

الخطاب الإشهاري في رواية تيبحيرين للحبيب السائح_ مقارنة سيميائية لعتبة الغلاف بين التشكيل والأيقون_

The advertising speech in tibahrin's novel by Alhabib Assayeh -Asemiotics approach to the cover thresholds between the formation and the icon-

جبوري أسماء*

المركز الجامعي مرسلبي عبد الله تيبازة (الجزائر)

djabbouri.asmaa@cu-tipaza.dz

المعلومات المقال	المخلص:
تاريخ الارسال: 2023/02./05 تاريخ القبول: 2023/05/20	منذ تبلور و هيمنة ثقافة الصورة، و في ظل التحولات السريعة و المتنامية للوسائل الإعلامية، أصبح تحقيق مفهوم العالم قرية كونية ضرورة حتمية، أفضت إلى بروز خطابات إعلامية تؤسس لهذا المفهوم، و من ضمنها كونية الخطاب الإشهاري، كإفراز إعلامي يمثل الإشهار تلك الحلقة الاقتصادية التسويقية، التي لطالما ارتبطت ارتباطا وثيقا بالضرورة الإنتاجية، لما يحمله الإشهار من طابع خاص، يتسم بالعمق و القدرة على التأثير، فهو وسيلة تواصلية فعالة حاملة لسنن ثقافي، مما يجعل منه فضاء يؤثت لدلالات متجذرة في ثقافة المجتمع، هذا ما يُبرز قوة الخطابات الإشهارية باعتبارها نسقا تفاعليا يجمع بين أنساق بصرية، من علامات لسانية و أيقونية، وتشكيلية، تبعا لهذا تهدف دراستنا إلى محاولة الكشف عن خصوصية الأنساق البصرية، الأيقونية والتشكيل في الخطاب الإشهاري لغلاف رواية تيبحيرين، و تحديد مدى تأثيراتها الدلالية على منظومة القيم الاجتماعية و الثقافية لدى الفرد المتلقي.
الكلمات المفتاحية:	Abstract :
✓ الخطاب الإشهاري. ✓ الأيقون والنشكيل. ✓ رواية تيبحيرين.	<i>Since the crystallization and dominance of the culture of the image, and in light of the rapid and growing transformations of the media, achieving the concept of the world has become a cosmic village an inevitable necessity, which led to the emergence of media speeches that establish this concept,</i>
Article info	
Received 05/ 02 / 2023	
Accepted 20/05/2023	

including the universality of advertising discourse, as a media secretion that represents the publicity that is the economic link Marketing, which has always been closely related to the productive process, because of its special nature, characterized by depth and ability to influence, alongside that it is an effective means of communication that carry a cultural codes, which makes it a space that furnishes the implications of the culture of society, this highlights the power of speeches Advertising as an interactive format that combines visual formats, from linguistic, iconic, and plastic signs, according to this, our study has been worked to try to reveal the privacy of visual format, the icon and formation in advertising speech in the cover of Tibahrin's, and the extent of its semantic effects on the system of social and cultural values of the recipient individual.

Keywords:

- ✓ advertising discourse.
- ✓ Icon and formation.
- ✓ Tibahrin's novel

. مقدمة:

إن الخطاب الإشهاري صنف من الخطابات المتجذرة في عمق الممارسات الاجتماعية والثقافية لدى الأفراد، لما له من دور ريادي في تشكيل قيمه، و مبادئه التي تؤثر في تعامله مع محيطه الخارجي، فهو صناعة ثقافية تجمع بين جانبيين الإعلام والتأثير، ففعالية الخطاب الإشهاري الموجه للمتلقي يكمن في جملة القيم والأبعاد الاجتماعية والثقافية الدلالية التي يتلقاها جراء تلقيه لهذا الخطاب، التي تتكاثف في إنتاجه عناصر ووسائط عدة تسهم في ترسيخ دلالاته، و تغدو بها خطابات بصرية، و لعل أهم هذه الوسائط هي الصورة الإشهارية بعلاماتها (الأيقونية والتشكيلية).

مع تزايد أهمية الصورة البصرية في الخطاب الإشهاري، أصبحت مؤشرا فعالا للكثير من سياسات التأثير، لما تحمله من رموز وعلامات تشكل نسقا تواصليا مع النسق اللساني، ذلك لأن الصورة الإشهارية تتشكل من نسقين مهمين ألا وهما النسق الأيقوني والتشكيلي، اللذان يشكلان فضاء رحبا تتضافر فيه الأنساق مع وجود معطيات توفرها (أشكال، صور حيوانات، وجوه، أجسام..)، مشكلة سيروية دلالية تفضي لتشكيل معاني لا يستسيغها إلا القارئ ذو الكفاءة التأويلية، لكنها في الوقت نفسه وعلى مستواها المباشر يعمل على استقرارها المتلقي المشاهد لقدرتها على جذب انتباهه بأشكال وألوان تتخذها الصورة الإشهارية بغرض التأثير والإقناع من جهة، ومد جسور التواصل بين القيم والأبعاد المبتوثة في الخطاب و ذهن المتلقي من جهة أخرى، و ما تدفعه إلى تبني سلوكيات، كونه المشروع الذي أسست من أجله هذه الأنساق الدلالية.

هكذا، و بغرض إبراز تجليات و مظهرات طبيعة الخطاب الإشهاري و الصورة البصرية فيه، بمقارباتها الأيقونية والتشكيلية، نقترح بلورة إشكالية دراستنا وفق الصيغة التالية: كيف تشغل الأنساق الأيقونية والتشكيلية للصورة الإشهارية في إنتاج المعنى و التكثيف الدلالي للخطاب الإشهاري؟ وما مدى فعالية هذه العلامة الأيقونية مع تضافرها بالإطار التشكيلي للخطاب الإشهاري في التأثير على المتلقي ؟ و كيف يمكن توظيف الصورة في الخطابات الإشهارية، وما الدور الذي تمارسه بأنساقها في إثراء هذه الخطابات و بالتالي التأثير على المتلقي؟

نحاول -لمعالجة الإشكالية المطروحة- التعامل مع إجراءات المقاربة السيميائية، في تحليلنا لصورة الغلاف الإشهارية لرواية تبحرين للحبيب السائح، ذلك لقدرتها على تفكيك الرموز والأيقونات اللسانية وغير اللسانية، بالإضافة إلى قدرتها في الكشف عن كيفية إنتاج المعاني واشتغالها داخل الأنساق البصرية في الخطابات الإشهارية، واستجلاء القيم والأبعاد الاجتماعية و السنن الثقافية الكامنة في الغلاف الإشهاري، و من هذه الإشكالية انطلقنا من فرضية مفداها أن الأنساق البصرية للخطاب

الإشهاري ليست فقط وسيلة تواصلية تروم إلى تحقيق تفاعل مباشر مع المتلقي، بل تتعداها إلى أنها بناء سيميائي تفاعلي مركب يشغل لإنتاج معنى عميق.

2. الرسالة الإشهارية:

1.2 الإشهار والخطاب الإشهاري:

لقد أفضت الممارسات الإنسانية و النماذج الاجتماعية المرتبطة بها، إلى تبلور ممارسات إعلامية خاصة مع التطورات التكنولوجية و التحولات التي طالت ميدان الإعلام والاتصال بوسائطه المختلفة، حيث غدا الخطاب الإشهاري نوع من أنواع الخطاب الإعلامي، ممارسة ثقافية تؤثت لفضاءات يومية، سيطرت على الخطاب الاتصالي المعاصر.

