

# جامعه آمریکا در آینه رمان های پر فروش

ناصر ایرانی

Elizabeth Long. *The American Dream and the Popular Novel*. Boston: Routledge & Kegan Paul, 1985.

در دوران رشد صنعتی و اجتماعی ایالات متحده آمریکا بسیاری از امریکاییان می پنداشته اند، و شاید هنوز هم برخی از آنان چنین بپندارند، که مفاهیمی از قبیل موفقیت، بهروزی، پیشتازی، انگیزش، تحرك اجتماعی، و پیشرفت اجتماعی جزء جدایی ناپذیری از خصلت و تقدیر فردی و اجتماعی آنان بوده است. این پندار را خود امریکاییان رؤیای امریکایی نام نهاده اند.\*

خانم الیزابت یانگ در کتاب رؤیای امریکایی و رمان عامه پسند کوشیده است حقیقت رؤیای امریکایی را طی سه دهه پس از جنگ جهانی دوم پیجویی کند و باز نماید. گفتن ندارد که این رؤیای امری است فرهنگی. پس می توان گفت که خانم لانگ در صدد پژوهش و باز نمودن دگرگونیهای فرهنگی طی دوره مزبور است. پژوهش او بر دو اصل زیر استوار است. اول اینکه جامعه آمریکا جامعه ای همگن نیست و لاجرم رؤیای واحدی را در سر نمی پروراند، بلکه هر طبقه یا قشری از آن جامعه به رؤیای خاصی دلبسته است که جوابگوی نیازهای روحی و آرزوها و امیدهای اوست. این است که وقتی می گوئیم رؤیای امریکایی باید مشخص سازیم که منظورمان رؤیای کدام طبقه یا قشر از جامعه امریکاست. ادوارد آلبی در نمایشنامه رؤیای امریکایی ارزشهای طبقه متوسط امریکا را هجو کرده است. خانم لانگ نیز به همین طبقه نظر دارد، منتهی حتی در چارچوب طبقه متوسط محدوده پژوهش خود را تنگتر و بنا بر این دقیقتر کرده است که بعداً به آن اشاره خواهیم کرد. دوم اینکه دگرگونیهای پیچیده فرهنگی را نمی توان با احکام کلی و پیش فرضهای ذهنی تبیین کرد. به علاوه، هیچ اندیشمند و پژوهشگری از علم شهودی برخوردار نیست و جز با واریسی دقیق شواهد و اسناد فرهنگی قادر نیست کیفیت،

گستره، و معنای دگرگونیهای فرهنگی را دریابد. خانم لانگ رمان های عامه پسند و پر فروش جلد زرکوب را شاهد و سند قرار داده است ولی برای آنکه از صحت یافته های خود مطمئن شود آنها را با اسناد معتبر دیگری تطبیق کرده است. این اسناد معتبر کتابهای تنی چند از جامعه شناسان آمریکایی است که به تحلیل و نقد جامعه آمریکا در دوره مورد نظر او اختصاص دارد. کتاب رؤیای امریکایی و رمان عامه پسند شامل هفت فصل، یادداشتهای مربوط به این هفت فصل، کتابشناسی، و فهرست موضوعی است.

## نقش ویژه اجتماعی رمان

نویسنده در فصل اول کتاب به این نکته اشاره می کند که رمان وسیله بسیار مناسبی است جهت رهیافت به بُعد درونی زندگی اجتماعی زیرا نقش ویژه آن کشف و تصویر لحظه های تعیین کننده ای است که فرد و جامعه، آرزوهای درونی و قیود خارجی، با هم برخورد پیدا می کنند و درهم مؤثر واقع می شوند. رمان قصه زندگی فرد است. قصه زندگی درونی و سابقه خانوادگی و انگیزه ها و امیدها و رؤیایها و باورها و اعمال فرد است، و نیز بیانگر پیامدهای شخصی و اخلاقی و اجتماعی اعمال او. رمان نشان می دهد که جهان خارجی چه تأثیرهایی در ذهن شخصیتهاش به جامی گذارد و آنان را به چه عکس العملهایی وامی دارد و آنان در نتیجه این تأثیرپذیریها و عکس العملها و همچنین در نتیجه کشاکشهایی که بین جنبه های مختلف خویشتن درونی خود آنان صورت می گیرد چگونه دگرگون می شوند و رشد می کنند یا انحطاط می یابند. این است که رمان را می توان وسیله بی مانندی جهت رهیافت به جهان درونی آدمیان دانست که معمولاً بر ما پوشیده است.

رمان، علاوه بر کشف جهان درونی، جامعه را نیز با تمام پیچیدگیها و ویژگیهایش تصویر می کند. البته رمان اساساً به زندگی يك یا چند فرد می پردازد ولی، در عرف این هنر، فرد را فقط در صورتی می توان به درستی شناخت که در حین بده و بستان

**THE  
AMERICAN  
DREAM  
AND THE  
POPULAR  
NOVEL**

**ELIZABETH LONG**

رمان عامه‌پسند چه پدیده‌ای است؟

اهمیت ویژه رمان عامه‌پسند پر فروش در این است که بیش از آنکه اثری ادبی باشد پدیده‌ای اجتماعی است. از این اصل دو نتیجه حاصل می‌شود: یکی اینکه رمان‌های پر فروش همخوانی بیشتری با نیازهای روحی خوانندگان دارند و پیوند محکمتری با محیط اجتماعی آنان و از این رو، جهت مطالعه وضع فرهنگی جامعه مدارک بهتری هستند تا نمونه‌های متعالی رمان؛ و دیگر اینکه پر فروش بودن آنها نشان می‌دهد که منعکس کننده تمایلهای گرایشهای بخش وسیعی از خوانندگان هستند، حال آنکه نمونه‌های متعالی زمان معمولاً به مسائل ژرفتر و عمیقتری می‌پردازند که فقط بخش محدودی از خوانندگان را جذب می‌کند.

