

الاشتغال البلاغي في الخطابات البصرية
مقاربة نظرية تطبيقية على الصورة الكاريكاتورية

The rhetorical preoccupation with visual discourse
An applied theory approach to the caricature

امال قاسيمي

أستاذة محاضرة – أ

جامعة الجزائر3

kassimi.amel@univ-alger3.dz

تاريخ النشر: 2018/12/30

تاريخ القبول: 2018/10/23

تاريخ الاستلام: 2018/06/15

ملخص:

عرفت البلاغة بأنها حسن انتقاء اللفظ وملائمته وفق ما يقتضيه سياق المخاطب، وانها الية كاشفة عن جماليات النصوص الادبية، فهل يمكن ان تكون كذلك الية كاشفة عن جماليات الصورة البصرية باختلاف انواعها؟ وعليه تحاول هذه الورقة البحثية دراسة الوجود البلاغي في النصوص البصرية وذلك بالتطبيق على نوع من هذه النصوص وهو النص الكاريكاتوري او الصورة الكاريكاتورية.
من اهم النتائج المتوصل اليها هي امكانية اشتغال البلاغة في النصوص البصرية –الكاريكاتور- وذلك باختلاف انواعها.
الكلمات المفتاحية: البلاغة البصرية، الخطابات البصرية، الصورة الكاريكاتورية.

Abstract

rhetoric was known as a good selection of the word and suitability as required by the context of the addresser, and it is a mechanism revealing the aesthetics of literary texts, so, can be also a mechanism revealing the aesthetics of the visual image of different kinds? For this, we try in this paper to study the rhetorical presence in the visual texts by applying to some of these texts, namely the caricature or caricatural image.

One of the most important results is the possibility of engaging in rhetoric in the visual texts – caricature

Keywords: visual rhetoric, visual discourse, cartoon, caricatural image

مقدمة:

إذا كانت السيميائيات تعد "العلم العام لكل أنساق التواصل اللسانية وغير اللسانية" (سعيد بنغراد، 2007) فإن مفهوم التواصل بدوره سيتغير تبعاً لذلك، ليشمل أنساق تواصلية أخرى، بما في ذلك ما يندرج تحت مصطلح "الخطاب البصري" بجميع أنواعه وتشكلاته، فهو كغيره من الخطابات لا يتم إنتاجه محض مصادفة، وإنما له خلفية قصدية تدفعه لممارسة سلوك تواصل، الهدف منه إنتاج معنى إبلاغي معين. لذا فالعقود الأخيرة ستعرف ميلاد بلاغة ذات طابع جديد، يعد أكثر ملاءمة لمتطلبات الحياة، وهي بلاغة الخطاب البصري، فإذا كانت اللغة نظاماً للتواصل، فإن الصورة بمختلف أشكالها وأنماطها يمكن توظيفها هي الأخرى أنظمة للتواصل، بل هي لغة قائمة الذات قد يظهر في يوم من الأيام من يضع لها نحواً خاصاً ونظاماً. وسيكون أكثر اتكالها على السيميائيات، كونها المألوفة للأدوات الإجرائية التي تخول لها أن تهب نفسها أداة لاستجلاء بلاغة هذا النوع من الخطابات

فتعدّ (مجموعة "مو") من أبرز دعاة إحياء البلاغة القديمة وتجديدها، وتوسيع إطارها لتشمل كل الحقول الإنسانية، انطلاقاً من اللغة إلى علم العلامات والفنون جميعها، فبقية مجالات التواصل والفاعلية الإبلاغية والبلاغية، ومن أبرز كتاباتهم في هذا المجال كتاب "بحث في العلامة المرئية: من أجل بلاغة الصورة".

وعليه فهل يمكن دراسة الوجود البلاغي في النصوص البصرية الكاريكاتورية؟ وإن كان بإمكان ذلك فكيف يمكن أن ندرسها؟

1. التنظير البلاغي ومدى تجسيده في الخطاب البصري.

إذا كانت الصورة خطاباً مثل خطاب اللغة المنطوقة الذي له وحداته وقواعده ونحوه، يمكن الاستنتاج بأن الصورة كذلك لها وحداتها وقواعدها ونحوها، وإن لم يقل بارث ذلك بشكل صريح. فقد قاله تقريباً جاك دوران. لكن بحث بارث "بلاغة الصورة" يتحدث عن أنساق محددة في الصورة، فهي مثل اللغة المنطوقة تقوم بعملية التعيين والتضمين، والإرساء والمداولة.

