طبقاتی خرید نمی‌کنند، بلکه خرید را برای بیان هویت مورد علاقه کار می‌گیرند.	- مصرف ادبی امری نمادین، اجتماعی و فرهنگی است. - آثار و کتاب‌های ادبی بر حسب چگونگی استفاده دارای معنای متفاوتی هستند. - مصرف ادبی به‌عنوان یک خواسته بخشی از نظام خواسته‌هاست و نه موجودیتی خلق الساعه. - ارزش نمادین مصرف ادبی مهم‌تر از خود آن است. - دنیای کالاها دنیای مبادله پیام است. - مصرف‌کننده ادبی به‌عنوان عنصری از جامعه مشارکت می‌کند. - طبقه، جنس، قوم در مصرف ادبی مؤثر نیست، بلکه علاقه به هویت‌ها موجد مصرف است.



ادامه جدول ۷

ردیف	صاحب نظر	مفهوم	ایده/ گزاره	استنتاج
۸	پیترسون	الگوی مصرف در پست مدرنیسم  زیبا شناختی زندگی روزمره بی ثباتی معانی  کنش غیر استراتژیک	<p>- در طبقات بالا الگوی مصرف (در دنیای جدید) محدود نیست.</p> <p>- طبقات بالا از همه انواع فرهنگ و هنر استفاده می کنند.</p> <p>- طبقات بالا به سلسله مراتب ژانرهای فرهنگی بی اعتنا هستند.</p> <p>- ملاحظات زیبا شناختی بر مبنای معیارهای فردی تعریف می شوند.</p> <p>- نفی تفکیک های ارزشی میان انواع فرهنگ.</p> <p>- نفی تفاوت میان فرهنگ مشروع و فرهنگ عامه.</p> <p>- پست مدرنیسم در عرصه اجتماعی به معنای بی ثبات شدن معانی پذیرفته شده و تلاش برای تثبیت و القائات جدید است.</p> <p>- کنشگران، الگوهای مصرف را دلخواه و آزادانه انتخاب می کنند.</p> <p>- گمنامی حاصل از کلان شهر، کنش استراتژیک (معطوف به حفظ انسجام) را بی معنا ساخته و مصرف را در گروه قریحه ها و لذت ها و تمایلات شخصی قرار می دهد.</p> <p>- کنش غیر استراتژیک بر محور بدن سامان می گیرد (جذابیت برای خود، خواهش جنسی و عاشقانه بدن).</p>	<p>- مصرف ادبی در طبقات بالا گرایش های پست مدرن می یابد.</p> <p>- مصرف ادبی از قید و بندهای پیشین رها شده است.</p> <p>- نوعی بی اعتنایی به سلسله مراتب ژانرهای ادبی در طبقات بالا وجود دارد.</p> <p>- ادبیات در طبقات بالا در دنیای جدید بر پایه معیارهای فردی انتخاب می شود.</p> <p>- تفکیک های ارزشی در گزینش آثار ادبی کم رنگ می شود.</p> <p>- در ادبیات تفاوت فرهنگ مشروع و عامه از بین می رود.</p> <p>- تمایل بر ادبیات، تابع ذوق و قریحه فردی خواهد شد.</p> <p>- مردم نه به فرهنگ عامه علاقه مندند و نه به فرهنگ متعالی بلکه بین این دو سیال اند.</p> <p>- مصرف ادبی در خدمت لذت شخصی قرار می گیرد.</p> <p>- در ادبیات جنبه های پست مدرنیستی از جمله خواهش های جنسی و عاشقانه، خواهش های بدنی، جذابیت های فردی به مضمونی مهم تبدیل خواهند شد.</p>

### ادامه جدول ۷

ردیف	صاحب نظر	مفهوم	ایده / گزاره	استنتاج
۹	میشل فوکو	به گفتمان درآوردن سکس (تبدیل سکس به وجود گفتمانی)	<p>- کوچکترین حقیقت مشروط به سیاست است. ص ۱۲</p> <p>- پایه گفتمان درباره سکس، مثلث قدرت، دانش و لذت است. ص ۱۸</p> <p>- از ممنوعیت سکس عنصری بنیادی برای گفتمان تاریخی دوران مدرن درباره سکس ساخته شده است. ص ۱۸</p> <p>- جامعه مدرن پرگوترین و ناشکیباترین جامعه در مورد سکس است. ص ۴۲</p>	<p>- توجه به مناسبات جنسی در ادبیات، حاصل دگرگون شدن رابطه سه عنصر قدرت، دانش و لذت است.</p> <p>- ممنوعیت سکس و نوع توجه نهاد قدرت به این موضوع، زمینه ساز توجه به سکس بوده است.</p> <p>- تغییر جامعه ایران به سوی مدرنیته، پرگویی، و ناشکیبایی در برابر سکس را ایجاد کرده است.</p>
۱۰	شوکینگ	ذوق ادبی (مطبوعات) نقش خانواده نقش منتقد نقش مدیران نشر	<p>- در اشاعه ذوق ادبی انجمن‌های ادبی نقش زیادی ندارند، چون مردم به‌عنوان خوانندگان و مخاطبان آثار ادبی پیش از این از سوی مطبوعات جهت داده شده‌اند.</p> <p>- از نفوذ خانواده در اشاعه ذوق ادبی همیشه کاسته شده است، زیرا خانواده نقش سنتی خود را از دست داده است.</p> <p>- قضاوت یک منتقد واجد، هر چند هم معروف و مشهور باشد اثر مهمی در شیوع ذوق ادبی ندارد.</p> <p>- مهم‌ترین عامل در به شهرت رسیدن اثر ادبی مدیران، کارگردانان تئاتر و ناشران هستند.</p>	<p>- نقش مطبوعات ایران در گسترش ادبیات عامه پسند مهم‌تر بوده است تا ادبیات نخبه‌گرا.</p> <p>- به‌دلیل کاسته شدن نفوذ خانواده در پسند ادبی، گروه دوستان در گسترش ادبیات عامه پسند نقش مهم‌تری پیدا کرده‌اند.</p> <p>- چون تأثیر قضاوت منتقدان در ترویج ذوق ادبی کمتر از دوستان است ادبیات عامه پسند نقش مهم‌تری پیدا کرده است.</p> <p>- بنگاه‌های نشر و ناشران به‌دلیل توجه به سود و تجاری شدن داستان، اثر مهمی در گسترش ادبیات عامه پسند داشته‌اند.</p>

### ادامه جدول ۷

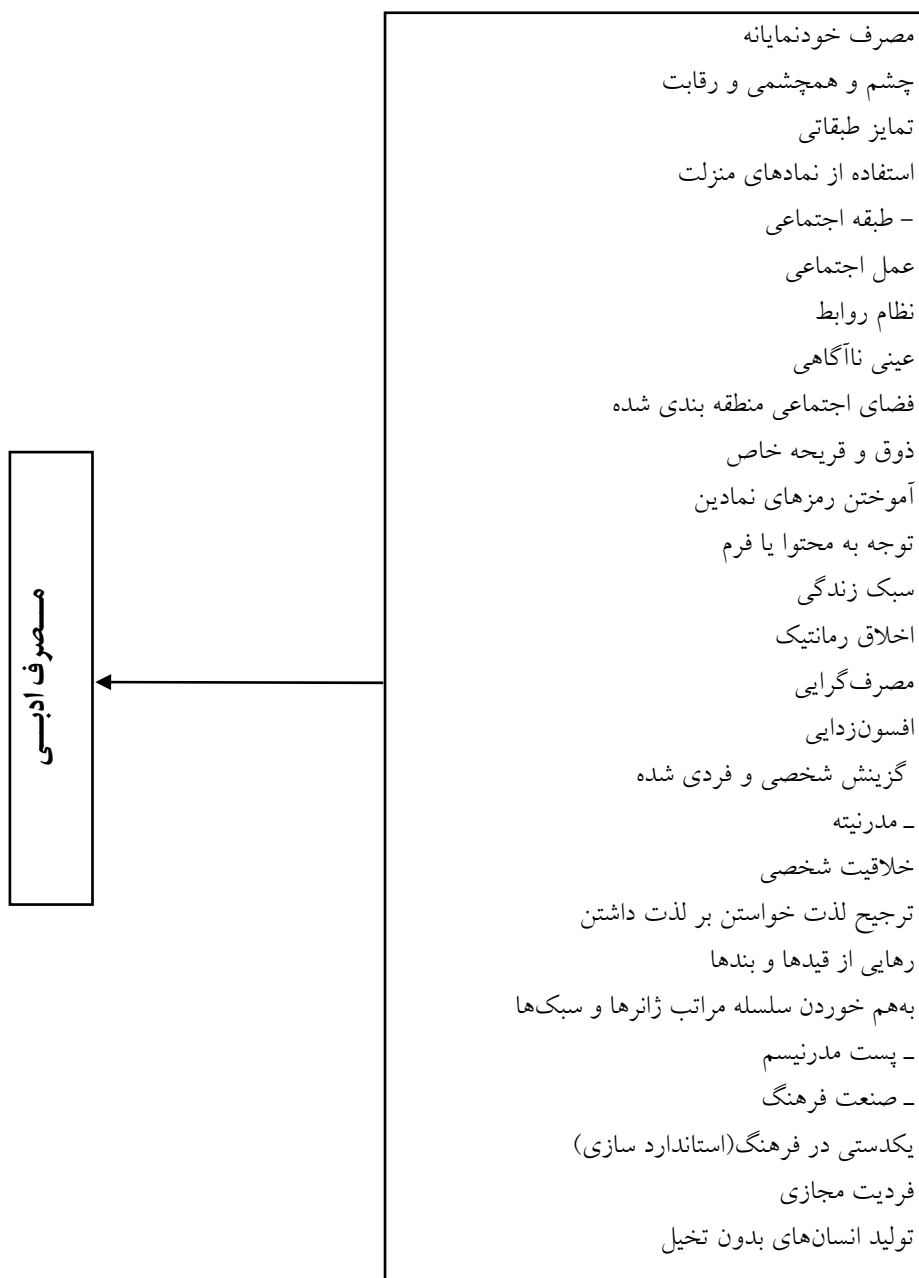
ردیف	صاحب نظر	مفهوم	ایده / گزاره	استنتاج
۱۱	شوکینگ	نقش ناشران  نقش مناسبات بین فردی  نقش مدرسه	<p>– بزرگ‌ترین سعادت برای یک نویسنده داشتن دوستان نویسنده مشهوری است که با صاحبان بنگاه‌های نشر ارتباط دارند.</p> <p>– ادبیات برخلاف گذشته موضوع مشترکی برای گفت‌وگوها نیست و کمتر زمینه مشترکی برای زندگی اجتماعی است.</p> <p>– مدرسه نقش بسیار مهمی در ذوق ادبی دارد، اما به علت آنکه مدرسه ناچار است آثار کلاسیک را که کمتر محل تعارض است معرفی کند، مدرسه وظیفه و ماموریت حقیقی خود را غیر ممکن می‌کند.</p>	<p>– نویسندگان مشهور عامه پسند به دلیل داشتن رابطه خوب با ناشران، موجب به شهرت رسیدن نویسندگان عامه‌پسند تازه کار می‌شوند.</p> <p>– چون مخاطب ادبیات عامه پسند به دلیل مضامین خاص (سکس و موضوعات و مضامین سبک) فرد است، ادبیات عامه پسند کمتر به گسترش مناسبات شناخت‌مدارانه بین فردی کمک می‌کند، این موضوع نقد آثار را ضعیف، خواندن را سطحی و در نهایت باعث گسترش ادبیات عامه‌پسند می‌شود.</p> <p>– آموزش مدرسه‌ای در ایران چون قادر به ایفای نقش خود در سامان دادن به ذوق ادبی نیست، زمینه را برای گسترش ادبیات عامه پسند، که در بین گروه دوستان و همالان قابل رد و بدل ساختن است، فراهم کرده است.</p>
۱۲	رنه ولک و اوستن وارن	موفقیت اثر ادبی  نقش منتقد	<p>– موفقیت و بقای اثر ادبی پدیده‌ای اجتماعی و تاریخی است، زیرا ملاک سنجش آوازه یک نویسنده، قدرت کلی او در دگرگون کردن سنت است.</p> <p>– در شهرت اثر ادبی گاه نقش منتقدان بیش از خوانندگان است، اما در جامعه‌شناسی می‌توان درباره جماعتی که باعث موفقیت یک اثر شده‌اند به تحقیق پرداخت.</p>	<p>– سنت‌گریزی مهم‌ترین ویژگی ادبیات عامه پسند است.</p> <p>– مهم‌ترین جماعتی که باعث گسترش ادبیات عامه پسند می‌شود گروه دوستان است.</p> <p>– نظارت دولت بر ادبیات که بیشتر ناظر بر حذف ادبیات سیاسی و نخبه‌گرا بوده است، زمینه را برای آفرینش رمان‌های عامه پسند باز کرده است.</p>



#### ۴. مدل نظری تحلیل مصرف ادبی

در دو مدل نظری که در پی می‌آید سعی شده است، تمامی متغیرهای مؤثر بر دو متغیر وابسته به مصرف ادبی و نوع مصرف ادبی (سبک و ژانر) ارائه شوند. تذکر این نکته لازم است که امکان مطالعه تجربی تمام مفروضات طرح شده در مدل، برای تحقیق وجود ندارد و به‌طور کلی بخش از اهداف تحقیق نیز نبوده است. ذکر متغیرها و روابط بین آنها صرفاً به دلیل جمع‌بندی و خلاصه کردن دیدگاه‌ها و نظریه‌های مختلفی است که تاکنون در حوزه جامعه‌شناسی ادبیات و مصرف ذکر شده است. بنابراین مدل‌های ارائه شده فقط ماهیت نظری داشته و با استفاده از استدلال قیاسی، از حوزه جامعه‌شناسی مصرف به حوزه جامعه‌شناسی ادبیات تسری یافته‌اند. طبیعی است که بدون آزمون تک تک روابط طرح شده، به‌وجود و عدم وجود رابط بین متغیرها، تنها با توجه به ماهیت استدلالی آن می‌توان اطمینان داشت و نه وجه تجربی آنها، اگرچه در جامعه‌شناسی مصرف، رابطه بسیاری از متغیرها با مصرف مورد بررسی تجربی قرار گرفته‌اند.

جدول ۸



ادامهٔ جدول ۸

مطبوعات و سایر کالاهای فرهنگی: استانداردسازی، فردیت مجازی آثار  
تأثیر ذوق ادبی  
انجمن‌های ادبی: کمک به نوع خاصی از ادبیات نخبه‌گرا  
خانواده: برهم خوردن ساختار سنتی خانواده  
ایجاد فرصت برای گروه همالان  
(مشغله شدید مردان) نقش آفرینی زنان  
توجه به سلیقه زنان در ادبیات  
منتقدان: بی‌توجهی به نقد آثار ادبی عامه‌پسند  
مدیران نشر: توجه به سود و تجاری شدن داستان نویسی  
داشتن رابطه با نویسندگان عامه‌پسند  
طبقهٔ اجتماعی: میزان سرمایه فرهنگی  
گروه همالان: کاهش نقش ادبیات در برقراری مناسبات بین فردی  
خواندن در تنهایی  
مدرسه: ناتوانی در انجام وظیفه حقیقی پرورش ذوق ادبی  
دولت: تلاش در جهت تبلیغ ایده‌های خاص  
واکنش نویسندگان تاکید بر سنن سنت گریزی مخاطب‌پسند  
سایر تغییرات اجتماعی:

- سرعت تغییرات اجتماعی
- سرعت در ناهمگنی کتاب‌خوانان
- تقلیل سلیقه به سلیقه‌های زیستی
- فقر
- شهرنشینی
- فرصت برای قریحه شخصی
- محو شدن کنش استراتژیک
- محور قرار گرفتن بدن و خواهش جنسی

نوع مصرف ادبی (ژانر و سبک)

**فصل سوم**  
**یافته‌های تحقیق**





## گزارش مصاحبه‌های انجام شده

در این بخش نتایج حاصل از مصاحبه با دو گروه از دست اندرکاران اصلی نشر کتاب، یعنی پدید آورندگان آثار (نویسندگان، شاعران، مترجمان) و تولید کنندگان آثار (ناشران، کتابفروشان و مسئولان پخش) آورده شده است. لازم به ذکر است که نتایج مصاحبه‌های انجام شده با منتقدان در بخش پدید آورندگان آمده است. و نیز دو نوع پرسشنامه برای جمع‌آوری اطلاعات به کار رفته است که پرسشنامه شماره یک در بررسی گروه اول و از پرسشنامه شماره دو در بررسی گروه تولید کنندگان استفاده شده است.

اسامی مصاحبه شونده‌گان به شرح زیر است:

### فهرست اسامی مصاحبه شونده‌گان:

پدید آورندگان	نقش	پدید آورندگان	نقش
۱. امیر آریان	منتقد	۷. منصوره به کیش	منتقد
۲. فرخنده آقایی	داستان نویس	۸. عادل بیانگرد جوان	شاعر
۳. مسعود احمدی	شاعر	۹. یارعلی پور مقدم	داستان نویس
۴. محمد افتخاری	مترجم - کتابدار	۱۰. صفدر تقی‌زاده	منتقد مترجم
۵. احمد اکبرپور	داستان نویس	۱۱. ایلیا تهمتنی	داستان نویس
۶. رضا امیرخانی	داستان نویس	۱۲. مریم خراسانی	منتقد

نقش	تولید کنندگان	نقش	پدیدآورندگان
شاعر	۱. مهرداد آبرومندی	داستان نویس	۱۳. محمود دولت‌آبادی
ناشر	۲. محسن باقرزاده	منتقد	۱۴. فرزانه راجی
ناشر	۳. سعید بهجت	شاعر - منتقد	۱۵. محمد علی سپانلو
ناشر	۴. بابک تختی	منتقد	۱۶. عنایت سمیعی
پخش کننده کتاب	۵. عباس حق روستا	روزنامه‌نگار	۱۷. شهلا شهرکی
ناشر	۶. صالح رامسری	طنز پرداز	۱۸. عمران صلاحی
کتاب‌فروش	۷. محمد زارع	شاعر - منتقد	۱۹. کامیار عابدی
ناشر	۸. حسین سجادی	منتقد	۲۰. رضا عامری
ناشر	۹. رضا علی‌نیا	منتقد	۲۱. مشیت‌علایی
ناشر	۱۰. حسن کیانیان	داستان نویس	۲۲. طاهره علوی
پخش کننده کتاب	۱۱. جبار گروسی	داستان نویس	۲۳. ساسان فتاح
ناشر	۱۲. احمد نادعلی	داستان نویس	۲۴. محسن فرجی
ناشر	۱۳. حسین واشویی	شاعر	۲۵. مهرداد قاسم‌فر
		منتقد	۲۶. سیدعلی کاشفی
		شاعر	۲۷. افشین کریمی‌فرد
		شاعر - منتقد	۲۸. جواد مجابی
		داستان نویس - منتقد	۲۹. حسن محمودی
		منتقد	۳۰. محمود معتقدی
		شاعر	۳۱. حافظ موسوی
		منتقد	۳۲. حسین مهکام
		مترجم - ویراستار	۳۳. محمد نبوی
		منتقد - شاعر	۳۴. غلامحسین نصیری‌پور
		منتقد	۳۵. ملیحه نوحی
		منتقد - داستان نویس	۳۶. شهریار وفقی‌پور
		داستان نویس	۳۷. پیمان هوشمندزاده
		شاعر	۳۸. کیکاوس یاکیده

جدول ۹  
توزیع مصاحبه شونده‌گان برحسب جنس و نقش

مرد	زن	جنس	
		نقش	
۱۳	۳	داستان نویس	پدید آورندگان
۲	۳	مترجم	
۶	-	شاعر	
۵	-	ناشر	تولید کنندگان
۵	-		
۴	-	کتابفروش	
۲	-	مسئول پخش	
۱۱	۱	منتقد	
۴۸	۷	جمع	

اختلاف بین اطلاعات مندرج در فهرست اسامی و جدول فوق به دلیل آن بوده است که برخی از مصاحبه شونده‌گان هم پدیدآورنده بوده‌اند و هم تولید کننده آثار ادبی.

### الف) پدیدآورندگان

از مصاحبه شونده‌گان در مورد مهم‌ترین و تأثیرگذارترین آثار ادبیات داستانی (داستان کوتاه و رمان) در طول سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۲ پرسیده شد. جمع بندی پاسخ مصاحبه شونده‌گان به این سؤال در جدول‌های ۱۰ تا ۱۳ درج شده است (هر مصاحبه شونده باید ۵ عنوان از مهم‌ترین رمان‌ها، ۴ یا ۵ عنوان از مهم‌ترین داستان‌های کوتاه در این دوره را نام برد).

جدول ۱۰

توزیع نظر پاسخگویان (پدیدآورندگان) دربارهٔ مهم‌ترین و  
تأثیرگذارترین رمان‌های منتشر شده در طول سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۲

رتبه	نام اثر	نویسنده	موارد اشاره شده	
			تعداد	درصد
۱	چراغ‌ها را من خاموش می‌کنم	زویا پیرزاد	۱۶	۹/۳۵
۲	همنوایی ارکستر سازهای چوبی	رضا قاسمی	۱۲	۷/۰۱
۳	سمفونی مردگان	عباس معروفی	۱۱	۶/۴۳
۴	اسفار کاتبان	ابوتراب خسروی	۱۰	۵/۸۴
۵	طوبا و معنای شب	شهرنوش پارسا پور	۹	۵/۲۶
۶	آینه‌های در دار	هوشنگ گلشیری	۸	۴/۶۷
۷	نیمه غایب	حسین سناپور	۶	۳/۵
	آزاده خانم و نویسنده‌اش	رضا براهنی	۶	۳/۵
۸	هیس	محمد رضا کاتب	۵	۲/۹۲
۹	کنیزو	منیرو روانی پور	۴	۲/۳۳
	اهل غرق	منیرو روانی پور	۴	۲/۳۳
	بامداد خمار	فتانه حاج سید جوادی	۴	۲/۳۳
	درخت انجیر معابد	احمد محمود	۴	۲/۳۳
	زمین سوخته	احمد محمود	۴	۲/۳۳
	روی ماه خداوند را ببوس	مصطفی مستور	۴	۲/۳۳
	نام‌ها و سایه‌ها	محمد رحیم اخوت	۳	۱/۷۵
۱۰	انگار گفته بودی لیلی	سپیده شاملو	۳	۱/۷۵
	رود راوی	ابوتراب خسروی	۳	۱/۷۵
	جای خالی سلوچ	محمد دولت آبادی	۳	۱/۷۵
	جن نامه	هوشنگ گلشیری	۳	۱/۷۵
	مدار صفر درجه	احمد محمود	۳	۱/۷۵
	سهام من	پرینوش صنیعی	۳	۱/۷۵

ادامه جدول ۱۰

توزیع نظر پاسخگویان (پدیدآوردگان) درباره مهم‌ترین و  
تأثیرگذارترین رمان‌های منتشر شده در طول سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۲

رتبه	نام اثر	نویسنده	موارد اشاره شده	
			تعداد	درصد
۱۰	من ببر نیستم پیچیده بر بالای تاکم	محمد رضا صفدری	۲	۱/۱۶
	نفس نکش، بخند، بگو سلام	حسن بنی‌عامری	۲	۱/۱۶
	باورهای خیس یک مرده	محمد محمد علی	۲	۱/۱۶
	زمستان ۶۲	اسماعیل فصیح	۲	۱/۱۶
	جزیره سرگردانی	سیمین دانشور	۲	۱/۱۶
۱۱	پرنده من	فریبا وفی	۱	۱/۱۶
	چاه ویل	قاسمی	۱	۵/۵۸
	سلوک	محمود دولت آبادی	۱	۰/۱۸
	داستان مادری که دختر ...	قلی خیاط	۱	۰/۵۸
	مادیان سرخ یال	محمود دولت آبادی	۱	۵/۵۹
	دختری از ایران	ستاره فرمانفرمائیان	۱	۰/۵۸
	دو نقطه	پیمان هوشمندزاده	۱	۰/۵۸
	ویران می‌آیی	حسین سنابور	۱	۰/۵۸
	هزار و یک‌سال	شهریار مندنی‌پور	۱	۰/۵۸
	شهربازی	پاوری	۱	۰/۵۸
	دکتر نون زنش را بیشتر از مصدق دوست دارد	؟	۱	۰/۵۸
	دیدار	احمد محمود	۱	۰/۵۸
	سال بلوا	عباس معروفی	۱	۰/۵۸
	رازهای سرزمین من	رضا براهنی	۱	۰/۵۸
	سال‌های ابری	علی اشرف درویشیان	۱	۰/۵۸

ادامهٔ جدول ۱۰  
توزیع نظر پاسخگویان (پدیدآورندگان) دربارهٔ مهم‌ترین و  
تأثیرگذارترین رمان‌های منتشر شده در طول سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۲

رتبه	نام اثر	نویسنده	موارد اشاره شده	
			تعداد	درصد
۱۱	حیات خلوت	حسن زاده	۱	۰/۵۸
	گلاب خانم	فراست	۱	۰/۵۸
	ریشه در اعماق	؟	۱	۰/۵۸
	پستی	محمد رضا کاتب	۱	۰/۵۸
	دل دلدادگی	شهریار مندنی پور	۱	۰/۵۸
	گاوخونی	محمد محمد علی	۱	۰/۵۸
	سفر به گرمای ۲۷۰ درجه	؟	۱	۰/۵۸
	کوه مرا صدا زد	محمد رضا بایرامی	۱	۰/۵۸
	روزگار سپری شدهٔ مردم سالخورده	محمود دولت آبادی	۱	۰/۵۸
	ساریان سرگردان	سیمین دانشور	۱	۰/۵۸
	شهری که زیر درختان سدر مرد	حسن حمزوی	۱	۰/۵۸
	آواز کشتگان	رضا براهنی	۱	۰/۵۸
	پایان جغد (روزگار سپری شده - جلد ۳)	محمود دولت آبادی	۱	۰/۵۸
	لطفاً درب را ببندید	جواد مجابی	۱	۰/۵۸
	برهنه در باد	محمد محمد علی	۱	۰/۵۸
	سوء قصد به ذات همایونی	رضا جولایی	۱	۰/۵۸
	جمع			۱۷۱

با توجه به جدول ۱۰ مشخص می‌شود که:

- بیشترین مورد اشاره به یک کتاب (رمان) مربوط به کتاب چراغ‌ها را من خاموش می‌کنم، اثر زویا پیرزاد بوده است.

- در ۲۸ درصد موارد، نویسنده اثر معرفی شده، زن و در ۷۲ درصد موارد، نویسنده اثر معرفی شده، مرد بوده است.

- به ۵ اثر از آثار احمد محمود به‌عنوان مهم‌ترین آثار منتشر شده در طول سال‌های پس از جنگ اشاره شده است.

### جدول ۱۱

توزیع فراوانی نظر مصاحبه‌شوندگان (پدیدآورندگان) دربارهٔ مهم‌ترین نویسندگان رمان برحسب تعداد کل موارد اشاره شده

ردیف	نویسنده	موارد اشاره شده	
		تعداد	درصد
۱	زویا پیرزاد	۱۶	۹/۳۵
۲	احمد محمود	۱۳	۷/۶
	ابوتراب خسروی	۱۳	۷/۶
۳	عباس معروفی	۱۲	۷/۰۱
	رضا قاسمی	۱۲	۷/۰۱
۴	هوشنگ گلشیری	۱۱	۶/۴۳
۵	شهرنوش پارس‌پور	۹	۵/۲۶
۶	منیرو روانی‌پور	۸	۴/۶۷
	رضا براهنی	۸	۴/۶۷
۷	حسین سناپور	۷	۴/۰۹
۸	محمد رضا کاتب	۵	۲/۹۲
۹	فتانه حاج سیدجوادی	۴	۲/۳۴
	مصطفی مستور	۴	۲/۳۴
	محمود دولت‌آبادی	۴	۲/۳۴
	محمد محمدعلی	۴	۲/۳۴
۱۰	پرینوش صنیعی، سپیده شاملو، سیمین دانشور	هرکدام ۳ مورد	هرکدام ۱/۷۵ درصد
۱۱	محمد رضا صفدری، حسن بنی‌عامری، اسماعیل فصیح و شهریار مندنی‌پور	هرکدام ۲ مورد	هرکدام ۱/۷۵ درصد



با توجه به جدول ۱۱ مشاهده می‌شود که:  
بیشترین موارد مورد اشاره به آثار نویسندگانی همچون زویا پیرزاد، احمد محمود بوده است.

