



نشست «مخاطب‌شناسی آثار دفاع مقدس برای ترجمه معکوس» از سلسله نشست‌های «دوشنبه‌ها با نشر بین‌الملل»، با حضور احمد شاکری، عضو هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی و سید رضا میربابایی مدیر انتشارات صریح با اجرای امیر بیگم‌محمدی در سری کتاب برگزار شد.

ادبیات در بحران است
احمد شاکری در این نشست بیان کرد، باید درنظر گرفت که در ادبیات دفاع مقدس، روابین مستندنگار و داستان‌نویسان حوزه دفاع مقدس، چه مخاطبی را در چه دوره‌هایی لحاظ کرده‌اند.

از همان زمانی که گمان کردند چیزی برای گفتن دارند، حتما مخاطبان خود را نیز مدنظر داشته‌اند. در ادوار ادبیات دفاع مقدس، تنوعی از مخاطبان و لزوماً مخاطبان جدید بود، لذا ملحوظ نبودند. اگر نویسنده یا راوی بگوید من برای مخاطبان جهانی می‌نویسم، سؤال این است که چه آشنایی نسبت به مخاطب جهانی دارد و چه می‌داند که مخاطب جهانی چه می‌خواهد.

مخاطب‌شناسی پسینی هم یعنی اینکه چیزی را نوشته‌ام و ادیبانی را تولید کرده‌ام، درحالی که نه تحقیقی کرده‌ام و نه برنامه‌ای را برای سنجش‌های ذهنی مخاطب داشته‌ام. انگار ما در ذهن ما شکل گرفته که حتما باید مخاطب جهانی داشته باشیم. وی ادامه داد: در بحث مخاطب‌شناسی، ادبیات و آرکانش و مخاطب در یک تعامل دائمی قرار دارند. در بحث ادبیات داستانی، هم چنین ادبیات مستندنگار، ادبیات ما در دوره گذار است. دوره‌ای نیست که در آن به چیز ثابتی رسیده باشیم. در ادبیات دفاع مقدس ما در دوره گذار هستیم، یعنی نه به چیزی رسیده‌ایم، نه منتقل به قبلیم، بلکه همواره در حال تجربه و خطا هستیم و تا در ادبیات به ثبات نرسیم در مخاطب هم به ثبات نخواهیم رسید.

این نویسنده و پژوهشگر حوزه دفاع مقدس در ادامه جایگاه ادبیات انقلاب اسلامی، بیان کرد: ما کی و چگونه به مخاطب مسئله‌مند شدیم؟ ما به واسطه مخاطب ادبیات مسئله‌مند شدیم یا به واسطه مخاطب جریان انقلاب اسلامی؟ انقلاب ما را نسبت به ادبیات مسئله‌مند کرد. انقلاب اسلامی مخاطبی را به میدان آورد که پیش از این مخاطب ادبیات نبود و ما باید برای این مخاطب ادبیات تولید می‌کردیم. گونه غالب، مسلط و رسمیت یافته و گونه‌ای که از جهات متعدد کمی و کیفی قابل عرضه و قابل بحث است، همین گونه دفاع مقدس است. اگر درباره تجربه مخاطب در حوزه ادبیات صحبت می‌کنیم، بهترین مثال ادبیات دفاع مقدس است.

شاکری گفت: ادبیات ما تلاش دارد هم خود را جلو ببرد و هم در این پیوستگی یک سری از مخاطبان را ببیند. دین و فرض مخاطب، خودش یک نکته مهم است. ادبیات دفاع مقدس ما تا زمانی که برای مخاطب مطلوب ایرانی شیعی انقلابی معتقد تجربه‌گر نوشته شود، نمی‌تواند موفق شود. خاطرات در دوره‌ای برای کسی نوشته می‌شد که خودش راوی و تجربه‌گر دفاع مقدس بود، لذا جزئیاتی در آن وجود نداشتند و نکاتی که برای من غیرتجربه‌گر مهم است، وجود ندارد. ادبیات این

حوزه باید از تجربه‌گران، از هم‌کیشان و هم‌دینان، از موافقان انقلاب اسلامی عبور کند تا بتواند مخاطب جهانی داشته باشد. عبور کردن نه به این معنی که آن‌را کنار بگذارد، بلکه ابراز مجبوری برای مواجهه با مخاطب جهانی پیدا کند. اگر این گونه شود مخاطب جهانی و ترجمه منی پیدا می‌کند.

