



---

## A Sociological Analysis of Literary Consumption in Herat from 2011 to 2021

Nematollah Iranzadeh<sup>1\*</sup>, Ghulam Rasool Rahmani<sup>2</sup>

\*1- Associate Professor, Department of Persian Language and Literature, Faculty of Persian Literature and Foreign Languages, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

2- PhD Candidate in Persian Language and Literature, Faculty of Persian Literature and Foreign Languages, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

---

### Article Info

### ABSTRACT

**Article type:**  
Research Article

**Received:**  
28/10/2024

**Accepted:**  
01/03/2025

Herat, one of Afghanistan's major cultural cities, has consistently played a significant role in producing, distributing, and consuming literature. This study, utilizing Robert Escarpit's approach, aims to examine the state of literary consumption in Herat from 1390 to 1400 (2011–2021) by analyzing one of the key dimensions of his framework: literary consumption. The research method employed is descriptive-analytical, with data collected through both fieldwork and library research. Based on Morgan's sampling table, the primary data collection tool was a researcher-designed questionnaire, distributed among 384 individuals with at least a high school diploma. The findings indicate that while literary consumption in Herat witnessed slight growth during this decade, it still lags significantly behind global standards. This gap is primarily attributed to the inadequate understanding of audience preferences by poets, writers, and literary associations, as well as the lack of effective efforts to cultivate these preferences. By offering practical recommendations for improving the state of literary consumption in Herat, this study aims to support the city's literary producers and distributors in enhancing their engagement with readers.

**Keywords:** Herat, Literary Consumption, Sociology of Literature, Robert Escarpit, Cultural Analysis.

---

**Cite this article:** Iranzadeh, Nematollah, Rahmani, Ghulam Rasool. (1403), A Sociological Analysis of Literary Consumption in Herat from 2011 to 2021, *Interdisciplinary research in persian Language and literature*, Vol. 3, New Series, No.2, Autumn and Winter 2025: pages:49-77.

DOI: 10.30479/irpli.2025.21116.1214



© The Author(s).

**Publisher:** Imam Khomeini International University

---

\*Corresponding Author: Nematollah Iranzadeh

**Address:** Allameh Tabataba'i University, Varzesh Sq., Dehkadeh Olympic, Tehran, Iran.

**E-mail:** [iranzadeh@atu.ac.ir](mailto:iranzadeh@atu.ac.ir)



بررسی جامعه‌شناختی مصرف ادبیات در هرات از ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰

نعمت‌الله ایران‌زاده<sup>۱\*</sup>، غلام رسول رحمانی<sup>۲</sup>

<sup>۱\*</sup> دانشجوی گروه زبان و ادبیات فارسی، دانشکده ادبیات فارسی و زبان‌های خارجی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.  
<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فارسی، دانشکده ادبیات فارسی و زبان‌های خارجی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

اطلاعات مقاله چکیده

<p>هرات، یکی از شهرهای مهم فرهنگی افغانستان، همواره نقشی مؤثر در تولید، توزیع و مصرف ادبیات داشته است. این پژوهش با هدف بررسی وضعیت مصرف ادبیات در هرات طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ و با بهره‌گیری از رویکرد روبر اسکارپیت، به تحلیل یکی از ابعاد اصلی این رویکرد، یعنی مصرف ادبی پرداخته است. روش تحقیق به‌کاررفته توصیفی-تحلیلی است و داده‌ها از طریق روش‌های میدانی و کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده‌اند. ابزار اصلی گردآوری اطلاعات، پرسش‌نامه محقق‌ساخت بود، که با توجه به جدول مورگان، بین ۳۸۴ نفر با حداقل تحصیلات دیپلم توزیع شد. نتایج نشان می‌دهند که: مصرف ادبیات در هرات در این دهه با رشد اندکی مواجه بوده است، اما هم‌چنان فاصله زیادی با معیارهای جهانی دارد. این مسئله عمدتاً ناشی از نبود درک دقیق شاعران، نویسندگان و انجمن‌های ادبی از ذائقه مخاطبان و نبود تلاش‌های مؤثر در جهت تربیت این ذائقه است. پژوهش حاضر با ارائه راهکارهایی برای بهبود وضعیت مصرف ادبیات در هرات، می‌تواند به تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان ادبیات در این شهر کمک کند.</p> <p><b>کلمات کلیدی:</b> هرات، مصرف ادبیات، جامعه‌شناسی ادبیات، روبراسکارپیت، تحلیل فرهنگی.</p>	<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۰۷</p> <p>پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۱</p>
---	---

استناد: ایران‌زاده، نعمت‌الله و رحمانی، غلام رسول. (۱۴۰۳). بررسی جامعه‌شناختی مصرف ادبیات در هرات از ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰، دوفصلنامه پژوهش‌های میان‌رشته‌ای زبان و ادبیات فارسی، سال سوم، دوره جدید، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۴۰۳: ۷۷-۴۹.

DOI: 10.30479/irpli.2025.21116.1214



حق مؤلف © نویسندگان.

ناشر: دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)

<sup>۱\*</sup> نشانی پست الکترونیکی نویسنده مسئول: iran zadeh@atu.ac.ir

## ۱. درآمد

هرات از جمله شهرهای مهم فرهنگی افغانستان از دیرباز تا اکنون به‌شمار می‌رود. سهم این شهر در تولید، توزیع و مصرف ادبیات قابل توجه است. وجود انجمن ادبی هرات، به‌عنوان اولین انجمن ادبی در افغانستان در این شهر، انجمن‌های ادبی خصوصی، نشریات ادبی، شاعران و نویسندگانی با توانایی‌های خوب و متوسط، همه و همه، لازم می‌گرداند تا اثر و مصرف این فعالیت‌ها به‌شیوه علمی، منطقی و واقع‌بینانه ارزیابی شود؛ جامعه‌شناسی ادبیات، امکانات فراوانی برای بررسی آثار ادبی در پیوند با جامعه در اختیار منتقد ادبی قرار می‌دهد؛ اگرچه «نقد ادبی خود زمینه ایجاد جامعه‌شناسی ادبیات را رقم می‌زند» (کوثری، ۱۳۷۹: ۱۸)؛ لذا این پژوهش قصد دارد تا وضعیت مصرف ادبیات را در هرات با توجه به رویکرد روبر اسکارپیست (تولید ادبی، توزیع ادبی و مصرف ادبی)، با توجه‌قراردادن یک مؤلفه، یعنی مصرف ادبی، بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ موردبررسی، توصیف و تحلیل قرار دهد.

حجم تولیدات ادبی، فرصت‌های اندک فراهم‌شده بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ در حوزه ادبیات، شناخت نقاط قوت و ضعف تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان در راستای مصرف ادبیات، آسیب‌شناسی جامعه‌شناختی ادبیات هرات طی این دهه و ارائه طرح بهبود وضعیت مصرف ادبیات در هرات، از جمله لازمه‌های طرح این مسئله ازسوی محققان بوده است و بر اهمیت و ضرورت چنین کاری می‌افزاید.

## ۲. پیشینه پژوهش

در مورد مصرف ادبیات در جامعه افغانستان به‌گونه کلی و در هرات به‌صورت اختصاصی، هیچ مقاله، نوشته و یا کتابی با جست‌وجوهای فراوان یافت نشد؛ اگرچه در افغانستان به علت نبود پایگاه‌های داده علمی همگانی، چنین سخنی دشوار به‌نظر می‌رسد، با آن‌هم، نگارندگان به چنان متنی برنخورده‌اند؛ اما به‌گونه غیرمستقیم، برخی از آثار در حوزه مصرف فرهنگی، کتاب و ادبیات، در کشورهای دیگر با رویکردها و نظریه‌های دیگر کار شده است، که جهت اختصار، به چند نمونه می‌توان اشاره کرد: «سرمایه فرهنگی و ذائقه فرهنگی مصرف کتاب در میان شهروندان شهر تهران»، مقاله‌ای است از مهدی نجفی و هم‌کاران، نگارندگان این مقاله دریافتند: «بین متغیرهای مستقل تحصیلات فرد، انجام فعالیت‌های فرهنگی و هنری، علاقه به مطالعه کتاب، مصرف موسیقی، و مصرف فیلم و سریال و متغیر وابسته، یعنی ذائقه فرهنگی مصرف کتاب، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ به‌عبارتی، هرچقدر سرمایه فرهنگی افراد

بیش‌تر باشد، ذائقه فرهنگی آن‌ها در انواع مختلف کتاب‌ها، بیش‌تر و متفاوت یا متنوع خواهد بود» (نجفی و هم‌کاران، ۱۴۰۱: ۲۳۹ - ۲۴۰).

«مناسبات سرمایه‌داری و دگردیسی تولید و مصرف ادبیات پس از انقلاب اسلامی»، عنوان پایان‌نامه‌ای است که توسط تارا پرهیزی کار شده است. پژوهشگر در این پایان‌نامه، به دنبال این هدف بوده است که دریابد: «تولید و مصرف ادبیات پس از انقلاب اسلامی ایران با توجه به شرایط اقتصادی - سیاسی، دُچار چه تحولاتی شده است و با نگاهی انتقادی به کلیت ادبیات ایران، تلاش می‌کند سازوکارهای سرمایه‌داری و تبدیل شدن اثر ادبی به کالای مصرفی را بررسی کند» (پرهیزی، ۱۳۹۹: ج).

«مصرف ادبیات داستانی ایرانیان»، گزارش پژوهشی‌ای از امید علی‌احمدی است که پژوهشگر در این اثر، با توجه به نگاه‌های مختلف جامعه‌شناختی ادبیات، مصرف آثار داستانی گوناگون را بین سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۲، با استفاده از روش‌های مصاحبه و مشاهده، بررسی کرده است و در نهایت، پیشنهادهایی را برای تصمیم‌گیرندگان حوزه فرهنگ و هنر ارائه داشته است.

بوکدی (۲۰۰۷ م) پژوهشی با موضوع «طبقه‌بندی اجتماعی و مصرف فرهنگی» در مجارستان انجام داده است، که در آن برای تعریف مفهوم مصرف فرهنگی بر میزان کتابخوانی افراد تأکید شده است. در این پژوهش، در فرایند تعریف عملیاتی مطالعه کتاب را از مطالعه مجلات و نشریات تفکیک کرده است. نتایج این پژوهش براساس تفکیک یادشده، نشان می‌دهد که پایگاه اجتماعی افراد بر میزان مطالعه کتاب اثرگذار است؛ درحالی‌که ارتباط میان پایگاه اجتماعی و میزان مطالعه مجله و روزنامه تأیید نشد. هم‌چنین این پژوهش نشان می‌دهد که پایگاه اجتماعی افراد بر موضوع انتخاب برای مطالعه نیز اثرگذار است. این پژوهش در نهایت تحرک اجتماعی در کتابخوانی را از سه متغیر پایگاه اجتماعی، تحصیلات و درآمد متأثر می‌داند.

