صدرالدین الهی

درآمدی بر مقولهٔ پاورقی نویسی در ایران

در سه بخش

(۲)

چهارم – پاورقی نویسی در اروپا و امریکا

این عنوان فرعی، در حقیقت می تواند عنوان کتابی باشد که به دست هیأتی از مؤلفان فراهم آید. از آن جا که پرداختن به مسألهٔ پاورقی نویسی در ایران بدون نگاهی به سوابق این کار در اروپا و امریکا به طور اعم و در فرانسه به طور اخص میسر نیست و هم در این زبان است که کارهای معتبر، متنوع و ماندنی پاورقی نوشته و عرضه شده است ناچار به شرحی بسیار مختصر در این باب می پردازیم و علاقه مندان را به توضیحاتی که به مناسبتهای مختلف در پانویس مقاله آمده است ارجاع می دهیم.

همچنان که در آغاز مقاله اشاره شد «پاورقی» فارسی ترجمهٔ اصطلاح Feuilleton فرانسوی و Serial انگلیسی ست؛ اما فرانسویها در کتابهای تاریخ ادبیات خود از پاورقی با عنوان Le Roman Feuillton یا Le Roman Fleuve (معادل داستانهای جاری و ممتد) یاد می کنند و به این طریق آن را از مبحث شناخته شدهٔ رمان جدا می سازند. علاوه بر این آنان برای آن که در برخورد با این پدیده، پاورقی را از رمان که تعریفی شناخته شده و مشخص دارد جدا سازند به پیشوندهایی برای این جداسازی متوسل می شوند و این نوع آثار ادبی را Infra-Litterature (معادل: ادبیات فرودین)، Sous-Littetrature (معادل: زیر ادبیات)، Para Litterature (معادل: شبه ادبیات)[۳۲] و بالاخره Litterature Popoulaire (معادل: ادبیات عامه پسند)[۳۳] نامیده اند و در زبان انگلیسی هم در این اواخر به قیاس Pop Music آن را Pop Literature (ادبیات عامه پسند) می خوانند. از آن جا

که پیدایش پاورقی همزمان با آغاز انقلاب صنعتی اروپا و آرامش بعد از دوران انقلاب فرانسه بود و توسعهٔ مطبوعات در خدمت جامعهٔ صنعتی شتابی فزاینده داشت نخست سنت بوو (Saint Beuve, 1804-1860) منتقد مشهور فرانسوی این نوع ادبی را «ادبیات صنعتی»[۳۴] خواند و معرفی کرد. Litterature Commerciale (ادبیات بازاری)، Litterature de Consommation(ادبیات مصرفی) نامهای دیگری ست که از اواسط قرن نوزدهم تا نیمه دوم قرن بیستم به این نوع از کار ادبی اطلاق شده است. و نیز هم اکنون در امریکا به آثاری که به صورت کتابهای ارزان در فروشگاهها عرضه می شود Supermarket Literature(ادبیات سوپر مارکتی) اطلاق می گردد.

باید دید که پدیدهٔ پاورقی مکتوب چگونه در اروپا پای گرفت و چرا به اوج شهرت و قدرت جذب توده ها رسید؟ و پاورقی را چه کسانی و چه جریانهایی به پیش راندند.

گئورگی لوکاچ (Lukac, György,1885-1971) مجارستانی که امروز به عنوان یکی از معتبرترین منتقدان ادبی قرن بیستم شناخته شده معتقد است که سر والتر اسکات (SCOTT, Sir Walter, 1771-1839)با ایجاد رمان تاریخی در معنای امروزی آن عملاً بند ناف روایت حماسی را از رمان تاریخی برید و راه را برای ایجاد انواع دیگر رمان گشود.[۳۵] بنا به اظهار مورخین ادبیات اروپایی، انقلاب صنعتی اروپا از یک سو و انقلاب کبیر فرانسه از دیگر سو دروازهٔ ادبیات خاص را - که شکل غالب آن تئاتر کلاسیک بود - به روی مردم گشودند. توسعهٔ سوادآموزی ناگزیر نیاز به تولید مواد خواندنی را بالا برد. مؤلفین کتاب «ادبیات و زبان» تذکر می دهند که:

> در شب انقلاب فرانسه تنها ۳۷ درصد از مردم قادر بودند که نام خود را بنویسند و عده کسانی که فقط می توانستند بخوانند افزون تر از تعداد کسانی بود که نوشتن می دانستند. بنابراین رمان وضعیت عمومی خواندن را عوض کرد. رمانها برای بورژواهای مرفه غالباً از سوی بورژواها یا اشراف تهیدست نوشته می شد.[۳۶]

اتفاق مهمی که در تاریخ ادبیات فرانسه از آن به نام La Bataille d'Hernani (نبرد ارنانی)، یاد می شود، سرآغاز فصلی بود که پای مکتب رمانتیسم و به دنبال آن ادبیات عامیانه را به زندگی روزمرهٔ فرانسویها باز کرد.[۳۷] از این تاریخ به بعد فرانسویها در حالی که انقلاب فرانسه و دوران پر گیر و دار امپراتوری ناپلئون را پشت سر گذاشته و دوباره بوربونها به سر کردگی لویی هجدهم به قدرت رسیده بودند (در سال ۱۸۱۵)، عصر گسترش رمان آغاز شد و همچنان که اشاره کردیم اجرای نمایشنامهٔ ارنانی نوشتهٔ ویکتور هوگو در کمدی فرانسز (در سال ۱۸۳۰) عملاً به تسلط عام ادبیات کلاسیک خاتمه داد و نیز توسعه

روزنامه ها باعث شد که از دل فرانسه ای که به سوی تمدن صنعتی و نیز کسب قدرت استعماری گام بر می داشت طبقهٔ بورژوازی بزرگ پدیدار شود که خواندن به جای جنگیدن یکی از سرگرمیهای او بود.

