مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية
Eissn :2602-5264 Issn : 2353-0499
المجلد 12 / العدد: 01 (2024)، ص: 323-346

# صناعة الثقافة وتسليع الأدب في كتاب "نسيان com" لأحلام مستغانمي

# The cultivation of culture and the promotion of literature in the book "Nessyan.com" by Ahlam Mosreghenemi

سهيلة بريوة [1]

[1] جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل(الجزائر)،

souhilabrioua@gmail.com

تاريخ الاستلام:25 /2023/11 تاريخ القبول: 2024/02/06 تاريخ النشر: 2024/03/03

**ملخص:** هيمنت الصناعة الثقافية على مجالات الإبداع، وصار الأدب في ظلها سلعة تباع وتشترى إذ فقد أدبيته، وضحى بنخبويته، ليصير أداة تسلية لجماهير غير واعية خلقتها الرأسمالية الجديدة ، .وهو مفهوم حاكته مدرسة فرانكفورت ، في معرض تفكيكها ونقدها للرأسمالية ، واجتهد كل من "تيودور أدورنو" و"ماكس هوركهايمر" ، في ضبط مفهوم الصناعة القافية ، واشتغالها العميق ، لتغيير نمط التفكير والسلوك بداية من كتابهما المهم جدل التنوير. وتبعا لهذه التغيرات التي حاقت بالمؤسسة الأدبية ،ارتأيت الاشتغال على مفهوم الصناعة الأدبية ، التي مسخت الأدب وأنزلته من بلاطه المؤسساتي ، إلى وعي جماهيري ، يحتفي بالزائل ، ويجلد الفكرة .وعليه جاء هذا المقال ليفكك خيوط هذه الصناعة، ويتتبع آليات التسليع في الأدب، وقد اخترت كتاب ""نسيان com " لقدرته على توضيح آليات التسليع على مستوى الشكل والمضمون.

**كلمات مفتاحية:** الصناعة الثقافية، تسليع الأدب، الأدب الجماهيري، الأدب الهامشي ، الرواية.

**Abstract:**The cultural industry dominated the fields of creativity and literature became a commodity that could be bought and sold . it lost its literary and sacrificed its elitism; becoming a tool for entertainment for theunconsciousmasses created by the new capitalism. It is a concept emulated by the Frankfurt School, in its

dismantling and criticism of capitalism, and everyone worked hard to " Theodor Adorno and Max Horkheimer, in controlling the concept of rhyme making, and its profound function, to change the pattern of thinking and behavior, beginning with their important book, The Dialectic of Enlightenment

So when talk about the relationship between literature and marchandization ; it is important to explainhow literatures lose its literary andturns to a kind of commodity. this article will answer this question and prove that there are a lotof techniques to commodificate literature I choose AhlemMoostaghanmi's novel "

**nissiane.com**"to prove my point of view.

**Keywords:**Cultural Industry,literary criticism,popularliterature, Marginal literature, the novel.

***المؤلف المرسل: سهيلة بريوة**

**1. مقدمة :**عرف الفكر المعاصر تحولاته المتسارعة، التي خلخلت مراكزه ، وهشمت مؤسساته، فاسحة المجال لوعي مغاير، يهمش المؤسساتي والنخبوي ، ويحتفي بالهامشي والجماهيري . تبعا لصناعة ثقافية خلفتها الرأسمالية الجديدة ، التي خلقت بموجبها مجتمعا استهلاكيا ماديا ، وقد كانت مدرسة فرانكفورت أول من نبه لخطر هذا التيار، واتضح جليا في أعمال تيودور أدورنو Theodore ADORNOU وماكسهوركهايمر Max Horkeimerوهيربيرت ماركيوز . Herbert Marcuse

ينتقد "أدورنو" ذلك النمط الجماهيري للثقافة السائدة، الذي يركز على ما هو هامشي ومبتذل ويدفعه إلى الواجهة، في عملية استبدال بارودية لمواقع المركز والهامش.

وهو وعي يروج لثقافة الاستهلاك، التي تجعل من الربح هدفا استراتيجيا، وتكيف الثقافة على أساس تجاري محض، بغض النظر عن قيمتها.

وليس بعيدا عن هذا الطرح، وجد الأدب نفسه خاضعا للمنطق ذاته، فقد تسحب نظام التفاهة ذاته، ورج مؤسسات الأدب ، وخض مقولاته الإبداعية. وصار الأدب في ظل الوعي الراهن، سلعة تباع وتشترى، في سوق جماهيرية مسيرة من طرف هذه المؤسسات .

وعليه سيعالج هذا المقال، علاقة الأدب بصناعة الثقافة .محاولا الإجابة عن أسئلة مؤرقة :

ما هو مفهوم تسليع الأدب ؟

وكيف تحول الأدب إلى سلعة ؟

وماهي أوجه هذا التسليع وآلياته ؟

وقد اخترت كتاب "نسيان com" لأحلام مستغانمي لاستيفائه شروط التسليع ، وقدرته على فضح آلياته وأبعاده.

**2.منصناعة الثقافة إلى تسليع الأدب:** يقودنا الحديث عن علاقة الأدب بالصناعة و التسليع، و ربطهما بمجال الصناعة الثقافية إلى التعمق في تاريخ هذه المصطلحات و تفكيك العلاقة بينهما في ظل وعي جديد، تخلخلت فيه القيم، وظفت على السطح ثقافة مصنعة موجهة للاستهلاك و الإتجار.

وعلى هذا الأساس يتوجب علينا تفسير معنى صناعة الثقافة، ثم تسليع الأدب وعلاقتهما قبل الوصول إلى تفكيك مصطلح التسليع وعلاقته بكتاب" **أحلام مستغانمي**".

**1.2 صناعة الثقافة من منظور مدرسة فرانكفورت:** اشتغلت مدرسة فرانكفورت، وعلى رأسها "تيودور أدورنو"، على تفكيك الوعي الرأسمالي ، الذي أسس لثقافة الاستهلاك، وعمل على تكريسها بغرض الهيمنة والتسلط .وقد تأسس هذا المفهوم النقدي عنده ،منذ كتابه الأول ،"جدل التنوير" رفقة ماكس هوركهايمر ، إذ لاحظ بداية تسحب الوعي الرأسمالي ،الذي خلخل البنى الثقافية وعبر عن امتعاضه

من الصناعة الثقافية ، التي لم تتوصل " **إلا إلى جعل الإنتاج إنتاجا مقننا ،انه صناعة أشياء متماثلة مضحية بكل ما يشكل فارقا بين منطق العمل ومنطق النظام الاجتماعي** " (دتيودور و هوركهايمر، 2006، صفحة 143)