مقالات دیگری در کشورهای دیگر نیز کار شده است، که به علت کم‌ارتباطی با کار ما، از آوردن آن‌ها صرف‌نظر می‌کنیم. تفاوت کار ما، تمرکز بر مصرف ادبیات (شعر و داستان) و رویکرد به‌کارگرفته‌شده (رویکرد روبراسکارپیت)، در مطالعه مصرف ادبیات است؛ نیز محدوده جغرافیایی و زمانی، کار ما را با سایر تلاش‌ها متمایز می‌گرداند.

### ۳. اهداف و پرسش‌های پژوهش

هدف‌های این پژوهش، یافتن پاسخ مناسب به این پرسش‌هاست: وضعیت مصرف ادبیات در هرات بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ چگونه است؟ و آیا طرحی برای بهبود وضعیت مصرف ادبیات در هرات، قابل ارائه می‌باشد؟

### ۴. روش پژوهش

از نگاه هدف، این پژوهش کاربردی - توسعه‌ای است، از نگاه شیوه جمع‌آوری داده‌ها، میدانی - کتابخانه‌ای است، از نگاه روش، تحلیلی - توصیفی و رویکردهم‌محور است و رویکرد روبراسکارپیت در سراسر مقاله مدنظر بوده است. در این پژوهش، از پرسش‌نامه محقق‌ساخت استفاده شده است، که با توجه به جدول مورگان، برای ۳۸۴ تن، که دارای حداقل مدرک دیپلم بوده‌اند توزیع شد. سپس داده‌ها در برنامه اکسل وارد شد و نمودارهای لازم استخراج گردید؛ بعداً هر نمودار و هر بخش به‌صورت جداگانه مورد توصیف و تحلیل قرار گرفتند و درنهایت، طرح بهبود، با توجه به یافته‌های تحقیق ارائه شد.

##### ۵. جامعه‌شناسی ادبیات و رویکرد روبراسکارپیت

نقد آثار ادبی از منظر جامعه‌شناسی به بررسی نحوه ارتباط ادبیات با جامعه می‌پردازد. رابطه بین نظام اجتماعی و ادبیات دوسویه است؛ به‌گونه‌ای که ادبیات هم از جامعه تأثیر می‌پذیرد و هم بر آن اثر می‌گذارد. برخی از پژوهش‌ها به کارکرد ادبیات در جامعه و نقش آن در گروه‌های اجتماعی مختلف توجه دارند، درحالی‌که پژوهش‌هایی مانند اثر لوونتال به بررسی شکل‌های ادبی و تأثیرات سیاسی و اجتماعی بر تولیدات ادبی می‌پردازند (زرین‌کوب، ۱۳۸۹: ۴۱؛ لوونتال، بی‌تا: ۱۱۸؛ پورنامداریان، ۱۳۹۲: ۳۷).

رنه ولک ادبیات را به‌عنوان سندی اجتماعی می‌داند، که برای درک تاریخ مفید است، و این دیدگاه باهدف نقد جامعه‌شناختی که ادبیات را بیانگر آگاهی جمعی می‌داند، همخوانی دارد. نظریه‌پردازانی مانند جورج لوکاج و لوسین گلدمن، که از بنیان‌گذاران جامعه‌شناسی ادبیات به‌شمار می‌روند، بر این باورند که محتوای اثر ادبی، که تحت تأثیر زندگی اجتماعی نویسنده است، سبک آن را شکل می‌دهد (درستی، ۱۳۸۸: ۳۲؛ گلدمن، ۱۳۹۶: ۵۷؛ عسگری، ۱۳۸۹: ۷۴؛ طهماسبی و دستجردی، ۱۳۹۲: ۱۱۳).

گلدمن هم‌چنین معتقد است که آثار فرهنگی می‌توانند خصالتی انتقادی و مقابله‌گر در برابر جامعه داشته باشند. هیپولیت تن نیز ادبیات را بازتاب‌دهنده تعامل عوامل زیستی، فرهنگی و تاریخی می‌داند. نقد جامعه‌شناختی، پیدایش خودبه‌خودی ادبیات را نمی‌پذیرد و معتقد است که ادبیات در بطن جامعه شکل می‌گیرد و شرایط اجتماعی نویسنده و مخاطب را جهت می‌دهد (گلدمن، ۱۳۷۱: ۳۴۱؛ علایی، ۱۳۸۰: ۲۳-۲۵؛ موران، ۱۳۸۹: ۹۳). این نقد بر متن ادبی تمرکز دارد، که بیانگر تأثیر دیدگاه‌های جامعه در گفتمان راوی است (کهنموئی‌پور، ۱۳۸۹: ۲۱).

خلاصه این‌که جامعه‌شناسی ادبیات امروزه با پیوندزدن میان ادبیات و جامعه‌شناسی، دیدگاه‌ها و نظریه‌های زیادی را خلق کرده است. لوکاج باور دارد که آثار ادبی، جهان صغیری از جهان کبیر است و دیدگاه گلدمن را ساخت‌گرایی تکوینی می‌نامند. دیگرانی نیز در این زمینه نظریه‌پردازی کردند که هرکدامشان کارکرد ادبیات، اثرگذاری و اثرپذیری این برون‌داد بشری را از چشم‌اندازی دیگر دیده‌اند.

رویگرد روبر اسکارپیت، که در کتاب «جامعه‌شناسی ادبیات» راهی جامعه‌شناسی ادبیات شده است، رابطه بین ادبیات و جامعه را هم‌چون کالاهای دیگر از بُعد تولید، توزیع و مصرف، مورد توجه قرار داد. اسکارپیت در جامعه‌شناسی ادبیات، ادبیات را به‌عنوان یک فرایند اقتصادی با سه بُعد اصلی تولید، توزیع و مصرف بررسی می‌کند. او پدیده‌های ادبی را به شبکه‌ای از مبادلات میان نویسندگان، آثار و خوانندگان تشبیه می‌کند، که هر کدام مسائل روانی، اخلاقی، فلسفی، زیبایی‌شناختی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی را مطرح می‌کنند (اسکارپیت، ۱۳۷۴: ۹). این پدیده‌ها در سه وجه کتاب، مطالعه و ادبیات جلوه‌گر می‌شوند، که در زبان روزمره به‌طور جزئی از هم جدا می‌شوند و برای فهم این پدیده، باید از افراد منتخب پرسش شود (همان: ۲۰).

در تولید ادبی، نویسنده/ شاعر به‌عنوان تولیدکننده وازه‌ها شناخته می‌شود و انتشار آثارش از سوی ناشران کارآزموده اهمیت دارد (همان: ۳۱-۳۲). توزیع ادبی وظیفه ناشر است که نقش واسطه بین نویسنده و خواننده را دارد و این فعالیت، کار ادبی را با ابعاد اقتصادی پیوند می‌دهد (همان: ۶۲). مصرف ادبی نیز به خواننده‌شدن آثار از سوی خوانندگان مربوط می‌شود و اسکارپیت براساس تعداد خوانندگان، چهار درجه موفقیت برای آثار قائل است، که شامل شکست، موفقیت نسبی، موفقیت معمولی و کتاب پرفروش می‌شود (همان: ۹۵-۹۶). ما در این پژوهش، صرفاً رویکرد کلی اسکارپیت را در قسمت مصرف ادبی مدنظر داشته‌ایم و براساس آن رویکرد، پرسش‌نامه محقق‌ساخت آماده گردید و برای مصرف‌کنندگان توزیع شد و در نتیجه، داده‌ها مورد توصیف و تحلیل قرار گرفتند.

## ۶. مصرف ادبی و فرهنگی

مصرف ادبیات به‌عنوان یک فعالیت فرهنگی بنیادین، نه‌تنها منعکس‌کننده ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی است، بلکه نقشی حیاتی در تکوین و بازتولید هویت‌های فرهنگی ایفا می‌کند. شاید مصرف در نگاه نخست، مفهومی اقتصادی و حلقه‌ای از زنجیره فعالیت‌های اقتصادی (تولید، توزیع و مصرف) به‌شمار آید (علیزاده و خان‌محمدی، ۱۳۹۵: ۸۸)؛ اما نباید غافل بود که «مصرف، همه انواع فعالیت‌های اجتماعی است، که می‌تواند برای تعیین ویژگی‌ها و هویت مردم به‌کار رود» (Chaney, 1996: 14).

رفتار خوانندگان در انتخاب و مطالعه آثار ادبی، خود پدیده‌ای اجتماعی و فرهنگی است (علی‌احمدی، ۱۳۸۶: ۱۳). هنرمند، از آن‌جمله شاعر/ نویسنده، پیش از آن‌که هنرمند باشد، انسان است و انسان موجودی است جامعه‌زاد و جامعه‌زی (ترابی، ۱۳۷۹: ۲۲)؛ بدین‌جهت، می‌توان مصرف را (با اندیشه این‌که بخواهد چه اثر یا اثرهایی بگذارد) هدف اصلی هر نویسنده و شاعر دانست؛ این مصرف، با مصرف غذا و پوشاک متفاوت است که می‌توان آن را در زیرمجموعه مصرف فرهنگی مدنظر گرفت. به عقیده ما که

ادبیات را عامل تحول فرهنگ در جامعه هرات می‌دانیم، هرچقدر مصرف ادبی، با برنامه و از سر آگاهی رخ بدهد، در پویایی و رشد فرهنگ جمعی اثرگذار خواهد بود.

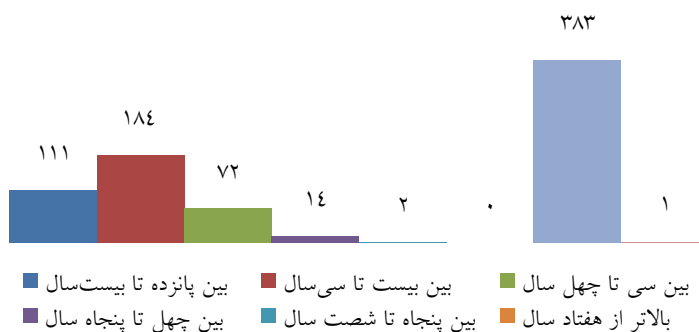
طبق نظر فوکو، متون ادبی (از گونه اجتماعی آن)، محمل و حافظ قدرت اجتماعی هستند (به نقل از: برتنس، ۱۴۰۰: ۲۲۰).

