# نقد الرواية في عصر مجتمع المعرفة / مقاربة سوسيوثقافية

# Critique of the Novel in the Era of the Knowledge Society: a Socio-cultural Approach

كريمة بورويس[1]*

جامعة محمّد الصديق بن يحي (الجزائر)

**الملخص:**

تتمحور إشكالية هذه الورقة البحثية حول الشروط السوسيوثقافية التي أصبحت تتحكم في تلقي الرواية وقراءتها، لقد صار واضحا أن عصر مجتمع المعرفة الذي نعيش فيه، فرض منطقه على معظم المنتجات الثقافية، فغيّر أكثر الأدبيات والمعايير التي كان يُحتكم إليها في تلقي النصوص و الحكم عليها ، وعوضها ببدائل ليست كلها من طبيعة نقدية فنية، والسبب هو دخول وسطاء آخرين قدموا من مجالات أخرى لها علاقة بالسوق، وبالفضاء التفاعلي، وبالدعاية وبالمؤسسات الثقافية التابعة للمؤسسات السياسية القائمة، ليفرضوا خياراتهم ومعاييرهم الخاصة في نقد الروايات وتقديرها والتمييز بين الجيد والضحل منها. مما وضع الرواية في قلب إشكالية التجاذب بين معيارين غير متجانسين بالطبيعة؛ هما المعيار النقدي النخبوي، والمعيار الجماهيري الاستهلاكي. كيف كيّفت الرواية نفسها مع هذه التحولات؟ ،وإلى أي المسارين نراها تميل؟ ، هذا ما سنعمل على إيجاد أجوبة له.

**الكلمات المفتاحية:** الرواية ، مجتمع المعرفة ، التسليع ، صناعة الثقافة

**Abstract:** The problematic of this research dissertation revolves around the socio-cultural conditions which now govern the reception and reading of the novel. It has become clear that the era of the knowledge society in which we live has imposed its logic on most cultural products, therefore it has changed most of the literature and the norms by which texts were received and judged, and replaced them with alternatives that are not all art-critical in nature. The reason is the entry of other mediators from other areas related to the market, interactive space, propaganda and cultural institutions dependent on existing political institutions, to impose their own choices and criteria in the criticism and the appreciation of stories and the distinction between good and bad. This fact placed the novel at the heart of the problem of attraction between two heterogeneous standards by nature: the norm of elitist criticism and the norm of mass consumption. How has the novel adapted to these transformations? And towards what paths do we see it leaning? This is what we will try to find answers to.

**Keywords :**Novel; Knowledge Society; Commodification; Cultural Industry;

* كريمة بورويس.

**مقدّمة:**

لقد أفرزت التحولات الطارئة على المشهد الروائي الجزائري جملة من التحولات هي في الواقع من تبعات الانتقال إلى عصر غالبا ما يسمى بعصر مجتمع المعرفة، تختلف تجليات هذا العصر وسماته من مجال إلى آخر. بالنسبة للمجال الثقافي / الأدبي يمكن أن يكون مفهوم "التسليع" أو عبارة "صناعة الثقافة" مؤشرين مفتاحيين يمكنان من فهم السياق المعرفي الذي أنتج هذا التحول.

يتعلق الأمر بسمات عصر ما بعد الحداثة و تجلياته على مستويات الثقافة والفن والأدب إنتاجا وتلقيا، وتلك هي إشكالية هذه الورقة البحثية، حيث نعتزم فيها تقديم قراءة للرواية الجزائرية في ضوء طرح (أدورنو) بخصوص ظاهرة "تسليع" الثقافة، و التي بموجبها غدت المنتجات الثقافية . ومنها الرواية . تستهلك وفق أدبيات ومعايير تتخطى المعرفة النقدية وشروطها، فحيث اكتفت النظرية النقدية الجمالية خلال انتقالاتها المعلمية (السياق . النص . القارئ) بنزع السلطة من أحد هذه العناصر تباعا، وتسليمها للعنصر الموالي، عمدت الدراسات الثقافية المتخطية للجمالية، إلى مساءلة النسق الثقافي بغية استجلاء القوانين المضمرة المتحكمة في تلقي الرواية باعتبارها منتجا ثقافيا.

إذن هذه هي الخلفية النظرية التي ستوجه هذه القراءة، ومن خلالها سوف نحاول فحص السياق الثقافي الذي يتم فيه تداول الرواية الجزائرية في الوقت الحاضر؛ أي معاينة العوامل الفعلية التي تقنن فعل الاستجابة، وهذا ما سيقودنا الى إيجاد تفسير لسؤال ملح هو سؤال النجاح و الفشل؛ لماذا تكرس أسماء، وتهمش أخرى؟. لماذا تشتهر روايات قبل أن تقرأ؟، وتستبعد أخرى دون أن تقرأ؟ .

لقد أفرزت التحولات الطارئة على المشهد الروائي الجزائري جملة من التحولات هي في الواقع من تبعات الانتقال إلى عصر غالبا ما يسمى بعصر مجتمع المعرفة، تختلف تجليات هذا العصر وسماته من مجال إلى آخر. بالنسبة للمجال الثقافي / الأدبي يمكن أن يكون مفهوم "التسليع" أو عبارة "صناعة الثقافة" مؤشرين مفتاحيين يمكنان من فهم السياق المعرفي الذي أنتج هذا التحول.