وی افزود: اینکه چگونه به مخاطب جهانی منتقل شدیم، در طول این است که ما چگونه برخورد کردیم. نکته نخستی که باید به آن توجه کرد این است که گونه‌ها چرا گونه می‌شوند؟ چرا تبدیل به گونه‌های مسلط و جریان می‌شوند؟ چرا ادبیات دفاع مقدس گونه مسلط شد و چرا ادبیات انقلاب اسلامی، ادبیات مهاجرت و ادبیات روستایی، گونه مسلط نشد؟ این سؤالات دلائل مختلفی دارد که یکی از آنها مربوط به وقایعی است که به دلیل اهمیت‌شان می‌توانند گونه‌ساز باشند. همه دلائل را باید بررسی کرد. مخاطب در این زمینه خیلی مهم است. اینکه گونه دفاع مقدس پس از گذشت ۱۹ ماه از زمان پیروزی انقلاب اسلامی شکل گرفت، همواره برای جمعی از اهالی پژوهش جای سؤال بوده که چرا گونه ادبیات دفاع مقدس، گونه ادبیات انقلاب اسلامی به‌معنای اخراج انقلاب بهمین ۵۷ روزه کنار زد و توفیق یافت؟ تعبیری در این‌باره وجود دارد که ناظر بر تأثیر مخاطب است. چرا یک گونه توفیق پیدا می‌کند؟ یکی از دلائل مربوط به نیاز مخاطب است.

وی افزود: ادبیات دفاع مقدس در دهه ۶۰ ادبیات حماسی است، اما ادبیات در دهه ۷۰ با فرض تغییر مخاطب شکل گرفت. جنگ تمام شده و اکنون وقت آن است که مسائل و اقتضات

این نویسنده حوزه دفاع مقدس همچنین گفت: ادبیات دفاع مقدس، فعلاً ادبیات نمادین‌تری برای ترجمه است یا درباره چستی و جرابی ترجمه در این حوزه صحبت کنیم. چون جریان‌های موضوعی دیگر در این دوره چندان رشد نکردند و آثار متعدد و خصوصیات جریانی ندارند. شایسته این است که ما رکن ترجمه را برای غنای یک جریان ادبی آن هم جریانی که به یک جریان بانبات تبدیل شده، به آن اضافه کنیم. در ادبیات دوران انقلاب اصل بر این است که ما می‌توانیم به ادبیاتی دست

وقتی به سراغ مخاطب جهانی می‌روید، مخاطب جهانی چیزی از ایدئولوژی شما نمی‌داند و این گونه ادبیات را نمی‌پسندد. انسان غربی امروز دچار شکاکیت است و ادبیات ما باید نمادی از این شکاکیت باشد. باید شخصیتی خلق کنیم که مخاطب جهانی، تأثیری را بر ادبیات دفاع مقدس گذاشت که باعث شد قدم به قدم از داشته‌هایمان از ادبیات بومی دفاع مقدس عقب و عقب‌تر برویم. طرح غلط و موضع‌مند ادبیات جهانی، ذهنیت داستان‌نویسان ما را این طور تغییر داد که ناهتمانی مخاطب جهانی بلکه مخاطب ایرانی هم دیگر برقرار نمی‌کند.

وقتی به سراغ مخاطب جهانی می‌روید، مخاطب جهانی چیزی از ایدئولوژی شما نمی‌داند و این گونه ادبیات را نمی‌پسندد. انسان غربی امروز دچار شکاکیت است و ادبیات ما باید نمادی از این شکاکیت باشد. باید شخصیتی خلق کنیم که مخاطب جهانی، تأثیری را بر ادبیات دفاع مقدس گذاشت که باعث شد قدم به قدم از داشته‌هایمان از ادبیات بومی دفاع مقدس عقب و عقب‌تر برویم. طرح غلط و موضع‌مند ادبیات جهانی، ذهنیت داستان‌نویسان ما را این طور تغییر داد که ناهتمانی مخاطب جهانی بلکه مخاطب ایرانی هم دیگر برقرار نمی‌کند.

