

بستگی دارد ...

نگاهی انتقادی به کتاب «عبور از مخاطب شناسی سنتی»

حسین شیخ الاسلامی

۱) گشایش:

کرد. تلاش او برای ایضاح مبانی نظری نگاه به ادبیات کودک و نیز پی‌ریزی مبانی صحیح برای تبیین متون مربوط به این ادبیات نشان از درآشنا بودن او، تیزهوشی وی در تشخیص محل و منشأ مرض و دلسوزی‌اش برای بیمار است.

سیدآبادی که در کتاب «شعر در حاشیه»، سعی کرده بود با نگاه دوباره به مقوله شعر کودک، تک‌صدایی را در این حوزه بشکند و به فعالان حوزه شعر کودک، راه‌هایی دیگر و متفاوت نشان دهد، در کتاب دومش که اخیراً با تلاش نشر فرهنگ‌ها به بازار ارائه شده و عنوان «عبور از مخاطب‌شناسی» را بر پیشانی دارد، انگشت بر مسئله‌ای نهاده که تا کنون در سنت نوپای ادبیات کودک و نوجوان بسیار در مورد آن گفت‌وگو شده است. تقریباً در هر مصاحبه، مقاله و نوشته‌ای که از نویسندگان و منتقدان این حوزه منتشر شده، اشاره‌ای هم به این نکته شده است که نویسندگان این حوزه باید شناخت درستی از مخاطب خودش داشته باشد، بتواند مخاطب خود را درک کند

مجموعه مطالبی که در طول تاریخ ادبیات کودک و نوجوان ایران، بتوان آن‌ها را متون نظری صرف خواند، چندان چشمگیر نیست و این موقعیت، دلایل متفاوتی دارد. از یکسو، فقدان پیشینه نظرورزی در تاریخ معاصر ایران و از سوی دیگر، موقعیت آشکارا اقلیتی و مظلومانه حوزه ادبیات کودک و نوجوان در نظریه‌پردازی ادبی ایران، شاید دو سر طیف دلایلی باشند که ادبیات کودک و نوجوان ما را به وضعیت کنونی کشانده است؛ وضعیتی که مهم‌ترین نشانه‌هایش، فقدان مبانی نظری برای آغاز گفت‌وگو، عدم شکل‌گیری گفت‌وگوهای جدی، فقدان واکنش متناسب از سوی مؤلفان و مخاطبان به نقدهای منتشره و فقدان خط‌کشی‌های تئوریک است.

در چنین وضعیتی، باید از علی‌اصغر سیدآبادی، چهره نام‌آشنای نسل جوان فعالان ادبیات کودک، به سبب انتشار دومین کتاب تئوریکش در طول بیش از پانزده سال حضور در ادبیات کودک، تقدیر



مخاطب ترسیم کنم. تنها امیدم نیز این است که کمک کرده باشم این خشت‌های اول کج گذاشته نشوند تا بنای معوج، همانند آن‌چه متأسفانه در برخی حوزه‌های دیگر می‌بینیم، در آینده در حوزه ادبیات کودک و نوجوان چشمان مان را آزار ندهد.

۲) نیم‌نگاه:

همان‌گونه که پیش از این گفتیم، تمرکز کتاب «عبور از مخاطب‌شناسی سنتی» بر مبحث مخاطب‌شناسی در ادبیات کودک است. سیدآبادی این کتاب را به هشت فصل تقسیم کرده و کوشیده در هر بخش از منظری خاص به این بحث بنگرد. همان‌گونه که خود او در مقدمه کتاب می‌گوید، سه بخش نخست در واقع مقدمه کتاب محسوب می‌شوند که نویسنده در آن‌ها، می‌کوشد ابتدا خواننده را با صورت مسئله و سپس با زمینه بحث آشنا کند.

دو فصل بعدی این کتاب، در واقع با این هدف تنظیم شده‌اند که خواننده با منابع تئوریک تدوین این کتاب آشنا شود و مستندات نظریات سیدآبادی و پایه تئوریک بحث را بشناسد. و بالاخره در سه فصل آخر، سیدآبادی به تدوین و تنظیم نظریه خویش می‌پردازد و با تطبیق آن‌چه در دو فصل گذشته گفته، بر حوزه ادبیات کودک و نیز ترسیم راهی که خود او به عنوان نویسنده کتاب، در میان نظریات صاحب‌نظران مختلف، برمی‌گزیند، می‌کوشد افقی برای آینده مخاطب‌شناسی این حوزه ترسیم کند.