فقد خلقت هذه المؤسسات وعيا جماهيريا قاصرا، وصنعت له ثقافة مشوهة بحسب متطلباته وبحسب سوق الاستهلاك، وعبر أدورنو قائلا " يحق للصناعة الثقافية أن تتباهى كونها قد أمنت تحويل الفن بشكل لا مهارة فيه إلى ظاهرة الاستهلاك. وأنها حررت التسلية من السذاجة وطورت إنجاز البضاعة ، وبقدر ما استطاعت أن تفرض نفسها أكثر فأكثر ...فهي قد تطورت وارتقت بشكل مطرد لتصل في نهاية الأمر ، لتؤمن تآلفا يجمع بين بيتهوفن وكازينو باريس " (دتيودور و هوركهايمر، 2006، صفحة 158)

ويهاجم زميله "**هربرت ماركيوز**"، وسائل الإعلام التي كانت معول هدم ، لما يعرف بثقافة النخبة، وبوقا لتكريس الصناعة الثقافية، في كتابه الهام "**الإنسان ذو البعد الواحد**"" **يعتبر العقل الأداتي، أسلوب التفكير المهيمن في العالم الحديث، حيث أن العلاقات بين البشر، تبدو كما لو أنها علاقات بين أشياء، وأن نظرة البشر لأنفسهم ،ولغيرهم تغدو كنظرتهم لأشياء مادية** "(ماركيوز، 1988، صفحة 25)

انتقدَ "ماركيوز" تشيؤ حياة الإنسان المعاصر، وماديتها .وانتقد -رفقة زميليه في مدرسة فرانكفورت -حرب الرأسمالية المالية ،على كل ما هو نخبوي .وتحويله إلى سلع للاتجار والمتاجرة، تحولت فيه الثقافة إلى بضاعة، وحاولت فوق هذا القضاء ،على الإبداع خارج معادلة العرض الطلب.

كما انتقد أيضا وسائل الإعلام الجديدة، التي أضحت وسيلة لفرض الهيمنة الأيديولوجية، وأسهمت في خلق نمط تفكير موحد إذ " **تعمل وسائل الإعلام عن طريق مضامينها، على إنتاج نمط من الإنسان يؤدي دوره في المجتمع، وفقا للتوقعات السائدة .دون أن يشارك في مقارعة أو تغيير ما هو قائم في المجتمع، كما**

**أنها تقضي على التنوع الثقافي، حيث يصبح إنسان وسائل الإعلام يفكر التفكير نفسه، ويسلك سلوكا شبه موحد، كما تقوم هذه الوسائل بترويج بضاعات ذات طابع تجاري مرتبط بالإنتاج الرأسمالي المربح "**(ماركيوز، 1988، صفحة 195)

شلت وسائل الإعلام من منظور "ماركيوز" -وخلفها مدرسة فرانكفورت - التفكير النقدي المغاير والبناء، وعملت على تكريس نمط تفكير موحد، توجهه بحسب منطق ثابت، خاضع في الغالب إلى منطق العرض والطلب، بعيدا عن الخصوصيات الثقافية، والفروقات الفردية، بل أكثر من هذا جعلت الرأسمالية من تلك الخصوصيات الفردية والثقافية، قوالب مصنعة مفرغة من مرجعياتها، موجهة للتصنيع والتسليع .

وليس بعيدا عن هذا الطرح، وجد الأدب نفسه خاضعا للمنطق الترويجي والتسليعي نفسه، واضطر الى الترجل عن عليائه النخبوية ،فاسحا المجال لهيمنة أنواع كانت منبوذة مغضوب عليها .وبعدما كان الأدب ينقسم إلى صنفين، أحدهما نخبوي جمالي رسمي مؤسساتي، والآخر شعبي، برزت إلى السطح ألوان الآداب الهامشية، تزاحم النخبوي في الهيمنة والسيادة، مستفيدة من قانون العرض والطلب، ومن مصطلح الصناعة الثقافية، الذي هيمن على جميع مناحي الآداب

**2.2 من صناعة الأدب إلى تسليع الأدب:** ربط النقاد العرب قديما بين الأدب والصناعة ، فقد عنون أبو هلال العسكري كتابه في نقد الشعر والنثر بالصناعتين، قاصدا بهما هذين المجالين ، ولم يفته في معرض حديثه عن سبب التسمية ، ذكر ما حاق بالمشتغلين بالأدب ، من تهميش وفقر مقارنة ببقية الحرف. كما أنه استخدم مصطلح الصناعة ، في كثير من المواقع مثل قوله : "وهو إذا أراد أنيصنع قصيدة ، أو ينشئ رسالة ، وقد فاته هذا العلم – مزج الصفو بالكدر وخلط الغرر بالعرر ، واستعمل الوحشي العكر وجعل نفسه مهزأة " (العسكري، د س، صفحة 8) في إشارة إلى أن الشعر هو نوع من الصناعة.

وغير بعيد عن هذا المعنى يشبه ابن طباطبا في كتابه عيار الشعر، الشعر ب " ناظم الجوهر ،الذي يؤلف بين النفيس منها والثمين الرائق، ولا يشين عقوده بأن يفاوت بين جواهرها في نظمها وتنسيقها ". (طباطبا، د س ، صفحة 11)

والمراد من كل هذا هو إجادة القول، واستمالة السامع، كما ارتبط مفهوم الشعر قديما بمفهوم الربح والتكسب، ويعج تاريخ الأدب بأسماء من تكسبوا بأشعارهم. وقد كانت أفواه الشعراء ،تملأ ذهبا إن هم أجادوا في امتداح الملوك والأمراء.

يقول ابن رشيق القيرواني " حتى نشأ النابغة الذبياني ، فمدح الملوك، وقبل الصلة على الشعر ، وخضع للنعمان بن المنذر ، وكان قادرا على الامتناع منه بمن حوله من عشيرته، أو من سار إليه من ملوك غسان ، فسقطت منزلته ، وتكسب مالا جسيما ، حتى كان أكله وشربه، في صحاف الذهب والفضة وأوانيه من عطاء الملوك " (القيرواني، 1972، صفحة 80)

وكان المديح في الشعر العربي، مرتبطا عند كثير من الشعراء القدامى بمن يجزل العطاء ، بعيدا عن صدق المدح وجدواه ، ناهيك عن بعض الشعراء ،الذين استخدموا النقد اللاذع والقدح لمن منع عنهم ماله على غرار الأعشى ، ويزخر أدبنا العربي بألوان جمة من تحولات الشعر إلى صنعة وسلعة تجازى مقاديرها بالذهب والفضة .وبخاصة في العصر العباسي ، فقد أدى تطور المجتمع الإسلامي وانفتاحه على بقية الشعوب ، إلى تفشي مظاهر اجتماعية ، أحالت صنعة الأدب إلى سبيل من سبل الاسترزاق عند بعضهم.

