

کیفیت خوانش رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند توسط زنان

محمدرضا جوادی‌یگانه*، آسیه ارحامی**

چکیده: مقاله حاضر بر کیفیت خوانش رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند توسط زنان تمرکز دارد. رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند، امروزه پرفروش‌ترین بخش ادبیات داستانی در ایران هستند و نویسندگان، مخاطبان و موضوعات آنان اکثراً زنانه است. ادبیات رایج در جامعه‌شناسی ادبیات، به این ژانر ادبی توجهی نداشته و بر آن برجسب تخدیری و آگاهی کاذب زده است. اما گستردگی این نوع از رمان و تأثیرات عمده‌ای که بر مخاطبان زن می‌گذارد، ایجاب می‌کند که به آن توجه شود. در این مقاله، که با توجه به تحقیق جنسی ردوی در انگلستان بر روی خوانندگان زن رمان‌های عاشقانه صورت گرفته است، نحوه‌ی آشنایی خوانندگان زن با این رمان‌ها و چگونگی امر خوانش در بین آن‌ها مورد بررسی قرار گرفته و تلاش شده است تا کیفیت خوانش بر اساس نحوه‌ی اشتغال و سن خوانندگان دسته‌بندی شود. جامعه‌ی نمونه پژوهش، خریداران رمان‌های عاشقانه در شهر کتاب بوده و روش جمع‌آوری داده‌ها مصاحبه است. **واژه‌های کلیدی:** کیفیت خوانش، رمان عاشقانه، مخاطب‌شناسی، زنان، رمان عامه‌پسند.

مقدمه

رمان‌های عامه‌پسند چه در اروپا و چه در ایران در ابتدا از طریق پاورقی‌های روزنامه انتشار یافتند اما به علت استقبال شدید از آن‌ها تبدیل به یک ژانر مستقل شدند. امروزه در اروپا ژانر عامه‌پسند در قالب جنایی، روان‌شناسی، عاشقانه، تاریخی... انتشار می‌یابد اما در ایران فقط به رمان عاشقانه محدود شده است. تعداد طرفداران رمان‌های عاشقانه به طور مداوم در حال افزایش است هم‌چنین نویسندگان بی‌شماری به رمان‌های عاشقانه روی آورده‌اند که اکثر آنان را زنان تشکیل می‌دهند (احمدی، ۱۳۸۶؛ میرفخرایی،

myeganeh@ut.ac.ir

a.arhami@yahoo.com

* دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران

** کارشناس ارشد مطالعات زنان

تاریخ پذیرش: ۱۳۸۹/۱۲/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۰۱/۲۲

۱۳۸۴ الف). این رمان‌ها در مقایسه با سایر ژانرها با استقبال بسیار زیادی روبه‌رو هستند و کمتر دچار افت و خیز موجود در بازار کتاب می‌گردند. این ژانر بدون این‌که توسط نهاد یا گروه خاصی مورد حمایت قرار بگیرد خود راه به خانه‌های مردم باز کرده است و اگر نگوئیم پرفروش ولی همیشه از فروش متوسطی برخوردار بوده است. بر طبق آمار خانه کتاب «بامداد خمار» فتانه حاج‌سیدجوادی با ۴۲ چاپ، «شب سراب» ناهید پژواک با ۲۰ چاپ، «پنجره و اتوبوس» فهیمه رحیمی به ترتیب با ۱۸ و ۱۳ چاپ، «گلی در شورزار» نسرین ثامنی با ۱۴ چاپ و «پریچهر» مؤدب‌پور با ۲۰ چاپ تا سال ۱۳۸۵ جزء پرفروش‌ها بوده‌اند. همان‌طور که این آمارها نشان می‌دهد این ژانر در مقایسه با سایر ژانرها در ادبیات ایران بسیار پرتعداد است هرچند همیشه مورد انتقاد جدی از سوی منتقدان و ناشران کتب خاصه‌پسند قرار دارد.

عمده‌ی خوانندگان رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند را زنان تشکیل می‌دهند. به نحوی که کریم امامی، یکی از قدیمی‌ترین ناشران و فعالین در امر نشر، از این رمان‌ها تحت عنوان «رمان‌های بانو‌پسند» یاد می‌کند (امامی، ۱۳۸۵). مضمون اغلب این رمان‌ها همان‌طور که از اسم آن برمی‌آید مضامینی عاشقانه و خانوادگی است (مضامینی که عموماً بر اساس یافته‌های روان‌شناختی زنانه هستند) بنابراین طبیعی به نظر می‌رسد که طرفداران پروپا قرص این رمان‌ها را زنان تشکیل دهند. مشاهدات نگارنده دوم در طی چند ماه اشتغال در شهر کتاب این امر را تصدیق می‌کند.

طرح مسئله

همان‌طور که گفته شد رمان‌های عاشقانه خوانندگان خاص خود را دارند؛ اما در مورد این‌که این خوانندگان از چه اقشار اجتماعی هستند، تحصیلات آن‌ها در چه سطحی است؛ شاغل هستند یا خیر، نظریات طرح شده بیشتر در قالب تجربه‌های شخصی یا پیش‌داوری است، نه نظریات برآمده از پژوهش‌های تجربی و در نتیجه این ژانر کمتر مورد استقبال پژوهشگران ادبیات و فرهنگ عمومی قرار گرفته است.

یکی از دلایل بی‌توجهی به آثار عامه‌پسند و شناخت مخاطبان آن در این نکته نهفته است که از نظر بسیاری از پژوهشگران و نقادان ادبی این ژانر مبتذل و فاقد ظرفیت‌های ادبی است. از نظر مودلسکی^۱ نحوه‌ی تفکر و احساس ما درباره‌ی فرهنگ توده‌ای به قدری با نظر ما در مورد زنانگی پیوند خورده است که نیاز به نقد کامل در تمام عرصه‌ها دارد (استریناتی، ۱۳۷۹: ۳۸). یعنی ما همان نگاهی را که به

1. Modleski

کیفیت خوانش رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند توسط زنان ۷

فرهنگی توده‌ای داریم (بی‌ارزش دانستن آن)، به زنان نیز داریم. به نظر او در جامعه حاضر زنانگی، مصرف‌گرایی و خواندن آثار عامه‌پسند کاری زنانه و در عین حال پست تلقی می‌شود، در حالی که مردانگی مساوی تولید، نوشتن و فرهنگ والا در نظر گرفته می‌شود. او معتقد است پست تلقی کردن آثار عامه‌پسند، ریشه در نگاه تبعیض‌آمیز به زنانگی دارد. این سخن را می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که نگاه تبعیض‌آمیز ما از خود زنان، به فعالیت‌های مورد علاقه‌ی زنان نیز تسری یافته است، نگاهی که نیازمند اصلاح است. ما باید به دنبال فهم زنان و فعالیت‌های مورد علاقه آن‌ها باشیم نه نقد صرف آن‌ها. اولین کلمه‌ای که بعد از شنیدن اسم آثار عامه‌پسند به گوش می‌رسد «میتدل» است (براکت^۲، ۲۰۰۰). نویسندگان این آثار و خوانندگان آن‌ها به طور مداوم چنین تحقیرهایی را تحمل می‌کنند ولی باز هم به مطالعه این کتاب‌ها سرسختانه ادامه می‌دهند. این انتقادها به گونه‌ای است که بسیاری از خوانندگان این طیف از رمان‌ها به روش‌هایی چون پنهان‌سازی نوع خوانش خود روی آورده‌اند مثل جلد کردن این طیف از کتاب‌ها (همان).

