



تقنيات التسويق في رواية الورفة لأميمة الخميس أنموذجاً

د. خلود بنت جرمان خالد الدغيلبي

أستاذ الأدب والنقد المساعد، قسم اللغة العربية، كلية العلوم والدراسات الإنسانية بالأفلج، جامعة سطام بن عبدالعزيز، المملكة العربية السعودية

الملخص

تقوم هذه الدراسة على البحث في مصطلح التسويق وإيصال أهميته في الكتابة الإبداعية، حيث نهدف إلى كشف الغطاء عن عمل التسويق في البناء الفني للرواية، لاستفادة الكاتب والمتلقي منها بالوصول المباشر إلى أعلى مستويات الإثارة المنشودة والجذب نحو النص الإبداعي، بمنهج وصفي قائم على التحليل والقصصي والتمثيل من الرواية المختارة، لتدعم حديثنا عن تقنيات التسويق بالنموذج القائم أمام الباحث، وزيادة بالدعم لما توصلنا له من نتائج خلال هذه الدراسة، لأن تقنيات التسويق حسب ما توصلنا إليه تأتي على عدة مجالات، وتتعدد في كل مجال، بل إن التقنية الواحدة لها أكثر من استخدام، فليست المشكلة في معرفة تقنيات التسويق أو مجالاته، بل الإشكالية تكمن في حسن التوظيف لهذه التقنيات من قبل الكاتب المبدع المتمكن .

الكلمات المفتاحية: التسويق، الإثارة، البناء الفني .

The Techniques of Suspense: "Al-Warfa" by Omaima Al-Khamis as an Example

Dr. Kholoud bint Jarman Khaled Al-Daghailbi

Assistant Professor of Literature and Criticism, Department of Arabic Language, College of Sciences and Humanities in Al-Aflaj, Sattam bin Abdulaziz University, Kingdom of Saudi Arabia

ABSTRACT

This study is based on researching the term suspense and highlighting its significance in creative writing. It aims to uncover the work of suspense in the artistic structure of the novel "Al-Warfa" by Omaima Al-Khamis. In order that both the writer and the recipient can benefit from it by directly reaching the highest levels of desired excitement and attraction towards the creative text, the study makes use of the descriptive approach to reach a profound analysis and representation. The study reveals that techniques of suspense come in several forms, and in fact one technique can be used in more than one form. The study proves that the skilled, creative writer can make use of the techniques of suspense in multiple forms and ways.

Keywords: Suspense, Excitement, Techniques, Artistic Structure.



• مقدمة :

تُخضع الكتابة الإبداعية إلى الأهواء والأمزجة عند إنتاجها وحتى عند نقلها، فالكاتب عندما يكتب كتابة أدبية إبداعية، فهو بذلك يلبي رغبات روحه وموهنته المبدعة والتي تملأ عليه ما يكتب بأسلوب بروق له ويرغبه حتى إذا ظهر للعلن افخر به وأحس بالاعتزاز لأن هذا الإبداع من إنتاجه . ومثله المتألق، فعندما يبحث المتألق عن النص الإبداعي الذي يروي ظماء ويجد فيه ما يبحث عنه من إثارة وتطلع لما يريد، وإلا تركه وتوقف عن إكمال قراءته .

كلاهما يبحث عن هدف واحد في النص؛ ألا وهو التسويق والإثارة في النص، ومع اتفاق المبدع والمتألق بالبحث عن هدف مشترك؛ إلا أن الغرض مختلف بينهما، فالإبداع يزيد نشر التسويق في نصه الإبداعي لكي يجد نصه القبول ويتبأ مكانة عالية وسط منافسة محتدمة، والمتألق يبحث عن التسويق في النص الإبداعي للمتعة والإثارة . مصطلح التسويق، مصطلح أدبي حديث، يعني بالأصل أدوات التي من شأنها رفع القيمة الأدبية للنص الإبداعي وزيادة طلبه وقبوله من قبل المتألق، لذلك حرص الكاتب على تزويد نصه بأنواع أدوات وتقنيات التسويق من بداية نصه حتى نهايته . ولعل الرواية من أهم النصوص الإبداعية التي للتسويق شأن كبير في تكوينها، في نص للمتعة والتلذذ بالقراءة .

ولأهمية التسويق كعنصر مهم في تكوين الرواية، قمنا بدراسة هذه حول التسويق وتقنياته، لنسلط الضوء على ما من شأنه رفع منزلة الرواية أو إنزالها لدى المتألقين، فمكانته عالية في البناء الفني للرواية . تكمن مشكلة التسويق بأنه عنصر خفي في الرواية رغم أهميته وانتشاره على طول الرواية، لذا كان من أهداف هذه الدراسة، أن يتعرّف الكاتب المبدع والمتألق على التسويق وتقنياته وكيفية إدارتها وتوظيفها عند الكتابة من قبل الكاتب، وكيفية اكتشافها من قبل المتألق، ولنأخذ بيد الكاتب للتعرف على أنواع تقنيات التسويق ومجالاتها وحسن توظيفها في سياق الكلام، ثم نبرزها أمام المتألق حتى يميز بين النص الممل والنص المشوق .

الدراسات حول هذا الموضوع "التسويق" قليلة، ولا زالت في بداياتها، فكل دراسة تتناولت جانباً من جوانب التسويق وليس التسويق كله، لذا علينا أن نعرف أن تقنيات التسويق تأتي في مجالات متعددة، بصيرية وسمعية وموسيقية وبلاعية وأسلوبية . كما أن تقنيات التسويق كثيرة وتأتي بعدة معانٍ واستخدامات، ولسعة ميدات دراسة التسويق، اطلعنا على بعض الدراسات ، منها :

- أساليب التسويق في المقال الأدبي عند الرافعي . الدكتور عبدالحميد محمد بدران .
- رسالة ماجستير بعنوان : آليات ترجمة التسويق في قصص الأطفال . دراسة تطبيقية . للطالبة بكارى ليلى .
- مقال قصير، بعنوان : التخييل ولغة التسويق، مقاربة في البناء الفني للرواية البوليسية في الأدب العربي . لشعب حليفى . دار المنظومة . مصر . صفة : 82 - 62 . عدد : 76 من عام 2009م . غير أنها اقتصرت على لمحة عن لغة التسويق فقط في الرواية البوليسية العربية .
- بحث بعنوان : فن التسويق في السرد القصصي للأطفال، قصص الحيوان، لمحمد عطيه الإبراشي نموذجاً . لمحمد فوزي مصطفى خليل . دار المنظومة . أبحاث المؤتمر الدولي الخامس للدراسات السردية . بعنوان : السرد والكتابات الجديدة . الجمعية المصرية للدراسات السردية وجامعة قناة السويس . مصر . صفة : 129 - 191 ج 3 من عام 2013م . وهو بحث ذو قيمة علمية، رغم عدم توسعه .
- كتاب : عوامل التسويق في القصة القصيرة لطفل المرحلة الابتدائية . الدكتور إبراهيم محمد عطا . دار الشباب للطباعة . الطبعة الأولى . 1994م . وقد خرجت هذه الدراسة إلى بيان طريقة كتابة القصة القصيرة للأطفال بالمقام الأول، وتتناول التسويق بشكل عام في معنى لغوي من دون معالجة فعلية لعوامل التسويق، ولم يحظ الجانب التطبيقي بعناية .

هذه الدراسة حرصت على الجانب التطبيقي في جنباتها، وعبر اختيار نموذجاً من الروايات السعودية التي حققت مراكز متقدمة في مسابقات عربية، وكانتها تعد من المبدعات في مجال القص والرواية . كما حرصت هذه الدراسة على إضافة الجديد في حقل دارسة التسويق كعنصر مهم لبناء الرواية، وتحديد مجالاته وتقنياته وحسن توظيفها في المكان المناسب، حتى يستثير بها الكاتب في كتاباته والمتألق في قراءاته، بمنهج وصفي تحليلي لزيادة التوضيح والبيان لهذه التقنيات التي ننشد لها بالأمثلة .

جاءت هذه الدراسة بمقدمة تشتمل على نبذة حول موضوع الدراسة، وإشكاليتها وأهدافها وما سقدمه من جديد والدراسات السابقة للموضوع، ثم تقسيماتها : حيث جاءت على ثلاثة مباحث، يمثل كل مبحث مجال من مجالات توظيف التسويق في الرواية يختلف عن الآخر، ويندرج تحت كل مبحث مجموعة من تقنيات التسويق التي



استخدمت في هذا المجال، عرفاً به ومثّلنا على توظيفه في الرواية موضع الدراسة، مع تحليل ذلك . فكان المبحث الأول يتحدث عن : التسويق في عبارات النص، ويندرج تحته عدة تقنيات للتسويق مثل : الغلاف – العنوان – تقسيمات الرواية . ثم المبحث الثاني، وهو في مجال : التسويق في لغة الرواية، ويندرج تحته : فصاحة اللغة وسلامة اللسان "حسن الصياغة" – الاستفهام – التكرار – الأمر – أساليب بلاغية . في المبحث الثالث كان الحديث عن مجال التسويق في سرد الرواية، ويشتمل على : الراوي – الحوار – بناء الشخصيات – المفاجأة – الرمزية – الغموض – الفضول . وختمت الدراسة بخاتمة اشتملت على عدد من نتائج الدراسة وبعض التوصيات، فإلي دراستنا .

