

بررسی میزان و علل گرایش به رمان عامه‌پسند

(مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه اصفهان)

مسعود کیانپور*

استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه اصفهان، ایران

زهره نجفی**

استادیار زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه اصفهان، ایران

مینا کاظمی***

دانشجوی کارشناسی ارشد زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه اصفهان، ایران

(تاریخ دریافت: ۹۱/۱۲/۲۶، تاریخ تصویب: ۹۲/۶/۱۳)

چکیده

رمان‌های عامه‌پسند از پدیده‌های پرمخاطب دههٔ اخیر در جریان ادبی معاصر است که به فروش بالایی دست یافته‌اند. مسئلهٔ مورد بررسی در این مقاله، میزان و انگیزه‌های گرایش به این رمان‌ها در میان دانشجویان دانشگاه اصفهان بود که در سه سطح ویژگی‌های ظاهری، ادبی و محتوایی بررسی شد. بدین منظور، عواملی چون جنس، رشته، مقطع و پایگاه اجتماعی - اقتصادی برگزیده شدند تا ارتباط آن‌ها با میزان علاقه به رمان عامه‌پسند بررسی شود. تحقیق حاضر از نوع پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه محقق ساخت انجام گرفت. نمونهٔ تحقیق از طریق نمونه‌گیری تصادفی ۳۸۴ نفر برآورد شد که با حذف پرسشنامه‌های مخدوش، در نهایت ۳۰۱ پرسشنامه واکاوی شد. داده‌های به دست آمده با نرم‌افزار SPSS و روش‌های آمار توصیفی و استنباطی تحلیل گردید. نتایج نشان می‌دهد میزان مطالعهٔ رمان در جامعهٔ آماری ضعیف است (بیش از ۵۷ درصد هیچگاه رمان نمی‌خوانند و یا به ندرت می‌خوانند). میانگین گرایش به رمان عامه‌پسند ۳/۵۲ است که متوسط رو به بالا محسوب می‌شود. از بین فرضیه‌های تحقیق، ارتباط معنادار و معکوسی بین میزان گرایش به رمان عامه‌پسند و پایگاه اجتماعی - اقتصادی به دست آمد. دیگر فرضیهٔ تحقیق، یعنی وجود ارتباط معنادار میان مقطع تحصیلی و گرایش به رمان عامه‌پسند نیز تأیید شد. اما ارتباط میان جنسیت مخاطبان و نیز رشتهٔ تحصیلی با گرایش به رمان عامه‌پسند، دو فرضیهٔ دیگر تحقیق بودند که مورد تأیید قرار نگرفتند.

واژه‌های کلیدی: رمان عامه‌پسند، مخاطب سنجی، فرهنگ عامه، دانشجویان، مطالعه، دانشگاه اصفهان، مطالعات فرهنگی.

* تلفن: ۰۳۱۱-۶۶۸۰۰۷۰، دورنگار: ۰۳۱۱-۷۹۳۳۱۵۱، E-mail: m.kianpour@Itr.ui.ac.ir

** تلفن: ۰۳۱۱-۶۶۸۰۰۷۰، دورنگار: ۰۳۱۱-۷۹۳۳۱۵۱، E-mail: z.najafi@Itr.ui.ac.ir

*** تلفن: ۰۳۱۱-۶۶۸۰۰۷۰، دورنگار: ۰۳۱۱-۷۹۳۳۱۵۱، E-mail: mina_kzm@ymail.com

مقدمه

ادبیات، نهادی اجتماعی است که در یکی از اساسی‌ترین کارکردهای خود، جامعه را مورد بررسی قرار می‌دهد. از سوی دیگر، نویسنده به عنوان خالق اثر ادبی از میان مردم برخاسته است و مخاطب یا مخاطبانی که اثر خویش را برای آن‌ها می‌نویسد نیز افراد جامعه هستند. ادبیات در جنبه‌های گوناگون از جامعه و جریانات و تحولات آن تأثیر می‌پذیرد و در کنشی متقابل، بر شکل‌گیری، تحول و بهبود جامعه اثر می‌گذارد.

رمان به عنوان جدیدترین و تکامل یافته‌ترین نوع ادبی تا روزگار ما، با ظهور دوره رنسانس و نوزایی در جامعه اروپا به عنوان ثمره شکوفایی هویت فردی و خودآگاهی انسان متولد شد و به سرعت از محبوب‌ترین و مؤثرترین شاخه‌های ادبیات داستانی شناخته شد (میرصادقی ۱۴۰۰). رمان عامه‌پسند که در نقد ادبی، نقطه مقابل رمان ادبی است با در برداشتن دو مفهوم «عامه» و «پسند» در عنوان خود، بیانگر این مطلب است که این نوع رمان، ارتباط تنگاتنگی با مخاطب و آنچه او می‌پسندد دارد. این رمان‌ها که از نظر ساختاری و محتوایی ادامه جریان پاورقی‌نویسی به شمار می‌آیند، با کسب عنوان پرفروش‌ترین رمان‌های دو دهه اخیر، موفقیت خود را در جذب مخاطبان ثابت کرده‌اند. آمار وزارت ارشاد و فرهنگ اسلامی کشورمان بیانگر این است که برخی رمان‌های عامه‌پسند حتی در یک دوره ۱۰ ساله ۳۸ بار تجدید چاپ شده‌اند (دنیای اقتصاد).

اقبال عمومی به این ژانر و موفقیت قابل توجه آن در جذب مخاطبان در مقایسه با رمان نخبه‌پسند و در کشوری که آمار مطالعه کتاب چندان چشمگیر نیست، تمرکز جدی بر بررسی جامع و همه جانبه این آثار با هدف شناسایی عوامل مؤثر در جذب مخاطبان و توجه دقیق به بررسی انگیزه‌ها و تمایلات خوانندگان این آثار را می‌طلبد. «رفتار خوانندگان در انتخاب و مطالعه آثار ادبی، پدیده‌ای اجتماعی و فرهنگی است. چرا که از یک سو، هر اثر برای خوانندگانی خاص نگاشته می‌شود و در هر حال نویسنده مخاطب یا مخاطبانی را در نظر دارد و از سوی دیگر، خوانندگان هر اثری را انتخاب نمی‌کنند» (علی احمدی ۱۳).

اما در ایران پژوهشی که دقیق و روشمند، به بررسی پایگاه اجتماعی خوانندگان رمان‌های عامه‌پسند بپردازد، انجام نگرفته است و نه تنها این مهم در پژوهش‌ها و تحقیقات جدی همچون نقد ادبی و جامعه‌شناسی مورد توجه دقیق قرار نگرفته است، بلکه در بسیاری موارد به صورت بسیار کلی و با نگاهی بدبینانه این آثار را فاقد هرگونه ارزش می‌داند. در واقع رمان عامه‌پسند و میزان گرایش به آن با همین نگاه از مطالعات ادبی نادیده گرفته شده است.

از این رو، پژوهش حاضر کوشیده است در نگاهی نو، میزان و علل گرایش به رمان‌های عامه‌پسند را نه در میان مخاطبان مفروض پنداشته شده این ژانر، بلکه در میان دانشجویان، به عنوان قشر فرهیخته و تحصیل کرده و با توجه به ظرفیت این متون و تکیه بر ویژگی‌هایی که برای جذب مخاطب استفاده می‌شوند، مورد بررسی قرار دهد؛ چرا که «متداول‌ترین شیوه یافتن روابط بین ادبیات و جامعه، مطالعه آثار ادبی به عنوان مدارکی اجتماعی و تصاویری فرضی از واقعیت اجتماعی است» (ولک ۱۱۰). بر این اساس، سؤال اساسی این پژوهش این است که «میزان و علل گرایش دانشجویان به رمان‌های عامه‌پسند چگونه است؟». در این راستا محققان با انجام پژوهش میدانی اقدام به توزیع پرسشنامه و جمع‌آوری اطلاعات در بین دانشجویان شاغل به تحصیل در سال ۱۳۹۱ در دانشگاه اصفهان کردند.