خانم لانگ در فصل دوم کتاب با توجه به این واقعیت که رمان‌های پر فروش مبین دریافتهای و اندیشه‌های مشترک نویسندگان و خوانندگان آنهاست، ضروری می‌داند بدو معلوم گردد که نویسندگان و خوانندگان این رمان‌ها به کدام يك از قشرهای اجتماعی امریکا تعلق دارند تا دقیقاً بدانیم آنچه ضمن واریسی این رمان‌ها کشف می‌کنیم مبین گرایشهای فرهنگی چه قشرهایی از جامعه امریکاست. او همچنین ضروری می‌داند که نظام چاپ و توزیع و تبلیغ و فروش کتاب مد نظر قرار گیرد تا دقیقاً دانسته شود که، فی‌المثل، قلمرو چاپ و انتشار رمان آیا تحت سلطه چند ناشر معدود است که فقط رمان‌های دلخواه خود را به چاپ می‌رسانند یا نه، تعداد ناشران معدود نیست و رمان‌های متفاوت قادرند که رنگ چاپ را ببینند و به بازار راه یابند؟ آیا تبلیغات است که رمان‌ها را پر فروش می‌کند و بنابراین پر فروش بودن آنها مبین چیزی نیست جز کارا بودن تبلیغات، یا نه، این خوانندگانند که با انتخاب آزادانه خود کتابی را پر فروش می‌کنند و کتابی را کم فروش؟

پژوهش خانم لانگ نشان می‌دهد که در دوره سی ساله پس از جنگ جهانی دوم نوع رمان‌های پر فروش (توجه داشته باشید که رمان‌های پر فروش جلد زرکوب مورد بحث است) تفاوت چندانی نکرده است. در تمام این دوره، رمان‌های سرگرم کننده بیشترین سهم را در فهرست رمان‌های پر فروش داشته است و نویسندگان بلندپایه نیز جای کوچک خود را حفظ کرده‌اند. منتهی در اوایل دوره، نویسندگانی همچون جان استاینبک (John Steinbeck)، سینکلر لوئیس (Sinclair Lewis)، نورمن میلر (Norman Mailer) و ارنست همینگوی پر فروش بودند و در اواخر دوره، نویسندگانی همچون جان فالز (John Fowles)، جیمز دیک (James Dickey)، گراهام گرین، جان آپدایک (John Updike)، آلکساندر سولژ نیتسین، و سائول بلو (Saul Bellow).

با افراد جامعه‌اش و در حین تأثیرپذیری از محیط زندگی و تأثیرگذاری بر آن مشاهده گردد. به سخن دیگر، رمان از برخورد جهان درونی با جهان برونی سخن می‌گوید و توصیف می‌کند که فرد چگونه با جهان روبه‌رو می‌شود؛ جهان چگونه نرم نرمک و به نحوی نامشهود او را دگرگون می‌سازد؛ او چه شناختی، درست یا نادرست، از جهان پیدا می‌کند؛ و جهان چه اختیاریهایی به او می‌دهد و دست و پایش را با چه قیودی می‌بندد. رمان همچنین نشان می‌دهد که آرزوها و ترسها و رویاهای فرد چگونه بر زندگی دیگران تأثیر به‌جا می‌گذارد و بر بافت اخلاقی جامعه فشار وارد می‌آورد یا آن را می‌دراند. بنابراین، رمان بازنمای داستانی روابط متقابل است که بین شوق درونی و عمل فرد و نیز بین فرد و جامعه وجود دارد و بدین اعتبار رمانها یکی از بهترین مدارکی است که با واریسی دقیق آنها می‌توان به وضع جامعه یا دگرگونی آن طی دوره‌های مختلف پی برد.

رمان هنری است واقع‌گرا، بدین معنا که خواننده را وامی‌دارد تا باور کند که آدمها و رویدادهای آن «واقعی» اند؛ از همین محیط واقعی دور و بر خود ما آمده‌اند نه از جهان افسانه‌ها. واقع‌گرایی ادبی بایستگی‌هایی را موجب می‌گردد. از جمله اینکه رمان تا حدی بر اساس دریافتهایی ساخته می‌شود که با دریافتهای خوانندگان آن همانند است. به سخن دیگر، نگاه و احساس و دریافت رمان نویس باید با نگاه و احساس و دریافت خواننده دارای وجوه مشترکی باشد تا محصول ذوق و قریحه خلاق اولی، یعنی رمان او، در دومی «پندار واقعیت» ایجاد کند. در صورت تحقق چنین شرطی طبعاً بین رمان و واقعیت اجتماعی پیوند خاصی به‌وجود می‌آید به‌طوری که می‌توان واقعیت اجتماعی را در آینه رمان مشاهده و بررسی کرد - گفتن ندارد که نه به صورتی ساده و مستقیم.