#### ۷. وضعیت مصرف ادبیات از ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ در هرات

مصرف آثار ادبی نقش کلیدی در شکل‌دهی به فرهنگ عمومی و ارتقای آگاهی جامعه دارد. این مصرف به‌طور مستقیم با فرایندهای تولید و توزیع آثار ادبی مرتبط است و هر یک از این مراحل تأثیرات متقابل و پیچیده‌ای بر یکدیگر دارند. نویسندگان و ناشران بر اساس تقاضای بازار و بازخوردهای مخاطبان، به تولید آثار جدید می‌پردازند، که این بازخوردها شامل نقدها و پیشنهادهای می‌شوند و به شناسایی موضوعات و سبک‌های محبوب کمک می‌کنند؛ بنابراین، مصرف آثار ادبی به‌عنوان یک راهنمای مهم برای نویسندگان عمل می‌کند.

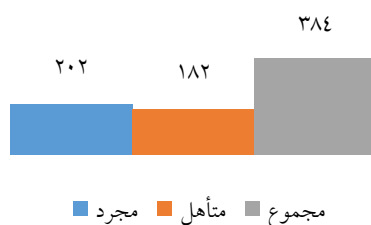
توزیع آثار ادبی نیز مرحله‌ای حیاتی است که میان تولید و مصرف قرار دارد. ناشران از روش‌های مختلف، از جمله فروشگاه‌های کتاب و پلتفرم‌های برخط، برای دسترسی گسترده‌تر مخاطبان به آثار ادبی استفاده می‌کنند. استقبال مخاطبان از انواع خاصی از ادبیات، به نوبه خود بر کیفیت و تنوع تولید آثار تأثیرگذار است و می‌تواند نویسندگان را به بهبود کیفیت آثار خود تشویق کند. این پیوند میان تولید، توزیع و مصرف، چرخه‌ای پویا ایجاد می‌کند، که به غنای فرهنگی جامعه کمک می‌کند. برای بررسی وضعیت آثار ادبی هرات بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰، پرسش‌نامه‌ای تهیه شد و نتایج آن ارائه می‌گردد:

#### ۱-۷. تحلیل جمعیت‌شناختی تحقیق



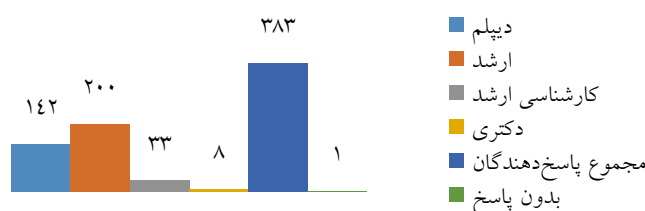
نمودار (۱): ترکیب سنی پاسخ‌دهندگان

چنان‌که در نمودار (۱) مشاهده می‌شود، پاسخ‌دهندگان از مجموع ۳۸۴ نفر، به ترتیب: بین سن بیست تا سی، پانزده تا بیست و سی تا چهل سال قرار دارند و این نشان‌دهنده جوان‌بودن جامعه آماری تحقیق است. انتخاب جامعه آماری جوان، به این دلیل بوده است، که میزان افراد باسواد، که دارای حداقل مدرک دیپلم باشند، از سال ۱۳۸۰ بدین‌سو است؛ لذا، در میان سنین بالا، افراد باسواد کم‌ترند. با این ترکیب سنی، انتظار می‌رود، سرانۀ مطالعه آثار ادبی در بین افراد، بیش‌تر باشد.



نمودار (۲): وضعیت تأهل پاسخ‌دهندگان

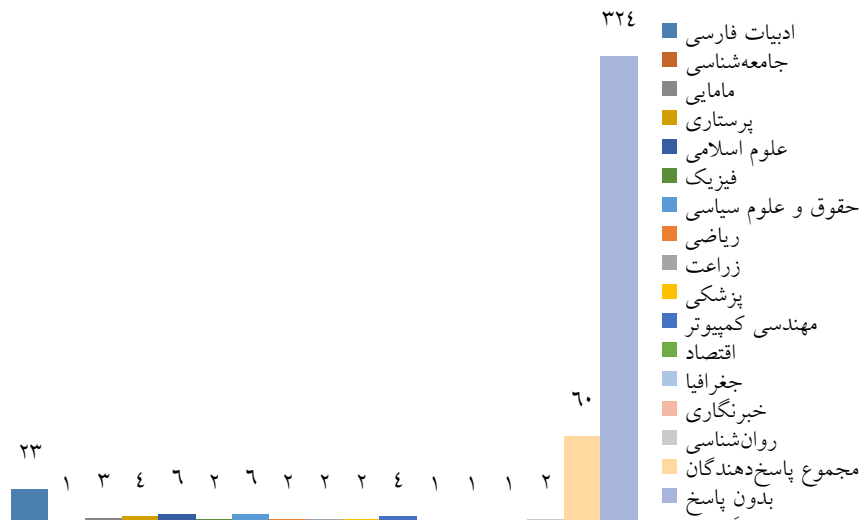
بر اساس نمودار (۲)، از مجموع ۳۸۴ شرکت‌کننده، ۲۰۲ نفر مجرد و ۱۸۲ نفر متأهل بوده‌اند؛ چنان‌که دیده می‌شود، میزان متأهلان و مجردان، تقریباً باهم مساوی‌اند. اگر بپنداریم کسانی که متأهل‌اند و با شرایط کاری و هزینه‌ها، نمی‌توانند به تهیه و مطالعه ادبیات بپردازند؛ لذا میزان مجردان، این موضوع را می‌تواند در حالت تعادل قرار دهد.



نمودار (۳): میزان تحصیلات پاسخ‌دهندگان

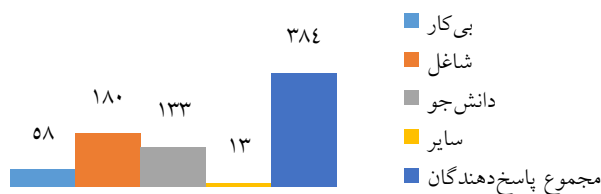
بیش‌ترین تعداد پاسخ‌دهندگان، دارای مدرک تحصیلی ارشد و کم‌ترین تعداد مربوط به داشتن مدرک تحصیلی دکتری است؛ هم‌چنان پاسخ‌دهندگانی که دارای مدرک دیپلم بودند، در جایگاه دوم قرار دارند. در این تحقیق، پرسش‌نامه‌ها به افراد دارای مدرک کم‌تر از دیپلم توزیع نشد، تا یافته‌های تحقیق، مطمئن‌تر باشد.





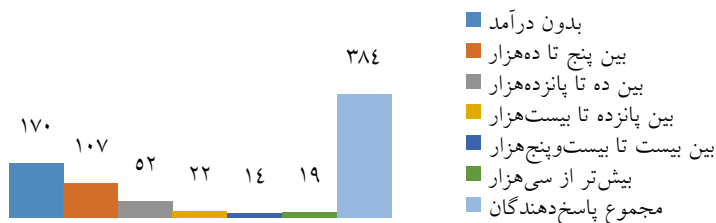
نمودار (۴): رشته‌های تحصیلی پاسخ‌دهندگان

۳۲۴ نفر از مجموع ۳۸۴ نفر شرکت‌کننده، به این پرسش پاسخ ندادند؛ و تنها ۶۰ تن به این پرسش پاسخ ارائه کردند، که ۲۳ نفر ادبیات فارسی خوانده بودند، شش نفر علوم اسلامی، شش نفر حقوق و علوم سیاسی و سایر رشته‌ها.



نمودار (۵): وضعیت اشتغال پاسخ‌دهندگان

از مجموع ۳۸۴ نفر شرکت‌کننده تحقیق، ۱۸۰ نفر شاغل، ۱۳۳ نفر دانش‌جو، ۵۸ نفر بیکار و ۱۳ نفر گزینه سایر را انتخاب کرده‌اند؛ با توجه به این یافته‌ها، باید به سرانۀ مطالعه قابل توجهی برسیم.



نمودار (۶): میزان درآمد پاسخ‌دهندگان

از مجموع پاسخ‌دهندگان، ۱۷۰ نفر بدون درآمد، ۱۰۷ نفر بین پنج تا ده هزار افغانی، ۵۲ نفر بین ده تا پانزده هزار افغانی، ۲۲ نفر بین پانزده تا بیست هزار افغانی، ۱۴ نفر بین بیست تا بیست و پنج هزار افغانی و ۱۹ نفر بیش از سی هزار افغانی ماهیانه درآمد دارند. با توجه به رقم بالای بدون درآمدها، و میانگین پایین درآمد بین پنج تا ده هزار و بین ده تا پانزده، نمی‌توان انتظار زیادی برای هزینه‌کردن در راستای آثار ادبی داشت. میانگین درآمد ماهیانه، صرفاً می‌تواند نیازهای بسیار اندک اولیه یک ساکن هرات را برآورده کند.

#### ۱-۱-۷. نتیجه بخش جمعیت‌شناختی

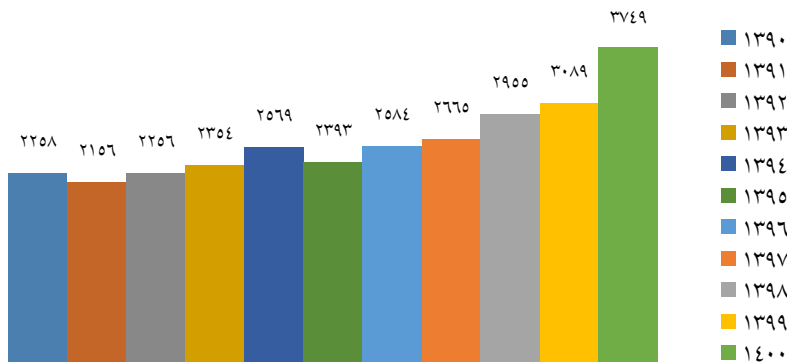
جامعه آماری این تحقیق عمدتاً از جوانان بین ۱۵ تا ۴۰ سال می‌باشند، که با توجه به افزایش تعداد افراد باسواد در این گروه سنی از سال ۱۳۸۰ به بعد، جوانی جامعه آماری مشخص است. این امر باعث می‌شود که انتظار برود میزان مطالعه آثار ادبی در بین این افراد بالا باشد. وضعیت تأهل در این جامعه نشان می‌دهد که تعداد مجردان و متأهلان تقریباً برابر است. این تعادل می‌تولند تأثیر متفاوتی بر میزان مطالعه داشته باشد؛ به طوری که اگرچه متأهلان به دلیل مسؤولیت‌های بیش‌تر ممکن است کم‌تر مطالعه کنند، اما نسبت بالای مجردان می‌تواند این اثر را تعدیل کرده و تعادل مصرف ادبیات را حفظ کند.