تمامی انتقادهایی که به این زنان می‌شود از بالا و بدون در نظر گرفتن نگاه خود زنان به این کتاب‌ها است. بنابراین برای فهم این فعالیت اوقات فراغتی، باید از نگاه خود زنان خواننده به این رمان‌ها نگاه کرد. در مورد این‌گونه از رمان‌ها و خوانندگان آن در تمامی جوامع تفکرات قالبی وجود دارد. بر این اساس خوانندگان این طیف از رمان‌ها در جامعه عموماً نوجوانان و زنان خانه‌دار تلقی می‌شوند. کسانی که از تحصیلات چندانی برخوردار نیستند و زندگی را هم‌چون متن این‌گونه از رمان‌ها ساده می‌بینند! اما آیا واقعاً این‌چنین است؟

برای پاسخ به این تفکرات قالبی، در ابتدا باید دانست این خوانندگان از چه گروه اجتماعی هستند، چگونه با این کتاب‌ها آشنا می‌شوند و کیفیت خوانش نزد آن‌ها چگونه است. با شناخت این عناصر بهتر می‌توان در مورد خوانندگان این ژانر قضاوت کرد.

با این مقدمات، پرسش اساسی این تحقیق این است که: «کیفیت خوانش رمان‌های عاشقانه نزد زنان خواننده‌ی این کتاب‌ها چگونه است؟»

². Braket

مبانی نظری

قدیمی‌ترین و در عین حال عمومی‌ترین پرسش نظری در مورد مخاطبان این است که آیا باید مخاطبان رسانه‌ها را به‌عنوان یک گروه اجتماعی در نظر گرفت یا توده‌ای جدا از هم (مک‌کویل، ۱۳۸۷). مخاطبان توده‌وار فی‌نفسه منفعل هستند چون نمی‌توانند کنش جمعی داشته باشند. واقعیت این است که گزینش رسانه‌ای می‌تواند فعالانه باشد و در قالب میزان انگیزه و توجه، درگیری، لذت، واکنش نقادانه یا خلاقانه و ارتباط با سایر فعالیت‌های زندگی مطالعه شود. رفتارهای خوانندگان در انتخاب و مطالعه‌ی آثار ادبی، پدیده‌ای اجتماعی و فرهنگی است چرا که از یک‌سو هر اثر برای خوانندگان خاص نوشته می‌شود و در هر حال نویسنده، مخاطب یا مخاطبینی را مدنظر دارد و از سوی دیگر خوانندگان هر اثری را انتخاب نمی‌کنند. در این میان بعضی از آثار و ژانرهای ادبی با استقبال بی‌شماری از سوی خوانندگان روبه‌رو می‌شوند. شناخت آثار پر مخاطب از چند جهت اهمیت دارد:

۱. شناخت نیات و معانی و باورداشتهای خوانندگان
۲. آثار پرفروش باعث پیدایش جریان‌های فرهنگی خاص می‌شوند که از حیث ادبیات به تولید سبک‌های ادبی منجر می‌شود و از حیث فرهنگی زمینه‌ساز تحولات عمیق در فرهنگ مردم است.
۳. در صورت بررسی مصرف ادبی در عرصه‌ی تاریخی امکان شناخت بحران‌ها، تغییرات و آهنگ تغییرات فرهنگی فراهم می‌شود.

در این مقاله، سعی بر آن شده تا مورد اول یعنی شناخت رفتارهای مخاطبان در حوزه‌ی یکی از پرطرفدارترین بخش‌های ادبیات یعنی رمان‌های عاشقانه عامه‌پسند صورت گیرد. امبرتو اکو رمان‌ها را به دو دسته باز و بسته تقسیم می‌کند. رمان‌های باز آن دسته از رمان‌ها هستند که قرائت‌های متعددی از آن‌ها می‌شود و اما رمان‌های بسته آن دسته از رمان‌هایی هستند که توانایی ایجاد چند معنایی را ندارند (سلدن و ویدوسون، ۱۳۷۷: ۷۰). اکثر متخصصان، رمان‌های عاشقانه را جزو رمان‌های بسته، طبقه‌بندی می‌کنند. در ادبیات عامه‌پسند مخاطب عموماً فردی سطحی و منفعل در نظر گرفته می‌شود، در حالی که مخاطبان حتی در هنگام خوانش آثار عامه‌پسند هیچ‌گاه افرادی منفعل نیستند، بلکه آن‌ها در نقش جماعت‌های تفسیرگر، در هنگام مصرف یک کالا، به طور مدام در حال خلق معنای

کیفیت خوانش رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند توسط زنان ۹

شخصی از آثار برای خود هستند (میرفخرایی، ۱۳۸۴ ب). به نظر ولفگانگ آیزر^۳ متون ادبی همواره دارای «سفید خوانی» هستند که خواننده می‌تواند آن‌ها را پر کند. عمل تفسیر از ما می‌طلبد که این سفید خوانی‌ها را پر کنیم (سلدن، ۱۳۷۷). شناخت نیت و رفتارهای مخاطبین یکی از بخش‌های اساسی مخاطب‌سنجی است. این نوع از پژوهش‌ها، به مطالعه‌ی مخاطبان به عنوان «جماعت‌های تفسیرگر» می‌پردازند و بر نقش فعال مخاطبان در دریافت معنا تأکید دارند. بر خلاف بسیاری از تحقیقات که فقط به دنبال معنای مورد نظر نویسنده در رمان‌ها هستند (مثل تحلیل محتوای آثار)، مخاطب‌سنجی به دنبال معنای آثار برای مخاطبان است. معنای متون معانی ثابت و ذاتی نیستند، بلکه توسط خواننده خلق می‌شوند. هر خواننده یکی از اعضای جماعت تفسیرگر را تشکیل می‌دهد که بر حسب دانش و اطلاعات اجتماعی، میزان مطالعات و نوع سبک زندگی‌اش، می‌تواند به آثار پیش رو نگاهی متفاوت داشته باشد. مخاطب‌سنجی در این رویکرد جایگاه مهمی پیدا می‌کند، چرا که مخاطب بر اساس علایق، سلیقه و نیازهایش آگاهانه دست به انتخاب می‌زند. مخاطب‌سنجی با هدف شناخت رفتارها، انگیزه‌ها و نیازهای مخاطب شکل گرفته است و به دنبال شناخت عادات خوانشی مخاطبین و خوانندگان است. تحقیق حاضر نیز مخاطبین را افرادی فعال و آگاه در گزینش و خوانش رمان در نظر گرفته است.

جنیس ردوی^۴ با استفاده از همین نظریه در سال ۱۹۸۴ به مطالعه خوانندگان رمان‌های عاشقانه پرداخته است. ردوی در مطالعه‌ای روی چهل و دو زن متأهل ساکن در منطقه اسمیتون (۱۹۸۴) به این نتیجه رسید که مردان این کتاب‌ها مردانی باهوش، با ذکاوت، مهربان و خوش خلق هستند، مردانی که نگران زنانند، در موقعیت‌های حساس به یاری زنان می‌شتابند و به آن‌ها کمک می‌کنند و حتی خود را برای آن‌ها به خطر می‌اندازند (استوری، ۱۳۸۴). بنا بر نظر ردوی خوانندگان رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند عموماً زنان طبقه‌ی متوسط هستند چرا که این زنان هم پول کافی و هم زمان کافی برای خواندن در اختیار دارند. زنان طبقه‌ی متوسط عموماً به مشاغل پاره‌وقت (درمقایسه با کار تمام وقت زنان طبقه‌ی پایین) مشغول هستند و فرزندان خود را معمولاً در کودکی به مهد کودک می‌فرستند؛ در نتیجه زمان زیادی را برای مطالعه در اختیار دارند (ردوی، ۱۹۹۳).