به گمان نگارنده متن حاضر، اساس و بن‌مایه این کتاب را می‌توان در سه انگاره اصلی جست که بر سازنده پایه‌های اصلی نگاه سیدآبادی به این مقوله هستند و بالطبع، اگر بخواهد گفت‌وگویی در بگیرد، پیرامون چند و چون این سه انگاره

و با او هم‌زمان شود. سیدآبادی در این کتاب، می‌کوشد نگاهی تئوریک و نظری به این انگاره سنتی مخاطب‌شناسی داشته باشد و به لحاظ تئوریک، از چند و چون آن سردر بیاورد.

کتابی که ارائه شده، خود بهترین سندی است که نشان می‌دهد سیدآبادی، کار خود را انجام داده است. اکنون نوبت ما و امثال ماست که با خوانش دقیق این متن و خرده‌گیری بر آن، حق زحمتی را که سیدآبادی کشیده، با به پرسش کشیدن نتایجی که ارائه کرده است و گفت‌وگو درباره آن، ادا کنیم.

اگر اطمینان نداشتیم که سیدآبادی از نقد و به چالش کشیدن این کتاب، به صورت منطقی خرسند می‌شود و یا گمان می‌کردم، این نوشته با بغض و کینه از سوی او و دیگران خوانده می‌شود، هیچ‌گاه باز به چالش و گفت‌وگوی رادیکال با سیدآبادی تن نمی‌دادم، اما به گمان حقیر، هرچقدر هم که این گفت‌وگوها طولانی، مطول و بدون نتیجه واضح و مشخص باشد، به شرط آن‌که به روش منطقی و با پایبندی به اصول بحث نظری انجام شود، باز هم در طولانی مدت مفید فایده خواهد بود. چه کسی است که نداند پی‌ریزی مبانی نظری برای یک حوزه، زمانی طولانی و صبری عظیم می‌طلبد و جز با مکالمات طولیل‌المدت ممکن نخواهد بود.

در جایی دیگر نوشته بودم که من و سیدآبادی در دو سیاره با فاصله میلیاردها سال نوری، مکالمه می‌کنیم و این‌طور به نظر می‌رسد که صدای من تا به او برسد، تغییر شکل می‌دهد و دیگرگون به گوش او می‌رسد. در نگارش متن حاضر، تمام تلاش حقیر بر آن است که با پیراسته سخن گفتن، صریح بودن و موجز حرف زدن، جلوی این تحریف را بگیرم و خلاصه و مفید، سؤال‌هایم را از او بپرسم و ایراداتم بر نظریاتش را پیش چشم

خواهد بود.

این سه عبارتند از:

الف) استفاده از مدل منبع معنی، برای تبیین ارتباط ادبی:

سیدآبادی، دل بستگی خاصی به مدلی که دکتر محسنیان راد در کتاب معروف خود، ارتباط‌شناسی، مطرح کرده، نشان می‌دهد. این مدل، در واقع تبیین انواع ممکن رابطه، بر اساس نسبت میان معنای مورد نظر فرستنده پیام و معنای دریافتی از سوی گیرنده است. اصل این مدل، چندان پیچیده نیست. دکتر محسنیان، چهار حالت اساسی را طرح می‌کند:

الف) حالتی که آنچه گیرنده از پیام دریافت می‌کند، اساساً بی‌ارتباط با آن چیزی است که فرستنده نیت کرده.

ب) حالتی که معنای دریافت‌شده، شکل ناقصی از معنای منظور نظر فرستنده است.

ج) حالتی که معنای دریافت‌شده، عین معنای فرستاده شده است.

د) حالتی که معنای دریافت‌شده، چیزی بیش از معنای فرستاده شده است.

سیدآبادی می‌کوشد با استفاده از همین مدل، ارتباط ادبی را نیز صورت‌بندی کند. او در کتاب خود می‌نویسد:

«از میان مدل‌های مختلف ارتباط، مدل منبع معنی می‌تواند در تبیین و توضیح ادبیات کودک و نوجوان، به مثابه نوعی ارتباط به کار رود.» (ص ۱۱۵)

او سپس به چهار حالت فوق، دو حالت دیگر هم می‌افزاید:

ه) حالتی که معنای دریافت‌شده، شکل ناقصی از معنای فرستاده شده، به همراه معنایی است که خواننده خود از متن استخراج کرده.

و) حالتی که معنای دریافت‌شده، هیچ ارتباطی

با معنای فرستاده شده ندارد، ولی خواننده خود از متن معنایی دیگر استخراج کرده است.