يعتبر الإشهار شكل من أشكال الاتصال الجماهيري إذ يُعرفه كوتلر على أنه «شكل من أشكال الاتصال غير الشخصي يجري عبر وسيلة غير متخصصة مدفوعة الأجر بواسطة جهة معينة و محدودة. (kotler & keller, 2001, p. 80)»

كما يعرفه أحد الباحثين بقوله: «الإشهار فن إعلامي يستند على مؤثرات مرئية مثل العناوين في الكتابة و مضامينها و أنواع الطباعة و الصورة (...) من خلاله يمكن تأسيس تعاريف و علاقة بين المخاطب و المتلقي أو بين المنتج و المستهلك فهدفه _ أولا و قبل كل شيء_ تبليغ الخطاب، بذلك يتوخى أن تكون أفكاره واضحة و صادقة، يستعمل وسائل تبليغ متنوعة و متناسقة يسخرها كلها في تحقيق هدف محدد.» (محمد، صفحة 589) فهو بذلك عبارة عن طريقة لعرض و تقديم منتج معين لجمهور معين بهدف خلق جسور متينة للتواصل مع المستهلك.

إلا أن مهمته لا تقتصر على عرض و تقديم منتج لمستهلك فقط بل تتعداه إلى كون الإشهار في حد ذاته «نتاج ثقافي تكون إسناداته و طرقه و مواضيعه و صوره مكيفة مع الثقافة، و يمكن اعتبار الإشهار مرآة للثقافة كما يستطيع خلق ثقافة توجه الفرد إلى استهلاك معين و تغير طريقته، تفكيره و تصرفاته.» (خليل، 1995، صفحة 19)، و ذلك تبعاً لاتصاله بالحياة الإنسانية بشكل مباشر، هذا ما يجعل الإشهار صورة و انعكاس للذات يرى الفرد فيها نفسه. نظراً لما تستخدمه من مثيرات تؤثر في سلوك المستهلك لما تحمله من نماذج اجتماعية و أنماط سلوكية و قيم ثقافية.

هذا ما يقودنا إلى ما أدرجه غراو وولتر **graw walter** حول الإشهار كونه «فن إغراء الأفراد على سلوكيات معينة، و يضيف أنه أداة بيع الأفكار أو السلع و الخدمات لمجموعة من الناس و يستخدم في ذلك مساحات من الملحقات أو المجالات أو أوقات إرسالية، الراديو أو التلفزيون أو دور العرض السينمائي نظير أجر معين.» (تيرماسين، 2009، صفحة 231)، و منه فإن الإشهار أحد أهم وسائل الاتصال الجماهيرية التي أوجدت الصلات الثقافية التي يعيشها الفرد و المجتمع المعاصر.

الخطاب الإشهاري:

يندرج الخطاب الإشهاري بوصفه إنتاجاً و صناعة و تداولاً للمعنى، «ضمن الممارسات الثقافية اليومية كالخطاب الأدبي، أو السينمائي أو البصري باعتباره نتاجاً رمزياً.» (سلامي، 2014، صفحة 51) فهو لا يخرج عن دائرة الممارسات الثقافية و الاجتماعية التي تحيط بالفرد.

هذا و نظراً لما يحمله هذا الخطاب من ميكانزمات تشغل وفق أسس تواصلية دلالية فهو «يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالدعاية بمفهوم عام، إلا أنه يُبطن في الممارسة اللغوية و الأيقونية قيمة ثقافية ذات سمة أيديولوجية غالبية تحاول أن ترسخ لدى المستقبلين.» (علوي، 2010، صفحة 286) فالخطاب الإشهاري حامل لسنن ثقافي بامتياز توجهه أيديولوجية معينة، لا يهدف فقط إلى الدعاية و تمرير المنتجات و السلع، بل يحاول ترسيخ مجموعة من القيم المختلفة، سياسية اقتصادية و اجتماعية، ثقافية. ناهيك عن بعده الاقتصادي و الاجتماعي المرتبط بالبعد التجاري.

هكذا يصير الخطاب أو الإرسالية الإشهارية ثقافة في حد ذاته نظرا للخصوصيات التكوينية_ الوظيفة التواصلية_ التي يضطلع بها.

كما نجد أن الخطاب الإشهاري حسب رولان بارت « إرساليات لا تخلو من دلالة بالنسبة للمجتمع الذي يُستعمل فيها (بويسنس، 2017، صفحة 11) » فهو يشتغل ضمن دلالات كامنة ، هذا ما يحيلنا إلى أن تأسس هذا الخطاب الإشهاري لا يتأتى إلا بوجود إرساليات بصرية. و عليه فإن الحديث عن الخطاب الإشهاري يتطلب منا الوقوف عند بلاغة الصورة الإشهارية ذات النسق البلاغي التواصلية.

2.2 الصورة الإشهارية:

تزايد اعتماد الإنسان على المرئيات في إدراكه لواقعه، خاصة مع هيمنة عصر الصورة، ما أتاح له التطور في القدرات الفكرية، على اعتبار الصورة شكلا من أشكال التواصل والتخاطب، يعبر بها الإنسان عن خبراته وتمثيلاتة العقلية والحسية ، ناهيك عن العلاقة الجدلية القائمة بين الصورة والواقع، إذ يرجع الإنسان إلى الصورة لإدراك الواقع.

تُعرف الصورة على أنها « كل تقليد تمثيلي مجسد أو تعبير بصري مُعاد، و هي معطى حسي للعضو البصري حسب (fulchidnoni): أي إدراك مباشر للعالم الخارجي في مظهره المضي » (ثاني، 2005، صفحة 21) إذ تغدو بذلك الصورة تمثيلا مباشرا للواقع و محاكاة له، تتسم بالاختزال و التكثيف، وهذا ما يؤكد جدليتها مع الواقع لكونها انعكاس له.

نخوض في الصورة الإشهارية عند بارت إذ يرى أنها « تشتغل كسفن مشكل من علامات ممثلة، أي أن كل العناصر التي تشتمل عليها مثبتة بشكل موجه داخل سيرورة التدليل، فهي مرتبطة بقاعدة مثلى للفعل. ففعل الشراء لكونه الغاية الكلية للإرسالية الإشهارية ، فإن الصورة لا تدرك إلا ضمن نسق كلي يُقسم ضمن وجود أسنن فرعية تمنح العنصر المحين داخل الكون المغلق دلالة تنأى به عن أصله المولد لتقذف به داخل دائرة الأنثروبولوجي و الإنساني » (بنكراد، 2006، صفحة 36)؛ فتتبلور الدلالات الممكنة للصورة الإشهارية ضمن ذلك الكل و ضمن تسينينات متنوعة للتولد فالأخير القراءة الموضوعية والفعلية للإرسالية الإشهارية ككل متناسق.

يقر كذلك بارت على أن الصورة الإشهارية تتحدد « بكونها صريحة في التدليل و التأويل و الغاية. إنها هنا لكي تدل على الإشهار، و مدلولها النهائي لا يمكن ان يكون إلا مدلولاً "إشهارياً" (بنكراد، 2006، صفحة 39)؛ فصيغتها الكلية تحمل تلك الدلالة القصدية التي لا تخرج عن التعدد الدلالي لها، فهي تقود فالأخير إلى ما يتوخاه و يريده صاحب الإرسالية الإشهارية منها. يضيف سعيد بنكراد ما تخلقه الصورة الإشهارية من قوة تفضي إلى قدرتها على « خلق إستراتيجية النمذجة: الفرد لا يدرك إلا من خلال النموذج ، فلا وجود للفرد المخصوص للحالة المخصوصة (...) فكل ما يلج عالم الصورة يتحول إلى إحالة رمزية، إنه يحيل على أنساق ونماذج (...) فهو قادر، بل وقابل، للتعايش مع كل الوضعيات، إنه ككل القيم الكبيرة كوني و إنساني. إن الأمر يتعلق بتجزئ تقوم به الصورة و تركيب تقوم به الأيديولوجيا. إن النموذج لا يوجد في الصورة، فما تقدمه الصورة هو عالم يخص فردا له لباس و لون و قامة و تاريخ و أحلام » (بنكراد، 2006، الصفحات 44-45) فالفرد هو النموذج المنتج لهذه الإرسالية الإشهارية لما يعمل به من قوة بصرية تمكنه من اكتشاف و ضبط التدليل داخل الصورة.