سال ۱۸۳۶ را باید در حقیقت سال آغاز و تولد پاورقی در معنای واقعی آن دانست. در این سال فکر ایجاد روزنامهٔ ارزان قیمت و تأمین هزینهٔ روزنامه، نه از راه فروش و اشتراک، که از طریق آگهی تجارتی پیش آمد، و دو روزنامه نگار معروف زمان یعنی امیل دو ژیراردن (GIRARDIN, Emile DE, 1806-1881) و آرمان دوتاک ناگهان قیمت حق اشتراک دو روزنامهٔ خود یعنی *La Presse* و *Le Siecle* را از ۸۰ فرانک در سال به ۴۰ فرانک پایین آوردند و قسمت پایین صفحات روزنامه هایشان را به چاپ داستانهای دنباله دار اختصاص دادند. به این طریق پاورقی جزیی از روزنامه های ارزان قیمت روز شد که می توانست به راحتی خریده و خوانده شود. در تاریخ مطبوعات فرانسه در این باره نوشته شده است: «کثرت مشتریانی که چندان پایبند کیفیت نبودند و به مباحث جدی علاقه ای نداشتند سبب شد که روزنامهٔ جدی *Corsaire* از این که سی هزار خوانندهٔ سلطنت طلب، روزنامه های *La Presse*، *Les Debats* و *Le Siecle* را می خوانند لب به شکایت بگشاید چرا که خوانندگان این روزنامه ها مدعی بودند که روزنامهٔ حزبی و سیاسی مورد توجه آنان هیچ مطلب جذابی برای خواندن ندارد در حالی که در آن روزنامه ها ستون حوادث و اخبار دادگستری به دقت چاپ می شد. در ماه اکتبر همین سال بالزاک (BALZAC, Honore DE, 1799-1850)، رمان «پیر دختر» را به صورت پاورقی منتشر کرد و سپس فقط در روزنامه *La Presse* این آثار از بالزاک به چاپ رسید: «زن برتر»، «کشیش دهکده»، «شاهزاده خانم پاریسی»، «هولورین» و...[۳۸]

از ۱۸۳۶ تا ۱۸۴۸ که ناپلئون دوم برادرزادهٔ ناپلئون بناپارت دست بوربونها را برای همیشه از سلطنت فرانسه کوتاه کرد شکوفایی کار پاورقی نویسی در مطبوعات فرانسه در اوج بود. معروف ترین پاورقیهای این دوران دو پاورقی «اسرار پاریس» و «یهودی سرگردان» از اوژن سو (SUE, Eugene, 1804-1857) و «سه تفنگدار» و «کنت دو مونت کریستو» از الکساندر دومای پدر (DUMAS, Alexander Père,1802-1870) است. موضوعات پاورقی این نویسندگان به طور اعم بازنمایاندن زندگی قهرمانانی ست که یا ریشه و سایه ای در تاریخ داشته یا از ذهن خیال پرور نویسنده برخاسته باشند، و بتوانند به نحوی حس تعجب، تحسین، و در عین حال رضایتی را در خواننده به وجود آورند که خواننده در نهایت خود را به جای آن قهرمانان ببیند یا آرزوهای برنیامده اش را در رفتار و گفتار و کردار آنان

بازیابد. به این جهت تعریف پاورقی در این زمان چندان از تعریف کلی رمان دور نیست یعنی پاورقی نیزمانند رمان:

محصولی مصرفی ست که باید مانند سایر محصولات از قوانین تولید و بازار پیروی کند با این تفاوت که این محصول یک کالای فرهنگی ست که برای مصرف معینی تولید می شود و باید نقشی را هم در کل جامعه به عهده بگیرد. نقش او شکل دادن و انتقال ایدئولوژی به توده است و تمام سازمانهای فرهنگی، کلیساها، مدارس، دانشگاهها، محافل ادبی، شرکتهای انتشاراتی و امروزه رادیو و تلویزیون می توانند بر این تولید تأثیر گذار باشند.[۳۹]

بر این تعریف عام افزودن مشخصه ای برای رمان پاورقی ضروری به نظر می رسد. ژاک گوئیمار در مقاله ای با عنوان «چند پایهٔ اصلی رمان مردمی» پس از برشمردن مشخصات خوانندگان پاورقی و نوع توقع خوانندگان از این نوع داستانی می نویسد:

رمان مردمی همواره در همهٔ ادوار خوانندگانی وفادار و مؤثر داشته است. با آن که این نوع رمان معرّف «فرهنگ عامه» نیست و با آن که روزنامه ها یک نهاد صنعتی هستند و نویسندگان پاورقی را بورژواها تشکیل می دهند، طبقهٔ بورژوا همواره پاورقی خوان بوده است. با این فرق که بورژواها خواندنیهای دیگری هم داشته اند در حالی که مردم عادی و کارگران چیزی جز پاورقی نمی خوانده اند و بورژواها برای آن که خود را از آن طبقهٔ عامه ممتاز نگهدارند همواره سعی داشته اند که به پاورقی در انظار به چشم ادبیات پست بنگرند و حال آن که در خلوت خود این آثار را با ولع تمام می خوانده اند.[۴۰]

همین نویسنده به وسعت انتشار پاورقی اشاره دارد و نشان می دهد که در شب آغاز جنگ جهانی اول (۱۹۱۴) مجموع تیراژ چهار روزنامهٔ بزرگ پاریس از مرز چهار میلیون متجاوز بود. نویسنده آن گاه به این نکتهٔ ظریف نیز اشاره می کند که تعداد خوانندگان پاورقی به این آمار رسمی محدود نبوده است زیرا از یک طرف روزنامه های یکشنبه که در محاسبهٔ مذکور نیامده اند غالباً به نقل و تکرار پاورقیهای منتشر شده در ایام هفته می پرداخته اند، و از طرف دیگر تعداد بیسوادانی که به لطف مردم باسواد در قهوه خانه ها (برای مردان) و یا اطاق دربان (برای زنان) گرد می آمدند تا با سوادی برای آنان بقیهٔ داستان را بخواند معلوم نیست. همچنین بسیاری از این پاورقیها بلافاصله به صورت جزوات مرتب منتشر می شده که از تیراژ و تعداد مشتریان آنها نیز اطلاعی در دست نیست.