### جدول ۱۳

توزیع نظر پاسخگویان (پدیدآورندگان) دربارهٔ مهم‌ترین و تاثیرگذارترین داستان‌های کوتاه در طول سال‌های پس از جنگ

ردیف	نام اثر	پدید آورنده	موارد اشاره شده	
			تعداد	درصد
۱	دیوان سومنات	خسروی	۶	۵/۴۵
	یوزپلنگانی که با من دویده‌اند	بیژن مجدی	۶	۵/۴۵
	دست تاریک، دست روشن	هوشنگ گلشیری	۶	۵/۵۴
۲	سیاسنبو	محمد رضا صفدری	۵	۵/۵۴
	یک روز مانده به عید پاک	زویا پیرزاد	۵	۵/۵۴
۳	تيله آبی	محمد رضا صفدری	۴	۳/۶۳
	تمام زمستان مرا گرم کن	علی خدایی	۴	۳/۶۳
	مومیا و غسل	شهریار مندنی پور	۴	۳/۶۳
۴	باغ ملی	کوروش اسدی	۳	۲/۷۲
	خاطرات پراکنده	گلی ترقی	۳	۲/۷۲
	از پشت شیشه از پشت مه	علی خدایی	۳	۲/۷۲
۵	زن در پیاده رو راه می‌رود	قاسم کشکولی	۲	۱/۸۱
	آقاباجی و هیچکاک	بهنام دیانی	۲	۱/۸۱
	عطر نسکافه	منصور شریف زاده	۲	۱/۸۱
	عطر فرانسوی	حسین آبکنار	۲	۱/۸۱
	خانه روشنان	هوشنگ گلشیری	۲	۱/۸۱
	برخورد نزدیک در نیویورک	رضا براهنی	۲	۱/۸۱

ادامهٔ جدول ۱۲

۱/۸۱	۲	یارعلی پورمقدم	رسالهٔ هگل	۵
۱/۸۱	۲	شهریار مندنی‌پور	شرق بنفشه	
۱/۸۱	۲	محمد آصف سلطانی‌زاده	در گریز گم می‌شویم	
۱/۸۱	۲	زویا پیرزاد	طعم گس خرمالو	
۰/۹	۱	حمید اکبرپور	زنان بعد از ظهر	۶
۰/۹	۱	پروین روح	طلسم	
۰/۹	۱	هوشنگ گلشیری	انفجار بزرگ	
۰/۹	۱	زویا پیرزاد	مثل همه عصرها	
۰/۹	۱	یارعلی پورمقدم	حوالی کافه شوکا	
۰/۹	۱	بهرروز ناکره‌ای	ما اینجا هستیم	
۰/۹	۱	حمید حمزه	تثلیث	
۰/۹	۱	شهریار مندنی‌پور	هشتمین روز جهان	
۰/۹	۱	هوشنگ گلشیری	میرنوروزی	
۰/۹	۱	هادی تقی‌زاده	شکار فرشتگان	
۰/۹	۱	پیمان هوشمندزاده	دو نقطه	
۰/۹	۱	فریاد شیری	داستان نقطه سرراهی	
۰/۹	۱	شهریار مندنی‌پور	سایه‌ای از غار	
۰/۹	۱	محمد رحیم اخوت	تعلیق	
۰/۹	۱	بهرام مرادی	خنده در خانه تنهایی	
۰/۹	۱	یارعلی پورمقدم	یادداشت‌های یک اسب	
۰/۹	۱	جواد مجابی	روایت عور	
۰/۹	۱	شهریار مندنی‌پور	آبی‌ها ماورای بحار	
۰/۹	۱	رضا جولایی	باران‌های سبز	
۰/۹	۱	احمد اخوت	برادران جمال‌زاده	
۰/۹	۱	محمد رحیم اخوت	نیمه سرگردان ما	

ادامه جدول ۱۲

۰/۹	۱	گلی ترقی	جایی دیگر	۶
۰/۹	۱	جواد خیابانی	جهانی دیگر	
۰/۹	۱	رضا جولایی	نسترن‌های صورتی	
۰/۹	۱	منیرو روانی پور	کولی کنار آتش	
۰/۹	۱	مؤذنی	دلایزتر از سبز	
۰/۹	۱	حسن بنی عامری	لالایی لیلی	
۰/۹	۱	؟	گاهواره	
۰/۹	۱	احمد محمود	قصه آشنا	
۰/۹	۱	اصغر عبداللهی	سایبانی از حصیر	
۰/۹	۱	سودابه اشرفی	فردامی بینمت	
۰/۹	۱	گلی ترقی	دو دنیا	
۰/۹	۱	قاضی ربیحاوی	از این مکان	
۰/۹	۱	شیوا ارسطویی	آفتاب مهتاب	
۰/۹	۱	منیرو روانی پور	زن فرودگاه فرانکفورت	
۰/۹	۱	هوشنگ مرادی کرمانی	نه تر و نه خشک	
۰/۹	۱	ناهد طباطبایی	چهل سالگی	
۰/۹	۱	هوشنگ مرادی کرمانی	قصه‌های مجید	
۰/۹	۱	هوشنگ مرادی کرمانی	مربای شیرین	
۰/۹	۱	یعقوب یادعلی	احتمال پرسه و فراموشی	
۰/۹	۱	رضا فرخفال	آه استانبول	
۱۰۰	۱۱۰	جمع کل		

با توجه به جدول ۱۲ مشاهده می‌شود که:

بیشترین مورد اشاره به یک داستان کوتاه مربوط به آثار زیر بوده است:

- دیوان سومنات، اثر خسروی

- دست تاریک دست روشن، اثر هوشنگ گلشیری

- یوزپلنگانی که با من دویده‌اند، اثر بیژن نجدی
- در ۱۸/۰۸ درصد موارد به آثاری از نویسندگان زن اشاره شده است.
- به ۶ عنوان از آثار شهریار مندنی‌پور، ۴ عنوان از آثار هوشنگ گلشیری و ۳ عنوان از آثار زویا پیرزاد اشاره شده است.

### جدول ۱۳

توزیع فراوانی نظر مصاحبه‌شوندگان (پدیدآورندگان) دربارهٔ مهم‌ترین نویسندگان داستان‌های کوتاه برحسب تعداد کل موارد اشاره شده

ردیف	نویسنده	موارد اشاره شده	
		تعداد	درصد
۱	شهریار مندنی‌پور	۱۴	۱۲/۷
۲	هوشنگ گلشیری	۱۰	۹/۰۹
۳	زویا پیرزاد	۸	۲/۲۷
۴	ابوتراب خسروی	۶	۵/۴۵
۵	گلی ترقی	۵	۴/۵۴
۶	یارعلی پورمقدم	۴	۳/۶۳
	محمد رضا صفدری	۴	۳/۶۳
۷	کوروش اسدی	۳	۲/۶۲
	هوشنگ مرادی کرمانی	۳	۲/۷۲
۸	محمد رحیم اخوت	۲	۱/۸۱
	رضا جولایی	۲	۱/۸۱
	منیر و روانی پور	۲	۱/۸۱
	قاسم کشکولی	۲	۱/۸۱
	بهنام دیانی	۲	۱/۸۱
	منصوره شریف زاده	۲	۱/۸۱
	حسین آبکنار	۲	۱/۸۱
	رضا براهنی	۲	۱/۸۱
	محمد آصف سلطان‌زاده	۲	۱/۸۱

براساس جدول ۱۳

- براساس جدول مذکور بیشترین درصد موارد اشاره شده به نویسندگان داستان‌های کوتاه مربوط به شهریار مندنی‌پور، هوشنگ گلشیری، زویا پیرزاد بوده است.

- از مصاحبه شنوندگان (پدیدآورندگان) در مورد مهم‌ترین موضوع‌هایی که در آثار مورد اشاره نویسندگان به آنها پرداخته شده، پرسیده شد، نظر ایشان در جدول‌های ۱۴ و ۱۵ آمده است.

جدول ۱۴

توزیع فراوانی نظر مصاحبه‌شوندگان (پدیدآورندگان) دربارهٔ مهم‌ترین موضوع‌ها در مهم‌ترین و تأثیرگذارترین رمان‌ها و داستان‌های کوتاه در طول سال‌های پس از جنگ

موارد اشاره شده		مهم‌ترین موضوع رمان‌ها و داستان‌های کوتاه	ردیف
درصد	تعداد		
۹/۰۹	۸	- جنگ و دفاع مقدس	۱
۹/۰۹	۸	- مسائل اجتماعی	
۳/۴	۳	- مهاجرت و آوارگی	۲
۳/۴	۳	- شکاف نسل‌ها	
۳/۴	۳	- تلاطم فکری روشنفکران، مسائل و تحول‌های آنها	
۳/۴	۳	- هویت ایرانی	
هر کدام ۲/۲۷ درصد	هر کدام ۲ مورد	روابط انسان‌ها، معنویت، مرگ و پوچی، ماجراهای انسان شهری، غم غربت، خرافه‌ها، روابط دیکتاتوری، مسائل سیاسی روز، کاوش لایه‌های درونی انسان و پرداختن به فردیت فرد	۳
هر کدام ۱/۱۳ درصد	هر کدام یک مورد	وضعیت انسان امروزی و مسائل او، احساسات ظریف انسانی، ترس، فقر، زندگی روزمره، جای خالی عشق، معنویت، دین، خدا، فرهنگ ملی، ذهنی‌گرایی و منفی‌بافی، دشواری‌ها و تنگناهای زندگی، انقلاب، تقلیل عواطف انسانی، مسائل عاطفی، مسائل زندگی جنسی (مشروع و نامشروع)، انسان در مقابل وجدان گذشته خود، ناکامی و سرخوردگی اروتیک پنهان و سرکوب شده	۴

ادامهٔ جدول ۱۴

موارد اشاره شده		مهم‌ترین موضوعات رمان‌ها و داستان‌های کوتاه	ردیف
درصد	تعداد		
۶/۸۱	۶	- تنهایی	۵
۵/۶۸	۵	- خانواده (مسائل خانواده، از هم گسیختگی روابط خانوادگی)	۶
۵/۶۸	۵	- تقابل سنت و مدرنیته	
۵/۶۸	۵	- مسائل زنان	

جدول ۱۵

توزیع فراوانی نظر مصاحبه‌شوندگان (پدیدآورندگان) دربارهٔ مهم‌ترین تغییرات رخ داده در محتوای آثار ادبی در طول سال‌های پس از جنگ

موارد اشاره شده		مهم‌ترین تغییرات آثار ادبی	ردیف
درصد	تعداد		
۱۰/۲	۱۰	- گسترش فردیت و فردگرایی در آثار	۱
۱۰/۲	۱۰	- گرایش به فرم در ساختار اثر (تا مفهوم در آن)	
۶/۱۲	۶	- پرداختن به مسائل زنان از جنبه‌های مختلف - عواطف، روابط، روابط شخصی و اجتماعی	۲
۵/۱	۵	- گرایش به استفاده از تکنیک‌های مدرن و فرامدرن	۳
۵/۱	۵	- اهمیت بیش از پیش خود ادبیات	
۴/۰۸	۴	- حضور بیش از پیش زنان (گرچه زیرنگاه و تحت سلطه مردانه)	۴
۴/۰۸	۴	- شکستن هنجارها و ساختارهای قدیمی در جامعه و در عرصه روایت	
۲/۰۴	۲	- پرداختن از منظر فردی و شخصی به جهان و مسائل آن	۵
۲/۰۴	۲	- افزایش اهمیت انسان	
۲/۰۴	۲	- ایجاز در زبان که حاصل آن پیچیدگی زبان است.	
۲/۰۴	۲	- توجه به زبان غیرادبی (رویکرد به زبان محاوره‌ای)	
۲/۰۴	۲	- نمود هرچه بیشتر عشق زمینی ادبی بر عشق عرفانی	
۲/۰۴	۲	- توجه به اعتلای زندگی بشری و گله و انتقاد از عدم توفیق در دنبال کردن آرمان‌های انسانی	
۲/۰۴	۲	- یأس و دلمردگی	

ادامهٔ جدول ۱۵

موارد اشاره شده		مهم‌ترین تغییرات آثار ادبی	ردیف
درصد	تعداد		
۳/۰۶	۳	- طرح مسائل فردی و شخصی	۶
۳/۰۶	۳	- رسیدن به قد و قواره‌های ادبیات جهانی در حوزه ادبیات داستانی	
۱/۰۲	۱	- کاسته شدن از سلطه ایدئولوژی بر ادبیات	۷
۱/۰۲	۱	- تنوع و تکثر	
۱/۰۲	۱	- پرداختن به مسائل سیاسی و اجتماعی بودن و جانبداری از ایدئولوژی خاص	
۱/۰۲	۱	- افزایش پیوند نویسندگان با لایه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی	
۱/۰۲	۱	- پیش بردن داستان نویسان به سوی حیات انسان، تأثیر جنگ براندیشه جامعه و در نتیجه بر جریان هنری	
۱/۰۲	۱	- روزآمد شدن موضوعات	
۱/۰۲	۱	- پرداخت و ساخت تخیل از نوع غیر معمول	
۱/۰۲	۱	- پسروی ادبیات (به جز ادبیات داستانی)	
		- پرداختن به موضوعات قبل از انقلاب یا مربوط به سایر کشورها و مکان‌های جغرافیایی به علت سانسور	
۱/۰۲	۱	- برخورد شجاعانه نسبت به مسائل عشقی	
۱/۰۲	۱	- شایع شدن نگاه استقرایی	
۱/۰۲	۱	- پیشروی به سوی مد، پسامدرنیته و کثرت‌گرایی	
۱/۰۲	۱	- حرکت در جهت انکار هویت	
۱/۰۲	۱	- ایجاد انواع ادبیات:	
		پسامدرن، سبز، روستایی، زنان و کارگران	
۱/۰۲	۱	- افزایش کمیت آثار	
۱/۰۲	۱	- عبور از قصه و حکایت و واقعیت‌های کلی به داستان، و رمان واقعیت داستان‌ها	
۱/۰۲	۱	- پرداختن به مسائل جوانان	
۱/۰۲	۱	- ادبیات معناگرا	

## ادامهٔ جدول ۱۵

موارد اشاره شده		مهم‌ترین تغییرات آثار ادبی	ردیف
درصد	تعداد		
۱/۰۲	۱	- کمتر شدن تعهد اجتماعی	۷
۱/۰۲	۱	- رویکرد به افسانه‌ها و اسطوره‌ها	
۱/۰۲	۱	- دوری از صحنه‌های مستهجن و هرزه نگاری	
		تجربه فرم‌های گوناگون به شکلی که مخاطبان آثار، روشنفکران و شهروندان کتاب‌خوان مد نظر آن بوده‌اند.	
۱/۰۲	۱	- جسارت و شجاعت حرف‌زدن از خود و استفاده از خود	
۱/۰۲	۱	- عبور از پرداختن صرف به مسائل سیاسی به سوی زیر سؤال بردن خود، اطرافیان، محیط و شرایط اجتماعی و فرهنگی	
۱/۰۲	۱	- بومی شدن به دور از نگاه‌های ترجمه‌ای	
۱/۰۲	۱	- پرداختن به مسائل اجتماعی با رگه‌های سیاسی	
۱/۰۲	۱	- روی‌گردانی از پرورش قهرمان‌های سیاسی - اجتماعی	
۱/۰۲	۱	- گرایش به بررسی سرگذشت فردی در متن سرنوشت جمعی	
		- دوری از فضاهای سیاه و خشن (چریکی و حماسی)	
۱/۰۲	۱	- پرداختن جدی‌تر به مسائل و موضوعات روز	
		- کم رنگ‌تر شدن خودنگاری و از خود نوشتن	
۱/۰۲	۱	- عبور از کنایه به صراحت	
۱/۰۲	۱	- بازخوانی ادبیات کهن	

براساس جدول ۱۴ مهم‌ترین موضوعات در مهم‌ترین و تأثیرگذارترین رمان‌ها و داستان‌های کوتاه در طول سال‌های پس از جنگ به اعتقاد پدیدآورندگان آثار ادبی عبارت بودند از:

- جنگ و دفاع مقدس و مسائل اجتماعی، مهم‌ترین موضوع این آثار بوده است و پس از آن به ترتیب تنهایی، خانواده (مسائل، ازهم گسیختگی روابط)، تقابل سنت و مدرنیته، مسائل زنان و ...



براساس جدول ۱۵ مهم‌ترین تغییرات رخ داده در محتوای آثار ادبی در طول سال‌های پس از جنگ به اعتقاد پدید آورندگان آثار ادبی عبارت‌اند از:  
 - گسترش فردیت و فردگرایی در آثار، گرایش به فرم در ساختار اثر (نامفهوم در آن) و پس از آن پرداختن به مسائل زنان از جنبه‌های مختلف، مهم‌ترین تغییرات بوده‌اند.

### ب) تولیدکنندگان

- از مصاحبه شوندگان در مورد مهم‌ترین و تاثیرگذارترین آثار ادبیات داستانی (داستان‌های کوتاه، رمان) در طول سال‌های پس از جنگ پرسیده شد. نظر ایشان در مورد رمان و داستان کوتاه در جداول ۱۶ تا ۱۹ خلاصه شده است.

#### جدول ۱۶

توزیع نظر پاسخگویان (تولیدکنندگان) دربارهٔ مهم‌ترین و تأثیرگذارترین رمان‌های منتشر شده در طول سال‌های پس از جنگ

ردیف	نام اثر	نویسنده	موارد اشاره شده	
			تعداد	درصد
۱	بامداد خمار	فتانه حاج سیدجوادی	۷	۱۲/۵
	چراغ‌ها را من خاموش می‌کنم	زویا پیرزاد	۷	۱۲/۵
۲	سهم من	پرینوش صنیعی	۴	۷/۱۴
	درخت انجیر معابد	احمد محمود	۴	۷/۱۴
۳	دالان بهشت	نازی صفوی	۳	۵/۳۵
	نیمه غایب	حسین سنابور	۳	۵/۳۵
۴	مدار صفر درجه	احمد محمود	۲	۳/۵۷
	سلوک	محمود دولت‌آبادی	۲	۳/۵۷
	کنیزو	منیرو روانی‌پور	۲	۳/۵۷
	کافه نادری	رضا قیصریه	۲	۳/۵۷
۵	جای خالی سلوچ	محمود دولت‌آبادی	۱	۱/۷۸
	باغ بلور	محسن مخملباف	۱	۱/۷۸

ادامهٔ جدول ۱۶

ردیف	نام اثر	نویسنده	موارد اشاره شده	
			تعداد	درصد
۶	خانه ادیسی‌ها	غزاله علیزاده	۱	۱/۷۸
	سمفونی مردگان	عباس معروفی	۱	۱/۷۸
	طوبا و معنای شب	شهرنوش پارس‌پور	۱	۱/۷۸
	جزیره سرگردانی	سیمین دانشور	۱	۱/۷۸
	روزگار سپری شده مردم سالخورده	محمود دولت‌آبادی	۱	۱/۷۸
	عادت می‌کنیم	زویا پیرزاد	۱	۱/۷۸
	ساربان سرگردان	سیمین دانشور	۱	۱/۷۸
	سال‌های ابری	علی اشرف‌درویشیان	۱	۱/۷۸
	گندم	م. مودب‌پور	۱	۱/۷۸
	اهل غرق	منیر و روانی‌پور	۱	۱/۷۸
	اسفار کاتبان	ابوتراب خسروی	۱	۱/۷۸
	گاو خونی	جعفر مدرس صادقی	۱	۱/۷۸
	هیس	محمد رضا کاتب	۱	۱/۷۸
	انگار گفته بودی لیلی	سپیده شاملو	۱	۱/۷۸

با توجه به جدول ۱۶ مشاهده می‌شود که:

- بیشترین موارد مورد اشاره به یک کتاب رمان (مربوط به کتاب *بامداد خمار* اثر فتانه حاج سید جوادی) و کتاب *چراغ‌ها را من خاموش می‌کنم* اثر زویا پیرزاد بوده است.

جدول ۱۷

توزیع نظر پاسخگویان (تولیدکنندگان) دربارهٔ مهم‌ترین و تاثیرگذارترین داستان‌های کوتاه منتشر شده در طول سال‌های پس از جنگ

ردیف	نام اثر	نویسنده	موارد اشاره شده	
			تعداد	درصد
۱	سه کتاب	زویا پیرزاد	۲	۷/۴
	شرق بنفشه	شهریار مندنی‌پور	۲	۷/۴

ادامهٔ جدول ۱۷

ردیف	نام اثر	نویسنده	موارد اشاره شده	
			تعداد	درصد
۱	دیوان سومنات	خسروی	۲	۷/۴
	یوز پلنگانی که با من دویده‌اند	بیژن مجدی	۲	۷/۴
۲	آخرین نسل برتر	*	۱	۳/۷
	دیدار	احمد محمود	۱	۳/۷
	چهل سالگی	ناهید طباطبایی	۱	۳/۷
	نیمه غایب	حسین سناپور	۱	۳/۷
	قصه‌های مجید	هوشنگ مرادی کرمانی	۱	۳/۷
	مرا ببوس	محسن مخلفباف	۱	۳/۷
	مربای شیرین	هوشنگ مرادی کرمانی	۱	۳/۷
	فرهنگ افسانه‌های مردم ایران	علی اشرف درویشیان - رضا خندان	۱	۳/۷
	بوی تلخ قهوه	سعید عباس پور	۱	۳/۷
	هفت داستان	رضا قیصریه	۱	۳/۷
	سنگ‌های شیطان	منیرو روانی پور	۱	۳/۷
	زن فرودگاه فرانکفورت	منیرو روانی پور	۱	۳/۷
	حضور آبی مینا	*	۱	۳/۷
	تمام زمستان مرا گرم کن	علی خدایی	۱	۳/۷
	داستان‌های عاشقانه ادبیات فارسی	*	۱	۳/۷
	داستان‌های کوتاه	جعفر مدرس صادق	۱	۳/۷
در گریز گم می‌شود	محمد آصف سلطانزاده	۱	۳/۷	
داستان‌های کوتاه	اسماعیل فصیح	۱	۳/۷	

فصل سوم: یافته‌های تحقیق ■ ۹۱

براساس جدول ۱۷ مهم‌ترین و تأثیرگذارترین داستان‌های کوتاه منتشر شده بعد از سال‌های جنگ از نظر تولیدکنندگان کتاب‌ها سه کتاب: *شرق بنفشه* اثر شهریار مندنی‌پور، *دیوان سومنات* اثر خسروی، *یوزپلنگانی که با من دویده‌اند* اثر بیژن مجدی بوده است.

جدول ۱۸

توزیع فراوانی نظر مصاحبه‌شوندگان (تولیدکنندگان) دربارهٔ مهم‌ترین عوامل مؤثر در فروش آثار ادبیات داستانی

ردیف	مهم‌ترین عوامل مؤثر در فروش آثار		موارد اشاره شده
	تعداد	درصد	
۱	۲	۵/۵۵	- شهرت نام ناشر
	۲	۵/۵۵	- جوایز تعلق گرفته به آثار (ادبیات داستانی کوتاه)
	۲	۵/۵۵	- شناخت ذائقه مخاطبان
	۲	۵/۵۵	- شناخت موقعیت زمانی مناسب برای انتشار
۲	۱	۲/۷۷	- زیبایی و کیفیت چاپ و صحافی کتاب
	۱	۲/۷۷	- تبلیغات
	۱	۲/۷۷	- انعکاس دردها و رنج‌های پس از جنگ
	۱	۲/۷۷	- جوایز تعلق گرفته به آثار (داستانی کوتاه)
	۱	۲/۷۷	- مهارت نویسنده و تمهیدات فنی
	۱	۲/۷۷	- کاردانی ناشر
	۱	۲/۷۷	- پرداختن به مسائل بانوان
	۱	۲/۷۷	- پرداختن به عشق با نگاه متفاوت و به دور از گستاخی
	۱	۲/۷۷	- مرکزگریزی
	۱	۲/۷۷	- ایجاد تحلیل در مخاطب
	۱	۲/۷۷	- طرح جلد
	۱	۲/۷۷	- قیمت
	۱	۲/۷۷	- کهنه یا نو بودن موضوع داستان
	۱	۲/۷۷	- نقد و بررسی اثر در محافل رسانه‌ها

ادامهٔ جدول ۱۸

موارد اشاره شده		مهم ترین عوامل موثر در فروش آثار	ردیف
درصد	تعداد		
۱۱/۱۱	۴	- شهرت مؤلف یا مترجم	۳
۱۱/۱۱	۴	- محتوای کتابها	
۸/۳۳	۳	- عامه پسند بودن	۴
۸/۳۳	۳	- توزیع مناسب در شهرها	
۱۰۰	۳۶	جمع کل	

براساس جدول ۱۸ تولید کنندگان، مهم ترین عوامل موثر در فروش آثار ادبیات داستانی را شهرت مؤلف یا مترجم، محتوای کتابها، عامه پسند بودن و توزیع مناسب در شهرها دانسته اند.

#### جدول ۱۹

توزیع فراوانی نظر مصاحبه شونده‌گان (تولید کنندگان) درباره مهم ترین خریداران آثار ادبیات داستانی

موارد اشاره شده		مهم ترین خریداران آثار	ردیف
درصد	تعداد		
۳۸/۰۹	۸	دانشگاهیان و دانشجویان و استادان	۱
۱۹/۰۴	۴	عامه مردم	۲
۹/۵۲	۲	زنان خانه دار و غیرشاغل	۳
۹/۵۲	۲	طبقات متوسط نیمه مرفه	۴
۴/۷۶	۱	دختران و پسران خریدار داستان های عشقی	۵
۴/۷۶	۱	روشنفکران	
۴/۷۶	۱	همه اقشار مردم با هر سن و فکر و خط و نگاه	
۴/۷۶	۱	تحصیل کرده ها	
۱۰۰	۲۱	جمع کل	

براساس جدول ۱۹ تولید کنندگان، دانشگاهیان و دانشجویان و استادان را مهم ترین خریداران آثار ادبیات داستانی دانسته اند.

## یافته‌های مرتبط با مشخصات صوری همه آثار ادبیات داستانی ایران در سال‌های ۱۳۸۲ - ۱۳۷۰

مطالعه روند تغییرات مشخصات شکلی آثار ادبیات داستانی ایران، می‌تواند روشنگر وجوهی مهم از ادبیات ایران باشد که پیشتر آن را به مصرف ادبی تعبیر کردیم.

در صورتی که بپذیریم انتشار اثر تابعی از خواست اجتماعی و پسند ادبی است، تغییرات ایجاد شده در عناوین، ژانر، تعداد، جنس نویسنده، محل انتشار، قطع، قیمت و ... می‌تواند شاخص تغییراتی انگاشته شده که در کلیت نظام فرهنگی، ارزش‌ها و هنجارها، ایده‌ها و امیدواری‌ها، نیازها و تمایلات و ... روی داده است، باشد.

در صفحه‌های بعد آینده برخی از تغییرات و توزیع‌های دو سویه بعضی از مشخصات آثار ادبی تولید شده در سال‌های مورد بحث را ملاحظه خواهیم کرد.  
در خلال سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۲ مجموعاً ۳۳۳۴ عنوان کتاب داستانی از سوی مؤلفین ایرانی نوشته و منتشر شده است.

- مجموع شمارگان کل عناوین منتشر شده ۲۰ میلیون و ۱۳۷ هزار و ۷۵۰ نسخه بوده است.  
- در هر سال مجموعاً یک میلیون و ۵۴۹ هزار و ۵۷ نسخه کتاب داستانی با مشخصات یاد شده منتشر شده است.

- اگر جمعیت باسواد بالای ۱۵ سال ایران ۳۰ میلیون نفر باشد از هر ۲۰ ایرانی باسواد بالای ۱۵ سال، یک نفر یک کتاب در سال خریداری کرده است.

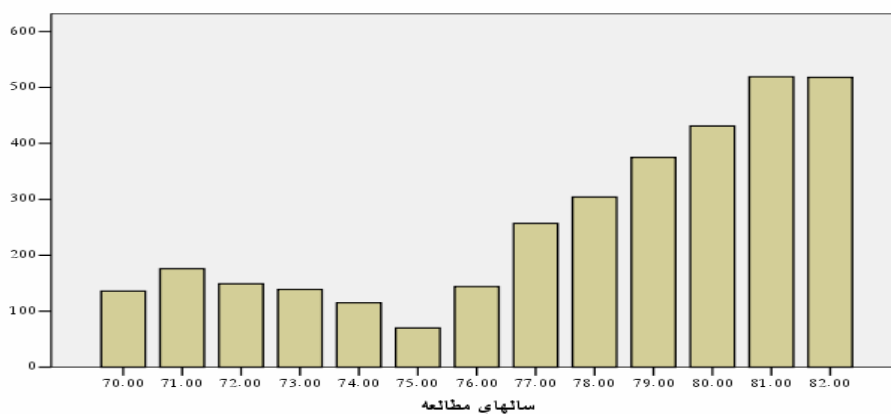
- اگر هر کتاب ۴ بار خوانده شود، هر پنج ایرانی با مشخصات یاد شده یک کتاب در سال خریداری کرده است.

- در هر ۱۸۲۵ روز (با شرط بند پیش) هر نفر ایرانی یک کتاب ادبی مطالعه کرده است.

جدول ۲۰

تعداد کتاب‌های منتشر شده در خلال سال‌های مطالعه به قرار زیر بوده است:

سال‌های مطالعه	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱۳۷۰	۱۳۶	۴/۱	۴/۱
۱۳۷۱	۱۷۶	۵/۳	۹/۴
۱۳۷۲	۱۴۹	۴/۵	۱۳/۸
۱۳۷۳	۱۳۹	۴/۲	۱۸/۰
۱۳۷۴	۱۱۵	۳/۴	۲۱/۵
۱۳۷۵	۷۰	۲/۱	۲۳/۶
۱۳۷۶	۱۴۴	۴/۳	۲۷/۹
۱۳۷۷	۲۵۷	۷/۷	۳۵/۶
۱۳۷۸	۳۰۴	۹/۱	۴۴/۷
۱۳۷۹	۳۷۵	۱۱/۲	۵۶/۰
۱۳۸۰	۴۳۱	۱۲/۹	۶۸/۹
۱۳۸۱	۵۱۹	۱۵/۶	۸۴/۵
۱۳۸۲	۵۱۹	۱۵/۵	۱۰۰/۰



نمودار ۲

تعداد کتاب‌های ادبیات داستانی بزرگسالان ایران به تفکیک سال انتشار

### براساس جدول ۲۱

در طول سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۲ مجموعاً ۳۳۳۴ عنوان کتاب داستانی چاپ اول با نویسنده ایرانی برای بزرگسالان منتشر شده است.