• تمهيد :

قبل البدء في خوض دراستنا حول التسويق في رواية "الوارفة" لأمية الخميس؛ ينبغي علينا أن نعرّج قبل ذلك على توضيح مفهوم مصطلح التسويق، والتعريف بالرواية وكاتبها في أسطر قليلة، تثير للقارئ طريقة لفهم محتوى الدراسة ووضع تصور أولي حول ما سيدور الحديث عنه .

- مفهوم التسويق :

من الضروري أن نعرف ما المقصود بالتسويق؟ من الجانب اللغوي أولاً؛ ونحن نتكئ على ثروة كبيرة من المعاجم اللغوية وإرث كبير في لغتنا العربية، وإن كان المصطلح حديثاً إلا أننا سجد معناه لغوياً في معاجم اللغة العربية، من ذلك :

قال ابن منظور في "لسان العرب" في مادة شوق : "الشوق والاشتياق، نزاع النفس إلى الشيء، والجمع أشواق، شاق إليه شوقاً، وتشوق، واشتقاق اشتياقاً . والشوق حركة الهوى" ⁽¹⁾. وقال الفيروز أبادي في قاموسه عن الشوق في باب الفاف فصل الشين : "نزاع النفس وحركة الهوى، أشواق وقد شاقني جبها هاجني" ⁽²⁾.

من خلال الكلام السابق حول الشوق نجد أن الحديث يدور حول حراك النفس برغبة وحب إلى شيء ما، وهذا ما يقربنا إلى ما نريد الوصول إليه، فالمتلقي يختار قراءة الرواية ويوافق في هذا العمل؛ رغبةً وحبًا لذلك .

أما التسويق كمصطلح أدبي حديث؛ فستتعرف عليه من جانبين، جانب لدى النقاد الغربيين والجانب الآخر عند النقاد العرب ، وسنقدم النقاد الغربيين، لأن جل النقاد العرب أخذوا بتعريفهم وساروا على مسلكهم في تعريف مصطلح التسويق في الأدب . فقد عرّفه Beskson & Ganz بكتن و غنز بقوله : "الانتظار المفعم بالشكوك إلى نهاية الحبكة" ⁽³⁾. وقد أخذ به لطفي زيتوني مؤلف المعجم الذي أخذنا تعريف بكتن منه . أما كليمنس لوجوفסקי Clemens Lugowski فيفرق بين التسويق الموجه لتحقيق النتيجة result oriented suspensc والتسويق الموجه لسير الأحداث process oriented suspensc (1990 - ص 37) فالأخير معناه تسويق القارئ لما سوف يحدث . والثاني معناه تسويق القارئ لمعرفة كيفية سير الحدث . ويربط جالتون Galton و سمسون Simpson (1987) ظاهرة التسويق بأدب الصيغ الثابتة Tormalaic literature ويعرفانه بأنه صيغة محتومة فيه، وفي الفن الجماهيري popular (وليس الشعبي هنا) يعتبر التسويق علمًا على فئة من القصص أو الأفلام" ⁽⁴⁾.

سواء كان المقصود من التسويق هو تعلق القارئ بما سيحدث أو كيف يحدث؛ كما قصده النقاد السابقين، فإنه :

مصطلح دال على الطرائق التي يسعى من خلالها الراوي إلى إثارة فضول المتلقي وشد انتباذه لمواصلة

¹ - ابن منظور، أبو الفضل محمد بن مكرم بن علي، لسان العرب، تحقيق : أمين محمد عبدالوهاب، ومحمد الصادق العبدى، دار إحياء التراث العربى، بيروت، ط 1 ، 1416هـ - 1995م ، 7 / 239 .

² - الفيروز أبادي، مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي الشيرازي، القاموس المحيط، نسخة مصورة من طبعة المطبعة الأميرية، مصر، ط 3، 1301هـ - 244/3 .

³ - زيتوني، لطيف ، معجم مصطلحات نقد الرواية، مكتبة لبنان ناشرون- دار النهار للنشر، بيروت، ط 1 ، 2002 ، ص : 55 .

⁴ - عناني، محمد، المصطلحات الأدبية الحديثة. دراسة ومعجم إنجليزي - عربي ، الشركة المصرية العالمية للنشر، الجيزة - مصر، 2003م، ط 3 ، ص : 110 .



الاستماع أو القراءة . فيتطلع في كل مرحلة من مراحل القصة إلى اللاحق من الأحداث⁽⁵⁾ . وهو ما ذهب إليه النقاد العرب مقتدين بقاد الغرب .

ما سبق نصل إلى أن التسويق كمصطلح أدبي هو فن ينبغي على المبدع تعلمه والإلمام به كي يجذب المتلقى تجاه إبداعه، و يجعله أسريراً لهذا الإبداع في جميع مراحله دون ملل، يدفعه لذلك الفضول والرغبة لاستكشاف ما سيحدث في كل مراحل النص الإبداعي. ولا يتأنى ذلك للمبدع إلا عندما يلم بعناصر التسويق وتقنياته ويضميتها في إبداعه كي تأسر المتلقى فيه .

- نبذة عن مؤلفة الرواية :

الكاتبة والروائية : أميمة بنت عبدالله محمد بن خميس ، ولدت عام (1966م) في الرياض، التي درست وتعلمت بها حتى حصولها على درجة البكالوريوس في الأدب العربي من جامعة الملك سعود، ودبلوم اللغة الإنجليزية من جامعة واشنطن . والدها هو الأديب والمؤرخ عبدالله بن خميس، والذي له مجموعة من المؤلفات حول تاريخ نجد والدولة السعودية، ووالدتها هي سهام السرحاني، من أصول فلسطينية، هي الأخرى لها كتابات في صحيفة الجزيرة السعودية . عملت أميمة في التعليم كمعلمة ثم مديرة للإعلام التربوي في وزارة التعليم . ولها نشاطات كتابية وأدبية كثيرة، بداية من كتابة المقالات الأسبوعية ومجموعة من القصص في بعض المجالات والصحف السعودية، مثل "الضلوع حين استوى" - مجلس الرجال الكبير - أين يذهب الضوء - الترياق" ولعل بداياتها مع كتابة الرواية كانت عام 2006 م عند صدرت لها "البحريات" ثم تلتها : الوارفة - زيارة سجي - مسرى الغرانيق في مدن العقيق - الغزالة . وقد فازت أميمة بجائزة أبها القصة عام 2001م ، وتأهلت روايتها "الوارفة" إلى القائمة الطويلة لجائزة العالمية للرواية العربية "البوكر" عام 2010م، وفازت روايتها "مسرى الغرانيق في مدن العقيق" بجائزة نجيب محفوظ للرواية عام 2018م، كأول روائية سعودية تفوز بها .

- رواية الوارفة :

صدرت رواية "الوارفة" لأميمة الخميس عن دار المدى في سوريا عام 2008م ، وقد ترشحت للقائمة الطويلة في جائزة الرواية العربية "البوكر" عام 2010م . وهي من الحجم المتوسط . تدور أحداث الرواية حول بطلة القصة الدكتورة الجوهرة التي تدور حولها أحداث الرواية والشخصيات، كما أنها هي السارد فيأغلب فترات الرواية التي تسير بتقنية الزمن الدائري، فتصف تشتتها بالعيش بين مجتمعين مختلفين لا تشعر بالانتماء إلى أي أحد منهم، فمجتمع المنزل والعائلة والأقارب والحرارة مجتمع محافظ تبرز فيه سيطرة الرجل مهم يكن من مكانته أو مستوى التعليمي، فهو المسيطر ومن يسن القوانين والضوابط حول المرأة وتحركها، إذ يفرض على الجوهرة تصرفات ولبس وعدم الانطلاق أو السفر إلا بأمره وتحت مشورته، رغم أن الجوهرة ليست صغيرة بالسن، ومستواها التعليمي المرتفع وطموحها العالي بإكمال دراستها والسفر لذلك، إلا أنها خاضعة لهذا المجتمع الذي لا تحس بالانتماء إليه. أما المجتمع الآخر، فهو مجتمع العمل في مستشفى الجيش، حيث الطبيبات والمرضيات من جميع الجنسيات، وتجرى الدكتورة الجوهرة مدى انطلاقهن في بيئه العمل والتفاعل مع الزملاء والزميلات، وخاصةً الزملاء؛ إذ تجد الجوهرة صعوبة بالتعامل معهم وتجنبهم بالحديث وحتى النظارات، ومن السهولة أن تلاحظ اختلافها عن جميع الطبيبات والمرضيات في المستشفى، حتى من بني جلدتها من درس بالخارج أو جاء من مناطق أخرى، فتلاحظ اختلاف بلبسها واحتلاف في تصرفاتها وتعاملها مع الرجال في هذا المجتمع. قد يكون تأثير المجتمع الأول له أثر كبير بفرض الرقابة عليها، وبالذات عندما كانت متزوجة من أحد أفراد هذا المجتمع المحافظ "طلال" المتزوج مسبقاً، والذي لم تجد منه سندأ لها ضد ضغوطات مجتمعها، بل كان أحد المشاركيـن، لهذا لم يستمر هذا الزواج طويلاً. ومع تجادب المجتمعين لبطلة الرواية، مع ميلها لمجتمع المستشفى، فيهـ من تحبهـ وتشعر بالسعادة معـهمـ، مثل "أدريـانـ" الدكتـورةـ الـكنـيةـ،ـ والتيـ كانتـ تحـكـيـ لهاـ ماـ فيـ كـنـداـ منـ تـحرـرـ وـانـطـلـاقـ وـتحـكـيـ لهاـ قـصـصـ حولـ بـطـولـاتـهاـ وـحيـاتـهاـ وـحـيـاتـ النـاسـ هـنـاكـ،ـ مماـ دـفـعـ بالـدـكـتـورـةـ الجوـهـرـةـ إـلـىـ الإـبـحـارـ بـالـخـيـالـ نـحـوـ تـلـكـ الـبـلـادـ وـالـانـطـلـاقـ بـتـعـيمـهاـ وـتـحرـرـهاـ .ـ