از آن جا که قهرمانان داستانهای پاورقی معمولاً سرمشقهای آرمانی برای خوانندگان خود هستند، از این جهت در پایان قرن نوزدهم مخالفت با پاورقی قوّت و شدت گرفت. مخالفان عمدهٔ پاورقی را در چهار گروه می توان طبقه بندی کرد:

۱- گروهی که مدافعان ادبیات متعالی بودند و ظهور پاورقی را آغاز انحطاط ادبی می دانستند. به نوشتهٔ لیز کفلک در کتاب «پاورقی فرانسه در قرن نوزدهم»، «اینان تفاوت چندان فاحش و آشکاری میان رمان نویسان و پاورقی نویسان، که عمدهٔ به مکتب رمانتیسم تعلق داشتند؛ قائل نبودند، آنان در سال ۱۸۳۵ هوگو، ساند، بالزاک، دوما، سو و سولیه را به یک چوب می راندند و به یک سان محکوم می کردند».[۴۱]

۲- منتقدان ادبی مجلات جدّی مانند سنت بوو و پلانش (PLANCH, Gustave, 1808-1857) که پاورقی را از جهت فقدان پختگی ادبی نویسندگان و محتوای ادبی آن می کوبیدند و هم سنت بوو بود که چنان که گذشت اصطلاح «ادبیات صنعتی» را برای پاورقی به کار گرفت.

۳- گروه اخلاقیون که به نوشتهٔ مؤلف «پاورقی فرانسه در قرن نوزدهم» معتقد بودند که اشاعهٔ داستانهای عامیانه پسند

> موجب انحراف سیاسی، ترویج بی تفاوتی و آسان طلبی، فساد اخلاق و ذوق، توسعهٔ تخیل به جای تفکر، و احساسات به جای تعقل می شود و نیز پاورقی به جای آن که معلم توده باشد مسبب انحراف وانحطاط ادبی می گردد.[۴۱]

۴- مارکس و پیروان او که پاورقی و حتی رمانهای مختلف قرن نوزدهم اروپا را مورد انتقاد قرار می دادند. در این جا باید به اثر مشترک مارکس و انگلس به نام «خانوادهٔ مقدس» (*La Sainte Famille*) اشاره کرد که در آن به پاورقی معروف «اسرار پاریس» اوژن سو پرداخته و آن را نه به عنوان یک اثر، که به مثابه یک نمونهٔ جدلی برای کار دیالکتیکی خود مورد استفاده قرار داده اند. سپس پیروان آن دو نیز پاورقی را به عنوان یک «مخدر توده ها»، چونان مذهب در هر فرصتی کوبیده اند.

اما پاورقی، علی رغم منتقدان مخالف، دوران طلایی خود را در فرانسه تا پایان عصر امپراطوری ناپلئون سوم و جنگ فرانسه و آلمان و شکست سدان (۲ سپتامبر ۱۸۷۰) ادامه داد. در طول این دورانَ طلایی حیات پاورقی (۱۸۳۶-۱۸۷۰) آثار نویسندگان بسیاری در روزنامه ها با عنوان پاورقی منتشر شده است که از آن میان از معتبرترین آنها هونوره دو بالزاک باید یاد کرد. اما این نویسندگان به دلیل آن که به قوانین مصرفی داستان نویسی روزنامه ای آگاه نبودند پاورقی نویسان موفقی از آب در نیامدند و شگفت آن که به نوشتهٔ رنه گیز «داستان «پیر دختر» بالزاک اولین رمانی ست که در فرانسه به صورت مسلسل در یک روزنامهٔ یومیه به چاپ می رسیده است».[۴۲]

در جمع نویسندگان معروف اروپایی قرن نوزدهم که در بین ایرانیان شهرتی به سزا

دارند چارلز دیکنز (DICKENS, Charles, 1812-1870)، اونوره دو بالزاک و فئودور داستایوسکی (DOSTOÏEVSKI, Feodor, 1821-1881) از جمله نویسندگانی هستند که در کار پاورقی نویسی دست داشته اند. تقریباً تمام بیوگرافی نویسانِ این سه نویسنده در یک نکته متفق القول اند و آن این که این سه بیش از هر امر دیگر، فریفتهٔ مبلغ قابل توجه حق التحریری بودند که روزنامه ها در قبال نوشتن پاورقی به آنان می پرداخته اند. سامرست موآم (MAUGHAM, William Samerset, 1874-1965) مجموعه مقالاتی دارد که تحت عنوان دربارهٔ رمان و داستان کوتاه به فارسی ترجمه شده است. وی به زندگی و آثار این هر سه نویسنده با نگاهی انتقادی پرداخته و در عین حال از آن جا که خود یک نویسندهٔ حرفه ای بوده است مشکلات کار آنان را نیز به خوبی تجزیه و تحلیل کرده و حتی گاه به منتقدین جزمی آنان که در زمان حیات این نویسندگان آنان را جدی نمی گرفته اند به سختی حمله برده است. چنان که در مورد دیکنز می نویسد:

بد نیست بگوییم مجله «کوارترلی ریویو» وقتی دربارهٔ دیکنز اظهارنظر می کند و می گوید: لازم نیست آدم استعداد پیشگویی کردن داشته باشد تا سرنوشت او را قبلاً بگوید. او، مثل یک فسفنشهٔ بلند شده است و مانند یک عصا پایین خواهد افتاد. و در واقع در سراسر زندگی ادبی دیکنز، همان وقت که مردم کتابهای او را می بلعیدند منتقدین از نوشته های او عیبجویی می کردند. چنین است بیمایگی نقدی که در زمان حیات نویسندگان از آثار آنها می شود.[۴۳]