بحث و بررسی

به موازات پیشرفت نظام سرمایه‌داری و بهبود وضعیت اقتصادی کارگران و کاهش ساعات کار آن‌ها، اوقات فراغت و ساعات بیکاری افزایش یافت و به تبع آن فرهنگ عامه و چگونگی گذران اوقات فراغت به عنوان یک مسئله اجتماعی مطرح شد. این مسئله به همراه پیشرفت رسانه‌ها، انواع فناوری و تولید انبوه کالا، دگرگونی و تحول چشمگیری را در جوامع رو به رشد قرن ۲۰ پدید آورد. همان طور که بنت می‌گوید: «جامعه سرمایه‌داری جدید، ارزش‌های جدیدی را که دیگر به تنهایی بر ساخته نیاز و سود مادی نبود، همچون گرایش به مد، موسیقی، فیلم و... که بر محور مسائل ذوقی و زیبایی شناختی تمرکز داشت، مطرح کرد» (بنت ۲۲). این تحولات در جوامع مدرن با دیدگاه‌ها و نظرات متفاوتی توصیف شده‌اند. نظرات اولیه درباره شکل‌گیری فرهنگ جدید، بر اساس دیدگاهی بدبینانه به فرهنگ عامه شکل گرفت. از جمله معروف‌ترین جریان‌های انتقادی می‌توان به مکتب موسوم به مکتب فرانکفورت اشاره کرد که نظریه‌پردازان آن همچون آدورنو، هورکهایمر و مارکوزه ضمن مطالعه فرهنگ عامه بر توده‌ای شدن و سطحی شدن هر چه بیشتر آن تأکید داشتند. اصحاب مکتب فرانکفورت بر این عقیده‌اند که شکل‌گیری فرهنگ عامه‌پسند یا توده‌ای، در حقیقت محصول نظام سرمایه‌داری و در راستای تحقق اهداف آن است. صاحب‌نظران این مکتب معتقدند «کنش‌گران» در دنیای سرمایه‌داری همچون موجوداتی منفعل تحت الشعاع «ساختار» قرار دارند و مصرف فقط سایه‌ای از تولید است؛ مخاطبان هیچ‌گونه جرح و تعدیلی [در متن] نمی‌کنند و آنچه ما جرح و تعدیل می‌پنداریم، صرفاً حرکتهایی واهی در بازی اقتصادی است»

(کلانتری ۱۳).

بر این اساس، مخاطب در فرهنگ توده‌ای هیچ نقش مشارکتی ایفا نمی‌کند و تولیدات گوناگون این فرهنگ، همچون موسیقی عامه‌پسند و فیلم‌های هالیوودی، از طریق «استانداردسازی» و عرضه آن در ماهیت «قالبی و از پیش هضم شده» فرد را از جایگاه تماشاگر به جایگاه مصرف‌کننده تنزل می‌دهد (موشتوری ۳۵). هورکهایمر و آدورنو فرایند مذکور را با اصطلاح «صنعت فرهنگ‌سازی» توصیف می‌کنند که در آن کلیه فعالیت‌های فرهنگی و زیبایی‌شناختی به مثابه کالاهای صنعتی به «تولید انبوه» می‌انجامد. در این فرهنگ، هنر و به طور کلی آفرینش هنری به صورت کالای اجتماعی در می‌آید و بنابراین، مخاطبی مصرف‌کننده این کالا می‌شود که به ظاهر از قانون عرضه و تقاضا پیروی می‌کند (هورکهایمر و آدورنو ۳۵-۸۴).

اما در مقابل بدبینی شدید و دیدگاه انتقادی مکتب فرانکفورت، می‌توان از مکتب بیرمنگام سخن گفت که با تأسیس «مرکز مطالعات فرهنگی معاصر»^۱ توسط هوگارت در سال ۱۹۶۴، به بررسی کارکردهای فرهنگی جامعه کارگری پرداخت. «این جریان تحقیقاتی با درک پیشین از مفهوم فرهنگ به عنوان منبع قدرت اشتراک نظر دارد؛ اما بر ظرفیت مشارکت فعال دریافت‌کنندگان فرهنگی تأکید می‌کنند» (کوروس ۱۶). نظریه‌پردازان این مکتب با تأثیرپذیری از آنتونیو گرامشی معتقدند جامعه سرمایه‌داری با کاهش ساعات کار و افزایش اوقات فراغت، به ایجاد جامعه‌ای انتقادی و فرهیخته‌تر کمک می‌کند، جامعه‌ای که «منجر به چرخش و تحولی در شالوده قدرت در جامعه سرمایه‌داری» می‌شود (بنت ۴۱). گرامشی برای تبیین نظریه خود از مفهوم حکومت «هژمونیک» یا سلطه‌جو کمک می‌گیرد. به نظر وی، هژمونی بیانگر نظام عقاید و ایده‌های غالب است که نظام سرمایه‌داری به کمک آن می‌تواند قدرت بورژوازی خویش را در جامعه مستحکم سازد.^۲

در مکتب بیرمنگام فرهنگ عامه بر اساس دیدگاه مثبتی که به آن و کارکردهایش وجود دارد، به مثابه آن دسته از شکل‌ها و کارکردهای فرهنگی‌ای تعریف می‌شود که ارزش‌ها و انگاره‌های فرادست، فرودست و متعارض را در جامعه با یکدیگر روبرو کرده و در هم

1- Center For Contemporary Cultural Studies (CCCS)

۲- hegemony، هژمونی به معنی توانمندی و نفوذ معنوی جریان‌های سیاسی و طبقاتی در یک نظام است. بدین معنی که هژمونی اهرمی است در دست سازمان‌ها و یا احزابی که با قدرت سازماندهی بالایشان، در چالش‌ها و ستیزهای طبقاتی، حرف اول را می‌زنند.

می‌آمیزد. بر این اساس، فرهنگ عامه دیگر از دو بخش مجزا (یک فرهنگ اصیل و یک فرهنگ «عامیانه») تشکیل نمی‌شود، بلکه در کانون تلاقی گرایش‌های متضاد قرار دارد، گرایش‌هایی که جهت‌گیری‌های ناهمسوی آن‌ها تبیین‌کننده نحوه سازمان یافتن شکل‌های متنوع فرهنگی است (بنت ۴۵).

در این میان، دیدگاه‌های مطرح شده در زمینه رمان عامه‌پسند در نگاه منتقدان و موافقان این نوع رمان بروز می‌یابد. این رمان‌ها که به عنوان قالبی از مصادیق فرهنگ عامه قلمداد می‌شوند در عرصه جذب مخاطب، بسیار موفق عمل کرده‌اند. موفقیت این آثار را می‌توان در توجه نویسنده به ذهنیات و باورهای مخاطب و پرداختن به آنچه که مورد علاقه اوست، ریشه‌یابی کرد. در حقیقت، همسویی نیت نویسنده با نیت خواننده و به عبارتی «همخوانی ساختار جهانی این آثار با ساختارهای ذهنی مخاطبان» (ر.ک. گل‌دمن ۳۲۱-۳۲۰) عاملی است که خواننده را به خواندن این آثار ترغیب می‌کند.