يتعلق الأمر بسمات عصر ما بعد الحداثة و تجلياته على مستويات الثقافة والفن والأدب إنتاجا وتلقيا، وتلك هي إشكالية هذه الورقة البحثية، حيث نعتزم فيها تقديم قراءة للرواية الجزائرية في ضوء طرح (أدورنو) بخصوص ظاهرة "تسليع" الثقافة، و التي بموجبها غدت المنتجات الثقافية . ومنها الرواية . تستهلك وفق أدبيات ومعايير تتخطى المعرفة النقدية وشروطها، فحيث اكتفت النظرية النقدية الجمالية خلال انتقالاتها المعلمية (السياق . النص . القارئ) بنزع السلطة من

أحد هذه العناصر تباعا، وتسليمها للعنصر الموالي، عمدت الدراسات الثقافية المتخطية للجمالية، إلى مساءلة النسق الثقافي بغية استجلاء القوانين المضمرة المتحكمة في تلقي الرواية باعتبارها منتجا ثقافيا.

إذن هذه هي الخلفية النظرية التي ستوجه هذه القراءة، ومن خلالها سوف نحاول فحص السياق الثقافي الذي يتم فيه تداول الرواية الجزائرية في الوقت الحاضر؛ أي معاينة العوامل الفعلية التي تقنن فعل الاستجابة، وهذا ما سيقودنا الى إيجاد تفسير لسؤال ملح هو سؤال النجاح و الفشل؛ لماذا تكرس أسماء، وتهمش أخرى؟. لماذا تشتهر روايات قبل أن تقرأ؟، وتستبعد أخرى دون أن تقرأ؟ .

## 1. الرواية الجزائرية في الألفية الثالثة:

ماذا تعني الألفية الثالثة بالنسبة للرواية الجزائرية ؟ إنها تعني الكثير بالتأكيد، مزيد من التطور وكثير من الانفتاح؛ انفتاح على أشكال كثيرة من التعبير، ومستويات عدة من الوعي، نزعة ملحة نحو التجريب؛ جسارة فائقة على انتهاك الأعراف والثوابت والمسلمات، وعبث لافت بالأشكال والصيغ و القوالب. .استحضار جريء . إلى درجة الابتذال أحيانا . للمسكوت عنه، اختراق متعدد النوايا للممنوع الديني والسياسي والاجتماعي والتاريخي مع تفاوت واضح في مهارات التسريد وفنيات التخييل.

فكما تبدي بعض التجارب تحكما جيدا في أدوات التجريب، نتيجة حضور الموقف والفكر والمعرفة والوعي الناقد إلى جانب مهارات العبث بالتقنيات الروائية، تظهر أخرى فشلا ذريعا في هذا المجال يبرره . بشكل أساسي . غياب الخلفية الفكرية والمعرفية الرافدة لفعل الكتابة، مع نقص التجربة أو ضحالة الموهبة. وبالنتيجة نحن نجد أنفسنا أمام مشهد غير متجانس من حيث المستوى الإبداعي في مجال الكتابة الروائية، يمكن القول . تحصيلا. أن فن الرواية في جزائر الألفية الثالثة يحظى بتجارب متواضعة، وأخرى واعدة، وثالثة تواصل مسيرتها التي كانت قد ولدت في خريف الألفية السابقة بمزيد من التألق، تأخذها العزة بالسبق و الريادة. ومنها ما كان الفشل لها استثناء، ومنها ما كان الاستثناء عندها النجاح.

## 2 . الرواية وسؤال النجاح

لماذا تنجح روايات وتبلغ شهرتها الآفاق؟ وتفشل أخرى فتُنسى أو تغيب من غير أن تحظى بقراءات حصيفة تؤكد ضعفها إن كانت ضعيفة؟.

بقدر ما يبدو هذا السؤال مبتذلا ومدرسيا وكلاسيكيا بوجه من الوجوه، بقدر ما يبعث على التأمل لأن السياق الذي طرح فيه وهو سياق اللحظة الإبداعية المعاصرة، لا يحتكم فقط إلى معايير الجودة والرداءة المتواضع عليها من طرف القيمين على المؤسسة النقدية / الأدبية. بل إن هذه المعايير تكاد تصبح هامشية وكلاسيكية بالقياس إلى المعايير البديلة التي فرضتها التحولات الجديدة. فبعد انفلات الفن الروائي من قيد الالتزام بشقيه الايديولوجي والجمالي، استجدت صيحة أخرى من صيحات الالتزام، أخذت شكل محاولة إنتاج تمثيل سردي للمعيش واليومي، وفق استراتيجية تخييلية سياقية في الحين نفسه، مما يعني أن المتخيل، وهو يفتح ملفات أكثرها مندرج في خانة المسكوت عنه، راح يلتمس سبلا فنية ولغوية ممعنة في التكتم و المواراة والمواربة، لئلا يسقط في مزلق القراءة التسجيلية والتوثيقية للواقع، وما تلك السبل إلا التقنيات السردية المستحدثة في عالم الفن الروائي، والمعبر عنها بعبارات تستحضر دلالة التحول الذي خضع له مسار الرواية العربية بشكل عام منها: "الحساسية الجديدة"[1]، أو "الرواية الجديدة" ،أو" التجريب"، أو غير ذلك .وهذا (فخري صالح) يوضح أبرز معالمه بقوله: "إن صفة اللايقينية، مضافة إلى صيغة الانتهاك الشكلي، تمثل سمة أساسية من سمات الرواية العربية الجديدة. وحيث يدخل اليقين والاعتقاد بالقدرة على وصف العالم يسقط نعت "الجديدة" عن الرواية، وتدخل هذه الرواية في سياق النص المحفوظي، ممثلا في الثلاثية ،وبداية ونهاية ،والقاهرة الجديدة .وتتحقق نزعة اللايقين، عبر طرائق السرد، وأشكال الرواة وصيغة السرد المتشككة، واللغة غير القاطعة، والأحكام النسبية التي تشكل أساس نظرات الرواة إلى العالم"[2]