3. Wolfgang Iser

4. Radway

او ای‌نگونه بیان می‌کند که زنان با خواندن این کتاب‌ها حداقل در زمانی کوتاه می‌توانند کسی دیگر باشند و در دنیایی دیگر زندگی کنند. آن‌ها در پایان این رمان‌ها به این احساس اطمینان می‌رسند که مرد و ازدواج دو چیز واقعاً خوب هستند (استوری، ۱۳۸۴: ۳۴). ردوی معتقد است مطالعه‌ی این کتاب‌ها از سوی زنان به خاطر رضایت از پدرسالاری نیست، بلکه خواندن این کتاب‌ها نوعی اعتراض از راه خیال‌پردازی و حاکی از اشتیاق برای دنیایی بهتر است (همان: ۳۶). او معتقد است مهمترین فایده‌ی روانی این‌گونه کتاب‌ها تکرار اسطوره‌ی فرهنگی تغییرناپذیر و جهانی و بنیادی «مرد دلسوز» است. به همین علت ۶۳ درصد خوانندگان قبل از خواندن کامل کتاب انتهای داستان را می‌خوانند. او اشاره می‌کند که زنان مورد مطالعه‌ی او، این کتاب‌ها را هدیه‌ای به خود برای بازپس‌گیری زمانی که وقف کارهای خانه و خانواده می‌کنند، می‌دانند. آن‌ها از این طریق از تنش‌های ناشی از مشکلات و مسئولیت‌های روزمره رها می‌شوند و در ضمن زمان و مکانی برای خود می‌آفرینند که به آن‌ها امکان توجه به نیازها و لذت‌های شخصی خود می‌دهد.

بر این اساس، مخاطب‌سنجی به دنبال شناخت چند هدف است:

- مشخصه‌های فردی: سن، جنس، موقعیت اجتماعی، شغلی و تحصیلی؛
- پس‌زمینه‌ها و محیط اجتماعی مخاطب: سرمایه اجتماعی او و میزان ارتباطش با دیگران؛
- عادات مربوط به استفاده از رسانه یا کالای فرهنگی خاص؛
- علایق و نوع مخاطب در حوزه‌ی کاربرد کالای فرهنگی خاص؛
- ارتباط کالای فرهنگی با زندگی روزمره مخاطبین؛
- میزان آگاهی و اطلاعات افراد از کالای فرهنگی خاص.

در مخاطب‌شناسی برای ما مهم است که مخاطبین متون چه کسانی هستند، از چه اقشار اجتماعی هستند، عادات خوانش در بین آن‌ها چگونه است، به چه قهرمانان و موضوعاتی علاقه دارند و چرا این نوع از کتاب را می‌خوانند.

این مقاله بر سه قسمت اول متمرکز شده است. شناخت مشخصه‌های فردی مخاطبان و ارتباط آن‌ها با سایر مخاطبین و عادات خوانشی آن‌ها سبب می‌شود ما بهتر بتوانیم در مورد علل خوانش این طیف رمان اظهار نظر کنیم.

روش تحقیق

تاکنون تحقیقی در زمینه مخاطب‌شناسی رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند در ایران صورت نگرفته است.

کیفیت خوانش رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند توسط زنان ۱۱

عمده تحقیقاتی که بر روی آثار عامه‌پسند عاشقانه صورت گرفته شامل تحلیل محتوای این آثار است. تژا میرفخرایی (۱۳۸۴ الف) ۲۱ رمان عامه‌پسند ایرانی دهه ۷۰ را با استفاده از مدل شاتس مورد بررسی قرار داد. او تمامی ژانرهای موجود را به دو ژانر کلی سازگاری و نظم برای تحلیل تقسیم می‌کند. در ژانر نظم، قهرمان عمدتاً مردی است که به نبرد با قدرتی که خواهان از بین بردن ثبات اجتماعی و برقراری بی‌نظمی می‌باشد می‌پردازد. قهرمان پس از حل تضاد بار دیگر ثبات را به جامعه بازمی‌گرداند در حالی که در ژانر سازگاری یک جمع به عنوان مثال یک زوج یا خانواده در محور داستان قرار می‌گیرند که درگیر مسئله‌ای احساسی‌اند و با یک تضاد احساسی و درونی روبه‌رو هستند. ژانر سازگاری شرایط داستانی را ایجاد می‌کند که خواننده قادر به فرار از واقعیت تلخ روزمره زندگی خود شود و برای لحظه‌ای در روایی شیرین غرق شود. از آن‌جا که برخورداری از یک پایان روایی اجازه فرار از واقعیت را به مخاطب می‌دهد عموم داستان‌های ژانر سازگاری پایانی روایی دارند، او معتقد است عمده آثار عاشقانه در ژانر سازگاری قرار می‌گیرند.

اما هیچ تحقیقی در ایران به مسئله مخاطبان این آثار نپرداخته است در نتیجه هیچ داده قابل استنادی در این زمینه وجود نداشت؛ همین امر پژوهش در زمینه‌ی مخاطب‌سنجی را با دشواری زیادی روبه‌رو می‌کرد. هم‌چنین خود پدیده مخاطب‌سنجی دارای ابعاد بسیار متنوعی از قبیل شناخت نوع مخاطبین، نوع رفتارها، انگیزه‌های افراد، علایق آن‌ها... است که لازمه‌ی آن داشتن نگاهی جامع و دقیق است. در ضمن، یافتن خوانندگان رمان‌های عاشقانه به شکلی ساختارمند، از دشواری‌های دیگر در زمینه پژوهش بود. در نتیجه تصمیم گرفته شد با کمک مصاحبه رودررو و ساختارمند به شناخت رفتارها، انگیزه‌ها، چرایی گرایش خوانندگان رمان‌های عاشقانه که عموماً زن هستند، دست یابیم. علت عدم استفاده از پرسش‌نامه در این پژوهش، اکتشافی بودن موضوع مورد نظر بود. مصاحبه برای نویسندگان این امکان را به‌وجود آورد تا با کمک تماس چهره به چهره، شناخت بیشتری از رفتارها و علایق خوانندگان رمان‌های عاشقانه به دست آورد.

تمامی مصاحبه‌ها بنا به دلایلی که در ادامه خواهد آمد، توسط نویسنده‌ی دوم مقاله از شهر کتاب ابن سینا جمع‌آوری شده است و بنابراین در تعمیم نتایج به دست آمده از این پژوهش، باید احتیاط کرد و از آن‌جا که این پژوهش اکتشافی بوده این نتایج صرفاً مقدماتی برای باز شدن راه تحقیق در زمینه مخاطب‌شناسی خوانندگان رمان‌های عامه‌پسند هستند.

سؤالات مورد نظر در متن مصاحبه، از پرسش‌نامه «جنیس ردوی» که بر روی خوانندگان رمان‌های عاشقانه کار کرده و در کتاب قرائت داستان‌های عاشقانه منتشر کرده است (ردوی، ۱۹۸۷: ۲۳۱-۲۴۰)، گرفته شده است. (این سؤالات عیناً ترجمه شد و بر اساس شرایط جامعه ایران، استاندارد و در این تحقیق به کار گرفته شد) پژوهش او در سال ۱۹۸۷ در منطقه اسمیتون لندن انجام شده و برای اولین بار به «شخصیت زن معمولی» در حوزه‌ی مخاطبین پرداخته است. ردوی برای انجام این تحقیق از شیوه‌های متعددی استفاده کرده است: پرسش‌نامه فردی، بحث آزاد، مصاحبه‌ی شفاهی، گفتگوهای خودمانی و مشاهده تعامل اعضای مختلف جامعه نمادین خوانندگان رمان‌های عاشقانه (استوری، ۱۳۸۳).

روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر، نمونه‌گیری سهمیه‌ای است. سن افراد ملاک تعیین سهمیه بود. بر اساس مشاهدات قبلی، مخاطبان رمان‌های عاشقانه به سه گروه نوجوان، جوان و بزرگسال، طبقه‌بندی شدند. جامعه نمونه این پژوهش صرفاً از میان زنان انتخاب شده است (از آن‌جا که عمده خوانندگان رمان عاشقانه عامه‌پسند هستند و مشاهدات نگارندگان نیز این امر را تأیید کرد)، اعم از مجرد و متأهل. البته مشخص است که این نوع از نمونه‌گیری به خاطر داشتن اریب، مانع از دادن تعمیم به جمعیت بزرگ‌تر می‌شود. از آن‌جا که لازمه‌ی مصاحبه رسیدن به اشباع در زمینه پاسخ‌ها است، به نحوی که محقق به این احساس دست یابد که دیگر پاسخ‌های افراد مورد مصاحبه شبیه هم شده و جواب‌های جدیدی دریافت نمی‌شود، بعد از انجام ۴۲ مصاحبه، این یک‌دستی به دست آمد و اشباع لازمه به وجود آمد.

زمان صرف شده برای پر کردن مصاحبه‌ها یک ماه و نیم بود که از تاریخ ۸۷/۹/۱۵ شروع شد و در تاریخ ۸۷/۱۱/۳ به پایان رسید. به عبارت دیگر، نویسنده دوم به مدت ۲ ماه تمام بعد از ظهر هر روز در شهر کتاب ابن سینا (در شهرک غرب) برای انجام مصاحبه از خریداران رمان‌های عاشقانه عامه‌پسند (همانند یکی از کارکنان شهرکتاب) در آن‌جا حضور داشت.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو راه استفاده شد. بخشی از سؤالات مصاحبه این قابلیت را داشتند که بعد از انجام مصاحبه به صورت سؤال‌های بسته درآیند. یعنی پاسخ‌ها از ۳ یا ۴ حالت خارج نبود و بنابراین همانند سؤالات بسته قابل تبدیل به کد بوده و با کمک SPSS تجزیه و تحلیل شده‌اند. اما از آن‌جا پاسخ‌های خوانندگان نیز و توضیحات آن‌ها تکمیل‌کننده بود، بعضی از پاسخ‌های افراد که گویاتر بودند نیز با ذکر سن، وضعیت تأهل و شغل افراد آورده شده است. برخی دیگر از سؤالات که به هیچ‌وجه قابل تبدیل به کد نبود، به صورت کیفی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. برای تجزیه و تحلیل این سؤالات ابتدا

کیفیت خوانش رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند توسط زنان ۱۳

داده‌ها به صورت مجزا نوشته شد. سپس عبارت‌ها بر اساس واحدهای معنایی و نظری دسته‌بندی شده‌اند و سپس مورد تفسیر قرار گرفته‌اند. لذا روش تحقیق ترکیبی از کمی و کیفی است.

سؤالات پژوهش

خوانندگان رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند از چه اقشار اجتماعی هستند؟
نحوه‌ی آشنایی آن‌ها با این ژانر از چه طریقی صورت گرفته است؟
اکثریت این خوانندگان از چه سنی خواندن این ژانر را به عنوان یک فعالیت مورد علاقه انتخاب می‌کنند؟
دایره‌ی مطالعاتی خوانندگان زن رمان‌های عاشقانه شامل چه کتب دیگری می‌شود؟
عادات خوانشی در بین خوانندگان زن رمان‌های عاشقانه (از قبیل خواندن پایان رمان قبل از اتمام آن و دوباره‌خوانی) به چه صورتی است؟

یافته‌های تحقیق

برای به دست آوردن دید جامعی از نمونه‌های مورد نظر در ابتدا باید بدانیم مخاطبین رمان‌های عاشقانه از چه گروه سنی، تحصیلی و شغلی هستند. سپس بر مبنای این اطلاعات به بررسی کیفیت خوانش در بین خوانندگان بپردازیم.

مخاطبین رمان‌های عاشقانه به لحاظ سنی، تحصیلی و شغلی در گروه‌های مختلفی قرار می‌گیرند. به لحاظ سنی تنوع زیادی در خوانندگان دیده می‌شود. در این پژوهش افراد مورد مصاحبه واقع شده، ۱۳ تا ۷۸ ساله هستند. از زمانی که افراد می‌توانند کتاب‌های کودکان را کنار بگذارند و نثر جدی‌تری بخوانند، به رمان‌های عاشقانه روی می‌آورند. به عبارت دیگر این طیف از رمان بازه‌ی سنی خاصی ندارد.

به لحاظ تحصیلی نیز تنوع زیادی در میان خوانندگان وجود داشت؛ سنین راهنمایی به عنوان سنین آغاز مطالعه‌ی رمان‌های عاشقانه بود، اما به گروه محصل محدود نمی‌ماند، بلکه افراد دانشجوی، لیسانس و فوق لیسانس نیز در بین نمونه‌ها حضور داشتند. به لحاظ رشته‌ی تحصیلی نیز در بین دانشجویها تنوع زیادی دیده می‌شد: آمار، ارتباطات، حقوق، گرافیک، مامایی... به لحاظ شغلی نیز مشاغل متنوعی در میان افراد یافت می‌شد. فقط ۲۶ درصد افراد مورد مصاحبه خانه‌دار بودند، ۲۱ درصد آن‌ها شاغل، ۲۶ درصد دانشجوی و ۲۶ درصد هم محصل بودند. به لحاظ وضعیت تأهل نیز ۵۷ درصد مجرد و ۱۶ درصد متأهل

بدون فرزند و ۲۶ درصد متأهل دارای فرزند هستند. مسلماً متأهلین در مقایسه با مجردها اوقات فراغت کمتری در اختیار دارند، این میزان برای متأهلین دارای فرزند به مراتب کمتر است؛ اما این اشتغالات نتوانسته‌اند تأثیر چندانی در میزان مطالعه و نحوه‌ی خوانش افراد بگذارد و تفاوتی بین آن‌ها دیده نشد. این خوانندگان را در یک نگاه کلی می‌توان به سه گروه سنی نوجوان (۱۳ تا ۲۰ سال) ۳۸/۱ درصد؛ جوان (۲۰ تا ۳۰ سال) ۳۵/۷ درصد و بزرگسال (۳۰ تا ۶۵ سال) ۲۶/۲ درصد تقسیم کرد. با توجه به این که فقط یک فرد سالمند (۷۸ ساله) در نمونه‌ها حضور داشت تصمیم بر آن گرفته شد که او را نیز در بین بزرگسالان دسته‌بندی کنیم.

الف) نوع خوانش و دایره‌ی مطالعاتی خوانندگان رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند

اکثریت پاسخگویان، علاوه بر رمان‌های عاشقانه به مطالعه کتب روان‌شناسی کاربردی و خودشناسی (خودیاری)^۵ (۴۲ درصد) می‌پرداختند، ۲۸ درصد افراد به جزء رمان عاشقانه کتاب دیگری نمی‌خواندند سپس شعر (۱۴ درصد) رمان تاریخی (۷ درصد) و رمان‌های تخیلی (۴/۸ درصد) کتاب‌های مورد مطالعه را تشکیل می‌داد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود عموم پاسخگویان یا به همراه رمان عاشقانه کتب روان‌شناسی می‌خوانند یا هیچ کتابی به جزء رمان عاشقانه را تجربه نمی‌کنند. بنابراین عموماً افراد محدود به همین نوع ژانر هستند و دست به تجربیات متنوع نمی‌زنند.

ب) چگونگی روی آوردن به رمان عاشقانه به عنوان یک فعالیت مورد علاقه

همان‌طور که ملاحظه شد خوانندگان رمان‌های عامه‌پسند در میان همه اقشار اجتماعی یافت می‌شوند و به گروه خاصی محدود نمی‌شوند. حال باید دید این افراد از چه زمانی و چگونه با رمان‌های عاشقانه‌ی ایرانی آشنا شده‌اند. دوران تحصیل، دوران آشنایی با بسیاری از ناشناخته‌ها است. نکته جالب این است که اکثریت افراد جامعه نیز در همین دوره با رمان آشنا می‌شوند، کتاب‌ها در دست هم‌کلاسی‌ها می‌گردد تا خوانده شود.