ریشه این آثار را باید در داستان‌هایی دانست که به صورت پاورقی در نشریات اروپایی به چاپ می‌رسید. پاورقی‌ها با زبانی ساده و به دور از پیچیدگی و کاربرد زیبایی‌های هنری و ادبی، با طرح موضوعاتی همچون عشق، مسائل جوانان، و زنان فریب‌خورده، خوانندگان زیادی را برای خود فراهم آوردند. «نویسندگان پاورقی‌ها، با لحنی اخلاقی، هدف خود را آشکار کردن معایب فردی و اجتماعی می‌نمایانند، اما منظور واقعی‌شان پرداختن به سکس و حادثه و جلب مشتری برای رنگین‌نامه‌هایی است که در این سال‌ها در انواع گوناگون منتشر می‌شوند» (میرعابدینی، ۱۳۶۶، ۱۹۷).

در کشور ما نیز جریان پاورقی‌نویسی قبل از انقلاب اسلامی آغاز شد و پس از وقعه‌ای که با وقوع انقلاب به وجود آمد، بار دیگر در قالب رمان‌های عامه‌پسند حیاتی دوباره آغاز کرد و نویسندگان زیادی، به ویژه در دهه ۷۰ به عامه‌پسندنویسی روی آوردند. در دهه ۶۰ نویسندگان برجسته به تولید آثار ادبی و جدی پرداختند و رمان به پدیده‌ای قابل توجه مردم تبدیل شد، اما در آغاز دهه ۷۰، تولید آثار ادبی با کاهش چشمگیری رو به رو شد و رمان‌های عامه‌پسند به عنوان رقیبی جدی برای رمان‌های ادبی مطرح شدند و نویسندگانی همچون فهیمه رحیمی و نسرین ثامنی به شهرت و محبوبیت بسیار دست یافتند. میرعابدینی (۱۳۷۲، ۱۵۱) در بررسی علل این پدیده عوامل مختلفی را نام می‌برد که از جمله آن‌ها می‌توان به گرایش به نیهیلیسم^۱ در

۱- nihilism، هیچ‌پنداری، مکتبی است که ارزش‌های اخلاقی حاکم بر جامعه و باور همگان را نفی می‌کند. شک و نفی، پایه‌های بنیادین این مکتب‌اند.

میان نویسندگان رمان‌های ادبی و دغدغه آن‌ها برای تأمین هزینه‌های زندگی، تغییر در کارکرد رمان از جریانی در راستای اندیشیدن به خود و جامعه به سمت ابزاری برای سرگرمی صرف، و نیز رقابت با فیلم‌های ویدئویی، به عنوان دلایل احتمالی اشاره کرد (میرصادقی ۴۷۳). نیز این نوع رمان را با صفاتی همچون «متنزل و بی‌ارزش و پیش پا افتاده» توصیف می‌کند و مخاطبان آن را «از میان طبقات و گروه‌های پایین دست و کم سواد جامعه» می‌داند.

بنابراین، برخی صاحب‌نظران رمان‌های عامه‌پسند را آثاری کم ارزش و کم مایه می‌دانند که با کاربرد کلیشه‌ها و شناخت سلیقه مخاطب و عرضه آنچه او می‌پسندد، در قالبی مشخص، تأثیری فلج‌کننده بر مخاطب دارند و قدرت و تمایل به زندگی سازنده را از او سلب می‌کنند و او را از مشارکت در امر تفسیر متن باز می‌دارند. در حقیقت این رمان‌ها از «رمان‌های بسته‌ای به شمار می‌آیند که توانایی ایجاد چندمعنایی ندارند و مخاطب آن‌ها فردی منفعل است» (جوادی و ارحامی ۸).

نگرشی یک جانبه به رمان‌های عامه‌پسند و نادیده گرفتن آن‌ها، با توجه به نقش و جایگاه تمامی اجزای تشکیل دهنده نظام فرهنگی و ادبی در تبیین و بررسی دقیق وضعیت ادبی هر جامعه، مورد قبول و موافقت همه صاحب‌نظران نیست. برای مثال، محققانی یافت می‌شوند که از رمان عامه‌پسند دفاع می‌کنند و برای آن جایگاه مثبتی قائل‌اند. علی احمدی (۱۴) مطالعه رمان‌های پر فروش را از چند نظر حائز اهمیت می‌داند، از جمله این‌که در این رمان‌ها نیات و معانی و باورداشت‌های خوانندگان باز نمایی می‌شوند. همچنین رمان عامه‌پسند باعث پیدایش جریان‌های فرهنگی خاص می‌شود که از حیث ادبیات، به تولید سبک‌های ادبی و از حیث فرهنگی، زمینه‌ساز تحولات عمیق در فرهنگ مردم است و در نهایت امکان شناخت بحران‌ها و تغییرات فرهنگی را میسر می‌کند. رسول یونان (خبرگزاری مهر) نیز این نوع رمان را ترویج دهنده فرهنگ کتابخوانی می‌داند. او با بیان این‌که «برخی از جوامع مثل کشورهای آمریکای لاتین، داستان سازند و برخی جوامع همچون جامعه ما، خاطره‌ساز، معتقد است ما نباید ادبیات همه مناطق را با یک معیار نقد سنجیده و مقایسه کنیم. یونان حذف رمان عامه‌پسند را امری نادرست می‌داند. در همین راستا، دریک لانگهرست تغییر در دیدگاه محققان نسبت به رمان عامه‌پسند را حاصل آگاهی جدید آنان درباره اهمیت این نوع گفتمان فرهنگی می‌داند. از دیدگاه او «خواندن رمان‌های عامه‌پسند دیگر کاری هم‌سنخ با شرارت پنهانی تلقی نمی‌شود که اذعان به انجام دادن آن مایه شرمساری باشد و یا دیگر نمی‌توان داستان عامه‌پسند را نوعی ماده مخدر دانست که فقط خوانندگان غیر روشنفکر آن را مصرف می‌کنند» (به نقل از استوری ۷۹).

برخی دیگر از صاحب‌نظران رمان‌های عامه‌پسند را از آن رو که مورد توجه مردم قرار می‌گیرند، به عنوان عاملی برای شناسایی علایق، دیدگاه‌ها و ذائقه مردم و تبیین آهنگ تغییرات و تحولات فرهنگی و ادبی جامعه، حائز اهمیت می‌دانند. برای مثال الیزابت یانگ (۵۰) معتقد است، رمان عامه‌پسند بیش از آن که اثری ادبی باشد، پدیده‌ای اجتماعی است، زیرا پرفروش بودن آن نشان‌دهنده تمایلات و گرایش‌های بخش وسیعی از خوانندگان است، در حالی که نمونه‌های متعالی رمان معمولاً به مسائل ژرف‌تر و عمیق‌تری می‌پردازند که فقط بخش محدودی از خوانندگان را جذب می‌کنند.

به طور کلی، جایگاه و نقش پر رنگ رمان‌های عامه‌پسند در میان مخاطبان و گرایش بالایی که به این رمان‌ها وجود دارد، بررسی و توجهی علمی و دقیق‌تر، با تکیه بر ابعاد گوناگون این رمان‌ها را می‌طلبد. اقبال گسترده مخاطبان به این آثار، بیانگر عملکرد موفق این رمان‌ها در ایجاد ارتباط با مردم است. زبان ساده و دور از تکلف رمان‌های عامه‌پسند، فهم و دریافت این آثار را که نیاز به دانش ادبی خاصی ندارند برای مخاطب عادی آسان می‌کند. تأکید بر فضایل اخلاقی و انسانی و طرح مضامین عبرت‌آموز می‌تواند بر مخاطبان و شکل‌گیری صفات مثبت در آنان مؤثر باشد. افزون بر این، رمان‌های عامه‌پسند می‌توانند نقش سرگرم‌کنندگی و آموزشی را نیز برای مخاطبان، به ویژه زنان و دختران که در مقایسه با مردان محدودیت‌های بیشتر و امکانات کمتری در استفاده از تفریحات و رسانه‌های گوناگون دارند، ایفا کنند. طرح موضوعات مورد علاقه نوجوانان و جوانان همچون مسائل عاشقانه و عاطفی می‌تواند افزون بر ایجاد انگیزه برای مطالعه ادبی، به منزله آموزش روابط عاطفی و مناسبات احساسی در قالب کتاب و اثر ادبی نیز باشد.