لقد قضى هذا الالتزام / الخيار ( خيار شكل الرواية الجديدة)،بأن يضطلع المتخيل بمهمة الكشف عن تناقضات الواقع/المرجع، ورصد اختلالاته، وفضح صور الوعي الفاسدة السائدة فيه، ومن ثمة التوجه إلى إظهار تجليات هيمنة هذه الصور وإثبات مسؤوليتها في صياغة أنماط التفكير القائمة، وهي أنماط لم تنتج غير ذلك المرجع المأزوم الذي نلحظه.

إذن فلنتفق على أن محاولة نقل نوع مخصوص من الأفكار من منطقة اللاوعي، إلى منطقة الوعي والمفكر فيه، بغية تبييض الذهنيات وتطهيرها من الرواسب المتوارثة، هي الخامة المركزية التي يشتغل عليها المتن الروائي الجزائري في الألفية الأخيرة . ومع ما في هذا النقل، من معاني الشعور بروح المسؤولية اتجاه المجتمع وإدراك عميق لحاجات القارئ واحترام واضح لذكائه وعقله وذوقه، إلا أن الأمور اتخذت ـ فيما يبدو ـ مسارا يتجاوز الأقطاب التقليدية الثلاثة ( الكاتب ـ النص ـالقارئ ) ،بوصفها الأركان الركينة في أي لعبة جمالية.نحن نريد القول بأن هناك وسطاء أصبحوا يشغلون المسافة الفاصلة بين هذه الأطراف، فارضين سلطتهم على السلطة الانتاجية (المؤلف) ،و السلطة النصية التي تبرز في تلفظ السارد * مما يفضي ـ بالضرورة ـ بنظام الدلالة الذي يبنيه النص ـ عادة ـ بالتعاون مع المتلقي لأن يخضع إلى هذه السلطة "الرابعة "،

التي يجسدها من أصبحوا يسمون بصناع الثقافة ،القادمين من مجالات شتى يجمعهم الهوس بالربح ،ولا يشغلهم شيء قدر ما يشغلهم أن يحولوا كل شيء إلى سلعة قابلة للتعليب والاستهلاك، لقد تحولت الثقافة كما الفن والجمال إلى سلعة تتهافت الجماهير على اقتنائها .ولأن الرواية هي ابنة العصر الاستهلاكي هذا، فقد تم إخضاعها للتسليع، بحيث أقحمت في لعبة السوق الواقع تحت طائلة قانون العرض و الطلب، وفي هذه اللعبة "ولكي تحقق السلع الثقافية النجاح ، وتغدو نوعا من الخبطة ،فإن عليها أن تكون كيانات للفرجة ،مشهدية و متفردة مما يمكن من إعادة إنتاجها بكميات كبيرة تلبي الطلب"[3]

إذن ،ومن معرض هذا القول، يمكننا إدراك أن أهم مقومات الرواية "المسلعة" ،هي القدرة الفائقة على استمالة القارئ /المستهلك وجذبه ، وهنا تمنح الأولوية ليس للنص، بل للشكل الذي يقدم فيه النص ،وبالتالي تتحول الرواية من كونها ظاهرة أدبية إلى ظاهرة سوسيوثقافية، لا تخلو من أبعاد اقتصادية ربحية تخلقها علاقات مركبة ،تندغم فيها شروط جديدة للانتاج ،وطقوس كرنفالية للاستهلاك ،وإذ "...يمتد التسليع commodification من الملكية المادية إلى الملكية غير المادية "[4] ،تنبثق هوية جديدة للرواية، عنوانها المتعة وأقصى غاياتها إحداث الإثارة، بحيث توفر للقارئ /المستهلك الإحساس الذي افتقده بمجرد دخوله أسوار هذا العصر، وهو الإحساس بالفردية، وإن كان هذا المبتغى سيتحول إلى مجرد مقلب، وسرعان ما يكتشف القارئ أن الفردية التي ظن أنه حصلها مجرد وهم[5] ، هذا هو المؤدى العام لمفهوم "التسليع"، وهو مستل في الواقع من طرح تعاون في صياغته كل من (أدورنو) و(هوركهايمر) المنتسبين لمدرسة فرانكفورت، وقد قدم هذا الطرح ضمن مقالة شهيرة أخذت عنوان :" صناعة الثقافة : التنوير بوصفه خداعا جماهيريا"( 1972 )[6] ،ففي سياق نقدي إلى درجة الهجوم، أثار المفكران ظاهرة إخضاع المنتجات الثقافية للناموس الرأسمالي الذي يقيس قيمة الشيء بما يدره من ربح، حتى إذا كان ذلك الشيء فنا، وهكذا تشيأت الثقافة ،وأصبح الجمالي و النفعي،وجهين لعملة واحدة .