أحسـتـ الدـكـتـورـةـ الجوـهـرـةـ بـأـنـهاـ يـجبـ أـنـ تـنـزـوـجـ،ـ وـلـكـ هـذـهـ المـرـةـ سـتـكـونـ عـبـرـ اـخـتـيـارـهـ،ـ لـذـاـ حـاـولـتـ التـقـرـبـ مـنـ أـكـثـرـ مـنـ زـمـيلـ فـيـ الـمـسـتـشـفـيـ،ـ وـكـلـهـ بـاعـتـ بـالـفـشـلـ وـالـخـيـبـةـ،ـ بـلـ إـنـهـ خـلـقـتـ جـرـحاـ فـيـ دـاـخـلـهـ لـفـشـلـهـ أـوـ لـتـهـورـهـ بـمـاـ فـعـلـتـ.ـ معـ توـالـيـ الأـحـدـاثـ،ـ يـأـتـيـ وـالـدـهـاـ بـزـوـجـ لـهـ كـبـيرـ بـالـسـنـ وـلـدـيـهـ أـكـثـرـ مـنـ زـوـجـةـ وـرـجـلـ لـاـ يـعـيـهـ شـيـءـ لـأـنـهـ يـعـمـ بـالـمـعـدـاتـ الـثـقـيـلـةـ وـيـكـسـبـ الـمـالـ "ـأـبـوـ ضـارـيـ"ـ،ـ هـذـاـ عـرـضـ أـصـبـ إـجـارـيـاـ مـنـ قـبـلـ وـالـدـهـاـ وـالـعـاـنـةـ وـقـلـبـهـ .ـ

⁵ - القاضي، محمد وأخرون ، معجم السرديةـاتـ، دـارـ مـحمدـ عـلـيـ لـلـنـشـرـ، تـونـسـ وـدـورـ أـخـرـىـ، 2010ـمـ ، طـ 1ـ ، صـ 95ـ .ـ



يرفضه، وبعد ازدياد الضغط عليها بدأت بالتفكير بالعرض كهروب من فشلها من إيجاد زوج، وقبل استسلامها للأمر الواقع تأثيرها النجدة من قبل أخيها "عبدالرحمن" والذي يرفض هذا الزواج، بل يعرض عليها السفر إلى كندا معه كمحرر حتى لا ترفض العائلة. تذهب مع أخيها لكنها وتجد ما أبهراها وزاد في تعاقبها بتحقيق طموحاتها والعيش بهذا المجتمع، إلا أن عودتها لأرض الوطن والمجتمع الذي لم يتغير يلقي بظلاله على قلبها.

المبحث الأول

- التسويق في عتبات النص :

مصطلح "عتبات النص" هو مصطلح مأخوذ من الأدب العربي الحديث، نجده عند كثير من النقاد الغربيين كجيرار جينيت و ميشيل فوكو و لوسيان كولدمان وجام دريدا؛ تلفتته أيدي النقد العربي لمصطلح جديد لعنصر من عناصر النقد الأدبي للنص، وإن وجود بعض التفاوت في فهم وترجمة هذا المصطلح ما بين النص الموازي والنص المصاحب أو المناصصة . نجد ذلك عند سعيد بقطين و عبدالمالك أشهبون و جاسم محمد جاسم و جميل حمداوي .

هذا ما يسمى بأزمة المصطلح ، وهي ليست حكراً على مصطلح "عتبات النص" بل هي حال كثير من المصطلحات الأدبية والتلقية المأخوذة من الأدب العربي الحديث بفعل الترجمة . ليس هنا المجال للحديث عن التفاوت في تعريف مصطلح "عتبات النص" ولا تقسيماته، وإنما سقنا المقدمة السابقة عنه، للاستدلال الباحث عن معنى المصطلح و دروب البحث عنه .

ما يهمنا في دراستنا هذه مظاهر "عتبات النص" في رواية "الوارفة" لأميمة الخميس، ووظائفها الجمالية والدلالية التي أكسبت هذا المصطلح أهمية كبرى عند دراسة النص الأدبي ، ولكن قبل ذلك دعونا نستعرض تعريفاً واحداً من تعاريف النقاد العرب لهذا المصطلح، ليضيء لنا الطريق نوعاً ما عند الدخول في دراستنا هذه . استقر الدكتور عبدالحق بلعابد لترجمة "عتبات النص" إلى مصطلح "المناص" في دراسته لكتاب جيرار جينيت "عتبات" ، وعرفه بقوله : " كل ما يجعل من النص كتاباً يقترح نفسه على قرائه أو بصفة عامة على جمهوره" فهو أكثر من جدار ذو حدود متمسكة، نقصد به هنا تلك العتبة، بتعبير (بورخيس) البهوجي الذي يسمح لكل منا دخوله أو الرجوع منه⁽⁶⁾ .

" فلا نص في الواقع لا يمكننا معرفته وتسميته إلا بمناصه، فنادرًا ما يظهر النص عارياً عن عتبات لفظية أو بصرية مثل : (اسم الكاتب، العنوان، العنوان الفرعى، الإهداء، الإستهلال، صفة الغلاف ...) ⁽⁷⁾ . في رواية "الوارفة" ستتناول عتبات النص اللفظية والبصرية التي تستقبل القارئ وتوجهه نحو القراءة الأمثل للرواية، وما تضيفه هذه العتبات من وظيفة جمالية ودلالية .

• الغلاف :

جاءت رواية "الوارفة" بكتاب من حجم 22×15، وهو حجم مناسب للاقتناء والحمل الخفيف أثناء القراءة، بالإضافة إلى احتوائه على 294 صفحة، فلا هو القليل المخل ولا الكثير الممل، مناسب جداً لقراءة يومية متواصلة .

كذلك جاءت طباعة الكتاب بشكل واضح وأنيق ووجودة عالية تساعد على القراءة السهلة الممتعة، فلا يجد القارئ مصاعب أثناء القراءة، من عدم الوضوح أو صغر الخط .

تخفي الصورة ورمزيتها في داخل الرواية إلا على الغلاف الخارجي فقط، وقد اختفت صورة الغلاف وتصاميمه من طبعة إلى أخرى، ولكنها لا تخرج عن صورة شجرة ذات أوراق وارفة ترمز لعنوان الرواية، وأمرأة تبدو عليها ملامح الحزن ترمز لبطلة الرواية وتتجسد معاناتها في الحياة من خلال ملامح وجهها .

إن أول ما يقابل المتألق في الرواية هو غلافها، لذا ينبغي أن يشد المتألق نحو الرواية ويدفعه للإمساك بها ومطالعتها من باب الفضول والتسويق، وإن كان هذا العمل من إنتاج دور النشر لا المؤلف .

⁶ - بلعابد، عبدالحق . عتبات . جيرار جينيت من النص إلى المناص . منشورات الاختلاف ، الجزائر ، ط1، 2008 .

صفحة : 44 .

⁷ - نفسه ، صفحة : 44 .



• العنوان :

بعد أن يجذب تصميم الغلاف القارئ لتناول الرواية، أول ما يطالعه في واجهة الغلاف؛ عنوان الرواية، وهو من صنع المؤلف نفسه لا دور النشر والمصممين كحال الغلاف، لذا وجب أن يجذب القارئ للاطلاع على ما في داخل الرواية بأسلوب مشوق لا ينفره منه لصعوبة ألفاظه أو طوله.

كما ينبغي أن يكون متعلقاً بمحتوى الرواية من الداخل لا منزلاً عنها، فهناك علاقة دائمةً بين العنوان والمحظى ويحمل دلالات ظاهرة وعميقة تشوّق القارئ نحو الرواية، "العنوان بناء يتمركز في واجهة النص، له دلالاته السطحية والعميقة، الخفية والمرئية، وفي مرآة هذه الدلالات نرى فحوص النص من ناحية، ومن ناحية أخرى نرى ملامح نص يوازي النص الأساس طوال عملية القراءة، تربّطه بالنص الأم حسورة يتحكم الكاتب في بعدها وقربها حفاظاً على شغف المتنقي"⁽⁸⁾.

