الاسم اللقب : حليمة لحمر **التخصص**: الشعريات وقضايا النص الأدبي

الرتبة العلمية : سنة ثالثة دكتوراه (lmd) **المؤسسة**: جامعة باجي مختار – عنابة

–

البريد الالكتروني hlahmar8@gmail.com

المحور: مقاربات تحليل الخطاب الإشهاري

عنوان المداخلة : سيميائية الصورة الإشهارية في غلاف رواية بيروت 75 لغادة السمان

1- **مقدمة:**

مع تطور الأبحاث النقدية انفتح البحث على أنماط مختلفة للتواصل ، خاصة مع سطوع معالم السيميائية التي جعلت البحث مشرعا على مختلف الأنساق التواصلية ، فامتد مجال الدراسات الأدبية إلى الأنساق التواصلية البصرية تماشيا مع التطور التكنلوجي والرقمي ، ولعل أبرز هذه اللغات البصرية الإشهار الذي يصفه برنار كاتولا في كتابه الإشهار والمجتمع (بأنه المخدر المصنوع من صور وكلمات وأصوات مجنونة)، فهو خطاب له خصوصياته السيميائية ، تتفاعل فيه الأنظمة اللغوية مع نظيرتها الأيقونية المختلفة في تناغم لتمرير رسائله

والتأثير في المتلقي، وتوجيهه الوجهة المطلوبة دون وعي منه. ومن بين الخطابات الإشهارية الغلاف الروائي ذلك الحيّز الإشهاري الذي من خلاله تبدأ الرؤى في التشكل، وتبدأ معه أيضا الاحتمالات القرائية الأولى لمضمون النص الروائي، فهو وسيلة جذب للقراءة والاقتناء، لهذا تزايد الاهتمام به من قبل الروائيين ودور النشر فأولوه مكانة خاصة.

وإذا كانت السيمياء هي منهج دراسة المعنى في انبثاقه وتشكله ،فإن مداخلتنا ستركز على سيميائية الصورة الإشهارية في غلاف رواية بيروت 75 لغادة السمان، محاولة استجلاء ما تخفيه من رموز ودلالات، مجيبة عن بعض التساؤلات :

– ما مدى فاعلية الصورة في التواصل الإشهاري، وما مدى كفاءتها وقوتها على التبليغ ؟

– كيف يتم بناء المعنى فيها، وكيف تنتظم علاماتها لتمرير رسائلها ؟

– ما مدى بلاغتها وفاعليتها في التأثير على المتلقي ؟

– ما العلاقة بين الصورة الإشهارية والمتن الروائي ؟

الكلمات المفتاحية: السيميائية، الصورة، الإشهار .

2–تعريف الصورة :

أ–لغة : جاء في لسان العرب لابن منظور مادة(ص و ر) :"الصورة في الشكل ،والجمع صور، وقد صوره فتصوّر ...، وتصوّرت الشيء توهّمت صورته فتصوّر لي، والتّصاوير: التّماثيل .

قال ابن الأثير: الصّورة ترد في كلام العرب على ظاهرها وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته وعلى معنى صفته، يقال صورة الفعل كذا وكذا أي هيئته ، وصورة الأمر كذا وكذا أي صفته"[1].

وفي القرآن الكريم يقول تعالى: "الله الذي جعل لكم الأرض قرارا، والسّماء بناء وصوّركم فأحسن صوّركم ورزقكم من الطّيّبات ذلكم الله ربّكم فتبارك الله ربّ العالمين"[2]

فالفعل صوّر يشير إلى الشّكل والهيئة والصّفة، وفي آية أخرى يقول عزّ وجل " ولقد خلقناكم ثمّ صوّرناكم ثمّ قلنا للملائكة اسجدوا لآدم فسجدوا إلاّ إبليس لم يكن من السّاجدين "[3]، فالتّصوير هنا جاء تاليا لفعل الخلق ويعني التّشكيل.

والصّورة في "قاموس المصطلحات اللغوية والأدبية " هي "خيال الشيء في الذّهن والعقل، وصورة الشيء ماهيته المجرّدة"[4].

وإذا رجعنا إلى أصل كلمة صورة Image،وجدنا جذورها تمتد إلى "الكلمة اليونانية القديمة Icon،والتي تشير إلى الشبه والمحاكاة، والتي ترجمت إلى Imago في اللاتينية ، وImage في الإنجليزية ، ولقد لعبت هذه الكلمة ودلالاتها دورا مهما في فلسفة أفلاطون،

وكذلك في تأسيس كثير من أنظمة التّمثيل أو التّمثل Representation للأفكار و النّشاطات في الغرب"[5]. فذاكرة الصّورة المصطلحية ومرجعيتها التاريخية والمعرفية ترجعانها إلى مصطلحي المشابهة والمماثلة ،وكذلك إلى مصطلحات قريبة منها

ب– اصطلاحا:

تعدّد استخدام الصّورة في حقول معرفية مختلفة ، فتعدّدت تبعا لذلك المفاهيم المقدّمة لها إذ "تعطي بعض القواميس نحو عشرة تعريفات لكلمة صورة، بدءا من الإشارة إلى عملية إعادة الإنتاج (أو النّسخ) للشّكل الخاص بإنسان أو موضوع معيّن، إلى الإشارة إلى كلّ ما يظهر على نحو خفي، وبخاصة إذا كان غريبا أو غير متوقع كالأشباح مثلا، وفيما بين هذين المعنيين تشتمل التّعريفات على استخدامات خاصّة للمصطلح في الفيزياء والرّياضيات وعلوم الكومبيوتر وغيرها، كما أنّ هناك كذلك معاني عامة أخرى للمصطلح تجسّد الخصائص المرتبطة بالصورة المرئية، وكذلك الجوانب العقلية، والتي تشتمل على الوصف الحي، الاستعارة الأدبية، والرّمز الأدبي، الرأي أو التّصور، والطّابع الذي يتركه شخص أو مؤسسة، كما تفسّرها أو تقدّمها وسائل الإعلام الجماهرية"[6].

والصّورة المرئية هي" كما يعرّفها أبراهام مولس Abraham molis: الصّورة من أهم دعائم الاتّصال البصري المؤثّر في حساسية القارئ بشكلها وألوانها"[7]، "وهي من العناصر الاتّصالية غير اللغوية، سواء أكانت تمثيلا، رسما أم تصويرا فوتوغرافيا، تساهم في تقديم

معلومة عن شخص ما أو منتوج أو حدث "[8]. فهي تجسيد يرتكز "على فكرة المشابهة والتّمثيل والنّسخ ، أمّا في المصطلح السيميوطيقي فإنّ الصّورة تنضوي تحت نوع أعم وهو يشمل العلامات التي فيها العلاقة بين الدّال هنا (الأيقون) Icone،والمرجع قائمة على المشابهة والتّماثل "[9].

3–مفهوم الإشهار:

أ–لغة:

من مادة (ش هـ ر)،ورد في مختار الصّحاح :"والشُّهرة وضوح الأمر تقول (شهرته)الأمر من باب قطع و(شهرة)أيضا (فاشتهر) واشتهرته أيضا فاشتهر، وشهرته أيضا تشهيرا، وشهر سيفه من باب قطع أي سلّه"[10] . وفي لسان العرب لابن منظور: "الشّهرةُ: ظهور الشيء في شناعة والشّهرة وضوح الأمر"[11]. فالإشهار يعتمد على معاني الإعلان والانتشار والشهرة ،غرضه التعريف بالشيء المشهر به عند من يجهله، وتسليط الضوء عليه ليراه من غاب عن ذهنه ومن كان يجهله.

ب– اصطلاحا:

الإشهار: "اتصال إقناعي جماعي وجماهيري أساسا، وذي طابع تجاري يهدف من ورائه صاحبه نشر سلعة أو خدماته بغية بيعها، أو التعاقد من أجلها"[12]. فهو نوع من أنواع الاتصال الجماهيري يعمل على التأثير الجمعي، ذو صبغة تجارية، ويعرفه "غراو ولتر graw

walter" على أنه " فن إغراء الأفراد على السلوك بطريقة معينة"[13] .وهو" أداة لبيع الأفكار أو السلع أو الخدمات لمجموعة من النّاس ويستخدم في ذلك مساحات من الملحقات أو الصحف أو المجلات أو أوقات إرسال الراديو أو التلفزيون أو دور العرض السينمائي نظير أجر معين"[14]. فالإشهار وسيلة تنتجها جهات معينة بغية تسويق منتجها ورؤيتها،حيث "تبث الإبداعية الإشهارية وفرجتها ثقافة في الجسم الاجتماعي، نسقا من القيم، ومعايير تتجاوز الموضات، إنها تبث فيه أخلاقا وفلسفة تتجاوز الأفكار الجيدة .لذلك فإن هذه الإبداعية الإشهارية الراهنة تثير اهتمام آليات تطور المجتمع وموضاته الاجتماعية وأخلاقه، كما تثير اهتمام الميكانيزمات الاقتصادية والتجارية أيضا"[15] و"هي تستند إلى ازدواجية في التدليل تجعل المنتوج يتأرجح بين مظهر مادي هو موضوع الاقتناء وهدف الإشهار، وبين الكون القيمي الذي يختزنه هذا المنتوج ويعد رمزا له، فما يعود إلى وجهه المادي يشكل المعنى المباشر المعطى مع فعل الترويج ذاته، إنه حرفي ونفعي ومباشر، أما مايعود إلى الوضعية الإنسانية، فإنه يشكل المعنى الإيحائي المتواري في ثوب الفرجة الحياتية التي تخبئ داخلها الإرسالية الإشهارية مراميها الحقيقية. وتتحدد وظيفة هذا المعنى الثاني في تطبيع المعنى الأول وإضفاء طابع البديهية عليه"[16] .و يتم ذلك عبر قناة معينة، بوسائل سمعية وبصرية ، للوصول إلى أكبر قدر من المتلقين أو المستقبلين.

4-أنواع الإشهار:

"الإشهار من حيث موضوعه ومضمونه :قد يكون علميا أو ثقافيا أو سياسيا أو اقتصاديا أو اجتماعيا...أما من حيث طريقة عرضه فقد يكون مكتوبا أو مسموعا أو سمعيا بصريا"[17]

أ- الإشهار المسموع: وسيلته الإذاعات ،الخطب...ويعد هذا النوع من أقدم أنواع الإشهار، تلعب فيه الكلمة دورا مهما في التأثير، لهذا وضع العرب قديما شروطا واجب توفرها في الخطبة و الخطيب حتى تحدث الخطبة وقعا لدى متلقيها، و"يلعب الصوت دورا بالغ الأهمية في التأثير على المتلقي بما يحمل من خصوصيات في التنغيم والنبر والجهر والهمس، وتصحب الكلمة المسموعة أحيانا الموسيقى فتزيدها طاقة كبرى على الإيحاء والوهم والتخييل، وعملا على استثارة الحلم وإيقاظ الرّاقد في الأعماق"[18]

ب- الإشهار المكتوب: "ويتخذ وسيلة له الصحف والمجلات والكتب والنشرات والتقارير والملصقات على جدران المدن أو في ساحاتها العامة حيث يكثر النّاس"[19] ،وذلك ما نلاحظه من إشهار على اللوحات الإعلانية الثابتة أو المتحركة لبعض المنتجات الغذائية، أو وسائل التنظيف، أو مواد التجميل...

ج-الإشهار السمعي البصري: "وسيلته الأساسية التلفزة، ويتم بالصورة واللون والموسيقى وطريقة الأداء والحركة والموضوع، فهو إن صحّ التّعبير عبارة عن ميكروفيلم يتعاون على إنتاجه وإنجازه فريق عمل متخصّص في: الإخراج والديكور ووضع الأثاث، والحلاقة والتّجميل، والإضاءة والتّسجيل وضبط الصوت والتّركيب والتّمثيل...إلخ"[20].

5- الصورة الإشهارية:

"نعني بالصورة الإشهارية تلك الصورة الإعلامية والإخبارية التي تستعمل لإثارة المتلقي ذهنيا ووجدانيا، والتأثير فيه حسيا وحركيا، ودغدغة عواطفه لدفعه لاقتناء بضاعة أو منتج تجاري ما. وقد ارتبطت الصورة الإشهارية بالرأسمالية الغربية ارتباطا وثيقا، واقترنت كذلك بمقتضيات الصحافة من جرائد ومجلات ومطويات إخبارية، فضلا عن ارتباطها بالإعلام الاستهلاكي الليبرالي، بما فيه الوسائل السمعية والبصرية من راديو، وتلفزة، وسينما، ومسرح، وحاسوب، وقنوات فضائية، بالإضافة إلى وسائل أخرى كالبريد، واللافتات الإعلانية، و الملصقات، واللوحات الرقمية والإلكترونية... "[21].وقد هيمنت الصورة الإشهارية في إطار مايسمى بالعولمة واتخذت لها مكانا أسمى، فللصورة القدرة على تجاوز عائق اللغة، والوصول إلى متلقيها أيا كانت لغته لتحاوره وتبث فيه بوعي منه أو دون وعي ماتعجز اللغة عن الوصول إليه .

ومن نقاط قوة الصورة أيضا أن إدراكنا لها يكون شاملا متزامنا ،فهي تؤثر فينا دفعة واحدة خلاف اللغة التي تصلنا معلوماتها تراتبيا على امتداد الخط الزمني. لهذا اهتم مصممو و صانعو الإشهار ببلاغة الصورة وجمالياتها وشحنها بالرموز لتكون أكثر إيحاء وتأثيرا "فالصورة الإشهارية تعمل على مشاركة الجمهور وتوريطه بالألوان والمؤثرات الصوتية والضوئية، بهدف إشباع الفضول وحب الاستطلاع وشهوة الأعين the lust of eyes، ومهاجمة كل حاسة من حواسنا باستخدام كل الوسائل الممكنة من مثيرات بصرية وسمعية وشمية"[22].

6- سيميائية الصورة الإشهارية لغلاف الرواية:

يعتبر الغلاف الخارجي لأي عمل إبداعي مكتوب، أول واجهة مفتوحة تحاور متلقيها ، وتنبئه عن محتوى الكتاب، يصمم بطريقة مدروسة لاستقطاب القارئ واستفزاز فضوله المعرفي، وإقناعه وجعله يقبل على اقتنائه ، فغلاف الكتاب هو صورة إشهارية ،تحمل قيما ومضامين ، تروج لأفكار كما تروج لمنتج هو الكتاب.

تتشكل الصورة الإشهارية لغلاف رواية" بيروت 75" من لوحة فنية مجهولة المبدع ،يتوزع على مساحتها اسم صاحبة العمل أعلى الغلاف كتب بخط سميك باللون الأبيض، تحته مباشرة بخط أصغر قليلا اسم الرواية مكتوب باللون الأزرق الباهت ، تحته صورة لصندوق ورقي مفتوح، يسطع نورا ، ليكشف عن وجه امرأة مغمضة العينين ،يغوص هذا الوجه في التبن، وجه في كامل زينته ،يخفي التبن المحيط بالرأس بقية التفاصيل من رقبة وشعر إلى غير ذلك، في زاوية الغلاف اليمنى تظهر ورقة مطوية دون ترتيب، وفي الجانب الأيسر نجد "المميز logo".

-تتكون هذه الصورة من علامتين أساسيتين علامة لسانية تحتاج للنهوض بالدلالة إلى علامة أيقونية، العلامة اللسانية تتكون من اسم الكاتبة في أعلى صورة الغلاف كما أسلفنا مكتوب بخط كبير أبيض اللون، فالكاتبة غنية عن التعريف، يعمل اسمها على تعيين الرواية وتخصيصها ومنحها قيمة فنية تساعدها على الترويج لمنتجها واستهلاكه فيما بعد، فبروز الاسم بهذه الطريقة عامل جذب لمتلقي يعرف مسبقا أسلوب الكاتبة وشهرتها. وهو أول

ماتقع عليه العين فقد زاده اللون الأبيض فوق أرضية سوداء وضوحا وسطوعا، والمعروف أن الأبيض لايعتبر لونا فهو حضور لكل الألوان، يستعمل في الرسم للإضاءة. فوسط ذلك السواد الذي يحيل إلى دلالات كثيرة كلها سلبية يسطع اسم الكاتبة غادة السمان ليحتل مساحة هامة من مجال الرؤية، ويعمل على استقطاب المتلقي من جهة وتثبيت اسم الكاتبة في ذهنه من جهة أخرى دون وعي منه.

–تحت اسم الكاتبة مباشرة نجد اسم الرواية "بيروت 75" بخط أقل سمكا من الخط الذي كتب به اسم غادة، فالرواية هنا تعرف باسم مؤلفها وبه تشتهر، وقد جاء اللون الأزرق الباهت ليضفي عليها دلالات معينة، والمعروف عن اللون الأزرق أنه لون بارد فهو لون السماء ارتبط بدلالاتها وبالانهائي، لكن اللون الأزرق الذي كتب به اسم بيروت75 هو لون أزرق باهت امتص اللون الأبيض الممزوج به الكثير من نضارته فأصبح يميل إلى الشحوب لتميل دلالته إلى الضعف والبعد والمرض والبرودة ، وقد رمز به الفنانون في عصر النهضة إلى مريم العذراء، فبيروت قديسة أصاب جسدها المرض والوهن ، ودب فيه الداء القاتل، وهنا تتبدى أولى خيوط الدلالة مستفزة بذلك الفضول المعرفي للقارئ الذي يزيده هذا القدر من التكشف الدلالي عطشا ورغبة في الارتواء،ارتواء لايكون إلا باقتناء الكتاب.فالعلامة اللسانية هنا قدمت كخطاب بصري يتراوح بين التصريح والإيحاء، تميز بتفعيل بلاغة اللسان فالعنوان جاء موجزا لايقول لسانيا الشيء الكثير لكنه دعم باللون ليحمل القارئ إلى لذة التأويل ولعبة التشويق.

أسفل اسم الرواية مباشرة بوضعية مائلة قليلا نحو اليمين تتموضع العلامة الأيقونية متمثلة في صندوق ورقي بلون أصفر باهت يميل في أجزاء من أطراف غطاء الصندوق إلى الأحمر تحت تأثير الإضاءة والظل، في هذا الصندوق يظهر وجه امرأة مغمضة العينين في كامل زينته وهو ما يستحضر صورة الموتى من المسيحيين الذين لا يراهم وفد المعزين إلا بعدم أن يتم تزيينهم بمساحيق التجميل، وما يؤكد هذه الدلالة أكثر اللون الرمادي الذي يحمل دلالات: الحيادية، الوحدة، العزلة ،الكبت، الإحباط، والاكتئاب، التحفظ، الهدوء ...، يغوص هذا الوجه المفصول عن جسده في كومة من التبن الأصفر ، وكأنه اقتطع ليكون هدية لشخص ما، لكنه ما إن يفتح الصندوق حتى يصيبه الذعر، تستدعي هذه الصورة الأسطورة الإغريقية، أسطورة صندوق باندورا، باندورا المرأة التي خلقها الإله زوس وطلب من كل الآلهة منحها هبة من هباتهم لينتقم بها من (بروميتيوس) ،ولينتقم من البشر، لكن بروميتيوس رفضها وعرف أنها مكيدة من زوس، وقبلها شقيقه (إيبيميثيوس) وتزوجها، فأعطاها زوس صندوقا جميلا وأمرها بعدم فتحه، وبدافع الفضول الذي زرعته الآلهة فيها فتحته، فانطلق منه كل الشر الذي كان يحتويه، وانطلق ليعم أنحاء الأرض من كراهية وحسد وكل شيء سيء لم يعرفه البشر قبلا، أسرعت لتغلقه لكن كان الأوان قد فات ولم يتبق في قعر الصندوق غير فقدان الأمل، لهذا بقي الأمل يرافق مسيرة الإنسان حسب الأسطورة. وهي الأسطورة التي تستدعيها الروائية في متن الرواية أيضا بقولها "بيروت تبدو في قاع الظلمة، مضيئة وبراقة مثل مجوهرات ساحرة هبطت تستحم في البحر ليلا، وخلفت على الشاطئ لآلئها ومجوهراتها،

وأشياءها المسحورة الملونة، وصناديق الشر والسعادة المطعمة بالعاج والصندل والتعاويذ والأسرار..."[23]. إذن فالرأس المقطوع وسط الصندوق ماهو إلا بيروت التي تبتعد عن امتدادها الحقيقي، الامتداد العربي وترتمي في حضن الغرب الرأسمالي الذي لايرحم ،كما ترتمي شخصية ياسمينة –أحد أبطال الرواية – في حضن نمر الرجل الثري الذي يستغلها فترة من الزمن ثم يسلمها لصديقه، لتقرر العودة إلى رشدها فيقتلها أخوها ويجتث رأسها عن جسدها ويحمله في آنية ويأخذه لقسم الشرطة، بعدما كان متواطئا بسكوته قبلا لأنها تغدق عليه المال، إذا فبيروت هي الأنثى العربية التي هربت من ضغط المجتمع وكبته وظلمه، إلى تحرر يفتقر إلى الوعي ، تحرر ينسلخ من قيمه الراسخة فينحدر بها إلى القاع، قاع مظلم بما تحمله كلمة الظلام من دلالات سلبية، حيث الصراع الطبقي والاجتماعي والسياسي والديني، صراع مع الفقر والمرض...، بيروت ذلك النور الساطع ،الإغراء الذي يودي بحياة وبعقول من يستهويهم الشكل والمال والشهرة، فالتبن المصفر يحيل إلى دلالة الموت الذي يحيط بوجه بيروت ، في حين تسوّق بيروت على أنها جوهرة الشرق، وجنة الحلم المنشود.

صممت هذه الصورة لتثير في متلقيها الاضطراب، فينفتح تقبله السريع على مقروئية كاملة للمشهد، واستقباله العميق للصورة بما فيها من معاناة ...، إنه نوع من العناد التعبيري، وهو عناد بلاغي كما يسميه رولان بارت يضيف " إلى قراءة العلامة نوعا من الرهان المثير، جارا بذلك قارئ الصورة Image نحو دهشة مرئية أكثر منها فكرية، لأنها تعلقه على وسط المشهد، وعلى مقاومته البصرية وليس على دلالته بشكل مباشر"[24]. و كغيرها من

الإرساليات الإشهارية ركزت هذه الصورة الإشهارية على المقصدية الإقناعية والتأثير، علاوة على خاصية الدعاية الإعلان، وخاصية التحفيز التي أشرنا إليها سابقا، فالتركيز على اسم كاتبة لها مكانة متميزة في الأدب المعاصر، والمعروفة بأسلوبها النابض بالحياة واستخدامها اللغة الشعرية المجنحة كما وصفها أحد النقاد ، وإرفاق هذا الاسم بعنوان إيحائي ينفتح على العديد من التأويلات، خاصة عندما يربطه مرسله بصورة مستفزة يربكه ويخلق لديه تشويقا وانطباعا بأنه أمام عالم أسطوري، فالصورة الإشهارية هنا حققت المتعة واللذة ، وأدخلت متلقيها في عالم حلمي يدفعه إلى امتلاك واقتناء الكتاب

المميّز"logo":المميّز هو رمز أو صورة أو أي عنصر مرئي أنتج خصيصا للدلالة على مؤسسة أو هيئة ويعرف أيضا على أنه تمثيل لمدينة أو دولة أو اتحاد دول أو أي كيان آخر، وهو بالإضافة إلى ذلك "أداة لصياغة وتنظيم وتداول القيم (بالمفهومين المالي والثقافي للكلمة) ضمن شروط خاصة هي الأساس الذي تبلور في حضنه هذا المميز"[25].

إنّ الشعار الذي اتخذته غادة السمان ليكون طريقة تواصل بينها وبين المستهلك المحتمل تمثله صورة أمامية لبوم وهو يحدق بعينين واسعتين، يمتد من تحت جناحه الأيمن خط مستقيم يحمل اسم المؤسسة مكتوب باللغة العربية :منشورات غادة السمان، بينما يبتر هذا الخط في الجهة اليسرى بعيد الجناح بمسافة قصيرة .

تشكل هذه الصورة "مميزا" أي هوية بصرية صممت خصيصا لتدل على مؤسسة بعينها تختلف عن باقي المؤسسات ، هي دار النشر الخاصة بغادة السمان، وهي لاتكتفي بهذه الدلالة بل تعج بالعلامات والقيم.وعلى الرغم من أن سلطة اللساني تبدو أقوى كونها الموجه لعملية تأويلية ما، فإن الأيقوني "البوم"هنا هو نقطة الوصول التي حددها صاحب الإشهار باستعمال المميز النمطي ، الذي يحيلنا بشكل دائم إلى دلالات تنبع من هذا التجاور اللساني الأيقوني.

فماذا يمثل البوم للقارئ؟

ماذا يقدم البوم لدار نشر صاحبتها امرأة عربية شرقية ؟

لقد كان طائر البوم جزءا من الفلكلور البشري منذ القدم، مجدته الأساطير اليونانية القديمة وأحاطته بهالة من الحكمة ،لكنه غالبا ما ارتبط بالمصيبة والموت والشؤم.يتميز ببعد نظره ونعومة ريشه الذي يوفر له الطيران الصامت .

إن الغرابة التي يمثلها العنصر الأيقوني ستستوعبها الإرسالية اللغوية،فاستحضار اسم غادة السمان سيستحضر أسلوبها النقدي الثائر، الذي يقف على مواطن العلة، وأطلال التخلف، التي تسحب الأمة العربية إلى مستنقع تغرق فيه. يستحضر البوم أيضا عناصر فضاء آخر هو فضاء الحقول والمزارع والغابات ويستحضر معها دلالات الحرية والأمل والفرح، وهو ماتسعى إليه غادة في كل كتاباتها.

يرتبط البوم في المميز بوضع ثقافي خاص، فامتداد الجناح الأيمن في شكل خط مستقيم يحمل اسم دار النشر، هو امتداد يتجاور فيه الأيقوني واللفظي ويحيل كل واحد منهما على الآخر، إن امتداد هذا الأيقوني ليحمل اللفظي هو امتداد لقيم الحرية ،امتداد لقيم السلم والإخاء، امتداد لحرية الفكر وحرية المعتقد .وهي قيم كونية لاتعود لفرد ولا لمجموعة من الأفراد ،هي قبس من نور تستنير به دار النشر لامرأة شرقية شهدت ألوانا من الظلم الاجتماعي والاضطهاد الديني والانحسار الفكري. وهي الدلالة التي يعضدها إيقاف وقطع ذلك الامتداد على مستوى الجناح الأيسر، فهو قطع صلة بكل القيم السلبية التي ثارت عليها الأديبة في كل كتاباتها. إن هذا التشكيل البصري قد أعطى الصورة فيضا من الدلالات والعديد من التأويلات، إذ يحيلنا هذا التشكيل البصري إلى قراءة أخرى فامتداد الجناح الأيمن هو استشراف للمستقبل الذي يمثله اليمين وفق رمزية الاتجاه كما تحدده الكتابة العربية. إن البوم يقطع امتداداته بالماضي (وهو مايمثله البتر على مستوى الجناح الأيسر) بكل قيمه السلبية، والذي كان فيه نذيرا للشؤم ليستشرف مستقبلا تمتد فيه قيم الحرية واستقامة الفكر، وهو يستشرف المستقبل ويرتبط بالحاضر بطريقة جلسته التي يتوجه بها للأمام، فتوجهه للأمام استشراف واتجاه نحو المستقبل لكن طريقة جلوسه هي ارتباط بالحاضر الذي يوصل إلى المستقبل، إذا القطيعة هي قطيعة لكل القيم السلبية، مقابل امتداد للقيم الإيجابية .

إن نمط هذا الامتداد وشكل البوم قد حولا المميز إلى نوع من الفرجة تجر قارئها نحو دهشة مرئية الكثير منها فكرية كما يرى رولان بارت.

الصفحة الخلفية للغلاف الإشهاري للرواية:

إن أول مايجذب انتباهنا في الصفحة الخلفية لغلاف الرواية اللون الأحمر ، الذي شكل أرضية وزعت عليها باقي العلامات ، في الجانب الأيمن للغلاف صورة فوتوغرافية جانبية لغادة السمان مقبلة بوجهها على من يراها ، صورة بالأبيض والأسود، وعلى بقية الغلاف وزعت أراء نقدية لمجموعة من النقاد حول العمل الأدبي كتبت باللون الأصفر ، أسفل الصفحة نجد المميز الخاص بالشركة بلون أزرق ودار النشر باللون الأسود.

في مقابل اللون الأسود في واجهة الغلاف ، يهيمن اللون الأحمر على الصفحة الخلفية للرواية، وكأنه إنذار ونبوءة باستعار الحرب في لبنان ، فوسط ذلك الجو المتعفن الذي يخفيه البهرج هناك شرارة تستعر .

تقدم غادة السمان نفسها إلى جمهور قرائها في صورة جانبية متجهة بنظرها جهة كتفها الأيسر، بعينين فاحصتين، متأملة مايدور حولها، فهي كاتبة تأبى الانغلاق على ذاتها بل يمتد اهتمامها نحو قضايا أمتها. هي صورة بالأبيض والأسود والمعروف أن الأبيض والأسود هما قيمتين أكثر منهما لونين ، فهي كاتبة تحمل قيما لقارئها، هذا التفاعل بين الأبيض والأسود في شخص كاتبة خلّص كل منهما من سلبياته وأبقى على إيجابياته ،فالأسود هنا دلالة السلطة والأناقة والقوة ، وهو ماينطبق على غادة السمان فهي كاتبة معروفة بقوة وأناقة حرفها ورأيها.أما الأبيض فقد أضفى عليها هالة من الصفاء والوضوح والمحبة .فهي أديبة

واضحة صريحة تعالج قضايا مجتمعها بكل صدق. وتحاور غادة في هذه الصورة من يراها في صمت مستفز،صمت يقول أكثر مما يقوله الكلام، فهي تحدق فيه وتتجاوب معه بحوار داخلي ، يخلق نوعا من التواصل والألفة.

عرضت الآراء النقدية حول هذه الرواية باللون الأصفر لون الحيوية والانشراح ، وكلها آراء تعمل على تزكية المنتج عند القراء فهي دعاية مقصودة للكتاب.

إذا فقد كان الغلاف الخارجي هو استمرار لفعل التأثير في المتلقي واستفزازه من أجل الوصول إلى فعل الشراء.

خلاصة البحث:

نخلص من كل ما استعرضناه إلى أن صورة الغلاف هي إرسالية إشهارية تصمم وفق شروط معينة تراعي متلقي هذا المنتج/ الكتاب ، وتعمل على التأثير فيه واستفزازه ليقبل على فعل الشراء ، وغلاف رواية بيروت 75،هو غلاف إشهاري بامتياز ، يثير في القارئ اضطرابا ، لينفتح تقبله السريع على مشهد يدخله في عالم من اللذة التي لاتكتمل إلا بقراءة النص وامتلاكه. وقد نجحت صورة الغلاف الإشهارية في حمل دلالة المتن ، فقد دلت عليه و استوعبت النص الروائي بأكمله .

7- المراجع:

[1]- أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور الإفريقي المصري ، لسان العرب، دار صادر، بيروت، مادة (ص و ر)، ط1، 1990، ص 473.

[2]- القرآن الكريم، سورة غافر 64.
[3]- م ن، سورة الأعراف 11.
[4]- إيميل يعقوب وآخرون: قاموس المصطلحات اللغوية والأدبية، دار العلم للملايين، مؤسسة القاهرة للتأليف والترجمة والنشر، بيروت، ط1،1987، ص247.

[5]- شاكر عبد الحميد، عصر الصّورة السّلبيات والإيجابيات، عالم المعرفة،الكويت، (د ط)، 1978، ص8.

[6]- جمال شعبان شاوش، قراءة في سيميولوجيا الصورة السينمائية، محاضرات الملتقى الدولي السادس السيمياء والنص الأدبي، 18-20 أفريل 2011،جامعة محمد خيضر -بسكرة ص568
[7]- عبد الرحمن بن عمار، الصورة والرأي العام (السّلطة الخامسة دراسة سيميولوجيّة)، منشورات بغدادي، الجزائر،(د ط)، (د ت)، ص25.

[8]- عبد الرحمن بن عمار، م ن، ص ن.
[9]- محمد العماري، الصّورة واللغة، www.fikr wankd,algabriabed,com/n 13-09,htm
[10]- محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، مختار الصّحاح، دار الحديث، القاهرة، 2003، ص197.

[11]- ابن منظور، لسان العرب،مج4، مادة (ش ه ر)، ص431-432.

[12]- فضل دليو، إتصال المؤسسة "إشهار، علاقات عامة ، علاقات مع الصحافة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2003، ص35.

[13]- عبد الرحمن تبرماسين وآخرون، نظرية القراءة المفهوم والإجراء، قسم الأدب واللغة، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر، ط1، 2009، ص231.

[14]- م ن، ص ن.
[15]- برنار كاتولا،الإشهار والمجتمع،ترجمة سعيد بنكراد،دار الحوار للنشر والتوزيع،اللاذقية، سورية،ط1،2012، ص51.

[16]- سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية الإشهار والتمثلات الثقافية، إفريقيا الشرق ، المغرب ،(د ط)، 2006، ص8.

[17]- جمال مباركي ومحمد عبد الهادي ، سيميائية الصورة والإشهار دراسة في رواية (الإراثة) ، محاضرات الملتقى الدولي السادس السيمياء والنص الأدبي، 18-20 أفريل 2011،جامعة محمد خيضر -بسكرة ص593.

[18]- بشير إبرير، بلاغة الصورة وفاعلية التأثير في الخطاب الإشهاري،محاضرات الملتقى الوطني الثاني السيمياء والنص الأدبي،15-16أفريل 2002، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص64.

[19]- عصام نور الدين، الإعلان وتأثيره في اللغة العربية، مجلة الفكر العربي، العدد92، 1998، ص24.

[20]- بشير إبرير، م س .ص64.

[21]- جميل حمداوي، أنواع الصورة، صحيفة المثقف، دار المثقف العربي، ع4244، 20-04-2018، http://www.almothaqaf.com/index.php/qadaya2015/895720.html

[22]- جمال مباركي ومحمد عبد الهادي، م س، ص597.

[23]- غادة السمان،بيروت 75، منشورات غادة السمان، بيروت ، لبنان، ط6، 1993،ص10.

[24]- رولان بارت، أسطوريات أسطرةالحياة اليومية،ترجمة: قاسم المقداد، دار نينوى للدراسات والنشر، دمشق، سورية، (د ط)، 2012، ص128.

[25]- سعيد بنكراد، م س، ص128.