جدول فیلترشده زیر (جدول ۱) که با کنترل سن انجام شده، نشان می‌دهد اکثریت افراد (۸۰ درصد جوانان و ۴۵/۵ درصد بزرگسالان) در سنین راهنمایی و دبیرستان، یعنی دوران نوجوانی با رمان‌های

⁵ .Self-help

کیفیت خوانش رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند توسط زنان ۱۵

عاشقانه آشنا شده‌اند. تمامی افراد دارای الگویی ثابت در زمینه‌ی رمان‌های عاشقانه بوده‌اند، یعنی این کتاب‌ها به آن‌ها پیشنهاد شده است.

جدول ۱: توزیع درصد فراوانی پاسخگویان در زمینه‌ی آغاز خواندن رمان عامه‌پسند با کنترل سن

سن			راهنمایی	از چند سالگی خواندن داستان‌های عاشقانه را شروع کردید؟
بزرگسال	جوان	نوجوان		
۹/۱	۵۳.۳	۷۵.۰	دبیرستان	
۳۶/۴	۲۶.۷	۲۵.۰	۲۰-۳۰ سالگی	
۳۶/۴	۲۰.۰	-	بالای ۳۰ سالگی	
۱۸/۲	-	-		
۱۰۰/۰	۱۰۰	۱۰۰		کل

جدول ۲ نشان‌دهنده میزان الگوپذیری هر یک از گروه‌های سنی موجود (نوجوان، جوان، بزرگسال) از دوستان یا اعضای خانواده است. دکتر علی احمدی در قسمتی از استنتاجات خود از نظریه رنه ولک و آوستن وارن می‌گوید در ایران مهم‌ترین جماعتی که باعث گسترش ادبیات عامه‌پسند می‌شود، گروه دوستان است (احمدی، ۱۳۸۶: ۶۶). اما نتایج آزمون‌های دو نشان می‌دهد بین سن و شیوه آشنایی با رمان عاشقانه رابطه‌ای ملاحظه نمی‌شود.

جدول ۲: توزیع فراوانی پاسخگویان در زمینه چگونگی آشنایی با رمان عاشقانه به تفکیک سن

کل	سن			دوستان	از چه طریقی با رمان‌های عاشقانه آشنا شدید؟
	بزرگسال	جوان	نوجوان		
۵۲/۴	۴۵/۵	۶۰/۰	۵۰/۰	اعضای خانواده	
۴۷/۶	۵۴/۵	۴۰/۰	۵۰/۰		
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰		کل

خی دو: ۰/۵۹ معنی داری: ۰/۷۴

ج) نحوه‌ی انتخاب رمان عاشقانه

این نکته که افراد برای انتخاب یک رمان از بین طیف عظیم رمان‌های عاشقانه موجود و نویسنده‌های متعدد حاضر، چه الگویی را دنبال می‌کنند و عموماً کتاب‌های خود را از کجا تهیه می‌کنند، بخش دیگری

از شناخت رفتارهای خوانندگان رمان‌های عاشقانه است. این که افراد عموماً کدامیک از این راه‌ها را در گزینش یک رمان پیش می‌گیرند: دنبال کردن مجموعه آثار یک نویسنده، پیشنهاد فروشنده کتاب، پیشنهاد اطرافیان (دوستان و خویشاوندان)، تیراژ کتاب، دنبال کردن مجموع آثار جدید یک انتشارات خاص... در این سؤال پاسخگویان مجاز بودند چند عامل را برای نحوه‌ی انتخاب یک رمان ذکر کنند.

از بین ۴۲ مصاحبه، ۲۷ مورد (۳۱ درصد از کل موارد اشاره شده) به اسم نویسنده به عنوان عامل گزینش یک کتاب اشاره کردند این نویسندگان به ترتیب دفعات اشاره عبارتند از: م. مؤدب‌پور، تکین حمزه‌لو، فهیمه رحیمی، نسرين ثامنی، نسرين قدیری، شهره وکیلی، فریده شجایی، مریم جعفری، مریم ریاحی، مهناز سید جواهری، نیلوفر لاری، نازی صفوی.

در ۱۶ مورد (۱۸ درصد از کل موارد مطرح شده) افراد بر اساس توصیه دیگران، از قبیل دوستان و خویشاوندان انتخاب خود را انجام می‌دادند. چون اکثر خوانندگان در اطراف خود کسانی را داشتند که در مورد رمان‌ها با آن‌ها صحبت کنند. پیشنهاد آن‌ها عامل مهم و قابل اعتمادی به حساب می‌آید، چون افراد به مرور از سلايق هم آگاه می‌شوند و می‌توانند حدس بزنند از چه نوع کتاب‌هایی و با چه نوع موضوعاتی خوششان می‌آید.

(د) خوانش رمان عاشقانه، یک فعالیت مورد علاقه

برای به دست آوردن دید جامعی از فعالیت خواندن رمان باید میزان علاقه افراد به رمان عاشقانه و زمانی را که صرف خواندن می‌کنند بررسی کرد. برای اکثر مصاحبه‌شونده‌ها، خواندن یک فعالیت جدی و مهم و مورد علاقه بود، حتی در مواردی فرد، در هنگام آشپزی و سر کار هم نمی‌توانست کتاب را از خود دور کند، در نتیجه عموم خوانندگان تا کتاب را تمام نمی‌کردند، آن را زمین نمی‌گذاشتند، حتی اگر مجبور می‌شدند تا صبح نخوابند؛ مگر در مواردی که مجبور می‌شدند برای کاری ضروری یا کارهای منزل کتاب را زمین بگذارند. این امر خود گویای وابستگی شدید خوانندگان به رمان است. بعضی از پاسخ‌های مصاحبه‌شونده‌ها به عنوان مثالی بر این استدلال، در زیر آمده است:

خانم ۲۷ ساله متأهل شاغل در داروخانه در جواب گفت: «من عموماً صبح تا شب سر کار هستم، اما اون قدر به کتاب وابسته‌ام که اون رو با خودم به داروخانه هم می‌برم و وقت‌هایی که بی‌کارم حتماً مشغول خواندن می‌شم». دختر ۲۰ ساله مجرد دانشجوی پزشکی: «من آگه سر کار توی بیمارستان نباشم، کتاب از دستم نمی‌افته، مدام دستمه، چون دوست دارم بدونم آخرش چی میشه همه جا هم کتاب‌هام رو با خودم

کیفیت خوانش رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند توسط زنان ۱۷

می‌برم». دختر ۱۵ ساله محصل: «من خیلی به کتاب وابسته‌ام، باید هر روز کتاب دستم باشه، حتی شده نیم ساعت، معمولاً هم ۱۰-۱۲ روزه کتاب تموم می‌کنم و یکی دیگه دستم می‌گیرم، حتی فصل امتحان و مدرسه هم خوندن رو کنار نمی‌گذارم». دختر ۱۹ ساله مجرد دانشجوی گرافیک: «من عموماً روزها بی‌کارم، وقتی صبح از خواب بیدار می‌شم شروع به خوندن می‌کنم، تا برام کاری پیش بیاد». خانم ۴۰ ساله متأهل خانه‌دار: «من چون عموماً در طول روز تنها هستم، مدام دستمه و تا کتاب رو تموم نکنم اون رو زمین نمی‌گذارم. وقتی هم کتابم تموم میشه، سریع به کتاب جدید شروع می‌کنم. به خاطر همین با فاصله کم کتاب تهیه می‌کنم». خانم ۷۸ ساله متأهل بازنشسته: «من چون بازنشسته شدم و فرزندم هم همه ازدواج کرده‌اند و تنهام، هیچ سرگرمی دیگه‌ای هم ندارم، به کتاب پناه می‌برم. تقریباً تمام ساعات، بی‌کارم و اون ساعات رو مطالعه می‌کنم». خانم ۴۰ ساله متأهل خانه‌دار: «من خیلی به خواندن وابسته‌ام. اگه کتاب برام جذاب باشه، اصلاً نمی‌تونم زمین بگذارمش، حتی گاهی کارهای خونه می‌مونه. خیلی اوقات تندتند کارهای خونه رو انجام می‌دم، تا بتونم سر مطالعه‌ام برگردم». خانم ۳۵ ساله متأهل خانه‌دار: «من در ماه عموماً سه تا کتاب می‌خرم، در نتیجه عموماً کتاب دستمه. اگه خیلی گیرا باشه، حتی موقع آشپزی یا تبلیغات تلویزیون هم کتاب دستمه». دختر ۲۵ ساله مجرد دانشجوی: «من هر وقت حال روحی خراب نباشه، کتاب از دستم نمی‌افته. ولی عموماً وقتی کتاب دستمه، باید تمومش کنم».