– روند تولید آثار داستانی در سال‌های یاد شده افزایشی بوده است. به نحوی که از ۱۳۶ عنوان در سال ۱۳۷۰ به ۵۱۸ عنوان در سال ۸۲ رسیده است. به عبارت دیگر در طول ۱۳ سال ۳۱۸ برابر یا تقریباً ۳ درصد رشد سالانه است.

– در این میان تعداد رمان‌های منتشر شده از ۸۱ به ۳۰۸ عنوان و تعداد داستان‌های کوتاه که به صورت انفرادی یا به صورت مجموعه داستان بوده، از ۵۵ به ۲۱۰ عنوان رسیده است. تفاوت قابل ملاحظه‌ای بین انواع داستان کوتاه و رمان مشاهده نمی‌شود.

### جدول ۲۱

توزیع فراوانی و نسبی کتاب‌های داستانی منتشر شده در سال‌های ۷۰ تا ۸۲ به تفکیک ژانر

سال	توزیع	ژانر داستان		جمع
		رمان	داستان کوتاه	
۱۳۷۰	فراوانی	۸۱	۵۵	۱۳۶
	درصد سطری	%۵۹٫۶	%۴۰٫۴	%۱۰۰٫۰
	ستونی	%۴۰	%۴۳	%۱٫۴
	کل	%۲٫۴	%۱٫۷	%۴٫۱
۱۳۷۱	فراوانی	۱۳۲	۴۴	۱۷۶
	درصد سطری	%۷۵٫۰	%۲۵٫۰	%۱۰۰٫۰
	ستونی	%۶٫۴	%۳٫۴	%۵٫۳
	کل	%۱۱۲	%۳۷	%۱۴۹
۱۳۷۲	فراوانی	۱۰۳	۳۶	۱۳۹
	درصد سطری	%۵۵	%۲۹	%۴۵
	ستونی	%۳٫۴	%۱٫۱	%۴٫۵
	کل	%۱۰۳	%۳۶	%۱۳۹



ادامهٔ جدول ۲۱

سال	توزیع	ژانر داستان		جمع
		داستان کوتاه	رمان	
۱۳۷۳	فراوانی	۳۶	۱۰۳	۱۳۹
	درصد سطری	%۲۵،۹	%۷۴،۱	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۲،۸	%۵،۰	%۴،۲
	کل	%۱،۱	%۳،۱	%۴،۲
۱۳۷۴	فراوانی	۴۳	۷۲	۱۱۵
	درصد سطری	%۳۷،۴	%۶۲،۶	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۳،۳	%۳،۵	%۳،۵
	کل	%۱،۳	%۲،۲	%۳،۵
۱۳۷۵	فراوانی	۲۰	۵۰	۷۰
	درصد سطری	%۲۸،۶	%۷۱،۴	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۱،۶	%۲،۴	%۲،۱
	کل	%۰،۶	%۱،۵	%۲،۱
۱۳۷۶	فراوانی	۴۳	۱۰۱	۱۴۴
	درصد سطری	%۲۹،۹	%۷۰،۱	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۳،۳	%۴،۹	%۴،۳
	کل	%۱،۳	%۳،۰	%۴،۳
۱۳۷۷	فراوانی	۱۶۱	۹۳	۱۳۶
	درصد سطری	%۶۳،۴	%۳۶،۶	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۸،۰	%۸،۰	%۴،۳
	کل	%۵،۱	%۲،۹	%۴،۳
۱۳۷۸	فراوانی	۱۸۳	۱۱۹	۱۷۵
	درصد سطری	%۶۰،۶	%۳۹،۴	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۹،۱	%۱۰،۲	%۵،۵
	کل	%۵،۸	%۳،۷	%۵،۵

ادامهٔ جدول ۲۱

سال	توزیع	ژانر داستان		جمع
		داستان کوتاه	رمان	
۱۳۷۹	فراوانی	۲۲۲	۱۵۲	۱۴۹
	درصد سطری	%۵۹٫۴	%۴۰٫۶۰	%۱۰۰٫۰
	ستونی	%۱۱٫۰	%۱۳٫۱	%۴٫۷
	کل	%۷٫۰	%۴٫۸	%۴٫۷
۱۳۸۰	فراوانی	۲۵۷	۱۷۰	۱۳۹
	درصد سطری	%۶۰٫۲	%۳۹٫۸	%۱۰۰٫۰
	ستونی	%۱۲٫۷	%۱۴٫۶	%۴٫۴
	کل	%۸٫۱	%۵٫۳	%۴٫۴
۱۳۸۱	فراوانی	۲۰۸	۱۷۵	۱۱۵
	درصد سطری	%۵۴٫۳	%۴۵٫۷	%۱۰۰٫۰
	ستونی	۱۰٫۳	%۱۵٫۰	%۳٫۶
	کل	%۶٫۵	%۵٫۵	%۳٫۶
۱۳۸۲	فراوانی	۲۸۲	۲۳۲	۷۰
	درصد سطری	%۵۴٫۹	%۴۵٫۱	%۱۰۰٫۰
	ستونی	%۱۴٫۰	۱۹٫۹	%۲٫۲
	کل	%۸٫۹	%۷٫۳	%۲٫۲
جمع	فراوانی	۲۰۱۷	۱۱۶۳	۱۴۲
	درصد سطری	%۶۳٫۴	%۳۶٫۶	۱۰۰٫۰
	ستونی	%۱۰۰٫۰	%۱۰۰٫۰	%۴٫۵
	کل	%۶۳٫۴	%۳۶٫۶	%۴٫۵

جدول ۲۲

توزیع فراوانی و نسبی کتاب‌های داستانی منتشر شده در سال‌های ۷۰ تا ۸۲  
به تفکیک جنس نویسنده

سال	توزیع	جنس نویسنده		جمع
		زن	مرد	
۱۳۷۰	فراوانی	۲۳	۱۱۳	۱۳۶
	درصد سطری	%۱۶.۹	%۸۳.۱	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۲.۰	%۵.۶	%۴.۳
	کل	%۷	%۳.۶	%۴.۳
۱۳۷۱	فراوانی	۳۶	۱۳۹	۱۷۵
	درصد سطری	%۲۰.۶	%۷۹.۴	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۳.۱	%۶.۹	%۵.۵
	کل	%۱.۱	%۴.۴	%۵.۵
۱۳۷۲	فراوانی	۳۳	۱۱۶	۱۴۹
	درصد سطری	%۲۲.۱	%۷۷.۹	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۲.۸	%۵.۸	%۴.۷
	کل	%۱.۰	%۳.۶	%۴.۷
۱۳۷۳	فراوانی	۴۳	۹۶	۱۳۹
	درصد سطری	%۳۰.۹	%۶۹.۱	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۳.۷	%۴.۸	%۴.۴
	کل	%۱.۴	%۳.۰	%۴.۴
۱۳۷۴	فراوانی	۲۷	۸۸	۱۱۵
	درصد سطری	%۲۳.۵	%۷۶.۵	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۲.۳	%۴.۴	%۳.۶
	کل	%۸.۰	%۲.۸	%۳.۶
۱۳۷۵	فراوانی	۱۸	۵۲	۷۰
	درصد سطری	%۲۵.۷	%۷۴.۳	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۱.۵	%۲.۶	%۲.۲
	کل	%۰.۶	%۱.۶	%۲.۲

ادامهٔ جدول ۲۲

سال	توزیع	جنس نویسنده		جمع
		زن	مرد	
۱۳۷۶	فراوانی	۴۲	۱۰۰	۱۴۲
	درصد سطری	%۲۹.۶	%۷۰.۴	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۳.۶	%۵.۰	%۴.۵
	کل	%۱.۳	%۳.۱	%۴.۵
۱۳۷۷	فراوانی	۹۳	۱۶۱	۲۵۴
	درصد سطری	%۳۶.۶	%۶۳.۴	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۸.۰	%۸.۰	%۸.۰
	کل	%۲.۹	%۵.۱	%۸.۰
۱۳۷۸	فراوانی	۱۱۹	۱۸۳	۳۰۲
	درصد سطری	%۳۹.۴	%۶۰.۶	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۱۰.۲	%۹.۱	%۹.۵
	کل	%۳.۷	%۵.۸	%۹.۵
۱۳۷۹	فراوانی	۱۵۲	۲۲۲	۳۷۴
	درصد سطری	%۴۰.۶	%۵۹.۴	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۱۳.۱	%۱۱.۰	%۱۱.۸
	کل	%۴.۸	%۷.۰	%۱۱.۸
۱۳۸۰	فراوانی	۱۷۰	۲۵۷	۴۲۷
	درصد سطری	%۳۹.۸	%۶۰.۲	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۱۴.۶	%۱۲.۷	%۱۳.۴
	کل	%۵.۳	%۸.۱	%۱۳.۴
۱۳۸۱	فراوانی	۱۷۵	۲۰۸	۳۸۳
	درصد سطری	%۴۵.۷	%۵۴.۳	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۱۵.۰	%۳۱.۰	%۱۲.۰
	کل	%۵.۵	%۶.۵	%۱۲.۰

ادامهٔ جدول ۲۲

سال	توزیع	جنس نویسنده		جمع
		زن	مرد	
۱۳۸۲	فراوانی	۲۳۲	۲۸۲	۵۱۴
	درصد سطری	%۴۵،۱	%۵۴،۹	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۱۹،۹	%۱۴،۰	%۱۶،۲
	کل	%۷،۳	%۸،۹	%۱۶،۲
جمع	فراوانی	۱۱۶۳	۲۰۱۷	۳۱۸۰
	درصد سطری	%۳۶،۶	%۶۳،۴	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰
	کل	%۳۶،۶	%۶۳،۴	%۱۰۰،۰

## براساس جدول ۲۲

- از مجموع ۳۱۸۰ عنوان کتاب داستانی چاپ اول با نویسنده ایرانی بزرگسال که در طول سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۲ منتشر شده، تعداد ۱۱۶۳ عنوان (۳۶/۶ درصد) دارای نویسنده زن و ۲۰۱۷ عنوان (۶۳/۴ درصد) دارای نویسنده مرد بوده است.
- روند تعداد نویسندگان زن از ۲۳ نفر در سال ۱۳۷۰ به ۲۳۲ نفر در سال ۱۳۸۲ رسیده است. به عبارت دیگر تعداد نویسندگان زن ۱۰ برابر شده‌اند، در صورتی که روند تولید ادبیات داستانی با مشخصات بالا در ایران ۳/۸ برابر بوده است.
- روند رشد تعداد نویسندگان زن که از سال ۷۳ تا ۷۵ رو به کاهش بوده است، از سال ۱۳۷۶ به شکل شتاب‌زده‌ای افزایش یافته است.
- از سوی دیگر، نسبت نویسندگان مرد در مقایسه سال ۱۳۷۰ تنها ۲/۵ برابر شده است. یعنی ۱/۳ برابر کمتر از رشد کلی ادبیات داستانی با مشخصات یاد شده.
- نکته قابل توجه اینجاست که روند رو به رشد تعداد نویسندگان مرد نیز از سال ۱۳۷۶ به این سو قابل توجه است. به نحوی که تعداد نویسندگان مرد از ۱۰۰ به ۲۸۲ نفر رسیده است.

جدول ۲۳

توزیع فراوانی و نسبی کتاب‌های داستانی منتشر شده در سال‌های ۷۰ تا ۸۲ به تفکیک محل چاپ

سال	توزیع	محل چاپ		جمع
		تهران	شهرستان	
۱۳۷۰	فراوانی	۱۲۹	۷	۱۳۶
	درصد سطری	%۹۴٫۹	%۵٫۱	%۱۰۰٫۰
	ستونی	%۴٫۷	%۱٫۵	%۴٫۳
	کل	%۴٫۰	%۰٫۲	%۴٫۳
۱۳۷۱	فراوانی	۱۶۳	۱۳	۱۷۶
	درصد سطری	%۹۲٫۶	%۷٫۴	%۱۰۰٫۰
	ستونی	%۵٫۹	%۲٫۹	%۵٫۵
	کل	%۵٫۱	%۰٫۴	%۵٫۵
۱۳۷۲	فراوانی	۱۳۶	۱۳	۱۴۹
	درصد سطری	%۹۱٫۳	%۷٫۸	%۱۰۰٫۰
	ستونی	%۵٫۰	%۲٫۹	%۴٫۷
	کل	%۴٫۳	%۰٫۴	%۴٫۷
۱۳۷۳	فراوانی	۱۲۹	۱۰	۱۳۹
	درصد سطری	%۹۲٫۸	%۷٫۲	%۱۰۰٫۰
	ستونی	%۴٫۷	%۲٫۲	%۴٫۳
	کل	%۴٫۰	%۰٫۳	%۴٫۳
۱۳۷۴	فراوانی	۱۱۰	۵	۱۱۵
	درصد سطری	%۹۵٫۷	%۴٫۳	%۱۰۰٫۰
	ستونی	%۴٫۰	%۱٫۱	%۳٫۶
	کل	%۳٫۴	%۰٫۲	%۳٫۶
۱۳۷۵	فراوانی	۶۳	۷	۷۰
	درصد سطری	%۹۰٫۰	%۱۰٫۰	%۱۰۰٫۰
	ستونی	%۲٫۳	%۱٫۵	%۲٫۲
	کل	%۲٫۰	%۰٫۲	%۲٫۲

ادامهٔ جدول ۲۳

سال	توزیع	محل چاپ		جمع
		تهران	شهرستان	
۱۳۷۶	فراوانی	۱۲۷	۱۷	۱۴۴
	درصد سطری	%۸۸.۲	%۱۱.۸	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۴.۶	%۳.۸	%۴.۵
	کل	%۴.۰	%۰.۵	%۴.۵
۱۳۷۷	فراوانی	۲۳۰	۲۷	۲۵۷
	درصد سطری	%۸۹.۵	%۱۰.۵	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۸.۴	%۶.۰	%۸.۰
	کل	%۷.۲	%۰.۸	%۸.۰
۱۳۷۸	فراوانی	۲۷۴	۳۰	۳۰۴
	درصد سطری	%۹۰.۱	%۹.۹	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۱۰.۰	%۶.۶	%۹.۵
	کل	%۸.۶	%۰.۹	%۹.۵
۱۳۷۹	فراوانی	۳۲۸	۴۷	۳۷۵
	درصد سطری	%۸۷.۵	%۱۲.۵	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۱۱.۹	%۱۰.۴	%۱۱.۷
	کل	%۱۰.۳	%۱.۵	%۱۱.۷
۱۳۸۰	فراوانی	۳۴۹	۸۲	۴۳۱
	درصد سطری	%۸۱.۰	%۱۹.۰	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۱۲.۷	%۱۸.۱	%۱۳.۵
	کل	%۱۰.۹	%۲.۶	%۱۳.۵
۱۳۸۱	فراوانی	۳۱۲	۷۳	۳۸۵
	درصد سطری	%۸۱.۰	%۱۹.۰	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۱۱.۴	%۶.۱	%۱۲.۰
	کل	%۹.۸	%۲.۳	%۱۲.۰

ادامهٔ جدول ۲۳

سال	توزیع	محل چاپ		جمع
		تهران	شهرستان	
۱۳۸۲	فراوانی	۱۲۲	۳۹۶	۵۱۸
	درصد سطری	%۲۳،۶	%۷۶،۴	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۲۶،۹	%۱۴،۴	%۱۶،۲
	کل	%۳۸	%۱۲،۴	%۱۶،۲
جمع	فراوانی	۴۵۳	۲۷۴۶	۳۱۹۹
	درصد سطری	%۱۴،۲	%۸۵،۸	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰
	کل	%۱۴،۲	%۸۵،۸	%۱۰۰،۰

جدول ۲۳ نشان می‌دهد که:

- از مجموع ۳۱۹۹ کتاب منتشر شده در حوزهٔ ادبیات داستانی با نویسنده ایرانی که برای بزرگسالان منتشر شده است، تعداد ۴۵۳ عنوان (۱۴/۲ درصد) در شهرستان‌ها و ۲۷۴۶ عنوان (۵۸/۸ درصد) در تهران به چاپ رسیده است.
- تعداد عناوین چاپ شده در شهرستان از ۷ عنوان (۵/۱ درصد) به ۱۲۲ عنوان (۲۳/۶ درصد) کل آثار) رسیده است. به عبارت دیگر، تعداد آثار چاپ شده در شهرستان‌ها در مقایسه سال ۱۳۷۰، در سال ۱۳۸۲ به ۱۷/۴ برابر رسیده است.
- نقطهٔ اوج گیری تولید آثار ادبی در شهرستان‌های کشور سال ۱۳۷۶ است.

جدول ۲۴

توزیع فراوانی و نسبی کتاب‌های داستانی منتشر شده در سال‌های ۷۰ تا ۸۲ به تفکیک قطع

سال	توزیع	قطع کتاب		جمع
		سایر	رقعی	
۱۳۷۰	فراوانی	۱۸	۱۱۸	۱۳۶
	درصد سطری	%۱۳،۲	%۸۶،۸	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۵،۵	%۴،۱	%۴،۳
	کل	%۰،۶	%۳،۷	%۴،۳



ادامهٔ جدول ۲۴

سال	توزیع	قطع کتاب		جمع
		سایر	رقعی	
۱۳۷۱	فراوانی	۳۷	۱۳۹	۱۷۶
	درصد سطری	%۲۱،۰	%۷۹،۰	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۱۱،۲	%۴۸	%۵،۵
	کل	%۱،۲	%۴،۳	%۵،۵
۱۳۷۲	فراوانی	۲۲	۱۲۷	۱۴۹
	درصد سطری	%۱۴،۸	%۸۵،۲	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۶،۷	%۴،۴	%۴،۷
	کل	%۰،۷	%۴،۰	%۴،۷
۱۳۷۳	فراوانی	۱۲	۱۲۷	۱۳۹
	درصد سطری	%۸،۶	%۹۱،۴	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۳،۶	%۴،۴	%۴،۳
	کل	%۰،۴	%۴،۰	%۴،۳
۱۳۷۴	فراوانی	۱۸	۹۷	۱۱۵
	درصد سطری	%۱۵،۷	%۸۴،۳	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۵،۵	%۳،۴	%۳،۶
	کل	%۰،۶	%۳،۰	%۳،۶
۱۳۷۵	فراوانی	۲	۶۸	۷۰
	درصد سطری	%۲،۹	%۹۷،۱	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۰،۶	%۲،۴	%۲،۲
	کل	%۰،۱	%۲،۱	%۲،۲
۱۳۷۶	فراوانی	۱۵	۱۲۹	۱۴۴
	درصد سطری	%۱۰،۴	%۸۹،۶	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۴،۶	%۴،۵	%۴،۵
	کل	%۰،۵	%۴،۰	%۴،۵

ادامهٔ جدول ۲۴

سال	توزیع	قطع کتاب		جمع
		سایر	رقعی	
۱۳۷۷	فراوانی	۲۶	۲۳۱	۲۵۷
	درصد سطری	%۱۰،۱	%۸۹،۰	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۷،۹	%۸،۰	%۸،۰
	کل	%۰،۸	%۷،۲	%۸،۰
۱۳۷۸	فراوانی	۱۶	۲۸۸	۳۰۴
	درصد سطری	%۵،۳	%۹۴،۷	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۴،۹	%۱۰،۰	%۹،۵
	کل	%۰،۵	%۹،۰	%۹،۵
۱۳۷۹	فراوانی	۳۶	۳۳۹	۳۷۵
	درصد سطری	%۹،۶	%۹۰،۴	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۱۰،۹	%۱۱،۸	%۱۱،۷
	کل	%۱،۱	%۱۰،۶	%۱۱،۷
۱۳۸۰	فراوانی	۳۸	۳۹۳	۴۳۱
	درصد سطری	%۸،۸	%۹۱،۲	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۱۱،۶	%۱۳،۷	%۱۳،۵
	کل	%۱،۲	%۱۲،۳	%۱۳،۵
۱۳۸۱	فراوانی	۲۸	۳۵۷	۳۸۵
	درصد سطری	%۷،۳	%۹۲،۷	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۸،۵	%۱۲،۴	%۱۲،۰
	کل	%۰،۹	%۱۱،۲	%۱۲،۰
۱۳۸۲	فراوانی	۶۱	۴۵۷	۵۱۸
	درصد سطری	%۱۱،۸	%۸۸،۲	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۱۸،۵	%۱۵،۹	%۱۶،۲
	کل	%۱،۹	%۱۴،۳	%۱۶،۲

ادامهٔ جدول ۲۴

جمع	قطع کتاب		توزیع	
	رقعی	سایر		
۳۱۹۹	۲۸۷۰	۳۲۹	فراوانی	جمع
%۱۰۰،۰	%۸۹،۷	%۱۰،۳	درصد سطری	
%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	ستونی	
%۱۰۰،۰	%۸۹،۷	%۱۰،۳	کل	

جدول ۲۴ نشان می‌دهد که:

از مجموع ۳۱۹۹ عنوان کتاب داستانی بزرگسالان که به صورت چاپ اول در سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۲ منتشر شده، ۲۸۷۰ عنوان (۸۹/۷ درصد) در قطع رقی و ۳۲۹ عنوان (۱۰/۳ درصد) در سایر قطع‌ها به چاپ رسیده است.

نسبت سایر قطع‌ها در مقایسه سال ۱۳۷۰ به این صورت بوده است که در سال ۱۳۷۰ از ۱۳۶ عنوان، ۱۸ عنوان (۱۲/۲ درصد) در سایر قطع‌ها چاپ شده، در حالی که در سال ۱۳۸۲ از ۵۱۸ عنوان، ۶۱ عنوان «در سایر قطع‌ها» چاپ شده است. به عبارت دیگر سال به سال بر تعداد کتاب‌های داستانی که به صورت رقی چاپ می‌شوند افزوده شده است.

جدول ۲۵

توزیع فراوانی کتاب‌های داستانی منتشر شده در سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۳ به تفکیک گروه‌های قیمت (به ریال)

سال	توزیع	زیر ۵۰۰	۵۰۰ - ۱۰۰۰	۱۰۰۰ - ۱۵۰۰	۱۵۰۰ - ۲۰۰۰	۲۰۰۰ - ۲۵۰۰	۲۵۰۰ - ۳۰۰۰	۳۰۰۰ - ۳۵۰۰	۳۵۰۰ - ۴۰۰۰	۴۰۰۰ - ۵۰۰۰	جمع
۱۳۷۰	فراوانی	۴۷	۴۰	۲۰	۱۱	۳	۳	۵	۱	۲	۱۳۲
	درصد سطری	٪۳۵,۶	٪۳۰,۳	٪۱۵,۲	٪۸,۳	٪۲,۳	٪۲,۳	٪۳,۸	٪۰,۸	٪۱,۵	٪۱۰۰,۰
	ستونی	٪۳۳,۶	٪۲۲,۹	٪۱۲,۹	٪۸,۳	٪۳,۲	٪۲,۲	٪۰,۹	٪۰,۱	٪۰,۵	٪۴,۹
	کل	٪۱,۸	٪۱,۵	٪۰,۷	٪۰,۴	٪۱,۱	٪۰,۱	٪۰,۲	٪۰	٪۰,۱	٪۴,۹
۱۳۷۱	فراوانی	۳۱	۵۹	۳۲	۲۲	۳	۷	۱۰	۸	۱	۱۷۳
	درصد سطری	٪۱۷,۹	٪۳۴,۱	٪۱۸,۵	٪۱۲,۷	٪۱,۷	٪۴,۰	٪۵,۸	٪۴,۶	٪۰,۶	٪۱۰۰,۰
	ستونی	٪۲۲,۱	٪۳۳,۷	٪۲۰,۶	٪۱۶,۵	٪۳,۲	٪۵,۱	٪۱,۹	٪۰,۹	٪۰,۲	٪۶,۵
	کل	٪۱,۲	٪۲,۲	٪۱,۲	٪۰,۸	٪۰,۱	٪۰,۳	٪۰,۴	٪۰,۳	٪۰,۰	٪۶,۵
۱۳۷۲	فراوانی	۹	۳۴	۳۹	۲۳	۱۲	۱۰	۱۳	۴	۱	۱۴۵
	درصد سطری	٪۶,۲	٪۳,۴	٪۲۶,۹	٪۱۵,۹	٪۸,۳	٪۶,۹	٪۰,۹	٪۲,۸	٪۰,۷	٪۱۰۰,۰
	ستونی	٪۶,۴	٪۱۹,۴	٪۲۵,۲	٪۱۳,۳	٪۱۲,۹	٪۷,۴	٪۲,۴	٪۰,۵	٪۰,۲	٪۵,۴
	کل	٪۰,۳	٪۱,۳	٪۱,۵	٪۰,۹	٪۰,۴	٪۳,۴	٪۰,۵	٪۰,۱	٪۰,۰	٪۵,۴
۱۳۷۳	فراوانی	۳	۱۸	۲۵	۲۹	۱۶	۱۶	۲۳	۷	۱	۱۳۷
	درصد سطری	٪۲,۲	٪۱۲,۴	٪۱۳,۲	٪۲۱,۲	٪۱۱,۷	٪۱۱,۷	٪۱۶,۸	٪۱۶,۸	٪۵,۱	٪۱۰۰,۰
	ستونی	٪۲,۱	٪۹,۷	٪۱۶,۱	٪۲۱,۸	٪۱۶,۲	٪۱۱,۸	٪۴,۳	٪۰,۸	٪۰,۲	٪۵,۴
	کل	٪۰,۱	٪۰,۶	٪۰,۹	٪۱,۱	٪۰,۶	٪۰,۶	٪۰,۹	٪۰,۳	٪۰,۰	٪۵,۱

ادامه جدول ۲۵

توزیع فراوانی کتاب‌های داستانی منتشر شده در سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۳ به تفکیک گروه‌های قیمت (به ریال)

سال	توزیع	زیر ۵۰۰	۵۰۰-۱۰۰۰	۱۰۰۰-۱۵۰۰	۱۵۰۰-۲۰۰۰	۲۰۰۰-۲۵۰۰	۲۵۰۰-۳۰۰۰	۳۰۰۰-۳۵۰۰	۳۵۰۰-۴۰۰۰	جمع
۱۳۷۴	فراوانی	۳	۱۱	۲۹	۱۷	۸	۱۴	۱۷	۸	۱۱۰
	درصد سطری	٪۲,۷	٪۱۰,۰	٪۲۶,۴	٪۱۵,۵	٪۷,۳	٪۱۲,۷	٪۱۵,۵	٪۷,۳	٪۱۰۰,۰
	ستونی	٪۲,۱	٪۸,۶	٪۱۱,۰	٪۱۰,۵	٪۸,۶	٪۱۲,۵	٪۵,۴	٪۱,۲	٪۴,۲
	کل	٪۰,۱	٪۰,۳	٪۰,۲	٪۰,۵	٪۰,۳	٪۰,۶	٪۱,۱	٪۰,۴	٪۰,۱
۱۳۷۵	فراوانی	۵	۱۰	۶	۵	۸	۵	۲۱	۱۲	۶۶
	درصد سطری	٪۷,۶	٪۳,۳	٪۹,۱	٪۷,۶	٪۱۲,۱	٪۷,۶	٪۱۸,۲	٪۳,۳	٪۱۰۰,۰
	ستونی	٪۳,۶	٪۱,۱	٪۳,۹	٪۳,۸	٪۳,۹	٪۳,۷	٪۳,۹	٪۱,۴	٪۲,۵
	کل	٪۰,۲	٪۰,۱	٪۰,۲	٪۰,۲	٪۰,۳	٪۰,۲	٪۰,۸	٪۰,۴	٪۰,۱
۱۳۷۶	فراوانی	۴	۳	۲	۱۷۶	۹	۷	۵۷	۳۷	۱۳۷
	درصد سطری	٪۲,۹	٪۲,۲	٪۱,۵	٪۲,۱	٪۶,۶	٪۵,۱	٪۴۱,۶	٪۲۷,۳	٪۱۰۰,۰
	ستونی	٪۲,۹	٪۱,۷	٪۱,۳	٪۵,۳	٪۹,۷	٪۵,۱	٪۱۰,۶	٪۴,۲	٪۵,۱
	کل	٪۰,۱	٪۰,۱	٪۰,۱	٪۰,۳	٪۰,۳	٪۰,۳	٪۲,۱	٪۱,۴	٪۰,۴
۱۳۷۷	فراوانی	۳	۲	۱	۵	۹	۱۷	۶۹	۹۸	۲۴۲
	درصد سطری	٪۱,۲	٪۰,۸	٪۰,۴	٪۲,۱	٪۳,۷	٪۷,۰	٪۲۸,۵	٪۴۰,۵	٪۱۰۰,۰
	ستونی	٪۲,۱	٪۱,۱	٪۰,۶	٪۳,۸	٪۹,۷	٪۱۲,۵	٪۱۲,۸	٪۱۱,۰	٪۹,۰
	کل	٪۰,۱	٪۰,۱	٪۰,۰	٪۰,۲	٪۰,۳	٪۰,۶	٪۲,۶	٪۳,۷	٪۱,۴

ادامه جدول ۲۵

توزیع فراوانی کتاب‌های داستانی منتشر شده در سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۳ به تفکیک گروه‌های قیمت (به ریال)