اگر دیکنز در کار پاورقی نویسی خود تقریباً بی رقیب بود در مقابل بالزاک رقیبان بزرگی در برابر داشت که هم تکنیک پاورقی و قطع و وصل داستان را بهتر از او به کار می بردند - مانند اوژن سو - و هم با وجود همه پرکاری و تند کاری بالزاک از او پرکارتر و تندکارتر بودند - مانند الکساندر دوما - و در نتیجه با تولید فراوان تر که دوما با استفاده از دوباره نویسان موضوع، در حقیقت یک کار گروهی پاورقی انجام می داد - بالزاک در برابر قیمت ارزان شدهٔ بازار و هزینهٔ زیاد زندگی مجللی که برای خویش به وجود آورده بود عاجز می ماند. «امیل دو ژیراردن در مقابل تقاضای هر سطر ۶۰ سانتیم از سوی بالزاک به شدت مقاومت کرد و به او توضیح داد که یک سانتیم بیش از سطری ۴۰ سانتیم برای پاورقیها پیش نخواهد پرداخت».[۴۴] بالزاک این قیمت شکنی را توطئهٔ مشترک دوما و ژیراردن تلقی کرد.

این هر سه نویسنده به دلیل جبر زندگی شخصی به نوعی جبر تحریر گرفتار آمده بودند که بهترین وسیله و تجلیگاه آن همانا نوشتن پاورقی بود. نوشتن برای اعاشه، نوشتن برای رسیدن به زندگی مجلل تر، نوشتن برای پرداخت قروض ناشی از قمار یا افراط در

ولخرجی.[۴۵]

اما در کنار این نامهای مشهور، پاورقی نویسان دیگری به کار خود سرگرم بودند و در روزنامه های کشور خود با درآمدی سرشار و خوانندگانی بسیار، و ای بسا بی اعتنا به انتقاداتی که از آنها می شد به کار خویش ادامه می دادند. مشهورترین پاورقی نویسان فرانسوی از ۱۸۳٦ تا ۱۹۱٤ - یعنی شب آغاز جنگ اول جهانی - عبارتند از اوژن سو، الکساندر دوما (پدر)، پل فوال (FEVAL, Paul Corentin, 1816-1887)، پونسون دوترای (PONSON, Pierre Alexis DE, 1829-1871) و بالاخره میشل زواکو.

این نویسندگان چون در آنِ واحد چند داستان می نوشتند ناگزیر از انتخاب اسامی متعددی برای خود بودند تا خوانندگان از تکرار نام نویسنده و یکنواختی آن خسته نشوند[۴٦] ویژه نامهٔ مجلهٔ *Europe* دربارهٔ پاورقی، در پایان مجله نام و نشان و نیز اسم مستعار بسیاری از این پاورقی نویسان را داده است.[۴۷]

به این طریق می بینیم که پاورقی مکتوب تأثیر سرنوشت سازی در حیات رمان در اروپا داشته است اما به دلیل همان مخالفتها که برشمرده شد تا سالها مورد توجه منتقدان ادبی قرار نمی گرفت.

شاید نخستین کسی که به پاورقی به عنوان یک نوع ادبی برخوردی جدی کرده است آنتونیو گرامشی (GRAMSCI, Antonio, 1891-1937) است. وی در مقالات خود فضیلت پرولتاریایی را در برابر دیکتاتوری پرولتاریایی قرار می دهد. و از نخستین کمونیستهایی ست که به رهبری اخلاقی و فکری این جریان سیاسی در مقابل رهبری حکومتی توجه می کند. به این جهت در نگرش مجدد خود به مسایل فرهنگی به مسألهٔ ادبیات عامه پسند توجهی خاص مبذول داشته است که بعد دستمایهٔ نگرش جدی تر اومبرتو اکو به این نوع از ادبیات شده است. رناته هالوپ در این باره از قول گرامشی نقل می کند:

«ساختارهای احساس» با «ساختار تجربهٔ» متفاوت گرایش دارند که از «الگو» ی قهرمانی متفاوت پیروی کنند، اما وجه مشترک آنان در ادبیات عامه پسند (تأکید از ماست) این است که قهرمانان از مؤلفان آن مهمتراند. نام یا شخصیت نویسنده مهم نیست لیکن شخصیت قهرمان داستان مهم است.

این قهرمانان زنده اند، و آنچه به زندگی آنان مربوط می شود، از تولد تا مرگ، مورد علاقهٔ خواننده است. گرامشی می نویسد راز موفقیت داستانهای دنباله دار در همین است. «الگو» ی نمونهٔ ادبیات عامه پسند عبارتند از یک سو گئورکین مسکین و در سوی دیگر کنتِ مونت کریستو، که الگوی قهرمانی برگزیدهٔ بسیاری از مردم، یعنی سوپرمن را کاملتر

از همه نشان می دهد.[۴۸]

و در حقیقت این تفکر گرامشی ست که در اوج تبلیغات مربوط به ادبیات رئالیستی سوسیالیستی یکی از نظریه پردازان غیر روسی مارکسیسم به تأثیر ادبیات عامه پسند اشاره دارد. هالوب در قسمت دیگری از همین بخش کتاب به نحوهٔ برخورد گرامشی با ادبیات عامه پسند اشاره می کند:

گرامشی با جستجوی فرآورده های فرهنگی نامعمول به جای بررسی صرف «فرهنگ والا» و با پافشاری نکردن بر «جدایی فرهنگ بالا و پست» مانند بنیامین به محو تفاوت بالا و پست (تأکید از ماست) اعتبار می بخشد.