إن الصورة الإشهارية يحكمها منطق إدراكي يُعمله الإنسان، ليكون دائما في حالة نشاط و بحث عن المعنى. هذا ما يبرز لنا العلاقة الوثيقة بين الصور و الخبرات الإنسانية «فالوقائع البصرية في تنوعها و غناها تشكل لغة مسننة، أودعها الاستعمال الإنساني قيماً للدلالة والتواصل و التمثيل استنادا على ذلك، فالدلالات التي لا يكمن الكشف عنها داخل هذه العلامات هي دلالات وليدة تسنين ثقافي و ليست جواهر مضمونية موحى بها» (بنكراد، السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها، 2012، صفحة 118) فالصورة تحتكم لسنن ثقافي اجتماعي، وسيرورة إدراكية تفضي إلى التعرف على الموضوع بدلالاته.

نرتحل إلى ما تشكله المدلولات الإيحائية المتضمنة داخل الصورة الإشهارية، كونها نمط للتدليل متضمن داخل الصورة لا يستشعره المشاهد المتلقي فهي تتسلل إلى ذهنه و لا وعيه، ما تقود إلى تزاوج بين الغاية الوظيفية الأيديولوجية و ما تحمله من قيم مختلفة، هذا ما يؤدي إلى « ضبط آليات التدليل داخل عالم الصورة يمر عبر ضبط القضايا التي تطرحها دلالة الأشياء في الحياة وفي الصورة و تحديد موقعها من العلاقات الاجتماعية » (بنكراد، سيميائية الصورة الإشهارية الإشهار و التمثلات الثقافية، 2006، صفحة 53) فكل المدلولات الإيحائية مضبوطة كلية داخل الإرسالية الإشهارية. الأمر الذي يقود إلى الانتقال من دال كلي إلى مدلول كلي، وهذا ما تتوسله الصورة الإشهارية.

3.2 الأسنن في الصورة الإشهارية:

تقوم الصورة الإشهارية على مجموعة من الآليات البلاغية و البصرية تسعى بها إلى التأثير و الإقناع، و كذا تمويه المشاهد المتلقي. فبارت يرى أنها « كيان متعدد المعاني و كثير الإحياءات و الإحالات الضمنية و المباشرة فهي تعتمد في توليدها للدلالات على أسنن بالغة التنوع (اللون، الشكل و التركيب، الأشياء و الكائنات، الأسنن التشكيلية ، الأسنن الأيقونية...) » (عرباوي، صفحة 61) ما يؤكد لنا ضرورة إرفاق الصورة الإشهارية بأسنن ترنو إلى تحقيق التواصل و إرساء نقطة معنوية تصبو إليها الذات (العين) في اكتشافها للدلالات في الإرسالية الإشهارية.

يتشكل النسق البصري كالصورة المتحركة والثابتة من مكونين اثنين هما العلامة الأيقونية والعلامة التشكيلية؛ ولأن النسق البصري قائم على المماثلة أو المشابهة، تأتي العلامة الأيقونية كما قدمها الباحثة مارتين جولي و ذلك في اتكاءها على أفكار السيميائيين كجاكوبسون وبارت، حيث ترى أن النسق البصري أو الصورة عامة « الخطاب البصري يستند من أجل إنتاج معانيه إلى معطيات التي يوفرها التمثيل الأيقوني كإنتاج بصري لموجودات طبيعية تامة (وجوه، أجسام، حيوانات، أشياء من الطبيعة...)، كما يستند من جهة ثانية إلى معطيات من طبيعة أخرى، يطلق عليها التمثيل التشكيلي للحالات الإنسانية (الأشكال و الخطوط والألوان » (يخلف، مناهج التحليل السيميائي، 2012، صفحة 17) فهي تعلن أن الصورة تتضمن الجانب الأيقوني و التشكيلي لإنتاج معانيها؛ فالصورة على اختلاف إحالاتها الطبيعية، والتلقائية من رسوم و موضوعات، تشغل كأيقونات تقيم بين الماثول و موضوعه علاقة معللة طبيعياً مبنية على مبدأ التشابه « العلامة الأيقونية هي علامة تملك بعض خصائص الشيء الممثل (في تصور شارل موريس) إن الإحالة حسب هذا التعريف هي إحالة تلقائية و طبيعية، فالماثل يملك في داخله كل عناصر الشيء الممثل، فالصورة _ كيفما كان نوعها _ و كذا الرسم البياني و موضوعات العالم تشغل كأيقونات إننا مع العلامة الأيقونية لا نستطيع أن نميز بين الماثول و الموضوع: إنهما متطابقان. (بنكراد، السيميائيات و التأويل مدخل لسيميائيات ش.س. بورس، 2005، الصفحات 116-117) « هذا ما يؤكد العلاقة الطبيعية المعللة التي تكتنفها العلامة الأيقونية.

لعل أهم المكونات الأيقونية التي تشغل في مدار الصورة هي الجسد لما يتضمنه من أشكال رمزية فالإنسان هو الذي يطوعه لإنتاج الدلالة و تداولها، فهو أبرز علامة دينامية « فالجسد لسان، نسق، سنن يتضمن سلسلة لا متناهية من الوضعيات المحتملة (بنكراد، الجسد: اللغة وسلطة الأشكال، 1995، صفحة 58) هو من مستوى يمثل واقعة طبيعية يضمن الديمومة للكائن البشري عبر هذه الحركات الجسدية، أما على مستوى الآخر فهو واقعة ثقافية تنهض على تسنين ثقافي يحمل رموز، و دلالات يمررها هذا الأخير ليخلق بها سيرورة دلالية كما أسماها بورس، إذ يسهم الجسد كاليد مثلاً أو وضعيات الجسد المختلفة من إيماءات و حركات في السيرورة الدلالية للصورة فأى تغيير في الحركات، و الوضعيات أو هذه (الملفوظات الإيمائية) يؤدي تبعاً إلى تغيير القيم الدلالية لكل واحدة منه « فكل فعل ينتج لحظة تحققه، سلسلة من القيم الدلالية تستند، في

وجودها إلى العرف الاجتماعي و تواضع الاستعمال، وذلك أن التسنين الثقافي هو وحده الذي يسمح بفهمها و استيعاب أبعادها المختلفة، وهذا الطابع نجده مبرر أساس في طبيعة الفعل ذاته، فكل فعل هو سيرورة مركبة و لا يمكن أن يكون كلية مكتفية بذاتها» (ابنكراد، السيميائيات و موضوعها (2018، و من هنا يمكن النظر إلى أن هذه الملفوظات الإيمائية، والسلوكات الإنسانية ما هي إلا تعبيرات عن حالة ثقافية، تحتكم لسنن ثقافي لا يخرج عن دائرة السيرورة الدلالية لإنتاج المعنى، و كذا فهم القيم و إدراكها.

لا يكتمل دور العلامة الأيقونية إن لم يرافقها النسق التشكيلي، و لعل أهم من أخرجه من خبيئه جماعة موالبلجيكية التي تجده مكونا محوريا نسقيا يشغل جنب الأيقوني لما ينتجه من سيرورة دلالية في الصورة البصرية. إذ يعمل تفاعلها على إنتاج المعنى فهي مكون لا يقل أهمية عن المكون الأيقوني لما يحمله من عناصر تشكيلية.

بناء على ما سبق ترى جماعة موالبلجيكية أن العلامة التشكيلية «مصطلح ضروري لتطوير بلاغة التمثيل المرئي الذي لا يقتصر على التصوير، لكنه يمكن أن يتضمن اللاتصويري (u, 1992, p. 186)» و لعل هذا ما أكد عليه غريماس عندما ميز بين المكون التصويري **figurative** و المكون التشكيلي **plastique** فما هو تشكيلي لا يكون تصويريا دائما، هذا ما يفرقها عن العلامة الأيقونية التي تتسم بطابع المشابهة و التصوير لكل من الدال و مدلوله.