سال	توزیع	زیر ۵۰۰	۵۰۰ - ۱۰۰۰	۱۰۰۰ - ۱۵۰۰	۱۵۰۰ - ۲۰۰۰	۲۰۰۰ - ۲۵۰۰	۲۵۰۰ - ۳۰۰۰	۳۰۰۰ - ۳۵۰۰	۳۵۰۰ - ۴۰۰۰	۴۰۰۰ - ۵۰۰۰	جمع
۱۳۷۸	فراوانی	۵	۰	۵	۴	۲	۱۸	۷۷	۱۰۸	۵۳	۲۷۲
	درصد سطری	%۱۸	%۰	%۱۸	%۱۵	%۰۷	%۶.۶	%۲۸.۳	%۳۹.۷	%۱۹.۵	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۳.۶	%۰	%۳.۲	%۳.۰	%۲.۲	%۱۳.۲	%۱۴.۳	%۱۲.۲	%۱۲.۶	%۱۰.۱
	کل	%۰.۲	%۰	%۰.۲	%۰.۱	%۰.۱	%۰.۷	%۲.۹	%۴.۰	%۲.۰	%۱۰.۱
۱۳۷۹	فراوانی	۵	۲	۳	۳	۵	۱۶	۸۰	۱۲۲	۷۸	۳۱۴
	درصد سطری	%۱.۶	%۰.۶	%۱.۰	%۱.۰	%۱.۶	%۵.۱	%۲۵.۵	%۳۸.۹	%۲۴.۸	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۳.۶	%۱.۱	%۱.۹	%۲.۳	%۵.۴	%۱۱.۸	%۱۴.۸	%۱۳.۸	%۱۸.۵	%۱۱.۷
	کل	%۰.۲	%۰.۱	%۰.۱	%۰.۱	%۰.۲	%۰.۶	%۳.۰	%۴.۶	%۲.۹	%۱۱.۷
۱۳۸۰	فراوانی	۸	۲	۱	۶	۹	۹	۷۱	۱۳۶	۶۷	۳۳۶
	درصد سطری	%۲.۴	%۰.۶	%۰.۳	%۱.۸	%۲.۷	%۷.۲	%۲۱.۱	%۴۸.۵	%۱۹.۹	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۵.۷	%۱.۱	%۰.۶	%۴.۵	%۹.۷	%۶.۶	%۱۳.۲	%۱۸.۴	%۱۵.۹	%۱۲.۵
	کل	%۰.۳	%۰.۱	%۰	%۰.۲	%۰.۳	%۰.۳	%۲.۶	%۶.۱	%۲.۵	%۱۲.۵
۱۳۸۱	فراوانی	۳	۲	۲	۰	۴	۸	۴۵	۱۴۰	۷۱	۲۵۷
	درصد سطری	%۱.۱	%۰.۷	%۰.۷	%۰	%۱.۵	%۲.۹	%۱۶.۴	%۵۰.۹	%۲۵.۸	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۲.۱	%۱.۱	%۱.۳	%۰	%۴.۳	%۵.۹	%۸.۳	%۱۵.۸	%۱۶.۸	%۱۰.۳
	کل	%۰.۱	%۰.۱	%۰.۱	%۰	%۱	%۳	%۱.۷	%۵.۲	%۲.۶	%۱۰.۳

ادامه جدول ۲۵

توزیع فراوانی کتاب‌های داستانی منتشر شده در سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۳ به تفکیک گروه‌های قیمت (به ریال)

سال	توزیع	زیر ۵۰۰	۵۰۰ - ۱۰۰۰	۱۰۰۰ - ۱۵۰۰	۱۵۰۰ - ۲۰۰۰	۲۰۰۰ - ۲۵۰۰	۲۵۰۰ - ۳۰۰۰	۳۰۰۰ - ۳۵۰۰	۳۵۰۰ - ۴۰۰۰	۴۰۰۰ - ۵۰۰۰	جمع
۱۳۸۲	فراوانی	۱۴	۴	۲	۴	۵	۳	۳۹	۱۷۶	۹۴	۳۴۱
	درصد سطری	%۴،۱	%۱،۲	%۰،۶	%۱،۲	%۱،۵	%۰،۹	%۱۱،۴	%۵۱،۶	%۲۷،۶	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۱۰،۰	%۲،۳	%۱،۳	%۳،۰	%۵،۴	%۲،۲	%۷،۲	%۱۹،۸	%۲۲،۳	%۱۲،۷
	کل	%۰،۵	%۰،۱	%۰،۱	%۰،۱	%۰،۲	%۰،۱	%۱،۵	%۶،۶	%۳،۵	%۱۲،۷
جمع	فراوانی	۱۴۰	۱۷۵	۱۵۵	۱۳۳	۹۳	۱۳۶	۵۳۹	۸۸۷	۴۲۲	۲۶۸۰
	درصد سطری	%۵،۲	%۶،۵	%۵،۸	%۵،۰	%۳،۵	%۵،۱	%۲۰،۱	%۳۳،۱	%۱۵،۷	%۱۰۰،۰
	ستونی	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰
	کل	%۵،۲	%۶،۵	%۵،۸	%۵،۰	%۵،۳	%۲۰،۱	%۲۰،۱	%۳۳،۱	%۱۵،۷	%۱۰۰،۰

براساس جدول ۲۵

از مجموع ۳۳۳۴ عنوان کتاب داستانی چاپ اول با نویسنده ایرانی، قیمت ۲۶۸۰ عنوان در شناسنامه کتاب ذکر شده است که از این تعداد ۱۴۰ عنوان (۵/۲ درصد) زیر پانصد ریال، ۱۷۵ عنوان (۶/۵ درصد) بین ۵۰۰ - ۱۰۰۰ ریال، ۱۵۵ عنوان (۵/۸ درصد) بین ۱۰۰۰ - ۱۵۰۰ ریال، ۱۳۳ عنوان (۵ درصد) ۲۰۰۰ - ۱۵۰۰ ریال، ۹۳ عنوان (۳/۵ درصد) ۲۵۰۰ - ۲۰۰۰ ریال، ۱۳۶ عنوان (۵/۱ درصد) ۲۰۰۰ - ۱۵۰۰ ریال، ۵۳۹ عنوان (۲۰/۱ درصد) ۵۰۰۰ - ۳۰۰۰ ریال، ۸۸۷ عنوان (۳۳/۱۱ درصد) ۱۰۰۰۰ - ۵۰۰۰ ریال، ۴۴۴ عنوان (۱۵/۷ درصد) ۱۵۰۰۰ - ۱۰۰۰۰ ریال قیمت داشته‌اند.

میانگین قیمت کتاب‌ها در سال‌های بررسی شده به قرار زیر بوده است.

سال	قیمت (ریال)
۷۰	۱۲۲۹
۷۱	۱۸۲۵
۷۲	۲۰۴۷
۷۳	۲۴۳۷
۷۴	۲۸۲۸
۷۵	۲۰۶۹
۷۶	۶۲۵۸
۷۷	۷۴۰۲
۷۸	۸۵۷۹
۷۹	۹۹۰۱
۸۰	۱۰۷۸۲
۸۱	۱۳۲۹۰
۸۲	۱۴۰۸۳
میانگین کل	۸۹۸۴

میانگین قیمت کتاب‌های بررسی شده ۸۹۸۴ ریال بوده است.



جدول ۲۶

توزیع فراوانی کل شمارگان کتاب‌های بررسی شده به تفکیک اولین سال انتشار

۷۶	۷۵	۷۴	۷۳	۷۲	۷۱	۷۰	توزیع	کل شمارگان کتاب
۱۳	۳	۱۰	۲۱	۱۵	۱۳	۹	فراوانی	زیر ۲۰۰۰
%۱.۸	%۰.۴	%۴.۱	%۲.۹	%۲.۰	%۱.۸	%۱.۲	درصد سطری	
%۹.۰	%۴.۳	%۸.۷	%۱۵.۱	%۱۰.۱	%۷.۴	%۶.۶	درصد ستونی	
%۰.۴	%۰.۱	%۰.۳	%۰.۶	%۰.۵	%۰.۴	%۰.۳	کل	۲۰۰۰ - ۵۰۰۰
۸۴	۳۱	۵۵	۵۶	۸۱	۸۵	۵۹	فراوانی	
%۴.۸	%۱.۸	%۳.۱	%۳.۲	%۴.۶	%۴.۸	%۳.۴	درصد سطری	
%۵۸.۳	%۴۴.۳	%۴۷.۷	%۴۰.۳	%۵۴.۴	%۴۸.۳	%۴۳.۴	درصد ستونی	۵۰۰۰ - ۱۰۰۰۰
%۲.۵	%۰.۹	%۷.۱	%۱.۷	%۲.۴	%۲.۶	%۱.۸	کل	
۳۲	۱۹	۲۸	۳۷	۱۷	۲۷	۲۹	فراوانی	
%۶.۸	%۴.۱	%۶.۰	%۷.۹	%۳.۶	%۵.۸	%۶.۲	درصد سطری	۱۰۰۰۰ - ۲۰۰۰۰
%۲۲.۲	%۲۷.۱	%۲۴.۳	%۲۶.۶	%۱۱.۴	%۱۵.۳	%۲۱.۳	درصد ستونی	
%۱.۰	%۰.۶	%۰.۸	%۱.۱	%۰.۵	%۰.۸	%۰.۹	کل	
۹	۱۱	۹	۱۷	۱۶	۲۷	۱۴	فراوانی	۱۰۰۰۰ - ۲۰۰۰۰
%۳.۹	%۴.۸	%۳.۹	%۷.۵	%۷.۰	%۱۱.۸	%۶.۱	درصد سطری	
%۶.۳	%۱۵.۷	%۷.۸	%۱۲.۲	%۱۰.۷	%۱۵.۳	%۱۰.۳	درصد ستونی	
%۰.۳	%۰.۳	%۰.۳	%۰.۵	%۰.۵	%۰.۸	%۰.۴	کل	۲۰۰۰۰ - ۲۷۱۰۰۰
۶	۶	۱۳	۸	۲۰	۲۴	۲۵	فراوانی	
%۱.۴	%۴.۱	%۸.۹	%۰.۵	%۱۳.۷	%۱۶.۴	%۱۷.۱	درصد سطری	
%۴.۲	%۸.۶	%۱۱.۳	%۵.۸	%۱۳.۴	%۱۳.۶	%۱۸.۴	درصد ستونی	جمع
%۰.۲	%۰.۲	%۰.۴	%۰.۲	%۰.۶	%۰.۷	%۰.۸	کل	
۱۴۴	۷۰	۱۱۵	۱۳۹	۱۴۹	۱۷۶	۱۳۶	فراوانی	
%۴.۳	%۲.۱	%۳.۵	%۴.۲	%۴.۵	%۵.۳	%۴.۱	درصد سطری	
%۱۰۰.۰	%۱۰۰.۰	%۱۰۰.۰	%۱۰۰.۰	%۱۰۰.۰	%۱۰۰.۰	%۱۰۰.۰	درصد ستونی	
%۴.۳	%۲.۱	%۳.۵	%۴.۲	%۴.۵	%۵.۳	%۴.۱	کل	

ادامهٔ جدول ۲۶

۷۶	۷۵	۷۴	۷۳	۷۲	۷۱	۷۰	توزیع	کل شمارگان کتاب
۷۳۴	۲۰۳	۱۶۱	۱۱۵	۸۰	۴۵	۴۶	فراوانی	زیر ۲۰۰۰
%۱۰۰.۰	%۲۷.۷	%۲۱.۹	%۱۵.۷	%۱۰.۹	%۶.۱	%۶.۳	درصد سطری	
%۲۲.۰	%۳۹.۲	%۳۱.۰	%۲۶.۷	%۲۱.۳	%۱۴.۸	%۱۷.۹	درصد ستونی	
%۲۲.۰	%۶.۱	%۴.۸	%۳.۵	%۲.۴	%۱.۴	%۱.۴	کل	
۱۷۵۷	۲۷۵	۲۷۹	۲۳۴	۲۱۱	۱۶۵	۱۴۲	فراوانی	۲۰۰۰ - ۵۰۰۰
%۱۰۰.۰	%۱۵.۷	%۱۵.۹	%۱۳.۳	%۱۲.۰	%۹.۴	%۸.۱	درصد سطری	
%۵۲.۷	%۵۳.۱	%۵۳.۸	%۵۴.۳	%۵۶.۳	%۵۴.۳	%۵۵.۳	درصد ستونی	
%۵۲.۷	%۸.۳	%۸.۴	%۷.۰	%۶.۳	%۵.۰	%۴.۳	کل	
۴۶۸	۲۶	۵۴	۵۲	۵۳	۵۳	۴۱	فراوانی	۵۰۰۰ - ۱۰۰۰۰
%۱۰۰.۰	%۵.۶	%۱۱.۵	%۱۱.۱	%۱۱.۳	%۱۱.۳	%۸.۸	درصد سطری	
%۱۴.۰	%۵.۰	%۱۰.۴	%۱۲.۱	%۱۱.۴	%۱۷.۴	%۱۶.۰	درصد ستونی	
%۱۴.۰	%۰.۸	%۱.۶	%۱.۶	%۱.۶	%۱.۶	%۱.۲	کل	
۲۲۸	۱۰	۱۹	۲۵	۲۳	۲۸	۲۰	فراوانی	۱۰۰۰۰ - ۲۰۰۰۰
%۱۰۰.۰	%۴.۴	%۸.۳	%۱۱.۰	%۱۰.۱	%۱۲.۳	%۸.۸	درصد سطری	
%۶.۸	%۱.۹	%۳.۷	%۵.۸	%۶.۱	%۹.۲	%۷.۸	درصد ستونی	
%۶.۸	%۰.۳	%۰.۶	%۰.۸	%۰.۷	%۰.۸	%۰.۶	کل	
۱۴۶	۴	۶	۵	۸	۱۳	۸	فراوانی	۲۰۰۰۰ - ۲۷۱۰۰۰
%۱۰۰.۰	%۲.۷	%۴.۱	%۳.۴	%۵.۵	%۸.۹	%۵.۵	درصد سطری	
%۴.۴	%۰.۸	%۱.۲	%۱.۲	%۲.۱	%۴.۳	%۳.۱	درصد ستونی	
%۴.۴	%۰.۱	%۰.۲	%۰.۲	%۰.۲	%۰.۴	%۰.۲	کل	
۳۳۳۳	۵۱۸	۵۱۹	۴۳۱	۳۷۵	۳۰۴	۲۵۷	فراوانی	جمع
%۱۰۰.۰	%۱۵.۵	%۱۵.۶	%۱۲.۹	%۱۱.۳	%۹.۱	%۷.۷	درصد سطری	
%۱۰۰.۰	%۱۰۰.۰	%۱۰۰.۰	%۱۰۰.۰	%۱۰۰.۰	%۱۰۰.۰	%۱۰۰.۰	درصد ستونی	
%۱۰۰.۰	%۱۵.۵	%۱۵.۶	%۱۲.۹	%۱۱.۳	%۹.۱	%۷.۷	کل	

براساس جدول ۲۷

از مجموع ۳۳۳۳ عنوان کتاب ادبیات داستانی بزرگسالان ۷۳۴ عنوان، (۲۲ درصد) کل شمارگان زیر ۲۰۰۰ نسخه، ۱۷۵۷ عنوان (۵۲/۷ درصد) بین ۲۰۰۰ تا ۵۰۰۰ نسخه، ۴۶۸ عنوان (۱۴ درصد) بین ۱۰۰۰۰ - ۵۰۰۰۰ نسخه، ۱۴۶ عنوان (۴/۴ درصد) بیش از ۲۰ هزار نسخه شمارگان داشته‌اند.

- همان‌طور که مشخص است نسبت کتاب‌های دارای شمارگان بیش از ۲۰ هزار نسخه بسیار کم است. این کتاب‌ها به‌طورمسلّم سابقه انتشار طولانی‌تری در مقایسه با سایر کتاب‌ها دارند. امکان آنکه برخی از کتاب‌ها در طول سال‌های آینده به شمارگان بالایی (به‌طور کل) دست پیدا کنند وجود دارد.

- تفاوت کتاب‌های بررسی، براساس تعداد کل شمارگان در طول سال‌های بررسی شده معنادار است. آزمون کای/اسکویر این نکته را به خوبی نشان می‌دهد.

- میانگین تعداد کل شمارگان در سال‌های بررسی شده به قرار زیر است:

سال	میانگین تعداد کل شمارگان
۱۳۷۱	۱۱۵۵۶
۱۳۷۲	۱۰۹۷۸
۱۳۷۳	۷۵۱۶
۱۳۷۴	۱۰۶۶۴
۱۳۷۵	۹۴۷۳
۱۳۷۶	۶۸۲۲
۱۳۷۷	۵۹۴۴
۱۳۷۸	۶۱۸۷
۱۳۷۹	۵۲۵۹
۱۳۸۰	۴۶۳۳
۱۳۸۱	۴۰۴۷
۱۳۸۲	۲۲۹۳
میانگین	۶۰۴۱

میانگین شمارگان کل کتاب‌های بررسی شده ۶۰۴۱ نسخه بوده است.

جدول ۲۷

توزیع فراوانی و نسبی کتاب‌های بررسی شده به تفکیک کل شمارگان و محل چاپ

جمع	محل چاپ		توزیع	کل شمارگان کتاب
	تهران	شهرستان		
۷۳۵	۵۵۵	۱۸۰	فراوانی	زیر ۲۰۰۰
%۱۰۰،۰	%۷۵،۵	%۲۴،۵	درصد سطری	
%۲۲،۰	%۱۹،۶	%۳۵،۶	ستونی	
%۲۲،۰	%۱۶،۶	%۵،۴	کل	
۱۷۵۷	۱۴۷۹	۲۷۸	فراوانی	۲۰۰۰ - ۵۰۰۰
%۱۰۰،۰	%۸۴،۲	%۱۵،۸	درصد سطری	
%۵۲،۷	%۵۲،۳	%۵۴،۹	ستونی	
%۵۲،۷	%۴۴،۴	%۸،۳	کل	
۴۶۸	۴۳۱	۳۷	فراوانی	۵۰۰۰ - ۱۰۰۰۰
%۱۰۰،۰	%۹۲،۱	%۷،۳	درصد سطری	
%۱۴،۰	%۱۴،۰	%۱۵،۲	ستونی	
%۱۴،۰	%۱۲،۹	%۱،۱	کل	
۲۲۸	۲۲۱	۷	فراوانی	۱۰۰۰۰ - ۲۰۰۰۰
%۱۰۰،۰	%۹۶،۹	%۳،۱	درصد سطری	
%۶،۸	%۷،۸	%۱،۴	ستونی	
%۸،۶	%۶،۶	%۰،۲	کل	
۱۴۸	۱۴۲	۶	فراوانی	۲۰۰۰۰ - ۲۷۱۰۰۰
%۱۰۰،۰	%۹۷،۳	%۲،۷	درصد سطری	
%۴،۴	%۵،۰	%۰،۸	ستونی	
%۴،۴	%۴،۳	%۰،۱	کل	
۳۳۳۴	۲۸۲۸	۵۰۶	فراوانی	جمع
%۱۰۰،۰	%۸۴،۸	%۱۵،۲	درصد سطری	
%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	ستونی	
%۱۰۰،۰	%۸۴،۸	%۱۵،۲	کل	

- نکته قابل توجه در جدول فوق آن است که غالب کتاب‌های پر شمارگان (۹۷/۳) درصد در تهران منتشر شده‌اند.

جدول ۲۸

توزیع فراوانی نسبی کتاب‌های بررسی شده به تفکیک محل شمارگان و جنس نویسنده

کل شمارگان کتاب	توزیع	جنس نویسنده		گروه نویسندگان	جمع
		مرد	زن		
زیر ۲۰۰۰	فراوانی	۴۲۳	۳۰۵	۷	۷۳۵
	درصد سطری	%۵۷.۶	%۴۱.۵	%۱.۰	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۲۰.۲	%۲۵.۱	%۳۵.۰	%۲۲.۰
	کل	%۱۲.۷	%۹.۱	%۰.۲	%۲۲.۰
۲۰۰۰ - ۵۰۰۰	فراوانی	۱۱۴۷	۶۰۳	۷	۱۷۵۷
	درصد سطری	%۶۵.۳	%۳۴.۳	%۰.۴	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۵۴.۷	%۴۹.۶۵	%۳۵.۰	%۵۲.۷
	کل	%۳۴.۴	%۱۸.۱	%۰.۲	%۵۲.۷
۵۰۰۰ - ۱۰۰۰۰	فراوانی	۳۱۳	۱۵۰	۵	۴۶۸
	درصد سطری	%۶۶.۶	%۳۲.۱	%۱.۱	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۱۴.۹	%۱۲.۳	%۲۵.۰	%۱۴.۰
	کل	%۹.۴	%۴.۵	%۰.۱	%۱۴.۰
۱۰۰۰۰ - ۲۰۰۰۰	فراوانی	۱۲۶	۱۰۲	۰	۲۲۸
	درصد سطری	%۵۵.۳	%۴۴.۷	%۰	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۶۰	%۸۴	%۰	%۶۸
	کل	%۳۸	%۳۱	%۰	%۶۸
۲۰۰۰۰ - ۲۷۱۰۰۰	فراوانی	۸۹	۵۶	۱	۱۴۶
	درصد سطری	%۶۱.۰	%۳۸.۴	%۰.۷	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۴.۲	%۴.۶	%۵.۰	%۴.۴
	کل	%۲.۷	%۱.۷	%۰	%۴.۴
جمع	فراوانی	۲۰۹۸	۱۲۱۶	۲۰	۳۳۳۴
	درصد سطری	%۶۲.۹	%۳۶.۵	%۰.۶	%۱۰۰.۰
	ستونی	%۱۰۰.۰	%۱۰۰.۰	%۱۰۰.۰	%۱۰۰.۰
	کل	%۶۲.۵	%۳۶.۵	%۰.۶	%۱۰۰.۰

- کتاب‌های پرشمارگان (کل) بیشتر به‌وسیله مردان نوشته شده (۶۱ درصد) و ۳۸/۴ درصد از کتاب‌های پر شمارگان از سوی زنان نوشته شده است.

جدول ۲۹

توزیع فراوانی و نسبی کتاب‌های بررسی شده به تفکیک محل شمارگان و ژانر

جمع	ژانر داستان		توزیع	کل شمارگان کتاب
	داستان کوتاه	رمان		
۷۳۵	۳۳۸	۳۹۷	فراوانی	زیر ۲۰۰۰
%۱۰۰،۰	%۴۶،۰	%۵۴،۰	درصد سطری	
%۲۲،۰	%۲۶،۳	%۱۹،۴	ستونی	
%۲۲،۰	%۱۰،۱	%۱۱،۹	کل	
۱۷۵۷	۶۸۸	۱۰۶۹	فراوانی	۲۰۰۰ - ۵۰۰۰
%۱۰۰،۰	%۳۹،۲	%۶۰،۸	درصد سطری	
%۵۲،۷	%۵۳،۵	%۵۲،۲	ستونی	
%۵۲،۷	%۲۰،۶	%۳۲،۱	کل	
۴۶۸	۱۶۸	۳۰۰	فراوانی	۵۰۰۰ - ۱۰۰۰۰
%۱۰۰،۰	%۳۵،۹	%۶۴،۱	درصد سطری	
%۱۴،۰	%۱۳،۱	%۱۴،۶	ستونی	
%۱۴،۰	%۵،۰	%۹،۰	کل	
۲۲۸	۵۹	۱۶۹	فراوانی	۱۰۰۰۰ - ۲۰۰۰۰
%۱۰۰،۰	%۲۵،۹	%۷۴،۱	درصد سطری	
%۶،۸	%۴،۶	%۸،۳	ستونی	
%۶،۸	%۱،۸	%۵،۱	کل	
۱۴۶	۳۳	۱۳۱	فراوانی	۲۰۰۰۰ - ۲۷۱۰۰۰
%۱۰۰،۰	%۲۲،۶	%۷۷،۴	درصد سطری	
%۴،۴	%۲،۶	%۵،۵	ستونی	
%۴،۴	%۱،۰	%۳،۴	کل	
۳۳۳۴	۱۲۸۶	۲۰۴۸	فراوانی	جمع
%۱۰۰،۰	%۳۸،۶	%۶۱،۴	درصد سطری	
%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	ستونی	
%۰،۱۰۰	%۳۸،۶	%۶۱،۴	کل	

جدول ۳۰

توزیع فراوانی نسبی کتاب‌های بررسی شده به تفکیک جنس نویسنده و ژانر

جمع	ژانر داستان		توزیع	جنس نویسنده
	داستان کوتاه	رمان		
۲۰۹۸	۹۳۶	۱۱۶۲	فراوانی	مرد
%۱۰۰،۰	%۴۴،۶	%۵۵،۴	درصد سطری	
%۶۲،۹	%۷۲،۸	%۵۶،۷	ستونی	
%۶۲،۹	%۲۸،۱	%۳۴،۹	کل	
۱۲۱۶	۳۳۲	۸۸۴	فراوانی	زن
%۱۰۰،۰	%۲۷،۳	%۷۲،۷	درصد سطری	
%۳۶،۵	%۲۵،۸	%۴۳،۲	ستونی	
۲۰	%،۱۰	%۲۶،۵	کل	
%۱۰۰،۰	۱۸	۲	فراوانی	گروه نویسندگان
%۰،۶	%۹۰،۰	%۱۰،۰	درصد سطری	
%۰،۶	%۱،۴	%۰،۱	ستونی	
۳۳۳۴	%۰،۵	%۰،۱	کل	
%۱۰۰،۰	۱۲۸۶	۲۰۴۸	فراوانی	جمع
%۱۰۰،۰	%۳۸،۶	%۶۱،۴	درصد سطری	
%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	ستونی	
%۱۰۰،۰	%۳۸،۶	%۶۱،۴	کل	

- زنان به نوشتن رمان تمایل بیشتری دارند تا داستان کوتاه. آنها در ۷۲/۷ درصد از موارد رمان و در ۲۷/۳ درصد موارد داستان کوتاه نوشته‌اند. این درحالی است که مردان در ۵۵/۴ درصد موارد رمان و در ۴۴/۶ درصد موارد داستان کوتاه نوشته‌اند.

جدول ۳۱

توزیع فراوانی کتاب‌های بررسی شده به تفکیک قطع و ژانر داستان

جمع	ژانر داستان		توزیع	قطع کتاب
	داستان کوتاه	رمان		
۲۹۹۲	۱۱۶۷	۱۸۲۵	فراوانی	رقعی
%۱۰۰،۰	%۳۹،۰	%۶۱،۰	درصد سطری	
%۸۹،۷	%۹۰،۷	%۸۹،۱	ستونی	
%۸۹،۷	%۳۵،۰	%۵۴،۷	کل	
۸	۶	۲	فراوانی	خشتی
%۱۰۰،۰	%۷۵،۰	%۲۵،۰	درصد سطری	
%۰،۱	%۰،۵	%۰،۲	ستونی	
%۰،۱	%۰،۲	%۰،۲	کل	
۲	۲	۰	فراوانی	رحلی
%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	%۰	درصد سطری	
%۰،۱	%۰،۲	%۰	ستونی	
%۰،۱	%۰،۱	%۰،۳	کل	
۶۳	۲۶	۳۷	فراوانی	جیبی
%۱۰۰،۰	%۴۱،۳	%۵۸،۷	درصد سطری	
%۱،۹	%۲،۰	%۱،۸	ستونی	
%۱،۹	%۰،۸	%۱،۱	کل	
۵۴	۳۷	۱۷	فراوانی	پالتویی
%۱۰۰،۰	%۶۸،۵	%۳۱،۵	درصد سطری	
%۱،۶	%۲،۹	%۰،۸	ستونی	
%۱،۶	%۱،۱	%۰،۵	کل	
۲	۱	۱	فراوانی	وزیری
%۱۰۰،۰	%۵۰،۰	%۵۰،۰	درصد سطری	
%۰،۱	%۰،۱	%۰	ستونی	
%۰،۱	%۰	%۰	کل	



ادامهٔ جدول ۳۱

جمع	ژانر داستان		توزیع	قطع کتاب
	داستان کوتاه	رمان		
۲۱۰	۴۵	۱۴۵	فراوانی	۷
%۱۰۰،۰	%۲۱،۴	%۷۸،۶	درصد سطری	
%۰،۶	%۳،۵	%۸،۱	ستونی	
%۰،۶	%۱،۳	%۴،۹	کل	
۳	۲	۱	فراوانی	بیاضی
%۱۰۰،۰	%۶۶،۷	%۳۳،۳	درصد سطری	
%۰،۱	%۰،۲	%۰،۱	ستونی	
%۰،۱	%۰،۱	%۰	کل	
۲۱۰	۴۵	۱۴۵	فراوانی	۷
%۱۰۰،۰	%۲۱،۴	%۷۸،۶	درصد سطری	
%۰،۶	%۳،۵	%۱،۸	ستونی	
%۰،۶	%۱،۳	%۴،۹	کل	
۳۳۳۴	۱۲۸۶	۲۰۴۸	فراوانی	جمع
%۱۰۰،۰	%۳۸،۶	%۶۱،۴	درصد سطری	
%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	%۱۰۰،۰	ستونی	
%۱۰۰،۰	%۳۸،۶	%۶۱،۴	کل	

- ۸۹/۷ درصد از کل کتاب‌های داستانی در قطع‌های رقی چاپ شده‌اند، از این تعداد

۵۴/۷ درصد رمان و ۳۵ درصد داستان کوتاه بوده‌اند.

- تعداد داستان‌های کوتاهی که با قطع پالتویی چاپ شده، بیشتر از رمان بوده است.

## یافته‌های مرتبط با مشخصات محتوایی رمان‌های پر فروش ایران در

سال‌های ۱۳۸۲ - ۱۳۷۰

### مقدمه

آن چنان که در بند روش تحقیق اشاره شد در بخش دیگری از تحقیق، متناسب با اهداف تعیین شده تحقیق، قصد بر آن بوده است که پرفروش‌ترین رمان‌های منتشر شده در خلال سال‌های ۱۳۸۲ - ۱۳۷۰ از نظر محتوا مورد بررسی قرار گیرند. یادآوری چند نکته در مقدمه ضروری است.

