

شعرية الغلاف الخارجي

يتضمن الغلاف الخارجي للكتاب مجموعة من العتبات، من بينها: عتبة المؤلف، وعتبة التجنيس، وعتبة الأيقون، وعتبة حيثيات النشر، وعتبة كلمات الغلاف الخارجي، وعتبة ثمن النسخة. وإليك – الآن- دلالات كل عتبة على حدة:

➤ عتبة الأيقون:

يستند الكاتب أو المبدع في أعماله الإبداعية، من شعر، وقصة، ورواية، ومسرحية، إلى مجموعة من العلامات البصرية أو الفضائية. وتتمثل هذه العلامات الأيقونية في الصور الفوتوغرافية، واللوحات التشكيلية، والفراغات البصرية الدالة، والإكسسوارات السيميائية...وغالبا ما تتموقع الأدلة الأيقونية في وسط الغلاف الخارجي، حيث يشكل الأيقون البصري نواة الغلاف الخارجي، أو بؤرته المركزية، من خلال تقاطع المقاس الأفقي للغلاف مع المقاس العمودي. وفي هذا الصدد، يقول ميشيل بوتور (Butor): "إن الكتاب، كما نعهده اليوم، هو وضع مجرى الخطاب في أبعاد المدى الثلاثة، وفقا لمقياس مزدوج: طول السطر، وعلو الصفحة، وهو وضع يتيح للقارئ حرية كبيرة في التنقل بالنسبة إلى "تتابع" النص، ويعطيه قدرة كبيرة على التحرك، ولا غرو في أن هذه القدرة هي أقرب ما تكون لطريقة تقديم أجزاء العمل الأدبي كلها في آن واحد"^(١٩٦). ويعني هذا الكلام أن الكتاب المعاصر بأبعاده الهندسية يتيح للمتلقي استكشاف عناصره، واستقصاء أجزاءه السيميائية بكل وضوح، بما فيها أدلته الأيقونية وعلاماته البصرية.

هذا، ويتشكل الدليل الأيقوني من اللوحة، والصورة، والكتابة، والمخطط، والخطوط، والألوان، والأضواء، والظلال، والعلامات البصرية التي تدخل في علاقة تماثلية مع موضوعاتها المرجعية، مادامت هي أيقونات

^{١٩٦} - ميشيل بوتور: بحوث في الرواية الجديدة، ترجمة فريد أنطونيوس، منشورات عويدات، بيروت، باريس، الطبعة الثالثة سنة ١٩٨٦، ص ١١٢.

سيمائية ليس إلا. وتقوم الألوان مجتمعة بإضاءة الغلاف، وإثارة المتلقي، واستفرازه ذهنيا ومعرفيا ووجدانيا، وتجسيد لعبة التناقضات الجدلية والسيمائية، وتأجيج الصراع الضدي الذي يترجم ما بداخل الرواية - مثلا- من برامج سردية متعارضة في قيمها وعواملها المنجزة، أو ما يوجد في الديوان الشعري من أهواء وعواطف وانفعالات متقابلة في انسيابها الشعوري المتدفق. وتتأرجح الألوان البصرية فوق الغلاف بين ألوان باهتة وألوان ثرية وخصبة، أو تتأرجح أيضا بين الإضاءة والتعتيم. وغالبا ما تشخص الصورة الغلافية الخارجية القصد العام للمؤلف، وتختزل دلالات النص و مضامين العمل المعطى، وتستقصي مقاصدهما الذاتية والموضوعية، بعد تتبع مقاطع وفقرات ونصوص العمل المدروس. وقد تكون العلاقة بين الصورة والعمل علاقة توافقية مباشرة أو رمزية أو موحية. وقد تكون علاقة تناقض ومفارقة ونفي، فتصبح هذه العلاقة غامضة أو مبهمة، لاتوجد أي صلة بين الصورة والعنوان من جهة، أو مع العمل كله من جهة أخرى. وهنا، نلتجئ إلى مسبار التأويل والتفكيك والتركيب والاستكشاف، بغية البحث عن الدلالات العميقة الثاوية وراء ظاهر النص. علاوة على ذلك، قد تكون الصورة لوحة مرافقة للعنوان، أو عنوانا بصريا ثانيا للعنوان اللغوي الأول الذي يتمثل في العنوان الخارجي، لأن الأيقون البصري يترجم ما هو لغوي، ويحوّله إلى لغة مشخصة مرئية، يسهل على القارئ رصدها، وتمثلها، وبناءها من جديد. وهكذا، يختزل العنوان الغلافي، ببعديه البصري-الأيقوني- واللغوي، تضاريس النص الوعرة، وشعابه المتعددة، ومتاهاته الموغلة، ويلخصه تكتيفا واختصارا، بينما يخطط النص الأيقون إطنابا وإسهابا وتفصيلا. وهذا ما يؤكد لنا بأن العنوان غالبا ما يتمثل مع النص الإبداعي إحالة ودلالة، إن على مستوى البنية، أو الدلالة، أو المقصدية.