سطح تحصیلات نیز در این جامعه آماری قابل توجه است؛ بیش‌تر پاسخ‌دهندگان دارای مدرک ارشد هستند، که نشان‌دهنده علاقه و توانایی بیش‌تر آنان به مطالعه آثار ادبی است. از آنجا که تنها تعداد کمی از شرکت‌کنندگان به رشته تحصیلی خود اشاره کرده‌اند و بیش‌تر آنان در رشته ادبیات فارسی تحصیل کرده‌اند، می‌توان انتظار داشت که این تمرکز تحصیلی منجر به افزایش مطالعه در حوزه ادبیات شود.

بیش‌تر پاسخ‌دهندگان یا شاغل‌اند یا دانش‌جو، درحالی‌که تعداد قابل توجهی نیز بیکارند. اشتغال می‌تواند میزان مطالعه را تحت تأثیر قرار دهد؛ افراد شاغل ممکن است وقت کم‌تری برای مطالعه داشته باشند، اما از نظر مالی توانایی بیش‌تری برای خرید کتاب دارند. با این حال، سطح پایین درآمد بیش‌تر پاسخ‌دهندگان می‌تواند توانایی خرید کتاب را کاهش دهد. این موضوع نشان می‌دهد که محدودیت‌های مالی یکی از موانع اصلی در دسترسی به آثار ادبی است. برای رفع این مشکل، می‌توان به تعداد کتابخانه‌های عمومی با سهولت‌های امروزی افزود.

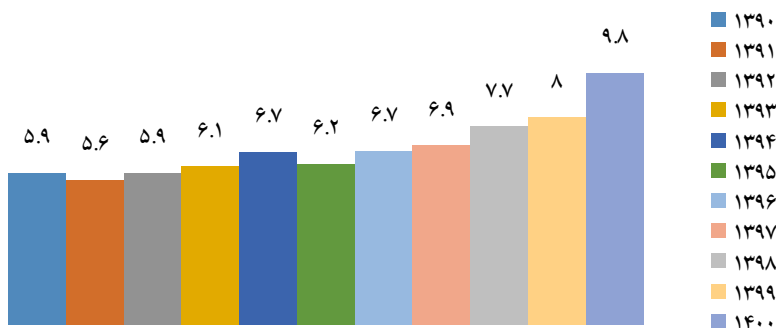
#### ۲-۷. تحلیل پرسش‌ها

پرسش (۱): می‌توانید بگویید از سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰، به چه تعداد اثر ادبی (شعر و داستان) خوانده‌اید؟



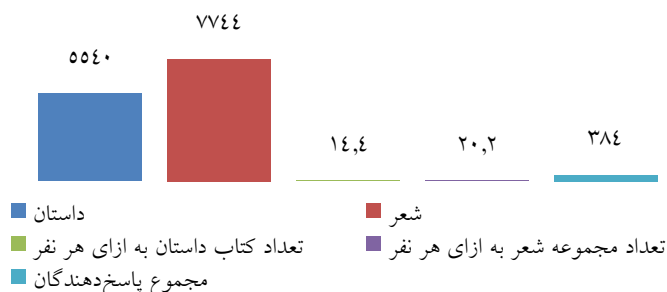
نمودار (۷): فراوانی مطالعه آثار ادبی در هرات بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰

چنان‌که در نمودار (۷) دیده می‌شود، روند مطالعه آثار ادبی از ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ روند صعودی داشته است؛ البته این روند، طی سال ۱۴۰۰، تفاوت قابل‌ملاحظه‌ای به تناسب سال‌های قبل دارد. با توجه به همین یافته‌ها، می‌توان سرانۀ مطالعه آثار ادبی را به ازای هر نفر سنجید، که نمودار بعدی، این موضوع را بیان می‌کند:



نمودار (۸): سرانۀ مطالعه شعر و داستان به ازای هر نفر از ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ در هرات

طبق نمودار (۸)، سرانۀ مطالعه آثار ادبی از سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰، سیر صعودی تقریباً ۹۰ درصدی داشته است؛ چنان‌که در سال ۱۳۹۰، سرانۀ مطالعه آثار ادبی به ازای هر نفر پنج و نُه‌دهم و در سال ۱۴۰۰، نُه و هشت‌دهم است؛ اما روی هم رفته، به تناسب کشورهای دیگر، بسیار اندک است. هم‌چنان می‌توان سرانۀ مطالعه را به تفکیک شعر و داستان سنجید، که نمودار بعدی، این موضوع را نشان می‌دهد:



نمودار (۹): سرانۀ مطالعهٔ پاسخ‌دهندگان به تفکیک داستان و شعر

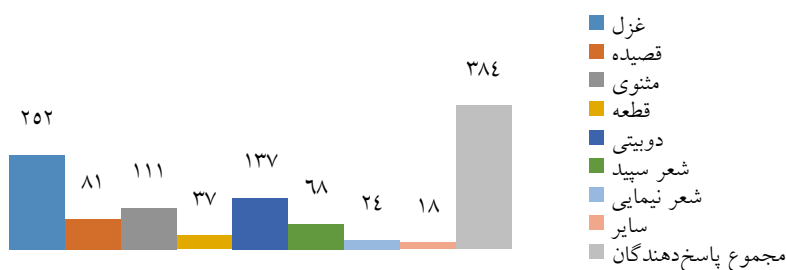
چنان‌که در نمودار (۹) دیده می‌شود، سرانۀ مطالعهٔ شعر به تناسب داستان، بیش‌تر است و این دریافت با توجه به شعرگرایی جامعهٔ هرات، قابل قبول است.

تعداد مجموعهٔ شعر مطالعه‌شده به ازای هر نفر طی سال‌های مورد مطالعهٔ ما (۱۳۹۰-۱۴۰۰) ۲۰.۲ مجموعه و تعداد کتاب داستان به ازای هر نفر، ۱۴.۴ است.

#### ۱-۲-۷. بخش شعر

پرسش‌های این بخش، صرفاً بخش شعر را پوشش می‌دهد و برای بخش داستان، پرسش‌های جداگانه طراحی شده است.

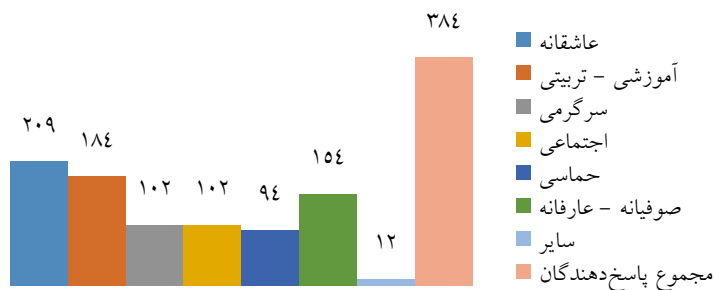
پرسش (۲): کدام‌یک از قالب‌های شعری را بیش‌تر دوست دارید و می‌خوانید؟



نمودار (۱۰): قالب‌های شعری مورد علاقهٔ مصرف‌کنندگان آثار ادبی در هرات

طوری که در نمودار (۱۰) دیده می‌شود، قالب غزل، بیش‌ترین هواخواه و خواننده را دارد، که از مجموع ۳۸۴ نفر، ۲۵۲ نفر از ایشان گفتند قالب غزل را بیش‌تر از قالب‌های دیگر می‌پسندند و می‌خوانند. دوبیتی در جایگاه دوم قرار دارد؛ سپس مثنوی، قصیده، شعر سپید، قطعه، شعر نیمایی و سایر قالب‌ها، قابل دسته‌بندی است.

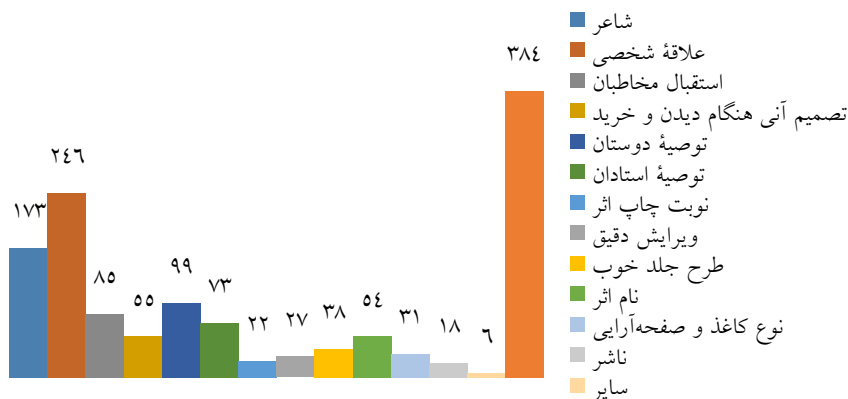
پرسش (۳): موضوع/ موضوعات مورد علاقهٔ شما را در شعر، کدام‌یک از موارد زیر پوشش می‌دهد؟



نمودار (۱۱): موضوعات مورد علاقه مصرف‌کنندگان شعر در هرات

طبق نمودار (۱۱)، محتوای عاشقانه در شعر، اصلی‌ترین عامل مطالعه آثار ادبی در هرات است. موضوعات آموزشی - تربیتی در جایگاه دوم و مسائل صوفیانه - عارفانه در رتبه سوم قرار می‌گیرد؛ هم‌چنان مسائل سرگرمی و اجتماعی، هم‌تراز هم‌اند. محتوای حماسی و سایر موارد، به ترتیب، موضوعات بعدی مورد علاقه شهروندان هرات را در شعر تشکیل می‌دهد.

پرسش (۴): برای انتخاب و خواندن یک اثر شعری، چه معیارهایی را مدنظر می‌گیرید؟

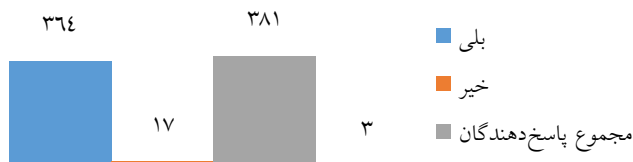


نمودار (۱۲): معیارهای انتخاب اثر شعری از سوی مصرف‌کنندگان آثار ادبی در هرات

بر اساس نمودار (۱۲)، علاقه شخصی، تعیین‌کننده‌ترین عامل انتخاب اثر شعری از سوی شهروندان هرات است. جایگاه خود شاعر در جامعه، در مقام دوم قرار دارد. توصیه استادان در جایگاه سوم و استقبال مخاطبان و توصیه دوستان، به ترتیب در جایگاه چهارم و پنجم قرار دارند؛ بقیه معیارها به این ترتیب قابل دسته‌بندی است: تصمیم آنی هنگام دیدن و خرید، نام اثر، طرح جلد خوب، نوع کاغذ و صفحه‌آرایی، ویرایش دقیق، نوبت چاپ اثر، ناشر و سایر موارد.