وهنا نشير إلى أن الباحث رولان بارث يعتبر من أوائل من اعتقدوا بإمكانية النقل المفاهيمي للمقولات البلاغية من الخطاب اللساني إلى الخطاب البصري وخاصة في حقل الإشهار، من

خلال تأكده بوجود انظمة علامتية في الخطاب البصري (الصورة) وتوج هذا الانجاز بصدور عدة مقالات في مجلة اتصالات "بلاغة الصورة" و"عناصر السيميولوجيا" في عام 1964 ، ثم اتى جاك دوران "J.Durant بمقال أصدره في المجلة ذاتها سنة 1970 سماه البلاغة والصورة الاشهارية، مؤكداً من خلاله على وجود كل الصور البلاغية المعروفة في البلاغة الكلاسيكية والتي يمكن معاينتها، عبر عملية مسح للصور الإشهارية.

وعليه فقد تمكن جاك دوران من الإفادة من ملاحظات بارت لتطويع بحثه المذكور، مستنداً إلى تعابير البلاغة الفرنسية المخصصة، لكن متوقفاً فحسب عند الصورة الإشهارية (نقول في العراق الإعلانية). اليوم يمكن للباحث ان يرى أن مجازات البلاغة الفرنسية مطبقة بحذافيرها في الحقل الإشهاري، بعضها يمكن إيجاد بدائلها في البلاغة العربية، والأخريات يصعب.

وهنا يعرف الباحث رولان بارت الاوجه البلاغية فيقول أنها شكل من الإقناع حيث أسند للصور خاصة احتوائها على معنى ضمني. فجاء بمفهوم بلاغة التضمين (Rhétorique de la

connotation) ويقصد بها القدرة على فكرة دلالة ثانية انطلاقاً من دلالة أولية لدليل كامل يجمع بين دال ومدلول. يواصل سيرورته الدلالية، فيصبح دال مدلول ثان وبالنسبة له توجد هذه السيرورة الدلالية على مستوى كل الصور مهما كان نوعها حتى وإن كانت صور طبيعية، وقد يتبلور مفهوم الشكل البلاغي في التيار البرهاني عند "بيريلمان Ch, Perelman" بطريقة أكثر تحديداً في قوله: لكي يوجد شكل بلاغي لابد من توفر خاصيتين لا غنى عنهما: أن تكون له بنية يمكن فك نظامها بشكل مستقل عن المضمون، أي تكون له صيغة تتمثل طبقاً للتمييز المنطقي الحديث في إحدى المستويات النحوية أو الدلالية أو التداولية. وأن يتم استخدامه بحيث يتعد عن الصيغة العادية للتعبير، ومن ثم يصبح لافتاً للانتباه (صلاح فضل، 1992).

وتكمن أهمية المقاربة البلاغية للخطابات البصرية في انها تساعد على الكشف عن أسس الخطاب الإقناعي الذي يقوم به الخطاب البصري على المتلقي، فكلاً تطابقت الأسس الأيقونية لمبدع الخطاب البصري من جهة والمتلقي من جهة ثانية كانت الخطابات البصرية ناجحة وأكثر فاعلية، ولعل أهمية هذه المقاربة هي التي دفعت بالسيميولوجيين لإدراج التحليل البلاغي ضمن القراءة السيميولوجية العامة للخطابات البصرية، ففي إطار ممارسة الوظيفة الأساسية للسيميولوجيا وهي التحديد والاكتشاف لقواعد اشتغال المعنى في خطاب ما، لا يستطيع المحلل

السميولوجي أن يتجاهل الدور الذي يمكن أن يساهم به التحليل البلاغي في إغناء الوظيفة المركزية للسميولوجيا. (امينة رقيق، 2014)

وعليه أثبتت الدراسات السيميولوجية التي أجراها الباحث "Jacques Durant" على أكثر من ألف صورة إشهارية أن الخطابات البصرية تستعمل جملة من الصور البلاغية والتي كانت من قبل خاصة باللغة الكلامية. كما خلص إلى نتيجة أن إدراج الصور البلاغية في الرسائل البصرية تحقق المتعة للمتلقي. وأخذاً بالتحليل الشهير لرولان بارث وبمساعدة المفاهيم التي وظفها في الجانب البلاغي، "جاك دوران" اقتصادي التكوين مختص في دراسة السوق، يصدر مقالا حول "بلاغة الصورة الإشهارية" سنة 1970، في مجلة "اتصالات" ويقوم بنقل كل الأوجه البلاغية الأسلوبية الكلاسيكية ويطبقها على المجال البصري "الإشهاري".