وعلى أي حال، فكل دال بصري أو سمعي أو هما معا إلا وله دلالة، سواء أكانت شعورية أم لا شعورية. فليست هناك دلالة مجانية أو معنى اعتباطي، سيما أن السيمولوجيا بدأت تبحث عن دلالات كثير في الأنظمة التواصلية السمعية والبصرية، مثل: العلامات الذوقية والشمية واللمسية والحركية... ويوضح برنار توسان (B. Toussaint) بأن "الوضع على الورق من طباعة وكل عمل على مواد التعبير اللساني المكتوب يمكن أن

تغير من الوضع دلالة الإرسالية، أدبية كانت أم إيديولوجية أم غيرها" (١٩٧). أما العلاقة بين اللوحة والإبداع، فذات أهمية قصوى. لذا، ينبغي رصدها، وسبر أغوارها، من خلال تفكيك الدوال والبحث عن الدلالات، إذ "يجب أن يكون الأثر الفني علامة، هذا هو الشرط الأساسي، وبالمعنى المزدوج لكلمة علامة: عنصر كتابة لدلالة ما، ودعوة للآخر.

يجب أن تحمل اللوحة دلالة، ويجب أن تشكل علامة في موضوعها في طريقها، في واقعها وقصدها" (١٩٨).

وبهذا كله، نكون قد ألقينا ولو نظرة مقتضبة حول الشفرة الأيقونية في الخطاب الغلافي في الكتابات الإبداعية، وحاولنا فهمها قدر المستطاع تأويلا وتفسيرا. ولا يمكن إدعاء صواب الحقيقة في تحليل اللوحات التشكيلية والأدلة الأيقونية، وإنما يكون طمعنا في الاقتراب قدر الإمكان من تلك الحقيقة، وتأويلها حسب السياق النصي الداخلي والخارجي، نظرا لتقاطع التشكيل مع الروائي على مستوى التعبير، مع مراعاة سياق مبدأ التأويل، واحترام قواعد الاتساق والانسجام.

➡ حيثيات النشر:

يقصد بـحيثيات النشر (le péritexte éditorial) كل ما يتعلق بالناشر، وعمليات الطبع، والسحب، والتوزيع، كحقوق التأليف، والإيداع القانوني الوطني والدولي، وعدد الطباعات، وكمية المبيعات، ومكان الطبع وتاريخه، واللجنة التي سهرت على طبع العمل الأدبي، أو المؤسسة العلمية التي قامت بتمويله، ونشره، وتوزيعه. أي: كل ما يتعلق بعملية الإنتاج المادي والصناعي للكتاب، من علامات الطبع وشعارات النشر في إطارها الزمكاني، وكذا تحديد سعر المنتج. وهنا، نتحدث عن سوسيولوجية تجريبية للكتاب، في أبعادها الكمية والتجارية والإشهارية، تتعلق بالمؤلف والناشر والموزع والقارئ على حد سواء.

١٩٧ - - برنارد توسان : ماهي السيميولوجيا؟ ترجمة: محمد نظيف، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء، الطبعة الأولى سنة ١٩٩٤، ص ١٥.

١٩٨ - برنارد توسان: ماهي السيميولوجيا؟ ، ص ٧٩.