جدول ۳: توزیع درصد فراوانی پاسخگویان در زمینه زمان کتاب‌خوانی با تفکیک وضعیت کلی اشتغال

کل	وضعیت اشتغال			
	غیر خانه‌دار	خانه‌دار		
۹/۵	۱۲/۱	-	در طول راه و محیط کار	عموماً چه مواقعی را برای خواندن انتخاب می‌کنید؟
۲/۴	-	۱۱/۱	عصرها	
۵۴/۵	۶۰/۶	۳۳/۳	شب‌ها	
۱۱/۹	۱۲/۱	۱۱/۱	زمان مشخصی ندارد	
۲۱/۴	۱۵/۲	۴۴/۴	تمام مدت دستم است، کنار نمی‌گذارم	
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰		کل

معناداری: ۰/۰۷

خی دو: ۸/۵۵

بر اساس آن چه جدول شماره ۳ نشان می‌دهد، اکثریت افراد غیر خانه‌دار (۶۰ درصد) شب‌ها را برای مطالعات خود برمی‌گزینند؛ در مقابل ۴۴ درصد از افراد خانه‌دار، وقتی کتاب را در دست می‌گیرند نمی‌توانند آن را زمین بگذارند و آن را به طور مداوم ادامه می‌دهند تا تمام شود، مگر آن که کار ضروری پیش آید. دلیل انتخاب شب از سوی خوانندگان بنا بر گفته خود مصاحبه‌شوندگان، این امر بود که ساعات شب، ساعات تنهایی است؛ در این ساعات مزاحمی وجود ندارد، کارهای خانه پایان یافته است، در نتیجه آن‌ها با تمرکز بیشتری می‌توانستند به مطالعه بپردازند. اما افراد خانه‌دار از آن‌جا که عموماً تنها هستند و ساعات فراغت زیادی را پیش روی خود دارند، می‌توانند مدام و در طی ساعات مختلف روز به فعالیت مورد علاقه خود یعنی خواندن رمان بپردازند.

۵) بررسی خواندن پایان رمان قبل از اتمام آن

۶۴ درصد از خوانندگان برخلاف یافته‌های ردوی، پایان رمان را قبل از اتمام آن نمی‌خوانند (جدول ۴)، حتی موقع قرض گرفتن از دوستان خود هم، به آن‌ها اجازه نمی‌دهند تا پایان داستان را تعریف کنند. این امر، یافته ردوی مبنی بر این که اکثریت زنان، ابتدا انتهای کتاب را می‌خوانند تا مطمئن شوند کتاب خوب تمام می‌شود، رد می‌کند. ردوی معتقد است زنان با این کار از وجود اسطوره مرد دلسوز در رمان مطمئن می‌شوند و با آسودگی خاطر کتاب را می‌خوانند. ۶۰ درصد زنان اسمیتون لازم می‌بینند ابتدا فرجام داستان را بدانند تا از عدم مغایرت داستان با این اسطوره مطمئن شوند (استوری، ۱۳۸۳: ۸۳). در نتیجه ردوی بر همین مینا، مهم‌ترین جنبه خواندن رمان‌های عاشقانه را اسطوره مرد دلسوز می‌داند. به نظر می‌رسد علت این تفاوت این باشد که خواننده ایرانی، از این که پایان همه این داستان‌ها شاد است، مطمئن است، در نتیجه می‌تواند با اطمینان خاطر داستان را بخواند، امری که در رمان‌های خارجی کمتر اتفاق می‌افتد و لذا آن خوانندگان (بر خلاف خوانندگان ایرانی) در مورد نحوه‌ی اتمام داستان دلپره دارند. از بین ۱۰۰ رمان مورد بررسی دکتر علی احمدی در پژوهش «مصرف ادبیات داستانی ایرانیان» (که ترکیبی از رمان‌های جدی و عامه‌پسند است)، ۵۰ رمان با ازدواج و رسیدن زن و مرد به یک‌دیگر به پایان می‌رسد. در ۲۸ مورد مرگ پایان‌دهنده داستان است و در ۲۲ مورد سرانجام داستان تحول فکری، بهبودی و پیدا کردن سلامت، فداکاری و پیروزی در انقلاب و پیدا کردن هویت است (احمدی، ۱۳۸۶: ۱۳۶). در پژوهش تژا میرفخرایی نیز ۶۶ درصد آثار مورد بررسی پایانی رویایی دارند. در میان داستان‌های عامه‌پسند در ایران، تنها رمان‌های م. مؤدب‌پور است که پایان خوشی ندارد. نکته‌ای که در این‌جا حائز

کیفیت خوانش رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند توسط زنان ۱۹

اهمیت است، این است که: پایان این داستان‌ها با مرگ و اندوه همراه است و خواننده را در غم فرو می‌برد، اما این داستان‌ها تفاوت زیادی با تراژدی یا رمان خاصه‌پسند (شامل نخبه‌گرایانه و جدی) دارند. تعدادی از رمان‌های خاصه‌پسند (نخبه‌گرایانه و جدی)، پایان اندوه‌باری دارد، اما در داستان‌های عامه‌پسند (از نوع رمان‌های مؤدب‌پور)، فقط در چند صفحه انتهایی کتاب، خواننده با غم روبه‌رو می‌شود، و نوعاً روند داستان مانند سایر داستان‌های عامه‌پسند است، در حالی که تراژدی یا رمان خاصه‌پسند (نخبه‌گرایانه یا جدی)، در کلیت خود یا روند کلی داستان اندوه‌بار است.

در ضمن هدف اصلی از خواندن رمان، لذت است و با خواندن پایان رمان، این جذابیت و لذت از بین خواهد رفت. اگر چه اکثریت افراد (۶۴ درصد) هرگز پایان کتاب را قبل از پایان آن نمی‌خوانند، ولی بسیاری از افراد، در ابتدا کتاب را سریع و تند می‌خوانند تا تمام شود و از انتهای آن (و کل داستان) آگاهی یابند و بار دوم کتاب را آرام آرام پیش می‌روند و با شخصیت‌های آن هم‌ذات‌پنداری می‌کنند. البته یک چهارم خوانندگان، پایان داستان را از ابتدا می‌خوانند.

جدول ۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب خوانش انتهایی رمان

درصد	فراوانی	
۶۴/۳	۲۷	هرگز
۲/۴	۱	به ندرت
۹/۵	۴	گاهی اوقات
۲۳/۸	۱۰	غالباً
۱۰۰/۰	۴۲	کل

تقریباً نیمی از پاسخگویان در این مطالعه (۴۷ درصد)، با دوستان خود در مورد رمان‌های عاشقانه گفتگو می‌کنند و این امر نشان می‌دهد که عموماً آشنایی و رد و بدل رمان نیز از طریق دوستان صورت می‌گیرد، بنابراین نقش دوستان چه در حوزه‌ی آشنایی با رمان و چه در حوزه‌ی تداوم رمان‌خوانی بسیار برجسته است. ۱۱ درصد افراد هم با اعضای خانواده از قبیل مادر، خواهر، دختر و سایر خویشاوندان زن (مانند دختر خاله و خواهرزاده) و نیز با دوستان صحبت می‌کنند.