## ناشران رمان‌های پر فروش

تعداد ناشران رمان‌های پر فروش جلد زرکوب نیز در طول این دوره تغییر عمده‌ای نکرده است. به‌طور کلی باید گفت که همواره معدودی شرکت انتشاراتی بزرگ بازار این رمان‌ها را در دست داشته‌اند. در اوایل دوره، ۲۰ ناشر ۵۶ رمان پر فروش به چاپ رساندند، ۹ ناشر ۴۱ رمان، ۵ ناشر ۲۹ رمان. در اواخر دوره، ۱۹ ناشر ۵۶ رمان پر فروش به چاپ رساندند، ۸ ناشر ۴۱ رمان، و ۴ ناشر ۳۰ رمان. ارقام فوق نشان می‌دهد که در سال ۱۹۷۵ بازار رمان‌های پر فروش همان قدر تحت سلطه معدودی شرکت انتشاراتی بزرگ بوده است که در سال ۱۹۴۵ بود. پس می‌توان گفت که طی دوره مزبور تعداد ناشران رمان‌های پر فروش جلد زرکوب تقریباً ثابت مانده است.

البته در طول این دوره دگرگونی مهمی در صنعت نشر صورت گرفته که سلطه شرکت‌های انتشاراتی بزرگ را بیشتر کرده است. اقتدار بیشتر این شرکت‌ها دو پیامد داشته است: یکی اینکه ادبیات متعالی را تا حدی پس رانده است؛ و دیگر اینکه جای وسیعتری به محصولات ادبی باب دندان بازار و قویاً همبسته با تلویزیون و صنعت سینما (بدین معنا که سریال‌های موفق تلویزیونی و فیلم‌های پر فروش سینمایی به صورت رمان نیز به بازار عرضه می‌شوند) بخشیده است.

از سوی دیگر، توزیع و فروش کتاب نیز بیش از پیش تمرکز یافته است: فروشگاه‌های زنجیره‌ای کتاب در گوشه و کنار شهرها وارد میدان شده‌اند و درصد عمده‌ای از فروش کتاب را به خود اختصاص داده‌اند. فقط دو فروشگاه زنجیره‌ای کتاب، یعنی دالتون (B. Dalton) و والدن بوکز (Waldenbooks)، حدود یک سوّم از کتاب‌های توزیع شده در ایالات متحده آمریکا را به فروش می‌رسانند. عیب عمده فروشگاه‌های زنجیره‌ای کتاب این است که کتاب را یک کالای مصرفی به شمار می‌آورند، آن را درست مثل سایر کالاهای مصرفی عرضه می‌کنند، و نظام‌های کامپیوتری پیچیده‌ای را به کار می‌گیرند که کارنامه فروش هر کتاب را به سرعت و با دقت ثبت می‌کند و به مدیران فروشگاه‌ها امکان می‌دهد که کتاب‌های کم فروش را هرچه زودتر به انبار بفرستند تا میدان کاملاً در اختیار کتاب‌های پر فروش قرار گیرد. پس نباید تعجب کرد که این شرکت‌ها، به قول خانم لانگ، «هرگونه لکه فرهنگ متعالی را از فروشگاه‌های خود محو می‌کنند».

علی‌رغم این دودگرگونی که دست شرکت‌های بزرگ را در کار نشر و فروش کتاب بازتر کرده است و ادبیات متعالی را تا حدی پس رانده است، خانم لانگ معتقد است که پیش فرض او مبنی بر اینکه رمان‌های عامه‌پسند پر فروش منعکس‌کننده دریافته‌ها و اندیشه‌های مشترک نویسندگان و خوانندگان آنها و در نتیجه

منعکس‌کننده گرایش‌های فرهنگی بخش مهمی از جامعه امریکاست کماکان به قوت خود باقی است. زیرا یکی از ویژگی‌های صنعت نشر این است که با سرمایه کم نیز می‌توان وارد میدان شد و همواره به جای شرکت‌های کوچکی که در شرکت‌های بزرگ ادغام می‌شوند، شرکت‌های کوچک دیگری تأسیس می‌گردند و شمار و تنوع ناشران را تقریباً ثابت نگه‌میدارند و از سلطه بی چون و چرای ناشران بزرگ ممانعت به عمل می‌آورند. گفتن ندارد که شرکت‌های انتشاراتی بزرگ، به ویژه هنگامی که با شرکت‌های تلویزیونی و سینمایی بستگی پیدا می‌کنند، از نیروی تبلیغاتی کارآمدی برخوردار می‌شوند. بسیاری از تحلیل‌گران اقتصادی معتقدند که شرکت‌های انتشاراتی بزرگ با استفاده از ابزار تبلیغات در شکل‌گیری سلیقه خوانندگان دخل و تصرف می‌کنند و آن را به صورتی در می‌آورند که خود می‌پسندند. اگر این اعمال نفوذ کامل می‌بود پر فروش بودن هر کتابی را باید مرهون تبلیغات دانست نه مبین همخوانی آن با نیازهای روحی خوانندگان. ولی، گرچه صنعت نشر هر ساله مبالغ هنگفتی پول خرج تبلیغات می‌کند و بسیار می‌کوشد تا کتاب‌های دلخواه خود را در فهرست رمان‌های پر فروش جای دهد، واقعیت این است که زور تبلیغات همواره ثمربخش نبوده است و گاه همه پول تلاشی که در جهت پر فروش کردن رمانی به کار رفته است حاصلی جز شکست به بار نیاورده. ضمناً کم نبوده‌اند رمان‌هایی که بدون حمایت سازمان‌های انتشاراتی بزرگ توفیق فراوانی کسب کرده‌اند.