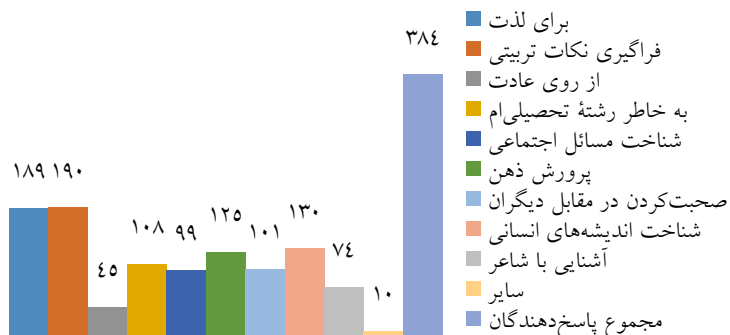
با توجه به این‌که علاقه شخصی، تعیین‌کننده‌ترین عامل انتخاب اثر شعری از سوی شهروندان هرات است، می‌توان با برگزاری نشست‌های نقد و بررسی آثار ادبی برای عموم شهروندان، ذوق و علاقه شخصی آنان را سمت‌وسو داد و به تدریج در انتخاب آثار ادبی از سوی شهروندان اثرگذاری مثبت داشت.

پرسش (۵): به نظر شما، خواندن شعر، می‌تواند در زندگی شخصی و اجتماعی تان اثر بگذارد؟



نمودار (۱۳): نگاه مصرف‌کنندگان آثار ادبی در هرات به اثربخشی اجتماعی و شخصیتی شعر بر اساس نمودار (۱۳)، از مجموع ۳۸۴ نفر از شرکت‌کنندگان در تحقیق، ۳۶۴ نفر معتقدند که خواندن شعر، می‌تواند در زندگی شخصی و اجتماعی آنان اثر داشته باشد. ۱۷ نفر به موضوع اعتقادی ندارند و سه نفر هم، به این پرسش، پاسخی ارائه نکرده‌اند.

پرسش (۶): اثر شعری را به چه هدفی می‌خوانید؟

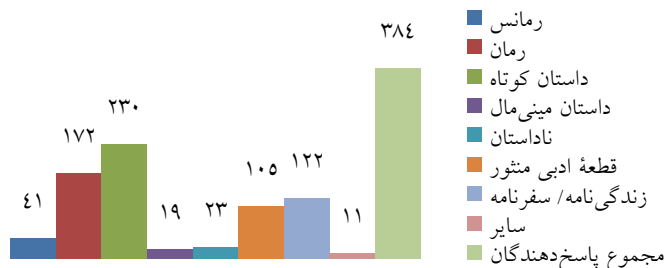


نمودار (۱۴): هدف از مطالعه آثار شعری از سوی مصرف‌کنندگان این آثار در هرات طوری که در نمودار (۱۴) دیده می‌شود، شهروندان هرات، اثر شعری را بیش‌تر به هدف فراگیری نکات تربیتی می‌خوانند. دریافت لذت، دومین عامل گرایش شهروندان هرات به آثار شعری است. شناخت اندیشه‌های انسانی، هدف سوم مطالعه اثر شعری شهروندان هرات می‌باشد. سایر اهداف به این ترتیب قابل دسته‌بندی‌اند: پرورش ذهن، به خاطر رشته تحصیلی، صحبت کردن در مقابل دیگران، شناخت مسائل اجتماعی، آشنایی با شاعر، از روی عادت و سایر موارد.

با توجه به این‌که دریافت نکات تربیتی و دریافت لذت، مهم‌ترین اهداف شهروندان هرات در مطالعه شعر می‌باشد، لذا شاعران باید بیش از موارد دیگر، توجهی به نکات تربیتی و جنبه زیباشناختی آثار خود داشته باشند.

پرسش‌هایی که در این بخش از تحقیق مطرح شده، مربوط به آثار داستانی می‌شود که شرکت‌کنندگان به آن‌ها پاسخ داده‌اند، تا هرکدام از این دو بخش ادبیات (شعر و داستان) به‌گونه دقیق‌تر مورد مطالعه قرار گیرد.

پرسش (۷): کدام‌یک از ژانرهای داستانی را بیش‌تر دوست دارید و می‌خوانید؟

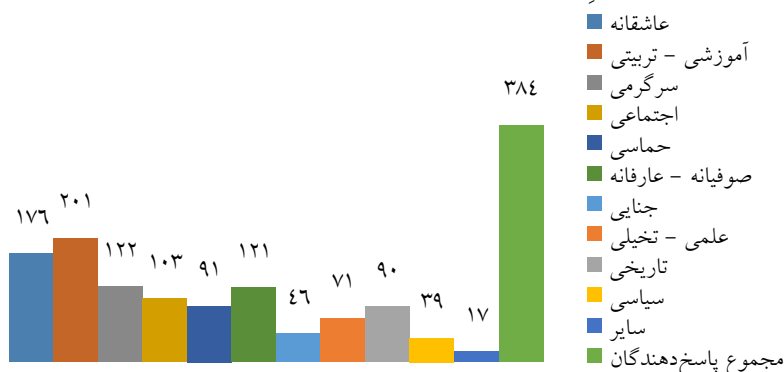


نمودار (۱۵): ژانرهای موردعلاقه خوانندگان آثار داستانی در هرات

چنان‌که در نمودار (۱۵) قابل مشاهده است، شهروندان هرات، از میان ژانرهای داستانی، داستان کوتاه را بیش‌تر می‌پسندند و مطالعه می‌کنند. رمان در جایگاه دوم قرار دارد و زندگی‌نامه / سفرنامه در ردیف سوم برای مطالعه آثار داستانی در میان شهروندان هرات جای دارد. سایر موارد، به‌این ترتیب قابل دسته‌بندی است: قطعه ادبی منثور، ناداستان<sup>۱</sup>، داستان مینی‌مال<sup>۲</sup> و سایر موارد.

تولیدکنندگان آثار داستانی، می‌توانند با تولید داستان‌های کوتاه و رمان، مخاطبان بیش‌تری را به خود اختصاص دهند.

پرسش (۸): موضوع / موضوعات مورد علاقه شما را در داستان، کدام‌یک از موارد زیر پوشش می‌دهد؟



نمودار (۱۶): موضوعات مورد علاقه خوانندگان آثار داستانی در هرات

طبق آمار به‌دست‌آمده از جامعه آماری تحقیق، نشان می‌دهد که موضوعات آموزشی - تربیتی مهم‌ترین مسأله محتوایی برای انتخاب و خواندن یک اثر داستانی در میان شهروندان شهر هرات است. موضوعات

عاشقانه در جایگاه دوم قرار دارد و سرگرمی، در ردیف سوم می‌ایستد. سایر موضوعات به‌این ترتیب قابل دسته‌بندی است: صوفیانه - عارفانه، اجتماعی، حماسی، تاریخی، علمی - تخیلی، جنایی، سیاسی و سایر موارد.

تولیدکنندگان آثار داستانی، از جهت محتوایی می‌توانند موضوعات آموزشی - تربیتی را در اولویت کار خود قرار دهند و سپس به محتوای عاشقانه توجه کنند، تا از این طریق، هم مخاطبان بیش‌تری را گرد آثار خود جمع کنند و هم بتوانند سرانه مطالعه آثار داستانی را در جامعه بلند ببرند.

پرسش (۹): برای انتخاب و خواندن یک اثر داستانی، چه معیارهایی را در نظر می‌گیرید؟

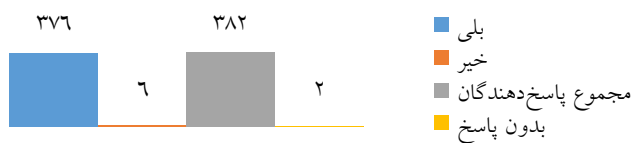


نمودار (۱۷): معیارهای انتخاب آثار داستانی از سوی مصرف‌کنندگان آثار ادبی در هرات

چنان‌که در نمودار (۱۷) دیده می‌شود، علاقه شخصی، اصلی‌ترین عامل تعیین‌کننده انتخاب و خواندن یک اثر داستانی در میان شهروندان شهر هرات است. شخصیت و جایگاه خود نویسنده، دومین عامل تعیین‌کننده است و توصیه دوستان در جایگاه سوم قرار دارد. سایر موارد به‌این ترتیب قابل دسته‌بندی است: توصیه استادان، استقبال مخاطبان، تصمیم آنی هنگام دیدن و خرید، نام اثر، طرح جلد خوب، ویرایش دقیق، ناشر، نوع کاغذ و صفحه‌آرایی، نوبت چاپ و سایر موارد.

تولیدکنندگان و تصمیم‌گیرندگان عرصه فرهنگ می‌توانند با برگزاری محافل معرفی، نقد و تحلیل آثار داستانی، به ذوق مخاطبان سمت‌وسوی علمی بدهند و در تشویق پدیدآورندگان نخبه، نقش مؤثری داشته باشند.

پرسش (۱۰): خواندن داستان، می‌تواند در زندگی شخصی و اجتماعی‌تان اثر بگذارد؟

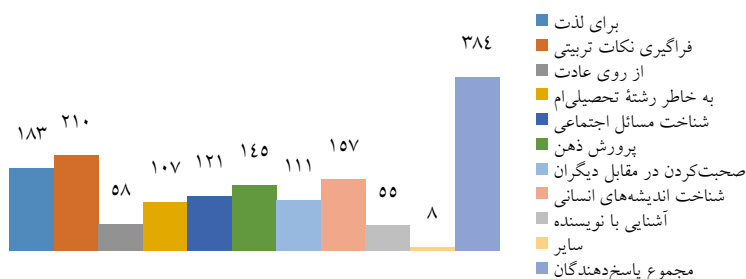




نمودار (۱۸): نگاه مصرف‌کنندگان آثار ادبی در هرات در مورد اثربخشی شخصیتی و اجتماعی داستان بر اساس نمودار (۱۸) از مجموع ۳۸۴ پاسخ‌دهنده تحقیق، ۳۷۶ نفر معتقدند که خواندن داستان می‌تواند در زندگی شخصی و اجتماعی آنان اثر بگذارد؛ شش نفر به این باور نیستند و دو نفر به این پرسش پاسخی ارائه نکرده‌اند.

روی‌هم‌رفته، نگاه مثبتی به آثار داستانی وجود دارد، که می‌تواند فرصت خوبی برای رشد سرانته مطالعه در جامعه گردد و این مهم، نیاز به تلاش هدفمند تولیدکنندگان و تصمیم‌گیرندگان حوزه آثار ادبی در دارد.