الف) تعداد یکصد عنوان از رمان‌های پرفروش انتخاب شده و مورد بررسی قرار گرفته‌اند.  
ب) انتخاب این رمان‌ها بر اساس معیار «تیراژ - سال» بوده است. به این معنا که رمان‌هایی انتخاب شده‌اند که در حد فاصل سال‌های کمتر، فروش بیشتری داشته‌اند.  
ج) انتخاب بدون توجه به نام نویسنده بوده است، چنان‌که از یکصد عنوان رمان، ۲۰ عنوان آن به فهیمه رحیمی اختصاص دارد.

د) براساس فهرست مرتب‌شده‌ای از تمامی رمان‌ها و مجموعه داستان‌های کوتاه فارسی (۳۳۳۴ عنوان) که در بخش دوم یافته‌ها به آن اشاره شد، سعی شده است که یکصد عنوان اول انتخاب شوند، اما به دلیل پاره‌ای از مشکلات از جمله نایاب بودن برخی از عناوین در عمل فهرست ۱۰۰ عنوان از ۱۳۰ عنوان نخست در فهرست مزبور برگزیده شدند.  
هـ) روش تحقیق محتوا بوده است. با این توضیح که ابتدا پرسشنامه معکوس تهیه شده و بالغ بر ۵۰ متغیر در هر کتاب جست‌وجو و اندازه‌گیری شده و پس از تبدیل به کد، وارد ماتریس داده‌ها شده و از طریق برنامه آماری SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. تحلیل محتوا تکنیکی است در مشاهدات غیر مستقیم که براساس تعریف به مطالعه کمی، عینی و منظم محتوای آشکار ارتباطات می‌پردازد.

مهم‌ترین فایده تحلیل محتوا در این عرصه آن است که با مشخص کردن مشابهت‌ها و تفاوت‌های موجود در محتوای صد رمان مورد مطالعه در این تحقیق، محقق توانسته است تا

به توصیف و مقایسه زمانی، به تفکیک کل متغیرهای یاد شده در بند روش تحقیق، پردازد. واحد مطالعه در این تحقیق «هر عنوان رمان» بوده است.

روال کار به این صورت بوده است که پس از انتخاب رمان‌ها و پرسشنامه معکوس، هر رمان به‌طور عمیق خوانده شده و ضمن خلاصه‌برداری، فیش‌برداری با توجه به کد کتاب و پرسشنامه معکوس، اطلاعات موجود در رمان استخراج شده، پس از استخراج همان‌طور که گفته شد، تجزیه و تحلیل آماری صورت گرفته است و سپس نتایج با توجه به مفروضات نظری مورد تفسیر قرار گرفته‌اند.

و) مسلم آن است که از هر رمان می‌توان تعداد بی‌شماری از متغیرها را استخراج کرد؛ اما در این تحقیق محقق فقط به قصد آزمون مفروضات و پیش‌بینی‌های نظری خود متغیرها را برگزیده و تحلیل نموده است.

ز) عمده رمان‌های بررسی شده در یک طبقه‌بندی کلی جزو «رمان‌های عامه‌پسند» قرار می‌گیرند. درباره‌ی تعریف این رمان‌ها در صفحه‌های بعد به تفصیل سخن گفته خواهد شد و در نهایت تعریف رمان عامه‌پسند ایرانی به‌عنوان یک نتیجه‌گیری مهم، در پاسخ به این سؤال که رمان عامه‌پسند ایرانی چه مشخصاتی دارد، ارائه خواهد شد.

### رمان عامه‌پسند چیست؟

برای آنکه بتوانیم تعریفی جامع از رمان عامه‌پسند داشته باشیم، لازم است آنچه صاحب‌نظران ایرانی و غیر ایرانی درباره ویژگی‌های رمان عامه‌پسند مطرح نموده‌اند، ذکر و طبقه‌بندی شود و پس از آن، با اخذ بصیرت از دیدگاه‌های مارکوزه و آدورنو ضمن مشخص نمودن نقاط مشترک و مخالف بین این دیدگاه‌ها، تعریف عرضه شود و پس از نشان دادن نتایج مطالعه هر دو در مظان نقد تجربی قرار گیرند.

تاکنون ویژگی‌های زیادی در مورد رمان عامه‌پسند ذکر شده است که سعی می‌شود با یک طبقه‌بندی، این ویژگی‌ها و تعاریف تلخیص و مقایسه شوند. پس از آن کارکردهای مثبت و منفی رمان‌های عامه‌پسند، که به تعریف نهایی کمک خواهد کرد، عرضه می‌شود.

### جدول ۳۲

#### ویژگی‌های اساسی و عناصر مشخصه رمان‌های عامه‌پسند

ویژگی‌های اساسی	عناصر	توضیح
محتوا	موضوع	وصال‌جنسی، روابط عاطفی، جلب‌ترحم، پلیسی، جاسوسی، جادویی، وهم‌انگیز و ترسناک، عرفانی، رازآمیز، علمی - تخیلی، قهرمان‌گرایی
	خلاقیت	خلاقیت ندارد، به‌دنبال پیداکردن و اکتشاف امید تازه در جهان نیست.
	وجه تحلیل	تحلیل چرایی ندارد صرفاً توالی حوادث است.
	وجه اعتراض	به بزرگترها، به پدر و مادر، به روابط غیرعاطفی آدم‌ها / عصیانگری و ساختار شکنی
	پایان	پایان خوش
صورت (شکل)	عنوان	واژه‌های تحریک‌کننده عشقی، اروتیک، استفاده از اسم زنان، موقعیت‌های راز آمیز
	صفت‌ها	یا کاملاً خوبند یا کاملاً بد، سفید یا سیاه، مرموز بودن و معمایی بودن شخصیت
	فضا سازی	منظم و پررنگ، توصیف روشن و بدون ابهام از مکان‌ها، توصیف‌های متفاوت در فضا سازی
	روش	ایجاد امکان همزاد با همذات‌پنداری
صورت (شکل)	زمان	برش‌های بلند زمانی، توجه به حوادث روز
	راوی	اول شخص
	حجم	معمولاً حجیم
مخاطب (خواننده)	فروش تیراژ	بالاترین تیراژها را در اختیار دارند
	تعداد خواننده	بسیار زیاد، در خارج از کشور و تا چند میلیون نفر یک کتاب را می‌خوانند.
	ذوق	عامه مردم
	جغرافیا	شهرهای کوچک دارای دانشگاه و پادگان
	قشر اجتماعی	فقیر، متوسط پایین و متوسط
	جنس	زنان
	سن	نوجوانان، دانش‌آموزان، دانشجویان
	ذوق	در سطح عامه مردم
مخاطب (نویسنده)	جنس	بیشتر زنان

## جدول ۳۲

## کارکردهای مثبت و منفی رمان عامه پسند

نوع کارکرد	توضیح
مثبت	به گردش درآوردن چرخ ادبیات سرگرم کننده
	آموزش جنسی و مناسبات عاطفی در جامعه‌ای که هیچ زبانی برای آموزش آن وجود ندارد.
	پاسخ به من سستی انسان
	آنچه خواننده می‌خواهد نوشته می‌شود نه آنچه باید بداند.
	بازگویی آلام و دردها
مثبت	به‌عنوان رسانه مطلوب و غیر مضر
	متناسب با فهم عامه نخستین گام آشنایی و لذت از خواندن
	به‌عنوان جایگزین رسانه‌ای در جایی که رسانه‌های دیگر نیستند
	شهرهای کوچک دارای دانشگاه یا پادگان، مهم‌ترین مصرف‌کنندگان ادبیات عامه‌پسندند.
منفی	ارزش در مطالعات جامعه‌شناختی
	غفلت
	تنزل دادن احساسات و غرایز
	امکان درج‌زدن در ادبیات عامه‌پسند
	جدی گرفته نشدن
	تنزل ذائقه
	ساده‌پسندی و ساده اندیشی آموزش غلط
	چون این رمان‌ها به دنبال ارضای خوانندگان‌اند، سطح سواد، آگاهی و توقع خوانندگان را منعکس می‌کند.
	از طریق انتظار آفرینی و کشش صرف، غفلت می‌آفریند، نه از آگاهی خواننده از معضلات است.
نیازها و غرایز انسانی و تعاریف آن را به نازل‌ترین وجه تنزل می‌دهد.	
فرد ممکن است از داستان‌های عامه‌پسند به داستان‌های جدی نرسد.	
نه کتاب‌ها جدی گرفته می‌شوند، نه نویسندگان آن، بنابراین تمیز آثار جدی و غیر جدی دشوارتر می‌شود.	
ذائقه و تفکر را تنزل می‌دهد.	
خوانندگان کم کم عادت می‌کنند همه چیز را سیاه و سفید ببیند و منتظر تصادف باشند.	

عامل اساسی روی آوردن به تولید آثار ادبی عامه‌پسند و به‌خصوص عمده دلایلی که حسن میرعبادینی ([Zanan magazine.htm](http://Zanan_magazine.htm)) برای گرایش به ادبیات عامه‌پسند ذکر کرده است، به قرار زیرند:

- فزونی گرفتن مردان و زنان مدرن (رمان متعلق به دنیای مدرن است).

- نویسندگی به‌عنوان کسب و کار: دغدغه خلاقیت وجود ندارد و نویسندگی حرفه‌ای برای امرار معاش است.

- دشواری‌های استفاده از سانسور برای نشر رمان‌های متعالی

- دستگاه سانسور با سوق دادن نویسندگان به سبک‌های پست مدرن، تملق‌گویی و... موجب گریز مردم از داستان‌های متعالی می‌شود. به قول میلان کوندر «غربت رمان در نظام کالایی» سبب پاورقی‌نویسی می‌شود.

- تقلید از ادبیات عرفی

- راز موفقیت داستان عامه‌پسند در تولید انبوه آثار مصرفی هم شکل است، نه در توانایی هنری نویسنده. در واقع برای نویسنده، مضمونی اهمیت دارد که به آن پرداخته است. از این گروه کثیر پاورقی‌نویسان می‌توان به نسرین ثامنی، مریم جعفری، فهیمه رحیمی، فریده رهنما، رؤیا سیناپور اشاره کرد.

- ویرجینیا ولف درباره تمایل زنان به این نوع رمان‌نویسی می‌نویسد «محدودیت تجربیات زنان در خانواده و فعالیت روزمره‌شان می‌تواند خیلی راحت به شکل رمان ظاهر شود تا به هر شکلی دیگر درآید... تجربیات آنان به‌طور عمده شامل مطالعه شخصیت‌ها و تحلیل احساسات می‌شود. زنان بسیاری به سبب آسان بودن این نوع رمان به سوی آن می‌آیند، زیرا در میان شکل‌های هنری کمترین میزان تمرکز را می‌طلبد».

- زنان به‌دلیل محصور بودن در خانه، بیشتر قوای خود را صرف مشاهده و تجزیه و تحلیل شخصیت‌ها می‌کنند و به تکرار وقایع و شخصیت‌ها دست می‌زنند.

- می‌توان استقبال از این گونه رمان عشقی با «پایان خوش» را «نشانه ناخشنودی از زندگی متداول و یا روشی برای بقا» دانست. رمان‌های عشقی از صلح و امنیت و آسان‌گیری می‌گویند.

– زنان با خواندن این «رمان‌های پایان خوش» به جست‌وجوی لذت و رضایت خاطری می‌روند که در زندگی واقعی به آن دست نیافته‌اند. یا رمان‌های اشک ریز سبب می‌شود با نوعی همزاد پنداری، غم خود را به شکل اغراق شده‌ای در این آثار ببینند و به آرامش خاطری برسند. با مطالعه دقیق رمان‌ها و ارتباط آنها با ساخت ذهنی پاره‌ای از گروه‌های اجتماعی می‌توان امکان کشف خیال و آرزوهای خوانندگان آنها را به دست آورد (داستان نویسی زنان، راه‌های رفته و دستاوردها).

اگر بخواهیم از نظریه موسیقی عامه آدورنو برای تحلیل ادبیات عامه‌پسند کمک بگیریم نکته آغازین عبارت است از تشریح مشخصات موسیقی عامه توسط آدورنو: «آدورنو معتقد است که موسیقی عامه تولید شده از سوی صنعت فرهنگ؛ تحت تاثیر دو فرایند قرار دارد «استاندارد شدن» و «فردیت مجازی». در اینجا منظور از استاندارد شدن این است که ترانه‌های عامه، روز به روز به یکدیگر شبیه‌تر می‌شوند و ساختار اصلی آنها روز به روز یکسان‌تر می‌شود و بخش‌های آنها با یکدیگر قابل تعویض است. با این حال این ساختار اصلی با سرپوشی از جنبه‌های حاشیه‌ای نوگرایی و تنوع سبک که به عنوان علائم منحصر به فرد بودن ترانه شناخته می‌شود، پنهان شده است. استاندارد شدن به شباهت‌های اصلی بین ترانه‌های عامه مربوط است و فردیت مجازی به تفاوت‌های جزئی آنها» (استریناتی، ۱۳۸۰: ۹۸).

بر این اساس پیش‌بینی نظری این تحقیق آن است که مهم‌ترین ویژگی‌های ادبیات عامه‌پسند در دو اصطلاح استاندارد شدن (به هم شبیه شدن) و فردیت مجازی (تفاوت‌های جزئی) قابل طرح است.

### توصیف رمان‌های مورد بررسی

#### ۱. عناوین و نویسندگان

رمان‌های مورد بررسی که تعداد آنها ۱۰۰ عنوان بوده است و خلاصه آنها به پیوست این گزارش خواهد آمد از ۴۶ نفر از داستان نویسان انتخاب شده است. بیشترین تعداد از این کتاب‌ها متعلق به فهیمه رحیمی (۲۰)، نسرين ثامنی (۱۱)، رؤیا سیناپور (۹)، مرتضی مؤدب‌پور (۶)، مریم جعفری (۵)، رؤیا خسرو نجدی (۳)، نسرين قدیری (۳)، مریم محمودی (۲)،

حسن کریم پور(۲)، نازی صفوی(۲)، فریده رهنما(۲)، ماندانا معینی (مؤدب‌پور) (۲)، هانیه حدادی اصل (۲)، میترا دارم(۲)، بوده است و از سایر نویسندگان (که فهرست آنها در ضمایم وجود دارد) هر کدام، یک عنوان کتاب انتخاب شده است، به عبارت دیگر، ۷۱ عنوان از ۱۰۰ عنوان متعلق به ۱۴ نفر و از ۲۹ نفر هر کدام، یک عنوان کتاب انتخاب شده است.

### ۲. جنس نویسندگان

۸۱ رمان متعلق به زنان نویسنده و ۱۹ عنوان متعلق به مردان نویسنده بوده است.

### ۳. تاریخ اولین انتشار

۱۳/۳ درصد از ۱۰۰ عنوان کتاب قبل از سال ۱۳۷۶ و بقیه یعنی ۸۶/۶ درصد پس از سال ۱۳۷۶ چاپ شده‌اند. در سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۲، ۴۴ عنوان از یکصد عنوان کتاب مورد بررسی، انتشار یافته‌اند.

### ۴. نام ناشر اول

انتشارات چکاوک، شادان، ارغوان، شقایق و سمن در مجموع ۴۵ عنوان از ۱۰۰ عنوان را به چاپ رسانده‌اند.

### ۵. شهر انتشار

تقریباً تمامی کتاب‌ها در تهران به چاپ رسیده‌اند.

### ۶. تعداد صفحات

کتاب‌های رمان عامه‌پسند اغلب پرحجم‌اند. در رمان‌های بررسی شده ۵۰ درصد زیر ۳۵۷ صفحه یا به عبارت دیگر از ۱۰۴ تا ۳۵۷ صفحه و ۵۰ درصد بالای ۳۵۷ صفحه یا به عبارت دقیق‌تر از ۳۵۷ تا ۸۹۶ صفحه، حجم داشته‌اند. میانگین تعداد صفحات کل رمان‌ها ۳۷۱/۷ صفحه بوده است.

### ۷. تعداد شمارگان

شمارگان اولین نوبت نشر کتاب‌های رمان عامه‌پسند بررسی شده، اغلب ۵ یا ۱۰ هزار نسخه بوده است. به نحوی که ۵۴ درصد از کتاب‌ها در اولین نوبت انتشار این وضعیت را داشته‌اند. ۲۳/۲ درصد زیر ۵ هزار و ۱۱ درصد بالاتر از ۱۰ هزار نسخه تیراژ دارند.



### ۸. قیمت

قیمت آثار بررسی شده بین ۲۸۰ تومان تا ۱۹۵۰۰ تومان متغیر بوده است، در این میان ۵۰ درصد زیر ۱۷۰۰ تومان و ۵۰ درصد بالای ۱۷۰۰ تومان قیمت داشته‌اند.

### ۹. نام قهرمان

نام قهرمان غیرمستقیم، نشان دهنده منزلت اجتماعی و ویژگی فرهنگی شخصیت‌ها و به‌خصوص ذهنیات نویسندگان است، در یکصد رمان مورد بررسی، نام شخصیت‌های زن به قرار زیر بوده است:

### جدول ۳۴

اسامی قهرمانان زن در رمان‌های بررسی شده

عربی	فارسی		عربی / اسلامی	غیره
	مهناز	فروغ		
محبوبه	مهناز	فروغ	زهرا	سالومه
سعیده	گیتی	مینا		نادیا
خاطره	ساده	نازنین		کلاریس
هدیه	هنگامه	مهسا		آیناز
شراره	پریچهر	مژگان		
رعنا	مینو	پروانه		
صبا	مهین	کتایون		
نادره	پریا	ماهنوش		
فاطمی	فرانک	پری‌زاد		
الیه	شاه‌پری	صنوبر		
نصرت	پری	عسل		
ثریا	نیکا	مژده		
لعیا	زری	گیسو		
فاطمی	ستاره	پرواز		
	کیمیا	سی‌تا		
	لاله	میترا		
	دریا	هما		
۱۴	۳۹		۱	۴

و اسامی قهرمانان مرد به قرار زیر بوده است:

جدول ۳۵  
اسامی قهرمانان مرد در رمان‌های بررسی شده

عربی	فارسی	عربی/اسلامی	غیره
احسان	بیژن	علی	یاشار
احد	مانی	مهدی	
رحیم	آریانا	قاسم	
مجید	پوریا	امیر	
سلیمان	کامیاب	رضا	
بشیر	فرهاد		
کریم	خسرو		
حبیب	آرمین		
	سامان		
	بهزاد		
	سینا		
	هومن		
	ایرج		
۸	۱۴	۵	۱

با نگاهی به توزیع و منشأ زبانی این اسامی، نخستین نکته‌ای که به ذهن می‌رسد آن است که انتخاب این اسامی تصادفی نبوده، چرا که توزیع این اسامی با توزیع آنها در سطح جامعه برابر نیست. به نظر می‌رسد نویسنده به‌طور عمد از انتخاب اسامی حاضر یا مشاهیر مذهبی خودداری نموده است و جالب‌تر اینکه فقط ۱۱ مورد از اسامی مردان و زنان در ۲ یا ۳ مورد از رمان‌ها تکرار شده است.

#### ۱۰. جنسیت قهرمان داستان

جنسیت قهرمان داستان در ۶۷ رمان زن و در ۳۳ رمان مرد بوده است.

### ۱۱. سن قهرمان در آغاز داستان

قهرمان در آغاز داستان در ۷۵ درصد موارد زیر ۲۵ سال سن دارد.

### ۱۲. سن قهرمان در آخر داستان

قهرمان در پایان داستان در ۷۵ درصد موارد زیر ۴۰ سال سن دارد.

### ۱۳. وضع تأهل قهرمان در ابتدا و انتهای داستان

در ابتدای داستان قهرمان در ۴۵ درصد موارد و در آخر داستان در ۲۷ درصد موارد مجرد است. نسبت متأهلین تغییر چندانی نکرده است. اما در ۱۴ درصد موارد قهرمان ازدواج دوم داشته است.

### ۱۴. وضع اشتغال قهرمان در ابتدای داستان

قهرمان‌های داستان در ۵۵ درصد موارد شاغل و بقیه یعنی ۴۵ درصد، دانشجو، خانه‌دار یا بی‌کار بوده‌اند.

### ۱۵. نوع شغل قهرمان در آغاز داستان

۳۲ درصد کارمند عالی رتبه یا عادی، ۱۴ درصد کارکن مستقل یا کارگر و ۸ درصد در مشاغل فرهنگی، هنری مشغول به کار بوده‌اند.

### ۱۶. راوی داستان

روای داستان در ۴۸ درصد موارد سوم شخص بوده است، در ۳۹ درصد موارد خود قهرمان و در ۱۳ درصد موارد سوم شخص و قهرمان داستان.

### ۱۷. موضوع داستان

موضوع داستان در ۶۲ درصد موارد عشق یا موضوعات عاشقانه است و در ۲۳ درصد موارد نیز عشق با موضوعی مثل خرافات، عرفان، مبارزه، انتقام، جنایت، مسائل خانوادگی همراه است. به عبارت دیگر در ۸۵ درصد موارد صرفاً موضوع عشق است. اگر موضوع‌های دیگری را

که مربوط به ازدواج و یا ناکامی در ازدواج، مسائل خانوادگی و زندگی است، به آن اضافه کنیم این عدد به ۹۵ درصد خواهد رسید. به عبارت دیگر تنها ۵ مورد از ۱۰۰ مورد رمان‌های عامه‌پسند پرفروش ایرانی، موضوعی غیر از مسائل عشقی و خانوادگی دارند.

### ۱۸. جنس راوی

راوی در ۵۰ درصد موارد نامشخص است، اما در ۵۰ درصدی که جنس راوی مشخص است، قهرمان در ۳۶ درصد موارد زن و در ۱۴ درصد موارد مرد است.

### ۱۹. زمان تقریبی وقوع داستان

زمان تقریبی وقوع داستان در ۳۰ درصد به پیش از انقلاب مربوط است و بعد از جنگ و زمان حاضر. این موضوع با طبیعت و حوادث و موضوع‌هایی که در داستان‌ها بدان‌ها پرداخته شده است، قابل توجیه است.

### ۲۰. عرصه اجتماعی وقوع داستان

عرصه اجتماعی وقوع داستان، به‌طور عمده یا عرصه خصوصی (خانواده) است (۳۸ درصد)، یا خصوصی و حکومتی (۴۷ درصد). به عبارت دیگر داستان در ۴۷ درصد موارد در دو فضای کاملاً خصوصی و کاملاً رسمی مثل محل کار، مدرسه، دانشگاه .... در جریان است و طبیعی است که منطبق با حجم فضای عمومی در جامعه ایران سهم فضاهای عمومی وقوع داستان بسیار اندک است (۲ درصد). و حتی در فضاهای ترکیبی نیز که داستان در عرصه‌های عمومی - حکومتی یا عمومی - خصوصی یا ترکیب خصوصی - عمومی - حکومتی می‌گذرد، باز هم سهم فضاهای عمومی ناچیز است.

### ۲۱. نقطه اوج داستان

نقطه اوج داستان به‌طور عمده یا حادثه است (۳۵ درصد) یا مراحل‌گذار در زندگی (تولد، ازدواج، مرگ (۲۲ درصد)، یا بروز انحراف یا ناهنجاری (۲۱ درصد). یا حادثه‌ای تراژیک (۹ درصد) و سایر موارد مثل بروز رفتار غیرمتعارف (۴ درصد)، وارد شدن به فضای اجتماعی - سیاسی

متفاوت (۳درصد)، از دست رفتن شبکه مناسبات اجتماعی (۵درصد). بنابراین نقطه اوج داستان‌های عامه‌پسند مورد بررسی را می‌توان بروز حادثه تلقی کرد.

#### ۲۲. مهم‌ترین نوع رابطه اجتماعی بین پرسوناژها

مهم‌ترین نوع رابطه، رابطه عاشقانه (۴۹درصد)، حمایتی و سرپرستی (۲۳درصد)، عاشقانه و زناشویی (۱۱درصد)، اقتصادی - سیاسی (۸درصد)، زناشویی (۶درصد) بوده است. البته روابط عاشقانه گاهی با روابط خصمانه، حسادت‌آمیز، انتقام جویانه، دوستانه، اقتصادی، زناشویی، عاطفی و سیاسی ترکیب شده است.

#### ۲۳. موضوع مهم‌ترین تعارض بین پرسوناژهای داستان

اگر بتوان تعارض را با نوع منافعی که موضوع تعارض قرار می‌گیرد، طبقه‌بندی نمود پس چهار نوع تعارض بر سر منافع اقتصادی، سیاسی - منزلتی، اجتماعی و فرهنگی وجود خواهد داشت. در رمان‌های مورد بررسی، اغلب تعارض‌ها بر سر منافع فیزیولوژیک و اجتماعی مثل معشوقه، حق زندگی، داشتن خانواده و نظایر این بوده است. پس از آن، منافع فرهنگی (۱۷درصد)، منافع اقتصادی (۱۲درصد) و منافع سیاسی و منزلتی (۷درصد) قرار داشته‌اند.

#### ۲۴. طرفین تعارض

در ۵۹ درصد موارد، فرد (قهرمان) با فرد دیگر خواه همجنس و خواه از جنسی دیگر در تعارض بوده است و در ۳۷ درصد موارد فرد با خود یا با دیگر اعضای خانواده و جامعه درگیر بوده است.

#### ۲۵. مهم‌ترین مشکل در زندگی قهرمان داستان

اگر مشکلات را به چهار بخش اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی دسته‌بندی کنیم. توزیع مشکلات در رمان‌های مورد بررسی به این صورت بوده که در ۷۷ درصد موارد نوع مشکل، اجتماعی و در ۱۰ درصد موارد سیاسی و اقتصادی بوده است. اما اگر بخواهیم به شکلی جزئی‌تر، این مشکلات را در بعد اجتماعی طرح کنیم توزیع مشکلات به صورت زیر خواهد بود:

ناکامی در مناسبات بین دو جنس  
کشمکش میان حس وابستگی به مادر  
مشکل خانوادگی  
ازدواج‌های ناکام و مکرر  
ازدواج اجباری  
انتخاب اشتباه  
ناکامی در عشق  
از دست دادن خانواده  
تنهایی و بی‌کسی  
داشتن عشق ممنوع  
مشکل خانوادگی و درگیری عاطفی  
بیماری و خیانت به همسر  
طلاق و ناکامی در ازدواج  
گم کردن خانواده  
بی‌سرپرستی و یتیمی  
عدم امنیت خانواده  
مرگ همسر  
عشق کورکورانه  
و سایر مشکلات (اقتصادی، سیاسی، فرهنگی) به قرار زیرند:  
فقر  
اختلاف طبقاتی و فرهنگی  
بیماری  
کینه توزی

تجمل پرستی

تعلیق میان رویا و واقعیت

مال اندوزی

اعتیاد و قاچاق

تحمل سختی در زندگی

### ۲۶. وجود نشانه‌های فردگرایی

براساس تعریف در این تحقیق، فردگرایی عبارت از آن است که فرد منافع فردی خود را بر مصالح جمعی (خانواده، سازمان، جامعه، فرهنگ و...) ترجیح دهد. در ۹۱ درصد از داستان‌های مورد بررسی فرد از خود نشانه‌های فردگرایی بروز داده است. این موضوع به‌طور مسلم در یک جامعه کاملاً سستی غیر ممکن است. اما بروز این میزان از فردگرایی در جامعه‌ای که سنت هنوز در آن قوی است، مسلماً به بروز تنش‌ها، ناملایمات زندگی، انحرافات و آسیب‌های اجتماعی، طرد و انزوا و مانند اینها منجر خواهد شد.

### ۲۷. هنجارهای خانوادگی نقض شده

از آنجا که عمده‌ترین موضوع در رمان‌های مورد بررسی خانوادگی، زناشویی، ازدواج و... مربوط به مناسبات عاشقانه پیش از ازدواج است. به‌طور طبیعی عمده‌ترین هنجارهای نقض شده نیز در خانواده اتفاق افتاده‌اند:

در ۸۳ رمان از ۱۰۰ رمان به نوعی هنجارهای خانوادگی نقض شده‌اند. به ترتیب، عمده‌ترین این هنجارهای نقض شده به قرار زیرند:

- |                             |        |
|-----------------------------|--------|
| ۱. طرد شدن از خانواده       | ۸ مورد |
| ۲. طلاق                     | ۸ مورد |
| ۳. ناهمسان همسری طبقاتی     | ۸ مورد |
| ۴. روابط جنسی قبل از ازدواج | ۴ مورد |

۵. ناهمساز همسری سنی ۴ مورد
۶. ازدواج مکرر ۲ مورد
۷. ناسازگاری زناشویی ۲ مورد
۸. خیانت به همسر ۲ مورد
۹. تجاوز جنسی یا قصد تجاوز جنسی ۲ مورد
۱۰. ترکیبی ازدو یا چند مورد بالا ۴۶ مورد

### ۲۸. آسیب‌های اجتماعی و انحراف‌ها

در ۵۵ مورد از ۱۰۰ مورد رمان مورد بررسی، به نوعی آسیب و انحراف‌های اجتماعی روی داده است.

عمده‌ترین این انحراف و آسیب‌ها به قرار زیرند:

۱. قتل و سوء قصد ۷ مورد
۲. خودکشی ۶ مورد
۳. قاچاق مواد مخدر و عتیقه ۳ مورد
۴. اخاذی، جعل سند، کلاهبرداری ۳ مورد
۵. بیماری‌های روانی و تبعات آن ۴ مورد
۶. اعتیاد ۲ مورد
۷. سرقت ۱ مورد
۸. فروختن کودک ۱ مورد
۹. ترکیبی از دو یا چند ناهنجاری بالا ۲۸ مورد

### ۲۹. ناهنجاری‌های اجتماعی

مراد از ناهنجاری‌های اجتماعی تخطی از هنجارها و ارزش‌های اجتماعی است به نحوی که قانون در مورد آن قائل به مجازات نشده است، اما در عرف جامعه نامطلوب به‌شمار می‌آید.