وتم تمرير هذه الحقيقة وفق منطق الضرورة التي لا محيد عنها، فاندحر صوت النقد بوصفه محك الفن وحل محله صوت الجماهير، وحتى إذا كانت الرواية تمثل الأدب الرفيع، فإنها في الواقع تتجه لمزيد من الشعبوية، مما وجه خيارات صانعيها في غالب الأحيان صوب ما يرضي الجمهور، الذي طغى صوته على صوت المؤسسة النقدية، ممثلة في النقاد بمناهجهم وخبراتهم ومعرفتهم الأكاديمية، فما أكثر العبارات التي أصبحت تسمع هنا،أو تقرأ هناك، وتؤشر على استحداث معايير جديدة في تقييم الأعمال الروائية مثل :الروايات الأكثر مبيعا [7]، القائمة الطويلة لجائزة البوكر، القائمة القصيرة لجائزة البوكر، الرواية الفائزة بجائزة البوكر، أو الرواية الفائزة بجائزة الطيب صالح للرواية العربية، أو الرواية الفائزة بجائزة مالك حداد

للرواية ،أو الفائزة بجائزة آسيا جبار أو غير ذلك ... ،وفي سبيل أخذ تصور كاف عن المهاد النظري الذي يندرج فيه هذا المقال، وهو مهاد يتعلق .كما قلنا . بظاهرة تسليع الرواية، التي هي ظاهرة عالمية ،وصلتنا أصداؤها و تقاليدها فأصبحنا نمارسها دونما وعي بأبعادها، و لا بخلفياتها، سوف نستحضر طرفا من تحليل الغذامي لهذه المسألة ،التي تناولها في إطار مبحث عريض سماه " رأسمالية الثقافة "، متخذا من جائزة البوكر البريطانية نموذجا يشهد على تدخل العامل التجاري في خيارات المؤلفين والقراء على حد سواء، و تم بالمناسبة ،تهميش ممثلي المؤسسة الأدبية من نقاد وأكاديميين ،باسم إشاعة الحق في التثقيف ودحر نخبوية الأدب، و تسهيله للتلقي الجماهيري، والقصد الفعلي هو :تحقيق الربح من خلال رفع نسبة المبيعات، بينما الاعتماد في مراودة القراء وإغوائهم بالاقتناء فسيكون كاملا على كاهل وسائل الإعلام، لما لها من تأثير على الجماهير ،وقدرة رهيبة على صناعة أذواقهم، يقول الغذامي متحدثا عن جائزة البوكر البريطانية:"بما أن فوز واحدة منها لا يشبع رغبات التسويق ،ابتكروا نظام القائمة الطويلة والقائمة القصيرة ،وتركوا زمنا يمر فيما بين مراحل الإعلان عن القائمتين، ثم زمنا قبل إعلان الفائز النهائي، وهذا أدعى للتسويق، وإطالة أمد الحديث عن الروايات والكتاب، وفي ذلك إشاعة للموضوع تساعد على تحفيز المبيعات، ويمر على هذا عدد من الأشهر، تبرز فيه الروايات على الرفوف، ويكثر القول حولها في كافة وسائل الإعلام، و لذا يبذل الناشرون جهودا مضاعفة في الدفع بمنتجاتهم نحو هذه الحفلة الجماهيرية ،وهي حفلة تتكرر سنويا "[8] .

هل ابتعدنا في الحديث السابق عن الرواية ،بوصفها خطابا أدبيا له منطقه وقوانينه الخاصة التي لا تعبأ بما هو في الخارج ؟، الحق أن هذا الكلام لو قيل في زمن آخر غير العصر الذي نحن فيه، والذي أخذ تسميات مختلفة منها: العصر الاستهلاكي وعصر وسائل الاعلام، والعصر الرقمي...إلخ ،لكان من الوجاهة بمكان، لكن الزمن هو زمن الجماهير بلا منازع، وليس على النخب إلا أن تتنازل عن بعض نخبويتها وتركب الموجة، وهذا الذي كان، أو شيء منه، فيما يخص النخب الروائية، قد يلقى هذا الرأي اعتراضا قويا، لكن الوضع لا يحتاج إلى انفعال بقدر ما يتطلب تأملا في واقع حال سنشرح تفاصيله فيما يلي :

### 3 . الرواية في معرض الجزائر الدولي للكتاب (2016 ) ،ليس كل ما يقتنى يقرأ :

لقد حظي معرض الجزائر الدولي للكتاب بصيت ذائع في داخل البلد وخارجه، ففي كل سنة، وعشية كل دورة، يطل علينا محافظ المعرض ليقرأ علينا أرقاما سخية تخص عدد الزوار المحتملين، وعدد دور النشر المشاركة، وعدد الدول الممثلة .وبانقضاء أيام المعرض، تقدم أرقام أخرى مخالفة للتوقعات الفائتة ومتجاوزة لها، ليكون ذلك دليلا على نجاح المعرض، واحترافية منظميه، وعنوانا أيضا على بلوغ نسبة المقروئية أرقاما خيالية تثير غيرة الشعوب (القارئة ) بالفعل، فلمدة عشرة