وقد أردفت جماعة مو وجود عناصر يتشكل منها هذا المكون التشكيلي، التي تعتبر محركه الأساس، حيث جعلت هذه العلامة مكونة من ثلاث عناصر أساسية و هي «وجهة نظر الأشكال، من وجهة نظر الألوان، و من وجهة نظر النسيج، ثم من وجهة نظر المجموع الذي تشكله هذه الجهة و تلك. و يجب فضلا عن هذه ملاحظة أن هذه المعطيات مترامنة، لأن الصورة قابلة للجدولة احتمالي (u, 1992, p. 189)» و عليه تتفاعل هذه العناصر الثلاث الأشكال، الألوان، والنسيج مشكلة بنية متكاملة متواضعة على دلالات مسبقة خاضعة لسياق و تسنين ثقافي «فالعلامة تتكون بدورها من وحدات متفاعلة فيما بينها، وقادرة على نسج علاقات متنوعة وفق قوانين تعود إلى التسنين الثقافي أيضا. فالأشكال و الخطوط و الألوان و طرق إعداد المساحات الفضائية تشير هي الأخرى إلى سلسلة من الدلالات المكتسبة الناتجة عن الاستعمال الإنساني و لا تدل من تلقاء نفسها (ابنكراد، السيميائيات مفاهيمها و تطبيقاتها، 2012، صفحة 141)» و عليه تتفاعل هذه العناصر الثلاث الأشكال، الألوان، والنسيج مشكلة بنية متكاملة متواضعة على دلالات مسبقة خاضعة لسياق و تسنين ثقافي «فالعلامة تتكون بدورها من وحدات متفاعلة فيما بينها، وقادرة على نسج علاقات متنوعة وفق قوانين تعود إلى التسنين الثقافي أيضا. فالأشكال و الخطوط و الألوان و طرق إعداد المساحات الفضائية تشير هي الأخرى إلى سلسلة من الدلالات المكتسبة الناتجة عن الاستعمال الإنساني و لا تدل من تلقاء نفسها (u, 1992, p. 190)» و عليه فإن هذه الجماعة عمدت إلى تفكيك الدوال التشكيلية إلى أجزاء ووحدات صغرى، تعرض المعنى داخل الرسالة البصرية، وتقسمها مارتين جولي إلى نوعين: علامات تشكيلية غير أصلية، وأخرى أصلية. أما غير الأصلية فهي التي تندرج ضمن مجال الطبيعة والهندسة؛ لكونها كيانات مستقلة يندرج ضمنها دوال الشكل بما فيه من (الوضعية، البعد، الاتجاه)، و دوال اللون و تتضمن (الإضاءة أو اللمعان، الهيمنة، والإشباع) كما نجد الخط أو الخطوط (المستقيمة، والمنكسرة).

أما عن العلامات التشكيلية الأصلية فهي التي تضم في صنفها كل من الإطار و التأطير، التركيب، زاوية الرؤية واللقطة، فهذه العلامات «جزء من تركيبها و دلالاتها وطاقات الإقناع فيها. يتعلق الأمر بمجمل التقنيات التي يستعملها المصور من أجل تكييف موضوعاته وفق تصور دلالي بعينه». (ابنكراد، تجليات الصورة سيميائيات الأنساق البصرية، 2019، صفحة 189) إذ غدت علامات أصلية في الإرسالية البصرية لأنها من صنع التقنية البشرية (المصور و الآلة)، و منه فإن هذه العلامات التشكيلية تساهم في إثراء السيرورة الدلالية في النسق البصري و تفضي إلى القيم الدلالية فيها، مما يكسبها سمة التأثير والتواضعية.

تبعاً لهذا فإن الصورة أو النسق البصري هي بنية متكاملة متناسقة المعالم يتعاوض فيها مستويان الأيقوني و التشكيلي كنسق يشغلان من أجل إنتاج المعنى.

تأثيرات السنن البصرية وإنتاج المعنى في الصورة الإشهارية:

تصاحب الأسنن الأيقونية و التشكيلية الصورة الإشهارية، إذ تُعد بؤرة التأثير و الجذب فيها، فلا وجود لنص تصويري بدون أسنن تصاحبه؛ فهي تتيح تكثيف دلالي للصورة.

إذا ما تحدثنا عن الصورة الإشهارية، فإن لها تأثيراً قوياً على الفرد المتلقي، إذ تستوقفه لتثير فيه الرغبة و الاستجابة لكونها مركز المعلومات و القيم الاجتماعية المعرفية؛ ففعالية الخطابات الإشهارية تكمن في جملة القيم والأبعاد الاجتماعية و الثقافية التي يكتسبها جراء رؤيته، وسماعه و قراءته للخطاب، على أن تُطرح هذه القيم والأبعاد في ثنائية النسق اللساني و البصري.

إن الخطابات الإشهارية بصورها البصرية الموجهة للمتلقي فن صناعي ثقافي يجعل المتلقي ينغمس فكرياً و معرفياً، و تُفسح له المجال لتوسيع آفاقه المعرفية، فتزيد بذلك مدركاته من خلال ما تنقله الصورة. «تخلق الصورة التليفزيونية علاقة تفاعلية تستوعب من خلالها المشاهد لأنها تسمح بالتوجه المباشر إيه مباشرة عن طريق مخاطبته و النظر على الكاميرا) كتقنية للتصوير خاصة بالتلفزيون» (الفضلي، 2010، صفحة 16).

أضحت الصورة الإشهارية جزء من هيكلية الخطاب اللغوي في الإعلام، لما تحمله هذه الخطابات الإعلامية من صور و أشكال تتصل أولاً بالخبرة البصرية للمتلقي عبر أول قناة ألا و هي العين، فلقد أثبتت الدراسات أهمية المثيرات البصرية في استثارة المتلقي، و أثبتوا ما تضيفه على عملية التفاعل و التأثير من حيوية و وضوح، و متعة في المشاهدة و الاستيعاب إذ أصبحت الصورة مصاحبة لأي خطاب كونها وسيلة تساعد على الفهم والإدراك السريع للمعاني.

الصورة هي المادة الثقافية التي يجري الترويج لها بين الجماهير ذلك لأنها أكثر إغراءً وجذباً» أن الصورة وسيلة تواصلية فعالة متعددة الوظائف، وعنصر من عناصر التمثيل الثقافي فيما تقتضيه الثقافة البصرية culture visuelle في زمننا» (بشير، 2009، صفحة 153) فالصورة لا تحتاج إلى رفيق لغوي لفظي حتى تنفذ لإدراك المتلقين فهم العرضة الأولى للتأثر من هذه المثيرات البصرية (الصور، الرسوم والأشكال).

يمس تأثير الصورة القاعدة الأكبر لدى المتلقي، و هذا نتيجة سرعة لفت الانتباه و الفهم، ذلك لأن استيعاب مضمون الصور البصرية لدى المتلقي لا يشترط أن يكون لديهم مستوى ثقافي أو تعليمي معين، بل هي التي تلعب دوراً مهماً في العملية التأثيرية من جهة، و بث القيم الفكرية الثقافية في أذهانهم من جهة، و كذا تنظيم الشبكة المعرفية لديهم، فالصورة تساعده على إعمال جميع الحواس.

بالإضافة إلى عامل إكسابه القيم؛ فإن الترفيه هو الدافع الأساسي للمتلقي للإقبال على هذا النوع من الخطابات» أن الصورة أو الشكل الجيد يجب أن تتوفر فيها عناصر و شروط تتضافر جميعاً من أجل جانب المتعة و المسرة للإنسان، ذلك أن الصورة الجيدة تتخذ قيمة جمالية، و تعكس حيوية و قدرة على مخاطبة المشاعر» (الفضلي، 2010، صفحة 20) فالصورة المصاحبة، و بكل ما تحمله من تأثيرات تسهم في رفع الغموض، و تشارك في توليد المتعة والإثارة.