## نویسندگان رمان‌های پر فروش چه کسانی‌اند؟

به طور کلی در دوره سی ساله ۱۹۴۵-۷۵ آثار ۱۵۶ نویسنده در فهرست رمان‌های پر فروش جای داشته است. بیشتر این ۱۵۶ نویسنده در خانواده‌های نسبتاً مرفه به دنیا آمده‌اند. نسبت نویسندگانی که به خانواده‌های کارگری و کارمندی و امثال اینها تعلق داشته‌اند هیچ‌گاه بیشتر از ۲۰ درصد نبوده است و گاه حدود ۱۰ درصد بوده. والدین بقیه نویسندگان افرادی از قشر میانی و قشر فوقانی طبقه متوسط بوده‌اند و مشاغلی از قبیل ریاست دبیرستان و طبابت و استادی دانشگاه و بانکداری و جراحی و وکالت حقوقی و مدیریت کارخانه و سفارت داشته‌اند. بیشتر نویسندگان رمان‌های پر فروش مرد بوده‌اند. در طول دوره گاه ۷۲ درصد، گاه ۶۹ درصد، گاه ۸۲ درصد، و گاه ۱۰۰ درصد آنان مرد بوده‌اند.

بررسی زادگاه نویسندگان رمان‌های پر فروش نشان می‌دهد که بین سال‌های ۱۹۴۵ تا ۱۹۷۵ تعداد نویسندگان خارجی به تدریج تنزل یافته است. در اوایل دوره، نویسندگان خارجی حدود

۴۰ درصد از کل نویسندگان پرفروش را تشکیل می‌دادند حال آنکه در اواخر دوره، حدود ۲۰ درصد را، در سالهای بعد نیز این تنزل تدریجی ادامه داشته است.

طی همین دوره سی ساله، تعداد نویسندگان امریکایی پرفروشی که روستازاده بوده‌اند به شدت تنزل کرده است. در اوایل دوره، بیش از ۵۰ درصد نویسندگان پرفروش در روستاها و کمتر از یک سوم آنان در شهرهای بزرگ زاده شده بودند. در اواخر دوره، این نسبت کاملاً معکوس شده است؛ یعنی تقریباً دو سوم نویسندگان پرفروش در شهرهای بزرگ به دنیا آمده‌اند.

آیا نویسندگان امریکایی پرفروش جزداستان نویسی مشاغل دیگری نیز داشته‌اند یا نه؟ تحقیقات خانم لانگ نشان می‌دهد که تقریباً یک پنجم آنان به کارهایی می‌پرداخته‌اند که هیچ ربطی به حرفه نویسندگی نداشته است، از قبیل بانکداری و طب و پرستاری و خدمت در ارتش و کارمندی دولت و امثال اینها. کمی بیش از یک پنجم آنان به حرفه‌های نزدیک به نویسندگی مشغول بوده‌اند، از قبیل ترجمه و نشر. بسیاری از آنان نویسنده یا ویراستار مطبوعات بوده‌اند: تقریباً ۴۰ درصد نویسندگان امریکایی پرفروشی که بین سالهای ۱۸۷۵ و ۱۹۰۰ زاده شده‌اند گزارشگر، مقاله‌نویس، منتقد ادبی، یا ویراستار روزنامه و مجله بوده‌اند. نویسندگان پرفروش نسل بعد، متولدین سالهای ۱۹۰۱ تا ۱۹۲۰، علاوه بر مطبوعات به سینما و تلویزیون نیز روی آوردند به طوری که تقریباً نیمی از آنان در این رسانه‌های همگانی به نوشتن مقاله یا فیلمنامه یا فعالیتهای مشابه دیگر مشغول بوده‌اند.

### از خوانندگان رمان‌های پرفروش چه خبر؟

تاکنون تحقیق خاصی صورت نگرفته تا معلوم شود خوانندگان رمان‌های پرفروش دقیقاً چه کسانی‌اند، ولی اطلاعاتی که در باب کتابخوانی امریکاییان بزرگسال (از ۱۶ سال به بالا) در دست است نشان می‌دهد که ۵۵ درصد آنان دست کم یک کتاب در هر شش ماه می‌خوانند و بین ۲۵ تا ۳۰ درصد آنان را کتابخوانان «جدی» و «پُرخوان» تشکیل می‌دهند.

کتابخوانان، به ویژه «پُرخوانان» و کتابخوان، عمدتاً به بالاترین قشر اجتماعی-اقتصادی جامعه امریکا تعلق دارند و تحصیلات و درآمد آنان بیش از بقیه جمعیت است. تحصیلات دبیرستانی نقش مثبتی در کتابخوانی دارد: کسانی که تحصیلات دبیرستانی را به پایان نرسانده‌اند بیش از کسانی که از دبیرستان فارغ‌التحصیل گردیده‌اند یا وارد دانشگاه شده‌اند عادت کتابخوانی را ترک می‌کنند. زنان بیش از مردان، جوانان بیش از پیران، و مجردان بیش از ازدواج‌کردگان کتاب می‌خوانند. نکته

جالب توجه اینکه وجود فرزند در خانه عادت کتابخوانی والدین را قوت می‌بخشد.

آنچه با استفاده از اطلاعات موجود می‌توان راجع به خوانندگان رمان‌های پرفروش گفت این است که آنان اولاً به قشرهای میانی و بالایی طبقه متوسط تعلق دارند و ثانیاً، گرچه نماینده کل امریکاییان نیستند، بخش بسیار مهمی از جامعه را تشکیل می‌دهند که به مفاهیمی از قبیل موفقیت، تحرک اجتماعی، و بهروزی توجهی خاص مبذول می‌دارد و در واقع مظهر امریکای نوین به شمار می‌آید.