أيام، يستذكر الجزائريون أنهم ينتمون إلى أمة (إقرأ) فيقرأون، ولو أمام عدسات الكاميرات المصوبة إليهم في كل زاوية من زوايا المعرض فقط، ويزداد حماسهم حينما يرون تلك العدسات تلحقهم وهم يتجولون في أروقته، وتصاحبهم وهم يتفحصون الكتب المرتبة بعناية على الرفوف، وحينما يشاهد من يجلسون أمام الشاشات في بيوتهم تلك الحشود وهي تتقاطر على المعرض، يشحذون هممهم ليشدوا الرحال استدراكا لخير كثير يحسبون أنه فاتهم أو كاد، وهكذا يعيش الكتاب أياما ذهبية يُحتفى فيها به، وتقام له احتفالية شارك فيها من الزائرين عام (2016) مثلا، ما يساوي عدد شهداء الجزائر، ومن العارضين ثمانمائة وثمانون (880) دار نشر، ومن البلدان أربع وثلاثون (34) دولة، فضلا عن ضيفة الشرف فرنسا ،أم الأدب وحاضنة الفكر الأولى لذلك استحق أن يكون الأول عربيا، والثالث أو الرابع عالميا [9].

وفي هذا الجو الاحتفالي، تنامى هوس مريع لاقتناء الكتاب، وكانت الرواية من بين الخيارات المتهافت عليها، إذ نافست شعبيتها شعبية نوع آخر من الكتب جماهيرية بالأساس مثل :كتب الطب البديل وتفسير الاحلام، غير ذلك . وبالتساؤل عن طبيعة الجمهور المقبل على اقتناء الروايات يمكن القول . بكل اطمئنان . أنه جمهور غير متجانس و لا ينبغي له، فهناك من يقتني الرواية ليقرأها قراءة الهواة، وهناك من يقتنيها ليقرأها قراءة المحترفين/ النقاد والأكاديميين، وهناك من لا يهمه من فعل الاقتناء غير استغلال فرصة التقاط صورة له الروائي على نية نشرها . استعراضا . في أحد مواقع التواصل الاجتماعي، ثم يسلمها بعد ذلك لمن يطلبها من غير أن يفكر في قراءتها، وهنا مربط الفرس، ما الدافع إلى الاقتناء إذا كانت نية القراءة منعدمة ؟، والغريب أنه ليس من المستبعد أن يقوم مئات الأفراد ممن اقتنوا الرواية ،بتأنيب ذواتهم ،و اتهامها بالتسرع في اتخاذ قرار الاقتناء. لكنهم لا يعلمون أنهم كانوا ساعتها واقعين تحت تأثير الحالة "الجماهيرية" ،وهي حالة فريدة لا تكون إلا إذا دخلت الذوات في صفوف الجماهير، وحينذاك سوف تكتسب صفات أخرى لم تكن لها حينما كانت منفردة،أهمها "العاطفية" و"التبعية"و تضييع الموقف المستقل، ولعل أيسر ما يمكن العثور عليه في إيضاح هذه المسأله نص لغوستاف لوبون أحد رواد علم النفس الاجتماعي مؤداه:" إذن اليكم مجموع الخصائص الأساسية للفرد المنخرط في الجمهور: تلاشي الشخصية الواعية، توجه الجميع ضمن نفس الخط بواسطة التحريض والعدوى للعواطف والأفكار، الميل لتحويل الأفكار المحرض عليها، إلى فعل وممارسة مباشرة، وهكذا لا يعود الفرد هو نفسه، وإنما يصبح عبارة عن إنسان آلي ما عادت إرادته بقادرة على أن تقوده " [10] ،ذلك في الواقع هو حال الزائرين للمعرض ،فبواسطة الدعاية المسبقة والمصاحبة للمعرض، والتي غالبا ما تأخذ شعارات براقة، من قبيل تشجيع القراءة، ورفع نسبة المقروئية، وبناء مجتمع مثقف، وترسيخ ثقافة القراءة وتحويلها إلى تقليد في البيت والشارع ووسائل النقل ،مع ما يولده ذلك من مشاعر وهمية لدى الفرد، تهيئ له بأنه مثقف محب للمعرفة، إلى درجة أنه يستطيع أن يخصص جزء من راتبه لغذاء الفكر وما يتبع ذلك من ضرورات الرقي والنخبوية الموهومة، يتشكل ذلك جمهور للكتاب غفير، لكنه مؤقت ومناسباتي،

يتلاشي بانقضاء الأيام العشر، وهي مدة كافية للمؤسسة السياسية الراعية لهذه التظاهرة ،لكي تمرر رسائلها التي لا تخرج عن لفت الانتباه إلى حرصها على تثقيف الشعب وتعليمه ،وبث التقاليد الراقية فيه، وأكثر من ذلك، فقد بلغت هذه المؤسسة من الحرص على راحة الجماهير ،وإسعادها ،أن أوجدت هذه المناسبة، من أجل أن تكفي الآباء عناء التفكير في إيجاد فضاء لقضاء العطلة مع أبنائهم المتمدرسين،حيث جرت العادة أن تتزامن أيام المعرض مع هذه عطلة عيد الثورة المكونة من خمسة أيام على الأقل باحتساب عطلة نهاية الأسبوع.