ترتبط لفظة التسليع في اللغة العربية بالمقابل الكمي ، فتسليع شيء ما هو تحويله إلى بضاعة تعرض بغرض الاتجار والربح ، وقد ورد في لسان العرب " وهما سِلعان وسلعان ، أي مثلان . قال رجل من العرب: ذهبت إبلي .فقال رجل : لك عندي

أسلاعها ، أي أمثالها " (منظور)يرتبط مفهوم السلعة بالمقابل المادي ، وبالمشابهة في الكم والنوع .

وإذا بحثنا في مقابل الكلمة عند الغرب نجد معجم le nouveau petit Roberالفرنسي يشرح مصطلح Marchandisation " تحويل البضائع الى سلع تجارية .مثل تسليع الرياضة ، البرامج التلفزيونية والمسلسلات التي هي مخلفات لمزيج من التزمت، وتسليع الجسد ".(francaise, 2009, p. 1534)

ويقابل هذا المصطلح في اللغة الانجليزية لفظة Commercialization واختير تعريفها بإعطاء مثال حول " تسليع كرة القدم ،بتحويلها من رياضة إلى تجارة مربحة للنوادي واللاعبين، الذين يضحون سلعة تباع من ناد إلى آخر (Combridge, p. 276)".

ويلاحظ اتفاق المعجمين على قضية التسليع لمجالات، أضحت من مخلفات الوعي الرأسمالي، ومن وسائله في الهيمنة والتجذر .

وإذا عرجنا إلى المفهوم الاصطلاحي فالتسليع في الأدب، هو تحويل الأدب إلى تجارة رائجة، حيث يعمد المؤلف، إلى ابتداع حيل لترويج إبداعه الأدبي ،بعيدا عن القيمة الجمالية والإبداعية للنص الأدبي، وذلك على مستوى الكتابة ( داخل النص) باختيار مواضيع رائجة، ظر فية، زائلة تتوافق وذوق المتلقي، وتوجهات القراء، فيختار المؤلف مثلا الكتابة بلغة رائجة مثل اللغة الإنجليزية، أو اللغة الفرنسية مثلما هو الحال عند الكتاب الفرانكفونيين

يعدّ مصطلح تسليع الأدب مصطلحا حديثا ، وقد تمت الإشارة إلى مضامينه ، عند نقاد كثر في معرض حديثهم عن ثقافة الجماهير ، ودورها في هيمنة الآداب الهامشية، إذ نجد مقالا مهما لمارك انجينو Marc Angenot كان قد نشره سنة 1974بعنوان ما هو الأدب الهامشي : qu’ est ce que la paralittérature وقد تعرض فيه إلى الآداب الهامشية ،التي تسحبت على الأدب الرسمي ، وأورد كيف أنها

أضحت تشكل مجالا واسعا من مجالات التلقي ،غير الخاضعة إلى معيار جمالي أو فني ومنفلتة من النقد والتوجيه (Angnot, 1974) .

كما استخدم Bernard Moralis برنارد موراليس مصطلح الآداب المضادة ،في كتابه الآداب المضادة Les contre_ littéraires الذي نشره سنة 1975 .

ليدلّ به على هذا القطاع الواسع من الكتابات المعاصرة ، التي تنفلت من المعايير الشكلية والجمالية للأدب الرسمي، يقول " الآدب الشفاهي، أدب الجوالين، الميلودراما، الروايات الشعبية، الأشرطة المصورة، عناوين الجرائد،أدب المستعمرات ....سمحت لنا هذه الأنواع بالتعرف على مدى اتساع هذا المجال الذي ترفضه الآداب الرسمية، والذي نعرفه بالآداب المضادة ". (Bernard، 1975، صفحة 60)

وهو أدب فرض نفسه بمنطق السوق، ومعيار العرض والطلب .

تعمق ألان ميشال بواييه، في تفكيك علاقة الآداب الهامشية ، واعتبارها المجال الحيوي للصناعة الأدبية وتسليع الأدب والاتجار به ، يقول " تعد الآداب الهامشية مكونا أساسيا من مكونات المحيط الثقافي ذو الطابع الصناعي، أنها تحتل مكانا مركزيا في النظام التجاري المعاصر ".(Boyer, 1992, p. 6)

وقد فكك في فصول هذا الكتاب الهام ، الفرق الكبير بين الأدب الرسمي المتعالي ، والأدب الهامشي الذي يرى أنه زائل ومتسارع وموجه للاستهلاك الجماهيري ، ويعد الفصل الرابع من الكتاب أهم فصل فكك فيه علاقة هذه الآداب بمفهوم الصناعة والتسليع ،وهو بعنوان : الأدب الصناعي: Une littérature industrielle يقول : "أن الآداب الهامشية المعاصرة هي نتاج المجتمع الصناعي ككل، فهو لا ينتج عن تغيرات طفيفة في سمة الأدب ، وإنما يصدر عن اضطراب كبير لمفهوم الخطاب وتكييفه على حسب ذوق المجتمع الجماهيري "(Boyer, 1992, p. 55) الذي يفترض ذوقا مغايرا ، متدنيا فرض تكييف الإبداع على نمطه مضحيا في الغالب بالأدبية والنخبوية لارتباطه الوثيق بمنطق العرض والطلب .

**2. الصناعة الأدبية، لنسيان .com :** يضعنا كتاب نسيان كوم لأحلام مستغانمي ، في مواجهة كتابة مغايرة ، على مستوى الشكل والمضمون ، فهو ليس برواية ، ولا خاطرة ، ولا يمكننا تصنيفه، إنه ظاهرة أدبية جديدة ، تلتمس فيها تقنيات التسليع ، الموجهة للربح المادي، مستفيدة من سمعتها الأدبية التي اكتسبتها بفضل روايتها "ذاكرة الجسد" .ولهذا يتوجب تفكيك خطوات هذه الصناعة ، وتتبع آليات التسليع ،على مستوى الشكل والمضمون .

وتجدر الإشارة هنا ، إلى أن تسليع الأدب يرتبط بما هو :خارج النص ، وما هو داخل النص . ونقصد بخارج النص ، كل ما يمكن أن يؤثر، في عملية انتشار المؤلف الأدبي ، سواء سمعة الكاتب السابقة ، جوائز أدبية حازها الكاتب صاحب المؤلف ، دور النشر وعملية التوزيع ، لغة الكتابة ومدى انتشارها وتكريسها ...إلخ

في حين يتضح التسليع داخل النص من خلال موضوعه ، وقالب الكتابة ، وكل حيل التشويق والتجريب التي يستخدمها المؤلف .

**1.3 الصناعة الأدبية على مستوى الشكل :** ينتمي هذا الكتاب كما تسميه أحلام مستغانمي. إلى نوع من الكتابات الجماهيرية التي تهدف إلى الانتشار. ويكون هدفها الأول تجاري موجه للاستهلاك.