وهذا لم تعد البلاغة "حمالة قديمة"، بل بزغ لها فجر جديد في الخطابات البصرية، وشهد هذا النوع أبحاثا عدة سواء من الناحية البلاغية أو الحجاجية الإقناعية إذ شهد الخطاب البصري مع سنوات الستين مقاربات بحثية منحتة مكانة هامة إلى جانب الخطاب اللفظي، هذا ما فتح لنا المجال لمقاربة الخطاب الكاريكاتيري من الناحية الحجاجية البلاغية وما تمنحه البلاغة الجديدة بلا شك هو الابداع والاقناع والتأثير، رغم انه من غير السهولة نقل المفاهيم البلاغية الحجاجية التي كانت تخص المجال اللفظي الى المجال غير اللفظي، غير ان محاولات (رولان بارث) و(جاك دوران) و(امبرتو ايكو) ساهمت بقوة في الكشف عن الارتباط الوثيق بين البلاغة والخطاب البصري وتم بذلك اسقاط تلك المفاهيم على الخطاب البصري، وهذا ما سنقوم به في الجانب التطبيقي بالتطبيق على الخطاب الكاريكاتيري الذي يمثل نوعا من الخطابات البصرية وذلك بالاعتماد على مقاربة جاك دوران الذي وظف الاوجه البلاغية في الخطاب الإشهاري.

لقد قام الباحث جاك دوران في عام 1970 بدراسة مجموعة من الاعلانات الاشهارية وتوصل الى التأكيد انه لا يوجد في هذه الخطابات بعض الاوجه البلاغية الكلاسيكية بل كلها، وقد اعتمد على الفصل بين ما هو تركيبى وبين ما هو استدلالى، اذ يعتبر الاوجه البلاغية عملية تنطلق من قضية بسيطة لتقيم عليها بعض التعديلات وتنتج القضية نفسها لكن بصيغة بلاغية، وتسمح بترتيب مستويين من الخطاب الاول خطاب خالص والثاني خطاب مستعار، فالخطاب الاول

حقيقي لكن ليس له معنى، اما الخطاب الثاني فله معنى لكن يندم حضوره ويتحقق هذا الشكل بطريقة تناظرية في طرفين من الزمن: زمن الابداع اي الباعث ينتقل من اقتراح بسيط لتحويله الى عملية بلاغية، وزمن التلقي وهنا يعيد المتلقي الرسالة إلى بساطتها الأولى (Jacques Durant، 1970).

ورتب هذه النتائج على شكل جدول وكل وجه بلاغي ممثل وفق محورين، فأما المحور الاول فشمّله طبيعة العملية (الزيادة والنقص والتعويض والتبادل) في حين شمل المحور الثاني طبيعة العلاقات (المطابقة، المشابهة، الاختلاف والتعارض) التي تجمع بين العناصر المتنوعة لتحقيق الواجهة البلاغية وفق التقليد القديم، ويضيف دوران ان البلاغة تفرز نوعيين من الوظيفة السيميائية التعيين والتضمين، ويقر دوران في مقاله البلاغة والصورة الاشهارية ان الوجه البلاغي (le figure) هو عملية تسمح بالمرور من مستوى لغوي الى اخر، ويقترح هذا الوجه ما يجب قوله بطريقة تصويرية، ويرى اننا امام اقتراح حقيقي ليس له معنى واخر له معنى ولكن غائب القارئ هو الذي يستنبطه، وهذا ما يعكس ازدواجية قراءة الخطابات ويلجا في دراسته للخطابات البصرية الى بعض من المفاهيم الفرودية "كاللذة" "الرقابة". ويقترح دوران ترتيب الواجهة البلاغية وفق محورين، العمليات والعلاقات، فيخص المستوى الاول، علاقة الزيادة والنقص والتعويض اما الثاني فيبنى على ثنائية تضادية قوامها العلاقة بين العناصر المتغيرة كالمطابقة والاختلاف والمائلة والتعارض وتوزع الواجهة البلاغية الى شقين الاول طبيعة العملية اما الثاني فيعني طبيعة العلاقة التي تجمع بين العناصر المتغيرة، اذ يقع الاول في المحور التركيبي ويخص صعيد العبارة (اي الدوال) اما الثاني فيتم على المحور الاستبدالي ويخص صعيد المحتوى (المدلولات) وعلى هذا الاساس اقترح دوران تصنيفا عاما للأوجه البلاغية، ضمنها في جدول قد سبق لنا وان تعرضنا له، فحسب منظور جاك دوران، هناك أمران يتحددان لقيام العملية البلاغية هما العمليات والعلاقات وسوف نتطرق إلى كل واحدة على حدى.