هذا، وتوجد حيثيات النشر في معظم الإبداعات الشعرية والسردية والدرامية، وتتضمن مركز الطبع أو النشر، وتبيان ترتيب الطبعة وتاريخها، وتحديد حقوق التأليف والملكية الأدبية، والتشديد على المقر الاجتماعي لمركز النشر، مع الإشارة إلى عنوان المركز المادي (الإقامة)، و العنوان السلبي واللاسلكي (الهاتف+ الفاكس)، والتلميح إلى العنوان الداخلي والخارجي، وإثبات كلمات الناشر، وعرض مختلف المنشورات الصادرة عن المركز، مع الإشارة إلى ثمن النسخة الواحدة. ويعني هذا أن إحياءات حيثيات النشر إحصائية، وإشهارية، وتجارية، وقانونية، وإبداعية، وإعلانية، وإدارية، واقتصادية، وسوسيولوجية. وهذه الحيثيات ضرورية لمعرفة منتج الكتاب، وناشره، ومموله. ومن هنا، يكون تسويق الأعمال الأدبية- بلا محالة- محليا وعربيا ودوليا؛ حسب قوة مراكز النشر، وكثرة فروعها من جهة، ونظرا لحدثة أعمال المبدع وشهرتها، وأصالتها الإبداعية من جهة ثانية. وهكذا، يخضع الكتاب أو العمل الإبداعي لمراحل عدة: تقنية، وجمالية، وإبداعية، وتجارية، وإشهارية. لذا، ينبغي على الدارس أو الباحث التركيز دائما على لاشعور المؤلف التجاري، ومعرفة حوافزه المادية، مع استقراء حيثيات النشر والتوزيع والاستهلاك، والبحث عن أسباب نجاح العمل أو فشله.

ويلاحظ أن حيثيات النشر تتموقع فوق نطاق فضائي ومادي من الغلاف الخارجي من الناحيتين: الأمامية والخلفية، إذ تكتفي الواجهة الأمامية باسم المؤلف، والتعيين الجنسي، والدليل الأيقوني (اللوحة والصورة...). بينما تحوي الواجهة الخلفية غالبا كلمات الناشر، وسيرة المبدع، و ثمن النسخة. وتنضم إلى الواجهتين معا: وجهة داخلية، وهي امتداد وتكملة للغلاف الخارجي، وتشمل العنوان، واسم المؤلف، وتاريخ الطبعة وترتيبها، ومركز الطبع والنشر والتوزيع، والإيداع القانوني الوطني والدولي. ومن ثم، فهذه المنطقة من مسؤولية الناشر أو الطابع، وقد يشاركه المبدع في اختيار بعض التقنيات الطباعية، وانتقاء نوع الغلاف أو بعض الصور مثلا. وكل هذا يدخل في علم الببليولوجيا أو علم صناعة الكتاب (Bibliologie). وقد ارتبطت حيثيات النشر بالكتاب مع ظهور المطبعة، وتطورت تقنيا وفنيا وجماليا بتطور تقنيات الطباعة المعاصرة. ولكن لا يعني هذا أن القدماء، بما فيهم العرب، لم يعرفوا هذه الحيثيات،

فقد عرف الكتاب العربي هذه الحثيات بشكل من الأشكال، كما يدل على ذلك اهتمام المؤلفين بالمؤلف، والخط، والعنوان، وتنقيح النسخة...

ويعد حجم الكتاب من أهم حثيات النشر، إذ يوجد الحجم الطويل، والحجم المتوسط، والحجم القصير، وكانت الكتب القيمة والجادة تكتب في حجم طويل. في حين، تطبع الكتب الأقل أهمية وجدية في الحجم الجببي، كالروايات المسلية، والقصص القصيرة... وهنا، تلعب المقاسات أهمية كبرى في تزيين الكتاب، كالطول، والمقاس الأفقي والمقاس العمودي من جهة، ومقاس المساحة ومقاس المحيط من جهة ثانية. وقد ينسخ الكتاب في صفحة واحدة، حيث تبقى الصفحة المقابلة الأخرى فارغة، أو قد ينسخ الكتاب عبر صفحات متتالية ومتعاقبة. وهناك من يقسم الصفحة الواحدة إلى عدة مناطق: المتن، والهاشية، وهاشية الهاشية، والتعليق على الهاشية، وهلم جرا... وقد يتعدد الكتاب إلى أجزاء وحلقات ومجزوءات، وقد يتوزع الكتاب إلى مقدمة، وتقديم، ومدخل، وأقسام، وأبواب، وفصول، ومباحث، ومطالب، وخاتمة، وملحقات، وفهارس من جهة، أو إلى مشاهد ومناظر وفصول كما في المسرحية من جهة أخرى...