در ۱۴ مورد از ۱۰۰ رمان، نشانه‌هایی از این نوع ناهنجاری به چشم می‌خورد از جمله مهاجرت اجباری، خیانت در دوستی، گدایی، مزاحمت خیابانی، لابلالی‌گری، رفت و آمد غیر متعارف با جنس مخالف.

### ۳۰. ناهنجاری‌های سیاسی و فرهنگی

تنها در ۶ مورد از ۱۰۰ رمان مورد بررسی، نوعی از هنجارهای سیاسی مثل مبارزه یا اعتراض سیاسی به چشم می‌خورد. ناهنجاری‌های فرهنگی به‌طور عمده مربوط به بروز اختلالات هنجاری در نظام عمومی فرهنگ است. از جمله این ناهنجاری‌ها، ۲۵ مورد در رمان‌های مورد بررسی به چشم می‌خورد. انجام رفتارهایی که نشان دهنده بروز مشکل در هویت فرد است، از جمله هویت فرهنگی (غرب زدگی)، هویت جنسی، (مردان زن‌نما، زنان مردنما)، خرافه‌پرستی، ارتباط آزاد دختر و پسر و ...

### ۳۱. وجود نشانه‌های تنهایی یا از خود بیگانگی

در ۱۴ رمان از ۱۰۰ رمان، نشانه‌های تنهایی یا از خودبیگانگی به‌طور مشهود به چشم می‌خورد.

### ۳۲. سرانجام داستان و پیام نویسنده

رمان‌های عامه‌پسند مورد بررسی غالباً با پایان خوش همراه‌اند. در ۵۰ مورد از ۱۰۰ رمان مورد بررسی، رمان با ازدواج و رسیدن زن و مرد به همدیگر به پایان می‌رسد. در ۲۸ مورد دیگر، مرگ پایان دهنده داستان است و بقیه موارد یعنی ۲۲ مورد سرانجام داستان تحول فکری، بهبودی و پیدا کردن سلامت، مجازات قانونی، رهیدن از خطر، فداکاری، تنهایی، پیروزی در انقلاب، پیدا کردن هویت است.

پیام اصلی نویسنده را می‌توان در عبارت‌های زیر خلاصه کرد:

۱. توجه به زیبایی باطنی و نه ظاهری
۲. تلاش برای فائق شدن بر مشکلات زندگی بر پایه ایمان به عشق
۳. بیهودگی عشق

۴. توجه به فرهنگ ملی
۵. ازدواج به‌عنوان راه حل
۶. پرهیز از خود بزرگ‌بینی
۷. پایداری در عشق
۸. پرهیز از خرافات
۹. توجه به کودکان بی‌سرپرست
۱۰. پاکی و خلوص باعث نجات از تجمل پرستی می‌شود.
۱۱. ایمان باعث تهذیب روح و استفاده از قدرت الهی می‌شود.
۱۲. تقدیر و تعیین‌کنندگی آن
۱۳. پرهیز از توقع بیجا
۱۴. ناسازگاری خانواده باعث تباهی زندگی است.
۱۵. تجمل پرستی مایه تباهی است.
۱۶. توجه به خطرهایی که در جامعه، دختران را تهدید می‌کند.
۱۷. بخشش و نوع دوستی سعادت به ارمغان می‌آورد.
۱۸. عشق کورکورانه باعث رفتن به راه خلاف است.
۱۹. اختلاف طبقاتی زن و شوهر، اگر عشق نباشد مشکل‌زاست.
۲۰. پرهیز از غرق شدن در ظواهر دنیوی
۲۱. توجه به تظاهر به خوبی در انسان‌های پلید و متظاهر
۲۲. زندگی عرصه کنش و واکنش است.
۲۳. زندگی گاهی به رؤیا شباهت دارد.
۲۴. کسانی که در تماس با سختی‌ها و مشکلات مردم هستند، این مشکلات را بهتر می‌فهمند.
۲۵. زنان می‌توانند توانمندی‌های خود را ثابت کنند.
۲۶. عشق پاک مرز ندارد.

۲۷. جدایی انسان از هویت واقعی‌اش باعث تغییر در زندگی می‌شود.
۲۸. برخی قربانی پلیدی‌ها می‌شوند.
۲۹. بی‌توجهی به حریم زندگی زناشویی باعث تنهایی است.
۳۰. خودخواهی و سهل‌انگاری عامل تغییرات بزرگ در زندگی است.
۳۱. انسان‌های زیادی قربانی اشتباهات دیگران می‌شوند.
۳۳. سنت‌های غلط، باعث ناکامی در زندگی جوانان می‌شود.
۳۴. مشکلات زندگی باعث نزدیک شدن انسان‌ها به یکدیگر می‌شود.
۳۵. استفاده از تجارب دیگران کمک به زندگی است.
۳۶. زمین و حیات در خطر است.
۳۷. مقابله با ستمگری، رسیدن به عدالت و آزادی است.
۳۸. منشأ بسیاری از آسیب‌های اجتماعی ناآگاهی در امر ازدواج است.
۳۹. انسان‌های طبقات پایین توسط انسان‌های طمع‌کار و تازه به دوران رسیده تحقیر می‌شوند.
۴۰. ناآگاهی و فقر باعث چالش‌های زندگی است.
۴۱. از زن باید حمایت کرد.
۴۲. ارزش انسان‌ها به اعتبار تلاش و کوشش آنهاست و نه طبقه اجتماعی آنها
۴۳. پای‌بندی به ارزش‌های والای انسانی باعث سعادت و خوشبختی است.
۴۴. جاه‌طلبی باعث زیرپا گذاشتن ارزش‌های اخلاقی می‌شود.
۴۵. اعتماد و اطمینان در زندگی زناشویی باعث پایداری پایه‌های زندگی می‌شود.
۴۶. سرسختی در برابر فاصله طبقاتی در ازدواج موجب ناکامی جوانان و مشکلات عدیده می‌شود.
۴۷. غرور اشرافی و طمعکاری بی‌جواب نمی‌ماند و کسانی که تحقیر شده‌اند حق خود را می‌گیرند.
۴۸. مخالفت و تعصب والدین در ازدواج باعث ایجاد مشکلات و ناکامی در زندگی می‌شود.

۴۹. در طول تاریخ، زنان فرزانه از حقوق هم‌نوعان خود دفاع کرده‌اند.
۵۰. فقر فرهنگی موجب ازدواج‌های مکرر و بی‌حاصل می‌شود.
۵۱. تن دادن به گناه باعث تباهی است.
۵۲. حسادت موجب بروز آسیب‌های اجتماعی می‌شود.
۵۳. فقر و توقعات بالا باعث بروز معضلاتی در خانواده می‌شود.
۵۴. نداشتن حامی در خانواده و تصمیم‌های عجولانه موجب طلاق می‌شود.
۵۵. بی‌توجهی به لزوم شناخت پیش از ازدواج و آشنایی نادرست قبل از ازدواج باعث سستی پایه‌های زندگی می‌شود.
۵۶. بازگشت از خطا موجب نجات است.
۵۷. سرنوشت دست خود انسان است.
۵۸. عاقبت خیانت کاران مرگ و عاقبت نیکوکاران خوشبختی است.
۵۹. ریشه بسیاری از آسیب‌های روانی در خانواده است.
- پیام‌های بالا اغلب در پاسخ به مشکلات خانواده، فلسفه زندگی، زنان، جوانان، فقر و اختلاف طبقاتی ازدواج مطرح شده‌اند و به نوعی منعکس‌کننده معرفت عامیانه و انتقال آن به نسل جوان است.

### مقایسهٔ رمان‌های بررسی شده برحسب تاریخ انتشار (قبل و بعد از ۱۳۷۶)

تحولاتی که در گسترهٔ عرضهٔ کالاهای فرهنگی با انتخاب سید محمد خاتمی به مقام ریاست جمهوری افتاده است، در همهٔ عرصه‌ها، تقریباً اعجاب‌انگیز است. صرف‌نظر از آنکه این تحولات ریشه در شرایط اجتماعی و فرهنگی، و تغییرات ضروری آنها داشته است یا آنکه بر مسند نشستن شخصیت‌هایی یا رویکردهای متفاوت در این تحولات موثر بوده است؛ آنچه قابل ذکر است این است که تحول در ادبیات داستانی به‌خصوص عرصه ادبیات عامه‌پسند، تعداد نویسندگان، جنس نویسندگان، مضامین و بسیاری مشخصات دیگر، غیر قابل انکار است. در اینجا فقط به ذکر این تفاوت‌ها پرداخته می‌شود. (یادآوری می‌شود تفاوت‌ها حاصل مطالعه یکصد عنوان کتاب عامه‌پسند است).

### ۱. جنس نویسندگان در رمان‌های بررسی شده قبل و بعد از ۱۳۷۶

در یکصد عنوان عامه پسند، اگر چه تعداد نویسندگان زن پس از سال ۱۳۷۶ به ۴/۵ برابر رسیده است و تعداد نویسندگان مرد ۵ برابر شده است؛ اما تفاوت نسبت زنان و مردان نویسنده کتاب‌های رمان عامه پسند، معنادار نیست.

#### جدول ۳۶

جنس نویسندگان رمان‌های عامه پسند قبل و بعد از ۱۳۷۶

جمع	۱۳۷۶ - ۱۳۸۲	۱۳۷۰ - ۱۳۷۶	تاریخ جنس
۷۲	۵۹	۱۳	زن
۱۸	۱۵	۳	مرد
۹۰	۷۴	۱۶	جمع

### ۲. جنس قهرمان اصلی قبل و بعد از ۱۳۷۶

در ۲۹ رمان از ۹۰ رمان، قهرمان اصلی مرد و در ۶۱ رمان، زن است. نسبت قهرمانان زن از ۱۳ درصد قبل از ۱۳۷۶ به ۸۶/۹ درصد پس از آن رسیده است. به‌نحوی که از ۹۰ رمان، ۵۳ رمان متعلق به پس از سال ۱۳۷۶ است و قهرمان اصلی آن زن است.

#### جدول ۳۷

جنس قهرمانان در رمان‌های عامه پسند قبل و بعد از سال ۱۳۷۶

جمع	۱۳۷۶ - ۱۳۸۲	۱۳۷۰ - ۱۳۷۶	تاریخ جنس
۲۸	۲۱	۸	زن
۱۰۰	۷۳/۴	۲۷/۶	
۶۱	۵۳	۸	مرد
۱۰۰	۸۶/۹	۳۱/۱	
۹۰	۷۴	۱۶	جمع
۱۰۰	۸۲/۲	۱۷/۸	

### ۳. وضع اشتغال قهرمان داستان (در آغاز داستان) قبل و بعد از ۱۳۷۶

پس از سال ۱۳۷۶ قهرمانان داستان‌ها هویت اجتماعی متفاوتی می‌یابند. به نحوی که قهرمان داستان به‌عنوان دانشجوی، قبل از ۷۶ هیچ نمونه‌ای ندارد در حالی که به ۱۱ مورد از ۸۱ مورد پس از سال ۱۳۷۶ می‌رسد و زنان خانه‌دار نیز حضوری جدی‌تر در رمان می‌یابند، به شکلی که نسبت ایشان از ۱۴ درصد به ۲۶/۹ درصد از کل قهرمانان می‌رسد و به همین نسبت از شاغلان کاسته می‌شود.

#### جدول ۳۸

وضع اشتغال قهرمانان داستان در رمان‌های عامه پسند قبل و بعد از سال ۱۳۷۶

جمع		۱۳۸۲ - ۱۳۷۶		۱۳۷۶ - ۱۳۷۰		تاریخ انتشار
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	استقبال وضع قهرمان
۱۰۰ ۱۳/۶	۱۱	۱۰۰ ۱۶/۴	۱۱	۰ ۰	۰	دانشجو
۱۰۰ ۲۴/۴	۲۰	۹۰ ۲۶/۹	۱۸	۱۰ ۱۴/۳	۲	خانه دار
۱۰۰ ۱/۲	۴۹	۷۷/۶ ۶/۷	۳۸	۲۲/۴ ۸۷/۶	۱۱	شاغل
۱۰۰ ۱/۲	۱	۰ ۰	۰	۱۰۰ ۷/۱	۱	بیکار (جویای کار)
۱۰۰ ۱۰۰	۸۱	۲۸/۷ ۱۰۰	۶۷	۱۷/۳ ۱۰۰	۱۴	جمع

### ۴. جنس راوی داستان قبل و بعد از ۱۳۷۶

جنس راوی داستان در ۳۵ درصد موارد زن، در ۱۲ درصد از موارد، مرد و در ۴۶ درصد موارد، نامشخص است. نسبت این توزیع قبل و پس از ۱۳۷۶ تفاوت معنادار دارد. اما توجه به این نکته لازم است که تعداد راویان زن سه برابر راویان مرد پس از ۱۳۷۶ است در حالی که قبل از ۱۳۷۶ تقریباً دو برابر بوده است (۵ زن در مقابل ۳ مرد).

### جدول ۳۹

#### جنس راوی رمان‌های عامه پسند قبل و بعد از سال ۱۳۷۶

جنس راوی	۱۳۷۰ - ۱۳۷۶	۱۳۸۲ - ۱۳۷۶	جمع
مرد	۳	۹	۱۲
زن	۵	۲۷	۳۲
نامشخص	۸	۳۸	۴۶
جمع	۱۶	۷۴	۹۰

#### ۵. نشانه‌های فردگرایی قبل و بعد از ۱۳۷۶

پس از سال ۱۳۷۶ نشانه‌های فردگرایی (ترجیح منافع فردی بر منافع جمعی) به طرز بارزی به چشم می‌خورد. به نحوی که ۸۱/۹ درصد از رمان‌ها این مورد را نشان داده‌اند. اما در عین حال در رمان‌های سال‌های قبل از ۱۳۷۶ نیز این موضوع وجود داشته است، از آنجا که مقایسه بین ۷ و ۸۳ مورد صورت گرفته است تفاوت به لحاظ آماری معنادار نبوده است، اما آیا می‌توان نسبت ۸۱/۹ درصد را بی‌معنا تلقی کرد؟

#### ۶. هنجارهای خانوادگی نقض شده قبل و بعد از ۱۳۷۶

همان‌طور که اشاره شد اغلب رمان‌های مورد بررسی، بر موضوع خانواده متمرکز شده‌اند. بنابراین طبیعی است، مهم‌ترین نوع هنجارهای نقض شده نیز هنجارهای خانوادگی باشد. ناهنجاری‌ها یا هنجارآفرینی‌هایی مانند عشق قبل از ازدواج، روابط جنسی قبل از ازدواج، خیانت به همسر یا نامزد، طلاق، سقط جنین، اختلاف با خانواده همسر، ناهمسازی زوجین از نظر سن، ازدواج مکرر، ناسازگاری زناشویی، قصد تجاوز در رمان‌های پس از ۱۳۷۶ نسبتی بالاتر از قبل از آن تاریخ دارند.

ناگفته پیداست موضوع فوق انعکاس بخشی از واقعیت‌های عینی جامعه ایران است.

#### ۷. آسیب‌های اجتماعی و انحراف قبل و بعد از ۱۳۷۶

آسیب‌ها و انحرافات که در مقایسه با قبل از ۱۳۷۶ افزایش یافته‌اند عبارت‌اند از: اعتیاد، سرقت، دزدی کودک، قاچاق عتیقه، قاچاق مواد مخدر، جعل اسناد، اخاذی، کلاهبرداری و ترکیب آنها، و

آسیب‌ها و انحرافات‌ی که در مقایسه با ۱۳۷۶ در رمان‌ها کاهش یافته عبارت‌اند از: قتل، خودکشی، بیماری‌های روانی.

#### ۸. ناهنجاری‌های اجتماعی قبل و بعد از ۱۳۷۶

در رمان‌های مورد بررسی ناهنجاری‌های اجتماعی از جمله مهاجرت اجباری یا پناهندگی، رفت و آمدهای غیر متعارف با جنس مخالف، مزاحمت خیابانی در مقایسه با قبل از سال ۱۳۷۶ افزایش یافته‌اند.

#### ۹. موضوع داستان قبل و بعد از ۱۳۷۶

موضوع اغلب رمان‌های مورد بررسی خانوادگی و عشقی بوده است به نحوی که در این دو رده ۸۴ رمان از (۹۰ رمان) قرار گرفته‌اند. نسبت رمان‌های خانوادگی از ۵۰ درصد به ۷۸/۴ درصد رسیده است.

#### جدول ۴۰

موضوع رمان‌های عامه‌پسند قبل و بعد از سال ۱۳۷۶

جمع	۱۳۷۶ - ۱۳۸۲		۱۳۷۰ - ۱۳۷۶		تاریخ اولین انتشار موضوع داستان
	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۱۸	۱۴/۹	۱۱	۴۳/۸	۷	عشقی
۶۶	۷۸/۴	۵۸	۵۰/۰	۸	خانوادگی
۲	۲/۷	۲	۰	۰	جنایی
۴	۱/۴	۳	۶/۳	۱	سایر موارد
۹۰	۸۲/۲	۷۴	۱۷/۸	۱۶	جمع

#### ۱۰. ناهنجاری‌های سیاسی قبل و بعد از ۱۳۷۶

تمایل به انجام ناهنجاری‌های سیاسی (مبارزه یا اعتراض)، پس از سال ۱۳۷۶ پنج برابر قبل از آن است. متغیرهای تعداد صفحه، تعداد تیراژ، سن قهرمان در آغاز داستان، قبل و بعد از سال ۱۳۷۶ تفاوت قابل ملاحظه‌ای نشان نمی‌دهند، اما قیمت کتاب‌ها به تدریج از ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۲ افزایش یافته است، البته قیمت تابعی از تعداد صفحه و نرخ تورم است و تغییرات ایجاد شده ترتیبی منطقی دارد.



## ۱۱. طرفین تعارض قبل و بعد از ۱۳۷۶

فرد یا با خود، دیگران یا جامعه درگیر است، یا با فردی از جنس مخالف. اگرچه تفاوت معنادار آماری بین طرفین تعارض قبل و بعد از سال ۱۳۷۶ وجود ندارد اما ۴۴ عنوان از ۸۹ عنوان اثری که در این جدول مورد بررسی قرار گرفته‌اند، در ردیف رمان‌های بعد از سال ۱۳۷۶ که دو طرف تعارض در آن، «فرد با فردی از جنس مخالف» است جالب توجه است.

## ۱۲. مهم‌ترین مشکل در زندگی قهرمان داستان قبل و بعد از سال ۱۳۷۶

توزیع مشکلات اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی برای قهرمانان داستان‌های مورد بررسی قبل و بعد از سال ۱۳۷۶ تفاوت چندانی ندارد. اما در ۷۰ مورد از ۸۹ مورد رمان بررسی شده، مشکل از نوع اجتماعی و شامل مشکلات خانوادگی و عشقی است.

## جدول ۴۱

مهم‌ترین مشکل قهرمان در رمان‌های عامه پسند قبل و بعد از سال ۱۳۷۶

جمع		۱۳۷۶ - ۱۳۸۲		۱۳۷۰ - ۱۳۷۶		تاریخ انتشار نوع مشکل
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۴/۵	۴	۴/۱	۳	۶/۲	۱	اقتصادی
۷۸/۷	۷۰	۷۸/۱	۵۷	۸۱/۳	۱۳	اجتماعی
۵/۶	۵	۵/۵	۴	۶/۳	۱	سیاسی
۱۱/۲	۱۰	۱۲/۲	۹	۶/۳	۱	فرهنگی
۱۰۰	۸۹	۱۰۰	۷۳	۱۰۰	۱۶	جمع

## ۱۳. نقطه اوج داستان در رمان‌های قبل و بعد از ۱۳۷۶

نقاط اوج داستان‌ها، تراژیک، حادثه‌ای، ارتکاب ناهنجاری، از دست رفتن سلامت اخلاقی، مناسک گذار در زندگی و وارد شدن به فضای اجتماعی - سیاسی متعارف بوده است. نسبت رمان‌های دو دوره قبل و بعد از سال ۱۳۷۶ تفاوت چندانی نشان نمی‌دهد. اما پیدایش حوادث تراژیک در داستان‌ها و از دست رفتن سلامت اخلاقی پس از سال ۱۳۷۶، عمده‌ترین تفاوت نقاط اوج قبل و بعد از سال ۱۳۷۶ است.

### جدول ۴۲

نقطه اوج داستان در رمان‌های عامه پسند قبل و بعد از سال ۱۳۷۶

جمع	۱۳۷۶ - ۱۳۸۲	۱۳۷۰ - ۱۳۷۶	سال انتشار
			نقطه اوج
۷	۷	۰	تراژدیک
۳۴	۲۸	۶	حادثه
۱۰	۸	۲	ارتکاب ناهنجاری
۱۰	۹	۱	از دست دادن سلامت اخلاقی
۱۸	۱۳	۵	مناسک گذار
۱۱	۹	۲	وارد شدن به فضای اجتماعی - سیاسی
۹۰	۷۴	۱۶	جمع

#### ۱۴. مهم‌ترین نوع رابطه در رمان‌های قبل و بعد از سال ۱۳۷۶

«مهم‌ترین نوع رابطه بین شخصیت‌های داستان» قبل و بعد از سال ۱۳۷۶ تفاوت معنادار ندارد اما با توجه به توزیع انواع روابط به تفکیک متغیر تاریخ انتشار، مشخص می‌شود که روابط عاشقانه و روابط عاشقانه - زناشویی افزایش محسوسی یافته است، درمقابل روابط حمایتی، سرپرستی و اقتصادی - سیاسی کاهش یافته است.

### جدول ۴۳

مهم‌ترین نوع رابطه بین قهرمان و شخصیت‌های اصلی رمان‌های عامه پسند قبل و بعد از سال ۱۳۷۶

جمع	۱۳۷۶ - ۱۳۸۲	۱۳۷۰ - ۱۳۷۶	تاریخ انتشار
			مهم‌ترین نوع رابطه
۴۴	۳۷	۷	عاشقانه
۷	۵	۲	اقتصادی - سیاسی
۶	۵	۱	زناشویی
۲۱	۱۶	۵	حمایتی - سرپرستی
۱۲	۱۱	۱	عاشقانه و زناشویی
۹۰	۷۴	۱۶	جمع

### ۱۵. موضوع مهم‌ترین تعارض در رمان‌های پرفروش پیش و پس از ۱۳۷۶

عمده‌ترین تعارض در منافع فیزیولوژیک، عاطفی و اجتماعی روی داده است. به عبارت دیگر عمده‌ترین منافی که دوطرف تعارض برای به دست آوردن آن مبارزه می‌کند، منافع فیزیولوژیک بر طرف کننده نیازهای جنسی است ۵۸ مورد از ۹ مورد رمان‌های بررسی شده دارای این مشخصه است.

#### جدول ۴۴

مهم‌ترین نوع تعارض بین قهرمان و سایر شخصیت‌های رمان‌های عامه‌پسند  
قبل و بعد از سال ۱۳۷۶

جمع	۱۳۷۶ - ۱۳۸۲	۱۳۷۰ - ۱۳۷۶	تاریخ انتشار
			مهم‌ترین تعارض
۱۱	۱۱	۰	منافع اقتصادی
۶	۵	۱	منافع سیاسی - منزلتی
۸۵	۴۵	۱۳	منافع فیزیولوژیک و اجتماعی
۱۵	۱۳	۲	منافع فرهنگی
۹۰	۷۴	۱۶	جمع

### ۱۶. زمان تقریبی وقوع داستان در رمان‌های پرفروش قبل و بعد از سال ۱۳۷۶

موقعیت زمانی وقوع داستان بر موضوع انتخاب شده و بسیاری دیگر از عناصر داستان مؤثر است. انتخاب زمان از سوی نویسندگان رمان‌های بررسی شده قبل و بعد از سال ۱۳۷۶ متفاوت بوده است؛ به نحوی که انتخاب زمان‌های وقوع «پیش از انقلاب» و «دوران جنگ» در کتاب‌های بعد از سال ۱۳۷۶ کاهش یافته است، اما زمان‌های «پس از انقلاب»، «بعد از جنگ» و «زمان حاضر»، قبل و بعد از انقلاب افزایش قابل توجهی یافته است.

#### جدول ۴۵

زمان تقریبی وقوع داستان در رمان‌های عامه‌پسند قبل و بعد از سال ۱۳۷۶

جمع		۱۳۷۶ - ۱۳۸۲		۱۳۷۰ - ۱۳۷۶		تاریخ انتشار
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۲۹/۸	۲۵	۲۲/۵	۱۶	۶۹/۲	۹	پیش از انقلاب
۲۲/۶	۱۹	۲۳/۹	۱۷	۱۵/۴	۲	پس از انقلاب

### ادامهٔ جدول ۴۵

زمان تقریبی وقوع داستان در رمان‌های عامه‌پسند قبل و بعد از سال ۱۳۷۶

جمع		۱۳۷۶ - ۱۳۸۲		۱۳۷۰ - ۱۳۷۶		تاریخ انتشار
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	زمان تقریبی وقوع داستان
۳۱/۰	۲۶	۳۶/۶	۲۶	۰	۰	بعد از جنگ و زمان حاضر
۱۳/۱	۱۱	۱۴/۱	۱۰	۷/۷	۱	قبل و بعد از انقلاب
۳/۶	۳	۲/۸	۲	۷/۷	۱	دوران جنگ
۱۰۰	۸۴	۸۴/۵	۷۱	۱۰۰	۱۳	جمع

### ۱۷. عرصهٔ اجتماعی وقوع داستان در رمان‌های پرفروش قبل و بعد از سال ۱۳۷۶

عرصه‌های زندگی اجتماعی به سه عرصهٔ خصوصی، عمومی و حکومتی قابل تقسیم است. در دولت‌های رانتیر که حکومت قادر و مسلط بر همه ارکان زندگی است، عرصهٔ عمومی بسیار نحیف و شکننده است. در داستان‌های مورد بررسی، این موضوع به‌خوبی آشکار است که داستان‌ها اغلب در عرصه‌های خصوصی یا حکومتی یا ترکیبی از آن دو اتفاق افتاده است. نکتهٔ جالب توجه آن است که نسبت داستان‌هایی که در عرصهٔ عمومی به وقوع می‌پیوندند پس از سال ۱۳۷۶ تفاوت جدی نمی‌یابد. علت این موضوع آن است که در عمل برای شخصیت‌های داستان‌های عامه‌پسند، عرصه‌های حداقل ایجاد شده در فضای عمومی و همچنین برای نویسندگان این رمان‌ها اهمیت چندانی نداشته است.

### جدول ۴۶

عرصهٔ اجتماعی وقوع داستان در رمان‌های عامه‌پسند قبل و بعد از سال ۱۳۷۶

جمع	۱۳۷۶ - ۱۳۸۲	۱۳۷۰ - ۱۳۷۶	تاریخ انتشار
			عرصهٔ اجتماعی وقوع داستان
۳۳	۲۸	۵	خصوصی
۱	۱	۰	عمومی
۴۴	۳۳	۱۱	خصوصی و حکومتی
۲	۲	۰	خصوصی و عمومی
۱۰	۱۰	۰	خصوصی، عمومی و حکومتی
۹۰	۷۴	۱۶	جمع



**فصل چهارم**  
**نتیجه‌گیری و پیشنهادها**



## نتیجه گیری

تغییرات سریع جامعه ایران، همان‌طور که از نظر ساختاری به علت رشد و گسترش ناهمخوان و ناهمگون بخش‌ها و نهادهای اجتماعی دچار نوعی عدم توازن و تناسب شده است، به لحاظ فرهنگی نیز، همجواری و ناهمخوانی، و عدم تناسب عناصر فرهنگی، به خصوص عناصر ارتباطی و انتقال دهنده فرهنگ با محتوا و نیازهای فرهنگی، موجبات پدید آمدن نوعی «اختلال فرهنگی» را فراهم ساخته است.

ادبیات به‌عنوان محملی که عناصر فرهنگی ارزش‌ها، نهادها، هنجارها، رویه‌ها، حکمت‌ها، دانش و فرهنگ عامه و زیبا شناسی، به وسیله آن انتقال می‌یابند در یک جامعه از ضروریات کارکردی به‌شمار می‌آید.

در خلال فرایند مدرنیزاسیون در کشور ما، تولید و جایگاه ادبیات دچار تحول شده است. این تحول ضمن آنکه دغدغه امروزی بودن را یدک می‌کشیده است، از بنیان‌های فرهنگی نبریده و در عین حال جایگاه کارکردی خود را نیز نیافته است. علت این وضعیت را باید در ناهمخوانی عناصر سه‌گانه شبکه مبادله ادبی یعنی نویسنده، ناشر و مردم جست‌وجو کرد. مدرن شدن ادبیات، صرف‌نظر از آنکه تا چه اندازه با ضروریات جامعه ما تناسب دارد، خود مجموعه‌ای



از اقتضائات را به همراه می‌آورد. شاید مهم‌ترین تغییراتی که بتوان در عرصه ادبیات مدرن جست‌وجو کرد، تغییری است که در نقش مخاطب روی داده است. مخاطب دنیای مدرن، پذیرای محض آثار ادبی به‌عنوان تولیدات انسان‌های فرهیخته نیست. به‌عبارت دیگر ادبیات به صرف آنکه محصول جریانات روشنفکری یا فرهیختگان یک جامعه است، خوانده نمی‌شود. انسان در جامعه مدرن، ادبیات را مثل همه انواع محصولات فرهنگی «مصرف» می‌کند.