وقتی به سراغ مخاطب جهانی می‌روید، مخاطب جهانی چیزی از ایدئولوژی شما نمی‌داند و این گونه ادبیات را نمی‌پسندد. انسان غربی امروز دچار شکاکیت است و ادبیات ما باید نمادی از این شکاکیت باشد. باید شخصیتی خلق کنیم که مخاطب جهانی، تأثیری را بر ادبیات دفاع مقدس گذاشت که باعث شد قدم به قدم از داشته‌هایمان از ادبیات بومی دفاع مقدس عقب و عقب‌تر برویم. طرح غلط و موضع‌مند ادبیات جهانی، ذهنیت داستان‌نویسان ما را این طور تغییر داد که ناهتمانی مخاطب جهانی بلکه مخاطب ایرانی هم دیگر برقرار نمی‌کند.

کرد، متأسفانه ادبیات ما در جریان دفاع مقدس، مسیر طبیعی خود را طی نکرده است. یک سری آثاری که برای ترجمه انتخاب می‌شوند، نمایندگان واقعی ادبیات دفاع مقدس نیستند و تبلیغاتی که درباره ترجمه می‌شود، اطلاعات و آگاهی‌های غلط که هم در مورد مخاطب‌شناسی پسینی و هم در مورد مخاطب‌شناسی پسینی وجود دارد، تحویب مخاطب می‌دهد. در ذهن مجموعه‌هایی که چنین گزینش‌هایی برای ترجمه دارند، این القا شده که ادبیات ما زمانی جهانی می‌شود که مشابه ادبیات جهانی جنگ و صلح باشد و ارزش‌ها در آن دیده نشود. دامنه این بحث دامن ادبیات پایداری را هم می‌گیرد. بعضی از اصطلاحات تلاش می‌کنند دامنه یک مقوله را از یک تجربه بومی و به‌تعمیر من از یک تجربه شیعی، معاصر، انقلابی توسعه دهند و برای آن دامنه جهانی بسازند. ادبیات ما اگر حرفی از ما نزند، جهانی شدن آن چه ارزشی دارد.

پیدا کنیم که بتواند محتوای مورد نظر را نمایندگی کند. نکته این است که خیلی واضح ما می‌خواهیم درباره دفاع مقدس بنویسیم، می‌خواهیم درباره جنگ بنویسیم.

نویسندگان ادبیات داستانی سیاه دفاع مقدس حتی در به‌کار بردن عنوان دفاع مقدس درباره واقعه جنگ هشتادساله ربه‌زی می‌کنند. درحالی که دفاع مقدس و تاریخ دفاع مقدس را هماننداری و مأموریت‌هایی برای این کار گروه تدوین شد. در این راستا، شیوه‌نامه‌ای تنظیم و به تمامی استان‌های کشور ارسال شد. این شیوه‌نامه، روال بحث ترجمه در مورد ادبیات تشریح شده است. وی با اشاره به ضعف در زمینه نیازسنجی مخاطبان خارج از کشور در حوزه آثار دفاع

پیدا کنیم که بتواند محتوای مورد نظر را نمایندگی کند. نکته این است که خیلی واضح ما می‌خواهیم درباره دفاع مقدس بنویسیم، می‌خواهیم درباره جنگ بنویسیم.

کرد، متأسفانه ادبیات ما در جریان دفاع مقدس، مسیر طبیعی خود را طی نکرده است. یک سری آثاری که برای ترجمه انتخاب می‌شوند، نمایندگان واقعی ادبیات دفاع مقدس نیستند و تبلیغاتی که درباره ترجمه می‌شود، اطلاعات و آگاهی‌های غلط که هم در مورد مخاطب‌شناسی پسینی و هم در مورد مخاطب‌شناسی پسینی وجود دارد، تحویب مخاطب می‌دهد. در ذهن مجموعه‌هایی که چنین گزینش‌هایی برای ترجمه دارند، این القا شده که ادبیات ما زمانی جهانی می‌شود که مشابه ادبیات جهانی جنگ و صلح باشد و ارزش‌ها در آن دیده نشود. دامنه این بحث دامن ادبیات پایداری را هم می‌گیرد. بعضی از اصطلاحات تلاش می‌کنند دامنه یک مقوله را از یک تجربه بومی و به‌تعمیر من از یک تجربه شیعی، معاصر، انقلابی توسعه دهند و برای آن دامنه جهانی بسازند. ادبیات ما اگر حرفی از ما نزند، جهانی شدن آن چه ارزشی دارد.