وهكذا وبتواطؤ ضمني بين الجهات المستفيدة اقتصاديا؛ (دور النشر ،ووسائل الإعلام) والجهات المستفيدة سياسيا (المؤسسة السياسية)، يتم اقتياد الجمهور، إلى احتفالية يوحى إليه فيها بأنه بطلها ،لكنه لا يخرج منها بغير المتعة و التسلية ،والهروب من اليومي و لو لساعات.

ولما كان هذا الحدث سنويا ،أصبح من الواجب استغلاله من طرف المؤلفين والناشرين،فالكل يريد أن يكون حاضرا بروايته، التي يمكنها آن تحصل من الشهرة ،في عشرة أيام ما لا يمكنها أن تحلم به لو ظلت لسنوات في رفوف المكتبات الخاصة التي تشكو العزلة في كامل أيام السنة، و ليس للأمر علاقة بالأسعار ،فالأسعار التي تطلبها المكتبة غالبا ما تكون دون السعر المقترح في المعرض ،إنما يتعلق بخطة تسويقية نجاحها معقود بتحقق الشرط الجماهيري ،وما دام المعرض يضمنه ،فلا بد من الانتقال من الفكرة إلى العمل ،ومن بين الخطوات العملية الشاهدة على تمكن الفكر التسليعي من قناعات الشركاء "الروائيين" ، إن صح التعبير، تلك التقاليد التي تقترب من أن تكون حالة لازمة وضرورية ؛أبرزها تقليد البيع بالإهداء.

### 4 . البيع بالإهداء :

يلتف أشخاص كثيرون مختلفون من حيث اهتماماتهم ومستوياتهم التعليمية،وأعمارهم حول الروائي الذي يتحول على امتداد ساعات إلى "نجم"، يوزع التوقيعات مع عبارات المجاملة ،تقابلها علامات الامتنان والسرور ،وعبارات الشكر من لدن القراء المفترضين الذين يشتركون في تلمس علاقات وجدانية طارئة توحدهم، وتربطهم بموضوع واحد هو شخص الروائي ،وتظل هذه الدائرة في حالة توسيع إلى أن يتحول ذلك التشكيل الجماعي إلى حشد ،يولد في نفس الأفراد حماسا عارما ،يدفعهم دفعا إلى الاقتناء من غير إرادة و لاوعي ، وهذا هو المطلوب ، "فلدى الجمهور نجد أن كل عاطفة ،و كل فعل ،هما معديان بطبيعتهما" ، و العدوى هنا تخص تلك المشاعر التي تجعل القارئ منجذبا للروائي ،و ليس للرواية ،الروائي الذي يمارس حضوره مثله مثل آي شخصية عامة ( فنان، أو قائد ،أو رياضي أو إعلامي ) يتعرف عليها

الجمهور من خلال الوسائط ،تضفي عليه شيئا من الكاريزما و السحر، فيكفي أن يظهر شخص ما بشكل متكرر في الصورة عبر وسيط حتى يتحول إلى رمز ،إذ " غالبا ما تعتبر الصورة بمثابة رمز "[11] ،وبمجرد تحول الشخصية إلى رمز، تسلك سبيل التجريد و الانفصال عن الطبيعة البشرية، لتتحول إلى قيمة ذهنية مكملة للقيم الأخرى التي يساعد الإيمان بها ،و استحضارها إلى مركز الوعي و التفكير ،على انتزاع الذات من سودواية الواقع ،و ماديته المفرطة ،فمثل هذه الموازنة بين مطالب الروح وغايات الجسد ضرورية أحيانا من الناحية البسيكولوجية ، والبحث عن منافذ تحرر الروح و الفكر هو بحث عن الذات الضائعة في أدغال اليومي و النفعي ، والتطلع إلى الرواية هو تطلع إلى الجمال ،والفن ،و العلم ،و المعرفة بوصفها قيما أكثر تجانسا مع إنسانيته التي أجهز عليها هذا العصر العملي جدا و النفعي جدا ،وهو العصر نفسه . لأنه عصر سرعة الذي علم أبناءه كيف يحترزون من تضييع الفرص ،فلقنهم اتقاء ذلك قاعدة ذهبية تقضي بضرورة اقتناص اللحظات الهاربة ،فطالما لم يكن في وسع القارئ أن يلتقي كاتبه العظيم دائما ، أو لنكن أكثر تحديدا ،ليس بوسع القارئ أن يلتقي الكاتب في جو احتفالي كرنفالي كالذي يضمنه معرض الكتاب ،فعليه أن يجتهد في تسجيل اللحظة الهاربة تلك و توثيقها كنوع من الإطالة لأمدها ، وذلك التوقيع هو الضامن لتأبيدها.