او سپس می‌افزاید:

«وضعیت‌های «ه» و «و» می‌توانند در ارتباط ادبیات و مخاطب آن به وقوع بپیوندند...» (ص ۱۱۷)

و بالاخره:

«اغلب متون ادبیات کودک و نوجوان، جزو متون بسته به حساب می‌آیند... و از این نظر، چنین متن‌هایی در چارچوب تعریف‌های ارتباط قابل تبیین‌اند.» (ص ۱۱۸)

به این ترتیب، او مدل جدیدی برای تبیین چگونگی ارتباط در ادبیات کودک و نوجوان به مخاطبان خویش معرفی می‌کند و این نخستین نکته‌ی قابل توجه در این کتاب است.

ب) «شکاف بینامتنی» در ادبیات کودک:

ایده‌ی «بینامتنیت»، یکی دیگر از ایده‌هایی است که سیدآبادی در این کتاب درگیر خود ساخته است. او در واقع با مطرح کردن مفهومی تحت عنوان «شکاف بینامتنی» می‌کوشد به مبحث مخاطب‌شناسی، در ادبیات کودک، نگاه دیگری بیندازد و در واقع از این انگاره سود می‌جوید تا پیچیدگی این حوزه را نشان دهد:

«متن ادبی از یکسو با نویسنده در ارتباط است و از سوی دیگر در ارتباط با متون دیگر است و آگاهی مخاطب از متون دیگر، نحوه دریافت او از متن را شکل می‌دهد. پس شناخت مخاطب، بدون شناخت آگاهی‌های مخاطب از متون دیگر، شناخت کاملی نخواهد بود.» (ص ۱۵۳)

سطور بالا، تبیین جایگاهی است که سیدآبادی برای «بینامتنیت» در مخاطب‌شناسی در نظر گرفته است. او سپس بحث خود را این‌گونه پی می‌گیرد:

«هر متنی در تعامل با متون دیگر معنی



۳) زیر ذره بین نقد:

آنچه خواندید، روایت یک خواننده بود از نکات اصلی و تازه کتاب جدید علی‌اصغر سیدآبادی؛ یعنی کتاب «عبور از مخاطب‌شناسی سنتی» که عنوان فرعی «تأملی در شناخت مخاطب ادبیات کودک» را به همراه دارد.

پیش از آن که این سه انگاره اصلی را کمی ریزبینانه‌تر مورد تعمق قرار دهیم، شاید لازم باشد چند نکته در باب کلیت کتاب نیز یادآوری کنیم. نگارنده هنگام خوانش کتاب، به سه نکته جالب برخورد که بازگویی آن مفید به نظر می‌رسد. نخست این که موضعی که سیدآبادی اتخاذ می‌کند، قابل تحسین و تشکر است. سیدآبادی از معدود نویسندگان متون نظری برای کودکان است که نه خود را علامه دهر می‌داند و نه عرصه نگارش را میدان مبارزه‌ای می‌بیند برای بیرون انداختن کسی از صحنه و بالا بردن دست دیگری به عنوان برنده.

نکته دومی که در مورد این کتاب تحسین برانگیز می‌نماید، صورت ساده استدلالی کتاب است. نویسنده، ساده و راحت و مرتب، استدلال می‌چیند و مطلب را پیش می‌برد. البته این که خود استدلال تا چه حد قوی است، بحث دیگری است که در ادامه به آن خواهیم پرداخت.

نکته سومی که اشاره به آن ضروری به نظر می‌رسد، اصالت اندیشه سیدآبادی است. اصالت به این معنا که مشخص است آنچه در این کتاب ارائه شده، از همه نظر به نویسنده تعلق دارد، نه از روی کتاب دیگری نوشته شده و نه بدخوانی متن دیگری است که احتمالاً در آینده نزدیک به فارسی ترجمه می‌شود. آنچه برای نگارنده متن حاضر، پس از خوانش کتاب سیدآبادی قطعی شد، این بود که سیدآبادی، خود می‌اندیشد و این، فارغ از صحت و سقم اندیشه‌های وی، نکته مهم

می‌یابد، اما هر متن ویژه کودک و نوجوان از یکسو با متن‌های دیگر ویژه کودک و نوجوان ارتباط دارد و از سوی دیگر با متن‌های ادبیات بزرگسال.»

و بالاخره سیدآبادی این‌گونه نتیجه می‌گیرد: «کودکان و نوجوانان مخاطب هر متن، اگرچه ممکن است خیلی از متون ویژه خود را خوانده باشند، بی‌تردید از متون ویژه بزرگسال بی‌خبرند. این ویژگی، مخاطب‌شناسی را در حوزه ادبیات کودک و نوجوان دچار پیچیدگی می‌کند.» (ص ۱۵۴)

و این صورت استدلالی سیدآبادی برای وارد کردن بحث بینامتنیت در مخاطب‌شناسی و نیز تأسیس مفهوم جدید «شکاف بینامتنی»، در نظریه ادبیات کودک و نوجوان است.