بحث بنیامین دربارهٔ Dienstmadchen Roman (معادل: رمان پیشخدمتی/ بازاری) و بحث گرامشی دربارهٔ داستانهای دنباله دار با چنین درکی طرح می شوند. هر دو آنان کارکردی پر دامنه و روانی و ایدئولوژیک این ژانرها را، به علت ارزشهایی که در زندگی مردم عادی می کاوند در می یابند. برای هر دو، مسأله این نیست که این نوع ادبی را چون چیز مزخرفی ست محکوم کنند، بل هدفشان این است که نقش آنها را در زندگی مردم عادی می شناسند و این شناخت را به گونه ای عملی در ساختن فرهنگی نو و دموکراتیک که با نیازهای اقتصادی و اجتماعی همه مردم متناسب باشد به کار گیرند.[۴۹]

این اشاره و دیگر اشارات گرامشی ست که ناگهان هم میهن او اومبرتو اکو را وادار به یک نگرش کامل و همه سویه در مسألهٔ ادبیات عامه پسند می کند. او با اتکاء به یک جملهٔ گرامشی در جلد سوم ادبیات ملی او در می یابد که این کمونیست متفکر به ادبیات عامه پسند توجه خاصی داشته و حتی این توجه برایش به صورت یک مشغلهٔ ذهنی درآمده بوده است. آن جا که گرامشی می گوید:

هر که هر چه می خواهد بگوید «ابر مرد نیچه» در اصل و نمونه «دکتر پنال» خود بر زرتشت مبتنی نیست بلکه پیش از آن نظر به کنت دومونت کریستو الکساندر دوما دارد.[۵۰]

اومبرتو اکو در کتاب «از سوپرمن تا ابرمرد» به نقد جانانه ای از رمانهای عامه پسند و پاورقیهای مشهور می پردازد و ثابت می کند که اوژن سو و الکساندر دوما مستحق این همه بی اعتنایی در تاریخ ادبیات نبوده اند. اکو می نویسد:

آرزو می کنم که تجدید نظر در مسألهٔ پاورقی تنها به نوعی نوستالژی عام از این گونه رمانها ختم نشود؛ بلکه این وسیله ای باشد برای گشودن باب یک گفتگوی انتقادی بدون آن که این نقد با پیش داوریهای مسخره و یا اخلاقی همراه شود چیزی که این داستانها را مسموم کننده جلوه می دهد و از ما لذت خواندن قصه را به عنوان هدف واقعی آن باز می ستاند.[۵۱]

نقد و نگرش اومبرتو اکو که اینک یکی از برجسته ترین متخصصان Semiotique[۵۲] و در عین حال رمان نویسی معاصر است، بر مسألهٔ پاورقی نویسی مجال دوباره نگری بر این نوع ادبی و تأثیر پیامهای آن را به وجود آورده است. او که مترجم جدید رمان کنت دومونت کریستو به ایتالیایی ست در تحلیل خود تذکر می دهد که رمان بزرگ دوما واقعاً رمان بزرگی ست که بسیار بد نوشته شده وگرنه از جهت ساختار رمانی چیزی از سرخ و سیاه استاندال و یا مادام بواری فلوبر کم ندارد. او دلیل این «بدنویسی» را در مزدوری نویسنده می داند که به خاطر هرچه بیشتر نوشتن، بر تعداد سطور داستان افزوده است و در آن به اصطلاح معروف «آب بسته» است.[۵۳]

اکو همچنین به بررسی محتوایی پیام رمانهای اوژن سو پرداخته و مدعی شده است که او در مهمترین اثرش یعنی «اسرار پاریس» چنان طرح دقیقی از جامعهٔ نامتساوی و نابسامان آغاز عصر صنعتی فرانسه به دست داده است که بسیاری از نویسندگان همزمان خود را وادار ساخته تا با تقلید نام «اسرار پاریس» رمانهای «اسرار لندن»، «اسرار برلن»، «اسرار بروکسل»، «اسرار مونیخ» را بنویسند و حتی بالزاک از حسادت و خشم ناشی از توفیق «اسرار پاریس» دست به نوشتن رمان «اسرار شهرستان» بزند. اکو حتی از این نیز فراتر می رود. او معتقد است که هوگو گرتهٔ اصلی رمان جاودانی اش بینوایان را از اوژن سو گرفته است و تمام قهرمانان اوژن سو قبل لمس و حس کردن در زمان خود بوده اند. او از توفیق شگفت انگیز «اسرار پاریس» حرف می زند که در زمان انتشارش تمام طبقات را زیر نفوذ خود گرفته بود به نحوی که نخست وزیر فرانسه یک بار از تأخیر انتشار روزنامه و نخواندن دنبالهٔ داستان عصبانی شد. اکو در فصل مشبعی که به سو و تأثیر اجتماعی او در زمانه اش اختصاص داده تقریباً به تمام انتقادات منتقدان این نوع ادبی از نگاه یک Semiologue پاسخ گفته است. او معتقد است که پاورقی نویسان از طریق انتشار مقطع اثر خود و مشاهدهٔ بازتاب جامعه در برابر حوادث داستان به دو کار مهم ادبی دست زده اند:

اولاً – مجال مشارکت فکری را برای خواننده در متن داستان فراهم آورده اند یعنی عملاً خواننده را به تحرک ذهنی و خلاقیت و پیش بینی آنچه رخ خواهد داد واداشته اند.