العمليات: الكم الهائل للأوجه البلاغية يمكن أن يتقلص إلى عدد قليل من العمليات الأساسية، وهناك عمليتان أساسيتان:

➤ الزيادة: بإضافة عنصر أو عدة عناصر إلى الاقتراح، وهي وضع خاص للتكرار (زيادة عنصر مطابق).

- **النقص:** نحذف عنصر أو عدة عناصر من الاقتراح، وانطلاقاً من هذا تشتق عمليتان:
- **التعويض:** يكون بالحذف المتبوع بزيادة، نحذف عنصراً لتعويضه بآخر.
- **التبادل:** الذي يحمل تعويضان قريبان، نستبدل عنصرتين من الاقتراح.
- العلاقات:** تتوزع العلاقة الموجودة بين الاقتراحين إلى تفرع ثنائي أساسي، علاقة العنصر مع نفسه "نفسها" وعلاقة العنصر بالآخر "الأخرى" وذلك وفق المماثلة والاختلاف.
- يقول دوران في هذا الصدد إن تحديد العلاقات سوف يكون أكثر شكلية وتتأسس هذه الأخيرة على المحور الاستبدالي، بحيث يكون العنصران متعارضان إذا كانا على نفس المحور الاستبدالي الذي يتحدد وفق مصطلحاته مثل (أنثى ذكر) وعلاقات "أخرى" على نفس المحور الاستبدالي كذلك لكن تحمل مصطلحات أخرى وتكون العلاقة "نفسها" إذا كان المحور الاستبدالي يتشكل من علاقة واحدة أي عنصر واحد ووحيد (Jacques Durant, 1970).
- إن اجتماع هذه العناصر ينتج العلاقات التالية: (المطابقة، والمماثلة، والتعارض والاختلاف)، تتضمن المطابقة إلا علاقات نفسها، أما المماثلة تكون على الأقل علاقة نفسها وعلاقات أخرى، والتعارض على الأقل علاقة معارضة، ويتحقق الاختلاف في العلاقات الأخرى، وتتم العملية البلاغية وفق تقطيع بسيط يحمل جزئين في مكون العلامة السيميولوجية والمتمثلان في الشكل والمحتوى، ويقر الباحث أن التقطيع البسيط لا يحمل سوى عنصرتين هما الشكل والمحتوى، ويصعب نقله إلى الخطاب البصري لكنه أساس تحديد الأوجه البلاغية الكلاسيكية في بناء العمليات والعلاقات بين العناصر (Jacques Durant, 1970).
- علاقة أخرى:** هي العلاقة التي تجمع بين عنصرتين غير متجانسين أي كل واحد يمتلك خصوصياته الخاصة وتكون هذه الخصوصيات بدرجات متفاوتة.
- علاقة التعارض:** هي العلاقة التي تجمع بين عنصرتين يكون التعارض بينهما صريح جداً في كل الخصوصيات التي تكون العنصرتين وهنا تظهر علاقة التعارض بشكل واضح.
- علاقة نفسها:** وهي علاقة العنصر مع نفسه وهذه العلاقة تظهر بقوة عملية الخرق لأنها تكون على صعيد واحد. أما المفارقة والمعنى المزدوج هما وجهان بلاغيان مهمان جداً، لأنهما يحملان عدوى المحتوى على الشكل.

2. اشتغال البلاغة في الخطاب الكاريكاتيري والانفتاح على النماذج الخطابية.