ج) عبور از مخاطب‌شناسی سنتی و گذار به «مخاطب‌شناسی‌ها»:

و بالاخره به ایده‌ای می‌رسیم که دفاع از آن، به گواهی به عنوان کتاب، دلیل و انگیزه‌ی اصلی سیدآبادی در نگارش این متن بوده است.

سیدآبادی، از کل تحلیل و توصیفی که در این کتاب می‌آورد می‌خواهد این نتیجه را بگیرد که ما: «نه تنها نمی‌توانیم از شناخت قطعی مخاطب سخن بگوییم، بلکه از شناخت فراگیر آن نیز عاجزیم» و بنابراین باید «به جای شناخت یکباره مخاطب، از شناخت چندباره و مستمر مخاطب سخن بگوییم: ضمن این که بپذیریم شناخت مستمر از مخاطب نیز شناختی محدود به مکان و جمعی خاص است و نه فراگیر و فرازمانی» (ص ۱۶۵)

و به این ترتیب است که سیدآبادی در این کتاب، از «مخاطب‌شناسی‌ها» به جای یک مخاطب‌شناسی «قطعی و یکباره» سخن می‌گوید و همگان را به «مخاطب‌شناسی مستمر» فرا می‌خواند.

و مثبتی در کارنامه این فعال و متفکر فرهنگی است.

پس از ذکر این نکات، به نظر می‌رسد وقت آن است که با دقت، انگاره‌های مطروحه توسط سیدآبادی را به نقد بکشیم. از آن‌جا که تجربه مکالمه مکتوب با نویسنده این کتاب را داشته‌ام و از مضار حاشیه روی در متون تئوریک باخبرم، سعی می‌کنم نکاتی را که در این سه انگاره مشکل ساز دیده‌ام، موردی و صریح و کوتاه، ذکر کنم. به امید آن‌که بی‌تحریف و همان‌گونه که گفته‌ام به چشم سیدآبادی بیاید و این فاصله گفتمانی میان من و او، ارتباط را مختل نکند. امیدوارم، این کوتاه و صریح سخن گفتن، بی‌ادبی، شتابزدگی و یا بی‌انصافی تلقی نشود.

الف) مدل منبع معنی، و ارتباط ادبی:

۱) همان‌گونه که از متن خود سیدآبادی هم بر می‌آید، مدل منبع معنی، مدلی برای طبقه‌بندی انواع ارتباط ممکن، بر اساس مناسبات میان معنای مورد نظر فرستنده پیام و معنای اخذ شده از سوی گیرنده آن پیام است. سؤال نخست از تبیین سیدآبادی از جایگاه ارتباط ادبی در این مدل، آن است که آیا اساساً در ادبیات، ارتباط شکل می‌گیرد؟ سیدآبادی خود با تفکیک میان متون باز و متون بسته در ادبیات، سعی می‌کند به این سؤال پاسخ مثبت دهد، اما سؤال من درباره باز یا بسته بودن متن نیست. می‌دانیم که ارتباط، تعریف خاصی دارد؛ یعنی علاوه بر آن‌که باید از عناصر ارتباطی (فرستنده پیام، رمز، تماس، گیرنده و ...) برخوردار باشد، باید فرستنده، آگاهانه پیامی را برای گیرنده بفرستد و گیرنده نیز آگاه از این‌که این پیام برای رمزگشایی به او رسیده، به قصد رمزگشایی از پیام، آن را دریافت کند. تنها در این صورت است که ارتباط شکل می‌گیرد (بنگرید به

فرمالیست‌ها در ساختار و تأویل متن، اثر بابک احمدی). سؤال این‌جاست که حتی در متون بسته ادبی، این میل دو طرفه وجود دارد؟