وقد يختلف غلاف الكتاب من مطبعة إلى أخرى حسب التطور التقني والطباعي، كما يختلف الخط ونمط الكتابة من نسخة إلى أخرى. وتتجسد قيمة الكتاب الحقيقية في تعدد طبعات الكتاب، وازدياد كمية المبيعات نشرا، وتوزيعا، واستهلاكا. علاوة على ذلك، يمكن التمييز بين طبعات الكتاب التجارية البسيطة التي تطبع في شكل كتب الجيب، وطبعات الكتاب الأصلية التي قد تطبع في أحجام كبيرة أو متوسطة. ومن هنا، يمكن الحديث عن أنواع عدة من الكتب: طبعات صفراء تراثية، وطبعات جامعية، وطبعات جببية، وطبعات تجارية تسويقية، وطبعات أكاديمية، وطبعات عادية، وطبعات كلاسيكية، وطبعات صحفية، وطبعات مطوية...

وينضاف إلى ذلك أن أغلفة الكتب عبر مرور التاريخ كانت تصنع من الورق أو من الكارتون أو من الجلد أو من سعف النخيل. ويتضمن هذا الغلاف - حسب جيران جنيت- كل المعطيات التي يعنى بها الناشر أو الطابع، كاسم المؤلف الحقيقي أو المستعار، وصورته، وسيرته، وعنوان الكتاب، والتعيين الجنسي، وأسماء المترجمين أو المقدمين أو النقاد أو

المشرفين على الكتاب، بالإضافة إلى الإهداء، والمقتبس، وكلمة الشكر والتنويه، وتوقيع الكاتب، واللوحات التشكيلية أو الصور الفوتوغرافية، ومكان الطبع وزمانه، وعنوان مؤسسة الطبع، ووضعها القانوني، وثمان الطبع^{١٩٩}. ويعني هذا أن الغلاف الخارجي يحوي معطيات رقمية، ولغوية، وتقنية، وطباعية، وسيميائية، وتشكيلية متنوعة وثرية.

علاوة على ذلك، يخضع الكتاب الحديث أو المعاصر بصفة عامة للترقيم الوطني أو الدولي، أو ما يسمى أيضا بالإيداع القانوني. وقد ظهرت شفرة (ISBN أو International Standard Book Number) سنة ١٩٧٥م، للتدليل على الترقيم التصنيفي الدولي للكتاب. وبالتالي، تؤشر هذه الشفرة على لغة الطبع أولاً، فالطابع أو الناشر ثانياً، ثم رقم ترتيب الكتاب ثالثاً، ثم مفتاح المراقبة الإلكترونية رابعاً.

ومن ناحية أخرى، يمكن الحديث داخل الكتاب عن صفحات بيضاء فارغة تكون في بداية الكتاب، وصفحة العنوان، وصفحة حيثيات النشر، وصفحة الإهداء، وصفحة التقديم، وصفحة المقدمة، وصفحات المتن، وصفحة الخاتمة، وصفحات الملاحق والفهارس والبibliographies، وصفحة النقد، وصفحة المنشورات. وقد تكون الصفحة صفراء أو بيضاء أو ملونة...

وعليه، فحيثيات النشر لها وظائف متعددة، كالوظيفة الإشهارية التي تتمثل في كون الكتاب سلعة تجارية قادرة على جذب المتلقي المستهلك، بله عن وظيفة الإثارة، فالكتاب يمكن أن يثير المتلقي بمحتواه القضوي، أو يجذبه بفنياته الجمالية أو بتقنياته الطباعية. دون أن ننسى الوظائف الأخرى، كالوظيفة الجمالية، والوظيفة السيميائية، والوظيفة الأيقونية، والوظيفة التواصلية، والوظيفة السوسولوجية...

¹⁹⁹ -G.Genette : **Seuils**, P : 27.

❖ كلمات الغلاف أو كلمات الناشر:

تعد كلمات الناشر واستشهاداته من أهم عناصر النص الموازي، وتعتبر أيضا من أهم ملحقات النص المحيط الداخلي. فهذه الكلمات المناسية توجز لنا مضامين الإبداع، وتبين لنا أشكاله التعبيرية، وترصد لنا مختلف أنماطه السردية والشعرية والدرامية. ومن جهة أخرى، تقوم بتبئير أهم لحظات السرد أو النص الشعري أو الدرامي، مع إبراز أهم مقاطع العمل الإبداعي، وتسيبها بإطار دلالي ووظيفي. ولهذه الكلمات أهمية كبيرة؛ لأن اختيارها واقتباسها يخدم أطروحة النص، ويؤكد مقصديته العامة. ومن ثم، تضيء كلمات الناشر في الغلاف الخارجي الخلفي الكون الإبداعي في شكل عبارات منتقاة، وشهادات مركزة، ومقتبسات مقطعية هادفة، وقد تتضمن هذه الكلمات جملا أو نصا بكامله في بعض الأحيان الأخرى، وقد يكون هذا النص إبداعا أو وصفا أو تعليقا أو تقديمًا أو نقدا.

