

الكتاب كما قلنا، ليس مجرد شيء مادي. ومن وجهة نظر الكاتب أن النجاح يبدأ مع المشتري الأول أو القارئ المفضل الأول ذلك أن الخلق الأدبي يكتمل بواسطته كما رأينا.

وقد قلنا في بداية هذه الدراسة إنه لا يمكن أن يوجد الأدب دون التقاء في المقاصد بين الكاتب والقارئ أو على الأقل توافق في المقاصد. وقد حان الوقت كي نوضح هذين المفهومين. فمن الممكن أن يوجد بين ما يريد الكاتب قوله وبين ما يبحث عنه القارئ مسافات بحيث إن أي اتصال هو مستحيل فملاذ القارئ الوحيد يكون عندئذ توسيطه بينه وبين المؤلف هذا النوع من المرأة الذي سميناها الخرافة والذي توفره له الفئة الاجتماعية التي ينتمي إليها. هكذا «عرف» الجمهور الأوروبي أغلبية كتاب الشرق الأقصى.

وعلى العكس عندما ينتمي الكاتب والقارئ إلى الفئة الاجتماعية نفسها فإن مقاصد كلاهما يمكن أن تلتقي. وفي هذا الإلتقاء يكمن النجاح الأدبي. وبقول آخر إن الكتاب الناجح هو الكتاب الذي يعبر عما كانت تنتظره الفئة الاجتماعية، والذي يكشف هذه الفئة أمام نفسها. إن الانطباع لدى القراء بأنه خطرت لهم الأفكار نفسها وأحسوا بالمشاعر ذاتها وعاشوا الطوارئ نفسها هو واحد من الانطباعات التي يذكرها غالباً قراء كتاب ناجح.

ويمكننا القول بأن مدى نجاح كاتب ما ضمن فئته، هو نتيجة كفاءته في أن يكون الصدى الرنان الذي يتحدث عنه فكتور هيغو وأن الانتشار العددي من جهة ثانية وحده النجاح مرتبطة بأبعاد هذا الجمهور - المحيط.

وفي الواقع أن أبعاد هذا الجمهور - المحيط هي متغير جداً: إن بعض الكتاب ليسوا سوى رجال أقلية أو فترة قصيرة وآخرين تدعمهم فئات اجتماعية كبرى أو طبقات اجتماعية أو أهم أو ربما جماعات زمنية تمتد إلى عدة أجيال.

وهكذا يمكن أن يفسر الأمل في عالمية الكاتب وخلوده. إن الكتاب «العالميين» أو «الخالدين» هم أولئك الذين تتسع قاعدتهم الجماعية بشكل خاص في