يتعامل المشاهد المتلقي و بشكل أكبر و للوهلة الأولى مع سنن بصري (الصورة والشكل) لأن الصورة هي تدليل مبدئي للنسق اللساني للخطاب، إذ تكمل معناه، فهي تتميز سلفاً بوظيفة الإشهارية و تؤسس قبل كل هذا على مبدأ القصديّة أي قصدية الدلالية.

تأثير الإرسالية الإشهارية_ الصورة_ إنما هو قائم حول كونها « نموذج خطابي ممتع، مسلي و مهبر، يمثل إلى القيم و المواقف الذهنية و الجمالية التي تميز المجتمعات المعاصر، مُمررةً _ بذلك _ رسائل ثقافية بمضمون إغرائي يهدف بشكل أساسي إلى رفع عدد عملاتها و مضاعفة أرباحها من جهة، وكسب رضا الجماهير المستهلكة من جهة أخرى، عبر سعيها إلى تغليف الواقع الموضوعي بالواقع البديل، و ذلك بإثارة المستهلك، و تطبيعه على نمط عيش معين و دفعه عن طريق بناء الأسطورة، إلى حياة الاستهلاك، و من ثمة إلى ثقافة الاستهلاك " المستهلك العالمي المعاصر » (زعتري، 2019، صفحة 134)

في حين تتعدد الوظائف التي يؤديها النسق الإشهاري و لعل أهمها: الوظيفة الجمالية؛ إذ تعمل الصورة على إثارة الذوق الجمالي لدى المتلقي، وذلك قصد تبيان فكرة بطريقة جمالية فنية « فالصورة الإشهارية تعمل على مشاركة الجمهور و توريثه بالألوان و المؤثرات الصوتية و الضوئية، بهدف إشباع الفضول، وحب الاستطلاع و شهوة الأعين the lust of eyes، و مهاجمة كل حاسة من حواسنا باستخدام كل الوسائل الممكنة من مثيرات بصرية و سمعية و شمية. » (محمد، صفحة 597) كما تقدم الصورة وظيفة تمثيلية للمتلقى، تمثيلات لأشياء، و أشخاص في أبعاد و تشكيلات مختلفة و بدقة، تحاكي بها الواقع، فهذا تبقي الطفل يتأرجح بين الصورة ونصها، من غير أن ينسى الصورة للقصة فيظل معلقاً بها. و هذا ما يتعلق بالوظيفة التمثيلية، و لعل أهم وظيفة تضطلع بها هي الوظيفة الإيحائية؛ الصورة فضاء مفتوح على تأويلات و تصورات، توحى للمتلقى بمشاعر و أحاسيس تحاور بها لأوعيه.

إضافة إلى الوظيفة التوجيهية؛ فالصورة تخول المتلقي إلى اكتساب المعرفة و بناء تفكيره الذهني، و تنميته، فهي وسيلة يتخذها الإعلامي للتعبير عن قضايا إنسانية، في طريقته في تشكيل قيمه و مبادئه، و توجيهه بشكل يناسب عقليته، و لعل أهم هذه الوظائف الوظيفية الدلالية؛ لأنها تجمع سابقاتها لتشكل نسق دلالي متضافراً، إذ تنشأ هذه الدلالة، نتيجة التأمل و الغوص في الصورة و ما أسسته من أفكار تغلغل في ذهن المتلقي.

استناداً على هذا، فالصورة البصرية الموجهة للمتلقى، هي أيقونات محملة بدلالات تمكن المشاهد من استيعاب الكثير من الحقائق، و إدراك المعاني المقصودة، لما تتضمنه من إحياءات تختلف تأويلاتها عند المتلقين، إذ « إن المخزون الدلالي للصورة يجعلها أداة اتصالية عالية التأثير العاطفي و المعرفي و الجمالي و الثقافي بل تحيلها إلى وسيط حوارى ممتد، محدثة غزارة في المعاني و الدلالات حضوراً كثيفاً في المشهد الثقافي و المعرفي اليوم » (الفضلي، 2010، صفحة 03) فالصورة تخاطب المتلقي مباشرة، و الأمر الأهم أنها تسهم في تشكيل قيمه، و سلوكاته، و إغنائها بحقائق جديدة.

3. سيميائية الصورة الإشهارية:

1.3 تحليل إشهارية الغلاف في رواية تبيحيرين للحبيب السائح:

إن تحليل الصورة سيميائياً معناه دراستها من جميع الجوانب، والغوص في أعماقها و استكشاف مدلولاتها، وذلك بربطها بالواقع، إذ يشمل التحليل السيميائي للنص البصري جوانب منها: العنوان، الأشكال، الرسومات، الألوان، الخطوط، المساحة، الإطار... إلخ

نظراً لطبيعة الصورة البصرية في الخطابات الإعلامية، التي تحوي على تمثيلات و مثيرات بصرية تجذب القارئ المتلقي، يسعى المحلل السيميولوجي خاصة إلى التركيز على عمق المحتوى الباطن والضمني للصورة، وذلك بالاعتماد على طريقتين لقراءة و تحليل الصورة تنسبان إلى المفكرين (رولان بارت) و (جولي مارتين) اللذان استثمرا دراسات الدنماركي لويس بالمسلاف الذي يرى في التحليل السيميولوجي أنه: « هو مجموعة التقنيات و الخطوات المستخدمة لوصف و تحليل شيء باعتباره له دلالة في حد ذاته و بإقامته علاقات مع أطراف أخرى من جهة أخرى، و يمثل التحليل السيميولوجي بالنسبة لرولان بارت شكل من أشكال البحث الدقيق في المستويات العميقة للرسائل الأيقونية أو الألسنية على حد سواء، يلتزم فيه الباحث بالحياء اتجاه

هذه الرسالة من جهة، و يسعى فيه من جهة أخرى إلى تحقيق التكامل من خلال التطرق إلى الجوانب السيكلوجية، الاجتماعية، الثقافية.. التي تمكن أن تدعم التحليل بشكل أو بآخر « (فايزة، 1996، صفحة 113) و لهذا فإن هذا النوع من التحليل يحيط بجوانب عدة، و يعتمد على استنباط الدلالات العميقة في الصورة، وذلك من مستويين: التعييني و التضميني. لعلنا في المستوى الأول التعييني (الوصفي) و الذي لا يمكنه أن يوصلنا للمعنى الكامل للصورة، نجد أنه يهدف إلى الإجابة على السؤال ماذا؟ أي ماذا تقول الصورة؟ وذلك باستخراج مكوناتها و عناصرها و تقديمها، بوصفها بطريقة بسيطة، تقوم على الترجمة السطحية للصورة.

في حين أن المستوى الثاني التضميني يطرح سؤال: لماذا قالت الصورة ما قالت؟ و ما دور العناصر الموجودة في الصورة؟ وكيف تم تقديمها؟ و ما علاقتها بمضمون الصورة؟ و كما قال عنها يامسلاف أن هذا المستوى « هو النظام الثاني للفهم الإيديولوجي الاجتماعي، وهو أعمق مستوى في قراءة الصورة و التي تكون حسب قيم و دوافع المتلقي، إذ أن الوصول إلى المعنى الحقيقي العميق للصورة إنما يتم على مستوى المدلول أو الدلالة التضمينية و هو ما أكده العديد من المختصين في ميدان السيميولوجيا، كما أنه قيمة إضافية للشيء علاوة عن مدلوله الأصلي (قاسيمي، 2013، صفحة 16)» بحيث تصبح الصورة في مستواها التضميني نسقا من العلامات المفتوحة على عديد من القراءات و التأويلات.

بداية يعد الغلاف الخارجي من أهم العتبات المحيطة بالنص، و بوابة أساسية للدخول إليه لما له من أهمية كبيرة في تشكيل الإنتاجية الدلالية، و تهيئة المتلقي للولوج في النص « فالغلاف أول ما نقف عنده، و هو الشيء الذي يلفت انتباهنا بمجرد حملنا و رؤيتنا للرواية، لأنه العتبة الأولى من عتبات النص الهامة، و تدخلنا إشارات إلى اكتشاف علاقة النص بغيره من النصوص المصاحبة: صور ألوان..» (غبين، 2020، صفحة 49).