ولعلنا ندمج هذا النص في نطاق" أدب اللانوع "، لأنه نص متشابك مترابط، متراوح بين الخاطرة والأحجية والأغنية والحكمة ... أو إلى الآداب الهامشية les paralittératuresكما يحلو " لبرنارد موراليس Bernard Mouralis " تسمية هذا النوع من النصوص المخاتلة.

يتكون هذا النص من 336 ص ومرفق ب " CD". عبارة عن مقطوعات موسيقية بصوت الفنانة اللبنانية جاهدة وهبة. وهذه المقطوعات كتبتها أحلام مستغانمي لتترافق مع موضوع الكتاب. وهو : النسيان.

ورد هذا الكتاب في غلاف أسود تتوسطه صورة زهرة النسيان أو نبتة الخشخاش. وفوقها مباشرة وبلون فضي بارز حضر العنوان "نسيانCO." وعلى الجانب الأيسر طبع بخاتم أحمر في شكل منع وتحذير. " يحظر بيعه للرجال ". بينما في الأسفل يوجد اسم الكاتبة. ثم عبارة مرفق « CD » جاهدة وهبة تغني نسيان أحلام مستغانمي.

استخدمت الكاتبة هنا تقنية الإغراء التجاري. سواء في اختيار عنوان كتابها أو موضوعه أو حتى طريقة تقديمه.

ونبدأ من العنوان نسيان .com: وهذا التركيب المماثل للمواقع الالكترونية، ولعل الكاتبة استخدمت هذا التركيب المشابه لعبارة نسيانكم حتى تقترب أكثر من المتلقي.

يعد الأنترنيت الوسيلة الأكثر انتشارا والأكثر سهولة للحصول على الإجابة الملائمة عن أية مسألة يراد حلها. لذلك استخدمت الكاتبة هذه العبارة المركبة من كلمتين: "نسيان" و".com". نسيانكم أو الموقع الحصري للنسيان بلغة الأنترنيت، واختارت اللازمة .comالتي ترافق المواقع التجارية في عالم الأنترنيت. وبالتالي فهي تخاطب القارئ والقراء العاديين. الجماهير الواسعة، التي تبحث عن حل للنسيان بهذا الكتاب الذي يغنيهم عن البحث في مواطن أخرى.

ولا يتوقف هذا الإغراء عند العنوان فحسب. فكل ما في الغلاف يجلب القارئ، فقد اختارت زهرة النسيان لتتوسط الغلاف، ويرتبط رمز الزهرة بالأنثى لجمالها وضعفها.

و تنتقل دلالة الزهرة هنا من إهداء في مواسم الحب ومراسم الجنائز إلى حضور في تأبين النسيان.

ولعل الكاتبة هنا تعطينا " نحن النساء" هذا الكتاب كعلاج وبلسم. من أجل نسيان هجران الرجال، كبديل لنبتة الخشخاش القاتلة. ويتحول هذا الكتاب الذي

أقرت في ثنايا نصها أنها تفضل بيعه في الصيدليات، وبوصفة طبية خاصة من طبيب الحب. إلى أفيون الذاكرة وعلاج الألم وملجأ للهروب من لحظات الواقع الآسية في تذكر رجل استطاع نسيان المرأة بسهولة.

ومنه فهذا العنوان المغري يحضر ليستأثر بلب المتلقي. كما أنه يدخل في نطاق العناوين التجارية الموجهة للقراء الراغبين في الحصول على نتائج سريعة ومبهرة. ليكون الإغراء المادي.هو الطعم الذي يصطاد به الناشر قراءه، حينما قرر أن يحيل الأدب إلى بضاعة تباع في المحلات، ونحاول استنادا إلى هذه الفرضية فضح هذه الخدع التجارية التي حولت الكلمة والأدب إلى سلعة تجارية تتوسل بما هو جماهيري، وتتفنن في تصنيع الأدب وتسليعه بما يتوافق وذوق المستهلك.

يخضع هذا النص إلى تقنيات الصناعة الثقافية. و" يقصد بالتصنيع الثقافي عملية تحويل الأنشطة الثقافية ومستلزماتها أيا كانت إلى منتجات سلعية وخدمية وإيصالها إلى المتلقي. وذلك وفق معادلة اقتصادية وفنية". (العيفة، د س ، صفحة 50)

لذلك فقد اختارت الكاتبة هذا الموضوع " النسيان" والكتابة عنه لتحوله إلى سلعة تجارية. تفضل كما قالت بيعها في الصيدليات. وبواسطة وصفة طبية من طبيب الحب.

يندرج هذا النص أو الكتاب ضمن أدب اللانوع، فلا هو برواية ولا هو بشعر، ولا هو بخواطر. بل هو نوع من الكتابات المسترسلة المنتقاة من الحياة اليومية ومن اهتمامات المرأة. وبالتالي ينتمي هذا النص إلى ثقافة الجماهير. في شكله وطريقة كتابته. على الرغم من أن الكاتبة أحلام مستغانمي قد عرفت في إطار المؤسسة الرسمية للأدب، بروائعها الثلاث: ذاكرة الجسد، فوضى الحواس، عابر سرير. وبدواوين شعرية كثيرة. ومنه فإن " أحلام مستغانمي" منطقيا تنتمي إلى حضيرة الأدب الرسمي. لم يمنعها هذا الأمر من كتابة هذا النص. بلغة قارئيه وقارئاته بسيط ومختال، يتحدث

بلغة النساء البسيطات الغبيات كما تعبر هي في كتابها. عن مآسيهن وحاجاتهن نسيان غدر الرجال .

ولهذا يمكننا أن نقول أنه ينتمي إلى الأدب الهامشي، الموجه إلى الاستهلاك الجماهيري الواسع. ولا يخضع في كتابته إلى أية اعتبارات أدبية. بل يخضع إلى قانون واحد فقط هو قانون العرض والطلب. كاتب يجس نبض قارئه ويستغل حاجاته العاطفية والنفسية. لتخطي عقدة ما. ويكتب فيما يخفف عنه تلك الأعباء، ومثلما نعتر في المكتبات المعاصرة على عناوين مغرية تعدك بقصور وملايين. مثل" كيف تصبح مليونيرا في أسبوع" أو " كيف تؤثر على الآخرين" أو " كيف تصبحين جميلة " ...الخ

يحظر هذا الكتاب كدليل للنساء المعذبات بوصفات مجربة لنسيان العلاقات العاطفية الفاشلة. تحت عنوان مغري "نسيان.com" كما تعرضت إليه سابقا.

و من ثمة يدخل هذا الكتاب في باب الصناعة الأدبية الموجهة للمتاجرة في شكله ومضمونه.