### دوره آرمانهای بزرگ

خانم لانگ دوره سی ساله مورد پژوهش خود را به سه بخش تقسیم کرده است: بخش اول سالهای ۱۹۴۵ تا ۱۹۵۵ را دربرمی‌گیرد؛ بخش دوم سالهای ۱۹۵۶ تا ۱۹۶۸ را؛ و بخش سوم سالهای ۱۹۶۹ تا ۱۹۷۵ را.

فصل سوم رؤیای امریکایی و رمان عامه‌پسند به بررسی رمان‌های پرفروش سالهای ۱۹۵۴ تا ۱۹۵۵ اختصاص دارد. در اوایل این دهه، رمان‌های پرفروش ستایشگر فرد اهل عمل خود ساخته‌ای بودند که می‌کوشد مرزهای زندگی را گسترش دهد. قصه موفقیت فردی هسته بسیاری از رمان‌های پرفروش است، قهرمانان نشان مردانی‌اند در پی موفقیت، و لحن آنها خوشبینانه و حاکی از ایمان به پیشرفت اجتماعی است. طی این دهه جمعاً ۹۸ رمان جلد زرکوب پرفروش بوده‌اند. کمی بیش از یک پنجم این رمان‌ها قصه موفقیت را بازگو می‌کنند و عناصری از مفهوم موفقیت در ۲۱ درصد دیگر نیز قویاً به چشم می‌خورد. بسیاری دیگر از رمان‌های پرفروش این دوره، حتی آنهایی که قصه قرنهای گذشته را روایت می‌کنند، مبین روحیه خودسازی و پیشتازی‌اند.

در این رمان‌ها حماسه خودسازی و پیشتازی و سازندگی فرد گرچه به نحوی مستقل صورت می‌پذیرد پیوستگی تنگاتنگی دارد با پیشروی پیروزمندانه کل جهان. زیرا فرد به آرمانهایی جامه عمل می‌پوشاند که از محدوده خویشتن او و حتی زمانه او فراتر می‌رود و مرزهای زندگی را گسترش می‌دهد.

برخلاف قهرمان رمان‌های هنری «جدی» که به قول هگل «شعر دل او با نثر روابط اجتماعی در ستیز است»، زندگی خودبسنده قهرمان مستقل رمان‌های عامه‌پسند با جهان خارجی هماهنگ است: جهان عرصه و پذیرای فتوحات اوست و مهمتر اینکه او مجبور نیست روحش را بفروشد یا سعادت شخصی‌اش را فدا کند تا به موفقیت دست یابد، بلکه موفقیت و پاداش شخصی، از قبیل سعادت و عشق، یکجا حاصل می‌شود. در یک

کلام، او تقدیر خود را در تنهایی شکوه‌مندانه‌ای رقم می‌زند ولی فردگرایی او در خدت سعادت عامه است.

این رمان‌های پر فروش آن نظریه ساده بینانه‌ای را که ادبیات را «عکس برگردان» گرایشهای فرهنگی و اجتماعی زمانه می‌داند مخدوش می‌کند زیرا در پایان جنگ جهانی دوم جامعه آمریکا داشت در مرحله‌ای از رشد صنعتی به سر می‌برد که طی آن شرکتهای کوچک بلعیده می‌شدند و شرکتهای بزرگ پدید می‌آمدند، فرمانروایی کارمندان یقه سپید گسترش می‌یافت، میدان در اختیار متخصصان تحصیلکرده مزدبگیر قرار می‌گرفت، و چا برای فرد خودساخته مستقل تنگ و تنگتر می‌شد. بنابراین، رمان‌های پر فروش آغاز دهه ۵۵-۱۹۴۵ را می‌توان بیان آرزوی بازگشت به دوران «بهنجار»ی خواند که در آشوب جنگ جهانی دوم و دوره رکود پیش از جنگ نابود شده بود. رمان‌های مزبور ضمناً بیانگر این آرزو بودند که آرمانهای سنتی را می‌توان در متن اجتماعی جدید حفظ کرد و زنده نگهداشت.

در رمان‌های پر فروش اواخر دهه ۵۵-۱۹۴۵ اعتبار و نقش موفقیت فردی و دستاوردهای فرد اهل عمل خودساخته تنزل می‌یابد. در این رمان‌ها از آن شوق سوزانی که قهرمانان رمان‌های آغاز دهه نسبت به کار و سازندگی و پیشرفت داشتند دیگر خبری نیست. حتی دل‌بستگی به کار می‌تواند سعادت شخصی فرد را نابود سازد. لاجرم او ناچار است بین کار و فراغت، و بین زندگی خانوادگی و زندگی اجتماعی یکی را انتخاب کند زیرا حالا موفقیت و پاداش شخصی یکجا حاصل نمی‌شود. اگر خیلی در پی این باشی آن را از دست می‌دهی و اگر خیلی در پی آن باشی این را از دست می‌دهی. ضمناً فرد، برخلاف رمان‌های پیشین، وجود خودبسنده مستقلی نیست بلکه به دیگران وابسته شده است؛ خوشبختی‌اش به دیگران ربط پیدا کرده است و مزدبگیر سازمان بزرگی شده است. کار او دیگر خلق یک محصول معین یا کشف یک سرزمین معین نیست بلکه جزء ناچیزی است از یک فرایند غول آسا. او فقط به این خاطر کار می‌کند که به رفاه دست یابد و هنگامی خود را موفق می‌داند که به آسایش مادی و خوشبختی خانوادگی رسیده باشد.