هذا فيما يخص الموقع له / القارئ ، أما فيما يخص الموقع / الروائي ،فإلى جانب استغلاله هو الآخر للحظة الهاربة التي يشعر فيها بأهميته ككاتب منتج للفكرة وللمتعة والجمال ،فإنه يلبي الصوت النرجسي فيه من جهة، وينتقم لذاتيته التي قهرها الناشر وأخفى رأسها في الكلمات و بين السطور من جهة أخرى ،فليس من المستبعد في ظرف تلتبس فيه الحقيقة بالزيف إلى أبعد الحدود ،وتقاس فيه قيمة الكاتب برقم مبيعات رواياته ،أن يحضر هذا الأخير بيعا بالتوقيع ، ليتحقق من صحة الأكاذيب التي يضخها له الناشر حينما يسر له خبر كساد السلعة الروائية ،وبحجم . لأغراض تجارية طبعا . على الإفصاح عن الرقم الحقيقي للمبيعات . من المؤكد أن دعاوي كهذه سوف لن يكون لها نفس الصدى لدى الكاتب بعد حادثة التوقيع ،التي تجعله يكتشف حقيقة كالوهم، أو وهما كالحقيقة مؤداه أنه كاتب عظيم و لو كره الكارهون.

لكن كلا من القارئ و الكاتب لا يعرفان . أو يعرفان ،لكنهما لا يستطيعان تغيير شيء في الأمر . أنهما مجرد عنصرين وظيفيين في لعبة أقوى منهما وأكثر تعقيدا مما يريان أو يعتقدان ؛ ففي الوقت الذي يحاول فيه كل منهما أن ينعتق ،وأن يحقق فرديته بترجيح الكفة لخياراته الشخصية ،تكون القضية محسومة من قبل أطراف أخرى تكون قد أحكمت صناعة آليات الهيمنة،التي يذوب فيها الموقف ،و الحرية ،والإرادة من جهة المهيمَن عليه ،وتتحفز معاني الربح و الضرورة و المصلحة ،من جهة المهيمِن ، والجهة المهيمنة في حالة البيع بالإهداء، هي المعنية المباشرة بالربح ،وحتى وإن استفادت جهات أخرى بأشكال مختلفة مثل الوصاية السياسية من باب التنويم ،والمؤسسات الإعلامية من باب خلق جو للإثارة

والجدب ،و الكاتب نفسه من باب تحقيق الشهرة وصناعة اسم ،وأخيرا القارئ من باب العثور على متنفس وتحصيل المتعة ، فإن الغاية التجارية هي الثابت الوحيد في هذه المتغيرات ،لأنها كلها ظرفية ومناسباتية ،و سرعان تستبدل بغيرها من الأساليب ،بينما الهيمنة التجارية ممتدة وقارة حتى و إن غيرت أشكالها بتغير الظروف .وبالتالي فالأهم هو وجود آلية للهيمنة ،أما الشكل فهو تحصيل حاصل .وقد صار من الشائع اليوم ،أن أمضى هذه الآليات ،وأنجعها هو ما اعتمد منها على "الصورة "، لتناغمها مع فكرة الرمز ،فالاعتماد على امتلاك الجمهور معرفة سابقة بالكاتب ،يكاد يكون محوريا في حالة البيع بالإهداء، وهذه المعرفة محصلة طبعا من وسائط مرئية، أو مسموعة ،أو مصورة (مجلة . صحيفة) حيث تخلق المعرفة السابقة الدافعية لحضور حدث التوقيع ومعاينته، لما تكون تلك الصورة قد مارسته من تأثير عليه، ذلك أن كل صورة .كما يقول جاك أومون . لها قدرة عجيبة على التدخل " ... في حواسنا ونفوسنا و خيالنا و أحاسيسنا و ذوقنا " [12] ،وإدراكا من مهندسي الحدث ، لتلك القوة ، فإنهم يتيحون فرصة لالتقاء القراء بالكاتب الذي لا يُنظر إليه كشخص من لحم ودم، وإنما ينظر إليه كرمز؛ ذلك أنه يمكن لكل صورة "... تقريبا أن تؤدي دورا رمزيا ليس بموجب صفاتها الجوهرية، بل بموجب قرار جماعي . ديني وسياسي وعقائدي وحتى تجاري " [13]، والقرار التجاري هو الذي يصدق على حالة البيع بالإهداء . حيث يلعب دور المحرض ،فيتم نزع الحجاب عن الشخصية التي لم تكن تظهر إلى عبر وسيط عازل يظهرها متى شاء ،و يخفيها متى شاء ، تظهر محفوفة بهالة من الهيبة والوقار ،تزيدها رمزية على الرمزية التي صنعتها الصورة السابقة ،وهذه هيبة للإشارة يحظى بها أصحاب الأعمال الفنية ، يقول جاك أومون : " وفي الواقع أن الهيبة هي عبارة عن نوع من الجاذبية التي يمارسها فرد ما على روحنا أو يمارسها عمل أدبي ما أو عقيدة ما، وهذه الجاذبية السحارة تشل كل ملكاتنا النقدية وتملأ روحنا بالدهشة والاحترام، والعواطف المثارة على هذا النحو لا يمكن تفسيرها ككل العواطف. ولكن ربما كانت من نفس نوع التحريض الذي يصيب شخصا ممغنطا أي مصابا بالمغناطيس. إن الهيبة هي أساس كل هيمنة" [14] .