يطالعنا عنوان روایتنا "الوارفة" على الواجهة، كلمة واحدة فقط، خفيفة لطيفة سهلة على المتنقي، إلا أن هذه الكلمة تحمل في داخلها دلالات عدّة مرتبطة ارتباط كبير بأحداث الرواية وما بداخلها، لا يفهمها المتنقي حتى يقرأ الرواية ويطلع عليها، وهذا ما يثير شغفه ويدفعه للدخول والتعرف عليها.

من ترابط أحداث الرواية بالعنوان التي عبرت عنه كلمة الوارفة التأنيث، بالكلمة مؤنثة وكذلك بطلة الرواية، كما أن البطلة معطاءة كافتـحت وسعت حتى بلغت ما كانت تطمح إليه وهي أن تكون طيبة تمنح الحياة للناس، والاستقرار لعائلتها الشجرة الوارفة كثيرة الأشجار التي تظل الناس، إلا أن هذا لم يشفع لها، فالإنسان يسعى دائمًا لقطع الشجرة الكبيرة الوارفة متناسياً ما تقدمه من تضحيات.

لم ينس المصمم أن بعض طبعات الرواية أن يضيف لجملة "ترشحت لجائزـة (بوكر) العالمية في الرواية" على الغلاف بجانب اسم المؤلف والعنوان؛ وهو دافع قوي لتحفيـز وإثارة شغـف المتنـقي لقراءـتها.

تقسيمات الرواية :

حرّقت المؤلّفة على تقسيم الرواية إلى عدّة أقسام كي تسهل على القارئ قرائتها وترتيب أحداثها، وصيغت كل قسم منها بعنوان خاص به، يجسد ويدل على أحداث هذا القسم ويسهم بتجوّيه أفق التطلع والانتظار لدى القارئ قبل الوصول للقسم.

هذه العناوين لكل قسم تحمل في جنباتها دلالات سطحية وعميقة لما يحتويها قسمها، كما هو الحال في العنوان الرئيس للرواية الذي تحدثنا عنه آنفـاً.

نماذج من عناوين أقسام الرواية : "طيور الوحشـة ، جنود مجـنة ، كريمـان بخارـي".

المبحث الثاني

- التشويق في لغة الرواية :

قال صلـى الله عليه وسلم : (إن من البيان لـسـحـراـ، إن منـ البيان لـسـحـراـ) . والبيان المقصود هنا هو الكلام، فالرسـول صـلـى الله عليه وسلمـ وصف بعضـ الكلامـ بالـسـحـرـ؛ لماـ لهـ منـ أـثـرـ عـلـىـ النـفـسـ بالـقـبـولـ وـالـعـجـبـ وـالـدـهـشـةـ، فـمـنـ الـكـلـامـ مـاـ يـغـيـرـ تـوـجـهـ وـفـكـرـكـ، وـمـنـهـ مـاـ يـجـلـيـ عـنـ عـقـلـ الـغـشـاوـةـ، وـمـنـهـ مـاـ يـطـرـبـكـ وـيـبـعـثـ فـيـ نـفـسـكـ النـشـوـةـ . لـذـكـ حـرـصـ الـخـطـيـبـ عـلـىـ تـقـديـمـ الـحـجـجـ لـلـتـأـثـيرـ عـلـىـ مـسـتـعـمـيـهـ، وـالـشـاعـرـ عـلـىـ عـذـوبـةـ الـأـلـفـاظـ وـصـدـقـ الـمـعـانـيـ، وـالـرـاوـيـ عـلـىـ الـأـحـدـاثـ وـتـقـاصـيـلـهـ . كـلـ هـذـاـ يـتـمـ عـنـ طـرـيقـ أـدـاهـ وـاحـدـهـ وـهـيـ الـلـغـةـ، إـذـاـ أـحـسـ الـمـتـحـدـثـ اـسـتـخـدـمـهـاـ وـتـوـظـيـفـهـاـ بـلـغـ مـقـصـدـهـ فـيـ اـسـتـمـالـةـ الـمـتـنـقـيـ نـحـوـ مـاـ يـقـولـ، وـلـاـ يـحـدـثـ هـذـاـ إـلـاـ بـإـثـارـةـ فـضـولـهـ وـتـشـوـيقـهـ لـمـاـ يـتـلـفـاهـ، هـذـاـ مـاـ كـانـ فـيـ الـكـلـامـ بـالـعـمـومـ نـاهـيـكـ مـاـ يـنـبـغـيـ أـنـ يـكـونـ فـيـ لـغـةـ الـأـدـبـ فـهـيـ "الـأـدـبـ الـأـمـ الـتـيـ تـخـرـجـ مـنـ تـحـ عـبـاعـتـهـ الـأـدـوـاتـ الـفـنـيـةـ الـأـخـرـىـ، وـتـعـمـلـ هـذـهـ الـأـدـوـاتـ الـفـنـيـةـ وـتـمـارـسـ دـورـهـاـ فـيـ لـذـهـ النـصـ مـنـ خـلـالـهـ وـفـيـ إـطـارـهـ"(⁹)، فـصـاحـةـ الـلـسـانـ وـسـلـامـةـ الـأـلـفـاظـ وـاسـتـخـدـامـ أـصـنـافـ الـبـلـاغـةـ وـتـحـسـينـ الـكـلـامـ هـيـ سـمـةـ لـغـةـ الـأـدـبـ، وـلـاـ يـمـكـنـ حـصـرـ كـلـ مـاـ شـأنـهـ أـنـ يـضـفـيـ جـمـاليـاتـ عـلـىـ الـلـغـةـ فـيـ

⁸ - الرمادي ، أبو المعاطي . عـتبـاتـ النـصـ وـدـلـالـاتـهـ فـيـ الـرـوـاـيـةـ الـعـرـبـيـةـ الـمـعاـصـرـةـ "تحـتـ سـماءـ كـوـبـنهـاغـنـ"ـ أـنـمـوذـجاـ ، مجلـةـ مـقـالـيدـ، العـدـدـ السـابـعـ ، دـيـسـمـبرـ 2014ـ ، الـجـزـائـرـ . صـفـحةـ 295ـ .

⁹ - زـاـيدـ ، عـلـيـ عـشـريـ، عـنـ بـنـاءـ الـقـصـيدـةـ الـعـرـبـيـةـ الـحـدـيـثـةـ، مـكـتـبـةـ أـبـنـ سـيـنـاـ، الـقـاهـرـةـ، طـ 1423ـ هـ ، 2002ـ مـ، صـفـحةـ 41ـ .



الرواية هنا، لذا سنكتفي ببعض ما يمكن أن يعده من تقنيات التسويق في لغة الرواية وظهرت بشكلٍ بارز في الرواية.

• **فصاحة اللغة وسلامة اللسان "الصياغة"** :

تمتاز مؤلفة الرواية الكاتبة : أميمة الخميس، بفصاحة اللغة وسلامة اللسان، ولا عجب في ذلك فهي من نشأت وترعرعت في بيت أدب وكتابة بين أب أديب مؤرخ وأم كاتبة صحفية، لذا نشأت أميمة في هذه البيئة الأدبية وتتأثرت بها يميزها أسلوب كتابة واضح وبسيط يخلو من تعقيبات اللغة ولا ينزل إلى السذاجة والانحدار اللغوي، يستحسنها المثقف وينقله العامي، فهو خليط بين الفصيح للمنتقى المثقف والعامي الذي يجد فيه كلمات وجمل تستخدماها في حياتنا وواقعنا، ولعل أسلوبها الكتابي ولغتها البسيطة الممتعة السبب الرئيس في تقبل المثقفي لإنتاجها من قصص وروايات ومكثها من اعتلاء مكانة بين كتاب السعودية . "غابات النخيل عادة حينما تتأكد من غياب العيون وتطمئن إلى وحشة المكان وهيبة سكونه، تبدأ النخلات في الحديث بين بعضها البعض" ⁽¹⁰⁾.

• **الاستفهام :**

للاستفهام معانٌ متعددة حسب توظيف الكاتب لها في صياغته، فيذهب الاستفهام إلى أبعد من طلب معرفة الخبر إلى أبعد من ذلك وقد يصل إلى جماليات اللغة والتحكم في سير السرد . "لكن هل هو كرتون نرمي به بعد الاستعمال ؟ استعملتني ؟ ماذَا تقدّمين استعملتني ... هاه" ⁽¹¹⁾. فالاستفهام هنا ليس لطلب معرفة الخبر، بل للتحكم مرة وللإنكار أخرى وللتوجّب ثلاثة .

• **التكرار :**

تكرار كلمة أو تكرار جملة، يستخدم في الكلام لعدة معانٍ، فقد يكون للإثارة والانتباه، أو للتأكيد، أو للنهي . فهو أسلوب من أساليب العربية يوظفه الكاتب أو المتكلم حسب حاجته ويتجنب اهتمام المثقفي فيضفي جمالاً على حديثه ويزيد في المعنى . "لذا كانت تعلم أنها ستبكي ... وستبكي كثيراً لرحيل هند" ⁽¹²⁾. مبالغة وزيادة في البكاء.