إن استعمال مثل هذه الأساليب التعبيرية تتطلب معرفة مكتسبة ومسبقة على حد تعبير الباحث "Umberto Eco" الذي يرى أن الصورة البلاغية جاءت من اتفاق جماعة حول فكرة أيقونية أصلية، استوعبتها هذه الجماعة فأصبحت بالتالي نموذجا اتصالي متفقا عليه (Jacques Durant, 1970).

(أ: الزيادة، ب: النقص او الحذف، ج: التعويض، د: التبادل)

2-أ: أوجه الزيادة وهذا حسب توجه الباحث Jacques Durant الذي نشرها في مقاله الشهير حول بلاغة الصورة الإشهارية" سنة 1970، بمجلة "اتصالات" وهو ما سنحاول الإشارة إليه فيما يلي: (Jacques Durant, 1970).

2-أ-1- التكرار: إظهار عدة صور للشيء نفسه سواء في جانبه اللفظي او اللغوي، مثال، تكرار ظهور الدال الذي يمثل صورة للقاعة البيضوية كعلامة ايقونية وعلامة لفظية لغوية، في المثال الموالي، وهذا الذي يوحى الى مدلول غائب هو القاعة البيضوية بالعاصمة الجزائر، ويمكن ان نسبي هذا التكرار بالايقنة اللفظية أين تم ايقنة لفظ القاعة البيضوية أي جعله ايقون دال على شيء ما، بالإضافة الى تكرار لفظ القاعة البيضوية من باب التأكيد على انها المدلول المراد تمثيله عن طريق الدال (اللفظ والايقون) صورة رقم 1 تجسد وجه التكرار البلاغي

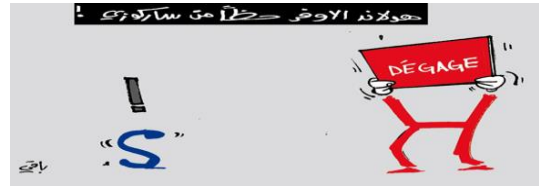


2-أ-2- التشبيه: ويخص الشكل والمحتوى، أي تشبيه الشيء الإشهاري بشيء آخر، مثال: غسيل منزلي يشبه زوبعة بيضاء، وتشبه عملية انطلاق الحملة الانتخابية بسباق رياضي، في الخطاب الذي نشره باقي في جريدة الشروق اليومي يوم 2012/11/06 ضمن الصورة رقم 02 الموالية.



2-أ3- التراكم أو التكديس في الصورة العدد أو الكمية هي التي تقنع، مثال: عرض تشكيلة Renault: منتج لماركة السيارات.

2-أ4- التضاد: يحدث غالبا بين نوعين من التصرفات، كما يكون بتركيب لفظين متناقضين في المعنى او في الشكل، نظرا للتناقض الموجود بين سمات العلامتين التي يبدو الجمع بينهما كأنه تعارض من باب البلاغة، والتي استعان بها للوصول الى تأثير بلاغي بواسطة تناقض ظاهري، فالأساس هنا هو شكل القرابة لا التمثيل، نحاول ان نستدل بالتطبيق على هذه الصورة رقم03.



نلاحظ ان الرسام استعان بهذه التقنية التي تمثل وجه بلاغي حسب راي جاك دوران، اذ نلاحظ كيف انه رسم حرف (H) كبيرا مقارنة بحرف (S) وهذا من باب التضاد، بحيث يشمل على دلالة بلاغية توحى الى الاصوات التي فاز بها هولان مقارنة بساركوزي فالنتيجتين متضادتين (اكثر واقل، اكبر واصغر).

2-أ5- النقيض: أي تكون الحقيقة تختلف عما يظهر لنا، مثال: القارئة الصغيرة التي تلتهم آلات في الواقع هي (Le parisien libre) (جريدة يومية).

2-ب: أوجه النقص أو الحذف

2-ب1- الإضمار أو الحذف: وهي اختصار الجملة في كلمة واحدة أما في الصورة نستعمل المنتوجات Suisse التي لا يمكن إظهارها والتي لا فائدة منها، لذا تعوض بشيء ثانوي، شخص، مدرسة...مثال: إشهار يستعمل امرأة تتركب دراجة، ومثال اخر يمكن ان نستشفه من فحوى هذا الخطاب الكاريكاتوري، اين قام الرسام بحذف احرف من لفظ sarkozi للدلالة فقط عليه، فالحذف هنا اتى على سبيل الاضمار والذي يستعمل كثيرا في مجال الرسومات الكاريكاتورية، والذي له تأثير بلاغي في الایحاءات والدلالة. الصورة رقم04 تجسد وجه الإضمار البلاغي