۲) سیدآبادی دو حالت دیگر به مدل محسنیان اضافه کرده است که برای نگارنده متن حاضر، عجیب به نظر می‌رسد. او، علی‌رغم این‌که خود می‌گوید که دکتر محسنیان راد، حالت چهارم مدل منبع معنی را مسکوت گذاشته و آن را بی‌ارتباط با مبحث ارتباطات دانسته، باز هم این بحث را پی می‌گیرد و دو حالت دیگر هم به این بحث اضافه می‌کند. این دو حالت، یکی حالتی است که فرستنده، معنایی جدید از پیام استخراج می‌کند، بی‌آن‌که چیزی از معنای مورد نظر فرستنده دریابد و یا این‌که معنای فرستنده را ناقص و همراه با معنایی که خود خلاقانه تولید کرده، ترکیب می‌کند. مشکلی که سیدآبادی از آن رنج می‌برد و باعث شده او احساس کند این دو مورد را هم می‌تواند به الگوی فوق بیفزاید، مشکلی روش‌شناختی است. او بی‌توجه به مبانی این مدل و هدفی که این مدل برای آن طراحی شده، کار خود را پی می‌برد. این مدل در واقع برای طبقه‌بندی انواع ارتباط شکل گرفته و مبنای این طبقه‌بندی هم، مناسبات معنایی فرستاده شده و دریافت شده است. اگر سیدآبادی به این نکته دقت می‌کرد، درمی‌یافت که حالت «ه» و «و»، جایگاهی در این مدل ندارند. از دیدگاه مناسبات بین معنای فرستاده شده و معنای گرفته شده، هیچ فرقی نمی‌کند که آیا گیرنده، معنایی خلق می‌کند یا نه؟ چرا که این طبقه‌بندی، اساساً عامل خلق معنی توسط گیرنده را حذف کرده است. به عبارت دیگر، اگر بخواهیم به موضع روش‌شناختی دکتر محسنیان متعدد بمانیم، باید اعتراف کنیم که حالت «ه» پیشنهادی، همان حالت «ب» است و حالت «و» هم همان حالت «ج».

وضوحی که ما در متون دیگر، از جمله متون تبلیغاتی (در معنای عامش) که مهم‌ترین متون مورد بررسی علم ارتباطات هستند، معنای مورد نظر نویسنده را بفهمیم، در واقع این دلیلی بر ناکامی اثر محسوب می‌شود و نه موفقیتش.

۵) آیا گیرنده پیام در ارتباط ادبی (باز هم یادآوری می‌کنم که اگر هم‌چون نویسنده متن حاضر، معتقد باشیم ارتباط ادبی اساساً وجود دارد)، به دنبال رمزگشایی متن به منظور دریافت نیت مؤلف است؟

۶) اشکال دیگری که خواننده را متعجب می‌کند، تناقضی است که نویسنده کتاب میان رویکرد ارتباطی و رویکرد ادبی مختار خود با آن روبه‌رو می‌شود. او هنگام تحلیل ادبیات از منظر علم ارتباطات، مدلی متوجه معنی را برمی‌گزیند که یکی از سه‌گانه و ازگانش، معنای مورد نیاز نویسنده است. اما این تقسیم‌بندی به ما نشان

می‌دهد که ما به دنبال معنی خودمان هستیم. اما ما در ادبیات (همان‌طور که در ارتباطات ادبی) دنبال معنای خودمان نیستیم. ما دنبال معنای نویسنده هستیم. اما در ارتباطات ادبی، ما دنبال معنای خودمان هستیم. این تقابل، ما را به این سؤال می‌رساند: آیا ما به دنبال معنای خودمان هستیم یا به دنبال معنای نویسنده؟ این سؤال، ما را به این سؤال می‌رساند: آیا ما به دنبال معنای خودمان هستیم یا به دنبال معنای نویسنده؟ این سؤال، ما را به این سؤال می‌رساند: آیا ما به دنبال معنای خودمان هستیم یا به دنبال معنای نویسنده؟

۳) نکته سوم و مهم‌تر، این که سیدآبادی، در یک مورد روش‌شناختی دیگر، کاملاً سکوت کرده و به نظر می‌رسد این سکوت به کل بحث او در این مورد ضربه زده است. او هیچ‌گاه به ما نمی‌گوید چه ضرورتی احساس کرده است که ارتباط ادبی را (اگر قائل به چنین ارتباطی باشیم)، بر اساس رابطه میان نیت فرستنده (در این‌جا مؤلف) و معانی گرفته شده توسط گیرنده (همان مخاطب) طبقه‌بندی کرده است. در علم ارتباطات، تکنسین این علم، به دنبال ایجاد بهترین راه‌ها، برای خلق پیام‌هایی است که دقیقاً این دو مؤلفه را با هم تطبیق دهد. بنابراین طبیعی است که در علم ارتباطات ما ناچار باشیم مدلی برای طبقه‌بندی میان معنای مورد نظر فرستنده، و معنای گرفته شده توسط گیرنده طراحی کنیم. اما در مباحث نظریه ادبی، آیا ما ناچار به چنین طرحی هستیم؟