إن غلاف أي رواية هو بالضرورة صورة إشهارية؛ ذلك لما يحمله من دلالات و قيم و مضامين منمذجة، تسعى إلى الترويج لأفكار كما هو الحال في المنتج المستهلك، إلى جانب أن الصورة الإشهارية للغلاف « أيقونة بصرية و علامة تصويرية و تشكيلية، فهي عبارة عن رسومات كلاسيكية واقعية و رومانسية و أشكالاً تجريدية، و لوحات فنية لفنانين مرموقين لعالم التشكيل البصري أو فن الرسم، بغية التأثير على المتلقي و القارئ و المستهلك (بلعابد، 2008، صفحة 63) « فأى غلاف خارجي يتكون من صور و تشكيلات موضوعة بشكل مركز ذات إشارة دلالية مساعدة.

في إطار تحليلنا السيميائي للصورة الإشهارية، وقع اختيارنا على مدونة أدبية، ألا وهي غلاف رواية "تبيحيرين" للروائي حبيب السائح، التي تعد آخر إصداراته لعام 2022 بداية شهر سبتمبر، عن منشورات تكوين (الكويت، العراق) ضمن سلسلة مرايا، عاد من خلالها الروائي إلى أحداث العشرية السوداء، وتحديدًا الحادثة المسجلة بمنطقة تبيحيرين ضواحي ولاية المدية، التي أسفرت عن مقتل الرهبان السبعة.



2.3 المقاربة الأولى: الوصف الأولي

— على المستوى التعييني:

لقد حدد رولان بارت على أن الوصف أو ما يتم على هذا المستوى أن كل ما هو ظاهر، بسيط و جلي، أي ما تراه العين المجردة، حيث جاءت الصورة عامرة بالأيقونات، و الأشكال و الألوان، والتفاصيل؛ فالصورة تمثيل للفكرة ككل. تتشكل الصورة الإشهارية لغلاف رواية "تبيحيرين" من صورة فوتوغرافية، يتوزع على مساحتها صورة رجل في متوسط العمر شغل المساحة الأكبر في صورة الغلاف، كما يتوسطها على جهة اليسرى اسم صاحب العمل الروائي كُتب بخط رفيع باللون الأبيض، تحته مباشرة بخط سميك واضح اسم الرواية مكتوب باللون الأبيض هو كذلك، و العنوان الفرعي "محنة الرهبان السبعة" بخط متوسط، كما تظهر صورة رجل بلباس الرهبان الأبيض، لتصطبغ أشعة الشمس على ظهره و تملأ أرجاء المكان المتواجد به و يظهر انعكاس لون السماء الأزرق، فيكشف عن وجه الرجل الراهب مغمض العينين، يغوص وجهه في الأرض على شاكلة المتأمل، بوجه نوراني، لتختفي تفاصيل الجهة اليسرى من وجهه و رقبتة، كما تظهر الأرضية التي يستقر فيها الرجل عاكفاً حانياً رأسه، في زاوية الغلاف اليمنى نجد المميز أو ما يسمى ب "logo" يحمل اسم تكوين نسبة إلى منشورات تكوين المتموضعة بجانبها اسم السلسلة "مرايا"، نجد أن الصورة الإشهارية للغلاف هنا يغلب عليها العنصر البشري، إضافة إلى الطبيعة الساكنة وراءه الذي مثلتها أشعة الشمس الساطعة، حيث كانت هذه جملة العناصر الدينامية الظاهرة في صفحة الغلاف، تنوعت بين العناصر الجامدة و البشرية. يحيلنا هذا الوصف الأولي المجمل إلى تحليل الرسالة الأيقونية المتجلية في الصورة البصرية لكونها علامة دالة.

الرسالة الأيقونية: (le message iconique)

نقف فيها على الدوال الأيقونية البارزة، إذ انقسمت الدوال الأيقونية هنا إلى نوعين دال بشري و آخر فونولوجي، حيث جسدت الصورة الإشهارية ككل مفهوم قصة الرواية (الحادثة) تجسدت أول علامة أيقونية بصرية في الرجل راهب الكنيسة(الدير)، بالعودة إلى قراءتنا لتفاصيل العنوان الفرعي "محنة الرهبان السبعة" يظهر فيه الرجل الراهب بوضعية الاعتكاف و الانحناء نحو الأسفل بصفة الاستسلام و الخنوع، و هو ما يستحضر صورة الرهبان المسيحيين الذين يمثلون الديانة والشعائر الكاثوليكية، «فالجسد كدال متكامل و مكثف بذاته و قادر على توليد سلسلة لا متناهية من الدلالات

انطلاقاً من تنوع الأنماط الصانعة لكينونته هو الخطوة الأولى نحو انفصاله عن الأشياء و الغوص عميقاً في الحقل الثقافي « (بنكراد، السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها، 2012، صفحة 190) فهو فضاء و كونٌ لا متناهي الامتداد في ذاته، يخلق سلسلة من الوحدات الإيمائية و إنزياحات تقودنا إلى كونه نصاً إشهارياً ثقافياً بامتياز.

تعتبر لنا هذه الأيقونة بالأساس عن السياق الثقافي المسبق المرتبط بالدين ذلك لما له علاقة بالثال الأيقوني الثاني البارز وهو اللباس (الرداء الأبيض) و الجسد، خاصة أن الثقافة المسيحية تحمل ضوابط تعكس الموقف نحو الثقافة إما تدفع لتقبلها أو رفضها، و من هنا يتحول رداء الراهب إلى أيقونة سيميائية دائمة، تكبر دلالاته تدريجياً ليتحول الراهب بردائه إلى "هوية" اجتماعية رمزية و دينية في آن واحد، فهذا اللباس أضحى أيقونة دالة على خصوصية الثقافة الغربية المسيحية، ففي الأخير اللباس « يتمتع بشيء من الاستقلالية في علاقته بالجسد كي يعمل على رسم ملامح ذات خصوصية سيميائية». (خشاب، 2014، صفحة 532) تعقيباً على ما سبق ذكره، نجد أن أيقونة الرجل الراهب، إنما هي مرهونة بهوية لباسه، لما أقره الدين و العادات و التقاليد؛ فالتعاليق الحاصل بين أيقونة شخصية الراهب بلباسه، شكلاً دالاً و طابعاً إشهارياً يعمل على ترسيخ الثقافة الاستهلاكية لدى القارئ و الإنسان المعاصر.

الرسالة اللسانية le message linguistique:

بداية نعمل على تفكيك الدلائل اللغوية في الرسالة اللسانية لغلاف الرواية الإشهاري، و المتمثل في العنوان الفرعي وسط يمين الصورة إضافة إلى النص الذي رافقه في خلفية الغلاف، حيث نجد أن الصورة مكونة من ثلاث علامات أساسية: علامات لسانية تتوسل النهوض بدلالاتها، فالعلامة اللسانية الأولى تضمنت اسم الكاتب (الحيب السائح) في وسط يمين صفحة الغلاف، إذ أن اسمه يعمل على تعيين الرواية و خصوصيتها ما يمنحها قيمة فنية رمزية تساعد في الترويج الاستهلاكي للمنتج (الرواية).

يتموضع الاسم بمثابة عامل قوي لجذب المتلقي القارئ، و تثبيت اسمه في ذهنه بطريقة لاشعورية، فهو كاتب غني عن التعريف، يحمل القارئ المتلقي على استحضار أسلوبه الثائر الكاشف المنقب، الواقف على المواطن التاريخية، كما يحمل اسمه للقراء ذلك أفق الانتظار غير المنقطع لما عهده معهم من نبش في أبعاد التاريخ المطموسة، يقدمها الروائي بشكل تجريبي واضح.