ب-2 -2- تغمية الكلام : تغمية المعنى تدور حول الشيء الذي لم نقدمه بعد، أو نركّز على: شيء غير مهم، مثال: طاوله أكل فارغة (في هذه الحالة النص هو الذي يحدد الرسالة الإشهارية مثلا)، وكذا بالنسبة للخطاب الكاريكاتوري الموالي، أين قام الرسام بوضع العلامات الايقونية على مساحة الخطاب بطريقة فيها نوعا من الغموض والتغمية. فلولا النص اللغوي المرافق للعلامات الايقونية لما فهم معنى الخطاب أو بالأحرى اتجه إلى معنى آخر، وعليه يمكن أن نقول أن هذا الوجه البلاغي يتطلب دائما حضور الرسالة اللغوية التي تقوم بتدعيمه وتوجيه معناه للغرض المقصود. والصورة رقم 05 تبين ذلك.



ب-2 -3- التعليق : هي تأخير الكلام بواسطة إضافات أو زيادات، في الصورة الإشهارية، نؤخر: بالأبيض cow-boy صفحة بعد أخرى مثال: إشهار عن التلفزيون الملون، يظهر في الصفحة الأولى راعي البقر بالأسود، وعلى الصفحة الثانية يظهر بالألوان.

ب-2 -4- التكتّم أو التحفظ : وهو عبارة عن آلية لغوي يستعان به لإخفاء مداليل قد تكون منافية للأخلاق والتقاليد، مع العلم انه يختلف استعماله من مجتمع الى اخر وذلك حسب الثقافة السائدة، اذ يعتبر من الانواع التي تتحكم فيه المرجعيات، كإشهار حول المنتجات الشخصية أو الخاصة (المحتشمة) وهي دائما نرمز لها بالسحابة ثم نبين امرأة فوق دراجة. مثال: الحفاظات النسائية Always محرّجة، وعليه فالمشهر يلجأ لتقنية التكتّم والتحفظ في عرضه للمضمون.

2-ب-5-تحصيل حاصل : فهو مفهوم لغوي يُدرج ضمن الدرس التداولي، إلا إن الباحث جاك دوران أدرجه ضمن الجدول الذي من خلاله يتم استخراج الأوجه البلاغية من النصوص البصرية، والتي عنى بها تكرار الفكرة نفسها بصيغ مختلفة.

2-ج: أوجه التعويض

2-ج - 1-المبالغة : في الصورة نعتد على التكرار، التسطير وإبراز عنصر بتغييره، مثال: سيجارة تظهر الصورة الأولى أنها صغيرة، أما الصورة الثانية تظهرها وهي مشتعلة وبشكل كبير .

وهو من الأنواع البلاغية ذات الاستعمال المكثف في الخطابات الكاريكاتيرية لأن هذه الأخير من خصائصها المبالغة، وبالتالي فقليل ما نجد رسومات كاريكاتيرية يغيب فيها هذا الوجه البلاغي.

2-ج - 2-الاستعارة : وهي تحويل مفهوم كلمة بواسطة مقارنة تلميحية، مثال: سيجارة أو حذاء نضعه في خزانة للحفظ، فهذا يشير إلى أن الشيء ثمين، وهي من الأوجه البلاغية التي تقوم عليها العديد من النصوص الشهيرة والكاريكاتورية، لما لها من قدرة في التمثيل والاستدلال والحجاجية .

2-ج - 3-المجاز المرسل : وهو من الأوجه البلاغية الذي يعرف العديد من الصيغ، فهو يجسد طرق واسعة تعتمد على عرض شيء مكان شيء آخر، ويتم تفكيك معناه بالرجوع إلى المرجع الذي فيه تم صياغته، ومن صوره ما يلي:

-الجزء يعبر عن الكل: وهنا نقوم بتمثيل دال الذي هو جزء من المدلول، كالمفاتيح ترمز للسيارة، وصندوق الاقتراع أو المصبات الانتخابية ترمز للانتخابات مثلا.

-السبب يعبر عن النتيجة: وهنا نقوم بتمثيل دال يكون نتيجة للمدلول الغائب الذي يستنبط من سياق الكلام، كالحروف يرمز للصوف، والبقرة ترمز للحليب، والانتخابات ترمز للديموقراطية.