في الإشارة الحمراء على رأس الكتاب في الجانب الأيسر " يحظر بيعه للرجال" والممنوع مرغوب. وكما استخدمت "أحلام" عبارة " نزار قباني أنا ممنوع في كل مكان إذن أنا مقروء في كل مكان". ثم في CD المرفق بهذا الكتاب وهو للمطربة جاهدة وهبة. ولا نعرف من خدمت الأخرى في هذه المقايضة الفنية : الكلمة والأدب أو الغناء.

لكن الواضح أن أحلام أرادت أن تخدم جاهدة وهبة في هذه الصفقة التجارية. فمن يشتري كتاب احلام لشهرتها سيشتري الCD المرفق أيضا وبالتالي فبيع أحلام ل 40 ألف نسخة المبشرة بها في هذا النص. معناه أن تبيع جاهدة وهبة 40 ألف CD وهذا رقم خيالي في عصرنا هذا. مع تطور وسائل القرصنة الالكترونية ومن ثمة تنجح هذه المقايضة الفنية الى مقايضة تجارية مربحة.

كما يحضر الإهداء أيضا لإثبات، هذه الخدعة التجارية فقد نشر هذا العمل على صفحات الأنترنيت قبل أن يوزع ورقيا في خطة إشهارية ملائمة.

ثم يؤكد هذا الإهداء المغاير إلى قراصنة الكتب الجانب التجاري الذي توليه الكاتبة هنا أهمية كبيرة حيث تقول: "أهدي هذا الكتاب أولا إلى قراصنة كتبي، فلا أعرف أحدا انتظر إصدارا جديدا لي كما انتظروه أنا مدينة لهم بانتشاري ... فلولاهم ما فاضت المكتبات بآلاف النسخ – المقلدة طبق الأصل- عن كتبي.

يسعدني أن يجد الكل في هذا الكتاب باب رزق " الله يجعلني غابة والناس فيَ حطابة" المجد للصوص ... جميعهم. هذا زمن الأيدي التي تنهب لا تلك التي تكتب". (مستغانمي، 2010، صفحة 99)

تحاول الكاتبة هنا تأكيد انتشارها بين الجماهير. الذين تسميهم قراصنة كتبها. المستفيدين من انتشارها عن طريق قرصنة أعمالها. وهي بهذا الإهداء أثبتت أهمية الجانب المادي لديها.

فهي تهدف إلى الانتشار الجماهيري وحسب. وإنما تهدف إلى الربح المادي. وترى في هؤلاء القراصنة لصوصا على الرغم من أنها تحاول التعبير عن فرحتها بأن تكون مصدرا للاسترزاق عند الكثيرين.

تحضر الصناعة الأدبية لهذا الكتاب أيضا من خلال لغته وعناوين الأجزاء التي اختارت الكاتبة أن توزع عليها آراءها ومقولاتها. وهي تسعة أجزاء مختومة بميثاق أنثوي. و عناوين هذه الأجزاء هي: هكذا تورطت في هذا الكتاب. هاتف النسيان .نصائح بقطيع من الجمال .وصفات لنسيان رجل .كما ينسى الرجال .كمائن الذاكرة .نساء في مهب النسيان .من قصص النساء الغبيات .تانغو النسيان .

ميثاق شرف أنثوي .

ونلاحظ الإغراء الممارس في هذه العناوين التي تجلب انتباه القارئ، وتفتح شهيته لقراءة الكتاب وشرائه .

### 2-3الصناعة الأدبية على مستوى المضمون :

2.3. **1 نسيان .com وتو اتر الخطابين الرسمي والهامشي**: كتبت أحلام هذا العمل في فترة استراحتها من كتابة روايتها " الأسود يليق بك". واختارته بعدما علقت في أذهان القراء بثلاثية رائعة أدخلتها في حظيرة الأدب الرسمي. وفي عالم الآداب الراقية .

وليست أحلام بالكاتبة الوحيدة ،التي اختارت الكتابة في مواضيع هامشية. برغم انتمائها إلى المؤسسة الرسمية للأدب. بل سبقها في هذا الأمر الكثيرون .

إن موضوع الكتاب هو موضوع جماهيري. استنبطته الكاتبة من قصة صديقتها ، التي وقعت في ورطة عاطفية ، وحاولت أن تساعدها بهذه النصائح النادرة،عندما هجرها حبيبها لمدة شهرين، واضطرت أن تنوب عنه في هاتف الحب. تقول أحلام في فصل بعنوان "هكذا تورطت في هذا الكتاب": " نصيحة بعد أخرى، ولد من مكالماتنا الهاتفية ومواساتي لها ما أصبح كتابا. فقد وجدت أن ما أقوله لامرأة يستحق أن تأخذ منه علما جميع النساء.

بدا الأمر مجرد مزحة، فقد تطوعت كل واحدة بإمدادي بنصائحها وخلاصة حكمتها". (مستغانمي، 2010، صفحة 99)

وواصلت أحلام في خطة تجسيد هذه المزحة .عندما لعبت دور الحبيب ،الذي يهاتف صديقتها في كل يوم في التاسعة صباحا. وتأخذ دور المواسية ،التي تريد تذكيرها بمساوئ الحبيب ،وبضرورة النسيان .وتقص عليها أيضا قصص النساء المخدوعات. وتروي لها حكايات خادمات وسيدات بسيطات وقعن في فخ الخيانة والهجر وكيف استطعن الخروج من مأزقهن .وهنا يحضر الخطاب الهامشي بقوة. حينما تتحدث أحلام بلسان والدتها المثقفة. وبلسان سيدات جاهلات. لكنهن خبيرات بقضايا الحب والعلاقات. كما يتضح هذا الخطاب الجماهيري في عناوين الفصول والفقرات، حينما تختار أحلام هذا اللون من الخطابات ،حتى تقترب أكثر من النساء البسيطات ثقافيا ،واللائي يفترض أن يكن غالبية من تقرأن هذا الكتاب .

فمثلا تستعير الكاتبة من المخرج " مروان نجار" تسمية فصلها هذا "طالبين النسيان" بدل "طالبين القرب.

و أيضا في الجزء الذي عنونته بـ" وعزة نفسي منعاني" وليفتينغ النسيان. حينما تستعين بأقوال ممثلين مشهورين مثل الممثلة ايمانويل بيار. " الحب هو أفضل عملية شد وجه، لكن عموما من الأسهل العثور على جراح تجميل .من العثور على رجل يستحق الحب" (مستغانمي، 2010، صفحة 241)

وهي تحاول هنا أن تقرب مفهوم الحب ، إلى النساء المولعات بالسن والجمال .وتربط بين عمليات اللفتينغ أي عمليات شد الوجه ،ومغامرات الحب الصادقة ،التي تعيد الشباب والنضارة.

تكرر الكاتبة هذه الخطة في كل مراحل الكتاب .في الجزء الخاص بالنصائح، وفي قصص النساء الغبيات كما يحلو لها تسمية ذلك الجزء.