اما در کنار کارکردهای مثبتی که بیان شد، رمان‌های عامه‌پسند می‌توانند اثرات منفی نیز داشته باشند. گاه مطالعه این آثار تبدیل به عادت می‌شود و مخاطب در همین سطح متوقف می‌ماند و به مطالعه آثار جدی‌تر و هنری‌تر روی نمی‌آورد. افزون بر این، رمان‌های عامه‌پسند با ساده‌انگاری و سطحی‌نگری‌ای که در انتخاب مضامین و چگونگی طرح آن‌ها به کار می‌گیرند، سطح ذوق و سلیقه مخاطب خویش را تنزل می‌دهند و با پرداختن به جزئیات بسیار و بیان مطالب آشکار و کامل، ذهن مخاطب را قالبی و مصرفی بار می‌آورند. به همین شکل، خوش‌بینی افراطی و محدود کردن این رمان‌ها به موضوعاتی خاص و کلیشه‌ای و تکرار و پافشاری بر این مضامین، می‌تواند عواطف و تفکرات مخاطب را سطحی و عامیانه پرورش دهد و او را از نواندیشی و تفکر عمیق پیرامون هستی باز دارد. بر همین اساس است که برخی

محققان، ادبیات داستانی عامه‌پسند را خوار می‌شمارند و رمان عامه‌پسند را شکلی اعتیادآور از «جبران مافات» تلقی می‌کنند که توجه خواننده را به امور کم‌اهمیت «منحرف» می‌کند (استوری ۷۷). با توجه به مطالب طرح شده در این بخش، لزوم مطالعه پیرامون میزان و علل گرایش به رمان عامه‌پسند بیش از پیش مشخص می‌شود.

پیشینه پژوهش

علی‌رغم اهمیت موضوع، به نظر می‌رسد در ایران تاکنون پژوهش زیادی در ارتباط با مخاطب شناسی رمان‌های عامه‌پسند صورت نگرفته باشد. در یک مورد، محمدرضا جوادی یگانه و آسیه ارحامی (۸)، با مراجعه به شهر کتاب تهران و مصاحبه با زنان مراجعه کننده به این کتاب‌فروشی به منظور خرید رمان‌های عامه‌پسند، گرایش آن‌ها به مطالعه رمان را مورد بررسی قرار داده‌اند. متن مصاحبه آن‌ها بر اساس پرسش‌نامه جنیس ردوی تنظیم شده است و مواردی همچون طبقه اجتماعی خوانندگان، چگونگی آشنایی آن‌ها با رمان‌های عامه‌پسند، سن آغاز مطالعه این رمان‌ها، نوع مطالعات خارج از محدوده رمان‌های عامه‌پسند و عادات خوانشی آن‌ها همچون خواندن رمان پیش از پایان یافتن آن و دوباره خوانی را بررسی می‌کنند. نتیجه به دست آمده بیانگر این حقیقت است که زنان خواننده رمان‌های عامه‌پسند در تمامی اقسام اجتماعی حضور دارند و تنوع سنی، تحصیلی و شغلی در خریداران این رمان‌ها به چشم می‌خورد و خواندن این گونه رمان‌ها به زنان خانه‌دار یا دختران دبیرستانی محدود نمی‌شود.

باید توجه داشت که سایر پژوهش‌های انجام شده بر روی رمان‌های عامه‌پسند، به بررسی محتوایی این آثار بسنده کرده‌اند. برای مثال، میرفخرایی (۱۲۱-۱۹۹) به بررسی ۲۱ رمان عامه‌پسند در دهه ۷۰ بر اساس مدل شاتس که در اصل برای سینمای هالیوود در نظر گرفته شده است، پرداخت. او تمامی ژانرها را به دو گروه ژانر سازگاری و نظم تقسیم می‌کند. در ژانر نظم، قهرمان مردی است که به نبرد با قدرتی که خواهان از بین بردن ثبات اجتماعی است، می‌پردازد. قهرمان پس از حل تضاد بار دیگر، ثبات را به جامعه باز می‌گرداند در حالی که در ژانر سازگاری یک جمع، به عنوان مثال یک زوج یا خانواده، در محور داستان قرار گرفته و درگیر مسئله‌ای احساسی می‌شوند و با یک تضاد احساسی و درونی دست و پنجه نرم می‌کنند. ژانر سازگاری، شرایطی را در داستان ایجاد می‌کند که خواننده قادر به فرار از واقعیت تلخ روزمره زندگی خود شود و برای لحظه‌ای در رویایی خوش غرق شود. رمان‌های عامه‌پسند به طور عمومی پایان خوشی دارند و از این رو در ژانر سازگاری قرار می‌گیرند.

صفایی و مظفری (۱۳۴) در مطالعه‌ای با بررسی بیش از دویست رمان عامه‌پسند پرفروش دو دهه اخیر، این آثار را از جنبه مسائل نشانه‌شناسی و ویژگی‌های ظاهری، عناصر داستانی و محتوایی مورد بررسی قرار داده‌اند. نتیجه پژوهش این محققان بیانگر این است که رمان‌های مورد بررسی، توجه فراوانی در طرح اصلی خود به خواننده و ساختار ذهنی او دارند. از جنبه ظاهری نیز بیشترین کوشش خود را برای جذب مخاطب به‌کار می‌برند. عناصر داستانی در این رمان‌ها نه برای هنری کردن داستان، بلکه برای جلب رضایت خوانندگان به کار می‌روند. در زمینه محتوا و مضمون هم مهم‌ترین موضوعات، موضوعات مورد علاقه مخاطبان است. همان‌طور که مشخص است، بیشتر تحقیقات صورت گرفته در این زمینه تنها با تحلیل محتوای رمان‌های عامه‌پسند به برشمردن ویژگی‌های این رمان‌ها بسنده می‌کنند، و به میزان و دلایل محبوبیت آن‌ها در سطح جامعه کاری ندارند. به همین دلیل نیاز به پژوهش‌های میدانی در این زمینه احساس می‌شود. در ادامه ضمن توضیح مبانی و چارچوب نظری، چگونگی انجام تحقیق حاضر را تشریح می‌کنیم.

فرضیه‌های تحقیق

- بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی دانشجویان و گرایش به رمان عامه‌پسند رابطه وجود دارد.
- بین جنس دانشجویان و نگرش به رمان عامه‌پسند رابطه معناداری وجود دارد.
- بین سطح رشته تحصیلی دانشجویان و نگرش به رمان عامه‌پسند تفاوت معناداری وجود دارد.
- بین سطح تحصیلات دانشجویان و نگرش به رمان عامه‌پسند تفاوت معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی تحقیق

در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخت استفاده شد که به روش تصادفی بین اعضای جامعه آماری توزیع شد. در ادامه فرایند طراحی پرسشنامه تشریح می‌شود. پرسشنامه مورد نیاز به گونه‌ای طراحی شد تا ابعاد مختلف گرایش به رمان عامه‌پسند را در سه بعد ظاهری، محتوایی و ادبی بسنجد. این تقسیم‌بندی بر اساس مطالعه صفایی و مظفری (۱۳۸۸) صورت گرفت که با مطالعه ۲۰۰ رمان عامه‌پسند، عناصر مربوطه را شناسایی و طبقه‌بندی کردند. بر اساس نظر محققان مذکور، رمان‌های عامه‌پسند در بعد ظاهری از عناصری مثل طراحی جلد کتاب، عنوان رمان، تعداد صفحات و ... برای جذب مخاطب استفاده می‌کنند. همچنین، در بعد محتوایی، پرداختن به موضوعات عاشقانه در سطح گسترده و نیز مسائل

مربوط به جوانان و طرح مشکلات خانوادگی، از موضوعات مورد توجه نویسندگان عامه‌پسند است که در جذب مخاطب به این آثار مؤثر می‌باشد. در سطح ادبی نیز استفاده از زبان ساده و به دور از تکلف و شفاف‌گویی این آثار و ماهیت سرگرم‌کنندگی این رمان‌ها و تکیه بر شخصیت‌های ایده‌آل و جذاب از ویژگی‌های غالب این رمان‌ها و از عوامل مؤثر در جذب مخاطب است.