**الخاتمة:**

إذن صار واضحا الآن مقدار الجهود التي تبذل في مجال صناعة الروايةوفق منطق تجاري تهيمن فيه الربحية على الفكرة الفنية والجمالية، وهنا يبتم الاشتغال على رهان التسليع الذي يتخذ أشكالا مختلفة منها ما يعتمد على صياغة سياق يتم فيه تداول الرواية هو أشبه ما يكون بالسوق المحتكم إلى قوانين العرض والطلب، والمعتمد على مهارات التعليب والتنسيق وفنون العرض والتسويق بما يشمله من مواهب التخاطب و إدارة العلاقات العامة، ومنها ما يتبنى أساليب و ممارسات تؤوب كلها إلى مجال صناعة الثقافة الذي هو علامة مائزة لمجتمع المعرفة نذكر منها إلى جانب ما سبق ذكره:

. الجوائز التي تعرف اليوم تكاثرا لافتا، وتحمل تسميات لشخصيات أدبية جزائرية مرموقة، مثل جائزة: مالك حداد للرواية، وجائزة آسيا جبار للرواية .

. ظاهرة " التقديم" بأقلام معروفة في سماء الفكر و النقد و الإبداع .

. ظاهرة التغليف المتقن ،خصوصا حينما يحتوي الغلاف على لوحة تشكيلية رسمت بأيدي فنانة و متخصصة .

في الأخير نقول . تعقيبا. بأن التسليع إن لم يقض على روح النص، و لم يطغ على بنيته اللغوية والدلالية، وإن احترم خصوصيته الخطابية، فهو مجرد عارض لا يجني على الجوهر شيئا، أما إن تحول إلى عامل مهيمن ومتحكم في مصير الرواية نجاحا أو فشلا فهو معول سيعرض مستقبلها للخطر.

**الإحالات و الهوامش :**

[1] . أنظر مثلا : عبد المالك أشهبون "الحساسية الجديدة في الرواية العربية . روايات ادوارد الخراط نموذجا " ، الدار العربية للعلوم ناشرون بيروت ، منشورات الاختلاف الجزائر ، دار الامان الرباط ، ط1 ، 2010 .

[2] فخري صالح : في الرواية العربية الجديدة ، منشورات الاختلاف الجزائر ، الدار العربية للعلوم ناشرون ، بيروت ، ط1 ، 2009 ، ص 14

[*] السلطة الانتاجية والسلطة النصية مصطلحان يعودان لفانسون جوف ،انظر كتابه "القراءة " ، ترجمة مُحَّد آيت لعميم و نصر الدين شكير ، المطبعة و الوراقة الوطنية ، مراكش ، ط 1 ، 2013 ، ص 47.

[3] ألن هاو : النظرية النقدية ، مدرسة فرانكفورت ، ترجمة : ثائر ديب ، المركز القومي للترجمة ، القاهرة ، ط 1 ، 2010 ، ص 108

[4] طوني بينيت ، لورانس عروسبيرغ ،ميغان موريس : مفاتيح اصطلاحية جديدة ، معجم مصطلحات الثقافة و المجتمع ، ترجمة سعيد الغانمي ،مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، ط 1 ، 2010 ، ص 394

[5] لمزيد من الاستيضاح ينظر الن هاو ، م س ، ص 106

[6] ، نفسه ، : 107

[7] عبد الله الغذامي: اليد و اللسان / القراءة والأمية و رأسمالية الثقافة ، الرياض ، 2010 ، ص 43 و ما بعدها

[8] نفسه ، ص : 77 . 78

[9] هذا ما صرح به محافظ المعرض لوسائل الاعلام

[10] غوستاف لوبون : سيكولوجية الجماهير ، ترجمة هاشم صالح ، دار الساقي ، بيروت ، ط5 ، 2013 ، ص 60

[11] جاك اومون : الصورة ، ترجمة : ريتا الخوري ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت، ط1 ، 2013 ، ص 216

[12] نفسه ، ص 219

[13] نفسه ، 217

[14] غوستاف لوبون: سيكولوجيا الجماهير ، م س ، ص 137

**مراجع البحث:**

1 . ألن هاو : النظرية النقدية ، مدرسة فرانكفورت ، ترجمة : ثائر ديب ، المركز القومي للترجمة ، القاهرة ، ط 1 ، 2010 .

2 . جاك أومون : الصورة ، ترجمة : ريتا الخوري ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت، ط1 ، 2013

3. عبد المالك أشهبون "الحساسية الجديدة في الرواية العربية . روايات ادوارد الخراط نموذجا " ، الدار العربية للعلوم ناشرون بيروت ، منشورات الاختلاف الجزائر ، دار الامان الرباط ، ط.1

4 . عبد الله الغدامي: اليد و اللسان/ القراءة و الأمية و رأسمالية الثقافة، الرياض 2010 .

5 . غوستاف لوبون : سيكولوجية الجماهير ، ترجمة هاشم صالح ، دار الساقي ، بيروت ، ط5 ، 2013.

6 . طوني بينيت ، لورانس عروسبيرغ ،ميغان موريس : مفاتيح اصطلاحية جديدة ، معجم مصطلحات الثقافة و المجتمع ، ترجمة سعيد الغانمي ،مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، ط 1 ، 2010

7 . فانسون جوف ،انظر كتابه "القراءة " ، ترجمة مُحَمَّد آيت لعميم و نصر الدين شكير ، المطبعة و الوراقة الوطنية ، مراكش ، ط 1 ، 2013.

8 . فخري صالح : في الرواية العربية الجديدة ، منشورات الاختلاف الجزائر ، الدار العربية للعلوم ناشرون ، بيروت ، ط1 ، 2009.