دوم – نویسنده با دریافت عکس العملهای خوانندگان مسیر داستان را برابر توقعات فکری جامعه تغییر دهد و آن را به این طریق از حلقهٔ بسته «حوزهٔ خواص» به مدار باز «گروههای عامه» بکشاند.[۵۳]

پاورقی نویسی در اروپا ضمن آن که موجد حرکتهای ادبی گوناگون شد و مکاتب ادبی از دل این «تولید بزرگ» به وجود آمد خود نیز باعث پیدایی انواع تازه ای از رمان عامه

پسند شد که برخی از آنها در حقیقت اشکال تازهٔ همان ادبیات عامه پسندند. رمانهای پلیسی، جنگی، تخیلی، ماجراجویی، جنایی و جز آن محصول این رشد سریع پاورقی مکتوب اند و طبعاً برخی از نویسندگان این رمانها توانسته اند فراتر از حیطهٔ پسند عامه گام بردارند و در صف نویسندگان قرار گیرند. با این همه نباید از ذکر نام کونان دویل انگلیسی (DOYLE, Sir Arthur Conan, 1859-1930) نویسندهٔ رمانهای پلیسی که قهرمان آن یک کارآگاه آماتور به نام شرلوک هلمز است، و موریس لبلان فرانسوی (LEBLANC, Maurice, 1864-1941) خالق شخصیت معروف آرسن لوپن، آفرینندگان دو نمونهٔ برجسته از رمان عامه پسند پلیسی غفلت ورزید.

افزون بر این باید از موسولینی بنیادگذار مرام فاشیسم در ایتالیا و یکی از بزرگترین رهبران سیاسی نیمهٔ اول قرن حاضر یاد کرد که در ایام جوانی و آغاز کار سیاسی در روزنامه های ایتالیا کتابی با نام «کلود یا پار پیچلی» یا «معشوقهٔ کاردینال» نوشت که در همان زمان به صورت پاورقی در روزنامه های ایتالیا منتشر کرد. این کتاب که از نظر ارزش پاورقی نویسی یک اثر درجهٔ ۳ است به علت حملات گزنده ای که به دستگاه مذهبی واتیکان داشت خوانندهٔ فراوان پیدا کرد و موسولینی در این پاورقی کوشید تا دوگانگی شخصیت تربیتی خود را که از یک سو به مادر مذهبی و از دیگر سو به پدر لامذهب پیوسته بود پوشیده دارد. او برای هر فصل پاورقی که در روزنامه منتشر می شد پانزده لیر ایتالیایی دستمزد می گرفت.[۵۴]

اما، پاورقی نویسی روزنامه ای و مجله ای از بعد از جنگ اول جهانی به تدریج از آن شور قرن نوزدهم افتاد و با پیدایش رادیو و سپس تلویزیون که وسیلهٔ ارتباطی عامتر و سهلتری ست کار پاورقی مکتوب به سریال مصوت و سپس مصوّر کشید. در کنار این دو به وجود آمدن مجلاتی که به چاپ نوعی پاورقی مصور - چه به صورت عکس که به آن Photo Roman گفته می شد و چه به صورت طرح که به آن La Bande Dessinee[۵۵] اطلاق می گردید عملاً صورت پاورقی را دگرگون ساخت. بهترین نمونهٔ مجلات Photo Roman در فرانسه دو مجلهٔ *Intimite* و *Nous Deux* است که با ورق زدن آنها و تماشای داستان به صورت عکس، دیگر خواننده نیازمند صرف وقت بسیار برای خواندن متن نیست.

سینما نیز نوع پاورقی خاص خود را به صورت سریال سینمایی داشته است و امروزه به مجرد آن که فیلمی با توفیق مواجه می شود، فیلم بعدی در همان زمینه و با شماره های ۲، ۳، ٤ زیر همان عنوان ارائه می گردد.[۵۶]

با توجه به نکات یاد شده شاید این سؤال پیش بیاید که آیا عمر پاورقی مکتوب

کتابخانه تخصصی تاریخ اسلام و ایران ۱۳۷۴

به پایان رسیده است؟ جواب این سوال منفی ست. توسعهٔ صنعت چاپ و ایجاد شرکتهای بزرگ طبع و نشر و مهمتر از همه پدیدهٔ کتابهای جیبی، پاورقی را به صورتی دیگر در بازار مطالعه عرضه می کند. اکنون در همهٔ فروشگاههای بزرگ مواد غذایی گوشه ای هم به کتابهای جیبی اختصاص دارد. این کتابها که در قیاس با کتاب جلد ضخیم به قیمت بسیار ارزانی - بین ٦ تا ۹ دلار امریکایی - به مردم عرضه می شود معمولاً داستان ساده ای را در بر دارد که پیچ و خمهای آن برای خواننده زحمت فکر کردن را سبب نمی شود. این کتابها معمولاً موضوع تهیه فیلمهایی از همین نوع قرار می گیرند و کتاب به فروش فیلم و فیلم به فروش کتاب کمک بسیار می کند.

سریالهای تلویزیونی که به دوگونهٔ سریالهای روزانه و شبانه تقسیم می شود و امروزه در انگلیسی به آنها Soap Opera اطلاق می گردد، دارای همان ویژگیهای پاورقیهای نوشتنی ست یعنی «بند» و «گره» در آن به صورتی انتخاب می گردد که در مورد سریالهای روزانه بینندگان تا روز بعد و در مورد سریالهای شبانه - که از کیفیت تولید بالاتری برخوردارند - تا هفتهٔ بعد در هیجانِ «چه خواهد شد؟» به سر می برند. نمونهٔ برجستهٔ دو سریال شبانه که در امریکا تولید می شد و در دههٔ ۸۰ شهرت جهانی داشت و بینندگان بسیاری را به خود جلب کرده بود، سریالهای Dynasty و Dallas است که در سریال دومی هنگامی که قهرمان داستان، J.R.، را هدف گلوله قرار دادند و ضارب معلوم نبود، عناوین اول روزنامه های معتبر جهان که توجه مردم را به سریال دریافته بودند به نحوی این جمله بود «چه کسی J.R. را مضروب کرده است؟» و این سؤال هفته ای تمام، تمامی بینندگان سریال را در سراسر جهان به خود مشغول داشته بود. هم اکنون نیز در تلویزیونهای جهانی یک سریال تولید امریکا به نام Bay Watch پخش می شود که حتی در ایران اسلامی صاحبان بشقابهای گیرنده ماهواره ای در انتظار تماشای آن هستند چنان که در ایام گذشته سریال «پیتون پلیس» و «فراری» این وضع را داشت. همین جا باید از نوع جدیدی از سریال تلویزیونی که در سالهای اخیر رواج یافته است یاد کنم. این سریالها که با نام Mini Series معروف شده اند در حقیقت به تصویر درآورندهٔ یک داستان معروف عامه پسند است که در حداقل دو و حداکثر چهار شب به بینندگان عرضه می شوند و تقریباً نیاز به خواندن کتاب را برآورده می سازد و طبعاً جاذبهٔ تصویری آن به مراتب از جاذبه های تحریری بیشتر است.