گویه‌های سنجش‌گرایش به رمان عامه‌پسند بر اساس طیف لیکرت طراحی و از کاملاً موافق تا کاملاً مخالف نمره‌دهی شدند به طوری که کسی که با گویه‌های توصیف‌گر رمان عامه‌پسند کاملاً موافق باشد بیشترین نمره را بدست می‌آورد و کسی که کاملاً مخالف باشد، کمترین نمره را. بعد از اتمام این مرحله، گویه‌های مذکور به نظر استادان و کارشناسان متخصص رسید تا دیدگاه‌های ایشان برای تعدیل و اصلاح گویه‌ها لحاظ شود و از این بابت اعتبار پرسشنامه محرز گردد. سؤالات مربوط به پایگاه اقتصادی-اجتماعی نیز از سؤالات استاندارد این گستره در پژوهش‌های علوم اجتماعی که بر سطح تحصیلات فرد، پدر و مادر، درآمد خانواده و شغل سرپرست خانواده تمرکز دارند، اخذ گردید. سؤالات مربوط به سن، جنس، و رشته تحصیلی به صورت مجزا مطرح شدند. سرانجام، پرسشنامه آماده شده در آزمون مقدماتی بین ۳۰ نفر از افراد جامعه آماری که به‌طور تصادفی و با در نظر گرفتن توزیع جمعیت انتخاب شده بودند، توزیع شد. در تحلیل داده‌های آزمون مقدماتی، با توجه به پایایی گویه‌ها و همچنین بازخورد پاسخگویان، برخی گویه‌های نامناسب تعویض یا اصلاح شدند تا سرانجام پرسشنامه نهایی با ۲۲ گویه تدوین شد. گویه‌های طراحی شده برای سنجش ابعاد گرایش به رمان عامه‌پسند به شرح زیر است:

الف) بعد ظاهری

• طراحی روی جلد و رنگ‌های به‌کار رفته در یک رمان می‌تواند آن را برای من جذاب کند.

• چاپ بالا و فروش زیاد، دلیل ارزشمند بودن یک رمان است.

• در انتخاب یک رمان، عنوان آن برایم مهم است.

• کم بودن تعداد صفحات یک رمان، یک امتیاز برای آن است.

ب) بعد محتوایی

• رمانی خوب است که علایق و خواسته‌های خواننده را در درجه اول اهمیت قرار دهد.

• رمان‌های عاشقانه را نسبت به سایر رمان‌ها ترجیح می‌دهم.

- رمانی را دوست دارم که فرصت رؤیایپردازی‌های شیرین را به من بدهد.
- رمان‌هایی را که به جوانان و مسائل مربوط به آنها می‌پردازند، بیشتر دوست دارم.
- رمان باید به انسان درس اخلاق و شیوه برخورد با مشکلات را آموزش بدهد.
- یکی از مسائل مهمی که رمان‌ها می‌توانند به آن پردازند، مشکلات خانوادگی است.
- اگر قرار بود یک رمان بنویسم، داستان زندگی خودم را می‌نوشتم.
- رمان‌های جنایی و ترسناک در میان رمان‌هایی که خوانده‌ام، جایگاه ویژه‌ای دارد.
- رمان‌ها بیشتر، دید تازه‌ای نسبت به جنس مخالف به من می‌دهند.

ج) بعد ادبی

- جزئی‌نگری و شفاف‌گویی از ویژگی‌های یک رمان خوب است.
- استفاده از زبان ادبی و نمادها و استعاره‌ها برقراری ارتباط با رمان را مشکل می‌کند.
- رمانی را دوست دارم که شخصیت‌هایی کامل و ایده‌آل داشته باشد.
- حوادث پیاپی و هیجان زیاد، موجب جذابیت رمان می‌شود.
- رمان باید پایان قطعی و روشن داشته باشد تا خواننده را سر در گم نکند.
- رمان خوب باید سرگرم کننده باشد.
- معمولاً کلیت رمان‌هایی را که خوانده‌ام، می‌توانم برای دوستانم تعریف کنم.
- اغلب رمان‌هایی که خوانده‌ام، پایان عبرت‌انگیزی داشته‌اند.

اعتبار و پایایی پرسشنامه

در این پژوهش با استفاده از نظرات متخصصان، اعتبار صوری پرسشنامه تعیین شد. برای سنجش پایایی نیز - یعنی این که میزان قدرت تبیین گویه‌ها در آزمون‌های مختلف در چه سطحی است - از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. بعد از چندین مرحله تعدیل و اصلاح گویه‌ها، ضریب آلفای کرونباخ بالای ۰/۸۵ به دست آمد که در مجموع خبر از پایایی بالای پرسشنامه می‌دهد.

جمعیت آماری و حجم نمونه

جمعیت آماری این پژوهش شامل همه دانشجویان مشغول به تحصیل در دانشگاه اصفهان است. بر اساس آخرین آمار اداره آموزش دانشگاه، تعداد این دانشجویان ۱۳۲۵۵ نفرند. با توجه به حجم جمعیت و واریانس محاسبه شده برای متغیرهای اصلی تحقیق در مرحله آزمون

مقدماتی و با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه برآورد شد. در این فرمول (n =حجم نمونه) و (N =حجم جامعه) و (p =احتمال وجود صفت) و (q =احتمال عدم وجود صفت) و (d =احتمال خطا) و (t =درجه اطمینان) می‌باشد. برای برقراری تعادل، p و q برابر با $0/5$ در نظر گرفته شدند. سطح اطمینان، مطابق با استاندارد پژوهش‌های متداول در علوم اجتماعی به میزان $0/95$ در نظر گرفته شد. t برای سطح اطمینان $0/95$ برابر با $1/96$ است. d نیز برابر با $0/05$ در نظر گرفته شد. با توجه به این که حجم جامعه برابر با 13255 است، حجم نمونه معادل 384 نفر به دست آمد که پس از جمع‌آوری داده‌ها و حذف پرسشنامه‌های مخدوش، سرانجام تعداد 301 پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

متغیرهای تحقیق

متغیر وابسته، متغیری است که از متغیرهای دیگر اثر می‌پذیرد. در تحقیق حاضر، گرایش به رمان عامه‌پسند متغیر وابسته است. متغیر مستقل، متغیری است که تأثیر می‌گذارد. عواملی که در این تحقیق بر گرایش به رمان عامه‌پسند اثر می‌گذارند، جنس، مقطع و رشته تحصیلی و پایگاه طبقاتی - اقتصادی تعیین شدند.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

یافته‌های این تحقیق در دو بخش قابل ارائه‌اند: بخش توصیفی که به معرفی سیمای پاسخ‌گویان می‌پردازد و بخش استنباطی که به آزمون فرضیات تحقیق اختصاص دارد.