در مفهوم «مصرف ادبی» این واقعیت نهفته است که «کالاهای ادبی» از سوی مصرف‌کننده و پیش از آن با نظر ناشر انتخاب می‌شود. معنای این انتخاب آن نیست که انسان مدرن به‌عنوان یک فرهیخته آگاه از میان تولیدات انبوه آثار ادبی دست به‌گزینش می‌زند، ذوق و قریحه این انسان تابعی است از آنچه به او آموخته شده یا به او تلقین شده است.

در ارتباط بین نویسنده و خواننده، عاملی به ایفای نقش می‌پردازد که در عصر ماقبل مدرن وجود خارجی نداشت. آن عامل دخالت سازمان یافته نهادهای فرهنگی تحت نظارت منابع قدرت در امور فرهنگی است. این دخالت سازمان یافته که تأمین‌کننده هژمونی است به نوعی نیازهای جامعه مدرن را پاسخ می‌دهد. برای انسان خسته از قفس آهنین (به تعبیر ماکس وبر) فراغت رهاننده‌ای می‌آفریند که چندان با تعقل و تخیل ارتباط ندارد، بلکه فقط درمانی موقت برای خستگی است. چنان که صاحب‌نظران مکتب فرانکفورت نظیر مارکوزه و آدورنو معتقدند این تولید فرهنگی فرآورده‌ای است که نام «صنعت فرهنگ» به خود گرفته است.

پیدایش داستان و رمان ایرانی با تأخیری نسبتاً زیاد نسبت به غرب، در دوران مشروطه آغاز می‌شود:

«... سابقه رمان نویسی به شیوه اروپایی از یک قرن بیشتر نیست. در واقع، این گونه جدید ادبی پس از تحولات اجتماعی، که به جنس مشروطه می‌انجامد، و رخنه فرهنگ غرب در صحنه ادبیات ایران پدیدار می‌شود...» (میرعابدینی، ۱۳۶۹: ۱۹).

همراه و نه‌شانه به‌شانه، گاه پیشاپیش و گاه در پس تغییرات اقتصادی - اجتماعی در ایران، ادبیات جایگاه متفاوتی می‌یابد و سبک‌های مختلف را تجربه می‌کند. اما هیچ‌گاه به‌عنوان یک

محصول، محصول تمام عیار فرایند توسعه درون‌زای جامعه ایران نبوده است. فراز و نشیب ادبیات داستانی ایران، غیر از تأثیری که از شرایط اجتماعی ایران گرفته است، از اوضاع و احوال سیاسی ایران نیز متأثر بوده است. در عصر مشروطه، ادبیات ایران با زبانی انتقادی، اوضاع سیاسی را به نقد می‌کشد و در یک کلام ناقد استبداد است. اما با قدرت گرفتن دولت مرکزی و پیچیده‌تر شدن سازمان‌های امنیتی در ایران و نظارت هرچه بیشتر بر ادبیات و انتشار آن، ادبیات زبانی متفاوت از قبل و متفاوت با زبان رمان مدرن می‌یابد.

رمان مدرن در اروپا (غیر از شوروی پس از انقلاب اکتبر) کمتر دغدغه مبارزه سیاسی داشته است؛ اگرچه سیاست هرگز از ادبیات و به‌خصوص رمان، زدودنی نیست. به بیان دیگر معنای سیاست در رمان اروپایی، با معنای آن در رمان و داستان ایرانی متفاوت است. در ایران تمامی گرایش‌ها و جریان‌های فکری مدرن از جمله رویکردهای سکولاریستی، با سنت‌های دیرپا به‌خصوص سنت‌های دینی و اشکالی از ایدئولوژی برخورد داشته است. و از سوی دیگر نظام سیاسی با قرار دادن مانعی به نام ممیزی بر سر راه جریان خلاق ادبیات، مستقیم و غیرمستقیم مانع ایجاد کرده است.

در مورد مطالعاتی درباره آثار اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی ممیزی و به‌خصوص اثر آن بر تولید ادبیات در ایران اشاره شد. از آنجا که نهاد سیاست در ایران (پس از نهاد دین) یکی از قوی‌ترین نهادهای اجتماعی به‌شمار می‌رود، آثاری که این نهاد بر جریان تولید، عرضه و مصرف ادبیات داشته، انکارناپذیر است. بنابراین به‌عنوان نتیجه‌گیری، با توجه به تغییراتی که در نهاد ادبیات و مصرف ادبی ایران دیده می‌شود، می‌توان اذعان داشت، دولت با در اختیار داشتن اهرم‌های مختلف نظارتی و اقتصادی، بدون آنکه به نتایج ناخواسته ممیزی توجه کرده باشد، عملاً سبب ساز تغییرات عمده‌ای در ادبیات بوده است. (توصیف مکانیسم اثرگذاری و میزان این تأثیر دولت بر ادبیات، به تحقیق جداگانه نیازمند است).

البته اشاره به این نکته ضرورت دارد که ممیزی نه یگانه عامل مؤثر بر ادبیات است و نه حتی یگانه عامل مؤثر در دستکاری‌های مستقیم و غیرمستقیم دولت، اما می‌توان گفت ممیزی

به‌عنوان یک متغیر مستقل، یکی از عوامل تغییر در برخی مشخصات ادبیات داستانی ایران بوده است.

برخی از آثار ممیزی بر ادبیات ایران عبارت‌اند از:

۱. روی آوردن نویسندگان ادبیات نخبه‌گرا به زبان‌های مدرن و در عین حال مهجور برای مخاطبان ایرانی از جمله روی آوردن به سبک‌های پست مدرنیستی.
۲. رشد چشمگیر ادبیات عامه‌پسند بی‌محتوا یا کم‌محتوا.
۳. واگذار شدن بسیاری از کارکردهای روشنفکرانه و آگاهی‌بخش ادبیات و به‌خصوص رمان به ادبیات غیر نوشتاری، شفاهی و تصویری.
۴. انجام وظیفه در حوزه‌هایی که براساس روال معمول در ادبیات جهان، برعهده ادبیات نیست، از جمله آموزش مناسبات بین دو جنس.
۵. ادبیات از مصرف روزانه و سبدهزینه فرهنگی خانوارهای حتی تحصیلکرده حذف یا به حداقل کاهش یافته است.
۶. ادبیات (به‌خصوص عامه‌پسند) از انعکاس مسائل واقعی جامعه بازمانده است.
۷. ادبیات روشنفکرانه هر چه بیشتر از زبان عامه مردم دور شده است.
۸. تولید و عرضه مصرف ادبیات روشنفکرانه به حداقل کاهش یافته است یا حداقل به اندازه ادبیات عامه‌گرا رشد نکرده است.
۹. توجه به مسائل زنان در آثار ادبی و گرایش شمار بیشتری از زنان به ادبیات، نوعی گرایش جنسیتی و توجه به مسائل عشقی نازل با رویکردی جنسی را افزایش داده است.
۱۰. ادبیات بیش از آینده معطوف به حال و گذشته شده است. در حالی که رمان می‌تواند به آینده و ابعاد فلسفی آن متوجه باشد.
۱۱. ادبیات امروز ایران نقش تعیین‌کننده‌ای در حرکت‌ها، جنبش‌ها و جریان‌های اجتماعی ندارد.
۱۲. ناکارآمدی اقتصاد آثار ادبی، امکان نهادینه‌شدن شبکه مبادله ادبی را تقریباً منتفی کرده است.

آن‌چنان که گفته شد شرایط جامعه‌شناختی، سیاسی و فرهنگی جامعه ایران بر صورت و محتوای آثار ادبیات داستانی اثر گذاشته است. از جمله این آثار، پیدایش دو سبک تقریباً متمایز در ادبیات داستانی ایران است. صورت و محتوای آثاری که در هر یک از این دو سبک قرار می‌گیرند، متفاوت است و به‌طورمسلّم کارکردهای اجتماعی متفاوت و مخاطبان خاص خود را دارند. این دو سبک متفاوت را (علی‌رغم اختلاف نظرهای بسیاری که وجود دارد) از سر مسامحه «نخبه‌گرا» و «عامه‌پسند» نام نهاده‌اند. این تمایز و تفکیک بیش از آنکه درست یا غلط باشد مثل هر گونه‌شناسی دیگری می‌تواند از منظر کارآمدی و غیر آن مورد نقد قرار گیرد. در هر حال با مطالعه یک‌صد رمان عامه‌پسند در ایران و مصاحبه با صاحب‌نظران ادبیات معاصر در ایران می‌توان گرایش‌های اساسی ادبیات را (آن‌چنان که در یافته‌های تحقیق به آن اشاره شد) به تفکیک، ادبیات عامه‌پسند و نخبه‌گرا به قرار زیر دانست:

#### **الف) ادبیات نخبه‌گرا**

۱. گسترش فردیت و فردگرایی و اهمیت یافتن انسان
۲. گرایش به فرم و تکنیک‌های مدرن و پسامدرن
۳. پرداختن به مسائل زنان
۴. تمایل به شکستن هنجارهای گذشته
۵. نمود بیشتر عشق زمینی
۶. سکولاریسم
۷. یأس و دل‌مردگی
۸. تنوع و تکثر
۹. گریز از قهرمان‌سازی در عرصه سیاست و سیاست‌زدگی

#### **ب) ادبیات عامه‌پسند**

۱. گرایش به موضوع‌های عاشقانه
۲. ترکیب یافتن عشق با انواع ناهنجاری‌های اجتماعی و فرهنگی

۳. گرایش به پندهای غیرمستقیم اخلاقی
  ۴. توجه به نیازهای زیستی و نازل انسان
  ۵. توجه به مسائل خانوادگی و حقوقی به جای مسائل عمومی و اجتماعی
  ۶. گرایش به مسائل زنان
  ۷. گرایش به مسائل جوانان
  ۸. گرایش به اقشار نوپدید که در جامعه کنونی ایران اهمیت بیشتری یافته‌اند مثل: دانشجویان، سربازان، زنان‌خانه‌دار
  ۹. برخورد هنجارشکن با هنجارهای سنتی خانواده
  ۱۰. گرایش به ابعاد روان‌شناختی در مناسبات بین فردی
  ۱۱. کشیده شدن به سوی تعارضات بین فردی
- در یک نتیجه‌گیری کلی در مورد ادبیات عامه پسند پانزده سال گذشته با توجه به نظریه «موسیقی عامه‌پسند» آدورنو که می‌توان آن را به ادبیات عامه‌پسند نیز تعمیم داد، ادبیات عامه‌پسند که از سوی «صنعت فرهنگ» تولید می‌شود دارای دو ویژگی «استاندارد شدن» و «فردیت مجازی» است.
- از جمله مهم‌ترین دلایلی که می‌توان برای این دو ویژگی اساسی در ادبیات عامه‌پسند ایران عنوان کرد، موارد زیر است:
- ۸۱ رمان از ۱۰۰ رمان بررسی شده را زنان نوشته‌اند.
  - ۵۰ درصد از این آثار دارای بیش از ۳۵۷ صفحه بوده است.
  - شمارگان این آثار بسیار بالا بوده، برای مثال کتاب بامداد خمار ۲۷۱۰۰۰ نسخه چاپ شده است.
  - نام قهرمان در اغلب موارد «ایرانی - فارسی» بوده است. اسامی مذهبی بسیار کم و تقریباً نزدیک به صفر است.
  - جنسیت قهرمان داستان در ۶۷ درصد موارد زن بوده است.

- سن قهرمان داستان در ۷۵ درصد موارد زیر ۲۵ سال بوده است.
  - وضع فعالیت قهرمان در ۴۵ درصد موارد، دانشجوی، خانه‌دار یا بی‌کار بوده است.
  - موضوع داستان در ۶۲ درصد موارد «عشقی یا موضوعات عاشقانه» بوده است.
  - گستره اجتماعی وقوع داستان در ۸۵ درصد موارد، خصوصی (خانواده) یا ترکیبی از عرصه خصوصی و حکومتی است.
  - نقطه اوج داستان در اغلب موارد بروز یک حادثه یا گذار از یکی از مراحل زندگی یا بروز یک انحراف یا ناهنجاری است (۷۸ درصد موارد).
  - مهم‌ترین نوع رابطه، رابطه عاشقانه بوده است (۶۰ درصد).
  - مهم‌ترین تعارض بر سر منافع فردی و فیزیولوژیک بوده است.
  - طرفین تعارض: در ۵۹ درصد موارد قهرمان با فردی از جنس دیگر در تعارض بوده است.
  - مهم‌ترین مشکل در زندگی قهرمان در ۷۷ درصد موارد «اجتماعی» است.
  - مهم‌ترین مشکلات در خانواده به «ناکامی» در «ازدواج»، «عشق ممنوع» و مانند اینها مربوط است.
  - در ۹۱ درصد موارد نشانه‌های «فردگرایی» وجود دارد.
  - در ۵۵ رمان از ۱۰۰ رمان نوعی از آسیب‌ها و انحرافات اجتماعی روی داده است (قتل، خودکشی، قاچاق، اعتیاد، کلاهبرداری و...)
  - تنها در ۶ اثر از ۱۰۰ رمان به مسائل سیاسی اشاره شده است.
  - سرانجام داستان در ۵۰ درصد موارد ازدواج، و رسیدن مرد و زن به یکدیگر و همه داستان‌ها دارای پیام اخلاقی‌اند.
- بنابراین تعریف «رمان عامه‌پسند ایرانی» عبارت است از: رمانی موفق از نظر فروش که زنان درباره زنان جوان فاقد فعالیت درگیر با مسائل عشقی می‌نویسند. در این رمان‌ها، حادثه‌ای قهرمان داستان را به انجام رفتاری خلاف هنجارهای خانوادگی - اجتماعی سوق می‌دهد و قهرمان ضمن تعارض و مبارزه با هنجارهای رایج و برخورد با ناهنجاری‌ها و

انحرافات سعی در حل مشکل اجتماعی - فردی خود دارد و در نهایت نیز با پایانی خوش یا مرگ به پایان می‌رسد.

### مقایسه قبل و بعد از سال ۱۳۷۶

دوم خرداد سال ۱۳۷۶ نقطه عطفی در تغییرات فرهنگی، تولید، عرضه و مصرف کالاهای فرهنگی در کشور است. در گستره ادبیات، رشد چشمگیر ادبیات داستانی یکی از نمودهای این تغییر است. اگرچه نمی‌توان ارزیابی دقیقی از کارکردهای این تغییر و حتی جوانب و ابعاد مختلف آن عرضه کرد اما می‌توان در یک نتیجه‌گیری مبتنی بر آمار به این نکته اشاره نمود که ادبیات ایران بعد از سال ۱۳۷۶ به سوی ادبیات عامه‌پسند حرکت کرده است. به عبارت دیگر بیش از آنکه گستره برای ادبیات نخبه‌گرا آماده شود، برای تولید و نشر ادبیات عامه‌پسند فراهم بوده است.

اما بر اساس مطالعه روی یکصد رمان عامه‌پسند در این تحقیق، عمده‌ترین تفاوت‌هایی که ادبیات عامه‌پسند قبل و بعد از سال ۱۳۷۶ به خود دیده است از این قرارند:

۱. جنس قهرمان اصلی بیشتر زن است.
۲. قهرمان داستان دانشجوی، بی‌کار یا خانه‌دار است.
۳. نشانه‌های فردگرایی اندکی بیشتر شده است.
۴. هنجارهای خانوادگی به تعداد و انواع بیشتری نقض شده‌اند.
۵. انواع آسیب‌های اجتماعی نمود بیشتری در بین پرسوناژها یافته‌اند.
۶. هنجارهای اجتماعی بیشتر نقض شده‌اند.
۷. تمایل به ناهنجاری‌های سیاسی افزایش یافته است.
۸. موضوع داستان‌ها و رمان‌ها بیشتر به سوی مسائل خانوادگی تمایل یافته است.
۹. درگیری با جنس مخالف مهم‌ترین تعارض در داستان‌های این دوره است.
۱۰. نقطه اوج داستان‌ها به حوادث، حوادث تراژیک، از دست رفتن سلامت اخلاقی، تمایل یافته است.

۱۱. مهم‌ترین مشکل قهرمانان، عشقی و خانوادگی است.
۱۲. مهم‌ترین نوع رابطه، رابطه عاشقانه است.
۱۳. مهم‌ترین تعارض بر سر موضوع‌های فیزیولوژیک و اجتماعی است تا سیاسی یا فرهنگی و اقتصادی.
۱۴. تاریخ وقوع داستان‌ها به حال حاضر و بعد از جنگ متوجه شده است.
۱۵. در پهنه اجتماعی داستان توجه به «گستره عمومی» تفاوت جدی نیافته است.

### پیشنهاد‌های پژوهشگر

اگرچه بر اساس اهداف تحقیق بنا بر آن نبوده است که تحقیق حاضر به‌گونه مدیریتی باشد که از نتایج آن در جهت اصلاح وضع ادبیات ایران استفاده شود، اما با توجه به مرور مطالعاتی و یافته‌های تحقیق، می‌توان در جهت بهبود وضع ادبیات به‌صورت کلی برخی پیشنهادهای را طرح کرد.

این پیشنهادها بیشتر ناظر بر استراتژی‌های کلان دولت در بخش فرهنگ است که به‌طور خلاصه می‌توان آنها را «مدیریت فرهنگی»، «ظرفیت‌سازی فرهنگی»، «اصلاح مقررات و قوانین» و «صیانت از فرهنگ» دانست. به‌عبارت دیگر اصلاح در گستره فرهنگ بدون توجه به استراتژی‌های بالا و عملیاتی نمودن هر یک از آنها در بخش‌های مرتبط با فرهنگ، غیر ممکن خواهد بود.

دولت به جای تصدی‌گری در عرصه فرهنگ، باید به مدیریت فرهنگی پردازد و مدیریت فرهنگی بدون شناخت فرهنگ و ضروریات آن غیرممکن است. دولت می‌تواند امکان بهره‌برداری از ظرفیت‌های فرهنگی و از آن جمله از ظرفیت‌های موجود در گستره ادبیات ملی بهره‌گیری نماید. این اقدامات بدون اصلاح برخی مقررات مسلماً به هدف نهایی که صیانت از فرهنگ باشد، نخواهد انجامید.

با عطف توجه به بخش چهارم قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران با عنوان صیانت از هویت و فرهنگ اسلامی - ایرانی و در راستای اجرایی



نمودن بندهای ماده ۱۰۴، پیشنهادهای زیر در جهت بهبود وضعیت ادبیات در ایران با استناد به نتایج تحقیق حاضر قابل ارائه تشخیص داده شده‌اند:

- به انجمن‌های ادبی «غیر دولتی» اجازه فعالیت داده شود. این انجمن‌ها به نقد، نشر، سرمایه‌گذاری، جریان سازی فرهنگی و افزایش سرمایه فرهنگی کمک خواهند کرد.

- در کلاس‌های درس مدارس امکان مطالعه و نقادی آثار داده شود.

- کمک به سامان دادن جریان نقد ادبی در کشور. در این زمینه منتقدان لازم است به آثار عامه‌پسند نیز توجه کرده و این آثار را نقد کنند. نقد سالم تنها از طریق انجمن‌های ادبی ممکن است.

- به آثار نخبه‌گرا در نشر کمک شود. این کمک می‌تواند به آثاری تعلق گیرد که انجمن‌های ادبی آنها را واجد «ارزش ادبی» ارزیابی کرده باشند.

- گسترش ادبیات سازنده و آگاهی‌بخش، هرگز به صورت خودبه‌خودی، رخ نمی‌دهد. با توجه به کارکردهای اساسی ادبیات در فرهنگ، برنامه‌ریزی در این زمینه ضرورت دارد. از این‌رو، از تأثیر گروه همالان در انتخاب آثار ادبی و سایر کالاهای فرهنگی با تقویت گروه‌های مرجع دیگر کاسته می‌شود.

- لازم است همه سبک‌ها و انواع آثار ادبی، تا زمانی که به نیازی واقعی در جامعه پاسخ می‌دهند اجازه نشر داشته باشند. بنابراین دخالت‌های مستقیم دولت، عرصه را برای گسترش نوعی از ادبیات عامه‌پسند که تقریباً فاقد ارزش ادبی - اجتماعی و آموزشی است هموار می‌کند.

## کتاب‌نامه

- استریناتی، دومینیک، ۱۳۸۰. *مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه*، ثریا پاک نظر، تهران، گام نو.
- اسکارپیت، روبر، ۱۳۷۴. *جامعه‌شناسی ادبیات*، مرتضی کتبی، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتاب‌های علوم انسانی دانشگاهی.
- اشکوری، کاظم السادات، ۱۳۸۴. «پیرامون ادبیات عامه‌پسند»، *کتاب هفته*، شماره ۸۱.
- اعتمادی، رجبعلی، ۱۳۸۴. *متن کامل نشست تخصصی «ادبیات عامه‌پسند» در خبرگزاری فارس*، farsnews.ir.
- دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۲. *رفتارهای فرهنگی ایرانیان*.
- شوکتیک، لوین ل، ۱۳۷۳. *جامعه‌شناسی ذوق ادبی*، فریدون بدره‌ای، تهران، توس.
- طالع خرسند، هادی [تدوین‌کننده]، ۱۳۸۴. *قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران*، تهران، جمال الحق.
- علی احمدی، امید، ۱۳۷۷. «مقدمه‌ای بر تبیین نظری وضع مطالعه در ایران»، *فصلنامه فرهنگ کرمان*، نشریه انجمن اهل قلم کرمان، شماره ۱.
- فاضلی، محمد، ۱۳۸۲. *مصرف و سبک زندگی*، قم، صبیح صادق.
- فوکو، میشل، ۱۳۸۳. *اراده به دانستن*، نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده، تهران، نی.
- قنبری، رضا، ۱۳۸۴. «ادبیات عامه‌پسند، در تقابل با ادبیات پیچیده». *کتاب هفته*، نشریه شماره ۷۷.
- گودرزی، محمدرضا، ۱۳۸۴. *گزارشی از نشست بررسی داستان‌های عامه‌پسند*، پندار.
- گبرلو، محمود، ۱۳۸۴. *محاسن ادبیات عامه‌پسند* (متن میزگرد تخصصی). javan Daily.htm.
- میرعابدینی، حسن، ۱۳۶۹. *صد سال داستان‌نویسی در ایران*، تهران، تندر.

میرعابدینی، حسن، «داستان‌نویسی زنان: راه‌های رفته و دستاوردها»، *مجله زنان*.  
ولک و آوستن وارن، ۱۳۷۳. *ضیاء موحد و پرویز مهاجر*، تهران، اندیشه‌های عصر نو.  
هولتی، هـ.ا، ۱۳۷۴. *تحلیل محتوا در علوم اجتماعی*، نادر سالارزاده امیری، تهران، دانشگاه علامه  
طباطبایی.

Bradshaw Tomand and Nicholas, Boine, ۲۰۰۴. *Reading at Risk: Survey Of Library In  
National Endowment For Exdoement For The Arts* (NEA)

## فهرست رمان‌های بررسی شده در تحقیق به ترتیب شاخص شمارگان - سال

- حاج سید جوادی، فتانه، ۱۳۸۶. *بامداد خمار*، تهران، البرز.
- رحیمی، فهیمه، ۱۳۷۷. *حرم دل*، تهران، چکاوک.
- رحیمی، فهیمه، ۱۳۷۶. *روزهای سرد برفی*، تهران، چکاوک.
- ثامنی، نسرین، ۱۳۷۲. *غروب آرزو*، تهران، پر.
- خسرو نجدی، رؤیا، ۱۳۷۹. *سپیده عشق*، تهران، سینا.
- رحیمی، فهیمه، ۱۳۷۶. *خلوت شب‌های تنهایی*، تهران، چکاوک.
- ثامنی، نسرین، ۱۳۷۷. *خوشه‌های رنج*، تهران، چکاوک.
- قدیری، نسرین، ۱۳۷۷. *گستره محبت*، تهران، پیکان.
- رحیمی، فهیمه، ۱۳۷۸. *آریانا*، تهران، چکاوک.
- رحیمی، فهیمه، ۱۳۷۱. *تاوان عشق*، تهران، چکاوک.
- رحیمی، فهیمه، ۱۳۷۹. *بازگشت به خوشبختی*، تهران، چکاوک.
- رحیمی، فهیمه، ۱۳۷۱. *سالومه - همیشه با تو*، تهران، چکاوک.
- رحیمی، فهیمه، ۱۳۷۱. *همیشه با تو*، تهران، چکاوک.
- رحیمی، فهیمه، ۱۳۷۴. *پاییز را فراموش مکن*، تهران، چکاوک.
- رحیمی، فهیمه، ۱۳۷۸. *هنگامه*، تهران، چکاوک.
- رحیمی، فهیمه، ۱۳۷۷. *خیال تو*، تهران، چکاوک.
- رحیمی، فهیمه، ۱۳۸۰. *عشق و خرافات*، تهران، چکاوک.
- رحیمی، فهیمه، ۱۳۷۲. *اتوبوس*، تهران، چکاوک.
- رحیمی، فهیمه، *بانوی جنگل*، تهران، چکاوک.

- رحیمی، فهیمه، ۱۳۷۹. *ماندانا*، تهران، چکاوک.
- پژواک، ناهید، ۱۳۷۷. *شب سراب*، تهران، هدایت.
- مؤدب پور، مرتضی، ۱۳۷۸. *پریچهر*، تهران، نسل نو اندیش.
- صفوی، نازی، ۱۳۷۸. *دالان بهشت*، تهران، ققنوس.
- ثامنی، نسرین، ۱۳۷۶. *همیشه در قلب منی*، تهران، چکاوک.
- کریم پور، حسن، ۱۳۷۶. *باغ مارشال*، تهران، اوحدی.
- جعفری، مریم، ۱۳۸۱. *تکرار عشق*، تهران، چکاوک.
- رحیمی، فهیمه، ۱۳۸۱. *پریا*، تهران، چکاوک.
- سیناپور، رویا، ۱۳۷۹. *بوالهوس*، تهران، مهران شهر.
- جعفری، مریم، ۱۳۸۰. *ترانه‌های شب*، تهران، چکاوک.
- جعفری، مریم، ۱۳۸۰. *رؤیای من*، تهران، چکاوک.
- سیناپور، رویا، ۱۳۸۰. *شاه‌پری حجله*، تهران، سمن.
- رحیمی، فهیمه، ۱۳۸۲. *باران*، تهران، چکاوک.
- سیناپور، رویا، ۱۳۷۹. *غرور عاشقان*، تهران، سمن.
- خسرونجلی، رویا، ۱۳۷۷. *حریم عشق*، تهران، سینا.
- مؤدب، مرتضی، ۱۳۷۹. *شیرین*، تهران، شادان.
- محمودی، مریم، ۱۳۷۹. *سرعشق*، تهران، گل مریم.
- اسدی، اشرف، ۱۳۷۷. *اشک انتظار*، تهران، مشیری.
- جعفری، مریم، ۱۳۸۱. *شب‌های غربت*، تهران، چکاوک.
- رحیمی، فهیمه، ۱۳۸۰. *اشک ستاره*، تهران، چکاوک.
- درودگر، پروین، ۱۳۷۹. *مرگ باورها*، تهران، چکاوک.
- سیناپور، رویا، ۱۳۷۹. *بر فراز آرزوها*، تهران، مهران شهر.
- خسرونجلی، رویا، ۱۳۸۱. *الله شرقی*، تهران، سینا.
- دالایی، مریم، ۱۳۸۱. *میعاد عاشقانه*، تهران، پیکان.
- رهنما، فریده، ۱۳۸۱. *نوایی از دل*، تهران، فروغ قلم.
- مؤدب، مرتضی، ۱۳۸۱. *گندم*، تهران، نشر علم.
- تکین پور، حمزه، ۱۳۸۰. *افسون سبز*، تهران، شادان.
- نجفی نجات، فریده، ۱۳۸۰. *افسانه*، تهران، شادان.

- معینی، ماندانا، ۱۳۸۰. *دریا*، تهران، نشر علم.
- اعتمادی، رجب علی، ۱۳۸۰. *عالیجناب عشق*، تهران، شادان.
- جعفری، مریم، ۱۳۷۸. *سال‌های بی‌کسی*، تهران، چکاوک.
- هابرز، ماکان، ۱۳۸۲. *دیدار در باران*، تهران، فروغ علم.
- حدادی، هانیه، ۱۳۷۹. *دل‌سپردگان*، تهران، شقایق.
- مؤدب پور، مرتضی، ۱۳۷۹. *یاسمین*، تهران، شادان.
- حدادی، هانیه، ۱۳۸۱. *روزهای خاکستری*، تهران، شقایق.
- صمدی، مریم، ۱۳۸۰. *عروس دریا*، تهران، شقایق.
- بامیان، سهیلا، ۱۳۸۱. *دختر آفتاب*، تهران، شقایق.
- معینی، ماندانا، ۱۳۸۲. *شینا*، تهران، نشر علم.
- ادیب، فریدون، ۱۳۷۶. *شیوا*، تهران، اقاقی.
- سیدیان، محمدرضا، ۱۳۸۱. *بیگانه*، تهران، دلشدگان.
- اسدی، زهرا، ۱۳۷۷. *قصه تنهایی*، تهران، مشیری.
- رزحانی، سیداحمد، ۱۳۸۰. *نادره*، تهران، مؤسسه فرهن.
- سیناپور، رویا، ۱۳۷۹. *سحرگاه جدایی*، تهران، مهران شهر.
- طایع، مهسا، ۱۳۸۲. *شب‌های بی‌ستاره*، تهران، عباسی.
- پزشک زاد، ایرج، ۱۳۸۰. *خانواده نیک اختر*، تهران، آبی.
- غریبی، عیسی، ۱۳۷۵. *پریزاد، تهران*، مرکز فرهنگی.
- صفوی، نازی، ۱۳۸۲. *برزخ اما بهشت*، تهران، ققنوس.
- سیفی، نسرین، ۱۳۸۱. *کوچه‌های خاطره*، تهران، شقایق.
- وفاچو انتظار، احمد، ۱۳۷۱. *داستان یک مرد*، تهران، باران.
- پریزاد، زویا، ۱۳۸۰. *چراغ‌ها را من خاموش می‌کنم*، تهران، مرکز.
- رهنما، فریده، ۱۳۸۲. *ترنم مهر در فصل آبی و مه*، تهران، فروغ قلم.
- کریم پور، حسن، ۱۳۷۷. *خوابی در هیاهو*، تهران، مهران شهر.
- ثامنی، نسرین، ۱۳۷۷. *پیوند قلب‌ها*، تهران، ازغوان.
- ثامنی، نسرین، ۱۳۷۸. *باغ بی‌آواز*، تهران، چکاوک.