قسمت دوم مقاله را با ذکر واقعه ای که تجربه ای از گذشتهٔ پاورقی نویسی جهانی ست به پایان می برم. نویسندگان رمانهای عامه پسند در امریکا اندک نیستند و شهرت و اثر

بسیاری از آنان مانند خانم دانیل استیل حتی در ایران هم ساری و جاری ست، اما نویسنده ای به نام استفن کینگ که تخیلی قوی دارد و با دستمایه ترس و دلهره کارهایش را عرضه می دارد در آغاز تابستان ۱۹۹۶ تجربه ای تازه در کار پاورقی نویسی کرد او با انتشار شش جزوه به نام کلی *The Green Mile* [۵۷] که نام استعاری زندانیان برای اطاق اعدام با گاز است و محکومین به اعدام را در بندی نگاه می دارند که کف پوش زمینش سبز رنگ است، تجربه ای متعلق به تاریخ پاورقی نویسی قرن نوزدهم را تکرار نمود. خود وی در مقدمهٔ جزوات «بند اعدامیها» نوشت که این کار را به توصیه دو دوست ناشرش کرده است و اصل فکر از آن جا آمده که چارلز دیکنز بسیاری از پاورقیهایش را یا به صورت جزوهٔ مستقل و یا به صورت جزوه ای صفحه بندی شده به شکل کتاب در داخل مجلات یا روزنامه ها منتشر می کرده است.[۵۸] استفن کینگ بعد از نقل داستانی از استقبال مردم بوستون که در انتظار رسیدن کشتی حامل بقیهٔ داستان دیکنز در روی اسکله ایستاده بودند و برخی از آنان برای آن که زودتر به جزوهٔ دیکنز که از لندن می آمد دست یابند خود را به آب انداختند و غرق شدند، طرح اقتصادی انتشار شش جزوهٔ «بند اعدامیها» را ارائه می دهد. به موجب این طرح داستان دنباله داری ارائه می گردد که به صورت کتاب جیبی و جزوه هایی با حدود تقریبی ۱۰۰ صفحه و قیمت ۲/۹۹ دلار امریکایی به بازار عرضه می گردد.[۵۹]

توفیق این ابتکار که برای اولین و آخرین بار صورت گرفت باور کردنی نبود. جزوات که به صورت هفتگی منتشر می شد تیراژی بالای سه میلیون داشت و خوانندگان مشتاق خواندن بقیه داستان پیش از بازشدن کتابفروشیها یا سوپر مارکتهای فروشنده پشت در به انتظار صف می کشیدند. کتاب در تمام مدت انتشار جزوات آن جزو چهار کتاب از ده کتاب پر فروش هفته نامهٔ کتاب نیویورک تایمز بود[۶۰] نکتهٔ جالب آن که استفن کینگ بدون آن که نظریات اومبرتو اکو را که به آن اشاره کردیم دیده باشد در مقدمهٔ جزوهٔ اول سریال «بند اعدامیها» نوشته است که او این کار را از این جهت می کند که خوانندگانش با وی در طراحی بعدی داستان و سرنوشت قهرمانان آن مشارکت جویند.[۶۱] کینگ و ناشرانش برای برقراری چنین ارتباطی از شبکهٔ اینترنت استفاده کردند. پس از این داستان و موفقیت آن، استفن کینگ به عنوان «گرانترین» نویسندهٔ امریکا معرفی شد به نحوی که روزنامهٔ نیویورک تایمز یک سال بعد در صفحهٔ "Business" خود عنوان اول صفحه را به دو عکس وی و کتابهایش اختصاص داد و این تیتر را چاپ زد «چه کسی می تواند تنگهٔ او را بشکند؟». روزنامهٔ نیویورکی با چاپ عکس ۲۰ جلد کتاب که به طور متوسط هرکدام

بیست هفته جزو پر فروش ترین کتابهای امریکا بوده اند؛ نوشت که استفن کینگ برای چاپ کتاب تازه اش، «یک کیسه استخوان»، بیش از ۱۷ میلیون دلار حق التألیف درخواست کرده است و این رقمی ست که برای ناشران فعلی آثارش قابل پرداخت نیست و ناگزیر وی باید به جستجوی ناشری برخیزد که بتواند متعهد پرداخت چنین مبلغ گزافی برای کتابش باشد و از خطر زیان نهراسد.[۶۲]

گفتنی ست که این کتاب در پائیز ۱۹۹۸ چاپ شد و به بازار آمد. نویسندهٔ مقاله از مقدار دستمزدی که استفن کینگ برای این اثر دریافت داشته است بیخبر است اما با آن که دانیل مندلسن در هفته نامهٔ بررسی کتاب روزنامه نیویورک تایمز، نقد نه چندان موافقی بر این اثر ۵۲۹ صفحه ای نوشت و متذکر شد که این نویسندهٔ «ادبیات عامه» سعی دارد خود را به پای نویسندگان ادبیات برتر برساند و به همین سبب در اثر اخیرش به نوعی سرگشتگی انتخاب راه دچار آمده.[۶۳] کتاب «یک کیسه استخوان» در طول پائیز سال ۱۹۹۸ بدون آن که به چاپ جیبی رسیده باشد پرفروش ترین کتاب فصل بود و مردم هر جلد آن را به قیمت ۲۸ دلار امریکایی می خریدند.