پرسش (۱۱): اثر داستانی را به چه هدفی می‌خوانید؟



نمودار (۱۹): هدف از مطالعه آثار داستانی از سوی مصرف‌کنندگان این آثار در هرات

چنان‌که در نمودار (۱۹) مشاهده می‌شود، فراگیری نکات تربیتی، مهم‌ترین و اصلی‌ترین هدف مطالعه آثار داستانی در میان شهروندان شهر هرات است. دریافت لذت، دومین عامل؛ شناخت اندیشه‌های انسانی، در جایگاه سوم قرار می‌گیرد. سایر موارد این‌گونه قابل دسته‌بندی است: پرورش ذهن، شناخت مسائل اجتماعی، صحبت کردن در مقابل دیگران، به خاطر رشته تحصیلی، از روی عادت و آشنایی با نویسنده.

این نوع نگاه را نسبت به شعر نیز می‌توان در میان شهروندان هرات دید؛ هم‌چنان که برای شاعران توصیه شد، برای داستان‌نویسان نیز توصیه می‌گردد به خواسته‌های مخاطبان خود توجه کنند و دست به تولید گونه‌های داستان بزنند.

پرسش: (۱۲): خواهشمندم حداقل، پنج داستان‌نویس و پنج شاعر هرات را، هم‌راه با آثار مورد علاقه خود از ایشان، بنگارید:

جدول (۱): لیست شاعرانی که در ذهن شهروندان شهر هرات حضور دارند

شماره	نام و تخلص شاعر	تعداد کسانی که نام برده‌اند	آثاری را که مصرف‌کنندگان نام بردند
۱	مولانا نورالدین عبدالرحمن جامی	۶۶	بدون ذکر نام اثری

۱. پری‌جو؛ ۲. از خط روی سنگ؛ ۳. غزلی در حیرانی.	۴۱	سیدضیاءالحق سخا	۲
بدون ذکر نام اثری	۲۸	امیر علی شیر نوایی	۳
بدون ذکر نام اثری	۲۲	محجوبه هروی	۴
بدون ذکر نام اثری	۲۱	حبیب بهشتی (دکلماتور)	۵
یک سبد گل دودی	۱۹	نادیا انجمن	۶
۱. پانویس؛ ۲. این مستطیل خاکی کوچک.	۱۲	رامین عرب‌نژاد	۷
بدون ذکر نام اثری	۸	برات‌علی فدایی هروی	۸
۱. گره کور؛ ۲. اندیشه‌های دردآلود.	۸	مژگان فرامنش	۹
بدون ذکر نام اثری	۸	سید فضل‌احمد پیمان	۱۰
۱. اشتباه مشترک؛ ۲. همان یوسف، همان بازار.	۷	احمد ضیاء رفعت	۱۱
از حیا مگذر	۷	احمد صدیق حیا	۱۲
دلهره‌های رنگی	۷	داود عرفان	۱۳
بدون ذکر نام اثری	۶	فضل‌الرحمن فقیهی هروی	۱۴
سیب و فریب	۶	محمد آصف رحمانی پارسی	۱۵
همه حرف‌های من	۵	حبیب‌الرحمن پدرام	۱۶
نوای بادغیس	۵	ابوبکر محزون	۱۷
بدون ذکر نام اثری	۵	سیدنورالحق صبا	۱۸
برای مترسک چه فرقی می‌کند	۴	روح‌الامین امینی	۱۹
بدون ذکر نام اثری	۴	احمد بهراد	۲۰
بدون ذکر نام اثری	۴	مولانا هاتقی	۲۱
بدون ذکر نام اثری	۴	سید رشید فردانی	۲۲
بدون ذکر نام اثری	۳	مولاداد رستمی	۲۳
بدون ذکر نام اثری	۳	سمیه رامش	۲۴
بدون ذکر نام اثری	۳	مهران پوپل	۲۵
بدون ذکر نام اثری	۳	راحله حسینی	۲۶
بدون ذکر نام اثری	۳	سعادت‌ملوک تابش هروی	۲۷

بدون ذکر نام اثری	۳	نیلوفر نیک‌سیر	۲۸
بدون ذکر نام اثری	۲	حسن فرید	۲۹
بدون ذکر نام اثری	۲	ابوبکر یقین	۳۰
بدون ذکر نام اثری	۲	قاسم مجیدی	۳۱
بدون ذکر نام اثری	۲	قیوم بشیری	۳۲
بدون ذکر نام اثری	۲	آرزو جعفری	۳۳
بدون ذکر نام اثری	۱	لاله بهار	۳۴
بدون ذکر نام اثری	۱	فرهاد مجیدی	۳۵
بدون ذکر نام اثری	۱	شعیب حمیدزی	۳۶
بدون ذکر نام اثری	۱	احسان پاکزاد	۳۷
بدون ذکر نام اثری	۱	محمد نادر خیری	۳۸
بدون ذکر نام اثری	۱	محمد طارق رسولی	۳۹
بدون ذکر نام اثری	۱	فصیح‌الدین هروی	۴۰
بدون ذکر نام اثری	۱	نظام‌الدین شکوه هروی	۴۱
بدون ذکر نام اثری	۱	نظام‌الدین شمس	۴۲
بدون ذکر نام اثری	۱	خوش‌بین هروی	۴۳
بدون ذکر نام اثری	۱	صبور آرام	۴۴
بدون ذکر نام اثری	۱	مستمند غوری	۴۵
بدون ذکر نام اثری	۱	خواجه گل‌احمد محمدی	۴۶
بدون ذکر نام اثری	۱	رؤیا ماندگار	۴۷
بدون ذکر نام اثری	۱	فاطمه اخگر	۴۸
بدون ذکر نام اثری	۱	حبیب‌الله فریادی	۴۹
بدون ذکر نام اثری	۱	آمنه فدوی	۵۰
بدون ذکر نام اثری	۱	محمد صادق شهیر	۵۱
بدون ذکر نام اثری	۱	افسانه واحدیار	۵۲
بدون ذکر نام اثری	۱	ادریس نریمان	۵۳
بدون ذکر نام اثری	۱	جاوید نبی‌زاده	۵۴
بدون ذکر نام اثری	۱	فضل‌الله زرکوب	۵۵

تعداد به تفکیک جنسیت

مرد: ۴۲ نفر

زن: ۱۳ نفر

آمار به‌دست‌آمده، بیانگر فضای شعری مردانه در جامعه هرات است.

جدول (۲): لیست داستان‌نویسانی که در ذهن شهروندان شهر هرات حضور دارند

شماره	نام و تخلص نویسنده	تعداد کسانی که نام‌برده‌اند	آثاری را که مصرف‌کنندگان نام بردند
۱	حمیرا قادری	۳۴	۱. گوشواره انیس؛ ۲. نقره دختر دریای کابل؛ ۳. باز باران اگر می‌بارید؛ ۴. نقش شکار آهو؛ ۵. زیر گنبد کبود؛ ۶. رقص در مسجد.
۲	احمدضیاء سیامک هروی	۳۲	۱. بوی بهی؛ ۲. سرزمین جمیله؛ ۳. تالان؛ ۴. گرگ‌های دوندر؛ ۵. خدایان منسوخ؛ ۶. چهار فصل سقوط؛ ۷. در رکاب عشق؛ ۸. گرداب سیاه.
۳	احمدشاه فرزانه	۸	بُن‌بست
۴	حامد مهری	۵	تاوه‌سنگ
۵	مهسا طایع	۴	۱. ناقوس دل؛ ۲. فروپاشی.
۶	ناهید مهرگان	۴	بگذار برای بنویسم
۷	نجیب‌الله کروخی	۴	مردی مردان
۸	لیلیماه نعمانی	۳	بدون ذکر نام اثری
۹	بصیر احمد جويا	۳	مادر، فریاد خاموش
۱۰	پروین پژواک	۳	سلام مرجان
۱۱	منوچهر فرهادی	۲	بدون ذکر نام اثری
۱۲	احمد معشوق مجلد	۲	بدون ذکر نام اثری
۱۳	احمد ضیا حافظی	۲	۱. اشتباه مشترک؛ ۲. لاله بهار.
۱۴	گل‌احمد نظری آریانا	۲	خفاشان

۱۵	فواد عمری	۲	بدون ذکر نام اثری
۱۶	نسیم عرفان	۱	بدون ذکر نام اثری
۱۷	تبسم عرفان	۱	بدون ذکر نام اثری
۱۸	سید اسحاق دادحسینی	۱	بدون ذکر نام اثری
۱۹	رسول پویان	۱	گذری بر ویرانه‌های جنگ
۲۰	اسرا تابش	۱	شوخی شوخی، جدی شد
۲۱	شیمیا قاضی‌زاده	۱	یاس‌ها و یادها
۲۲	غلام‌حیدر اصیل هروی	۱	بدون ذکر نام اثری

تعداد به تفکیک جنسیت

مرد: ۱۴ نفر

زن: ۸ نفر

هم‌چنان فضای داستانی مردانه را در شهر هرات می‌توان دید.

### ۳-۷. مناقشه

بیش‌ترین مصرف‌کنندگان آثار ادبی در هرات جوانان ۱۵ تا ۳۰ ساله با تحصیلات دیپلم و ارشد هستند. این گروه به دلیل مسؤولیت‌های کم‌تر و علاقه شخصی، مطالعه بیش‌تری دارند. از نظر وضعیت تأهل، مجردها به دلیل فرصت‌های بیش‌تر، سرانه مطالعه بالاتری می‌توانند داشته باشند. بیش‌تر پاسخ‌دهندگان دارای مدرک ارشد و دیپلم هستند و بیش‌تر آنان تحصیلات ادبیات فارسی دارند، که این امر انتظارات را از مطالعه آثار ادبی افزایش می‌دهد و می‌تواند از مخاطب عام، به مخاطبی خاص تبدیل شود.

در انتخاب و مطالعه آثار ادبی، اشتغال و میزان درآمد نیز نقش دارند. باوجود درآمد کم، افراد تمایل کم‌تری به هزینه‌کردن برای ادبیات دارند؛ مگر این‌که باسواد باشند. بااین‌حال، روند مطالعه آثار ادبی در هرات بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ به‌طور قابل‌توجهی افزایش یافته است. شعر، به‌ویژه قالب‌های غزل و دوبیتی، در هرات بسیار محبوب است و شهروندان بیش‌تر به شعر گرایش دارند تا داستان.

موضوعات عاشقانه، تربیتی و صوفیانه بیش‌ترین توجه را در میان مخاطبان شعر دارند. عوامل اصلی در انتخاب آثار شعری شامل علاقه شخصی و جایگاه شاعر در جامعه است، درحالی‌که عوامل ثانویه شامل توصیه استادان، دوستان و طراحی جلد می‌شوند. هم‌چنین، شهروندان هرات به‌دنبال یادگیری نکات تربیتی و لذت‌بردن از شعر به‌عنوان منبعی برای پیشرفت فردی و فرهنگی هستند.