أما العلامة اللسانية الأكثر بروزاً و حضوراً و تأثيراً؛ هو العنوان الرئيسي الذي يحمل اسم الرواية (تيبحين)؛ حيث يحملنا في شباكه من الوهلة الأولى إلى تلك المنطقة الريفية الجبلية المعزولة الموجودة بضواحي ولاية المدية تحديداً، فالرسالة هنا تأخذنا مباشرة إلى رحاب استذكار تلك الحادثة الشنيعة لمقتل الرهبان السبعة فرنسيين الأصل، إذ أن بروز العنوان الرئيسي بهذا الشكل لم يأت اعتباطاً بل جاء محملاً بدلالات خدمت فلسفة و تفكير الكاتب من جهة، و خدمت البعد الإشهاري التجاري للرواية، خصوصاً مع مجيء العنوان الفرعي (محنة الرهبان السبعة)، عنوان تجاري بامتياز، فالروائي إنما هو في مقام إلحاح و إصرار على هذه المحنة التي يستعرض فحواها في متن الرواية.

تبعاً لهذا، فقد ساهم النسق اللساني بدلالاته للخطاب البصري الإشهاري إلى انصهار المدلولات في وعاء واحد ككل، فالرسالة هنا حدثت من تكاثر معاني أخرى جانبية.

الرسالة التشكيلية: le message plastique يقوم تشكيل الرسالة هنا على عناصر عدة نذكرها كالآتي:

الحامل: لقد نشرت الصورة الإشهارية هنا على الصفحة الأولى لغلاف الرواية (تيبحين) بحجم غطى كل الصفحة و الوسط المخصص لها.

الإطار: لقد أتى هذا الخطاب البصري داخل إطار مستطيل عمودي، بحيث شغلت كل المساحة المخصصة لها، إضافة إلى وجود إطار ثان رفيع باللون الأبيض يحدها نظرا لكون الصورة مفتوحة على كامل الصفحة، قسم الفضاء إلى جهتين مما خلق عمقا، على غرار الأيقونة (الرجل) المتوسطة التي خرجت عن إطارها الأبيض ما يجعل الرجل الراهب بؤرة جذب، تنضح بدلالات ظاهرة و عميقة كونه جاء في فضاء داخلي مركزي.

التأطير: و هو كل ما اندرج ضمن البعد التقني الذي يفرضه المصور في الإرسالية الإشهارية ، جاء التأطير(حجم الصورة) في غاية الوضوح و البساطة إضافة إلى العمق فقد وظف فيه عنصر واحد يشمل كل مساحة الصورة، و هو مضمون الخطاب الإشهاري ، جاء بشكل متناسق موحد في صورة واحدة فعناصر الصورة هنا لا تشتت ذهن المتلقي، إذ أن ما تقع عليه عين القارئ هو أيقونة الرجل الراهب، تنقل الفكرة الجوهرية للخطاب البصري ككل.

زوايا التقاط النظر: لقد وردت الزاوية موجهة بشكل وسطي مستقيم محاذي نحو اليمين ، ليرتكز الهدف مع الموضوع الجوهرى هو صورة الراهب، لتبدأ الزاوية تتفرع تدريجيا في الفضاء الموالي له، نحو الأسفل كاشفة عن العناصر المكونة للصورة بشكل منتظم في غاية الوضوح بحيث تظهر عناوين الرواية مباشرة، فزاوية الالتقاط جاءت مناسبة للموضوع الرئيسي.

التركيب والإخراج: جاءت عناصر هذه الصورة مركبة بشكل بسيط تدريجي فهو بناء محوري احتل فيه الموضوع، الموقع الأوسط في الصورة، حيث ينسجم البعد الأيقوني البصري بالبعد اللساني اللغوي، فنجد أن أول ما يلفت الانتباه هو كيف توزعت الصورة بحدودها المؤطرة على الخلفية، التي زادت برؤا و عمقا لتتدرج من اليمين إلى اليسار مركزة مباشرة على الراهب ثم لتتجه العين محدقة بباقي العناصر الأيقونية ، فالصورة توجه المتلقي حسب أهمية نقاط النظر.

الأشكال: ارتبطت الأشكال هنا بالموجودات الطبيعية البشرية، و بالتالي فإن الأشكال التي وردت في الصورة أولها شكل الجسد المنحني شبه الدائري التي يتواجد فيها الرجل، توحى بالانكسار والخضوع و انقطاع الأمل، كما نلمس الشكل الدائري في الوجه ذو الحركة الدائرية الذي له حركة مطلقة لا نهاية لها و بداية، كما يظهر شكل انحناء الكتف و اللباس، أما الشكل فهي من الأشكال المنغلقة التي توحى بالهدوء و السكينة الثاني يتمثل في المستطيل الذي صاحب العناوين، ما يدل على الاستقامة والوضوح.

الألوان والإضاءة: تحمل الألوان ذلك المتخيل الثقافي و الاجتماعي الرمزي إذ نجد الصورة قد احتوت قاعدتها، بشكل أوسع على اللون الأبيض، كلون حيادي يحمل بعدا فنيا طبيعيا يوحي بالكمال و النقاء ، كما أنه يرتبط بالديانات، دال على العفة و الطهارة، السلام، هذا ما أكسب الصورة نوعا من الفسحة و الإضاءة خصوصا باجتماعه باللون الأسود(الشعر و اللحية)، ما يشد المتلقي إليها.

جنباً إلى هذا اللون نجد اللون البني ، وتجلّى بصورة واضحة في الأرضية المحيطة به، مما يعطي انطبعا بالمادية، و القسوة إلا أنه في هذه الصورة جاء ليوحي بالهدوء و سمة المحافظة، وهذه دلالات إيجابية للمتلقي تُضفي وزناً للصورة الإشهارية، أما عن مصدر الإضاءة؛ فهو يرتكز على انعكاس أشعة الشمس على ظهر الرجل الراهب لتنتشر في الأرجاء الذي انعكس على كامل عناصر الصورة مما أعطاه تلك الدفقة الإيمانية النورانية.

المقارنة الثانية:

— على المستوى التضميني:

تفاعلت الرسائل و السنن الأيقونية والتشكيلية لتقدم لنا هذه الصورة الإشهارية، فالعلامات تنقل لنا فكرة جوهرية، تعتمد على ترسيخ أبعاد و أحداث تاريخية(سياسية، اجتماعية) من خلال توظيف عامل الشخصية المحورية في الرواية ككل

الراهب، فبالبحث في دلالة هذه الصورة و علاماتها في الخطاب الإشهاري، نجد أنها تحمل بعداً رمزياً مكثفاً يدفع المتلقي إلى ضرورة البحث في ملابسات هذه القضية، وهذا كان مراد الروائي سائح الحبيب.

تتمثل أهمية توظيف شخصية الراهب ضمن صورة الغلاف، كونه الضحية في المشهد الروائي الذي تمظهرت بهم (الرهبان السبعة) الحادثة، فهو شخصية اختزل فيها رفقاءه الرهبان، شخصية شبه حية وظفها و أقامها الكاتب لتجسد حركات يتعذر تمييزها عن الحقيقة، إلا باستكشاف و الاطلاع على ثنايا الحادثة، بالرغم من كونها ارتبطت برسم في غلاف إشهاري، إلا أن الكاتب أبرز دورها الجوهر في الخطاب الإشهاري هنا في كونه أراد أن يوصل فكرة أن هذه الشخصية بتمثلاتها تخاطب ذات الجزائري الكامن في المتلقي على اختلاف جنسه، عمره و ثقافته، و محاولته بها إلى تماهيا في المخيال الجمعي المتوحد.

كما تبني هذه الأيقونة الإشهارية وظيفة مهمة تنحصر في الترسخ و التأثير القصدي؛ وهي محاولة حصر الدلالة و تعيينها على تأويل بعينه، ألا وهو التأثير بهذه الحادثة و خير ما يدل على هذه الوظيفة التي اكتنفها الرسالة هي، أن الكاتب أسماها المحنة مما يدل على أنها حادثة و محنة مأساوية ارتكبت في حق هؤلاء الرهبان، وإبرازاً منه على ضرورة احترام الديانات و الثقافات في البلدان.