إذاً، نستنتج بأن الناشر هو الذي يقوم بإثبات كلمات الغلاف بمفرده أو بإشراك المبدع أو الناقد، أو مصمم الغلاف، أو الفنان التشكيلي أو التقني. وغالبا ما توضع الكلمات في الغلاف الخارجي من الناحية الخلفية. وقد تكون هذه الكلمات في أعلى الصفحة، أو في وسطها، أو في أسفلها. ويتبين لنا من كل هذا أن الكلمات المثبتة على الغلاف الخارجي هي إما قراءات نقدية، وأحكام وصفية ذات مصدر خارجي، وإما مقاطع إبداعية ذات مصدر داخلي، مأخوذة إما من بداية العمل الأدبي، وإما من وسطه، وإما من نهايته. وتتراوح هذه الكلمات المثبتة في الغلاف الخارجي الخلفي بين أحجام ثلاثة: حجم صغير، وحجم متوسط، وحجم صغير. وتتنوع كلمات أغلفة الأعمال الإبداعية من حيث التلوين. فهناك كلمات مكتوبة بخط أسود، وكلمات مكتوبة بخط ملون...

ويرى الباحث المغربي نبيل منصر بأن هذا الجنس الخطابي " ينهض بوظيفة إشهارية وتجارية لترويج الكتاب، وتنمية مبيعاته. ومن ثمة، لا يستدعي هذا النص الموازي مسؤولية المؤلف إلا بدرجة محدودة، بالرغم من وضعية التوافق القائمة أو المفترضة بينه وبين ناشر أعماله. وتأخذ هذه النصوص هيئة ملصقات أو إعلانات إشهارية (مبتوثة أو منشورة) أو تقارير موجهة إلى الكتبيين أو مخصصة للوكلاء، وهي

تذكر بملفوظ الالتماس، الخطاب المنحدر من التقاليد التأليفية للقرن التاسع عشر، والذي لا يكتفي بالإعلان عن الصدور (وظيفة إشهارية)، بل يعمل أحيانا على شرح العنوان، وبسط المفتاح التيماتي والخطابي للنص. وسيأخذ هذا النوع من النصوص دفقا أكبر في زمن الثورة الإعلامية، حيث سيتم استثمار دعائم أخرى في إشهار النصوص وترويجها. وكثيرا ما يشارك المؤلف نفسه في هذا النوع من الأنشطة بما يناسب احترافيته وكياسته.^{٢٠٠}

وبناء على ما سبق، تعد كلمات الناشر أو كلمات الغلاف الخارجي عتبة أساسية لرصد العمل الإبداعي فهما وتفسيرا وتأويلا. ومن جهة أخرى، تسعف الباحث أو الدارس أو المؤول على إدراك دلالات هذا العمل المعطى، واستكشاف دلالاته المباشرة وغير المباشرة، واستقصاء رؤاه المرجعية والإيديولوجية، وتذوق مختلف فنياته وجماليته، وإدراك أسرار بناء شكله الخطابي.

تلكم هي نظرة موجزة ومقتضبة حول مكونات شعرية الخطاب الغلافي الذي يعد بحق وحقيق جنيريك العمل الأدبي، بما يتضمنه من علامات لغوية وبصرية متنوعة، وما يشتمل عليه من مؤشرات أيقونية، وإشارات سيميائية، وعتبات توضح طبيعة العمل، وتعين هويته، وتحدد جنسه الأدبي والفني. ومن ثم، فالغلاف عتبة أساسية لفهم العمل الأدبي، وتفسيره، وتأويله. كما يعد خطوة ضرورية لتفكيك المنتج الإبداعي والفني والجمالي، وتركيبه في مقولات ذهنية نقدية أو وصفية، أو تجميعه في شكل خلاصات تقويمية مكثفة دلالية وشكلية وتداولية.

^{٢٠٠} - نبيل منصر: الخطاب الموازي للقصيدة العربية المعاصرة، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، الطبعة الأولى سنة ٢٠٠٧م، ص: ٩٩.