• **الأمر :**

ليس أسلوب الأمر لطلب فعل الفعل كما يعرفه النحويون فقط، فله عدة معانٌ ودلائل ؛ إذ يدل أسلوب الأمر التمني أو الدعاء أو التهديد أو التحدي أو التخيير أو الإهانة، ومع تعدد دلالاته تتعدد صيغة، وعلى الكاتب أن يحسن توظيفه في كتاباته لما له من عمق في المعنى وحسن تعبير . "أجزمي لا تصيرين عزامة ندامة، بكرة أجي شابيكم أقهوا معه . ردت بمراؤفة : أمهلني ... أستخير" ⁽¹³⁾.
أسلوب أمر مرة للتحقيق وأخرى للتنبيه وثالثة فيه تردد .

• **أساليب بلاغية :**

المحسنات البلاغية أدوات استخدمها العرب منذ القدم لتحسين وتجميل كلامهم وكتاباتهم، يقبلها المثقف ويستحسن جرسها وعذوبتها وتنثر الميل في داخله نحو ما يقرأ أو ما يسمع، وهي كثيرة جداً تشغّل جانباً من فنون العربية؛ يصعب حصرها هنا، ولكن سننتطرق لبعض ما ورد في الرواية منها .

التشبيه : وأنواعه كثُر، ولا تكاد تخلو صفحة من صفحات الرواية منه على اختلاف أنواعه وتعدد آثاره في نفس المثقفي وكذلك على صياغة الرواية وحكتها . " كانت ابتسامتها مغتصبة لأنها مستعارة وستردها سريعاً" ⁽¹⁴⁾.

"هل تتحول إلى أنشى عنكبوت الأرض ملأه السوداء تمشي طوال النهار بين أروقة المستشفى بحثاً عن فريسة" ⁽¹⁵⁾.

طريق : "تتحرك في الغرفة ذهاباً وإياباً" ⁽¹⁶⁾. وكانت المسافى بين جروحي وغرورك ليلة احتضار" ⁽¹⁷⁾.

جناس : " وعندما استيقظت (ناديها) ذات صباح فوجدت أن هناك صفرة غريبة تتسلد على منزلهم، صفرة تشبه وجه مريض متهالك" ⁽¹⁸⁾.

¹⁰ - الخميس، أميمة . رواية الوارفة . دار المدى ، دمشق . ط 2 . 2010م . صفحة : 41 .

¹¹ - نفسه . صفحة : 140 .

¹² - نفسه . صفحة : 100 .

¹³ - رواية الوارفة . صفحة : 190 .

¹⁴ - نفسه . صفحة : 212 .

¹⁵ - نفسه . صفحة : 85 .

¹⁶ - نفسه . صفحة : 177 .

¹⁷ - نفسه . صفحة : 173 .



الإطناب : ويكثر في تأملات السارد لموقف معين، وفي بداية كل قسم من أقسام الرواية، وهو إطناب محمود، يزيد في وصف الموقف وجماليات السرد . " كانت للحظات قليلة، والخيل تخب بها قد بدأت تسمع وجيب قلبها في أدنيها، وهي تتحول إلى بنت باشا عريق، أو لربما (شادية) وانسحبت الألوان من حولها، ولم يبق إلا الأسود والأبيض، سيارات الخمسينات بمقداماتها الغليظة "(¹⁹)

الإيجاز : نجده غالباً في الحوار بين الشخصيات، وأغلب دلالاته وردت للتعبير عن الحزن الذي داخل الشخصية، فليس له نفس يساعد على الحديث الطويل . "وقالت لهم بفتور : شريطي "⁽²⁰⁾.

المبحث الثالث

- التسويق في سرد الرواية :

يشترك كاتب الرواية والمتنقي في هدف معين؛ ألا وهو التسويق، فالمتنقي عندما يتناول الرواية ويبداً في قراءتها والدخول في أحداثها، إنما هو يبحث عن المتعة والإثارة، تدفعه تقنيات التسويق التي تحرك مشاعره وتدفعه على المواصلة في القراءة . وكاتب الرواية عليه أن يحسن توظيف تقنيات التسويق التي تثير المتنقي وتقبض عليه لنجعله أسيراً لروايته، فيكمل قراءتها .

فالتسويق هو الرابط المشتركة الذي يقدمه الكاتب ويبحث عنه المتنقي، لذا على الكاتب أن يجعل المتنقي في وضع التوتر والحماس طوال رحلته في قراءة الرواية تعلوه الحيرة أحياناً متأهباً لأي حدث مفاجأً أو خلاف ما يتوقع حدوثه، فلا يقدم له الأحداث الربطية فيفلت انتباذه منه، يدفعه الفضول ويقيده الغموض، من أول الرواية حتى منتهاها . " التسويق هو مصطلح دال على الطرائق التي يسعى من خلالها الرواية إلى إثارة فضول المتنقي وشد انتباذه لمواصلة الاستماع أو القراءة . فينطلي في كل مرحلة من مراحل القصة إلى اللاحق من الأحداث "⁽²¹⁾

هذه الطرائق التي عناها صاحب مجمع السردية موجودة في سرد الرواية وهي الأساليب المستخدمة في سرد الأحداث حتى النهاية، تستخدم اللغة كأدلة، وطرائق التسويق أو أساليبه أو تقنياته – باختلاف المسميات – قيدٌ يقيد المتنقي وانتباذه في الرواية، يقوده راوٍ حاذق يحسن توظيف هذه الطرائق في سرده .

هذه الطرائق أو التقنيات متعددة يصعب أن نلم بها هنا، لذا سنكتفي بذكر بعضها وما برع منها في روايتنا موضع الدراسة .

الراوي :

الراوي هو من يحكى لنا الرواية ويخبرنا عن أحداثها ويسرد تفاصيلها حقيقة أم خيال، " الشخص الذي يروي الأحداث التي شهدتها أو سمع عنها وهو الذي يروي سيرة حكايتها كما عاشها أو كما يراها في زمان الكتابة"⁽²²⁾ . وللراوي عدة مسميات، فهو : السارد ، المؤلف الضمني ، الناظم و يأتي في الرواية على عدة أشكال، فقد يكون أحد شخصيات الرواية، أو شخصية أخرى لا دخل له بأحداث الرواية، عالم بكل تفاصيلها وشخصياتها وأحداثها، غائب لا يشارك في أحداث الرواية وتفاصيلها، إلا أنه عليم بها، ونوع آخر يجمع بين الصنفين السابقين، فهو أحد شخصيات الرواية ومشارك في أحداثها، وفي نفس الوقت عالم بكل ما يحدث أمامه وخلفه من أحداث الرواية .

وللراوي عدة وظائف، فهو صلة الوصل بين الرواية والمتنقي، ومنه نتعرف على أحداث وشخصيات الرواية، ومن خلال سرده تظهر براعة الكاتب باستخدام الأساليب الإبداعية والبلاغية والتي من شأنها تشويق المتنقي وربطه بالرواية ، كما أنه المسؤول عن إدارة سير السرد وتنظيم أحداث الرواية بتسلسل درامي: وإدارة المواقف بتاتغ، مزوداً حديثه بالأدلة والبراهين ليسوق الحجة بغية إقناع المتنقي . ويحرص الراوي أثناء حديثه أن يقدم للمتنقي ما يؤمن به من قيم وتقاليد تؤثر على طبيعته وتفكيره . لأن الراوي يحرص على بناء علاقة ترابط بينه وبين المتنقي طوال سير الرواية، يأخذ بيده ليصل معه حتى النهاية .

¹⁸ - نفسه . صفحة : 215 .

¹⁹ - رواية الوارفة . صفحة : 69 .

²⁰ - نفسه . صفحة : 229 .

²¹ - مجمع السردية . صفحة : 95 .

²² - مجمع مصطلحات نقد الرواية . صفحة : 95 .



في روایتنا يبرز الروایي الغائب، أو ما يسمى الروایي العلیم أو الخبیر بكل الأحداث، وهو شخصیة غیر مشارکة بالأحداث، إلا أنها علیمة بها وبكل تفاصیلها، فهو على اطلاع لكل ما حول بطة الروایة حتى في طفولتها المبكرة وترجها في الحياة، وتنتقلها بين الأماكن وبمختلف الأزمنة . "عندما بدأت تقف على قدميها وتكايد خطواتها الأولى، كانت ترفض أن تلتقط أحدهم يدها ليسير بها أو يغضدها"⁽²³⁾. هذا النوع من الروایة هو النوع السادس في الروایات العربية، وذلك لأنه يقدم الأحداث والشخصيات من باب علم واطلاع، وبموقف متزن لا ميل فيه، لذلك يثق كثیر من المتألقین بهذا النوع من الروایة، لأنهم يثقون به ويؤمنون بوجهة نظره ويضمون أنهم سيجدون عنده الخبر اليقین لاطلاعه ومعرفته .