نکته جالب در این‌جا این است که هیچ‌کدام از خواننده‌ها درباره‌ی رمان با مردان نزدیک خود (همسر، پدر، برادر و...) صحبت نمی‌کنند و این خود تأکیدی بر زنانه بودن این ژانر رمانی است. زنان در صورتی که طرف مقابل خود را علاقه‌مند به بحث و گفتگو پیرامون رمان ببینند، در آن مورد صحبت می‌کنند و عدم گفتگوی آن‌ها با مردان نشان می‌دهد عمده مردان علاقه‌ای به این نوع رمانی ندارند.

شوکینگ معتقد است در دوره‌ی معاصر از نقش خانواده‌ها در اشاعه ذوق ادبی کاسته شده است، بنابراین دوستان و مدرسه نقش مهمی در اشاعه ادبیات پیدا کرده‌اند (شوکینگ، ۱۳۷۳: ۱۱۲). این نکته در حوزه‌ی ادبیات عامه‌پسند نیز ملاحظه می‌شود. بسیاری از خانواده‌های ایرانی نگاه مثبتی به رمان‌های عامه‌پسند ندارند و آن‌ها را اموری وقت تلف‌کن می‌دانند. در چنین شرایطی نمی‌توان توقع داشت خوانندگان با اعضای خانواده خود در این زمینه صحبت کنند. بنابراین بیشتر خوانندگان این نوع رمان‌ها، دوستان را برای گفتگو پیرامون رمان ترجیح می‌دهند.

هابسن^۶ در زمینه سریال‌های تلویزیونی عامه‌پسند معتقد است بخش بزرگی از لذتی که از تماشای سریال‌های تلویزیونی حاصل می‌شود، به خاطر صحبت کردن درباره‌ی آن‌ها با دیگران است، مثلاً در محل کار و یا مدرسه. آن‌ها از طریق این بحث به خوبی شکاف‌های موجود در متن این سریال‌ها را با کاربرد دانش و تجربه زندگی روزمره خود پر می‌کنند (ینت، ۱۳۸۶: ۱۲۶).

جدول ۵: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان گفتگو پیرامون رمان

فراوانی	درصد	درصد تجمعی
هرگز	۵	۱۱/۹
به ندرت	۲	۱۶/۷
گاهی اوقات	۹	۳۸/۱
غالباً	۲۶	۱۰۰/۰
کل	۴۲	-

و) دوباره خوانی رمان

بر اساس آنچه جدول ۶ نشان می‌دهد اکثریت خوانندگان (۸۳/۳ درصد) رمانی را که خوانده‌اند،

⁶.Hobson

کیفیت خوانش رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند توسط زنان ۲۱

بازخوانی می‌کنند. البته ۴۳ درصد این افراد «غالباً» رمان خوانده شده را دوباره می‌خوانند، که این امر گویای علاقه‌ی شدید این افراد به رمان‌خوانی و بازخوانی آن است.

جدول ۶: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان دوباره خوانی رمان

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
۱۶/۷	۱۶/۷	۷	هرگز
۲۳/۸	۷/۱	۳	به ندرت
۵۷/۱	۳۳/۳	۱۴	گاهی اوقات
۱۰۰/۰	۴۲/۹	۱۸	غالباً
	۱۰۰/۰	۴۲	کل

عدم‌ای از مصاحبه شونده‌ها نیز بیان می‌کردند اولین بار که رمان را در دست می‌گیرند، آن را به سرعت می‌خوانند تا تمام شود تا بدانند در انتها چه اتفاقی برای شخصیت‌های داستان می‌افتد، سپس با فراغ بال بازمی‌گردند و دوباره رمان را آغاز می‌کنند. این بار کم‌کم جلو می‌روند، با شخصیت‌ها ارتباط برقرار می‌کنند، خود را جای شخصیت‌ها می‌گذارند و به نوعی رمان را مزه‌مزه می‌کنند. گفته‌های زیر بخشی از پاسخ‌ها در این مورد است:

دختر ۲۶ ساله مجرد کار در کلینیک مشاوره: «بله اکثراً، اما توی اون برهه زمانی نمی‌خونم، یه مقدار بینش فاصله می‌دم، تا جذابیت اون بیشتر بشه، من دفعه‌ی اول کتاب رو سریع می‌خونم تا تموم بشه و ببینم آخرش چی میشه، دفعه بعد اون رو جزء به جزء می‌خونم. یه وقت‌هایی هم کنار بعضی جملات که به نظرم به درد می‌خوره، خط می‌کشم». خانم ۵۳ ساله طلاق گرفته بازنشسته: «من اول کتاب رو یه بار سریع می‌خونم تا موضوع دستم بیاد، بعد دوباره برمی‌گردم کتاب رو می‌خونم. بعضی جاهاش رو هم که خوشم اومده، در همین حین با حوصله تیک می‌زنم». خانم ۴۰ ساله متأهل خانه‌دار: «من دفعه اول زود می‌خونم تموم شه، اما دفعه دوم بهتر کتاب رو می‌فهمم، شخصیت‌ها و رفتارهاشون رو درک می‌کنم». خانم ۳۵ ساله متأهل خانه‌دار: «گاهی اوقات وقتی بی‌کارم یا کتاب جدید دستم ندارم، عموماً همه کتاب رو نمی‌خونم، من موقع خوندن کتاب بعضی جاها رو خط می‌کشم یا توی حاشیه می‌نویسم. وقتی دوباره تصمیم می‌گیرم یه کتاب رو بخونم، برمی‌گردم همون قسمت‌ها رو می‌خونم». خانم ۷۸ ساله متأهل بازنشسته: «بله، بیشتر اوقات چون من سنم بالا رفته، عموماً داستان یا شخصیت‌ها از خاطر من میره، در نتیجه دوباره می‌خونم تا یادم بیاد». دختر ۱۹ ساله مجرد دیپلم: «بستگی داره. همیشه همه کتاب‌ها رو دوباره خوندم. اگه موضوعش خیلی جذبه کرده باشه و از اون موضوع‌های تکراری هم نباشه که مدام تو

کتاب‌های مختلف تکرار می‌شود، آره می‌خونم». نکته جالب این‌که بسیاری از خوانندگان، بعضی از جملات رمان را علامت‌گذاری می‌کردند و یا در حاشیه کتاب (اگر تجربه مشابهی با شخصیت داستان داشتند، یا نکته جالبی را حس می‌کردند) می‌نوشتند. این امر نشان می‌دهد که این طیف از خوانندگان، به رمان به عنوان امری ملموس در زندگی نگاه می‌کنند، که بسیاری از نکات آن قابل کاربرد است.

نتیجه‌گیری

بر اساس این تحقیق، خوانندگان رمان‌های عامه‌پسند در تمامی اقشار اجتماعی حضور دارد. تنوع سنی، تحصیلی و شغلی موجود نشان می‌دهد هر یک از گروه‌های موجود، بنا بر دلایلی به خواندن رمان عاشقانه روی می‌آورند. بنابراین نمی‌توان این طیف از رمان‌را، رمان زنان خانه‌دار یا رمان دختر دبیرستانی‌ها نامید. سن روی آوردن افراد به این طیف از رمان‌ها، عموماً از سنین پایین تحصیلی، به‌خصوص دوران راهنمایی است؛ سنینی که بچه‌ها کم‌کم با مفاهیمی چون عشق و دوست داشتن آشنا می‌شوند و به دنبال دنبال ابزاری برای ارضای حس کنجکاوی خود یا یافتن الگو برای چگونگی ابراز احساسات خود می‌گردند. این طیف از رمان، به مرور تبدیل به یک فعالیت مورد علاقه و مطلوب می‌شود، به نحوی که اکثریت افراد به دوباره‌خوانی رمان می‌پردازند.