-النتيجة تعبر عن السبب: كالعين ترمز للتلفزيون .

2-ج - 4-المفردات التلميحية أو الكناية : تعرض الشيء وهي العملية العكسية المقصود، كاستعانة باللون الأحمر كناية عن الدم، أو الاستعانة بالخريطة كناية عن الدولة صاحبة الخريطة.

2-ج - 5-التورية : وهي أسلوب أدبي بديع، يُقصد به لفظ له معنيان، أحدهما قريب غير مراد والآخر بعيد هو المراد وتدل عليه قرينة وهي الأكثر قلة في الصورة (التركيب يلعب على العلاقة بين المحتوى والشكل).

2-د: أوجه التبادل

2-د-1 القلب: الصورة تعكس ضدها.

2-د-2 التماثل : عناصر متماثلة ومتشابهة أو متضادة، تعين اثنان، اثنان مثال: الماركتان (ازيزس وأومو)

2-د-3 حذف حروف الوصل : كل العناصر الوسطية تحذف ويتم التركيب جنبا لجنب مثال متزلق أو أربعة أشخاص يشربون في شاليه قارورة خمر.

2-د-4 التبدل المفاجيء في بناء العبارة M التعبير المفاجئ في تركيب الجملة، هذه المرة ليست: الجملة مستحيلة من حيث التركيب اللغوي ولكن الصورة مزيفة، مثال: فتاة جميلة، تبحر داخل قارورة عطر.

2-د-5 التناقض، المعارضة : هذه الصورة لبعض المستحيلات المتناقضة، سيارة صغيرة لكنها: تقوم بخدمات كبيرة (أصغر سيارة كبيرة).

وعلى ضوء هذا التقسيم، تجدر الإشارة ، أن استعمال مثل هذه الأساليب التعبيرية تتطلب معرفة مكتسبة و مسبقة، فالصورة البلاغية مبعثها اتفاق جماعة ما حول فكرة أيقونية أصلية استوعبتها هذه الجماعة فأصبحت بالتالي نموذجا اتصاليا متفقا عليه، كالاتفاق على اشارات المرور فهي ايقونات تؤدي مفاهيم جماعية سعت الجماعة على تثبيتها.

3. الصور البلاغية الأكثر استعمالا في الفن الكاريكاتوري: نذكر منها:

3-أ- الرسم باستعمال الظلال: تعني هذه الصورة البلاغية بتحديد شكل الشخص أو الشيء عن طريق الخطوط. فتحصل على أشكال مهيكلية بخطوط وداخلها أو محتواها شاغر أو ملون بالأسود. حيث نلاحظ غياب التفاصيل الداخلية للشكل المرسوم. فتعتبر بالتالي حذف كامل لمحتوياته الداخلية.(Groupe U , 1992).

3-ب- التشويهمات الهندسية: تتمثل هذه الصورة البلاغية في عملية إحداث تشويه يمس عنصر أو مجموعة من عناصر تدخل في تكوين الدال بشكل يجعلها تبدو جلية وتجذب الأنظار، مقارنة

بالعناصر الأخرى الممثلة لنفس الدال، فنجد مثلا البطون المنتفخة، التقزيم، التضخم، ذقن مرسوم بشكل مبالغ فيه. إن الغرض من هذه التشوهات الهندسية هو الهزل والسخرية من الشخصيات الممثلة وتمير رسائل جدية ودلالات عميقة ومعاني خفية، ذلك أن الهزل ظاهره هزل وباطنه جد. (صيفي الدين الجلي، 1989).

3-ت- استعمال الجزء أو عنصر لتمثيل الكل: مثلا رسم سقف يعبر عن كل المنزل، وعلى حد تعبير "Claude Fozza" تجزئة الواقع، هي تمثيل صغير لواقع كبير (Jean Claude Fozza , Anne Marie Carat, 2003). لذلك نلاحظ الاستعانة المفرطة بهذا الأسلوب التعبيري في الصور الأيقونية. فنجد مثلا تمثيل فرنسا ببرج إيفل.

3-ث- الحذف: وهي حذف لبعض عناصر الاتصال قصد جعل المتلقي يركز على ما هو محذوف. ونجدها كثيرا في عناوين الصور الكاريكاتورية أو حتى في الرسائل الواردة في الفقاعات. فهي تحفز القارئ على التفكير لإيجاد ما هو لإتمام المعنى.