وإذا ما قلنا صفحات الروایة فإننا نجد أن روایة الأحداث في أحياناً قليلة تخرج من هذا الروایي الرئيس إلى بعض شخصیات الروایة . "ولكن حين حضر في المرة الثالثة، انقض قلبي للغاية، أحسست تلك المرة أنني لن أنجو"⁽²⁴⁾. هنا غاب الروایي الرئيس العارف بكل الأمور و حل مكانه صاحبة الشأن والحدث، فهي هنا أصدق وأحق وأفضل من يخبر المتألق بمشارعها وأحساسها حول هذا الحدث وأنشاء هذا الموقف . والتتنوع في الروایة يثير المتألق ويشده نحو النص والحدث، ويطرد الملل من نفسه، فيزيده تشويقاً و إثارة لمعرفة ما حصل من صاحب الشأن . نجد هذا الأسلوب في أماكن متفرقة داخل الروایة، ومع عدد من الشخصیات .
 توظيف تنوع الروایة في الروایة ليس اعتباطاً، وإنما له أهداف نجحت الكاتبة فيه بتفوق وزادت النص جمالاً وجذباً .

• الحوار :

الحوار عنصر مهم من عناصر السرد، وأداة بيد الروایي المتمكن تساعد في صناعة البناء الفني لروايتها، ويجد فيها المتألق التسويق والإثارة والجاذبية والتعرف على بعض أحداث الروایة التي حصلت بالماضي أو التي ستحصل في المستقبل، كما تمكنه من التعرف على شخصیات الروایة في حاضرها و الماضيها وطريقة تفكيرها، فالحوار بناء فني يربط أحداث وشخصيات الروایة بعضها البعض، ويربط المتألق بالنص حاضره و الماضيه، "فالكائن البشري ذاته غير متجانس ولا يمتلك لغة وحيدة، بل هو لا يوجد إلا في حوار لأن في داخله يوجد الآخر، ومن ثم يستحيل أن ندرك الآخر خارج غيريته، أي خارج العلاقة التي تربطه بالآخر"⁽²⁵⁾.

واللحوار عدة أنواع، منها، الحوار الخارجي: وهو حديث بين شخصیتين أو أكثر من شخصیات الروایة، ويأتي على عدة أشكال وأغراض متعددة . والحوار الداخلي : وهو حديث النفس، حديث داخلي بين الشخصية ونفسها، تبوح به بمكونها وما بداخليها، وما لا يمكن أن تُظهره النفس للعلن، وهو أيضاً يأتي على عدة أنواع وأغراض .
 أما وظائف الحوار فمتعددة، أبرزها ما يساعد الكاتب على بناء وتقيم الشخصیات وتجسيدها، كما أن الحوار له القدرة على بث التساؤلات والحيرة وتطلع الأفق لدى المتألق، ومن خلاله يزود الكاتب روايتها بأساليب إثارة وتشويق مختلفة عن أسلوب السرد، الذي قد يبعث الملل داخل نفس المتألق .

" إن الحوار هو من أكثر الوسائل التي يعتمد عليها القاص في رسم الشخصیات وكثيراً ما يكون الحوار السلس المقن من أهم مصادر المتعة في القصة، وبواسطته تتصل شخصیات القصة بعضها ببعض اتصالاً مريحاً ومباسراً "⁽²⁶⁾.

ينتشر الحوار في كل مكان من الروایة، وبين شخصیاتها وبين شخصية ونفسها، فقد استخدمت الكاتبة أنواع متعددة من الحوار، لتقدم سرد وأحداث وشخصيات الروایة . مثل :

- بحب حريم (بنات ناس).
- أیه يا ماما آمال أنتو رجاله، مانا عارف أنکو حريم ... بس الاسم و النبي عاشان تخشی على الدكتورة .
- أم ناصر .
- وأم ناصر دي مالهش اسم، خرجت من بطن ممتها وسی ناصر وآیاها ؟

²³ - روایة "الوارفة" . صفحة : 5 .

²⁴ - نفسه . صفحة : 198 .

²⁵ - عبدالسلام، فاتح . الحوار القصصي : تقنياته و علاقاته السردية ، دراسة أدبية . المؤسسة العربية للدراسات والنشر . بيروت . ط. 1. 1999م . صفحة : 14 .

²⁶ - محمد، ندى حسن . مقال : فاعلية الحوار في قصص جمال نوري : دراسة تحليلية . مجلة مركز دراسات الكوفة ، مجلة فصلية محكمة . العدد: 51 . سنة 2018 . صفحة 163 .



- يا ماما اسمك خلصيني ؟⁽²⁷⁾
 يطالعنا هذا الحوار البسيط في بداية الرواية ، عند مراجعة أم ناصر للمستشفى ، وترفض إعطاء الممرضة المصرية اسمها ، مكتفية باسم أم ناصر فقط ، تحكمها العادات والتقاليد المجتمعية ، هذه التقليد والعادات لا تردد للمرضية المصرية ولا تعرف بها ، لأنها من مجتمع وبينتها لا تنطبق عليها ولا تعجبها ، وفي حقيقة الأمر أن من لا تعجبه هذه العادة هي الكاتبة ، لذلك صنعت هذا الموقف والمشهد التمثيلي وشخصياته وأحداثه ، لتسوق المتنقى مبرر خروجها عن هذه العادات والتقاليد .

• **بناء الشخصيات :**

" حيث تلعب الشخصية دوراً رئيسياً ومهماً في تجسيد فكرة الروائي وهي من غير شك عنصر مؤتمر في تسيير أحداث العمل الروائي ، إذ من خلال الشخصيات المتحركة ضمن خطوط الرواية الفنية ، ومن خلال تلك العلاقات الحية التي تربط كل شخصية بالآخريات ، إنما يستطيع الكاتب مسك زمام عمله وتطوير الحدث من نقطة البداية حتى لحظات التنوير في العمل الروائي ، وهذا لا يتأنى بطبيعة الحال من غير العناية وبصورة مدققة وسليمة في رسم كل شخصية ، ويتمنى أبعادها وجزئياتها ، سواء أكانت علاقات التكوين الخارجي والتصرفات والأحاديث الصادرة عنها "⁽²⁸⁾

" ولهذا تعد الشخصية الروائية أحد المقاييس الأساسية التي يعتمد عليها للاعتراف بكاتب الرواية أنه روائي حقيقي "⁽²⁹⁾

من الكلام السابق يتضح لنا أهمية الشخصية في الرواية من حيث السير بالأحداث والتعبير عن فكر الكاتب ، بل تجاوز ذلك كله حتى وصلنا إلى أنها تحكم على براعة الروائي من خلال بناء شخصيات عمله وتقديمهما . وهذا ما سنتمسسه في روايتنا .

" الطبيب البري ، هيئته تبدو قص ولزق ، ملصق على بعضه البعض ، أي منه لا ينتمي إلى الجزء الآخر ، قمة رأسه يعلوها شعر أسود كثيف يحلقه دوماً قصيراً للغاية ، القسم العلوي من وجهه أسمراً ملوك جذاب ، وحاجبان يصلان إلى صدغيه كأنهما مرسومان بمهارة فوق عينين عسليتين شاسعتين ، يزيد من توهجهما عروق حمراء دقيقة في بياضهما ، لكن سرعان ما يلتهم ذلك الجزء العلوي الأخاذ لحية كثة تصل إلى بداية رئتيه "⁽³⁰⁾

هذا التقييم لشخصية الطبيب من قبل الرواوي يوصلنا إلى انجذاب المتكلمة نحو هذا الطبيب لملامحه كوجهه وعيونيه وحاجبيه ، إلا أن من ضمن هذه الملامح ما ينفرها منه كطريقة لبسه ولحيته الكثيفة . كما أن هذا التصوير من قبل الرواوي يحيلنا إلى أن هذه الشخصية فضة غليظة لم تؤثر بها عوامل التحضر والتمدن رغم مبلغها العلمي والعملي .

الوصف الجسدي للطبيب وتجسيد شخصيته أمام المتنقى يجعله أكثر قرباً من فهم هذه الشخصية على استعداد لما ستضيفه هذه الشخصية في تطلع المتنقى للقادم من الأحداث .

• **المفاجأة :**

عنصر المفاجأة في الرواية عنصر مثير يزيد في جمال السرد وتعلق المتنقى بها من اللحظة الأولى وهي فترة الانتظار ثم التوتر والترقب وبعدها تأتي النتيجة ، والتي قد تكون متوافقة مع تطلعات المتنقى حسب معطيات السرد أو مخالفة لها ، ولكن نتيجة منها له وقع في نفس المتنقى يروي ترقبه وتطلعه ، فهو في حيرة من أمره ، يطرح على نفسه أسئلة رئيسية : كيف حدث هذا ؟ وما سبب حدوثه ؟ وما الذي سيحدث بعده ؟ بسبب تضارب توقعات المتنقى وما حصل فعلاً ، هنا تكمن المفاجأة التي تثير شغف المتنقى ويتعلق بالرواية أكثر مع زيادة التشويق . " المفاجأة : الانفعال الحاصل عندما تحبط التوقعات المتعلقة بما سوف يحدث بواسطة ما يحدث بالفعل

²⁷ - رواية الوارفة . صفحة : 55 – 56 .

²⁸ - محمد ، نصر الدين . الشخصية في العمل الروائي . مجلة الفيصل . دار الفيصل الثقافية للطباعة العربية . السعودية .

العدد : 37 ، مايو – يونيو عام 1980م . صفحة : 20 .