پیدا کنیم که بتواند محتوای مورد نظر را نمایندگی کند. نکته این است که خیلی واضح ما می‌خواهیم درباره دفاع مقدس بنویسیم، می‌خواهیم درباره جنگ بنویسیم.

نویسندگان ادبیات داستانی سیاه دفاع مقدس حتی در به‌کار بردن عنوان دفاع مقدس درباره واقعه جنگ هشتادساله ربه‌زی می‌کنند. درحالی که دفاع مقدس و تاریخ دفاع مقدس را هماننداری و مأموریت‌هایی برای این کار گروه تدوین شد. در این راستا، شیوه‌نامه‌ای تنظیم و به تمامی استان‌های کشور ارسال شد. این شیوه‌نامه، روال بحث ترجمه در مورد ادبیات تشریح شده است. وی با اشاره به ضعف در زمینه نیازسنجی مخاطبان خارج از کشور در حوزه آثار دفاع

پیدا کنیم که بتواند محتوای مورد نظر را نمایندگی کند. نکته این است که خیلی واضح ما می‌خواهیم درباره دفاع مقدس بنویسیم، می‌خواهیم درباره جنگ بنویسیم.

مقدس، اظهار کرد: نیازسنجی درباره میزان استقبال مخاطبان دیگر کشورها از آثار این حوزه چندان صورت نگرفته ولی با همین میزان سنجش ذائقه مخاطبان که در مجموعه بنیاد صورت گرفته، مشخص شد که اقبال و گرایش به حوزه ادبیات داستانی بیشتر از دیگر زمینه‌هاست.

این ناشر با بیان اینکه در بحث ترجمه نوعی آشننگی وجود دارد، افزود: یکی از سیاست‌های بنیاد حفظ آثار و نشر ارزش‌های دفاع مقدس و سازمان ادبیات و تاریخ دفاع مقدس، بحث سیاستگذاری و مخاطب‌شناسی در این زمینه است. به‌نظر من محور فعالیت‌های ترجمه آثار این حوزه باید اداره کل مجامع و تشکلات‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باشد، ولی وزارت امور خارجه، بنیاد حفظ آثار و نشر ارزش‌های دفاع مقدس و سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی نیز باید در یک هم‌افزایی، به شیوه دیگری نهادها هستند.

میربابایی اظهار کرد: در سال‌های اخیر به کشورها حوزه مقاومت و به‌ویژه سوریه، به‌صورت هدفمند به‌عنوان یک بازار هدف در حوزه ترجمه آثار حوزه مقاومت و دفاع مقدس نگاه نکرده‌اند و کارها جسته‌گریخته بوده است.

وی همچنین گفت: در بحث انتشار و ترجمه آثار حوزه کودک و نوجوان با موضوع دفاع مقدس، ناگفته‌سبجی و مخاطب‌شناسی انجام نشده که تأمل و توجه به این موضوع ضروری و نیازمند برنامه‌ریزی و سیاستگذاری است.

حزب‌الله در شاهنامه

حضر آیت‌الله‌العظمی خامنه‌ای رهبر فرزانه و فرهیخته نظام اسلامی، در سال ۱۳۸۱ طی دیداری که اعضاء انجمن قلم ایران با مظلوم داشتند، پیرامون «اسفندیار» یکی از شخصیت‌های اسطوره‌ای شاهنامه فرمودند:

«من یک وقت گفتم که اسفندیار مثل این‌بچه‌حزب‌اللهی‌های امروز خود ماست! در فرهنگ شاهنامه یک حزب‌اللهی غیور دین‌خواه مبارز وجود دارد. بله، این کارها (پژوهش در حکمت شاهنامه) را شما بکنید تا دیگران نکنند. شما که نکرده‌اید، دیگران می‌کنند»
توصیف رهبر انقلاب از اسفندیار، برام ایجاد سؤال کرد که چه شباهت‌هایی ممکن است میان اسفندیار عهد کبانی و حزب‌اللهی‌های امروزگار ما وجود داشته باشد؟ خصال سیاهی حزب‌اللهی را تقریباً می‌شناختم. داستان اسفندیار را هم در شاهنامه بارها خوانده بودم، ولی از زاویه دید و تعریف بدیع حضرت آقا، به این شخصیت اسطوره‌ای نگاه نکرده بودم و چنین شناختی نداشتم. فلذا برای یافتن این ویژگی، شاهنامه حکیم توس ابوالقاسم فردوسی را، در بخشی که مربوط به صحنه‌های رزم با زندگی و سرنوشت اسفندیار بود، مطالعه کردم. حاصل این جست‌وجو، یافتن خصال و صفات الوالی دینی، انسانی و ملی، در وجود این اسطوره بود که تیتوروار، عناوینی از این صفات را، گزارش می‌کنم:

- گرویدن به دین یکتاپرستی
- به مفهوم اسلام و تسلیم شدن.
- تقویت ایمان و عمل به دستورات
- دین به معنای ایمان آوردن.
- دفاع از ایرانیان در برابر تهاجم توراتیان اجنبی
- نپرسیدن از مرگ در میدان جنگ با دشمن

- استقبال از مرگ در میدان کارزار و دفاع از ارزش‌های الهی و انسانی
- ترجیح آرمان‌های ملت ایران بر جان خود، به عبارتی «شهادت‌طلبی»
- ابراز شهامت و شجاعت در جنگ
- ایمان دادن به اسیر جنگی
- تکريم و احسان نسبت به پدر و مادر
- تسلط بر نفس و خویشنداری در مواقع خشم و غضب
- داشتن غرور ملی و تفاخر به آن
- دارا بودن ذکاوت، دراست و سیاست در جنگ و آیین مملکت‌داری
- داشتن معرفت و بصیرت
- غیوربودن در حفظ نواامیس خود و دیگران
- ترجیح منافع ملی بر منافع شخصی
- صبر و بردباری به هنگام مصیبت و شکست
- امید به گشایش و فرخ‌خاندانگار یگانه، به وقت عسرت، شکست، سختی و ناکامی
- اهتمام به وفات‌های دینی و امور اخروی خود
- توجه و رسیدگی به امور دنیوی ایرانیان
- فردوسی بزرگ، این خصایص و فضایل را در صحنه‌های رزم و پا در عرصه زندگی این اسطوره ملی، در قالب منظومه حماسی «شاهنامه» کشف و ذکر کرده است. در کنار این اوصاف، البته دهها خلقت دینی و انسانی دیگری از وی ذکر می‌کند که ما برای رعایت حوصله خوانندگان محترم، تنها به چند مورد از آنها اکتفا کردیم. ضمناً حکیم توس، هر یک از این صفات و خصال را، در ابیاتی طولانی به تصویر می‌کشد، که آوردن آن همه شواهد شعری، حتی برای همین محدود صفحات، گزارش‌پذیری شخصیتی اسفندیار را طولانی خواهد کرد. مهم‌ترین نکته‌ای که نباید از نظر دور داشت، آیشخو حکیم توس در خلق این حماسه جهانی و پرورش اسطوره‌های می‌بدلی چون رستم و اسفندیار است که از منسوب مربوط به تاریخ عهد باستان و دوره تاریخ میانی ایران قبل از اسلام و نیز آموزه‌های قرآن کریم، سیره رسول‌الله (ص) و ائمه اطهار (ع) سرچشمه می‌گیرد و به این اثر حماسی، ماهیتی «حمکی» می‌بخشد. از همین روست که رهبر انقلاب تأکید می‌فرمایند «باید حکمت فردوسی استخراج شود تا همه بدانند این حکمت، اسلامی است.»