- ثامنی، نسرین، ۱۳۷۳. *صبح پشیمانی*، تهران، چکاوک .
- ثامنی، نسرین، ۱۳۷۷. *بوی خوش زندگی*، تهران، چکاوک.
- شکیلا، ترانه، ۱۳۸۰. *رنگین کمان*، تهران، کوشش.
- حیدری، مرتضی، ۱۳۸۲. *آواز یازدهم ارواح می رقصند*، تهران، نوژن.
- سیناپور، رؤیا، ۱۳۷۸. *افسون عشق*، تهران، پر.
- قدیری، نسرین، ۱۳۸۰. *اشراف زاده*، تهران، البرز.
- عمانی، فاطمه، ۱۳۸۱. *پری خانم*، تهران، پر.
- قدیری، نسرین، ۱۳۷۹. *غرور بالاتراز عشق*، تهران، انتشارات علم.
- ثامنی، نسرین، ۱۳۷۴. *با من بمان*، تهران، سینا.
- محمدی، مصطفی، ۱۳۷۸. *آساره*، تهران، محیا.
- شهاب، فروغ، ۱۳۷۷. *سه هزار و یک شب*، تهران، کتاب سرا.
- ثامنی، نسرین، ۱۳۷۴. *آهنگ جدایی*، تهران، ارغوان.
- ثامنی، نسرین، ۱۳۷۴. *بهشت گمشده*، تهران، ارغوان.
- خمام، م.هاجر، ۱۳۸۲. *خداحافظ شهر من*، تهران، دژ.
- نجات نجفی، فریده، ۱۳۸۰. *دختر مهاجر*، تهران، شادان.
- سیناپور، رؤیا، ۱۳۷۸. *در انتظار شهرزاد*، تهران، پر.
- دارم، میترا، ۱۳۸۱. *آی ناز*، تهران، سمن.
- سیناپور، رؤیا، ۱۳۸۱. *آوار اعتراف*، تهران، سمن.
- فصیح، اسماعیل، ۱۳۷۷. *لاله برافروخت*، تهران، جانان.
- ایجازی، پروانه، ۱۳۸۰. *طلوعی دیگر*، تهران، شقایق.
- ثامنی، نسرین، (۱۳۷۲). *عروس سیاه پوش*، تهران، بی‌نا.
- دارم، میترا، ۱۳۸۱. *غروب زندگی*، تهران: سمن.
- ثامنی، نسرین، ۱۳۷۲. *دختر گمشده*، تهران، نشر کتاب.
- ثامنی، نسرین، ۱۳۷۲. *راز ایرج*، تهران، نوا.
- اسدی، اشرف، ۱۳۷۷. *دیدار در پاییز*، تهران، مشیری.
- ثامنی، نسرین، ۱۳۷۷. *سال‌های پنهان*، تهران، ارغوان.
- حمزه پور، تکین، (۱۳۸۲). *دختری در مه*، تهران، شادان.

### فهرست نام‌ها

۸۲	حسن حمزوی	۸۵	احمد اخوت
۷۸	حسن کیائیان	۷۷	احمد اکبرپور
۷۸	حسن محمودی	۶۲	احمد رجب زاده
۸۷	حسین آبکنار	۷۸	احمد نادعلی
۷۸	حسین سجادی	۸۶	اصغر عبداللهی
۹۴، ۹۲، ۸۳، ۸۱، ۸۰	حسین سنپور	۷۸	افشین کریمی فرد
۷۸	حسین مهکام	۷۷	امیر آریان
۷۸	حسین واشویی	۳۷	ایشروود
۸۵	حمید حمزه	۷۷	ایلیا تهمتنی
۹۵، ۹۴، ۹۳، ۸۷، ۸۶، ۸۴، ۸۳، ۸۰	خسروی	۷۸	بابک تختی
۳۷	دوگلاس	۸۵	بهرام مرادی
۷۷	رضا امیرخانی	۸۷، ۸۴	بهنام دینانی
۸۷، ۸۴، ۸۳، ۸۲، ۸۱، ۸۰	رضا براهنی	۶۶، ۴۱، ۴۰، ۳۹، ۳۸	بوردیو
۸۷، ۸۶، ۸۵، ۸۲	رضا جولایی	۸۷	بیژن نجدی
۷۸	رضا عامری	۸۱	پاوری
۷۸	رضا علی نیا	۸۵	پروین روح
۸۶	رضا فرخفال	۹۲، ۸۳، ۸۰	پرینوش صنیعی
۸۳، ۸۰	رضا قاسمی	۶۸، ۴۵	پیترسون
۹۴، ۹۲	رضا قیصریه	۶۶، ۳۸	پیر
۳۵	رهیافت مارکسی	۸۵، ۸۱، ۷۸	پیمان هوشمندزاده
۹۳، ۹۲، ۸۸، ۸۷، ۸۵، ۸۴، ۸۳، ۸۲، ۸۰	زویا پیرزاد	۷۸	جبار گروسی
۶۷، ۴۳	ژان بودریار	۶۵، ۳۴	جرج زیمل
۷۸	ساسان فتاح	۸۵، ۸۲، ۷۸	جواد مجابی
۹۳، ۸۳، ۸۰	سپیده شاملو	۷۸	حافظ موسوی
۸۱	ستاره فرمانفرمائیان	۸۶، ۸۱	حسن بنی عامری



۷۸	کامیار عابدی	۷۸	سعید بهجت
۳۶	کرایسلر	۱۷۵، ۵۲	سنیسبری
۶۷، ۶۶	کولین کمپل	۷۸	سیدعلی کاشفی
۷۸	کیکاوس یاکیده	۹۳، ۸۳، ۸۲، ۸۱	سیمین دانشور
۸۷، ۸۶، ۸۴	گلی ترقی	۹۳، ۸۳	شهرنوش پارس‌پور
۵۷	گیلک‌ها	۷۸	شهریار وفقی‌پور
۵۷	لرها	۷۸	شهلا شهرکی
۵۷	لک‌ها	۱۷۶، ۷۰، ۶۹، ۵۳، ۵۲، ۵۰، ۴۹، ۴۸	شوکی‌نگ
۸۶	مؤذنی	۸۶	شیوا ارسطویی
۶۳، ۶۲	مارکس	۷۸	صالح رامسری
۱۵۶، ۶۴، ۳۶	ماکس وبر	۷۷	صفدر تقی‌زاده
۷۸	محسن باقرزاده	۷۸	طاهره علوی
۷۸	محسن فرجی	۹۳، ۸۳، ۸۱، ۸۰	عباس معروفی
۹۲	محسن مخملباف	۹۴، ۸۴	علی‌خدایی
۸۵	محمد آصف سلطانی‌زاده	۷۸	عمران صلاحی
۷۷	محمد افتخاری	۷۸	عنایت سمیعی
۷۸	محمد زارع	۹۳	غزاله علیزاده
۸۳، ۸۲، ۸۱	محمد محمدعلی	۹۲، ۸۳	فتانه حاج‌سیدجوادی
۷۸	محمد نبوی	۸۲	فراست
۸۷، ۸۰	محمد رحیم اخوت	۱۵۶، ۳۶	فرانکفورت
۸۲	محمد رضا بایرامی	۷۷	فرخنده آقایی
۹۳، ۹۲، ۸۳، ۷۸	محمود دولت‌آبادی	۷۸	فرزانه راجی
۷۸	محمود معتقدی	۸۱	فریبا وفی
۷۷	مریم خراسانی	۴۵	فیدرستون
۷۷	مسعود احمدی	۸۶	قاضی ربیحاوی
۷۸	مشیت علایی	۸۱	قلی خیاط

فهرست نام‌ها ■ ۱۶۹

۹۴، ۸۶	ناهید طباطبایی	۸۳، ۸۰	مصطفی مستور
۳۷، ۳۶	هورکهایمر	۷۸	ملیحه نوحی
۸۸، ۸۷، ۸۶، ۸۵، ۸۴، ۸۳، ۸۰	هوشنگ گلشیری	۷۷	منصوره به کیش
۴۵	وارنر	۹۴، ۹۲، ۸۶، ۸۳	منیر و روانی پور
۷۱، ۶۴، ۵۴، ۳۷، ۳۴، ۳۳	وبلن	۷۸	مهرداد آبرومندی
۱۳۰	ویرجینیا ولف	۷۸	مهرداد قاسم‌فر
۸۷، ۸۵	یارعلی پورمقدم	۳۶	موتورز
۸۶	یعقوب یادعلی	۶۹، ۴۷	میشل فوکو
		۱۳۱، ۹۲	نازی صفوی



### فهرست موضوعی

۵۴، ۶	ایالات متحده	۶۵، ۳۴	اثبات خود
۹۰	ایجاد انواع ادبیات	۸۸	احساسات ظریف انسانی
۶۵، ۳۵	ایجاد همبستگی	۶۷، ۶۶	اخلاق رمانتیک
۸۹	ایجاز در زبان	۱۸	ادبیات داستانی پرفروش
۹۰	برخورد شجاعانه نسبت به مسائل عشقی	۹۰	ادبیات معناگرا
۱۳۱	به هم شبیه شدن	۶۷، ۴۴	ارزش نمادین مصرف
۴۳	بیان خود	۱۴۱، ۳۰، ۲۳	از خود بیگانگی
۳۳	بین طبقات مختلف	۱۶۰، ۱۳۱	استاندارد شدن
۴۶	پایگاه اجتماعی	۳۸	اصل ناآگاهی
۶۶، ۳۸	پدیده اجتماعی	۸۹	افزایش اهمیت انسان
۳۸	پدیده مصرف	۹۰	افزایش پیوند نویسندگان
۹۰	پرداخت و ساخت تخیل	۶۴، ۵۲، ۳۴، ۳۳	اقتدار
۹۱	پرداختن به مسائل اجتماعی	۵۱	اقتصاد مصرف ادبی
۹۰	پرداختن به مسائل جوانان	۳۵	الگوهای مد
۹۰	پرداختن به مسائل سیاسی و اجتماعی	۶۸، ۴۶، ۴۴، ۴۱، ۳۶، ۳۵	الگوهای مصرف
۱۲۶، ۲۰، ۱۰	پرسشنامه معکوس	۶۷	امر نمادین
۴۴	پساساختارگرایی	۵۴	آمریکاییان
۴۷	پست مدرنیته	۶۵	اندیشیده شدن
۶۸، ۴۶، ۴۵	پست مدرنیسم	۸۸	انسان در مقابل وجدان گذشته خود
۹۰	پسروی ادبیات	۸۸	انسان و پرداختن به فردیت فرد
۴۸، ۹	پسند یا ذوق	۶۵، ۶۴، ۳۵، ۳۴	انسجام اجتماعی
۱۴۸، ۱۳۲	تاریخ اولین انتشار	۳۵	انسجام بخشیدن
۳۸	تحلیل دیالکتیکی زندگی عملی	۴۵، ۳۵	انسجام گروهی
۱۶۵، ۱۲۶، ۲۴، ۲۰	تحلیل محتوا	۱۵۷، ۱۵۲، ۱۵۱، ۱۴۱، ۱۳۶، ۹۰، ۸۸، ۱۹	انقلاب
۷۲، ۶	تحلیل مصرف ادبی	۸۹	اهمیت بیش از پیش خود ادبیات

۸۹	حضور بیش از پیش زنان	۳۶	تخیل و میل به خواستن
	خانواده ۳۱، ۴۸، ۵۰، ۶۹، ۸۹، ۹۱، ۱۳۰، ۱۳۶،	۸۸	ترس
	۱۳۷، ۱۳۸، ۱۳۹، ۱۴۲، ۱۴۴، ۱۴۷، ۱۶۰، ۱۶۱،	۱۴۸، ۱۳۲، ۲۱	تعداد تیراژ
۱۶۸		۱۳۲، ۱۵	تعداد صفحات
۸۸	خدا	۱۶۲، ۱۸	تغییرات فرهنگی
۳۶، ۳۵	خرده فرهنگ	۹۱، ۸۹	تقابل سنت و مدرنیته
۶۴، ۵۹، ۵۸، ۵۷، ۵۶، ۵۱، ۴۹، ۳۳	خرید کتاب ۳۳	۶۵، ۳۵، ۳۴	تمایز طبقاتی
۲۹	خرید و مصرف اثر ادبی	۹۱، ۸۹، ۸۵، ۶۶، ۴۳، ۴۲، ۲۴، ۲۳، ۱۵	تنهایی ۱۵
	خلافت ۷، ۴۲، ۴۳، ۶۲، ۶۶، ۶۷، ۱۲۷، ۱۲۹،	۱۶۸، ۱۶۶، ۱۴۳، ۱۴۱، ۸۱۳	
	خواندن ۱۷، ۲۹، ۳۱، ۳۳، ۴۳، ۵۰، ۵۳، ۵۵،	۵۳، ۱۷	تنوع فرهنگی
	۵۶، ۶۵، ۶۶، ۷۰، ۱۲۹، ۱۳۰،	۸۹	توجه به اعتلای زندگی بشری
	خوانندگان ۱۷، ۱۸، ۲۵، ۳۱، ۳۷، ۴۸، ۵۱، ۵۳،	۸۹	توجه به زبان غیرادبی
	۵۴، ۵۵، ۵۶، ۶۹، ۷۱، ۷۲، ۱۲۹، ۱۳۱،	۸۳، ۸۲، ۸۱، ۸۰، ۷۹، ۳۲، ۳۰، ۲۴، ۲۳	توزیع ۲۳
۵۴	خواننده‌ی ادبیات	۸۴، ۸۷، ۸۸، ۸۹، ۹۲، ۹۳، ۹۵، ۹۶، ۹۷، ۹۹،	
۳۷	دنایای مصرف	۱۰۰، ۱۰۱، ۱۰۲، ۱۰۳، ۱۰۴، ۱۰۵، ۱۰۶، ۱۰۷،	
۹۱	دوری از فضاهای سیاه و خشن	۱۰۸، ۱۰۹، ۱۱۰، ۱۱۱، ۱۱۲، ۱۱۳، ۱۱۴، ۱۱۵،	
	دولت ۵۰، ۵۱، ۷۱، ۷۸، ۸۰، ۸۱، ۸۲، ۸۳، ۹۲،	۱۱۶، ۱۱۷، ۱۱۸، ۱۱۹، ۱۲۰، ۱۲۱، ۱۲۲، ۱۲۳،	
	۹۳، ۱۵۲، ۱۵۷، ۱۶۳، ۱۶۴، ۱۷۲،	۱۲۴، ۱۳۴، ۱۳۷، ۱۴۶، ۱۴۹، ۱۵۰،	
	دین ۵۹، ۶۱، ۸۸، ۱۵۷	۳۳، ۱۸	تولیدات ادبی
۶۹	ذوق ادبی (مطبوعات)	۶۴، ۳۴، ۳۳	جامعه شهری
	ذوق و قریحه ۳۱، ۴۰، ۶۶، ۶۸، ۱۵۶	۴۲	جامعه مصرفی
۵۱	رئالیسم سوسیالیستی	۸۸	جای خالی عشق
	راز موفقیت داستان عامه‌پسند ۱۳۰	۹۱	جسارت و شجاعت حرف‌زدن
	راوی داستان ۱۴، ۲۲، ۲۴، ۱۳۵	۶۶	جنبش رمانتیک
	رفتار الگوی مصرف ۳۵	۱۴۷، ۱۴۶، ۱۳۶، ۲۴، ۲۲، ۱۴	جنس راوی
	رفتار مصرفی ۴۵	۱۶۰، ۱۳۴	جنس قهرمان داستان
۹۰	روزآمد شدن موضوعات	۱۴۵، ۱۴۴، ۱۳۲	جنس نویسندگان

۳۴	شهرنشینی	۵۷، ۵۲، ۲۴، ۲۳، ۲۱، ۲۰، ۱۸، ۱۴، ۱۰، ۶
۱۷۱، ۷۰، ۶۹، ۵۳، ۵۲، ۵۰، ۴۹، ۴۸	شوکینگ	۹۳، ۹۲، ۹۰، ۸۹، ۸۸، ۸۳، ۸۲، ۷۹، ۶۷، ۵۸
۱۶۰، ۱۵۶، ۱۳۱، ۳۶	صنعت فرهنگ	۱۲۵، ۱۲۴، ۱۲۳، ۱۲۲، ۱۲۱، ۱۰۱، ۱۰۰، ۹۹
۱۲۸، ۱۲۷	صورت (شکل)	۱۲۶، ۱۲۷، ۱۲۸، ۱۲۹، ۱۳۰، ۱۳۲، ۱۳۳، ۱۳۴
۳۴	طبقات بالاتر	۱۳۹، ۱۴۰، ۱۴۱، ۱۴۵، ۱۴۶، ۱۴۸، ۱۴۹، ۱۵۶
۱۴۳، ۴۷، ۴۲، ۴۱، ۳۴، ۳۳	طبقات پایین	۱۵۷، ۱۵۸، ۱۵۹، ۱۶۰، ۱۶۱، ۱۶۲
۴۱، ۳۹	طبقات مسلط	زمان تقریبی وقوع داستان ۲۴، ۱۳۶، ۱۵۱
۵۸، ۵۰، ۴۵، ۴۱، ۴۰، ۳۹، ۳۴، ۳۳، ۳۱	طبقه	۱۵۲
۱۴۳، ۱۳۷، ۱۲۷، ۱۲۶، ۷۱، ۶۷، ۶۶	طرح مسائل فردی و شخصی	زندگی روزمره ۳۸، ۴۵، ۶۸، ۸۸
۹۰	طرفین تعارض	ژانرهای ادبی ۳۵، ۶۵، ۶۸
۱۶۱، ۱۴۹، ۱۳۷، ۲۳، ۱۵	ظهور اخلاق	ژانرهای فرهنگی ۴۵، ۶۸
۶۶، ۴۳، ۴۲	عرضه اجتماعی وقوع داستان	ساختارگرایی ۳۸، ۶۶، ۶۷
۱۵۲، ۱۳۶	عمل	ساختارگرایی مولد ۳۸
۱۲۶، ۶۶، ۵۲، ۴۸، ۳۹، ۳۸، ۳۱، ۲۵	عناوین و نویسندگان	سبک‌های ادبی ۱۸، ۳۷، ۴۸
۱۳۱	عنصر دنیای اجتماعی مدرن	سبک‌های زندگی متفاوت ۳۶
۳۹	غم غربت	سرانجام داستان و پیام نویسنده ۱۴۱
۸۸	فراغت خودنمایانه	سرمایه ۳۰، ۳۵، ۳۶، ۳۹، ۴۰، ۴۱، ۴۴، ۶۴، ۶۶
۶۴، ۳۴، ۳۳	فراغت و تفریح	۱۶۴
۳۳	فردگرایی	سکس ۴۷، ۴۸، ۶۹، ۷۰
۱۳۹، ۹۲، ۸۹، ۶۵، ۳۴، ۲۴، ۲۳، ۱۵	فردیت مجازی	سن قهرمان در آخر داستان ۱۳۵
۱۶۲، ۱۶۱، ۱۵۹، ۱۴۷	فرهنگ صنعتی	سنیبری ۵۲، ۱۷۱
۱۶۰، ۱۳۱	فرهنگ ملی	سیاست‌گذاران ۱۷
۳۷	فشار هنجاری	شایع شدن نگاه استقرایی ۹۰
۱۴۲، ۸۸	فشارهای زندگی مدرن	شبکه مبادله ادبی ۱۵۵، ۱۵۸
۶۵، ۳۴		شرایط گفتمانی ۵۲
		شرایط ممیزی ۶۲
		شهر انتشار ۱۵، ۲۲، ۲۴، ۱۳۲

۶۴، ۳۵	گروه‌های اجتماعی	۳۱	فضاهای مفهومی
۶۹	گفتمانی	۱۴۴، ۱۴۳، ۱۳۸، ۸۸	فقر
۲۰	مؤثرترین نویسندگان	۵۰، ۴۹، ۴۶، ۴۵، ۴۱، ۴۰، ۳۹، ۳۳، ۳۱	قریحه
۸۸	ماجراهای انسان شهری	۶۸، ۶۶، ۵۳	
۶۷، ۴۴	مبادله پیام	۱۱۳، ۱۱۱، ۹۷، ۹۵، ۴۲، ۲۴، ۲۲، ۱۵، ۴	قیمت
	متجلی کردن و ثبات بخشیدن به مقولات فرهنگی	۱۴۸، ۱۳۳، ۱۱۵، ۱۱۴	
۶۵، ۳۷		۳۳	کار غیرتولیدی
۱۵۸، ۱۵۵، ۱۲۷، ۱۲۶، ۱۲۵، ۶۵، ۲۰	محتوا	۳۴	کارکرد دوگانه مد
۶۵، ۴۴، ۳۷	محرک مصرف	۲۹	کارکردهای اجتماعی مصرف
۱۵۶، ۴۶، ۴۱، ۳۶	محصولات فرهنگی	۲۹، ۵	کارکردهای مصرف
۷۲، ۷۱، ۷۰، ۶۲، ۴۴، ۲۹، ۲۵، ۱۷	مخاطب	۶۵، ۳۷	کالاها و وجه نمادین
۱۵۶، ۱۲۸، ۹۵		۱۵۶، ۶۷	کالاهای ادبی
۹۱، ۹۰، ۶۵، ۳۹، ۳۷، ۳۴	مد	۱۶۴، ۱۶۲، ۱۴۴، ۵۶، ۴۷	کالاهای فرهنگی
۱۳۶، ۷۰، ۴۹، ۴۸	مدرسه	۱۳	کتب ادبیات داستانی
۴۶، ۴۵، ۴۴، ۴۳، ۴۲، ۳۷، ۳۶، ۳۱، ۳۰	مدرن	۳۵	کردارهای اجتماعی
۱۳۰، ۱۲۹، ۱۲۸، ۸۹، ۷۲، ۶۹، ۶۸، ۶۶، ۶۴، ۴۷		۳۴	کسب هویت
۱۵۹، ۱۵۸، ۱۵۷، ۱۵۶، ۱۵۵		۶۸، ۴۶، ۳۴	کلان‌شهر
۶۹، ۴۷	مدرنیته	۶۸، ۴۶، ۴۵	کنش استراتژیک
۱۵۵	مدرنیزاسیون	۶۸	کنش غیر استراتژیک
۶۹	مدیران نشر	۶۸، ۴۶، ۳۰	کنشگران
۸۸	مرگ و پوچی		گرایش به بررسی سرگذشت فردی در متن سرنوشت
۹۱، ۸۸	مسائل اجتماعی	۹۱	جمعی
۱۶۰، ۱۵۹، ۱۵۸، ۹۲، ۹۱، ۸۹	مسائل زنان	۹۲، ۸۹	گرایش به فرم در ساختار اثر
۸۸	مسائل زندگی جنسی	۳۱	گرایش‌های مدرن و پسامدرن
۸۸	مسائل سیاسی روز	۶۴، ۳۶، ۳۱	گروه منزلتی
۸۸	مسائل عاطفی	۱۶۴	گروه همالان

۳۰	مقاومت در برابر قدرت	۶۷	مشارکت هویت
	مقایسه رمان‌های مورد بررسی برحسب تاریخ	۳۳	مصارف فرهنگی
۶	انتشار		مصرف ۳، ۴، ۵، ۶، ۹، ۱۰، ۱۳، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۵،
۲۸، ۳۰	مقولات فرهنگی		۲۹، ۳۰، ۳۱، ۳۲، ۳۳، ۳۴، ۳۵، ۳۶، ۳۷، ۳۸، ۳۹،
۱۵۸، ۱۵۷، ۶۳، ۶۲، ۶۱، ۶۰، ۵۹، ۶	ممیزی		۴۰، ۴۱، ۴۲، ۴۳، ۴۴، ۴۵، ۴۶، ۴۷، ۴۸، ۴۹، ۵۰،
۵۹	ممیزی کتاب و ادبیات داستانی ایران		۵۱، ۵۲، ۵۳، ۵۴، ۵۶، ۶۲، ۶۳، ۶۴، ۶۵، ۶۶، ۶۷،
۷۹، ۷۸، ۷۷، ۷۱، ۶۹، ۵۴، ۵۲	منتقد		۶۸، ۷۲، ۹۷، ۹۸، ۱۲۹، ۱۵۶، ۱۵۷، ۱۵۸، ۱۶۲،
۱۶۴، ۷۷، ۷۱، ۶۹، ۵۳، ۵۲	منتقدان	۱۶۵	
۱۳۳، ۶۵، ۶۴، ۵۸، ۴۶، ۳۵، ۳۴، ۳۳	منزلت		مصرف ادبی ۹، ۱۰، ۲۵، ۳۱، ۳۳، ۴۰، ۴۲، ۴۳،
۶۶، ۴۱، ۴۰، ۳۹	منش	۱۵۷، ۷۲، ۵۰، ۴۸، ۴۷، ۴۴	
۸۸	مهاجرت و آوارگی	۱۸، ۴	مصرف ادبیات داستانی ایرانیان
	موضوع داستان ۱۴، ۲۲، ۲۴، ۹۵، ۱۳۵، ۱۴۸،	۴۶	مصرف پست مدرن
۱۶۱		۳۴	مصرف خودنمایانه
۷۱، ۷۰، ۵۳، ۴۸، ۳۱، ۵	موفقیت اثر ادبی	۴۳	مصرف سنتی
۳۱	موفقیت معمولی	۴۱، ۳۹	مصرف فرهنگی
۳۱	موفقیت نسبی	۳۳	مصرف کتاب
۲۸، ۳۳	مولد	۴۵	مصرف کنشی استراتژیک
۳۹، ۴	میدان	۲۹	مصرف کنندگان
۱۴۳، ۶۶	ناآگاهی	۱۵۶، ۴۴	مصرف کننده
۳۰	نابرابری اجتماعی	۴۳	مصرف واقعی
۳۰	ناخودآگاه فردی و جمعی	۱۲۹، ۶۵، ۵۶، ۵۵، ۵۴، ۳۴	مطالعه ادبی
۱۶۰، ۱۳۳، ۲۴	نام قهرمان	۵۶، ۶	مطالعه ادبیات در ایران
۱۳۲	نام ناشر اول	۵۷	مطالعه رمان
۶۶، ۴۰، ۳۸	نظام روابط عینی	۱۴۷، ۱۲۵، ۶۸، ۶۷، ۵۱، ۴۶، ۴۴، ۳۱	معنا
۱۶۴، ۶۱، ۶۰، ۵۳، ۵۲، ۴۸	نقد ادبی	۸۸	معنویت
۷۱	نقش زنان	۳۵	مفهوم سبک زندگی
		۳۱	مفهوم موفقیت اثر ادبی



۶۵، ۵۶، ۳۵، ۳۴	همبستگی	۷۰	نقش مناسبات بین فردی
۴۲	چشم و همچشمی طبقات	۷۰	نقش ناشران
۶۴، ۳۳	چشم و همچشمی و رقابت	۱۶۱، ۱۵۰، ۱۴۹، ۱۳۶	نقطه اوج داستان
۳۷	همگرایی فرهنگی	۶۵، ۴۴، ۳۹، ۳۴	نماد
۱۴۷، ۱۳۹	هنجارهای خانوادگی نقض شده	۴۱	نمادهای فرهنگی
۸۱، ۶۷، ۶۵، ۴۶، ۴۵، ۴۴، ۳۹، ۳۴، ۱۷	هویت ۱۷	۸۹	نمود هرچه بیشتر عشق
۱۶۳، ۱۴۶، ۱۴۳، ۱۴۱، ۹۰	هویت فردی	۵۳	نمودار موفقیت و بقا
۶۵، ۳۴	وجه نمادین کالاها	۱۳۵	نوع شغل قهرمان در آغاز داستان
۶۵	وضع اشتغال قهرمان در ابتدای داستان	۱۴۵، ۱۰۴، ۸۷	نویسندگان زن
۱۳۵	وضع تاهل قهرمان در ابتدا و انتهای داستان	۱۴۵، ۱۰۴، ۲۵	نویسندگان مرد
۱۳۵	یأس و دلمردگی	۵۴، ۵۳، ۲۹، ۲۴، ۲۲، ۲۱، ۱۹، ۱۷	نویسنده
۱۵۹، ۸۹	یکدست شدن فرهنگ	۹۲، ۷۱، ۷۰، ۸۰، ۸۱، ۸۲، ۸۳، ۸۷، ۸۸، ۹۲	
۳۶	یکدستی فرهنگی	۱۰۷، ۱۰۴، ۱۰۳، ۱۰۲، ۹۹، ۹۷، ۹۵، ۹۴، ۹۳	
۳۷، ۳۶		۱۱۴، ۱۱۹، ۱۲۰، ۱۲۲، ۱۲۵، ۱۲۸، ۱۳۰	
		۱۵۶، ۱۵۵، ۱۴۵، ۱۴۱، ۱۳۴، ۱۳۲	