۱. نتایج توصیفی

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت

ردیف	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
زن	۱۲۴	۴۱/۲	۴۱/۵
مرد	۱۷۵	۵۸/۱	۱۰۰
بدون پاسخ	۲	۰/۷	-
جمع	۳۰۱	۱۰۰	

بر اساس جدول بالا فراوانی مردان ۱۷۵ نفر (معادل ۸۵/۱ درصد) بود که بیشتر از پاسخگویان زن اند (۱۲۴ نفر معادل ۴۱/۲ درصد). ۲ نفر از پاسخگویان نیز به این سؤال پاسخ ندادند.

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مقطع تحصیلی

ردیف	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کارشناسی	۱۸۴	۶۱/۱	۶۱/۱
کارشناسی ارشد	۹۹	۳۲/۹	۹۴
دکتری	۱۸	۶	۱۰۰
جمع	۳۰۱	۱۰۰	

بر اساس جدول بالا، فراوانی پاسخگویان کارشناسی ۱۸۴ نفر (معادل ۶۱/۱ درصد)، پاسخگویان کارشناسی ارشد ۹۹ نفر (معادل ۳۲/۹ درصد) و پاسخگویان دکتری ۱۸ نفرند (معادل ۶ درصد). همه پاسخگویان به این گویه پاسخ دادند.

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب رشته تحصیلی

ردیف	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
علوم انسانی	۱۸۴	۶۱/۱	۶۱/۱
علوم پایه	۵۲	۱۷/۳	۷۸/۴
فنی مهندسی	۶۵	۲۱/۶	۱۰۰
جمع	۳۰۱	۱۰۰	

همان طور که در جدول بالا می‌بینیم، فراوانی پاسخگویان رشته‌های علوم انسانی ۱۸۴ نفر (معادل ۶۱/۱ درصد)، پاسخگویان رشته‌های علوم پایه ۵۲ نفر (معادل ۱۷/۳ درصد) و پاسخگویان رشته‌های فنی - مهندسی ۶۵ نفرند (معادل ۲۱/۶ درصد). همه پاسخگویان به این گویه پاسخ دادند.

جدول شماره ۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب پایگاه اقتصادی اجتماعی

ردیف	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
پایین	۶۸	۲۸/۹	۲۸/۹
متوسط	۱۱۳	۴۸/۱	۷۷
بالا	۵۴	۲۳	۱۰۰
جمع	۲۳۵	۱۰۰	

بر اساس نتایج به دست آمده از سنجش پایگاه اقتصادی - اجتماعی، می‌توان گفت ۶۸ نفر (معادل ۲۸/۹ درصد) از پاسخگویان به طبقه فرودست تعلق دارند، ۱۱۳ نفر (معادل ۴۸/۱ درصد) به طبقه متوسط و سرانجام ۵۴ نفر (معدل ۲۳ درصد) به طبقه بالا تعلق دارند. همان طور که قابل انتظار است حدود نیمی از پاسخگویان به طبقه متوسط تعلق دارند.

جدول شماره ۵: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان خواندن رمان

ردیف	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
زیاد	۱۹	۶/۳	۶/۳
گاهی	۱۱۰	۳۶/۵	۴۲/۹
به ندرت	۱۰۵	۳۴/۹	۷۷/۷
اصلاً	۶۷	۲۲/۳	۱۰۰
جمع	۳۰۱	۱۰۰	

همان طور که از جدول بالا مشخص است، توزیع فراوانی افراد پاسخگو در خصوص سؤال مربوط به میزان رمان خواندن، حاکی از آن است که ۶۷ نفر (معادل ۲۲/۳ درصد) هرگز به مطالعه رمان نمی‌پردازند و در نقطه مقابل تنها ۱۹ نفر (معادل ۶/۳ درصد) زیاد رمان می‌خوانند. کسانی که گاهی اوقات رمان می‌خوانند و کسانی که به ندرت رمان می‌خوانند به ترتیب عبارتند از ۱۱۰ نفر (معادل ۳۶/۵ درصد) و ۱۰۵ نفر (معادل ۳۴/۹ درصد). مجموع تعداد افرادی که هرگز رمان نمی‌خوانند و کسانی که به ندرت رمان می‌خوانند نشان می‌دهد که بیش از ۵۷ درصد (۱۷۲ نفر) از افراد حجم نمونه در زمینه مطالعه رمان فعال نیستند که این خود گواه دیگری بر پایین بودن شاخص مطالعه در کشورمان می‌باشد.

جدول شماره ۶. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب گرایش به رمان عامه‌پسند و ابعاد مختلف آن

ابعاد	میانگین
ویژگی‌های ظاهری	۳/۵۲
محتوا	۳/۴۱
ویژگی‌های ادبی	۳/۶۴
میانگین مجموع ابعاد	۳/۵۲

همان‌طور که در جدول فوق مشخص است، میانگین گرایش به رمان عامه‌پسند بین افراد مورد مطالعه ۳/۵۳ است، و بنابراین در حد متوسط رو به بالا قرار دارد. از آنجا که طیف لیکرت پنج درجه‌ای است و میانگین به دست آمده از حد وسط آن (۳) بیشتر است، می‌توان ادعا کرد گرایش به رمان عامه‌پسند در این پژوهش کمی زیاد است. این یافته با مشاهدات عینی مبنی بر اقبال رمان عامه‌پسند در جامعه همخوانی دارد، البته شاید دانشجوی بودن جامعه آماری باعث شود مقدار به دست آمده خیلی زیاد نباشد. در بخش آمار استنباطی گرایش به رمان عامه‌پسند با عواملی از قبیل جنس، رشته تحصیلی و پایگاه اقتصادی-اجتماعی در ارتباط قرار می‌گیرد تا مشخص شود این متغیر از چه عواملی تأثیر پذیرفته است.

۲. آمار استنباطی

در بخش آمار استنباطی، محققان به دنبال آنند تا با استفاده از آزمون‌های آماری مناسب (t) دو نمونه مستقل، تحلیل واریانس و ضریب همبستگی پیرسون) فرضیه‌های تحقیق را مورد بررسی قرار دهند و میزان معناداری آن‌ها و چگونگی ارتباط بین متغیرهای تحقیق را مشخص کنند. بر این اساس، هر یک از چهار فرضیه تحقیق به نوبت مورد بررسی قرار می‌گیرند:

۲.۱. فرضیه اول: بین جنس پاسخگویان و نگرش به رمان عامه‌پسند رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به این‌که در این فرضیه متغیر مستقل (جنس پاسخگویان) در سطح اسمی تعریف شده است و متغیر وابسته (نگرش به رمان عامه‌پسند) در سطح فاصله‌ای، می‌توان از روش آماری تفاوت دو نمونه مستقل (independent sample T-Test) برای آزمودن این فرضیه و سنجش معناداری آن استفاده کرد.

در فرضیه صفر، فرض ما این است که هیچ گونه رابطه‌ای بین دو متغیر جنس پاسخگویان و میانگین نگرش به رمان عامه‌پسند وجود ندارد، و فرضیه مقابل بیانگر وجود رابطه بین این دو متغیر است.

جدول شماره ۷. آزمون فرضیه رابطه بین جنس پاسخگویان و میانگین نگرش به رمان عامه‌پسند

متغیر	فراوانی	میانگین	انحراف استاندارد	T	سطح معناداری
زن	۹۸	۳/۵۳	۰/۵۴	۰/۵۶	۰/۵۷
مرد	۱۳۶	۳/۴۹	۰/۵۶		

میزان میانگین‌ها حاکی از آن است که میانگین نگرش به رمان عامه‌پسند میان پاسخگویان زن (۳/۵۳) بیشتر از مقدار آن برای پاسخگویان مرد (۳/۴۹) است. تفاوت مشاهده شده بین دو میانگین بر اساس آزمون T دو نمونه مستقل با مقدار $T = 0/56$ مشخص می‌شود، اما از آنجا که سطح معنی‌داری ۰/۵۷ است و از مقدار استاندارد ۰/۰۵ بیشتر است. بنابراین، این فرضیه با اطمینان ۹۵ درصد رد می‌شود. به عبارت دیگر در این تحقیق بین جنس پاسخگویان و میانگین نگرش آن‌ها به رمان عامه‌پسند رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

۲.۲. فرضیه دوم: بین رشته تحصیلی پاسخگویان و نگرش به رمان عامه‌پسند تفاوت معناداری وجود دارد.