کنار گذاشتن آرمان خودسازی و پیشتازی و وادادن شوق نامحدود ابتکار و سازندگی و منحصر کردن هدف شخصی به کسب خوشبختی خصوصی خانوادگی هم نشانه پشت کردن به جامعه کهن است و هم معلول تن در دادن به ضروریات جامعه نوینی که پس از جنگ جهانی دوم به وجود آمده بود، گفتن ندارد که در چنین جامعه‌ای که نفوذ و قدرت غولهای صنعتی و تجاری روزبه‌روز بیشتر می‌شود بی فایده است که فرد بکوشد مستقلاً به اوج موفقیت دست یابد بلکه عقل حکم می‌کند که توانایی و تلاش خود

را به کسب مقامی در سطوح بالایی هرم قدرت جدید معطوف سازد.

### دوره تردید

خانم لانگ در فصل چهارم کتاب خود رمان‌های پر فروش سالهای ۱۹۵۶ تا ۱۹۶۸ را بررسی می‌کند. در رمان‌های پر فروش این سیزده سال هیچ پیوندی بین موفقیت فردی، خوشبختی شخصی، و پیشرفت اجتماعی به چشم نمی‌خورد. چنین می‌نماید که موفقیت دیگر واجد آن نیروی برانگیزاننده نیست که فرد را با تکاپو وادارد. در رمان‌های دهه پیشین، موفقیت بنفسه توجیه‌پذیر بود زیرا هم پاداش شخصی به همراه داشت و هم پاداش اجتماعی. حالا، در رمان‌های این سیزده سال، رمان نویسان به نقد محتوای موفقیت می‌پردازند و آن را با معیارهای دیگری توجیه می‌کنند. به ویژه با این معیار که تا چه حد تمایلات فرد موفق ر ارضاء می‌کند.

آنچه تا حد زیادی باعث این دگرگونی در مفهوم موفقیت شده است فراوانی ثروت و رفاه در جامعه آمریکاست. پیش از جنگ جهانی دوم در شرایطی که ثروت و رفاه کمیاب بود فرد می‌کوشید به موفقیت دست یابد تا از پاداشهای شخصی آن بهره‌مند گردد و گامی نیز در جهت سعادت و خیر عامه بردارد. ولی در دوره پس از جنگ، افزایش تولید و وفور ثروت و گسترش نسبی رفاه آن نعمتهایی را که قبلاً فقط به افراد پر استعداد خودساخته سخت کوش تعلق می‌گرفت در اختیار همگان قرار داد. این بود که موفقیت جاذبه خود را تا حد زیادی از دست داد و قصه‌های مرسوه موفقیت فرد خودساخته مستقل نیز از فهرست رمان‌های پر فروش بکل بیرون رفت.

انواع دیگر موفقیت نیز به ندرت در رمان‌های پر فروش این سیزده سال به چشم می‌خورد. قهرمانان فقط ۱۰ درصد از ۱۲۰ رمان پر فروش این سالها به دنبال کسب موفقیت‌اند و برای همه آنان موفقیت بنفسه از اهمیت کمتری برخوردار است تا پاداشهای شخصی ناشی از آن.

ملاحظه می‌کنید که ارضای تمایلات شخصی معیار ارزشیابی موفقیت است، و خود این ارضای تمایلات نیز به دو طریق متفاوت صورت می‌پذیرد. از یک سو، قهرمانان پایبند به اصول اخلاقی موفقیت خویش را با توجه به آسایش و رفاهی که نصیب خانواده‌شان کرده است توجیه می‌کنند و از سوی دیگر، قهرمانان حادثه‌جو و خودخواه، که معمولاً در اوج قدرت و ثروت تصویر می‌شوند، از جلال و شکوهی بهره‌مند می‌گردند که خاص مردان موفق است. در هر دو حالت، موفقیت قادر نیست زندگی فرد را با اهداف عالی اخلاقی پیوند دهد و از مجموع فرد و جهان کلیت

بشرو و هدفمندی بسازد.

جامعه‌ای که در زمان‌های پر فروش سالهای ۱۹۵۶ تا ۱۹۶۸ تصویر می‌شود با جامعه‌ای که در زمان‌های پر فروش سالهای ۱۹۴۰ تا ۱۹۵۵ تصویر می‌شد بکلی متفاوت است. دلیل این امر چیست؟ پاسخ این است که گرچه دهه پس از جنگ جهانی دوم ناهد دگرگونیهای عمیقی بود، زمان‌های پر فروش چندان شاره‌ای به کشمکشهای اجتماعی نکردند و تقریباً از فضای جنگ سرد و مک کارتیسم سخنی به میان نیاموردند. تنها دگرگونی عمده‌ای را که ثبت کردند آگاهی از مسائلی بود که دیوانسالاری شرکت‌های بزرگ پدید آورده بود، و این حس که گسترش نامحدود به پایان رسیده است.

دوره ۱۹۵۶-۶۸ نیز دوره دگرگونی بود، ولی برخلاف دوره پیشین دگرگونیهای اجتماعی به نحو تام و تمامی در زمان‌های پر فروش انعکاس یافت. در واقع، آن اضطراب فرهنگی که در دهه ۷۰-۱۹۶۱ روح جامعه را فرا گرفته بود از اواخر دهه ۶۰-۱۹۵۱ در زمان‌های پر فروش اولین نشانه‌های خود را بروز داده بود. نتیجه‌ای که از تحلیل زمان‌های پر فروش دو دوره مزبور می‌توان گرفت این است که در دهه ۵۵-۱۹۴۵ امریکاییان به درستی حس نکرده بودند که جامعه دستخوش چه دگرگونیهای عمیقی است و می‌پنداشتند که تغییرات سیاسی و اجتماعی و تربیتی ناشی از ضروریات انطباق امور با شرایط پس از جنگ است که دوامی نخواهد داشت و به زودی همه چیز دوباره بر خواهد گشت سر جای اولش. این پندار در اواخر دهه ۶۰-۱۹۵۱ جای خود را به درک روشن دگرگونی‌هایی داد که در جامعه رخ داده بود و در زمان‌های پر فروش منعکس شده بود.