۴) نکته چهارم کل بحث، را از این جهت می‌توانیم به چالش می‌کشیم: دکتر محسنیان‌راد و سیدآبادی، کسانی که از این مدل بحث می‌کنند، می‌توانیم معنی می‌فهمند که معنی مورد نظر فرستنده را به معنای مخاطب، در مدل ما معنی، شناخته شد. و مشخص است و به همین دلیل علم به دنبال تطبیق M را از آن می‌گرداند و سعی می‌کند نسبت این دو را با هم مشخص سازند. اما در ادبیات، چه ما با متون بسته روبه‌رو باشیم و چه با متون باز، چه مخاطب خود را از قبل انتخاب کرده باشیم و چه نه، بسیار بعید است بتوانیم از نویسنده بررسی کنیم که دقیقاً با تولید این متن چه معنایی را می‌خواسته به دیرنده‌های پیام منتقل کند. حتی اگر هم بتوانیم این نکته را از نویسنده بررسی کنیم، امید این که نویسنده، خود بداند برای چه این نوشته را نوشته، بسیار بعید می‌نماید. از همه قابل توجه‌تر این که در متون ادبی، اگر بتوان به



و مردان می‌توانند با لباس آستین کوتاه و شلوار معمولی رفت و آمد کنند». مخاطب باز می‌پرسد: «اما منظور من خود شما بودید». به گمان من، اگر بخواهیم رویکردی مثل رویکرد سیدآبادی در پاسخ داشته باشیم، خواهیم گفت: «من اگر زن باشم، موها و بدن خودم را می‌پوشانم و اگر مرد باشم، با لباس آستین کوتاه و شلوار معمولی رفت و آمد می‌کنم. طرف خواهد پرسید: «بالاخره چه می‌پوشید؟» و شما باز پاسخ خواهید داد: «بستگی دارد به این که زن باشم یا مرد. اگر زن باشم...» در واقع، بالاخره، دو حالت بیش‌تر وجود ندارد، یا شما مرد هستید یا زن، یا این نوع پوشاک را دارید، یا آن نوع را و نمی‌شود گاهی مرد بود و گاهی زن! به همین سبک، نمی‌شود در فصل دوم کتاب، از مدل منبع معنی حرف زد و در فصل سه، از مکتب دریافت. اگر کمی دقت کنیم، می‌بینیم استفاده همزمان از این دو، حتی عجیب‌تر از «گاهی مرد بودن و گاهی زن بودن» است!

ب) بینامتنیت، دستاویزی برای مخاطب‌شناسی؟

۱) بینامتنیت، به تعریف سیدآبادی، معرف ارتباط معنایی است که هر متن، با متون دیگر خواننده شده توسط خواننده و نویسنده دارد. تا این‌جا سیدآبادی کمابیش ما را با خود همراه می‌کند، اما پرسش این‌جاست که میان این تعریف، ادبیات کودک و بحث مخاطب‌شناسی، چگونه می‌توان پیوند برقرار کرد؟ پیوندی که سیدآبادی برقرار می‌کند، به این ترتیب است که از یکسو سیدآبادی پدیده بینامتنی بودن معنای یک متن را مرتبط می‌کند با تغییر معنای متن نسبت به سواد ادبی هر یک از خوانندگان و سپس به این نکته می‌پردازد که این ویژگی در ادبیات کودک، حالت ویژه‌ای می‌یابد؛ چون متونی که کودکان خوانده‌اند، بسیار کم‌تر از متون خواننده شده توسط بزرگسالان است.

بنابراین، او به وجود شکاف بینامتنی در ادبیات کودک پی می‌برد. در قدم بعدی، او به این نکته اشاره می‌کند که در مخاطب‌شناسی، ما باید به سطح سواد ادبی مخاطبان و تفاوت سطح میان اقشار مختلف مخاطبان توجه داشته باشیم و بنابراین، مخاطب‌شناسی، باید متنوع، سیال و متکثر باشد. به این می‌گویند یک نمونه کامل برای عبارت «از این شاخه به آن شاخه پریدن».

۲) تقریباً تمام کسانی که به مبحث بینامتنیت پرداخته‌اند، به این نکته اشاره کرده‌اند که هر متنی، معنایی مصرح و معنایی ضمنی دارد. آنان به تأکید گفته‌اند که بینامتنیت در هر دو گونه دلالت معنایی، می‌تواند وجود داشته باشد (گراهام آلن؛ بینامتنیت). در این میان، تنها ژرار ژنت است که این گزاره را تا حدودی رد می‌کند و به تفکیک بین بینامتنیت در این دو سطح معتقد نیست (بلکه معتقد است بینامتنیت فقط در سطح دلالت ضمنی می‌تواند وجود داشته باشد. همان ۱۶۱). بنابراین، باید توجه داشت که فقط وقتی در خوانش یک متن، به لحاظ بینامتنی، برای مخاطب مشکل به وجود می‌آید که ارجاع صریح بینامتنی، در متن در حال خوانش به کار رفته باشد (مثلاً در یک کتاب به کتابی دیگر ارجاع داده شود و خواننده آن کتاب را نخوانده باشد)؛ وگرنه، در خوانش متنی که دلالت‌های ضمنی به متون دیگر دارد (که به گمان نظریه‌پردازان بینامتنیت، همه متون این‌گونه‌اند)، سواد ادبی، هیچ‌گاه در خوانش متن، اختلال ایجاد نمی‌کند، بلکه هر کسی با توجه به مجموعه متونی که خوانده، معنای خاص خود را از متن دریافت می‌کند.