إن الجوهر الذي بنى عليه الكاتب صورة روايته إنما بغرض إبراز ذلك البعد التاريخي المختصر في العنوان الرئيسي و الفرعي، إذ شكلها كبنية حجاجية موظفة لخدمة فحوى المدلول أو المعنى الحقيقي خاصة الأساليب البلاغية في إرسالية الغلاف، التي تمكنت من صناعة ثقافة من آخر، فمدلول الخطاب الإشهاري للرواية اختصار لبعد تاريخي اكتنفته هذه الصورة الإشهارية، فصورة الغلاف المركبة بالعنوان إثراء للموضوعة الروائية، و تجذير لوزن الموقف الأدبي بقيمته الفنية الرمزية؛ لأن تكاملها أكمل إتمام عملية التوصيل و الإبلاغ، ومنه تتكاثف المفرونية بفعل تحكيم الحواس، الأمر الذي يُبقي المتلقي في عملية تفاعل مع صورة الغلاف الإشهارية. كما لا ننسى تغليب ووضوح الرسالة الألسنية التي ساهمت في تجسيد المعنى في الخطاب مما يجعل محنة الرهبان السبعة و قضيتهم هي الموضوع الرئيسي.

عليه سعى الكاتب من خلال هذه الإرسالية الإشهارية إلى محاولة كشف قضية أطالها الزمن، و إخراجها للعامة من أجل التأثير في الرأي العام من جهة و رد الاعتبار لهؤلاء الرهبان المظلومين حسب، استنادا على ما سبق ذكره، عملت الصورة على تأكيد عمق الذات الإنسانية رغم طغيان الفردانية و الوجدانية في المجتمعات، دعوة لضرورة العودة إلى أرشيف هذه القضية الغامضة. و من جهة أخرى فقد ساعدت الصورة البصرية و علاماتها الأيقونية و التشكيلية على تأنيث وإضفاء البعد الدلالي و تكثيفه.

4. خاتمة:

بعد تحليلنا لصورة الغلاف الإشهاري لرواية تبيحيرين استخلصنا مجموعة من النتائج نذكرها كالآتي:

– الخطاب الإشهاري خطاب تفاعلي إقناعي في حقيقته، يمتاز بالدقة و الجاذبية، تتكاثف فيه عناصر لسانية، أيقونية، تشكيلية.

– تحمل الصورة البصرية للإشهار الطابع السيميائي التقني ذا الدلالات المنظمة تفضي إلى إنتاج المعنى.

– يعمل تلاحم العلامات الأيقونية و التشكيلية إلى إزاحة اللبس و الغموض عن الرسالة البصرية، ما يولد دلالات إيحائية تثري وعي ولا وعي القارئ، تدفعه لتبني الأفكار .

– تزخر الصورة البصرية في الخطاب الإشهاري للغلاف الخارجي للرواية بالثبات و السكون، وذلك بتركيزها على الشخصية الرئيسية بدلالاتها، إضافة إلى الأشكال التي شغلت الوسط الإشهاري، عبرت بدورها عن ديمومة و تواتر هذا النسق الإشهاري.

– أفضى تشاكل السنن الأيقونية والتشكيلية في تكثيف الدلالات و المعاني التي تحملها صورة الغلاف في الخطاب، حيث أضافت بعدا دلاليا عزز الرسالة اللسانية.

– راهنت الصورة البصرية بعلاماتها هنا إلى تقديم المعنى كما أفضت على لفت انتباه و يقظة المتلقي خاصة فيما يخص قضية الرهبان السبعة، وإيصال المعلومة الذهنية و البصرية.

– أسهمت الصورة الإشهارية في محاولة مد جسور الالتفاف بين الثقافات الغربية والعربية، كما أسهمت في تطوير مدركات المتلقي القارئ حول الحادثة، و تدعيمها بمصادر من السجل التاريخي، خاصة مع الشعبية الإعلامية التي جذبتها الحادثة.

5. قائمة المراجع:

المؤلفات:

- بلعابد، ع. أ. (2008). عتبات حيرارجينات، من النص إلى المناص. الجزائر: الدار العربية للعلوم ناشرون.
- بنكراد، س. (16/05/2018). السيميائيات و موضوعها. <https://www.bilarabiya.com>
- بنكراد، س. (1995). الجسد: اللغة وسلطة الأشكال. مجلة علامات، 04، 58.
- بنكراد، س. (2012). السيميائيات مفاهيمها و تطبيقاتها. سوريا: دار الحوار للنشر و التوزيع.
- بنكراد، س. (2005). السيميائيات و التأويل مدخل لسيميائيات ش.س. بورس. دار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.
- بنكراد، س. (2019). تجليات الصورة سيميائيات الأنساق البصرية. الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.
- بنكراد، س. (2006). سيميائية الصورة الإشهارية الإشهار و التمثيلات الثقافية. المغرب: أفريقيا الشرق.
- بويسنس، إ. (2017). السيميولوجيا و التواصل. القاهرة: رؤية للنشر و التوزيع.
- تيرماسين، ع. أ. (2009). نظرية القراءة المفهوم و الإجراء. جامعة خيضر بسكرة.
- ثاني، ق. ع. (2005). سيميائية الصورة _ مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم. وهران: دار الغرب للنشر و التوزيع.
- خشاب، ج. (2014). سيميائية الطابع البريدي الجزائري. مجلة الواحات للبحوث و الدراسات. (02) 07،
- خليل، خ. أ. (1995). معجم المصطلحات الاجتماعية. بيروت: دار الفكر اللبناني.
- علوي، ح. إ. (2010). (الحجاج) مفهومه، مجالاته (دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة الجزء الرابع). إبرد، عمان: عالم الكتب الحديث.

زعتي، س. ب. (2019). خصوصية الخطاب الإشهاري في ظل الابتكارات الحديثة، دراسة سيميولوجية لإعلانات *live young* . ألمانيا: برلين، ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي.

يخلف، (2012). مناهج التحليل السيميائي. الجزائر: دار الخلدونية.

الأطروحات:

الفضلي، م. س. (2010). ثقافة الصورة و دورها في إثراء الذوق الفني لدى المتلقى (رسالة ماجستير). كلية التربية قسم التربية الفنية، المملكة العربية السعودية: جامعة أم القرى.

فايزة، ي. (1996). دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلامية، دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من إعلانات مجلة الثورة الإفريقية. الجزائر، كلية الإعلام و الاتصال، الجزائر.

المقالات:

سلامي، ع. أ. (2014). الخطاب الإشهاري. مجلة. *semat*, 02(01).

الخطاب الإشهاري في رواية تبيحيرين للحبيب السائح_ مقارنة سيميائية لعتبة الغلاف بين التشكيل و الأيقون_

- عرباوي، ع. رولان بارت وسيميائيات الصورة الإشهارية. *مجلة أيقونات*. (05) 05،
غبن، ي. ا. (2020). سيميائية المناص النشري في ديوان شُرف على ذاك المطر الغلاف انموذجا. *مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الانسانية و الاجتماعية*. (54)
قاسمي، أ. (2013). سيميائية الصورة الكاريكاتيرية بين تقنيات القراءة و آليات التأويل. *مجلة الصورة والاتصال*.
المدخلات:
الهادي، ج. م. (s.d.). سيميائية الصورة الإشهارية دراسة في رواية الإرثة. *الملتقى الدولي السادس السيمياء و النص الأدبي*
بشير، ل. د. ت. (الصورة في الخطاب الإعلامي: دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية و الأيقونية. 03. عناية، الجزائر.
المراجع الأجنبية:

(kotler & keller, 2001), *marketing manegement*. paris: publi union 10éme éditions.
u, G. (1992). *Taité du singe visuel pour une rhétorique de l'image*. paris: éditions du seuil.