### دوره سرخوردگی

در فصل پنجم رؤیای امریکایی و زمان عامه‌پسند زمان‌های پر فروش سالهای ۱۹۶۹ تا ۱۹۷۵ بررسی شده است. جهانی که زمان‌های پر فروش این هفت سال تصویر می‌کنند جهانی است بحران زده که در آن موفقیت حرفه‌ای و اقتصادی نه متضمن خوشبختی شخصی است و نه اخلاقاً واجد ارزش. ارضای تمایلات شخصی نیز نقش تعیین کننده خود را از دست می‌دهد. در زمان‌های دوره پیشین، وفور ثروت و رفاه از ارزش موفقیت کاسته بود و فرد را از جمع جدا ساخته بود، ولی ارضای تمایلات یا حرکت خلاقانه در جهت نوعی «شدن» دست کم دلخوشکنکی به شمار می‌رفت. در زمان‌های پر فروش اوایل دهه ۸۰-۱۹۷۱ حتی این راه‌های خصوصی نیز مورد شک و تردید قرار گرفته است. و مهمتر اینکه قید و بندهای اخلاقی و آرمانها نیز ناپدید شده‌اند. و الگوهای «خوبی» نیز، زمان نویسان به نحو روبه تزایدی پته

مقامات سابقاً محترم را، از رؤسای دانشکده‌ها و افسران پلیس گرفته تا قهرمانان انقلاب امریکا، روی آب می‌ریزند و فساد پنهان یا شرارت ذاتی آنان را برملا می‌سازند.

می‌بینید که محتوا و لحن زمان‌های پر فروش در طول سه دهه ۷۵-۱۹۴۵ از کجا به کجا رسیده است: از حماسه افراد خودساخته سازنده‌ای که در پی گسترش مرزهای زندگی بودند و هم خود کامیاب و خوشبخت می‌شدند و هم گامی بلند در جهت سعادت و خیر عامه بر می‌داشتند تا مرتبه مردانی که خود و نهادهاشان دچار آشوبند و دست به گریبان با انواع بحرانها و مشکلات.

### جامعه‌شناسان چه می‌گویند؟

خانم لانگ در فصل ششم کتاب نظریات تنی چند از جامعه‌شناسانی را بررسی می‌کند که به تحلیل همین دوره مورد بحث پرداخته‌اند. ماحصل یافته‌های آنان این است که جامعه امریکا در نیمه قرن بیستم چنان تباینی با همین جامعه در قرن نوزدهم پیدا کرده است که گویی به «عصر جدید»ی قدم گذاشته است. صفت متمیز این عصر جدید سلطه سازمانهای دیوانسالار بزرگ بر اقتصاد و جامعه است. از لحاظ ایشان وفور ثروت و رفاه در دهه ۶۰-۱۹۵۱ اهمیت کمتری دارد تا اثرات زیانبخش تمرکز و تخصصی شدن دیوانسالارانه که شالوده آزادیهای فردی را سست می‌کند. نهنگ سازمانی مشاغل مستقل را بلعیده است و امریکاییان بیش از پیش به ملتی از مستخدمین وابسته تبدیل می‌شوند. این امر شوق شخصی، تحرك، و قشر بندی اجتماعی را دگرگون کرده است و زندگی همگان را، جز شمار اندکی از صاحبان مشاغل کوچک و کشاورزان که به حاشیه‌های کم سود اقتصاد رانده شده‌اند، تحت تأثیر قرار داده است. در قشر بالایی اجتماع، مدیران شرکتها بر اریکه ناخدایان اقتصاد تکیه زده‌اند و سازمانهای حقوقی یا شبه حقوقی «صاحبان حرفه‌های آزاد» را، از قبیل حقوقدانان و پزشکان، به خود وابسته کرده‌اند. مستخدمین متوسط المقام دیگر امیدي به مالکیت مستقل ندارند و، در عوض، می‌کوشند تا در چارچوب سازمان از نردبان مقام بالا بروند. از سوی دیگر، روشهای پیشرفته و پیچیده تولید مهارتهای استادان صنعتکار را از حیز انتفاع انداخته است. وابستگی به سازمانهای بزرگ پیامدهایی برای افراد داشته است، از جمله اینکه مستخدمین همچون رعایای دوران فئودالیسم «عمیقاً مرهون» سازمان می‌گردند و سازمان از آنان وفاداری و اطاعت محض می‌طلبد.

خلع ید طبقه متوسط از ابزار تولید افراد را از لحاظ روحی زخم‌پذیر و در حوزه سیاست کارپذیر کرده است. سلسله مراتب

# از ارسطو تا جاحظ

علی رضا ذکاوتی قراگزا

منقولات الجاحظ عن ارسطو فی کتاب الحيوان  
نصوص و دراسة: وديعة طه النجم. منشوران  
معهد المخطوطات العربية، المنظمة العربية للترتيب  
والثقافة والعلوم. الطبعة الاولى. الكويت. ٢٠٥  
هـ/١٩٨٥ م. ٢٧٥ ص.