در مورد داستان، شهروندان هرات بیش‌تر به داستان‌های کوتاه علاقه دارند و پس‌از آن رمان‌ها و زندگی‌نامه‌ها مورد توجه قرار می‌گیرند. موضوعات آموزشی-تربیتی و عاشقانه در داستان‌ها از اهمیت

بیش‌تری برخوردارند. عوامل اصلی در انتخاب آثار داستانی نیز شامل علاقه شخصی و جایگاه نویسنده است، درحالی‌که عوامل ثانویه شامل توصیه‌های دوستان و استادان می‌باشد.

تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که فضای ادبی در هرات بیش‌تر مردانه است و جامعه به شاعران کلاسیک، مانند مولانا جامی گرایش دارد. هم‌چنین، فضای داستانی نیز گرایش به آثار مردانه دارد، اما برخی نویسندگان زن نیز با آثار متنوع و جذاب خود توانسته‌اند مخاطبان خود را جذب کنند. این نتایج نشان می‌دهند که تولیدکنندگان آثار ادبی در هرات باید به نیازها و تمایلات مخاطبان توجه ویژه‌ای داشته باشند تا بتوانند ارتباط مؤثرتری با آن‌ها برقرار کنند و فرهنگ مطالعه را در جامعه ترویج دهند.

#### ۸. طرح بهبود وضعیت ادبیات هرات برای تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان

با توجه به یافته‌های میدانی تحقیق، که از جامعه مصرفی ادبیات هرات به‌دست‌آمده است، در نظرگیری این نکات، می‌تواند منجر به گسترش مخاطبان و رونق فعالیت‌های ادبی و فرهنگی گردد؛ این طرح واقع‌بینانه هردو طیف تولیدکنندگان (شاعران و نویسندگان) و توزیع‌کنندگان (انتشاراتی‌ها) را شامل می‌شود. آنان می‌توانند نسبت به این یافته‌ها دو برخورد متفاوت داشته باشند؛ برخورد منفعلانه و برخوردی فعالانه.

منظور از برخورد منفعلانه این است، که بدون برنامه‌ریزی و کار در جهت تربیت ذوق جامعه مصرف‌کننده، تسلیم محض خواسته‌ها و ذوق آنان شوند و دست به تولید و توزیع آثار ادبی بزنند؛ اما منظور ما از برخورد فعالانه این است، که برعلاوه در نظرگیری واقعیت‌های موجود، برنامه‌ریزی و فعالیت‌هایی در راستای تربیت ذوق و برانگیختن احساس مصرف‌کنندگان ازسوی تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان آثار ادبی در هرات صورت گیرد.

#### ۸-۱ طرح منفعلانه: تمرکز بر وضعیت موجود

طرح منفعلانه بر مبنای تحلیل وضعیت موجود مصرف آثار ادبی در هرات و بدون تلاش برای تغییر ذوق و سلیقه مخاطبان تدوین شده است. این طرح صرفاً به تأمین نیازها و خواسته‌های فعلی مصرف‌کنندگان می‌پردازد و در راستای تطبیق تولیدات ادبی با علایق و ترجیحات آنان عمل می‌کند.

#### بخش اول: تحلیل وضعیت موجود

##### ۱. ترکیب سنی و تحصیلی

- جوانان و نوجوانان، اصلی‌ترین مصرف‌کنندگان آثار ادبی در هرات هستند؛

- بیش‌ترین مصرف‌کنندگان دارای مدرک ارشد و دیپلم هستند.

##### ۲. علایق ادبی

- شعر بیش از داستان محبوب است، با قالب غزل در صدر انتخاب‌ها؛

- موضوعات عاشقانه، تربیتی و صوفیانه در شعر و موضوعات آموزشی، تربیتی و عاشقانه در داستان مورد توجه قرار دارند؛

- داستان‌های کوتاه محبوب‌تر از رمان‌ها و زندگی‌نامه‌ها هستند.

### بخش دوم: استراتژی‌های تولید و توزیع

۱. تولید آثار مطابق با علایق

- تمرکز بر تولید غزل و دوبیتی با موضوعات عاشقانه و تربیتی؛

- تولید داستان‌های کوتاه و رمان‌های آموزشی و تربیتی.

۲. تقویت جایگاه شاعران و نویسندگان

- تشویق شاعران معروف و معتبر به تولید آثار جدید؛

- معرفی و ترویج آثار شاعران و نویسندگان با احترام و اعتبار بالا در جامعه.

۳. توصیه و نظرات متخصصان

- استفاده از توصیه‌های استادان و متخصصان ادبیات برای معرفی و ترویج آثار؛

- برگزاری جلسات نقد و بررسی آثار با حضور متخصصان برای افزایش اعتماد مخاطبان به

انتخاب‌های پیشنهادی.

۴. توجه به طراحی و ویرایش

- توجه به طراحی جلد، ویرایش دقیق و کیفیت چاپ برای جلب توجه مخاطبان؛

- ارائه آثار با کیفیت بالا از نظر چاپ و صفحه‌آرایی.

### بخش سوم: توزیع و بازاریابی

۱. توزیع گسترده

- توزیع آثار ادبی در کتابفروشی‌ها، نمایشگاه‌های کتاب و کتابخانه‌ها؛

- استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای تبلیغ و معرفی آثار.

۲. استفاده از تبلیغات و توصیه‌ها

- بهره‌گیری از توصیه‌های دوستان و تبلیغات رودررو برای جذب مخاطبان؛

- تبلیغات در مجلات و روزنامه‌های محلی و استفاده از بیلبوردها برای معرفی آثار.

این طرح با تمرکز بر تأمین نیازهای فعلی مخاطبان، بدون تلاش برای تغییر ذوق و سلیقه آنان، به تولید

و توزیع آثار ادبی می‌پردازد. هدف اصلی این طرح، رضایت مخاطبان و افزایش فروش آثار ادبی از طریق

ارائه محتوایی است که با سلیقه و علایق آنان هم‌خوانی داشته باشد.

۲-۸. طرح فعالانه: برنامه‌ریزی برای تغییر ذوق ادبی مخاطبان

طرح فعلاًنه با هدف تغییر و ارتقای ذوق ادبی مخاطبان در هرات، بر مبنای تحلیل وضعیت موجود و با رویکردی بلندمدت تدوین شده است. این طرح به دنبال افزایش آگاهی، تفکر انتقادی و تنوع در مصرف آثار ادبی است.

### بخش اول: تحلیل وضعیت موجود و نیازسنجی

#### ۱. ترکیب سنی و تحصیلی

- جوانان و نوجوانان اصلی‌ترین مصرف‌کنندگان آثار ادبی هستند؛

- بیش‌ترین مصرف‌کنندگان دارای مدرک ارشد و دیپلم هستند.

#### ۲. علایق ادبی

- شعر بیش از داستان محبوب است، با قالب غزل در صدر انتخاب‌ها؛

- موضوعات عاشقانه، تربیتی و صوفیانه در شعر و موضوعات آموزشی، تربیتی و عاشقانه در داستان

موردتوجه قرار دارند؛

- داستان‌های کوتاه محبوب‌تر از رمان‌ها و زندگی‌نامه‌ها هستند.

### بخش دوم: استراتژی‌های تغییر و ارتقا

#### ۱. ترویج تفکر انتقادی و آگاهی

- برگزاری کارگاه‌ها و سمینارهای آموزشی برای افزایش آگاهی مخاطبان درباره ادبیات معاصر و

جهانی؛

- برگزاری جلسات نقد و بررسی آثار ادبی با حضور نویسندگان و شاعران معتبر.

#### ۲. تنوع در تولید آثار

- تشویق نویسندگان به تولید آثار متنوع‌تر در قالب‌های مختلف شعری و داستانی؛

- تولید آثاری با موضوعات جدید و جذاب برای جذب مخاطبان به محتوای متنوع‌تر.

#### ۳. تشویق به مطالعه آثار کلاسیک و مدرن

- معرفی آثار کلاسیک و مدرن ادبیات فارسی و جهان به مخاطبان؛

- برگزاری جلسات مطالعه گروهی و بحث درباره آثار مختلف برای تشویق به مطالعه آثار غیرمتداول.

#### ۴. حمایت از نویسندگان و شاعران نوظهور

- حمایت مالی و تبلیغاتی از نویسندگان و شاعران جوان و نوظهور؛

- برگزاری مسابقات ادبی و اهدای جوایز برای تشویق به خلاقیت و نوآوری در ادبیات.

### بخش سوم: توزیع و بازاریابی

#### ۱. توزیع هدفمند

- توزیع آثار ادبی در مدارس، دانشگاه‌ها و مراکز فرهنگی؛



- استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال برای توزیع و معرفی آثار ادبی.

۲. استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی

- بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی برای ترویج آثار و برگزاری برنامه‌های تبلیغاتی؛

- تولید محتواهای ویدئویی و پادکست‌های ادبی برای معرفی و تحلیل آثار.

۳. تشویق به کتابخوانی

- برگزاری برنامه‌های فرهنگی و هنری مرتبط با ادبیات برای تشویق به کتابخوانی؛

- ارائه تخفیف‌ها و پیشنهادهای ویژه برای خرید کتاب و اشتراک در کتابخانه‌ها.

این طرح با هدف تغییر و ارتقای ذوق ادبی مخاطبان، به دنبال افزایش آگاهی، تنوع و تفکر انتقادی در مصرف آثار ادبی است. با ترویج محتوای متنوع و جدید و حمایت از نویسندگان و شاعران نوظهور، می‌توان به ارتقای فرهنگ مطالعه و افزایش کیفیت آثار ادبی در جامعه هرات دست یافت.

### نتیجه‌گیری

مطالعه جامعه‌شناختی مصرف ادبیات در هرات طی دهه ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ نشان داد که هرچند مصرف ادبیات در این منطقه فرهنگی روندی افزایشی داشته، این افزایش به میزان کافی نبوده و نتوانسته است با رشد مصرف ادبیات در سایر مناطق و کشورهای مشابه همگام شود. این موضوع به عوامل متعددی بازمی‌گردد. یکی از عوامل کلیدی، عدم شناخت کافی تولیدکنندگان (نویسندگان و شاعران) و توزیع‌کنندگان (انتشاراتی‌ها) محلی از ذائقه و نیازهای ادبی مخاطبان هراتی است. این ناتوانی در شناخت دقیق مخاطبان منجر به تولید آثاری شده است که به‌درستی با سلیقه و انتظارات فرهنگی و اجتماعی جامعه محلی هم‌خوانی ندارد.

علاوه بر این، انجمن‌های ادبی و نهادهای فرهنگی محلی، که می‌توانستند نقش مؤثری در ارتقای ذائقه ادبی و توسعه فرهنگ مطالعه ایفا کنند، به دلیل کمبود منابع و نبود برنامه‌ریزی مناسب، نتوانسته‌اند تأثیرگذاری لازم را داشته باشند. فقدان رویکردهای نوین و خلاقانه در ترویج و توزیع آثار ادبی نیز به این مسئله دامن زده است.