۳) اصولاً یکی از پیامدهای نظریه بنامتنیت، از بین رفتن مباحث مخاطب‌شناسی است و تو خود حدیث مفصل بخوان از این مجمل...

۴) اعتراف می‌کنم که عبارت «شکاف

شدن به یک مخاطب از پیش تعریف شده، به شناخت مناسبی از مخاطبان رسید و باید به شناخت مستمر از مخاطب محدود و مشخص نائل شد. اما مشخص نشد که بالاخره نگارنده، به دنبال ایجاد یک حوزه نظری جدید است یا یک حرفه تازه یا یک مشاوره جدید برای ناشران و یا...

(۳) پرسش دیگر: آنچه نگارنده کتاب، مخاطب‌شناسی سنتی نامیده، دقیقاً چه بوده، آیا منظور او از مخاطب‌شناسی سنتی، مجموعه پراکنده نظریاتی است که این نویسندگان و شاعران، راجع به کودکی در مصاحبه‌ها و نوشته‌های‌شان گفته‌اند؟ یا منظور محدود کتاب‌هایی بوده که نصایح و پیشنهادهایی برای نویسندگان و شاعران این حوزه داشته‌اند؟ آیا پیش از این، ما با حوزه‌ای تحت عنوان مخاطب‌شناسی روبه‌رو بوده‌ایم که بتوان به آن مخاطب‌شناسی سنتی گفت؟

(۴) وقتی ما می‌خواهیم حوزه جدیدی تأسیس کنیم، باید حد و مرز و حدود و ثغور آن را به صورت مشخص بازگو و مدون کنیم (همان کاری که مثلاً هوسرل با پدیدارشناسی، سوسور و بارت در مورد نشانه‌شناسی و حتی متفکر رادیکال و نظام‌گریزی مثل دریدا با گراماتولوژی انجام دادند). پرسش دیگر این است که حدود و ثغور آن چه سیدآبادی «مخاطب‌شناسی‌ها» می‌نامد، چیست؟ اصلاً آیا آن چه او بدین نام نامیده، یک علم است؟ حرفه است؟ چه مناسباتی با روان‌شناسی تربیتی، علم ارتباطات، حرفه مشاوره تبلیغاتی، مشاوره فنی ناشران، جامعه‌شناسی مطالعه، و... دارد؟ با توجه به این که حقیر هیچ‌گاه با واژه‌ای فرنگی که معادل مخاطب‌شناسی باشد، برخورد نکرده‌ام و گمان هم نمی‌کنم که سیدآبادی ایده خود را از جایی اخذ کرده باشد، به جد می‌گویم که ای کاش او تلاش بیش‌تری برای تدقیق این

بینامتنی» عبارت جذاب و زیبایی است، اما به گمان حقیر، این شکاف، نه پدیده جدیدی است و نه به لحاظ نظری کاربرد خاصی دارد. تقریباً سطح سواد همه نویسندگان، از سطح سواد اغلب خوانندگان‌شان بیش‌تر بوده. مثلاً رابطه بینامتنی‌ای که تمام نویسندگان بعد از جویس با «یولیسس» برقرار کرده‌اند، برای تمام فارسی‌زبانان‌هایی که این کتاب را نخوانده‌اند، غیرقابل فهم است، اما آیا این به معنای آن است که در خوانش این متون، اتفاق خاصی رخ می‌دهد؟ اساساً شکاف بینامتنی، در همه متون و همه خوانش‌ها وجود دارد؛ زیرا هیچ دو نفری نیستند که تمام متونی که خوانده‌اند و یا شیوه خوانش‌شان یکسان باشد و حتی کارکرد مغزشان هم. فقط در این صورت و در صورتی که یکی از آن‌ها متنی را بنویسد و دیگری همان متن را بخواند، ما شاهد ازبین‌رفتن شکاف بینامتنی هستیم.

(۵) اختلاط بین موضع یک نظریه‌پرداز ادبی و یک تکنسین علوم ارتباطات، باعث شده که سیدآبادی احساس کند، آنچه شکاف بینامتنی در ادبیات کودک خوانده، موجد مشکلاتی در مخاطب‌شناسی خواهد بود؛ وگرنه، نه این را به آن ربطی است و نه آن دو را با مخاطب‌شناسی کاری.