متغیر رشته تحصیلی پاسخگویان در سطح اسمی چند طبقه‌ای تعریف شده است و نگرش به رمان عامه‌پسند در سطح فاصله‌ای. بنابراین می‌توان از روش آماری تحلیل واریانس یک طرفه (One way ANOVA) برای آزمودن این فرضیه استفاده کرد که نتایج آن در جدول زیر نمایان است:

جدول شماره ۸. آزمون فرضیه تفاوت بین رشته تحصیلی پاسخگویان و میانگین نگرش به رمان عامه‌پسند

متغیر	فراوانی	میانگین	انحراف استاندارد	F	DF	سطح معنی‌داری
علوم انسانی	۱۴۴	۳/۵۵	۰/۶۱	۱/۸۱	۲	۰/۱۶
علوم پایه	۳۹	۳/۳۶	۰/۵۳			
فنی مهندسی	۵۲	۳/۵۱	۰/۳۴			

میانگین نمرات نشان دهنده این است که دانشجویان رشته‌های علوم انسانی بیشترین میزان گرایش به رمان عامه‌پسند (۳/۵۵) را نشان می‌دهند، بعد از آن دانشجویان رشته‌های فنی-مهندسی با میانگین ۳/۵۱ قرار دارند و در مرتبه آخر، کمترین میانگین از آن دانشجویان علوم پایه است (۳/۳۶). اما از آنجا که سطح اطمینان در این فرضیه نیز بیش از ۰/۰۵ شده است (۰/۱۶) بنابراین تفاوت‌های مشاهده شده بین رشته‌های مختلف معنادار نمی‌باشد و فرضیه فوق نیز رد می‌شود.

۳.۲. فرضیه سوم: بین سطح تحصیلات پاسخگویان و نگرش به رمان عامه‌پسند، تفاوت معناداری وجود دارد.

از آنجا که متغیر سطح تحصیلات پاسخگویان در سطح ترتیبی و متغیر نگرش به رمان عامه‌پسند در سطح فاصله‌ای سنجیده شده‌اند، بنابراین از روش آماری تحلیل واریانس (One way Anova) برای آزمودن این فرضیه استفاده می‌شود.

جدول شماره ۹: آزمون فرضیه تفاوت بین سطح تحصیلات پاسخگویان و میانگین نگرش به رمان عامه‌پسند

متغیر	فراوانی	میانگین	انحراف استاندارد	F	DF	سطح معنی داری
کارشناسی	۱۳۶	۳/۵۹	۰/۴۶	۳/۷۲	۲	۰/۰۲۶
کارشناسی ارشد	۸۲	۳/۴۴	۰/۶۳			
دکتری	۱۷	۳/۲۶	۰/۶۴			

میانگین نمره‌ها، نشان‌دهنده این مطلب است که دانشجویان شاغل در سطح کارشناسی، بیشترین میزان گرایش به رمان عامه‌پسند (۳/۵۹) را دارند، بعد از آن، دانشجویان سطح تحصیلات کارشناسی ارشد قرار دارند (۳/۴۴)، و در پایان دانشجویان دکتری اند، که با میانگین ۳/۲۶ کمترین میانگین گرایش به رمان عامه‌پسند را نشان می‌دهند. از آنجا که سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است (۰/۰۲۶) تفاوت‌های مشاهده شده معنادار است. پس، این فرضیه با اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌گردد. بنابراین بین سطح تحصیلات و گرایش به رمان عامه‌پسند ارتباط معکوسی وجود دارد، به این معنا که هرچه سطح تحصیلات افزایش یابد گرایش به رمان عامه‌پسند کمتر می‌شود.

۴. فرضیه چهارم: بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و گرایش به رمان عامه‌پسند رابطه معناداری وجود دارد.

با توجه به این که در دو متغیر مورد بررسی در این فرضیه در سطح سنجش فاصله‌ایند، بنابراین از روش آماری ضریب همبستگی پیرسون (Pearson) برای آزمودن این فرضیه استفاده می‌شود.

جدول شماره ۱۰. آزمون فرضیه رابطه بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و میانگین گرایش به رمان عامه‌پسند

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	ضریب پیرسون	سطح معنی‌داری
گرایش به رمان عامه‌پسند	۳/۵۱	۰/۵۵	-۰/۱۷۲	۰/۰۰۸
پایگاه اقتصادی-اجتماعی	۳/۱۶	۱/۲		

برای آزمون معناداری رابطه بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و میزان گرایش به رمان عامه‌پسند از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد، همان‌طور که در نتایج جدول ۱۰ مشاهده می‌شود، میانگین پایگاه اقتصادی-اجتماعی پاسخگویان (۳/۱۶) و میانگین نگرش به رمان عامه‌پسند (۳/۵۱) می‌باشد. میزان ضریب پیرسون نیز $r = -0.172$ است که همبستگی ضعیف، اما معکوسی را بین دو متغیر نشان می‌دهد، یعنی با بالا رفتن طبقه اقتصادی-اجتماعی، گرایش به رمان عامه‌پسند کاهش می‌یابد. با توجه به این که سطح معنی‌داری (۰/۰۰۸) کمتر از ۰/۰۵ است، این رابطه با اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

نتیجه

هدف این مطالعه بررسی میزان و انگیزه‌های گرایش به رمان عامه‌پسند در میان دانشجویان یکی از دانشگاه‌های مادر کشور بود. نتایج به دست آمده به طور کلی نشان می‌دهد که میزان مطالعه رمان در میان دانشجویان دانشگاه اصفهان ضعیف است. این مسئله را می‌توان در ارتباط با چگونگی گذراندن اوقات فراغت و سرگرمی‌هایی که دانشجویان به عنوان قشر جوان جامعه به آن‌ها گرایش بیشتری دارند ارزیابی کرد. این یافته، مؤید نتایج تحقیقات پیشین درباره نامطلوب بودن سطح مطالعه در بین دانشجویان است. پژوهشی که توسط مرکز

افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) در سال ۱۳۸۲ در دانشگاه تهران انجام شد، بیانگر آن است که ۶۲/۳٪ دانشجویان کمتر از یک ساعت در شبانه روز مطالعه می‌کنند (قنایزچی و داوریپناه ۵۰).

نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که دانشجویان عواملی غیر از مطالعه (برای مثال، فیلم، اینترنت و موسیقی) را برای گذراندن اوقات فراغت خود ترجیح می‌دهند. تفریح و بازی با دوستان و مطالعه غیر درسی با اختلاف بسیار از گزینه اول، به عنوان دیگر فعالیت‌های مورد علاقه دانشجویان شناخته شدند. خرید و گشت و گذار نیز به عنوان آخرین گزینه انتخابی شناخته شد. این بیانگر گرایش بالای دانشجویان به انجام اموری غیر از مطالعه است. حرکت جامعه به سمت مدرن شدن و مطرح شدن اینترنت به عنوان ابزاری برای سرگرمی و جاذبه آن می‌تواند از عوامل بروز این مسئله باشد. افزون بر این، پایین بودن میزان مطالعه و بی‌علاقگی به آن را می‌توان در عوامل گوناگونی همچون گرانی کتاب، کمبود وقت، و حجم بالای تعهدات دانشگاهی ریشه‌یابی کرد^۱ (در این زمینه نگاه کنید به رضوی و رحیمی دوست ۵۱).