²⁹ - مرشد ، أحمد . البنية و الدلالة في روايات إبراهيم نصر الله . المؤسسة العربية للدراسات والنشر . لبنان ، بيروت . ط 1

2005م . صفحة : 33 .

³⁰ - رواية الوارفة . صفحة : 169 .



ويعد توليد المفاجأة ذا أثر على نحو خاص عندما يكون مؤسساً جيداً على ما حذر على الرغم من إن ما يحدث بالفعل يخيب توقعاتنا ويشكل التفاعل بين المفاجأة والتسويق تقليدياً أحد مظاهر الحبكة الجيدة⁽³¹⁾. يتضح لنا أن المفاجأة المتعلقة تعلق كبير بالتسويق، فهي إحدى دوافعه تقنياته في السرد الروائي أو القصصي . وللننظر بعض مواقف المفاجأة في روائتنا .

- كان حلم بطلتنا "الجوهرة" أن تكمل دراسة الطب خارج بلادها، وعندما حصلت على الموافقة والقبول للابتعاث لإكمال دراسته للطب في كندا، وجدت عقبة المحرم المرافق أمامها لتنسف حلمها الكبير، وهذا ما أدخلها في دوامة من الحزن والإحباط، لكن فجأة يظهر أخوها ليخبرها بأنه سيكون هذا المرافق، فتعود الحياة لوجه بطلتنا وتجدد الأمل .

- موقف آخر : بعد عودة "الجوهرة" من كندا بعد غياب عن بلادها مدة طويلة، لإكمال دراستها في الطب، كانت تعتقد أن عجلة التحرر وفك القيد قد تقدمت في مجتمعها المحافظ، إلا أن ذلك لم يحدث، فقد صدمت من المطار عند وصولها بأن القيود ما زالت موجودة ولم يتغير شيء مما كانت تظن أنه قد تبدل .

• الرمزية :

استخدم الإنسان الرموز في التعبير عن ما في داخله، وما هذه الحروف التي نكتبها إلا رموز اخترعها العرب للدلالة عن أصوات تكون كلمات ومن ثم جمل توصل إلى المعنى، ولكن لا هذا الرمزية أعني هنا؛ بل يعني بالرمزية تلك الأشكال والكلمات التي تشير لشيء بعيد يلتجأ لها الكاتب عندما يدخل بالغموض وإخفاء المعنى، حتى يشغل فكر المتلقى للبحث عن المعنى المقصود البعيد، والمفتاح لذلك تلك الكلمة أو الصوت أو الجملة التي ذكرها الكاتب، وهي لا تكفي، إذ على المتلقى أن يتسلح بمخزون من المعلومات والثقافة حتى تساعده للوصول لمقصد الكاتب .

في القرن التاسع عشر صار الرمزية مذهبًا أدبيًا سلكه كثير من الأدباء "بودلير"، الذين تعمقوا كثيراً في الرمزية على كل تعبير، وحملوا نصوصهم ما لا تحتمل، ولعل الفن التشكيلي أكثر الفنون تكالفاً بالرمزية، أما الأدب فقد انضمت الرمزية في الفترة الأخيرة تحت جناح السيميائية التي تبحث في علم الدلالة وتعدد المدلولات والتفريق بين الرمز والإيقونة والإشارة .

لا نقول بأن كاتبة رواية "الوارفة" سلكت المذهب السيميائي في روایتها، ولكنها زينتها ببعض الرمزية المتفرق في جنبات الرواية، وكذلك فعل مصمم غلاف الرواية، فالرمزية لا تكون في السرد فقط؛ بل حتى الصور والرسومات فيها دلالة ورمزية .

- فعندما يزين مصمم الغلاف الخارجي للرواية بصورة شجرة أو امرأة، فهو يرمي لعنوان الرواية المأخوذ من الشجرة الكبيرة ذات الأوراق الكثيفة .

- عنوان الرواية "الوارفة" فيه رمزية لبطلتنا الطموحة التي تحدث العقبات وموانع المجتمع وكثير من المواقف حتى وصلت إلى ما تريده .

- اسم شخصية البطلة "الجوهرة" فيه دلالة على شخصية البطلة التي تشبه الجوهرة الثمينة .

• الغموض :

نقصد بالغموض، عدم اتضاح المعنى منذ الوهلة الأولى، وإنما يحتاج إلى إمعان النظر والتفكير حتى يظهر المعنى للمتلقي بعد جهد، فلا يقدم المعنى بصورة مبسطة سطحية، ولا يصل الغموض إلى درجة الإبهام الذي يعجز المتلقى عن الوصول إلى المعنى، هذا هو الغموض المطلوب والمقصود، والذي يؤدي إلى نجاح عملية التواصل بين الكاتب والمتلقى، وفي الأغلب يتم ذلك عبر الرمز والرمزية التي يضعها الكاتب في روایته، وعلى المتلقى الوصول إلى دلالة هذه الرمزية وإلا انقطع الاتصال بين الكاتب والمتلقى وضعاء المعنى وخافت الإثارة وتعلق المتلقى بالنص، أما إذا استطاع المتلقى فكر شفرة الرمز والوصول للمقصود منه؛ وصل المعنى بعد جهد وكشف جمالية المعنى وأحدث ذلك متعة في نفس المتلقى وزاد تعلقه بالنص وأعطاه دافعية للمواصلة والتقدير . وهذا تعريف للغموض المحمود " هو ما شدك إلى حوار معه، واستقر مشاعرك وعقلك من خلال غموض

³¹ - برنس ، جيرالد . ترجمة : السيد إمام . قاموس السرديةات . ميريت للنشر والمعلومات . القاهرة . ط 1 . 2003 م .
صفحة : 194 .



عياراته ... إذ يتجسد الغموض في ثراء النص الإبداعي وتعدد دلالاته وقراءاته، مما يخلق نوعاً من اللذة الحسية والذهنية تجاه خبايا النص، واللامتوقع أو اللامنطر في صوره وجمالياته الفنية⁽³²⁾. في رواية "الوارفة" الغموض في الرمزية التي استخدمتها الكاتبة وتحدى عنها آنفًا، وكذلك الغموض في الأحداث والمواضف التمثيلية المنتشرة في الرواية، فبطلة الرواية "الجوهرة" والتي خرجة من عائلة نجدية محافظة وللتزم بالعادات والتقاليد، والتي تعيش في حي من أحياء الرياض المترابطة؛ تتصدم بوجود عوالم مختلفة عن عالمها من خلال عملها في المستشفى، وحديثها مع زميلاتها، فمنهن من تنتهي لبلدها لكنها مختلفة عنها بالتفكير والعادات، ومنهن من ينتهي لمناطق أخرى من بلادها تجد أنهن مختلفات في حياتهن عنها، ناهيك عن العالم خارج البلاد وطبيعة الحياة الغربية التي انتقلت إليها "الجوهرة" في خيالاتها ومن خلال حديث صديقاتها في المستشفى، كـ "أدريان" النيوزيلندية . تعجب وانبهار "الجوهرة" من هذه العالم المختلفة عن عالمها لا تستطيع أن تخفيه ولا أن تقاومه، لذلك فهي تحرص دائمًا على الجلوس معهن للايحار في هذه العالم الغامضة بالنسبة لها .

"ولكنها فجأة سمعت جلة وصياح البوابة الخارجية تهتز بعنف وصوت أقدام مهولة، ومن ثم ما لبثت أن لمحت أباها يلتج من الباب الزجاجي الداخلي كالعاصفة، وقد حمل بين يديه بندقية صيد⁽³³⁾ .

جاء هذا الموقف فجأة و"الجوهرة" جلسة تذاكر اختبار فيزياء العناصر، دون مقدمات ولا ما يفسر لنا سبب هذا الحديث، مما جعل علامات التعجب والاستغراب ترتسم على "الجوهرة" والمتنافي أيضًا، فهي هنا استلمت زمام الأمور وأصبحت هي الرواية لهذا الموقف . هذا البناء الغامض لأسباب هذا التصرف جعلت المتنافي يتعلق بالسرد ويواصل القراءة حتى تتضح له المسبيبات، فال موقف غامض بالنسبة له يحتاج لإيضاح . نجحت الكاتبة باستخدام الغموض من أن تزيد تشويق المتنافي وإثارته .

• الفضول :

من تقنيات التسويق المهمة، حيث يدفع المتنافي للتقدم في سير الرواية والتطبع إلى النتائج، ويثار الفضول من خلال إشارات وأحداث يضعها الرواية في طريق المتنافي لتثير فضوله وتعلقه في الرواية، وهي طبيعة بشرية جابت عليها، حيث تميل النفس إلى كشف كل غريب ومعرفة كل غامض، يدفعها لذلك الفضول . ولا يقتصر الفضول على المتنافي، فالكاتب حين يكتب يدفعه الفضول لكتابه وسرد الأحداث . " إن الفضول كقيمة لغوية وإجراء كتابي ساعد السارد والكاتب على فتح آفاق جديدة للتخييل الأدبي، ووسعاً من معنى الكتابة وألقها عليها أضواء كافية"⁽³⁴⁾ .

يظهر فضول "الجوهرة" ومعه فضول المتنافي عندما تدخل إلى المستشفى، وتهرع إلى زميلاتها في العمل ليتحدثن عن بيئتهن ومجتمعاتهن المختلفة كلياً عن بيئتها ومجتمعها، وتظهر "الجوهرة" فضول كبير لسماع هذه الأحاديث التي تأخذها إلى عوامل خفية لا تعرفها، وعندما تسلم "الجوهرة" زمام السرد في الرواية فإنها تأخذ المتنافي معها في الغوص الفضولي الممتع بلهفة وشوق كل يوم عبر حديث زميلاتها المتنوع بتتنوع مجتمعاتهن . " ولم تعلم أن ارتدادات وأصداء ذلك اللقاء ستبقى في أرجاء روحها بعد ذلك لستين طويلة"⁽³⁵⁾ . قسم التمرين يطلب الدكتورة الجوهرة، وعند الحضور تجد امرأة تريدها، تذهب معها لغرفة المناوبة؛ وفجأة تتفقر هذه العبارات الرنانة والتي تثير فضول المتنافي لأسباب هذا اللقاء ونتائجها بين الدكتورة وامرأة لا تعرفها . هذا الفضول المستثار عق المتنافي بأحداث الرواية وأصبح ينتظر الحدث بشغف وتطلع . نجحت الكاتبة بهذا الأسلوب من زيادة تعلقه وإنجاده .

³² - دراسة ، محمود . التناقي والإبداع : قراءات في النقد العربي القديم . دار جرير . الأردن ، عمان . ط 1 . 2010 . صفحه 125 .

³³ - رواية الوارفة . صفحه : 54 .

³⁴ - معتصم، محمد . بنية السرد العربي من مساعلة الواقع إلى سؤال المصير . دار الأمان . الرباط . ط 1 . 2010 . صفحه : 62 .

³⁵ - رواية الوارفة . صفحه : 195 .



- الخاتمة :

- وبعد أن وصلنا إلى نهاية دراستنا هذه حول تقنيات وأدوات التسويق المستخدمة في رواية "الوارفة" من قبل الكاتبة في مجالات متعددة وأساليب مختلفة؛ تكشفت لنا أمور كثيرة حول موضوع التسويق، وقدرة الكاتبة ومهاراتها، فقد كنا نحسب أن المعرفة بتقنيات التسويق سيساعد الكاتب على الكتابة المشوقة ويدل المتألق على النص المفعم بالتسويق، إلا أننا لاحظنا أموراً كثيرة حول هذه الموضوع وتوصلنا لنتائج يمكن أن تعين من سيأتي بعدها لدراسة التسويق في الكتابة، فهو ميدان خصب وقليل هي الدراسات فيه، رغم أهمية التسويق للكاتب والمتألق، فهو هدف مشترك لكليهما.
- عندما يكتب الكاتب النص الإبداعي، يدفعه الفضول للكتابة، ومثله المتألق الذي يبحث عن التسويق والإثارة وإلا لم يكمل القراءة.
- لغة الرواية مرتبطة بالتسويق، فالكاتب متعلق بمتلقي يحرص على قراءة المتلقي لروايته، والتقدم بها حتى نهايتها من خلال ربطه بتقنيات التسويق المنتشرة في أجزاء الرواية عبر لغتها.
- بعد دراستنا هذه وجدنا تقنيات التسويق في كل مكان من الرواية، حتى في الغلاف. فتقنيات التسويق كثيرة متنوعة لا يمكن الإلحاد بها في دراسة قصيرة كهذا، إذ أنها تحوي كل فنون الكلام وأكثر، لذلك فقد اكتفينا بدراسة البارز منها مع تعدد مجالاتها.
- تقنيات التسويق ليست كثيرة فحسب، بل إنها متفرعة متعددة في كل مجال، كما رأينا أثناء دراستنا هذه، ففنية واحدة كاستخدام أسلوب الاستفهام نجد أنها لها وظائف ومعانٍ وأنواع متعددة، التقنية واحدة ولكن نوع منها استخدام مختلف عن الآخر.
- مهارة الكاتبة في استخدام تقنيات التسويق أثناء الكتابة الإبداعية، لم تكن بفضل دراستها للتسويق والإطلاع عليه، بل هي فطرية وموهبة إبداعية يدعماها بعض الممارسات والتأثير البيئي المحيط بها.
- ليس المهم معرفة تقنيات التسويق وحصرها ثم تقديمها للكاتب المبدع، بل المهم هو حسن توظيف كل تقنية من تقنيات التسويق في مكانها المناسب، فكل تقنية مكانها ووقتها المناسب لا يمكن أن تحل محل تقنية أخرى؛ بل إن تقنية التسويق التي تصلح أن تأتي بهذا الموقع، لا تصلح أن تكون في موقع آخر، وهذا هو حسن التوظيف، الذي هو مسؤولية الكاتب.
- الكاتب المبدع هو من يأسر المتلقي ويجعله أسيراً لكتابته ويقدم بالقراءة حتى النهاية، لا يفلت منه ولا يتسرّب له الملل، ولا يتّأى هذا إلا بحسن استخدام أساليب وتقنيات التسويق طوال السير أحداث الرواية من البداية حتى النهاية.
- تقنيات التسويق أدوات عامة، فما يستعمل متلقي قد لا يستعمل الآخر، وهذا يعود للأهواء والرغبات . منهم من يستميله الحوار ، وأخر يبحث عن المفاجآت وثالث يعشق الغموض وهكذا الحال لبقية تقنيات التسويق .
- ميدان دراسة التسويق في الكتابة الإبداعية جيد، وقليلة هي الدراسات حوله، رغم أهمية التسويق في النص الإبداعي، لذا ننصح بزيادة الدراسات التخصصية حوله .
- في نهاية دراستنا نرجو من الله تعالى أن وفقنا للوصول لنتائج تفيد الدارس المختص، تنير طريقه في دراسته حول التسويق، وتأخذ بيد الكاتب المبدع، حتى تزيد إبداعه وحسن توظيفه لتقنيات التسويق في نصوصه على علم ودرأة .

وصلى الله وسلم على نبينا محمد عليه أفضل الصلاة والتسليم

**المصادر والمراجع**

- 1- ابن منظور، أبو الفضل محمد بن مكرم بن علي، لسان العرب، تحقيق : أمين محمد عبدالوهاب، ومحمد الصادق العبدلي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ط١، 1416 هـ - 1995 م.
- 2- برنس ، جيرالد . ترجمة : السيد إمام . قاموس السرييات . ميريت للنشر والمعلومات . القاهرة . ط١ . 2003 م.
- 3- بلعابد، عبدالحق . عتبات . جيرار جينيت من النص إلى المناص . منشورات الاختلاف ، الجزائر ، ط١، 2008 م.
- 4- الخميس، أميمة . رواية الوارفة . دار المدى ، دمشق . ط٢. 2010 م.
- 5- درابسة ، محمود . الثنائي والإبداع : قراءات في النقد العربي القديم . دار جرير . الأردن ، عمان . ط١ . 2010 م.
- 6- الرمادي ، أبو المعاطي . عتبات النص ودلائلها في الرواية العربية المعاصرة "تحت سماء كوبنهاغن" أنموذجاً ، مجلة مقاليد، العدد السابع ، ديسمبر 2014 ، الجزائر .
- 7- زايد، علي عشري، عن بناء القصيدة العربية الحديثة، مكتبة ابن سينا، القاهرة، ط 1423، 3 هـ ، 2002 م .
- 8- زيتوني، لطيف ، معجم مصطلحات نقد الرواية، مكتبة لبنان ناشرون- دار النهار للنشر، بيروت، ط١ ، 2002 .
- 9- الفيروز أبادي، مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي الشيرازي، القاموس المحيط، نسخة مصورة من طبعة المطبعة الأميرية، مصر، ط٣، 1301 هـ .
- 10- القاضي، محمد وآخرون ، معجم السرييات، دار محمد علي للنشر، تونس ودور أخرى، 2010 م ، ط ١ .
- 11- عبدالسلام، فاتح . الحوار القصصي : تقنياته وعلاقاته السردية ، دراسة أبيية . المؤسسة العربية للدراسات والنشر . بيروت . ط١. 1999 م.
- 12- عناني، محمد، المصطلحات الأدبية الحديثة. دراسة ومعجم إنجليزي – عربي ، الشركة المصرية العالمية للنشر ، الجيزة – مصر – 2003 م ، ط 3 .
- 13- مرشد، أحمد . البنية و الدلالة في روایات إبراهيم نصر الله . المؤسسة العربية للدراسات والنشر . لبنان ، بيروت . ط١. 2005 م.
- 14- محمد، ندى حسن . مقال : فاعلية الحوار في قصص جمال نوري : دراسة تحليلية . مجلة مركز دراسات الكوفة ، مجلة فصلية محكمة . العدد: 51 . سنة 2018 .
- 15- محمد، نصر الدين . الشخصية في العمل الروائي . مجلة الفيصل . دار الفيصل الثقافية للطباعة العربية . السعودية . العدد : 37 ، مايو – يونيو عام 1980 م .
- 16- معتصم، محمد . بنية السرد العربي من مسألة الواقع إلى سؤال المصير . دار الأمان . الرباط . ط١ . 2010 م .