این تحقیق بر روی خریداران رمان عاشقانه متمرکز شده است. صرف کردن هزینه مادی برای رمان، حاکی از علاقه‌ی خوانندگان به رمان عاشقانه است. از آن‌جا که جامعه نمونه تحقیق، شهر کتاب ابن سینا بوده، اکثریت افراد مورد مصاحبه، کتاب‌های خود را عموماً از همان‌جا خریداری می‌کردند. اکثریت افراد بر اساس نام نویسنده دست به انتخاب رمان جدید می‌زدند. تجربیات قبلی هر یک از ما در امر خوانش، سوق‌دهنده‌ی خوانش‌های بعدی ماست. جهان‌بینی نویسنده، نثر و شخصیت‌پردازی او چیزی نیست که فقط محدود به یک رمان شود، بلکه در تمامی آثار یک نویسنده می‌توان رد پای نگاه او به زندگی را یافت. اگر ما تجربه لذت‌بخشی از یک نویسنده و نثر او داشته باشیم، این عامل بر انتخاب‌های بعدی ما تأثیرگذار خواهد بود. عامل دیگری که در گزینش رمان جدید توسط خوانندگان تأثیر می‌گذارد، توصیه‌های اطرافیان آن‌ها بود. دوستان و نزدیکان ما با حوزه‌های علایق ما، نثر موردپسند ما آشنا هستند، بنابراین می‌توانند راهنمای مناسبی برای ما باشند.

کیفیت خوانش رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند توسط زنان ۲۳

به لحاظ دایره‌ی مطالعاتی، عموم خوانندگان، کمتر دامنه‌ی مطالعات خود را گسترش می‌دهند و به مطالعه‌ی ژانرهای مختلف و غیرعامه‌پسند دست می‌زنند. به عبارت دیگر این خوانندگان، تجربیات خود را در خواندن رمان‌های عاشقانه‌ی عامه‌پسند محدود می‌کنند. عموم افراد (۴۲ درصد) نیز علاوه بر رمان عاشقانه به مطالعه‌ی کتب روان‌شناسی عامیانه و خودشناسی (خودیار) می‌پردازند، یعنی روان‌شناسی کاربردی برای حل مشکلات زندگی روزمره.

همان‌طور که ملاحظه شد اکثریت افراد با وجود این‌که نثر این رمان‌ها (برخلاف رمان‌های جدی ایرانی، که پیچیدگی در طرح دارد و در قرائت اول قابل فهم نیست و باید چندبار خوانده شود تا به جزئیات آن پی برده شود (محمودیان، ۱۳۸۲: ۲۱۲) بسیار راحت است و تقریباً نکته‌ای حل نشده و غیرقابل فهم باقی نمی‌ماند، به دوباره‌خوانی رمان‌های عاشقانه دست می‌زنند. آن‌ها در اولین بار خوانش، متوجه موضوع رمان و حوادث آن شده‌اند، در نتیجه علت این دوباره‌خوانی می‌تواند در بازآفرینی لذتی که از هم‌ذات‌پنداری با شخصیت‌ها و حوادث داستان می‌برند، دانست و به نوعی مزه‌مزه کردن این لذت، یا آن‌چه یوسا از آن به «عیش مدام» تعبیر می‌کند، البته درباره رمان‌های فلور و نه رمان‌های عامه‌پسند.

نهایتاً نکته‌ای که نباید درباره‌ی رمان‌های عامه‌پسند مورد غفلت قرار گیرد، این است که عموم آثار عامه‌پسند به دنبال تغییرات کلی در حیطه‌ی جهان‌بینی افراد و روبه‌رو کردن آن‌ها با مسئله غامض هستی و چیستی جهان نیستند، بلکه این آثار برای زندگی روزمره طراحی شده‌اند و به افراد اجازه می‌دهند تا در مورد زندگی شخصی و خانوادگی خود فکر کنند و بعضی از نکات موجود در آن را در زندگی روزمره به کار ببندند. آن‌ها به خوانندگان خود این امکان را می‌دهند تا در حیطه‌ی مسائل خرد، مثل روابط عاطفی، احساسی و خانوادگی تجربیاتی به دست بیاورند که در کتب دیگر کمتر به آن‌ها پرداخته می‌شود. البته کتب روان‌شناسی عامیانه از این قاعده مستثنی است، که همان‌طور که گفته شد عمده طرفداران آثار عاشقانه، از طرفداران کتاب‌های روان‌شناسی عامیانه نیز هستند.

به عبارت دیگر به نظر می‌رسد سهم آموزش‌هایی که افراد باید در رابطه با نحوه‌ی برخورد با جنس مخالف یا مهارت‌های زندگی، که در دوران نوجوانی باید آن آموزش‌ها را می‌دیدند و آموزش و پرورش و خانواده‌ها از آن غفلت ورزیده‌اند، این رمان‌های عاشقانه به عهده گرفته‌اند. بنابراین به جای طرد این رمان‌ها و خوانندگان آن‌ها و با توجه به علاقه‌ی شدید این خوانندگان به این کتاب‌ها و کارکردهایی که این رمان‌ها در جامعه ایفا می‌کنند، بهتر است سعی در پذیرش واقعیت و در افزایش کیفیت این رمان‌ها نمود.

منابع

- استریناتی، دومینیک (۱۳۷۹) مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه، ترجمه‌ی ثریا پاک‌نظر، تهران: گام نو.
- استوری، جان (۱۳۸۳) «داستان‌های عامه‌پسند» ارغنون (شماره ۲۵: ویژه داستان‌های عامه‌پسند)، ترجمه‌ی حسین پاینده، شماره ۲۵، صص ۱-۴۳.
- امامی، کریم (۱۳۸۵) در گبرودار کتاب و نشر، گردآورنده عبدالحسین آذرنگ و ایران ناز کاشیان، تهران: نیلوفر.
- برسler، چارلز (۱۳۸۶) درآمدی بر نظریه‌ها و روش‌های نقد ادبی، ترجمه‌ی مصطفی عابدینی‌فرد، ویراستار حسین پاینده، تهران: نیلوفر.
- بنت، اندی (۱۳۸۶) فرهنگ و زندگی روزمره، ترجمه‌ی لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: نشر اختران.
- سلدن، رامان و پیتر ویدوسون (۱۳۷۷) راهنمای نظریه‌ی ادبی معاصر، ترجمه‌ی عباس مخبر، تهران: طرح نو.
- شوکینگ، لوین ل. (۱۳۷۳) جامعه‌شناسی ذوق ادبی، ترجمه‌ی فریدون بدره‌ای، تهران: توس.
- علی‌احمدی، امید (۱۳۸۶) مصرف ادبیات داستانی ایرانیان، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- محمودیان، محمدرفع (۱۳۸۲) نظریه‌ی رمان و ویژگی‌های رمان فارسی، تهران: فرزانه روز.
- مک کوایل، دنیس (۱۳۸۷) مخاطب‌شناسی، ترجمه‌ی مهدی منتظر قائم، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- میرفخرایی، تژا (۱۳۸۴ الف) «رمان‌های عامه‌پسند ایرانی؛ سازگاری زن»، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۴ پاییز و زمستان ۱۳۸۴، صص ۱۹۹-۱۲۱.
- (۱۳۸۴ ب) «ادبیات داستانی و گفتمان فرهنگی» جامعه و فرهنگ (مجموعه مقالات) جلد چهارم، صص ۲۷۷-۳۱۵.
- Braket, kim Pettigrew** (2000) "Facework strategies among romance fiction readers" social science journal, 37(3): 347-360.
- Radway, Janic** (1987) Reading popular romance, London: verso.
- (1993) "The institutional matrix of romance" in: simon During (Ed), The cultural studies reader, London: Routledge, 564-577.