در میان دانشجویانی که به مطالعه رمان می‌پردازند، گرایش به رمان‌های عامه‌پسند در سطحی بالاتر از حد متوسط گزارش شد که با دیدگاه نظریه‌پردازان در زمینه جایگاه رمان عامه‌پسند در جامعه همخوانی دارد. رمان‌های عامه‌پسند با به‌کارگیری موضوعات و مضامینی که برای مخاطب آشنا می‌نمایند، وی را به آسانی با خود همراه می‌کنند. دیگر عامل مؤثر در گرایش به رمان‌های عامه‌پسند که مورد ارزیابی قرار گرفت و پس از محتوا نقش مؤثری را در گرایش به رمان عامه‌پسند بازی می‌کند، عناصر ادبی و داستان‌پردازی است. امتناع از به‌کارگیری زبان ادبی همراه با نمادها و استعارات که در آثار فاخر یا نخبه‌پسند به چشم می‌خورد و موجب پیچیدگی و انتزاعی شدن این آثار و در نتیجه فهم دشوار آن‌ها می‌شود، باعث شده است، مخاطبان غیر تخصصی بهتر با رمان‌های عامه‌پسند ارتباط برقرار کنند. شخصیت‌های کامل و ایده‌آل این رمان‌ها که در تمام ابعاد همچون زیبایی، ثروت، هوش و نجابت در اوج‌اند و هم‌ذات‌پنداری خواننده با آن‌ها و تجسم خویش در قالب این شخصیت‌ها، لذت تجربه‌ای شیرین، اما نیابتی را برای آن‌ها فراهم می‌کند.

از بین متغیرهای تحقیق، ارتباط میان جنس مخاطبان و میزان گرایش آن‌ها به رمان

۱- پایین بودن سطح مطالعه دانشجویان، جز انگیزه‌های برشمرده بالا، ریشه در فرهنگ ما دارد که پرداختن بدان در حوصله این مقاله نیست، و فرصتی دیگر می‌طلبد که باید آن را ریشه‌یابی کرد.

عامه‌پسند مورد تأیید قرار نگرفت. هر چند که به طور متوسط میانگین گرایش زنان به رمان عامه‌پسند بیش از مردان به دست آمد، اما این تفاوت به لحاظ آماری معنادار نیست. همچنین، ارتباط میان رشته تحصیلی و گرایش به رمان عامه‌پسند، دیگر فرضیه این پژوهش بود که مورد تأیید قرار نگرفت و نیاز به تحقیقات بیشتر در تبیین این مسئله را نشان می‌دهد. با توجه به اندک بودن پژوهش‌های میدانی در خصوص چگونگی گرایش به رمان عامه‌پسند، محققان امیدوارند این مطالعه توانسته باشد گام کوچکی در راستای جلب توجه به بررسی رمان‌های عامه‌پسند برداشته باشد.

Bibliography

- Ali Ahmadi, Omid. (1386/2008). *Masrafe adabiat dastanie Iranian* (Iranian Consumption of Fictive Literature). Tehran: Culture, Art and Communication Research Center Publications.
- Bennet, Andy. (1386/2008). *Farhang va zendegie roozmare* (Culture and Everyday Life). trans by Leila Jo afshani, Hasan Chavoshian. Tehran: Akhtaran Publications.
- Ghanavizchi, Mohammad Ali, Davarpanah, Mohammad Reza. (1384/2006). *Barrasie avamele tashil konande va bazdarandeye motalee va rabeteve negaresh be motalee va ketabkhani ba olgooye angizeshie Mazlow* (A Study of Faciliaty and Inhibitaty Factors of Study and the Relationship between Attitude towards Study and Book reading with Motivational Pattern of Mazlow). Librarianship and Information. VOL.10.NO.4.P.50.
- Horkheimer M. and Adorno. T. (1380/2001). *Sanate farhangsasi* (Culture Industry). Trans. By morad farhadpour. Arghanon magazine. Vol.18. Pp. 35-84.
- Goldman, Lousian. (1371/1993). *Jamee shenasie adabiat* (Sociology of Literature). trans by Mohammad Pouyandeh. Tehran: Hoosh va Ebtakar Publications.
- Javadi Yegane, Mohammad Reza, Arhami, Asiyeh. (1390/2012). *Keifiate khaneshe romanhayeh ashghaneye aame pasand tavasote zanan* (The Quality of Reading Popular Romantic Novels by Women). Tehran: Woman in Culture and Art, Vol.2. NO.4.P8.
- Kalantari, Aziz. (1387/2009). *Negahi jamee shenakhti be roshde kalahaye farhangie aame pasand dar beine dokhtarane javane Ilam* (A Sociological View to the Growth of Popular Cultural Goods Among Elam's Young Girls). Ilam Culture. NO.21-21.P.13.
- Kouros, Sara. (1383/2005). *Adabiat va jaamee* (Literature and Society). trans by GholamReza Arjmandi. Peike Noor. NO.2P.16.

- Mir Abedini, Hasan. (1366/1987). *Sad sal dastan nevisi dar Iran* (A Century of Writing Novels in Iran). Tehran: Tondar Publications.
- . (1372/1994). *Gozareshi az adabiate dastani dar sale 1372* (A Report of Fiction Literature in 1372). Kelk.
- Mouchtouris, Antigone. (1386/2008). *Jamee shenasie mokhatab dar hozeye farhangi va honari* (The Sociological of Audience in Artistic and Cultural Field). TRANS BY Hosein Mirzayi. Tehran: Ney Publications.
- Mir Sadeghi, Jamal. (1382/2004). *Adabiate dastani* (Fiction Literature). Tehran: Elmi Publications.
- Mir Fakhrayi, Tezha. (1383/2005). *Romanhaye aame pasande Irani, sazegarie zan* (Iranian Popular Novels, Women's Adjustment). Quarterly of Iranian Group of Cultural and Communication Studies. NO.3. Fall and Winter.
- Razavi, Seyyed Abbas, Rahimi Dust, Gholamhosein. (1389/2011). *Naghshe daneshgah dar afzayeshe mizane motaleeye ketab az didgahe daneshjoooyan* (The Role of University in increasing the Rate of Study in the View of Students). Quarterly of Psychology and Educational Science.
- Safayi, Ali, Mozaffari, Kobra. (1388/2010). *Barrasie tosifi, tahlili va enteghadie romanhaye aame pasande Irani* (A Descriptive, Analytical and Critical Study of Iranian Popular Novels). Adab Pazhoohi. NO.10.P.134.
- Storey, John (1389/2010). *Motaleate farhangi darbareye farhange ame* (Cultural Studies and the Study of Popular Culture) trans. by Hossein Payandeh. Tehran: Agah Publishing House. Second edition.
- The World of Economy. (1385/2007). *Romanhaye por Forooshe Irani dar 14 sale Gozashte* (Iranian Best Seller Novels During the Past 14 years). Tehran.
- Wolk, Rene. (1373/1995). *Nazariye adabiat* (Theory of Literature). trans by Zia Movahed, Parviz Mohajer. Tehran: Elmi va Farhangi Publications.
- Young, Elizabet. (1386/2008). *Jameeye America dar ayeneye romanhaye por foroosh* (American Society in the Mirror of Best Seller Novels) trans by Naser Irani. Nashre Dandsh.
- Yoonan, Rasoul. (1391/2013). *Romanhaye aame pasand ketabkhan tarbiat mikonand* (Popular Novels Train Book Reader). Mehr News Agency.