در قسمت سوم این مقاله سعی خواهیم کرد که سیمای پاورقی را در ایران با مقایسهٔ وضع آن با پاورقیهای اروپایی و نیز پاورقی نویسان مشهور و آثار آنان در معرض نقد و قضاوت خوانندگان ایران شناسی قرار دهیم.

برکلی، کالیفرنیا

پانویسها:

۳۲- *Litterature et Langage*, par Genevieve oit Roger Laufea. Francis Montcoff Paris 1977, p.12

۳۳- *Europe*-No. 542- Jacques Goimard, p.19

۳۴- *Le Roman Feuillton*, p.3

۳۵- برای اطلاع بیشتر از نظریات لوکاچ نگاه کنید به:
George Lukacs, *The Historical Novel*, The University of Nebraska Press 1983; *La Theorie du Roman*, tel Gallimar, Paris 1989

۳۶- *Litterature et Langage*, p.9

۳۷- برای اطلاع بیشتر نگاه کنید به:
Historie Illustree de la Litterature Francaise, E. Abry P. Crouzet C. Aadie, Paris 1942, p. 531

۳۸- برای اطلاع بیشتر نگاه کنید به:
Histoire Generale de la Press Francaise, Paris 1969, tom II, p 121.

۳۹- *Littearture et Langage*, p.7

۴۰- GOIMARD, Jacques, Europe, No. 542, pp. 23-24

۴۱- *Le Roman Feuillton*, به ترتیب p.34 و p.35

۴۲- Guise-Rene, Balzac et Roman Feuillton L'Annee Balzacienne 1964, p. 287.

۴۳- موام، سامرست، دربارهٔ رمان و داستان کوتاه، ترجمهٔ کاوهٔ دهگان چاپ سوم - ۱۳۷۲ تهران، ص ۶۲.

۴۴- Balzac Sans Masque, Pierre Sipriot, Ed. Robert Laffont, Paris 1992, p. 397.

۴۵- برای آگاهی بیشتر نگاه کنید به:

A. Dickens His Character, Comedy and Career - Hesketh Pearson - Methuen & Co. London 1949.

B. The Making of Charles Dickens - Christopher Hibber - Longman - London 1961.

C. Balzac San Masque.

و نیز: نگاه کنید به: دربارهٔ رمان و داستان کوتاه، فصول: اونوره بالزاک و باباگوریو - چارلز دیکنز و دیوید کاپرفیلد - فیودور داستایفسکی و برادران کارامازوف.

۴۶- مثلاً Odysse Barot با نامهای B. Loue و O. Tabor نیز پاورقی می نوشت که بدیهی است دو حرف B و O در دو نام مستعار اخیر حروف اول نام اودیس بارو است. در این باب حتی نویسنده بزرگی چون الکساندر دوما با اسم مستعار Aramis داستانهای خود را به بازار می داد.

۴۷- Martin Yves-Olivie. *Europe*- No. 542. pp 167-182.

۴۸- رناته هالوب، آنتونیو گرامشی فراسوی مارکسیسم وپسا مدرنیسم، ترجمهٔ محسن حکیمی - تهران. نشر چشمه، ص ۱۰.

۴۹- همان ص ۱۸۴.

۵۰- *De Superman au Surhomme*, p. 7

۵۱- Ibid, p. 27.

۵۲- Semiologie یا Semiotique. که این بنده متأسفانه در یافتن معادل فارسی برای آن درمانده است. یکی از شقوق برجستهٔ علوم ارتباطات است که در آن به تحلیل و بیان روشهای تهیه و تولید و توزیع و تأثیر پیامهای ارتباطی میان فرد و جامعه و وسیله تولید پیام می پردازد و از طریق نقد تأثیر پیام جمعی، تودهٔ پیام گیر و واکنشهای توده به پیام جمعی ارزشهای متقابل این دو را بررسی می نماید.

۵۳- *De Superman au Surhomme*, pp 39-83, 85-102.

۵۴- Chronique de Benito Mussolini, LEGRAND, Cathering et Jacques, Paris, 1997, p.26

که به عنوان «دزد جنتلمن» مشهور شده است.

۵۵- در زبان انگلیسی به این شکل تصویری داستان که در همه زمینه ها رواجی تام و تمام دارد Comic Strip یا Strip Cartoon گفته می شود.

۵۶- نمونهٔ برجستهٔ این گونه فیلمها فیلم معروف «پدر خوانده» است که تاکنون ۳ بخش آن به بازار عرضه گردیده است.

۵۷- بنده این نام را به اعتبار مصطلحات زندان در زبان فارسی «بند اعدامی ها» ترجمه کرده ام.

۵۸- این کار به دو صورت جزوهٔ مستقل و صفحه بندی داستان به شکل کتاب در داخل مجله یا روزنامه در پاورقی نویسی ایران هم مشابه داشته است. خود این بنده ترجمهٔ کتابی بنام بازداشتگاه اثر عبدالحمید بن زین نویسندهٔ الجزایری را در مجلهٔ تهران مصور به این صورت چاپ کرده ام. شادروانان ذبیح الله منصوری، حسینقلی مستعان، حسین مسرور نیز برخی از آثار خود را به یک یا هر دو صورت یاد شده انتشار داده اند.

۵۹- پنج جزوه از این شش جزوه در همین مقدار صفحه و با همین قیمت به بازار عرضه شد و فقط جزوهٔ ششم در ۱۳۸ صفحه به قیمت ۳/۹۹ دلار عرضه گردید.

۶۰- *New York Times*, Augusts 5, 1996, p. c7

۶۱- King, Stephe - *The Green Mile - The Two Dead Grills*, Penguin Books, New York, 1996, pp. vii-xii

۶۲- *New York Times*, Monday October 7, 1997, p. C1.

۶۳- *New York Times*, "Book Review," Sept. 27, 1998. p.9.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی