

الإقناع الإشهاري للعتبات النصية في الرواية الجزائرية المعاصرة -رواية الحالم لسمير قسيمي أنموذجا -

**Advertising Persuasion of Textual Seuls in the Contemporary Algerian Novel
-The dreamer's novel by Samir Kosimi as a model-**

1 بن داودية فاطمة زهرة*

fatma06daoidi@gmail.com جامعة حسيبة بن بوعلوي -الشلف- الجزائر

2 د. باية غيبوب

baya02gheiboub@gmail.com جامعة حسيبة بن بوعلوي -الشلف- الجزائر

تاريخ الإرسال 2023/01/09 تاريخ القبول 2023/02/07 تاريخ النشر 2023/03/20

ملخص:

جاء هذا المقال ليعالج موضوع الإقناع الإشهاري وبلاغته في العتبات النصية للرواية الجزائرية المعاصرة، حيث حاولنا من خلال هذه الدراسة تبيان مفهومي الإقناع والإشهار، ثم دور العتبات النصية في العملية الإشهارية للعمل الروائي، ومدى تأثيرها في المتلقي المستهدف ذهنيا ووجدانيا، بدءا من الغلاف الذي يعتبر واجهة إشهارية إقناعية بامتياز، وللوقوف على أهمية العتبات النصية في العملية الإشهارية للخطاب الروائي أتخذنا من أعمال سمير قسيمي رواية " الحالم " أنموذجا .
الكلمات المفتاحية: الإقناع؛ الإشهار؛ العتبات النصية؛ الرواية الجزائرية؛ سمير قسيمي

Abstract:

This article came to address the issue of publicity persuasion and its rhetoric in the textual seuls of the contemporary Algerian novel. From the cover, which is considered a persuasive advertising interface par excellence, and to delve into the depths of this study, we took the dreamer's novel by Samir Kosimi as a model.

Keywords: persuasion / publicity / textual seuls / Algerian novel / Samir Kosimi

مقدمة:

يعتبر الإشهار وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري يعمل على إيصال الإقناع بمختلف الرسائل الإعلانية إلى المتلقي، قصد تعريفه بشيء معين. وهو أداة استمالة وترغيب لاقتناء الشيء المعلن عنه، ذلك من خلال الطرق الإقناعية التي توظفها كل وسيلة من الوسائل الإشهارية. وتتنوع هذه الوسائل يسهل عملية التواصل الإشهاري فكل واحدة من هذه الوسائل تعتمد أساليبها الخاصة لإثارة الرغبة في الشراء، إضافة إلى كون الإشهار

* المؤلف المرسل:

بابا من أبواب التواصل، بحيث تنقل الفكرة أو المعلومة من شخص واحد أو من عدد أشخاص لتصل إلى أشخاص معينين.

يمكن أن نضع الإقناع مرادف للتواصل الناجح، كون أن الغاية الأساسية من التواصل تكمن في إحداث أثر ما على المتلقي، لأننا نحن البشر لا نتكلم بمجرد الكلام فحسب، بل نسعى من وراء ذلك على تحقيق أهداف وغايات تم التخطيط لها مسبقا، فالحماسي مثلا يهتدي للإقناع لتبرئة موكله، والصحفي يستخدمه للسيطرة على عقول جمهوره، والكاتب يستعمله للتأثير على القراء وجذبهم.

وباعتبار أنّ العتبات النصية في العمل الإبداعي (الرواية) بمثابة واجهة إشهارية يعمل المبدع من خلالها على تحفيز القارئ لجذبه وإقناعه، وذلك من خلال التأثير عليه، من هنا جاءت هذه الدراسة لتعالج موضوع الإقناع الإشهاري وبلاغته في العتبات النصية للعمل الروائي، نسعى من خلالها الكشف عن العتبات التي تساهم بشكل كبير في التأثير على المتلقي، وبالتالي العمل على إقناعه وإغوائه، وللولوج في هذا الطرح انطلقنا من الإشكالية التالية: هل تساهم العتبات النصية في عملية الإقناع الإشهاري للرواية؟ وكيف يظهر الإقناع الإشهاري في العتبات النصية للعمل الروائي؟

وللإجابة على هذه الإشكالية اعتمدنا المنهجية المعتمدة على العناصر التالية: تقديم للموضوع ثم عرضنا مفهوم الإشهار ومفهوم الإقناع والعلاقة بينهما، ثم تناولنا عنصر الإقناع الإشهاري في عتبات رواية "الحالم" لسمير قسيمي: تطرقنا فيه النقاط الآتية: الغلاف بما فيه من وحدات: الصورة/اللون/التجنيس/اسم المؤلف/العنوان، ثم تحدثنا بعدها عن عتبة الاستهلال، وأخيرا خاتمة جمعنا فيها جملة النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة.

1. 1. من الإشهار إلى الإقناع:

• عن الإشهار:

قبل البدء في مفهوم الإشهار لابد من الإشارة إلى أن أصل هذا المصطلح هو ترجمة عن اللغة الفرنسية "Publicité" ويقابله في الإنجليزية لفظ "Publicity" أو لفظ آخر أكثر توظيفا وهو "Advertising" وتأتي اللغة العربية على تسميتين فيما يطلق عليه المشاركة "الإعلان" يسميه المغاربة بـ "الإشهار" ومنه يكون المعنى والدلالة ذاتهما، أي أن كلا اللفظين يميلان على المفهوم نفسه، وفي السياق ذاته تشير (منى الحديدي) إلى أنه: «على مستوى اللغة العربية هناك تعبيران يستخدمان في مجال الحديث عن الإعلان على مستوى المهن (الممارسة) وعلى المستوى الأكاديمي التعليمي والبحث، في حين تستخدم كلمة الإشهار للتعبير عن المعنى نفسه في دول المغرب العربي كتونس والجزائر»¹ ما يجعلنا إلى أن الإشهار يدل على المفهوم ذاته الذي يدل عليه الإعلان.

الإشهار لغة: ورد لفظ الإشهار في معجم (لسان العرب) في مادة "شهر" « بمعنى الشهرة: ظهور الشيء عن شئعة حتى يشهره الناس (...). »² . ويفيد هنا مصطلح الإشهار معنى الإظهار أو الإجلاء والخروج عن المستتر إلى الوضوح.

كما نستشهد كذلك بما ورد في القاموس (المنجد) في اللغة والإعلام والإعلان عن الإشهار: « أن تقابله بالفرنسية "Publicité" وهي مشتقة من شَهْر-شهره، شهر الشيء، حتى ذكره وعرف به »³ ذو الأصل اللاتيني "Publicus" الذي يعني ما يخص عامة الناس، وبالتالي، يفيد معنى الإشهار في اللغة معنى الإبراز والنشر والتعريف بالشيء برفعه وتمييزه.

وقد توسع مفهوم الإشهار في المعاجم اللغوية المعاصرة، ف جاء تعريف مادة "الإعلان" في (معجم اللغة العربية المعاصر) كما يلي: «الإعلان ما يُنشر في الطرق أو وسائل الإعلام مَّما يهْمُ المعلُّ أن يطَّلِعَ الناس عليه ويستجيبوا له »⁴

الإشهار اصطلاحاً: جاءت فيه عدة تعريفات فقد جاء في كتاب استراتيجيات التواصل الإشهاري «جنحت بعض تعريفات الإشهار إلى اعتباره مصطلحاً يشير إلى كل إعلان تكون أولى غايته أن يضمن شراء السلعة أو الإقبال عليها، كل أنواع الخدمات الممكنة المؤدي عنها مقابل نقدي»⁵

فالإشهار هو «عبارة عن صورة مصنعة ومكثفة تتفاعل فيها عدة عوامل وتتألف وتتبادل الأخذ والعطاء لإحداث خطاب، أو إنتاج معرفة، أو مادة يستحضر من خلالها تفاعل القارئ أو المتلقي مع المادة الإشهارية، أو المحتوى الذي يعبر عنه الخطاب الإشهاري»⁶

وأيضاً يعرف بأنه: « الإشهار هو النشاط أو الفن الذي يستهدف إحداث تأثير نفسي على الجمهور تحقيقاً لغايات تجارية الهدف منها تنمية المشروعات الاقتصادية، وتسويق منتجات معينة، شرط أن يكون إشهاراً صادقا صريحاً، لأن قادر على الإقناع»⁷ ومن هنا فإن الإشهار وسيلة لإقناع الجمهور لشراء منتج ما والترويج له باستخدام لغة ما وأداء ما.

يشير الناقد "سعيد بنكراد" إلى أنه « ليس غريباً أن يكون الإشهار عند مصممي وصلات الإشهار عبارة عن فنن إغراء وإغواء واستدراج إلى عوالم الإستيهام، لا مجرد مدح لخصائص نعثر عليها نهاية الأمر في كل المنتجات التي تنتمي إلى الفصيلة نفسها »⁸ يؤول بنا هذا التعريف إلى أن الإشهاري يستهدف لاشعور المتلقي، عبر الاشتغال على الحالة العاطفية والإنفعالية لديه، لترج به في عالم الاستهلاك متسلحاً بانفعالات مستوحاة من مناطق نفسية بالغة التنوع، فقرار الشراء وتحقيقه في غالب الأحيان، مرتبط بالانفعالات التي تتولد لدى المتلقي، لا بالقرارات العقلية اليقظة، هدفه الأسمى هو الإغراء والإغواء من أجل إقناعه والدفع به ليغير سلوكه وإقناع المنتج.

1. 2. عن الإقناع:

الإقناع لغة : جاء مفهوم الإقناع في لسان ابن منظور كالتالي : « قنع بالكسر، يقنع قنوعًا وقناعاً إذا رضي، وقنعت لفلان يريد خضعت له، وأقنعتي كذا أي أرضاني»⁹. ومنه الإقناع لغة يفيد الخضوع والرضا .

الإقناع اصطلاحاً : يقصد به «العملية التي تستهدف التأثير العقلي والعاطفي في المتلقي أو الجمهور قصد تفاعله مع الفكرة باعتماد الحجج والبراهين الإثباتية، عبر وسائط طبيعية أو صناعية»¹⁰ يعرفه الكاتب " والاس" يقول بأنه: «تأثير المصدر في المستقبلين بطريقة مناسبة ومساعدة على تحقيق الأهداف المرغوب فيها، عن طريق عملية معينة، أين تكون الرسائل محدّدة لهذا التأثير»¹¹. والاتصال الذي يهدف إلى الإقناع والتأثير في الجماهير يسمى بالاتصال الإقناعي، ومنه تفيد كلمة الإقناع: الإغواء والإغراء وهو يستهدف العاطفة أما الاقتناع فيحيلنا على المنطق، وهدفه العقل.

فحديثنا عن الإقناع في مجال الإشهار يراد به التأثير الذي من خلاله يعمدُ الإشهاريُّ إلى التأثير على المتلقي في اختيار المنتج، أو خدمة ما. وهو قائم على التوفيق في اختيار الألفاظ، وبلاغة الصورة و التلاعب بالكلمات لإحياء أشياء يبتغيها المتلقي في نفسه ذلك بالاستعانة بجملة من الآليات، وهذا ما يؤكد الأستاذ "محمد خاين" حين يقول: «إن الإقناع الإشهاري قوامه الكلمة الخلاقة، والصورة المخادعة وذلك بدغدغة مشاعر المتلقي، وتحريك غرائزه، ولتأدية هذه المهمة يستعين الإشهاري بالعوامل غير اللسانية المستفادة من مرجعيات اجتماعية ونفسية»¹². إذ أنّ الإشهاري يستعين بكل الوسائل التعبيرية سواء كانت لغوية أم أيقونية، بغية تبليغ المتلقي بمحتوى الإشهار، فهو خطاب تبليغي من خلال توظيف بنى تركيبية ذات وظائف تعبيرية، وتوجيهية وإخبارية ونقدية واتصالية وسياقية، ومن ناحية أخرى ترى البلاغة أن الإشهار «حضوراً فعالاً بلاغياً تحكمه قوى سياسية وتاريخية واجتماعية تحمل النص برموز ذات مقاصد، قادرة على التأثير في البيئة المحيطة»¹³ يتمكن من إقناعه بطريقة أو بأخرى (ضمنية كانت أم صريحة) بجدوى المنتج و نجاعته.

فالإقناع هو الغاية النهائية للإشهار يهدف إلى التأثير على المستهلك والدفع به لتبني فكرة ما، أو اقتناء منتج ما، عن طريق توجيه رغبات دفينه لديه، عجز عن تحقيقها في ظل غياب الإمكانيات المادية ومع وجود حواجز نفسية واجتماعية .

ومن هنا يرتبط نجاح الإشهار بمدى قدرة المشهر على الإقناع و الاستخدام الأمثل لمختلف أساليبه، بناء على مختلف الاستمالات التي يلجأ إليها لاستخدامها بغية جذب المتلقي المستهلك . فالإشهاري الناجح هو ذاك الذي يتمكن من التوغل في اللاشعور المستهلك والتحكم في خياراته، أمّا الإقناع فهو جوهر كل خطاب إشهاري، وهدف كل إشهاري ناجح .

2. الإقناع الإشهاري في العتبات النصية لرواية " الحالم " لسلمير قسيمي :

إن كان ما تحدثنا عنه حول الإشهار في العناوين السابقة الذكر يخص (السلع و المنتوجات)، فإن العملية الإشهارية تستحوذ أيضا على مجالات أخرى كالأدب والثقافة، من هنا تعد العتبات النصية للرواية أول العتبات التي تمارس فعل تحفيز وإغراء القارئ على تحريك شهوة القراءة فيه عبر بنائها الجمالية الشعرية، فالعتبات النصية من هذه الزاوية تكون أشبه بواجهة إشهارية، تصنعها عبقرية المبدع في أي جنس أدبي كان والمتمثلة في قدرته على اختيار العتبات بما يتوافق ومضامين النص الإبداعي؛ فالعتبات النصية تساهم في عملية التشويق والتلذذ بقراءة النص، والكشف عن الخبايا التي يحملها النص في مضمونه، هي بمثابة البوابة الرئيسية للدخول قرائيا إلى النص الروائي، إذ أنها « تسيج النص وتسميه وتحميه وتدافع عنه وتميزه عن غيره وتعين موقعه في جنسه وتحدث القارئ على اقتنائه»¹⁴ فهي التي تحيط بالنص السردي فتمهد له، وتحفز القارئ وتستدرجه للولوج في عوالمه بداية من عتبة غلاف الرواية الذي يحتوي على العنوان الذي يسمه ويفتح أمام ذهن القارئ مجموعة من الافتراضات والأسئلة حول مضمون المتن السردي، واسم الكاتب الذي يزيد من اشتهاه القارئ وتحفزه على اقتنائه وإغرائه ولفظة رواية التي تحدد جنسه وغيرها من العتبات النصية التي سنحاول قراءتها من خلال رواية الحالم لسلمير قسيمي بغية الكشف عن الوسائل التي اعتمدها الروائي في عتباته لهذا العمل كي يحقق الإقناع الإشهاري.

2. 1. الغلاف:

يمثل الغلاف أول عتبة نصية للعمل الإبداعي، إذ يعتبر العتبة الأولى التي يراها القارئ بالعين المجردة وذلك لبروزه في الصفحة الأولى للنص، وينظر إلى الغلاف في النظرية النقدية المعاصرة بوصفه « لوحة ضمن معمار النص، تشتغل باعتبارها صفحة تتميز عن الصفحات المشكلة للنص المتن بطابعها الدلالي الأيقوني، وتنظيم العلامات البصرية بكيفية تجعلها تعمل على ترسيخ المتن النصي بأكمله، وتبرز كيف يأتي المعنى إليه».¹⁵ يستنتج من هذا القول إن عتبة الغلاف تحمل في طياتها بعضا من المعاني التي تحقق في متن النص، وكذا يفهم عن طريقه مجموعة الدلائل والمعاني التي يريد الكاتب تحقيقها فهو « يحدد باعتباره تركيبا للنص، أي بوصفه لوحة تنتظم فيها المعطيات البصرية والمعطيات اللسانية بشكل يجعل من اندماج النسقين اللفظي والبصري أمرا واردا ومهما في بناء النسق الدلالي»¹⁶ ومن هنا يمكن القول إن عتبة الغلاف تشكل أهمية بارزة في عمليتي الإشهار والإعلان عن ميلاد النص، وإحياء قراءته وذلك بشد انتباه المتلقي من الصفحة الأولى للعمل الإبداعي، حيث تشكل الصفحة الأولى أي الغلاف محطة ضرورية في عملية التشييد والبناء، وتعد مرآة عاكسة لما أنتجه المبدع، إذ يمكن اعتباره خطاب إشهاري يحاول المبدع من خلاله التأثير على جمهوره ومحاولة جذبه وإقناعه من خلال المعطيات اللغوية والأيقونية البصرية الموجودة عليه، ولا يخلو أي نص من الصفحة الأولى صفحة الغلاف التي تعتبر صفحة الإغراء والإشهار، صفحة التقديم والإعلان.

جاء غلاف رواية الحالم كعتبة أساسية تساعد القارئ من الدخول إلى النص لما يحمله من مؤشرات ودلالات وجدناها تتكون من خمس وحدات غرافيكية تحمل عدة إشارات دالة، الأولى هي الصورة، والثانية الألوان، والثالثة اسم المؤلف، والرابعة العنوان الذي يعد وحدة كبرى تستقل بذاتها، أما الأخيرة فهي التحجيس، واعتبر الغلاف كعتبة مهمة تساعد الأعمال الأدبية في النجاح والاستمرارية والترويج والإشهار للرواية، وإثارة التشويق في نفس القارئ، وحب الإطلاع، وكشف الغموض الموجود في النص الروائي.

● الصورة:

الصورة « هي جوهر الفنون البصرية، ورغم حاجة بعض الفنون إلى الكلمة، والصوت للتعبير عن الأشياء، إلا أنّ الصورة خلقت لغة جديدة استحوذت على طاقة البصر، فاعتقلت عقله ومخيلته»¹⁷ أنها احتلت في فترة من الفترات مكان الكلمة، فصار التعبير بالصورة فقط، فمثلا في الإعلانات الشهيرة نجد أن الصورة طغت على الإعلان فتجد المخرج أو صاحب الفكرة يركز على الصورة والألوان.

أما فيما يخص الصورة في العمل الروائي نميز هنا بين الرواية التقليدية والرواية الحديثة، فالرواية التقليدية كان كتابها يعمدون إلى رسومات متعلقة بالمتن مباشرة تشكل « تشكيلا واقعيا يمثل أحد مواقف الرواية، أو وجه البطل، وغيرها من التشكيلات، ولم يكن يطرح ذلك أمام القارئ مشكلة التأويل، لأنّ المعنى كان يبدو واضحا، ولا يحتاج لأي جهد (...)» أما في الرواية الجديدة، فقد تم الانتقال من الغلاف المتشكل من صورة إلى الغلاف المتشكل من لوحة¹⁸ يحتاج القارئ إلى تفسير اللوحة التشكيلية والبحث عن المعاني الثانوية خلفها، ومحاولة ربطها مع المتن حتى يتسنى له فهم هذه العتبة الهامة.

أما فيما يتعلق برواية الحالم الجديدة «فقد حدث تغيير طرأ على لوحة الغلاف في روايات الحالم الجديدة، هو ذلك الانتقال من الغلاف/الصورة إلى الغلاف/ اللوحة. ففي سياق الاهتمام بالمظهر الخارجي للكتاب، شرع الروائيون في فتح صفحات أغلفة رواياتهم الأمامية -على الخصوص - لفنانين تشكيليين»¹⁹ لجذب انتباه المتلقي/القارئ، رغم أن الصورة أكثر وضوحا أما اللوحة أكثر غموضا وتحتاج إلى تأويل وتفسير.

اختار الروائي سمير قسيمي لوحة للفنان سلفادور دالي "salvador dali" * غلاف الطبعة الأولى، وهي صورة امرأة شقراء مع ابنها الصغير بجانب بيضة على شكل كرة أرضية يخرج منها شخص من أمريكا الشمالية، فمن خلال الصورة تظهر مشقة الخروج وآلمه، وكأن الكرة سقطت في الصحراء لأنّ بجانبها الرمال وأناس يحاولون معرفة من القادم.

جاءت صورة الغلاف الأمامي "للحالم" في هذه الطبعة معبرة بشكل كبير عن العنوان، حيث نجد أن اللوحة رسمت بدقة من زاوية منخفضة مما يضاعف من أهمية الموضوع، ومدى التفاعل بين المكونات التي شكلت منها اللوحة عن طريق إبرازها لأدق التفاصيل. احتلت دار النشر الصدارة، وهي غالبا ما تأتي في أسفل الصفحة

ويوجد بجانبها شعار مرتبط بها، مما يجعلنا نعتقد أن دار النشر في الغلاف لها دورها في الترويج للرواية باعتبارها عتبة أساسية لا يقل شأنها عن أي عتبة أخرى²⁰.

وما يلفت انتباه القارئ ذلك اللون الأصفر الذي لونت به اللوحة لأنه أحد ألوان الضوء المرئي، وهو من أكثر الألوان التي يستخدمها الرسامون في لوحاتهم، وهو لون لمعدن الذهب والشمس وثمار الليمون ومعظم أنواع الزهور.²¹

وامتزجا اللون الأصفر في رواية "الحالم" باللون القرنفلي، حيث نلاحظ طغيان هذان اللونان وقد ذكر اللون الأصفر في القرآن الكريم أربع مرات أحدها عن لون البقرة، والثالثة الأخرى في وصف لون النبات، إذ كان اللون الأصفر يوحي بدلالات مختلفة وفق سياقات مختلفة فيعني التضحية كالبقرة الصفراء، ويعني الخداع ويعني المرض وقد دل في الرواية على هاته المعاني ونستدل على ذلك من قوله « ستصل سيارة الإسعاف تحمل متشردا يفترض أنه مصاب بالهذيان حضر ما يجب من وثائق ليتم قبوله وحاول التنسيق مع في ذلك مع الدكتور رزوق، فقد كلمته ليحضر وقتما يصل المريض، لقد كان هذا المريض هو نفسه كاتبنا في الرواية الذي كان مصابا بنوع من أنواع الهوس الإبداعي حيث كان عنفه يظهر في كل مرة يحتاج إلى كتابة شيء ما ويمنع المرضون عن إعطائه أقلاما وأوراقا خشية أن يؤذي نفسه بما لذا فكرت في منحه حاسوبا آمنا...وما إن فعلت حتى شرع بالكتابة وتوقفت نوبات عنفه والأهم من ذلك أنه استغنى عن كل أنواع المهدئات»²².

نجد في لوحة غلاف "الحالم" صورة لتمثيل ولشكل بيضوي لا طول ولا عرض له، في داخله تمثال لإنسان في بداية نموه، وأشكالاً هندسية ومخططاً داخل الشكل البيضوي، حيث ظهر التمثال الموجود داخل البيضة بصورة غير واضحة وعممة نوعاً ما، يظهر منه نصف من الكتف والذراع بصورة جلية، وهذه الصورة لها عدة دلالات ورموز فمن خلالها يمكن التنبؤ بمضمون الرواية أو الشخصية البطلة في الرواية. فمعالم هذا الإنسان غير مكتملة وهذا يدل على أن الشخصية الرئيسية تجمع بين سمير قيسي وريماس إيمي ساك، حيث أنهما يعتبران شخصية واحدة في جسدين منفصلين وتشير أيضاً على انطوائيته، كما نجد أن الشكل البيضوي الذي يحيط بالإنسان يعد فضاءً مغلقاً، وفي الرواية نجد الكاتب الحالم يعاني من الانعزال والانطواء، وذلك جراء اليأس الذي أصابه بعد وفاة زوجته وهجران ابنته له حيث دخل في دوامة من الحزن والكآبة، فلم يعد يخرج من شقته ويقضي معظم وقته أمام جهاز الحاسوب، فهذه الصورة الأيقونية تدل على الحالة النفسية المتأزمة التي وصل إليها الكاتب. تحيل الصورة إلى ما يعيشه شخص الرواية من تداخل وتمازج، ففي الرواية ثلاث روايات وكأننا أمام حكاية إطار داخلها عدة محكيات ثانوية، فالروائي ينفي أن تكون الرواية له، يقول أنها لشخص مريض نفسياً ثم لشخص يدعى رضا خباد، ثم لشخص آخر يدعى ريماس إيمي ساك الذي يتضح في الأخير أنه انعكاس لاسم سمير قيسي. فالشخص الذي يخرج من البيضة ماهو إلا الشخص الذي يحلم بغد أفضل رغم المرارة والألم، فربما تدل المرأة الموجودة في الغلاف على جميلة بوارس ابنة ريماس إيمي ساك، وفي الجزء الثاني تمثل جميلة المرأة التي حبلت من رضا

خباد وأنجبت منه ابنا سمته نورالدين بوخالفة، أما في الثالثة فهي زوجة الطبيب رضا خباد توفيت وهي حامل بابنها نورالدين بوخالفة.

لقد رسم هذا الغلاف بدقة مقصودة تكشف عن دلالة جمالية وإغرائية تهدف إلى لفت انتباه المتلقي حيث يُهدد الكاتب سمير قسيمي للخوض في مسألة ظلت الشغل الشاغل للفلسفة وهي قضية الوجود الإنساني وسؤال الزمن بين الحقيقة والزيف، ورغبة الإنسان في الخلود مقابل مواجهته لعقدة الإنمحاء والتلاشي " عقدة الفناء " تتجلى اشكالية الوجود (الحياة والموت) في " الحالم " إنها رواية تتداخل فيها الشخصيات ويختلط فيها الحلم بالواقع.

• الألوان:

إن للألوان دلالات وإيحاءات كثيرة واستخدام الألوان في السياقات الأدبية واللغوية أكثر صعوبة من استخدامه في الرسم والتصوير، لأنه يعتمد على قدرة الإبداع على إثارة ما توحيه الألوان من دلالات في نفس المتلقي من خلال التشكيل اللغوي الذي يصور أفكار الأديب وانفعالاته.²³ حيث يعمل اللون في الكتابة الإبداعية « بوصفه علامة سيميائية إشهارية تؤدي وظائف دلالية واستشارية وعلمية متنوعة تناسب الوضع الكتابي وحالاته». ²⁴ إذن الألوان لم توضع اعتباطيا بل لها دور فعال في التعبير عن الأفكار التي تتبادر في ذهن المؤلف ويتم ذلك بطريقة فنية وجمالية تجذب انتباه القارئ وتشجعه على اقتناء الكتاب . وقد أقرت الدراسات أن نسبة عالية في اجتذاب القراء تصل إلى 26 بالمائة يعود سببها إلى تصميم الغلاف وجمالية الألوان فيه. واختيار الألوان يرجع إلى الظروف النفسية والاجتماعية التي يعيشها الفرد وحتى ثقافته، فالألوان تلعب دورا هاما في التأثير على نفسية الفرد. وقد اكتسبت الألوان على مر العصور دلالات تميزية في حياة الشعوب والأمم واستقرت مفاهيمها في ألفاظ معينة تميز كل قوم بجانب منها، نظرا لمستواهم الثقافي والحضاري، ومن ذلك مثلا قولهم القارة السمراء، النهر الأصفر، البحر الأحمر.²⁵

أما ألوان الصورة فهي عبارة عن ألوان حارة توحى بالقوة والصلابة وهي مستمدة من الشمس والنار، فالأصفر « قوي، عنيف، حاد إلى درجة تمكنه أن يكون ثاقبا، أو رحبا وباهرا كتدفق معدن في حالة الذوبان، الأصفر، هو الأكثر دفئا، الأكثر بوحا، والأكثر تأججا واتقادا من بين الألوان » ²⁶ وأيضا اللون البرتقالي من الألوان الحارة «يرمز هذا اللون بادئ ذي بدء إلى نقطة التوازن بين الروح والشبق» ²⁷ من بين الألوان فهذا هو اللون الذي وجدت به المرأة الشبه عارية، يوحى هذا اللون إلى القوة التي تمتاز به المرأة خاصة إذا كانت أمًا، فهي تحمي ابنها لأنها تحاول أن تبعده عن التحولات التي تشاهدها، بينما الطفل يسترق الرؤية رغم أنها تحاول منعه.

اللون الذي اختاره المصمم في العمل الأدبي ضروري إذ يجسد لنا فحوى أو جانب من المتن الحكائي، فانبهار القارئ لرؤيته لألوان الغلاف قد يدفعه إلى جملة من الافتراضات والتأويلات، وبالتالي قد يتمكن من الوقوف إلى حقيقة ما يقصده الكاتب من تلك الألوان، فالألوان عتبة أساسية من عتبات النص يضعها الكاتب حتى يكسب القارئ ويستميل قلبه، وكأنه بهذه الألوان يأسره ويغريه للولوج إلى متن النص، بالإضافة إلى ذلك

يروج بهذه الألوان للرواية كسلعة معروضة في الأسواق الأدبية، وبالتالي يمكن القول أن الألوان ساهمت في نجاح الإقناع الإشهاري للرواية، فهي بمثابة جنريك للعمل الأدبي.

• اسم المؤلف (الكاتب):

يعد اسم المؤلف من العناصر المهمة، فلا يمكننا تجاهله أو مجاوزته لأنه من «العلامة الفارقة بين كاتب وآخر، فهي تثبت هوية الكتاب لصاحبه ويحقق ملكيته الأدبية والفكرية على عمله دون النظر للاسم إن كان حقيقياً أو مستعاراً»²⁸.

نجد اسم المؤلف سمير قسيمي في رواية "الحالم" يتموضع في بداية واجهة الغلاف يريد سمير قسيمي من خلاله أن يبرز حضوره المتميز وبصمته في الرواية منذ بداية العمل، وكأنه يقول أنا هو كاتب هذه الرواية" رواية الحالم "حتى يستقطب فئة أكبر من الجمهور القراء، وهذا ما جعله يرتقي بأعماله الأدبية، كُتب اسم المؤلف سمير قسيمي باللون الأبيض وهو لون محبب لجميع الناس، لأنه يحمل دلالات وإيحاءات. هذا اللون يبعث على الأمل والتفاؤل والصفاء والتسامح ويدل على النقاء، كما يبعث على الود والمحبة والسلم والأمن والطهارة، ثم يتكرر اسم المؤلف في الصفحة الثانية بعد الغلاف بخط صغير دلالة على سلطته العالية في النص الروائي، فهو يثبت هوية الكتاب له ويحقق ملكيته الأدبية والفكرية على عمله.

المؤلف هو منتج النص ومبدعه ومالكه الحقيقي ومن ثم يشكل مرآة لنصه من الناحية البيوغرافية والاجتماعية والتاريخية والنفسية، سواء شعوريا أم لاشعوريا، وخاصة إذا كان اسم المؤلف مصحوبا بصورته الفوتوغرافية، وترتبط صورة المؤلف بالنص الإبداعي ارتباطاً مباشراً، ومن ثمة فاسم المؤلف يزكي شرعية النص، فالنص الذي لا يعلن عن صاحبه أو مؤلفه أو قد يكون موقعا، فإن ذلك يساعد القارئ أو المتلقي على الإقبال عليه لأن الأسماء اللامعة للكتاب المشهورين لها دورها الرئيسي في استقطاب أذهان القراء، فهي بمثابة الإعلان الذي يكسب رهانه مسبقا، ثم إن اسم الكاتب «يؤدي وظيفة تعيينية وإشهارية تكمن في نسبة العمل أو الأثر إلى اسم ذائع الصيت معروف بأبحاثه الوصفية أو الإبداعية، ويدل على حضوره المكثف في الساحة الثقافية المحلية أو الوطنية أو الدولية ورقيا ورقميا، وإعلاميا»²⁹.

• العنوان:

تشكل عتبة العنوان أحد عناصر النص التي يهتم بها المبدع في عملية التدوين، حيث يعد العنوان «عنصرا من أهم عناصر المكونة للمؤلف الأدبي، ومكونا داخليا يشكل قيمة دلالية عند الدارس، حيث يمكن اعتباره ممثلا لسلطة النص وواجهته الإعلامية، التي تمارس على المتلقي إكراها أدبيا، كما أنه الجزء الدال من النص الذي يؤثر على معنى ما، فضلا عن كونه وسيلة للكشف عن طبيعة النص والمساهمة في فك غموضه»³⁰ فهو أحر الحركات الإبداعية بالنسبة للمبدع يقول الغدامي: «القصيدة لا تولد من عناونها وإنما العنوان هو الذي يتولد منها، وما من شاعر حق إلّا و يكون العنوان لدية أحر الحركات»³¹ وهذا ما يجعل العنوان يمثل الإشهار الخاص

بالعمل الإبداعي، الذي به يستطيع المبدع التأثير في ذهنية القارئ، وذلك عن طريق خلق عنونة جديدة لم تكن معهودة من ذي قبل، أو بصياغة عنوان بتركيب جديدة ولغة معروفة تساهم في جذب نفسية القارئ، التي تدفعه إلى اكتشاف المغامرات الفنية المنطوية في النص.

وإذا كان العنوان آخر محطة يكتبها المبدع ويصوغ تراكيبه ليواكب ما يحمله النص في طياته من بؤر جمالية، فإن عتبة العنوان تعد بالنسبة للمتلقي من بين المعترضات الأولى التي تعترض الفعل القرائي لأن: «طبيعة المنهج تفرض على القراءة التعامل مع الظاهرة الأولى، لأن الحالة في النص مكانا وزمانا، ونعني بذلك {العنوان}، بوصفه الخطوة الإجرائية الأولى التي يقدم بها الإبداع نفسه للمتلقي، وبحق هذه الأولوية كان الإجراء له الصدارة في هذه القراءة، لأن كل نص له مفتحه الذي يتسلط على المتلقي تسلطا لا يستطيع منه فكাকা، على مستوى السطح، أو على مستوى العمق، فالعنوان يتحول إلى أداة مصاحبة تأخذ بيد القارئ، حتى لا يضل في متاهات النص فتقطع صلته به بالرغم أنه داخله.»³²، حيث يشكل العنوان مفتاح النص الذي يساعد القارئ على الولوج في متن النصوص، ويساهم في عملية تأويل ما قد يحمله النص من شفرات ضمنية ورموز يتشكل منها. فالعنوان لوحة إعلانية إشهارية بالنسبة للعمل الإبداعي، حيث يتشكل النص «قسمين: أحدهما مختزل والثاني طويل، والمختزل هو العنوان والثاني هو العمل الإبداعي من النص بكامله، الرابط بينهما كون العمل يعتبر مشتركا بينهما. ويتلخص دورهم في منح القارئ القدرة على التمييز والاختيار بينه وبين نصوص كثيرة، إنه ينبئ بما يوجد في الكتاب فيوجه القراءة»³³. إذن لعتبة العنوان دور بارز في عملية الاقتناء والقراءة، وذلك عن طريق التأثير على نفسية المتلقي وبث جوانب تشويقية تدعو إلى تفحص النص، لأن عتبة العنوان تعتبر رمزا يجسد معاني النص الكامل.

جاء عنوان الرواية التي بين أيدينا "الحالم" متموضعا في شكل كلمة واحدة كتب تحت اسم المؤلف مباشرة وهي كلمة الحالم، ومن هنا نستنتج أن هناك علاقة بين العنوان والنص نكتشفها من خلال الغموض في ثنايا المتن الروائي، والفكرة هنا تناول الغرور الذي قد يصيب الإنسان بعد أن يحقق إنجازا ما حتى وإن كان ذلك الإنجاز كبيرا، هل يستحق أن يعزل عن مجتمعه؟ وعالمه؟ وكان أقرب نموذج يتناول حياة ريماس إيمي ساك ومحاولة تخيله ومقارنته بنفسه.

ومن خلال القراءة الأولى للعنوان ندرك معنى عنوان الرواية المتمثل في الحالم يتجلى في شخصية البطل على اختلاف مراحل حضوره في الرواية. فالحلم هو أصل الحكاية، فقد كتب عنوان رواية "الحالم" باللون الأزرق ومن المتعارف سيميائيا أن للون دورا هاما في إبراز خبايا نفس الإنسان، فاللون لغة رمزية تحمل دلالات عديدة وهو فضاء واسع له قدرة كبيرة على التأثير والتدليل، وذلك طبعا بحضور اللغة، واللون وسيلة للتعبير عن العاطفة الإنسانية، فقد يحمل اللون أكثر من رمزية تكشف عن خبايا النفس، فدلالات الألوان متعارضة فمثلا اللون الأحمر قد يحمل دلالة الحب والحرب لذلك نقول أن دلالات الألوان تتغير بتغير الحالة النفسية والاجتماعية إلى

جانب عامل الذوق، «ومن التجارب التي ذكرت في تأثير اللون في النفس والسلوك ما قيل أن اللون الداكن يعث على الملل والحزن فمثلا جسر" بلاك" في لندن اشتهر قديما بكثرة حوادث الانتحار بسبب لون دهانه القاتم، وقد غير إلى اللون الأخضر وعرف بعدها انخفاض في حوادث الانتحار»³⁴، وفي ما يلي سنحاول أن نكشف أسرار اللون الأزرق وما يخفيه من دلالات ورموز إيجابية جعلت منا نتعرف بها على شخصية الروائي وأسباب توظيفه هذا اللون.

في كثير من النصوص نجد هذا اللون «يحمل دلالة الصفاء فهو لون السماء والمحيطات وهو لون الشوق والليل الطويل الذي ينتظر شروقه»³⁵، كما أنه من الألوان التي تبعث الهدوء والاطمئنان في نفس الانسان وهو رمز الصداقة والحكمة والخلود ورمز الصبر والثقة والاحترام إلى جانب دلالات تظهر بنسبة قليلة هي الحزن والكآبة والضيق، غير أنه من الألوان التي تعبر عن الانفعالات الساكنة والمستقرة والهادئة والمسيطرة عليها بشكل جيد. كل هذه الانفعالات برزت بشكل واضح من خلال الشخصيات المتواجدة في رواية "الحالم" خاصة شخصية البطل ريماس ايمي ساك التي تلمصتها شخصية الكاتب الحقيقي تلك الشخصية المضطربة نفسيا والمتصادمة مع ذاتها، حيث نجده يشعر بكثير من الأحاسيس والانفعالات في آن واحد، فقد كان يعيش حالة نفسية متأزمة، إذ نعتقد هذا ما جعل الكاتب يخلق مجموعة من الشخصيات التي يرى نفسه فيها. وقد ذكر العنوان مرة أخرى في الصفحة التي تتموقع بعد الغلاف بشكل آخر و بحجم أصغر قليلا، وهذا للتكرار الذي يقصده المبدع للتأثير والإقناع ولفت الانتباه، مما بدا في الصفحة الأولى وبلون أسود ويعرف لدى العديد من شعوب العالم أن اللون الأسود يرمز للموت والحداد وحركات المعارضة والغضب، كما كان يستعمل أيضا على الدوام كرمز للقوة.

فاختيار العنوان لسيمير قسيمي نراه اختيارًا موفقًا، لأن الصورة السمعية للفظة الحالم يؤثر في الأذن ولها ميزتان أدبية وموسيقية: الأدبية/يعلن عن العمل ويلخصه وهذا ما ميز عنوان أنثى السراب، إذ أنه يعلن قبل البدء أن كل الأحداث التي سيتم ذكرها حول الحلم أو حلم معين.³⁶ أمّا الموسيقية/ لأنها تجذب روح القارئ للحلم، لأنه من خلال العنوان الجميل يستطيع الكاتب إيجاد فرصة للتعبير عن انفعال يلامس الأرواح، ويبحث في القارئ مشاعر أكثر عمقا.

الكاتب أراد العنوان في كلمة واحدة كما ذكرنا سابقا اسما واحدا لقوة الدلالة الاسمية من ناحية، ولأنها أشد تمكناً وأخف على الذوق السليم من الدلالة الفعلية من ناحية أخرى، ويمكن أن نشير في هذا الصدد إلى قول سيوييه التالي: «واعلم أن بعض الكلام أثقل من بعض، فالأفعال أثقل من الأسماء لأن الأسماء هي الأولى وهي أشد تمكناً ألا ترى أن الفعل لا بد له من الاسم وإلا لم يكن كلاما والاسم قد يستغني عن الفعل».³⁷ وعليه فاعتماد الكاتب للفظة واحدة كعنوان لروايته لأنها في تقديره أدق في توصيل ما يريد، وإلحاحه عليها من بين مجموعة من التحويلات الكامنة في النظام اللغوي يعد استخداما مميذا لطاقت اللغة، ومن هنا

فالمستوى التركيبي للعنوان قابل للتحويل أو زيادة، فالكاتب في اختياره لهذا العنوان يسعى إلى توجيه أفق الانتظار للقارئ حول هذا الكتاب الذي ستطرح حوله عدة تساؤلات حول تصنيفه الجنسي، فهذا التعيين الجنسي مرتبط بعمارة النص ومكوناته السردية، ومن هنا يمكننا القول لقد وفق الكاتب سمير قسيمي في تسمية إبداعه، وهذا ليس سهلاً لأن هذه التسمية تحتاج لطاقة فكرية وجمالية، لما فيها من اختزال وكثافة في التصوير، فالعنوان بنية فقيرة نحويًا غنية دلاليًا، والمؤلف حقق هذه المعادلة في طرق اختياره للعنوان من خلال عمله الذي أنتجه، لأنه باطلاً على العمل وجدنا العنوان حملاً للمعنى الذي يضمه النص، لأنه اختصر ما جاء في المتن الروائي لأن أصل المتن الحلم، وأساس كل الأحداث الحلم، ودليل ذلك إنهاء الرواية بسؤال.

● التجنيس :

يعتبر التجنيس مسلك من بين المسالك الأولى في عملية الولوج في نص ما، فهو يساعد القارئ على استحضار أفق انتظاره كما يهيئه لتقبل أفق النص، وان كان هذا التجنيس يفيد عملية التلقي بتحديد استراتيجيات آليات التلقي وربط هذا النص بالنصوص الأخرى التي من نوعه في ذاكرتنا النصية، لأننا نتلقى النص من خلال هذا التجنيس. وتعتقد معه عقدا للقراءة كما بين ذلك جيرار جنيت و«أن للقراء جنس أدبي قصصياً كان أو غير قصصي يتألف من اتفاق معقود بين المؤلف والقارئ الذي يرتبط بنوعية هذا الجنس على وجه التحديد».³⁸

ترمز كلمة رواية الموجودة في وسط صفحة أيقونة الغلاف إلى جنس أدبي إبداعي يدعى الرواية. فما هي الرواية؟ هي سرد قصصي ثري طويل، يصور شخصيات فردية من خلال سلسلة من الأحداث، والأفعال المشاهد. والرواية فهي «شكل أدبي جديد لم تعرفه العصور الكلاسيكية الوسطى نشأ مع البواكر الأولى لظهور الطبقة البرجوازية وما صاحبها من تحرر الفرد من ريقه التبعية الشخصية».³⁹

يعد المؤشر الجنسي (**Idication générique**) نظاماً رسمياً يعبر عن مقصدية كل من الكاتب والناشر لما يريد أن نسبته للنص، في هذه الحالة لا يستطيع القارئ تجاهل أو إهمال هذه النسب وان لم يستطع تصديقها أو إقرارها، فهي باقية كموجه قرائي لهذا العمل وتجنيس هذا النص ذكر في مكانين: الأولى هي صفحة الغلاف حيث وردت كلمة رواية صغيرة الحجم وبلون أسود بعد كل العتبات (العنوان، اسم المؤلف، دار للنشر) وهذا لتبيان نوعية الكتاب المقدم للمتلقي، سواء كان شعراً أو رواية أو غيرها، كما أنه لا يريد أن يثير انتباه المتلقي للتجنيس في هذا الأمر الذي لا يهمه، بل يريد لفت انتباه القارئ لباقي العتبات الأخرى خاصة عتبة العنوان التي تعد من أهم العتبات.⁴⁰

أما المكان الثاني فهو الاستهلال النشري للرواية حيث يقول المؤلف فيها أحداث هذه الرواية حقيقية في قوله «أحداث هذه الرواية حقيقية وكل شخوصها من الواقع...» ربما هذا التجنيس أراد به المؤلف به إبعاد القارئ عن الحيرة والسؤال عن ماهية النص الذي يتلقاه.

2.2. عتبة الاستهلال (التصدير):

الاستهلال عند جنيت «هو ذلك المصطلح الأكثر تداولاً واستعمالاً في اللغة الفرنسية واللغات عموماً، هو ذلك الفضاء من النص الافتتاحي (بدائياً كان أو ختامياً) والذي يعني بإنتاج خطاب بخصوص النص، لاحقاً به أو سابقاً له، لهذا يكون الاستهلال البعدي أو الخاتمة مؤكدة لحقيقة الاستهلال»⁴¹. إن الدراسات النصية حاولت إعطاء البداية في أي عمل سردي الأولوية في الاهتمام، ومن هنا تتجلى أهمية البداية لكونها أول اتصال بين المبدع والمتلقي⁴²، فالاستهلال عتبة من عتبات النص الأساسية التي تثير في نفس المتلقي التشويق والإثارة، إذ لا بد من دراستها قبل الولوج إلى أعماق النص، فقد يعطي للقارئ المعرفة قبل دخوله إلى الفضاء النصي، بالإضافة إلى أنه يعتبر ذو أهمية كبيرة ومهاد أولي لكل نص أدبي، وبما أن لكل نص نهاية سواء كانت هذه النهاية مفتوحة أو مغلقة لا بد أن تكون له بداية.

يمكن القول أن الاستهلال له علاقة بالمضمون، وقد عمد "سمير قسيمي" ذلك حتى يستوقف القارئ و يجبره على قراءته ومحاولة فهمه واستيعابه، والبحث على معناه داخل النص، وبهذا نستطيع أن نقول أن الكاتب "سمير قسيمي" من خلال هذه العتبة استطاع أن يوقع بالقارئ في فتنة النص والغوص في متاهاته الدلالية والجمالية، ومن هنا ندرك أن علاقة الاستهلال بالنص كعلاقة المبدع بالمتلقي، فالاستهلال أضواء طريق القارئ للوصول إلى النص. وما سبق نستنتج أن الاستهلال عتبة أساسية لا يمكن الاستغناء عنها لما لها من أهمية كبرى وهي مساعدة القارئ في فهم النص وفك طلاسمه، وذلك من خلال البحث في أغواره بالإضافة إلى ذلك مساهمته بشكل كبير في نجاح الكاتب في الترويج والإشهار لروايته.

3. خاتمة:

وختاماً لهذه الدراسة يمكننا القول أن العتبات النصية تساهم بشكل كبير في عملية الإقناع الإشهاري لما لها من دور فعال في الترويج وإشهار العمل الإبداعي، إذ يعتبر الغلاف من أهم وأبرز وأدق العتبات الذي يتكون بدوره من خمس وحدات كل منها يلعب دوره في إشهار الرواية، إذ تتمثل هذه الوحدات في (الصورة/اللون/التجنيس/اسم المؤلف/العنوان) كل منها يمثل عتبة نصية تساهم في عملية التأثير والإغراء، وكل منها يكمل الآخر ويعمل عمله من أجل بلوغ المبدع غايته الأساسية وهي الإقناع الإشهاري، إلا أننا لا نستطيع أن نغفل عتبة العنوان التي تعد لوحدها لوحة إشهارية إقناعية يسعى من خلالها المبدع إثارة المتلقي والقارئ لجذبه وإغرائه لاقتناء العمل الروائي.

ومن هنا يمكن القول أن سмир قسيمي قد وُفق في اختيار معظم العتبات النصية لروايته "الحالم" خاصة عتبة العنوان التي استطاع من خلالها إقناع المتلقي بأفكاره وعمله الروائي، وذلك ما جعله يحقق نجاحاً في الساحة

الأدبية والفنية مما جعل له جمهوره الخاص من القراء والباحثين , كما أصبح له صيت في الكتابة الأدبية الجزائرية المعاصرة.

الهوامش :

- ¹ منى الحديدي، الإعلان الدار المصرية اللسانية، القاهرة، ط2، ص 15_16.
- ² ابن منظور أبو الفصل جمال الدين بن كرم، لسان العرب، ج1، دار الكتب العلمية: ط1، 1997، ص: 699-700.
- ³ قاموس المنجد في اللغة والإعلام والإعلان ، دار الشروق، بيروت، لبنان، د.ط، ص 406.
- ⁴ عمر أحمد مختار، معجم اللغة العربية المعاصرة، ج2، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2008، ص631.
- ⁵ سعيد بنكراد وآخرون، استراتيجيات التواصل الإشهاري، دار الحوار، ط1، سوريا، 2010، ص52.
- ⁶ بشير إبرير، دراسات في تحليل الخطاب غير أدبي، عالم الكتب الحديث، أريد، 2010، ص97.
- ⁷ يمينة بليمان، الإشهار الكاذب والمضلل، مجلة العلوم الإنسانية، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة الجزائر، العدد 32، 2002، ص289.
- ⁸ سعيد بنكراد، الصورة الاشهارية آليات الإقناع والدلالة، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط1، 2009، ص61_62.
- ⁹ ابن منظور، ، لسان العرب، ط3، مجلد الثامن، بيروت، دار صادر، 1994، ص298.
- ¹⁰ شريفني عبد الواحد، معجم الإشهار، دار العرب للنشر والتوزيع، وهران، الجزائر، 2014، ص174.
- ¹¹ عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص16.
- ¹² محمد حايين، الإشهار الدولي والترجمة إلى العربية، رهانات الاحتواء وإكراهات اللغة والثقافة، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، ط1، بيروت/ابريل، 2015، ص55.
- ¹³ أمينة لريقي، التقنيات البلاغية في الصورة الإشهارية الثابتة، جامعة المسيلة، مجلة الباحث، دولية فصلية أكاديمية محكمة، العدد12، أفريل2013، ص258.
- ¹⁴ جيرار جينات، خطاب الحكاية (بحث في المنهج)، تر معتمص وآخرون، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 1997، ص15.
- ¹⁵ حبيب معروف، العتبات النصية في الرواية الجزائرية المعاصرة، مملكة الزيوان للصديق الحاج أحمد نموذجاً، مجلة المخبر أبحاث في اللغة والأدب الجزائري، مجلد 17 العدد 1، (2021)، ص286.
- ¹⁶ حبيب معروف، المرجع السابق، صفحة نفسها.
- ¹⁷ دحمان زهرة، العتبات النصية بين بشير مفتي وسمير قسيمي مقارنة سيميائية أ، طروحة دكتوراه، جامعة سيدي بلعباس، 2019/2020، ص14، نقلا عن الفنون في حياتنا، دار التنوير، الجزائر، ص67-68.
- ¹⁸ حورية الظل، الفضاء في الرواية العربية الجديدة مخلوقات الأشواق الطائرة لإدوارد الخراط نموذجاً، دار نينوى، سوريا، دط، 2011، ص169.
- ¹⁹ عبد المالك أشبهون، الحساسية الجديدة في الرواية العربية، روايات إدوار الخراط نموذجاً، الدار العربية للعلوم ناشرون، منشورات الاختلاف، الجزائر، دار الأمان، بيروت، الجزائر، المغرب، ط1، 2010، ص91.

* سلفادور فيلبي خاينيتو دالي إي دومينيتش بالإسبانية "Salvador Felipe Jacinto Dalí i Domènech" ولد في 11 مايو 1904 ، فيغيراس، جرنده، إسبانيا - توفي في 23 يناير 1989 ، فيغيراس، كتالونيا، إسبانيا، رسام إسباني. يعتبر دالي من أهم فناني القرن العشرين، وهو أحد أعلام المدرسة السريالية. يتميز دالي بأعماله الفنية التي تصدم المشاهد بموضوعها وتشكيلاتها وغرابتها، وكذلك بشخصيته وتعليقاته وكتابات غير المألوفة والتي تصل حد اللامعقول والاضطراب النفسي. وفي حياة دالي وفنه يختلط الجنون بالعبقرية، لكن دالي يبقى مختلفاً واستثنائياً. في فوضاه، في إبداعه، في جنون عظمته، وفي نرجسيته الشديدة. نقلا عن ويكيبيديا الموسوعة الحرة <https://ar.wikipedia.org>

²⁰ أحمد مختار حمد، للون واللغة، عالم الكتب الحديث، القاهرة، ط2، 1997، ص185-186.

²¹ سمير قسيمي، الحالم، دار العربية للعلوم ناشرون، الجزائر العاصمة، ط1، 2012، صفحة الغلاف.

²² المصدر نفسه، ص29 - 33.

²³ ينظر: ابتسام مرهون، جمالية الشكل اللوني في القرآن الكريم، عالم الكتب الحديثة، أريد الأردن، ط1، 2010، ص66.

²⁴ محمد صابر عبيد، المغامرة الجمالية للتحرر الروائي، عالم الكتب الحديث، أريد الأردن، 2010، ص144.

²⁵ محمد خان العالم الوطني، دراسة اللون والشكل، محاضرات الملتقى الوطني الثاني للسينما والنص الأدبي، قسم الآداب، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2002، ص180.

²⁶ كلود عبيد، الألوان (أدوارها، تصنيفها، مصادرها، رمزيتها ودلالاتها)، مروتق، محمد حمود، طريق المعرفة، المؤسسة الجامعية، (د.ن.ت) بيروت، ط1، 2013، ص107.

²⁷ المرجع نفسه، ص129.

²⁸ جميل حمداوي، شعرية النحت الموازي، عتبة النص الأدبي، الأولى، 2011، ص146.

²⁹ عبد الحق بلعابد، عتبات من النص إلى المناس، تق، سعيد يقطين، منشورات الاختلاف، الجزائر العاصمة، الجزائر، ط1، 2008، ص63.

³⁰ حبيب معروف، المرجع السابق، ص290.

³¹ عبد الله الغدامي، الخطيئة والتكفير من النبوية إلى التشرية نظرية وتطبيق، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، 2006، ص234.

³² حبيب معروف، العتبات النصية في الرواية الجزائرية المعاصرة، المرجع السابق، ص290.

³³ المرجع نفسه، ص291.

³⁴ ابتسام مرهون، جمالية الشكل اللوني في القرآن الكريم، المرجع السابق، ص68.

³⁵ حسين صالح، الإبداع تذوق الجمال، دار مجلة عمان، الأردن، ط1، 2008، ص80-83.

³⁶ ينظر: نعيمة سعدية، استراتيجية النص المصاحب في الرواية الجزائرية الوالي الطاهر يعود إلى مقامه الركي للطاهر وطار، مجلة المخيل، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009، العدد 5، ص55.

³⁷ سيويوه، الكتاب، مج 1، تح، عبد السلام هارون، هيئة الكتاب مصدر، 1978، ص20-21.

³⁸ ينظر: نعيمة سعدية، استراتيجية النص المصاحب في الرواية الجزائرية، المرجع نفسه، ص155.

³⁹ وهيبه مجدي، معجم المصطلحات، مطبعة بيروت، لبنان، 1974، ص176.

⁴⁰ ينظر الحالم، المصدر السابق، صفحة الغلاف.

⁴¹ عبد الحق بلعابد، عتبات من النص الى المناص، مرجع سابق، ص112.

⁴² ينظر عائشة بنت يحيى بن عثمان الحكمي : تعالق الرواية مع السيرة الذاتية (الإبداع السردي السعودي أنموذجا)، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، مصر، ط1، 2006، ص493.

المصادر والمراجع:

المصادر:

1. سمير قسيمي، الحالم، دار العربية للعلوم ناشرون، الجزائر العاصمة، ط1، 2012.

المراجع:

2. ابتسام مرهون، جمالية الشكل اللوني في القرآن الكريم، عالم الكتب الحديثة، أريد الأردن، ط1، 2010.
3. أحمد مختار حمد، للون واللغة، عالم الكتب الحديث، القاهرة، ط2، 1997.
4. أمينة لريق، التقنيات البلاغية في الصورة الإشهارية الثابتة، جامعة المسيلة، مجلة الباحث، دولية فصلية أكاديمية محكمة، العدد12، أبريل2013.
5. بشير إبرير، دراسات في تحليل الخطاب غير أدبي، عالم الكتب الحديث، أريد، 2010.
6. جميل حمداوي، شعرية النحت الموازي، عتبة النص الأدبي، الأولى، 2011.
7. جبرار جينات، خطاب الحكاية (بحث في المنهج)، تر معتمص وآخرون، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 1997.
8. حبيب معروف، العتبات النصية في الرواية الجزائرية المعاصرة، مملكة الزيوان للصديق الحاج أحمد نموذجاً، مجلة المخبر أبحاث في اللغة والأدب الجزائري، مجلد 17 العدد 1، (2021).
9. حسين صالح، الابداع تذوق الجمال، دار مجلة عمان، الأردن، ط1، 2008.
10. حورية الظل، الفضاء في الرواية العربية الجديدة مخلوقات الأشواق الطائرة لإدوارد الخراط نموذجاً، دار نينوى، سوريا، دط، 2011.
11. دحمان زهرة، العتبات النصية بين بشير مفتي وسمير قسيمي مقارنة سيميائية، أطروحة دكتوراه، جامعة سيدي بلعباس، 2019-2020.
12. سعيد بنكراد، الصورة الاشهارية آليات الإقناع والدلالة، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط1، 2009.
13. سيبويه، الكتاب، مج 1، تح، عبد السلام هارون، هيئة الكتاب مصدر، 1978.
14. شريف عبد الواحد، معجم الإشهار، دار العرب للنشر والتوزيع، وهران، الجزائر، 2014، ص174.
15. عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص16.
16. عائشة بنت يحيى بن عثمان الحكمي : تعالق الرواية مع السيرة الذاتية (الإبداع السردي السعودي أنموذجا)، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، مصر، ط1، .
17. عبد الحق بلعابد، عتبات من النص إلى المناص، تق، سعيد يقطين، منشورات الاختلاف، الجزائر العاصمة، الجزائر، ط1، 2008.

18. عبد الله الغدامي، الخطيئة والتكفير من البنيوية إلى التشرحية نظرية وتطبيق، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، 2006.
19. عبد المالك أشبهون، الحساسية الجديدة في الرواية العربية، روايات إدوار الخراط نموذجاً، الدار العربية للعلوم ناشرون، منشورات الاختلاف، الجزائر، دار الأمان، بيروت، الجزائر، المغرب، ط1، 2010.
20. عمر أحمد مختار، معجم اللغة العربية المعاصرة، ج2، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2008.
21. قاموس المنجد في اللغة والإعلام والإعلان، دار الشروق، بيروت، لبنان، د.ط.
22. كلود عبيد، الألوان (أدوارها، تصنيفها، مصادرها، رمزيتها ودلالاتها)، تق، محمد حمود، طريق المعرفة، المؤسسة الجامعية، (د.ن.ت) بيروت، ط1، 2013.
23. محمد خان، العلم الوطني، دراسة اللون والشكل، محاضرات الملتقى الوطني الثاني للسينما والنص الأدبي، قسم الآداب، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2002.
24. محمد خاين، الإشهار الدولي والترجمة إلى العربية، رهانات الاحتواء وإكراهات اللغة والثقافة، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، ط1، بيروت/أبريل، 2015.
25. محمد صابر عبيد، المغامرة الجمالية للتححر الروائي، عالم الكتب الحديث، أربد الأردن، 2010.
26. منى الحديدي، الإعلان، الدار المصرية للسانية، القاهرة، ط2.
27. ابن منظور أبو الفصل جمال الدين بن كرم، لسان العرب، ج1، دار الكتب العلمية: ط1، 1997.
28. نعيمة سعدية، استراتيجية النص المصاحب في الرواية الجزائرية الوالي الطاهر يعود إلى مقامه الزكي للطاهر وطار، مجلة المخيل، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009، العدد 5.
29. وهيبه مجدي، معجم المصطلحات، مطبعة بيروت، لبنان، 1974.
30. يمينة بليمان، الإشهار الكاذب والمضلل، مجلة العلوم الإنسانية، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة الجزائر، العدد 32، 2002.