ج) و بالاخره: مخاطب‌شناسی‌ها، به جای مخاطب‌شناسی:

(۱) بیش از آن که بخواهم خرده‌ای بر سیدآبادی بگیرم، از او در مورد ایده‌اش درباره مخاطب‌شناسی چند پرسش دارم؛ پرسش‌هایی که علی‌رغم خواندن کتاب، هنوز برای نگارنده نامعلوم است.

(۲) پرسش نخست: پیشنهادی که سیدآبادی می‌دهد، دقیقاً و عملاً چیست؟ نگارنده با خواندن کتاب، به این دریافت رسید که نمی‌توان با قائل

حوزه انجام دهد تا بتوان با دقت بیشتری درباره جوه و ابعاد تئوریک آن بحث کرد.

۵) با توجه به این که سیدآبادی در کتاب خود، به این نکته اشاره می‌کند که مخاطب‌شناسی مطلوبش می‌تواند در مراحل مختلف، از پیش از نوشتن گرفته تا توزیع، اجرا شود (ص ۱۳۲)، نگارنده با این سوال مواجه می‌شود که آیا این مخاطب‌شناسی که نویسنده کتاب اصرار دارد او را وارد چرخه تولید کتاب برای کودک و نوجوان کند، کسی غیر از مشاور کتاب است؟ هم‌اکنون بسیاری از ناشران، از مشاوران تبلیغاتی، مشاوران امر بازار کتاب که بر جریان توزیع کتاب مسلطند و مشاورین کارشناس امور کودک و نوجوان که عموماً تحصیل کرده روان‌شناسی کودک و نوجوان و یا متخصصین جامعه‌شناسی هستند، سود می‌برند. آیا کسی غیر از این‌ها هم لازم است؟ یا انگیزه اصلی برای نوشتن کتاب، ترغیب پدیدآورندگان (اعم از نویسنده، گرافیست، ناشر و توزیع‌کننده) به استفاده از این مشاوران است؟

۶) آن چه در قدم آخر عجیب به نظر می‌رسد، تفاوت سطح در صدر و ذیل این بحث است. سیدآبادی بحث را از علم ارتباطات و نظریه ادبی آغاز می‌کند تا این نکته را به اثبات برساند که کسی در ارائه کتاب موفق‌تر است که شناخت بهتری از مخاطبان خود داشته باشد. در واقع به نظر می‌رسد بحث سیدآبادی، از تئوری محض شروع می‌شود و به کنش محض ختم می‌شود و این سیر، سیری منطقی نیست.

۷) آیا واقعا برای اثبات این نکته، نیاز به این همه مباحث تئوریک بود؟

۸) شاید مشکل، درهم‌آمیختگی جایگاه‌های مختلف، از سوی نویسنده کتاب باشد. او گاهی موضع یک تئوریسین را اشغال می‌کند و گاهی خود را در جایگاه یک آسیب‌شناس اقتصاد نشر

ادبیات کودک و نوجوان می‌نشانند. حتی برخی اوقات از موضع یک کارشناس علوم ارتباطات، به مناسبات میان مخاطب و نویسنده متون این حوزه می‌پردازد.

۴) فرجام:

از منظری کلی، انتشار این کتاب، اتفاقی مبارک است، نه فقط از این جهت که کتابی تئوریک در مورد ادبیات کودک و نوجوان به بازار عرضه شده، بلکه بیش‌تر از این بعد که متفکری، اندیشه‌های خودش را بی‌آن که به دایرة‌المعارف نویسی روی بیاورد و اسامی مکاتب فرنگی را بی‌آن که چیزی به آن‌ها بیفزاید، فهرست کند، پیش روی مخاطبانش قرار داده است.

دقت و خرده‌گیری بر این نخستین خشت‌های بنای نظریه ادبیات کودک و نوجوان در ایران، به گمان حقیر، بهترین و شایسته‌ترین سیاسی است که می‌توان از نویسنده‌ای مثل علی‌اصغر سیدآبادی به عمل آورد.

می‌شد که این متن، نرم‌تر نوشته شود و نگارنده، انتقادات خود را در لفافه‌ای از سخنان نرم بگنجاند و با تعریف و تمجید و به این بهانه که باید این نخستین تلاش‌ها را ارج نهاد و کمر به تداوم آن‌ها بست، چشم بر آن چه به زعم خود نقص و عیب می‌دید، ببندد، اما هراس از آن است که «خشت اول چون نهد معمار کج...»

امید آن است که انتشار این کتاب، نشانه‌ای باشد از جان گرفتن دوباره اندیشه‌ورزی درباره مبانی و اصول نظریه ادبیات کودک.