فهي تستخدم كل ما هو مألوف ويومي عند النساء لتقرب إليهن المفاهيم. مثلا: ابعدي عن البحر وغني لو.. تسلحي بالشوكولا...أقصر طريق إلى النسيان....اصنعي من الذكريات تبولة.

و تختم الكاتبة نصائحها وقصصها بميثاق الشرف الأنثوي. وتدعو كل قارئة أن توقع اسمها تحت ذلك الميثاق وتتعهد بتنفيذ ما قرأته.

و هذه الخطوة الجميلة تشعر القارئة بانخراطها في حزب النسيان ،الذي أسسته الكاتبة. وتشعرها أيضا بارتباطها العضوي والروحي ،لما جاء فيه وهي حيلة أخرى من الكاتبة ،حتى تقترب أكثر من قارئاتها وتحقق مبيعات كبيرة لكتابها.

نجحت أحلام إلى حد كبير في مزج الجنون بالعقل، الرسمي بالهامشي، النخبوي وبالجماهيري. فهذا الكتاب بسيط الفكرة عميق الأثر.

اختارت موضوعا نسائيا ،وهي أزمة المرأة بعد الفراق .وخاصة نساء أضعن أعمارهن في حب رجال لا يهمهم لا الوقت ولا شعارات العهود والوفاء.

جالت بهذا الموضوع وشرحت كيف يفعل الحب فعله .وكيف تكون المرأة مثقفة كانت أم بسيطة .ضحية هذا الضعف. فإلى جانب صديقتها المثقفة "كاميليا". أ وردت قصة خادمتها وكيف كانت تساعدها على التخلص من استغلال صديقها.

و مثلما استخدمت مقولات مشهورة لأدباء وشعراء مشهورين ،على امتداد الكتاب مثل أونري دي بلزاك، إبراهيم الكوني، ألفريد دي ميسيه، محمود درويش، كامي لورانس، ألفريد كابوس، إبراهيم ناجي...

استخدمت أيضا مقولات لممثلين مشهورين وأيضا عبارات لنساء عاديات وعلى رأسهن والدتها. فمثلا في الجزء المعنون ب " يا ظالم لك يوم".

تتفنن الكاتبة في نصح قريناتها وتختار معها ألوانا من الأدعية ،حتى تحقق انتقامها من الرجل ،الذي غدر بها مثل دعاء التقية، دعاء الولية، دعاء المهبولة، دعاء الشريرة الذي تقول الكاتبة بصدده: " سمعت هذا الدعاء قبل عشر سنوات من صديقة لبنانية تدعو على رجل أحبته : الله يبعتلو شلل وطولة عمر". (مستغانمي، 2010، صفحة 241)

و دعاء المخدوعة:

"يا ربي اجعلو خيط والنساء حيط ... وحشمو مع كل مرا" (مستغانمي، 2010، صفحة 244)

تظهر هنا ملامح الثقافة الشعبية. إذ تنزل أحلام إلى أدنى المستويات. وتفكر بمستوى وعي المرأة البسيطة، وتواسيها وتساندها مثلما فعلت مع خادمتها العاشقة.

كما توظف قصة من جنوب الجزائر: في الجزء المعنون بـ" تذكري ليلة الجدي". حينما تستعين الكاتبة ب حكاية الأم والمثل الدارج " ابكي ابكي وربي بكاك واذكري ليلة الجدي". (مستغانمي، 2010، صفحة 11)

و هي حكاية امرأة مات عنها زوجها. وكان هذا الزوج قاسيا وبخيلا، حتى أنه ضرب زوجته ضربا مبرحا لأنها ذبحت جديا بمناسبة مجيء أمها دون علمه. وعندما توفي أتتها الأم معزية. وذكرتها أن هذا الزوج لا يستحق كل الحزن. وذكرتها بليلة الجدي.

و أوردت الكاتبة هذه الحكاية لتثبت أنه يجب تذكر مساوئ الرجل حتى تستطيع نسيانه.

إذن يتناغم في هذا الكتاب الخطابان الرسمي والجماهيري. وتستعين الكاتبة هنا بأساطين الفكر والأدب والفلسفة لتثبت مقولاتها في الحب والنسيان. ولا تتوانى عن استخدام مظاهر من الثقافة الشعبية. وحكايات لنساء بسيطات وغبيات – بتعبير الكاتبة – حتى تثبت طريقتها في مداواة العشق ونظريتها في كيفية النسيان.

**2 .2. 3 نسيان كوم و انتفاضة الأنوثة ضد الذكورة :** يأتي هذا النص مدافعا عن النساء المستضعفات، مفندا مقولة النساء الضعيفات. مكسرا لصور الكتابات الرسمية . وهي من المواضيع الرائجة حديثا لما فيها مغازلة لفئات معينة مكرسة ايديولوجيا ، وإن كانت الكاتبة تقر في بداية الكتاب بأن عملها هذا ليس مانيفيستا نسائيا وبأنه " جردة نسائية ضد الذكورة، دفاعا عن الرجولة، تلك الآسرة التي نباهي بوقوعنا في فتنتها، إذ من دونها ما كنا لنكون إناثا " (مستغانمي، 2010، صفحة 11)

تفرق مستغانمي بين الرجولة والذكورة، وتقر بأن العصر الحالي أصبح عصر الرجولة المزيفة وبأن النساء مازلن يتقن إلى الرجولة الحقة. كما صورتها الثقافة الدارجة.

تحدثت أحلام عن تلك الرجولة المزيفة التي تباع في الصيدليات، والتي يختفي بالمهرجمن اللباس ويمتهن كرامة المرأة". (مستغانمي، 2010، صفحة 11)

لذلك فهي تجهر في مطلع كتابها في مدخل عنونته ب: توضيح للرجال المتسللين إلى هذا الكتاب قائلة: " أيها الرجال الرجال سنصلي لله كثيرا كي يملأ بفصيلتكم مجددا هذا العالم. وأن يساعدنا على نسيان الآخرين." (مستغانمي، 2010، صفحة 12)

و منه فهذا الكتاب الذي يحوي في ظاهره انتصارا للمرأة ووقوفا إلى جانب قضيتها ويساعدها على نسيان الرجال أو الذكور كما تريد أحلام أن توضح. هو دليل للنساء المجبورات على التعامل مع تلك المسوخ التي امتلأ بها الكون، أشباه رجال يحتفون بفحولة مزيفة:

تتساءل الكاتبة بمرارة ...

" أين ذهب الرجال ؟ الكل يسأل.