3-ج- التكرار: تكرار لكلمة أو مجموعة كلمات، القصد منها الإلحاح أو التأكيد على فكرة ما، أما على مستوى الأيقوني فيقصد بها تكرار لنفس العنصر أو الدليل للتأكيد على فكرة ما، كرسم صفحة كتاب يحتوي على صفحة كاتب أو لقطة فيلم داخل فيلم.

3-ح- تقنية التشخيص: والتي تعني إضفاء صفة الكلام على الحيوان أو قول شيء على لسان حيوان (Pascal Vaillant, 1999) ، فنجدها في رسومات الكاريكاتوري أيوب الذي يعتمد على الحيوانين القط والفأر في صياغة رسائله الفنية من أجل تمرير دلالات معينة.

من بين أهم النتائج التي توصلنا إليها بعد القراءة التطبيقية للخطابات الكاريكاتورية في جميع جوانبها المعرفية، أن مكوناتها تتمحور في الغالب على مفاهيم خاصة كالاستبدال والتكرار والسخرية والتهمك والبلاغة الحجاجية، وأن الخطاب الكاريكاتيري تحولت فيه الخاصية التمايزية له إلى أداة اقناعية حجاجية قائمة على عدة أساليب لغوية وبلاغية.

ختاما نقول أن مقارنة الخطاب البصري في مستواه الكاريكاتوري تنطلق من رؤية تأخذ بمعظم فرضيات وإنتاج الأبحاث الخاصة في شكل صيغة إنتقائية توليفية، يشترك الخطاب الكاريكاتوري مع عدة انساق أخرى، بعضها إيقوني وبعضها يظهر في الرسائل غير الأيقونية، ومن ثمة فإن القراءة تبتغي لنفسها الطابع السيميولوجي ما يحتم علينا ضرورة معالجة متكاملة لكل

بنيات الخطاب الكاريكاتوري سواء في مستواه الحجاجي الخالص، أو في مستواه البلاغي المنمق. ومقاربة "جاك دوران" للخطاب الإشهاري بلاغيا هي من الدراسات والبحوث التي ساعدت على نقل المفاهيم البلاغية إلى المجال البصري ومن ثمة ساهمت بإمداد السيميولوجيا بأدوات تحليلية إجرائية جديدة تساعد على القبض على المعنى وتمظهره في الأنساق البصرية، وبهذا التحليل لم يستثن أي نسق بصري من هذه المقاربة.

كما يمكن أن نشير إلى مساهمة الباحثة كبريات أوركيوني وتوسعها في المجال البصري البلاغي وخاصة في مجال الإستعارة بأنواعها، ومساهمة الباحث ميشال لوقرن دائما في المجال الإستعاري. وعليه لا تخرج طبيعة المسألة السيميائية المتناولة للخطاب الكاريكاتوري في الأصل عن مكونات اشتغال الخطاب البصري والسيميائيات العامة إذ يستعين كلاهما بأدوات التحليل المستمدة من العلوم الإنسانية.

4. الهواميش

1. سعيد بنكراد، السيميائيات ومقصدها، مجلة بحوث سيميائية، ع3، جوان 2007، ص179.
2. صلاح فضل ، بلاغة الخطاب وعلم النص، سلسلة عالم المعرفة، (الكويت : المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، العدد 164 ، 1992)، ص28.
3. امينة رقيق، بلاغة الخطاب المكتوب في الصورة، رسالة دكتوراه علوم في علوم اللسان العربي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014، ص146 .
4. Jacques Durant, **rhétorique et l'image publicitaire**, in communication, n15 , 1970, p71.
5. *ibid.*, p73
6. *Idem*
7. *Ibid*, p72
8. Groupe (u), **traité du signe visuel ,pour une rhétorique de l'image ,la couleur des idées**,(Paris, édition du seuil.1992),p304.
9. صيفى الدين الجلي : شرح الكافية البديعية في علوم البلاغة وحسن البديع، (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1989)، ص 88
10. Jean Claude Fozza, Anne Marie Garat , Françoise Parfait : **petite fabrique de l'image** , (Paris, édition Magnard, .2003),p19
11. Pascal Vaillant : **sémiotique des langages d'icônes** ,(Paris, Honoré Champion, 1999),p166.