توجه به تأثیرات اجتماعی و فرهنگی مصرف ادبیات بر جامعه هرات از موارد لازم و حیاتی است. از یک سو، مصرف محدود و نامنظم آثار ادبی منجر به کاهش آگاهی اجتماعی و ضعف در تفکر انتقادی میان افراد شده است، از سوی دیگر، این مسئله باعث شده است که ادبیات به‌عنوان یک ابزار قدرتمند فرهنگی نتواند نقشی حیاتی در زندگی روزمره مردم ایفا کند.

پیشنهاد‌های ارائه‌شده در این تحقیق بر بهبود وضعیت موجود تمرکز دارند. این پیشنهادها شامل اقداماتی همچون: تشویق به کتابخوانی در سطوح مختلف تحصیلی، استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای

معرفی و ترویج آثار ادبی محل‌لای، و توسعه برنامه‌های فرهنگی منسجم برای افزایش مشارکت عمومی در فعالیت‌های ادبی است؛ هم‌چنین، تأکید بر تربیت نسل جدیدی از نویسندگان و شاعران که با ذائقه و نیازهای فرهنگی جامعه هرات آشنایی عمیق‌تری دارند، از دیگر راهکارهای مطرح‌شده در این مقاله است. با اجرای این طرح‌ها و توجه به نقاط ضعف موجود، می‌توان انتظار داشت که مصرف ادبیات در هرات به‌طور چشم‌گیری افزایش یافته، ادبیات به جایگاه واقعی خود در جامعه هرات بازگردد، نقشی که هم در ارتقای فرهنگی و هم در توسعه اجتماعی می‌تواند تأثیرگذار باشد.

## یادداشت‌ها

۱. ناداستان: به‌نوعی از نوشتارهای ادبی گفته می‌شود، که براساس واقعیت‌ها و حقایق نوشته شده و فاقد عناصر تخیلی است.
۲. داستان مینی‌مال: یک روایت بسیار کوتاه و مختصر است، که با استفاده از کم‌ترین کلمات، مفهومی عمیق یا لحظه‌ای خاص را به تصویر می‌کشد.

## منابع و مآخذ

### الف. کتاب‌ها

- اسکارپیت، روبر. (۱۳۷۴). *جامعه‌شناسی ادبیات*؛ ترجمه مرتضی کتبی، تهران: سمت.
- برتنس، هانس. (۱۴۰۰). *مبانی نظریه ادبی*؛ ترجمه محمدرضا ابوالقاسمی. چاپ ششم، تهران: نشر ماهی.
- پورنامداریان، تقی. (۱۳۹۲). *درسایه آفتاب؛ شعر فارسی و ساخت شکنی در شعر مولوی*؛ چاپ چهارم، تهران: انتشارات سخن.
- ترابی، علی‌اکبر. (۱۳۷۹). *جامعه‌شناسی ادبیات: شعر نو و تکامل اجتماعی*؛ چاپ دوم، تبریز: فروغ آزادی.
- درستی، احمد. (۱۳۸۸). *شعر سیاسی در دوره پهلوی دوم*؛ تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- زرین‌کوب، عبدالحسین. (۱۳۸۹). *نقد ادبی*؛ چاپ نهم، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- عسگری حسنگلو، عسگر. (۱۳۸۹). *نقد اجتماعی رمان معاصر فارسی*؛ تهران: فرزانه روز.
- علی‌احمدی، امید. (۱۳۸۶). *مصرف ادبیات داستانی ایرانیان*؛ تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- کوثری، مسعود. (۱۳۷۹). *تأملاتی در جامعه‌شناسی ادبیات*؛ تهران: انتشارات باز.
- کهنمونی‌پور، ژله. (۱۳۸۹). *نقد جامعه‌شناختی و لوسسی‌ین گولدمن (از نقد جامعه‌شناختی تا زیبایی‌شناسی دریافت)*؛ تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- گلدمن، لوسین. (۱۳۷۱). *جامعه‌شناسی ادبیات*؛ ترجمه محمد جعفر پوینده، تهران: هوش و ابتکار.

- گلدمن، لوسین. (۱۳۹۶). «جامعه‌شناسی ادبیات» (صص ۵۷-۷۰). در کتاب *درآمدی بر جامعه‌شناسی ادبیات*؛ گردآوری و ترجمه محمد جعفر پوینده، چاپ دوم، تهران: نشر چشمه.
- موران، برنا. (۱۳۸۹). *نظریه‌های ادبیات نقد*؛ تهران: نگاه.

#### ب. مقاله‌ها

- پرهیزی، تارا. (۱۳۹۹). «مناسبات سرمایه‌داری و دگردیسی تولید و مصرف ادبیات پس از انقلاب اسلامی»؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد، استاد رهنما: اسماعیل عالیزاد، تهران: دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- طهماسبی، فرهاد؛ دستجردی، مجتبی. (۱۳۹۴). «جامعه‌شناسی دیوان کلیم کاشانی به روش اسکارپیت». *فصل‌نامه تخصصی تحلیل و نقد متون زبان و ادبیات فارسی*، شماره ۲۴، ۹۳-۱۱۸.
- علایی، مشیت. (۱۳۸۰). «نقد ادبی و جامعه‌شناسی». *کتاب ماه (ادبیات و فلسفه)*. ۴ (۱۰-۱۱). ۲۰-۳۳. <https://sid.ir/paper/439111/fa>
- علیزاده، زهرا؛ خان‌محمدی، احسان. (۱۳۹۵). «وضعیت مصرف فرهنگی "باتاکید بر مطالعه کتاب" در بین گروه‌های جنسی و تحصیلی؛ مورد مطالعه: دانش‌جویان دانشگاه‌های کرمانشاه». *مجله مطالعات روان‌شناسی و علوم تربیتی*، ۲ (۱)، ۸۷-۹۹. <http://noo.rs/RtGi3>
- لوونتال، لئو. (بی‌تا). «جامعه‌شناسی ادبیات». ترجمه محمدرضا شادرو. *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۴ (۱)، ۱۱۷-۱۳۶. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.17351901.1381.4.1.5.1>
- نجفی، مهدی و هم‌کاران. (۱۴۰۱). «سرمایه فرهنگی و ذائقه فرهنگی مصرف کتاب در میان شهروندان شهر تهران»؛ *فصل‌نامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۲۳ (۶۰)، ۲۳۹-۲۶۰. <https://doi.org/10.22083/jccs.2021.283593.3368>

#### منابع لاتین

- Bukodi, Erzsébet. (2007). "Social Stratification and Cultural Consumption in Hungre. *Book Readership*". *Poetics*. 35(2-3). 112-131. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2007.03.001>
- Chaney, David. (1996). *LifeStyles*. UK: Routledge.

#### References

- A. Books
- Ali-Ahmadi, O. (2007). *The consumption of Iranian fictional literature*. Tehran: Institute for Culture, Art, and Communication. [In Persian]

- Asgari Hasanaklou, A. (2010). *Social critique of the contemporary Persian novel*. Tehran: Farzan-e Rooz. [In Persian]
- Bertens, H. (2021). *Foundations of literary theory* (M. Abolqassemi, Trans., 6th ed.). Tehran: Nashr-e Mahi. [In Persian]
- Chaney, David. (1996). *LifeStyles*. UK: Routledge.
- Dorrasti, A. (2009). *Political poetry in the second Pahlavi era*. Tehran: Center for the Documents of the Islamic Revolution. [In Persian]
- Eskaarpeet, R. (1995). *Sociology of literature* (M. Kotobi, Trans.). Tehran: Samt. [In Persian]
- Goldmann, L. (1992). *Sociology of literature* (M. J. Pouyandeh, Trans.). Tehran: Hoosh va Ebtikar. [In Persian]
- Goldmann, L. (2017). "Sociology of literature." In M. J. Pouyandeh (Ed.), *An introduction to the sociology of literature* (pp. 57–70, 2nd ed.). Tehran: Nashr-e Cheshmeh. [In Persian]
- Kohanmouie Pour, Z. (2010). *Sociological critique and Lucien Goldmann (from sociological critique to the aesthetics of reception)*. Tehran: Elmi va Farhangi Publishing. [In Persian]
- Moran, B. (2010). *Theories of literature and criticism*. Tehran: Negah. [In Persian]
- Tabari, A. (2000). *Sociology of literature: Modern poetry and social evolution* (2nd ed.). Tabriz: Forough Azadi. [In Persian]
- Zarrinkoub, A. (2010). *Literary criticism* (9th ed.). Tehran: Amir Kabir Publishing. [In Persian]
- Koosari, M. (2000). *Reflections on the sociology of literature*. Tehran: Baz Publishing. [In Persian]
- Pournamdarian, T. (2013). *In the shadow of the sun: Persian poetry and deconstruction in Molavi's poetry* (4th ed.). Tehran: Sokhan Publishing. [In Persian]

- B. Articles

- Alaei, M. (2001). "Literary criticism and sociology." *Book of the Month (Literature and Philosophy)*, 4(10–11), 20–33. <https://sid.ir/paper/439111/fa> [In Persian]
- Alizadeh, Z., & Khanmohammadi, E. (2016). "The state of cultural consumption (with emphasis on book study) among gender and educational groups: A case study of university students in Kermanshah." *Journal of Psychological and Educational Sciences Studies*, 2(1), 87–99. <http://noo.rs/RtGi3> [In Persian]
- Bukodi, E. (2007). Social stratification and cultural consumption in Hungary: Book readership. *Poetics*, 35(2–3), 112–131. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2007.03.001>

- Lowenthal, L. (n.d.). "Sociology of literature" (M. R. Shadro, Trans.). *Iranian Journal of Sociology*, 4(1), 117-136. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.17351901.1381.4.1.5.1> [In Persian]
- Najafi, M., & Colleagues. (2022). "Cultural capital and cultural taste in book consumption among Tehran citizens." *Journal of Cultural Studies and Communication*, 23(60), 239-260. <https://doi.org/10.22083/jccs.2021.283593.3368> [In Persian]
- Parhizi, T. (2020). "Capitalist relations and the transformation of literature production and consumption after the Islamic Revolution" (Master's thesis, Supervisor: E. Alizadeh, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran). [In Persian]
- Tahmasbi, F., & Dastjerdi, M. (2015). "Sociology of Kalim Kashani's divan using Escarpit's method." *Journal of Analysis and Critique of Persian Language and Literature Texts*, 24, 93-118. [https://journals.iau.ir/article\\_524369.html?lang=en](https://journals.iau.ir/article_524369.html?lang=en) [In Persian]