اختفاء الرجولة لم يلحق ضررا بأحلام النساء فحسب بل بناموس الكون وبقانون الجاذبية " (مستغانمي، 2010، صفحة 12)

عبرت الكاتبة عن هذا الفقد. فقدان المرأة المعاصرة لميزات الرجولة الحقة وبطبيعة الحال من وجهة نظرها كامرأة عربية أولا ومثقفة ثانيا. هي ترى أن " الشهامة والشموخ والفروسية والأنفة وبهاء الوقار ونبل الخلق إغراء التقوى والنخوة والإخلاص لامرأة واحدة والترفع عن الأذى وستر الأمانة العاطفية والسخاء العشقي في إغداقه والاستعداد للذود عن شرف الحبيبة لكل خلية وحتى آخر خلية ومواصلة الوقوف بجانبها حتى بعد الفراق.

تلك خصال لعمري ليست للبيع. بل أن مجرد سردها هنا يدفع إلى الابتسام ويشعرنا بفداحة خسارتنا وضآلة ما في حوزتنا " (مستغانمي، 2010، صفحة 12)

هذه هي صورة الرجل كما تتمناه المرأة. رجل شهم، كريم، مخلص، فارس. فالكاتبة هنا تعتذر إلى الرجال، إلى فئة قليلة منهم. من تتوسم فيهم هذه الصفات. وتستثنيهم من سياط الجلد الذي ستمارسه على هؤلاء الذكور الذين أساءوا إلى ناموس الكون بتخليهم عن رجولتهم.

و تواصل أحلام في تعبيرها عن حالة الفقد. وتثبت للقارئ الذي يظن لأول وهلة أن هذا الكتاب هو انتفاضة امرأة ضد الرجل. أن أحلام مازالت تحلم بالرجولة المولية. وهذا ما أثبتته قولا. على الرغم من أن هذه الكاتبة المنتمية إلى المؤسسة الرسمية تريد

أن تعيد الاعتبار للنساء المضطهدات والغبيات. وهي تريد حفظ حقوق المرأة إلا أن مضمرات الكلام تنبئ بغير هذا.و نعثر عل الدليل منذ بداية هذا الكتاب. إذ ترد العبارة الاستهلالية في وسط الصفحة الثالثة " أحبيه كما لم تحب امرأة وانسيه كما ينسى الرجال". و هي عبارة موجهة لقارئة هذا الكتاب،و تتكرر عبر جميع أجزائه، أرادتها الكاتبة أن تكون البؤرة التي بنت عليها هذا النص المخاتل وكأنها بيان أنثوي .

وردت هذه العبارة في صيغة أمر لكل امرأة قارئة: أحبيه أكثر من غيرك بكل قوة، كوني مغايرة كريمة، ثم انسيه كما ينسى الرجال في إصرارهم وثقتهم وكأن الحب بكل قوته ومغايرته ومكابرته. هو ضعف مرتبط بالمرأة الضعيفة وهشاشتها.

ففي الحب بكل شهوته يكمن وجود المرأة وحينما يجئ دور النسيان، الذي هو قوة وعزيمة وإرادة ينحصر دور المرأة وكأن النسيان هو قوة كبيرة لا تقوى عليها المرأة وعليها أن تستعير صورة الرجل هنا لكي توصل إلينا الفكرة كاملة.

تصدر هذه الجملة الثقافية من كاتبة تدعي أنها مخلصة للنساء اللائي عقدن قرانهن على الانتظار. من كاتبة تريد أن تثبت للقارئات بأنه يمكن للمرأة أن تعيش دون رجل، ويمكنها أن تنساه أو تخونه.

يمكنها أن تخرج من عباءة بينيلوبي التي وضعتها فيها أقدم المرويات. يمكنها أن تكون قوية وتوقف أعمال النسج الكئيبة وهي تنتظر أوديسيوس المغامر الذي نسيها في زحمة الحرب والمجد. بينما ظلت هي تنتظره بعناء لمدة عشرين سنة كاملة لتتوج في ذاكرة التاريخ بأنها امرأة وفية، لأنها قررت أن تتوقف عن الحياة لمدة عشرين سنة إلى أن يتذكر الزوج بأن له بيت وأولاد ويجبر على العودة.

تعيد الكاتبة ترديد ما رضعته كأنثى من الثقافة السائدة، هي امرأة تريد أن تسمو ببنات جنسها حسبها لتجعلهن ضعيفات في الحب وبالمغامرة في الحب والكرم فيه. والمضمر في هذا الكتاب يوقع مستغانمي في نقيض ما تتظاهر بالبحث عنه. فهي تقر بضعف المرأة وبقوتها في هذا الضعف. فالحب ضعف وهي قادرة على هذا الضعف

بل وتحثها عليه. في حين أن النسيان قوة وهو مذكر، وإن أرادت المرأة أن تكتسب قوة النسيان فعليها الخروج عن طبيعتها وتستعير هذه القدرة من الرجل.

الحــب ≠ النسيــان

المــرأة ≠الرجــل

الضــعف ≠القــوة

و بالتالي فالكاتبة هنا واقعة في أسر نظرية الذكورة من حيث لا تدري، باعتبارها امرأة تعيش في مجتمع مشرقي محافظ. تخضع فيه المرأة إلى قيم معينة ويكون القمع الفكري والجنسي والعاطفي هو دينها الأوحد .

يقول آرثر ايزايارغو في كتابه: " إن الفكرة التي تذهب إلى أن المجتمعات التي تسودها السيطرة الذكورية، بل وأكثر من ذلك. أنها تعكس قوة القضيب الذكوري. هي الفكرة المركزية في التفكير النسوي، ووفقا لهذه الفكرة فقد تشكلت مؤسسات المجتمع والثقافات الموجودة في المجتمعات والأدوار الموكلة للنساء في الفنون الراقية وفي وسائل الإعلام الجماهيرية وفي كل جوانب الحياة وإلى حد ما على نوع غير واع بواسطة القضيب الذكوري". (آيزابارغر، 2003، صفحة 68)

و هذا ما يثبته هذا الكتاب في شكله ومضمونه

**3 .2. 3 نسيان كوم وتداخل الموسيقي مع الأدبي:** أرفقت الكاتبة نصها المغاير بقرص غنائي من كلماتها. وفي الموضوع الرئيسي لكتابها وهو النسيان وقد اختارت المطربة الراقية جاهدة وهبة كي تؤدي تلك القصائد التي تتحدث عن النسيان.

عنوان القرص أو الألبوم الغنائي هو " أيها النسيان هبني قبلتك" وعوض أن يكون الحب والرجل هو بطل الأغاني، كما دأبنا على ذلك في مختلف الأغاني المنتشرة. تستبدل الكاتبة :

الرجل ← بالنسيان.

اللقاء ← بالفراق.

و تقر في تلك القصائد عزيمة المرأة على النسيان.