این سومین کتابی است که «المعهد المخطوطات العربية» در کویت منتشر می‌کند. پیشتر مجمل اللغة ابن فارس و التبصرة فی القراءات ابن ابی طالب البیسی را چاپ و نشر کرده بود. این کتاب که متعهد تطبیق و مقایسه کتاب الحيوان جاحظ (متوفی ٢٥٥ هـ) با آثار ترجمه شده از ارسطو در موضوع جانورشناسی است به دست خانم دکتر وديعة طه النجم، که در مطالعات مربوط به جاحظ صاحب نظر است، تألیف و تهیه شده است. خانم طه النجم از راهنماییهای دکتر عبدالرحمن بدوی (مصری) که اخیراً رخت به کویت کشیده و رحل اقامت در آنجا افکنده است سود جسته است.

هر خواننده کتاب الحيوان جاحظ اینجا و آنجا با عبارت «قال صاحب المنطق...» برخورد می‌کند. منظور از «صاحب المنطق»، ارسطو است و جاحظ فقرات مشخصی از آثار ارسطو را به دنبال این عبارت می‌آورد. اما منقولات جاحظ از ارسطو منحصر به این فقرات محدود نیست. خانم طه النجم ماجرا را چنین باز می‌گوید که چون کتاب فی کون الحيوان ارسطو با ترجمه منسوب به ابن البطریق منتشر شد، مشابهتهایی میان مطالب آن با کتاب الحيوان جاحظ یافتیم اما نه آنچنان که بر مطلب بخصوصی بعینه بتوان انگشت نهاد، تا آنکه با اشارت دکتر عبدالرحمن بدوی به کتاب طباع الحيوان (ایضاً از ارسطو) و ترجمه منسوب به ابن البطریق مراجعه کردم و بی‌درنگ دریافتم که مرجع جاحظ این کتاب بوده و حتی به عین الفاظ مطالبی از آن را در کتاب الحيوان نقل کرده است. در همین اوان کتاب اجزاء الحيوان ارسطو (ترجمه قدیمی عربی) به اهتمام دکتر بدوی از چاپ بیرون آمد، اما یقین است که از سه کتاب فی کون الحيوان، اجزاء الحيوان، و طباع الحيوان این آخری مورد مراجعه مستقیم جاحظ بوده است.

مؤلف با همفکری بعضی استادان دانشگاه کویت ملاحظات خود را در تطبیق و مقایسه اثر ارسطو و جاحظ پخته‌تر می‌سازد و با اطلاع و اشراف شارل پلا، جاحظ شناس معروف فرانسوی، در

اجتماعی جدید پیوند «مالکیت و کار را که اساس آزادی ذاتی انسان است» گسسته است. فقدان مالکیت و ترس از بیکاری باعث شده است که احساس ناایمنی در جامعه شیوع یابد. وابستگی مستخدمین یقه سپید به سازمان، به علاوه تقسیم تخصصی کار، طبقات متوسط جدید را چند شقه و وابسته به نیروهای بزرگتر و، در نتیجه، هم از لحاظ شخصی و هم از لحاظ سیاسی ناتوان کرده است. تا حدی به دلیل همین وابستگی، افراد حتی دیگر قادر نیستند اهداف شخصی خاصی را «صاحب» باشند که نیل به آنها موفقیت فردی ارزشمندی به‌شمار آید. حالا دیگر این سازمانهای بزرگند که دنیای جدید را در جهت مقاصد و منافع خود شکل می‌بخشند.

## نتیجه

حقیقتی که رمان‌های پر فروش و آثار جامعه‌شناسان در دوره سی ساله ١٩٢٥-٧٥ آشکار می‌سازند این است که وفور ثروت و رفاه نتوانست مردم آمریکا را خوشبخت کند. امریکاییان کودکان نازپرورده نیستند. دیوانسالاریهای نهنگ آسا، کار بی معنا، وظایف قالبی خانوادگی، و کالایی شدن تفریحات و ارتباطات جنسی و حتی هنر به نحو روزافزونی مردم را تهی از هدف و دچار اضطراب کرده است.

گرچه در اوایل دوره مزبور بسیاری از رمان‌های پر فروش جهانی را تصویر می‌کنند که قلمرو مستعد و پذیرای افراد خودساخته مستقل و سازنده است، و همین امر ثابت می‌کند که آرمانهای سازندگی و پیشتازی زنده است، جهانی که در اواخر این دوره در بیشتر رمان‌های پر فروش تصویر می‌شود جهانی است پیچیده، آشوب‌زده، بی‌مهار، و بیگانه با روح هدفمندی و استقلال فردی.

آیا این به معنای مرگ هر امیدی است؟ به یقین نه. خود این رمان‌ها به زبان خاص خود، با تصویر دل‌آزایی که از «جامعه جدید» ارائه می‌دهند، اعتراض شدیدی است بر ضد مذهب مختار و حاکی از هنوز زنده بودن و فعال بودن مذهب منسوخ. ولی، به علاوه، چشم تیزبین در همین رمان‌ها و در آثار جامعه‌شناسان شواهدی می‌یابد که نشان می‌دهد جامعه آمریکا در عین حال که دچار گيجی و آشفتگی است در طلب بهشت گمشده یا هنوز نایافته‌ای نیز هست.

\* از جمله ادوارد آلبی Edward Albee ( - ١٩٢٨) نمایشنامه‌نویس آمریکایی در سال ١٩٦٠ نمایشنامه‌ای منتشر کرد به نام رؤیای آمریکایی The American Dream که در آن ارزشهای طبقه متوسط جامعه آمریکا را هجو کرده است.