نیازمندی‌های کیمهان
تلفن: ۰۵-۳۳۱۱۲۲۹۲
فکس: ۰۵۳-۳۳۱۱۸۰۵۳
ایمیل: niyaz.mandiha@kayhan.ir

شرق - غرب شهریار ۰۹۱۲۱۶۲۰۸۴۹-۶۵۲۲۲۹۳۳ کرج ۰۲۶-۳۲۲۴۶۱۱-۳۲۲۲۴۶۱۱ تهران نو ۰۷۹۰۹۹۲۹-۷۷۹۳۶۸۸۸ دماوند ۷۶۳۲۱۹۳۸	شمال قلهک ۲۲۶۰۳۶۳۵ شمیران ۲۲۷۱۲۹۷۶ مطهری ۸۸۹۰۰۸۶۷-۸۸۸۰۱۵۵۲ شهرآر ۶۶۵۹۲۲۶۶-۶۶۵۹۲۰۱۰-۱۱	جنوب سعدی ۳۳۹۶۲۲۳۳-۳۳۹۶۲۲۱۱ شرق استان تهران ۳۲۶۵۷۰۷۴ اسلامشهر ۵۶۳۴۴۳۴۳ چهاردانگه ۵۶۳۵۹۵۹۸	مرکز ۳۳۱۱۲۱۹۳ ۳۳۹۴۲۰۰۰ ۳۳۱۱۲۲۹۱ ۳۳۹۱۱۵۶۸ ۳۳۱۱۰۳۱۰ ۳۳۱۱۲۱۹۵ ۳۳۱۱۰۲۰۲ ۳۳۱۱۳۵۱۹ ۳۳۱۱۰۳۱۰
--	--	--	---

خوب و خوش و دلخواه کتابخانه ای	خوب و خوش و دلخواه کتابخانه ای	خوب و خوش و دلخواه کتابخانه ای	خوب و خوش و دلخواه کتابخانه ای
خوب و خوش و دلخواه کتابخانه ای	خوب و خوش و دلخواه کتابخانه ای	خوب و خوش و دلخواه کتابخانه ای	خوب و خوش و دلخواه کتابخانه ای
خوب و خوش و دلخواه کتابخانه ای	خوب و خوش و دلخواه کتابخانه ای	خوب و خوش و دلخواه کتابخانه ای	خوب و خوش و دلخواه کتابخانه ای
خوب و خوش و دلخواه کتابخانه ای	خوب و خوش و دلخواه کتابخانه ای	خوب و خوش و دلخواه کتابخانه ای	خوب و خوش و دلخواه کتابخانه ای

شرایط و فرم اشتراک نشریات کیمهان در تهران سال ۱۴۰۱

متقاضیان محترم می‌توانند با توجه به جدول زیر نسبت به انتخاب هر یک از نشریات مورد علاقه و واریز مبلغ اشتراک به شماره کارت ۶۱۰۴۳۳۷۷۴۳۹۷۶۸۴۵ بانک ملت به نام حسین شش‌رستم‌داری (موسسه کیمهان) و ارسال اصل فیش بانکی همراه با فرم تکمیل شده ذیل به صندوق پستی ۱۳۶۵/۳۶۳۱ یا پست سفارشی نسبت به برقراری اشتراک خود اقدام نمایند.

نوع نشریه	یکساله (ریال)	شش ماهه (ریال)	سه ماهه (ریال)
روزنامه کیمهان	۱۸۰۰۰/۰۰۰	۹۰۰۰۰/۰۰۰	۴۵۰۰۰/۰۰۰
روزنامه کیمهان انگلیسی	۶۳۰۰۰/۰۰۰	۳۱۵۰۰/۰۰۰	۱۵۷۵۰/۰۰۰
روزنامه کیمهان عربی	۶۳۰۰۰/۰۰۰	۳۱۵۰۰/۰۰۰	۱۵۷۵۰/۰۰۰
مجله کیمهان ورزشی	۱۰۹۲۰/۰۰۰	۵۴۶۰/۰۰۰	۲۷۳۰/۰۰۰
مجله زن روز	۱۰۹۲۰/۰۰۰	۵۴۶۰/۰۰۰	۲۷۳۰/۰۰۰
مجله کیمهان بچه‌ها	۴/۴۱۰/۰۰۰	۲/۲۰۵/۰۰۰	۱/۱۰۲/۰۰۰
مجله کیمهان فرهنگی	۹۶۰۰۰		

تلفن: ۰۲۱-۳۵۲۰۲۲۷۸
فکس: ۰۲۱-۳۳۹۱۰۹۲۲۲
ایمیل: ۰۲۱-۳۳۹۱۰۹۲۲۲