تقول كلمات إحدى الأغنيات:

" أيهـا النسيان أعطني يدك
كـي أسير في مدن الذكرى معـك
نضــج الفــراق
على شفاهي أزهرت قبل الوداع
لـك قطافـي يا نسيان
هبـني قبلتــك
.....
ما دمت لي ما دمت لك
لــن أرتـدي حداد الحب
أحببتــه كما لم تحب امرأة
و نسيتــه كما ينسى الرجال"

مدة هذه الأغنية هي سبعة دقائق. ب صوت جميل لمطربة احترفت الغناء الصعب، والتي قال فيها الكاتب "غونتر غراس" " لدى جاهدة وهبة قدرة عجيبة على موسقة الشعر وإيصال المعاني الكامنة في القصيدة إلى المتلقي، وكأنها تعيد كتابة القصيدة بصوتها ولحنها ... أعجبت جدا حد النشوة بما لحنته لي". (مستغانمي، 2010، صفحة 335)

لقد أضافت جاهدة وهبة لقصائد أحلام مستغانمي كثيرا من الدفء والرقي. فهذه القصائد التي تصر فيها أحلام على ضرورة النسيان وعلى خلق نموذج راق للمرأة

القوية القادرة على نسيان حبها. والخروج من دائرة الضعف وأن يتحول النسيان والنكران إلى عاشق وهو ما حاولت تأكيده على مر صفحات الكتاب. أعلنته صراحة في الجزء المعنون بـ" تجنبي الأغاني العاطفية إلا إن كنت مازوشية ". تؤكد أحلام هنا أن الغناء هو طريقة للمداواة من العشق تقول: " استمعي إلى الموسيقى، الموسيقى الراقية الجميلة المبتهجة، فوحدها الموسيقى تجعلنا حزينين. بشكل أفضل جربي: الدانوب الأزرق "شتراوس"، البوليرو لرافيل ، معزوفات كليدرمان على البيانو، سمفونيات شوبان المبهجة. احزني بحضارة يا متخلفة. ثم أغنية لفيروز عليك أن تجعلي منها نشيدك وهي:

" بتمرق عي امرق
ما بتمرق ما بتمرق
مش فارقة معاي..."

استمعي طبعا إلى جاهدة وهبة تغني نسياني، فقد عملنا على أن يكون الCD جزءا من العلاج الذي عليك إتباعه للتعافي من الماضي .

يمكنك تناول هذه الأغاني على الريق وقبل الأكل وبعده وقبل النوم..."[19]

وهي طريقة مغايرة للكتابة المتوسلة بألوان أجدى في التعبير من أجل الوصول إلى الهدف.وهنا تتضافر الكلمة مع اللحن والأداء لأجل غاية واحدة هي " النسيان"، وأيضا ت تأكد الحيلة الثقافية للكاتبة من أجل الترويج التجاري لكتابها ولصديقتها المطربة على حد السواء ويقع القارئ في فخ التسليع الثقافي

**3. خاتمة :** من خلال كل ما سبق ، نستنتج أن هذا الكتاب المخاتل " نسيان com " الذي أتى في قالب تجاري ، مستفيد من تقنية العصر ، في الظهور والانتشار ، قد خضع لتقنيات الصناعة ، ولآليات التسليع بحسب مفهوم ادورنو ، إذ حولت الكاتبة هذا العمل إلى سلعة استهلاكية موجهة علنا إلى فئة النساء المغلوبات على أمرهن ، من أجل النسيان ، وضمنيا هي ترنو إلى الوصول إلى أكبر نسبة مبيعات .وإن كانوا رجالا برغم ذلك المنع "غير البرئ" الذي وضع على الغلاف " يحظر بيعه للرجال "

، وقد رأينا كيف أن الكاتبة كانت توصي ببيع كتابها عند الصيدليين ، وكيف وضعت في نهايته ميثاقا انثويا للتوقيع لتضمن ارتباط الكتاب العضوي بقارئه ، وأيضا في إرفاقها لهذا الكتاب بشريط غنائي ل جاهدة وهبة ، وهي خطوة مغايرة في عالم الأدب ، حينما زاوجت بين الأدب والغناء .

إذن ينتمي هذا الكتاب إلى ثقافة الجماهير ، في شكله ومضمونه ، وفي مستويات الكتابة أيضا ، على الرغم من أن صاحبته هي من كتاب المؤسسة الرسمية ، وقد خلف هذا أثره على النص ، لأن الكاتبة زاوجت بين الخطاب المتعالي الموجه إلى النخبة ، وذلك في إيرادها لمقولات الفلاسفة والأدباء والشعراء ، وأيضا بين الخطاب الجماهيري ، عندما تتحدث بلسان والدتها ، أو بلسان سيدات بسيطات ، وقعن في حيرة النسيان ومن هنا ضمنت الكاتبة قراء من جميع المستويات .

ومنه فتسليع الأدب ، هو حوصلة الحيل التجارية ،التي يستخدمها الكاتب ، على مستوى الشكل والمضمون، من أجل التأثير على القارئ ، بهدف الانتشار والربح التجاري. مضحيا في غالب الأحيان بأدبية النص.

## 5. قائمة المراجع:


1. *ابن رشيق القيرواني. (1972). العمدة في محاسن الشعر وآدابه ونقده .تحقيق :محمد محيي الدين عبد الحميد . لبنان: دار الجيل.*

*2. ابن طباطبا. (د س). عيار الشعر. بيروت-لبنان: دار الآداب.*

*2. ابن منظور. لسان العرب.*

*3. أحلام مستغانمي. (2010). نسيان.com. (ط2، المحرر) بيروت: دار الآداب.*

*4. أدورنو دتيودور، و ماكس هوركهايمر. (2006). جدل التنوير تر: جورج كتورة. (ط1، المحرر) دار الكتاب الجديد.*

*5. آرثر آيزابارغر. (2003). النقد الثقافي: تمهيد مبدئي للمفاهيم الرئيسية، تر: وفاء إبراهيم، ورمضان بسطويسي. (ط1، المحرر) مصر: المجلس الأعلى للثقافة.*

6. بو هلال حسن بن عبد الله بن سهل العسكري. (د س). الصناعتين.تح:علىمحمد البجاوي .محمد أبو الفضل إبراهيم. (ط2، المحرر) دار الفكر العربي.

7. جمال العيفة. (د س ). الثقافة الجماهيرية. (د ط، المحرر) ديوان المطبوعات الجامعية.

8. هربرت ماركيوز. (1988). الإنسان ذو البعد الواحد، تر: جورج طرابيشي . (ط3، المحرر) بيروت-لبنان: دار الآداب .

9.advenced Combridge .*learner s dictionary third*.edition combridge University press.

10. Alain Michel Boyer .(1992) .*La paralittérature*.paris-france :édition PUF.

11. Le nouveau petit Robert de la langue francaise.(2009) .

12.Mouralis Bernard .(1975) .*les contres _littérairesédition PUF paris Franc.*

13.Marc Angnot *1974)*.(1974) .*qu est ce que la paralitterature ? Etude litteraire/7 (1/9/22 http//doi.org./10.720.150035ar*,09 01 تاريخ الاسترداد .
2023