

عن حاجية الصور البلاغية

مارك بونوم Marc Bonhomme

كميلة زعيم

كلية الآداب واللغات، جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة ، zaim.kamila@yahoo.com

تاريخ القبول: 2019/03/24

تاريخ المراجعة: 2018/05/02

تاريخ الإيداع: 2018/01/08

ملخص

إنّ الاهتمام بالصور البلاغية ليس جديداً، لكن المنظور التداولي الحديث المعتمد في مقاربتها والنظر فيها هو ما أهتم به في هذا المقال الذي أترجمه لمؤلفه مارك بونوم، والذي يشتغل فيه على تعميق العلاقات أين يتقاطع البلاغي مع الحجاجي التصويري، فيثبت أنّ الصور بلاغية بشكل أساسي وبصفة جوهرية، وتكون لها وظيفة حاجية وذلك في ظل ظروف معينة، ممثلاً بالوظيفة الحجاجية للمجاز المرسل في الخطاب الإشهاري ويخلص في الأخير إلى خصوصيات هذه الصورة في هذا النوع من الخطاب، والتي تسهم بشكل إيجابي في نجاح الحجاج التصويري.

الكلمات المفتاحية: حاجية صور، بلاغة تصويرية، مجاز مرسل إشهاري، تبيين.

Argumentativity of Figures

Abstract

The attention paid to rhetorical figures is not new, but the modern pragmatic perspective adopted is what we emphasize in this article by Marc Bonhomme which I translate. Bonhomme is interested in deeping the relations between rhetoricity and figurative argumentation, proving that the figures are inherently rhetorical and argumentative under certain conditions. Representing the argumentativity of the metonymy in the advertising discourse, he concludes by the specificities of this type of discourse which contributes positively to the success of the figurative argumentation.

Keywords: Argumentativity of figures, figurative rhetoric, metonymy in advertising, revaluation.

De l'argumentativité des figures de discours

Résumé

L'attention portée aux figures rhétoriques n'est pas nouvelle, mais la perspective pragmatique moderne adoptée consiste en ce que nous soulignons dans cet article de Marc Bonhomme que je traduis dans lequel Bonhomme s'intéresse à approfondir les relations entre la rhétoricité et l'argumentation figurale, justifiant que les figures sont intrinsèquement rhétoriques et argumentatives dans certaines conditions. Représentant l'argumentativité de la métonymie dans le discours publicitaire, Il conclut par les spécificités de ce type de discours qui contribuent positivement à la réussite de l'argumentation figurale.

Mots-clé: Argumentativité des figures, rhétorique figurale, métonymie publicitaire, valorisation.

1- توطئة:

يتداخل مفهوم البلاغة والحجاج بطريقة معقدة، إذ يتقاربان تارة (حيث يُعدُّ خطابا ما ذا وجهة حجاجية بلاغة)، ويتباينان تارة ثانية (إذ يُنظرُ إلى خطاب ما على أنه بلاغي دون شرط إثبات حجاجيته)، ويتداخلان تارة ثالثة (حين لا يُمثلُ الحجاج سوى أحد أبعاد الخطاب البلاغي). ونحاول في الصفحات الموالية الدفاع عن المقاربة الأخيرة باختبارها على أحد أهم المكونات الحساسة للغة، أين تتداخل البلاغية والحجاجية باستمرار، وهي: صور الخطاب مُرَكِّزين دراستنا على مسألة الحجاج، ونحن ننوي بيان أن الصور دائما بلاغية، وتكون حجاجية في بعض الأحيان، وهذا من خلال ثلاثة منظورات متتالية: تلك التي يقدمها تاريخ الصور نفسه في إطار البلاغة، وما يتيح الفحص النظري للتصوير، والمنظور الأخير موضحا بصورة خاصة، وهي المجاز المرسل في هذه المقال.

2- الوضع الحجاجي للصور في تاريخ البلاغة:

إذا ما لاحظنا تطور البلاغة كتخصص، فإننا نجد هذا التطور يتمحور حول الوضع الحجاجي للصور، وفي الواقع فإنه بعد مرحلة عدَّ فيها الحجاج غير منفصلٍ عن البلاغة التصويرية، فإن البلاغة قد انكفأت على مراكز اهتمام أخرى، لكي تعود وتفتح مجددا على أساليب الإقناع في الآونة الأخيرة .

1-2- حجاجية الصور في البلاغة الخطابية:

شهدت البلاغة الخطابية القديمة التي كانت موجهة لإنتاج الخطابات الجماهيرية والشفوية (السياسية، القضائية...) فترة مميّزة وخاصة، نُظر فيها إلى الصور باعتبار قدرتها على التأثير في الجمهور. تخص هذه الصيغة الحجاجية التصوير بصفة عامة، وهو ما عبّر عنه كينتيليان Quintilien بقوله: "تُسهم الصور في التوصية على قضيتنا بصفة خاصة" (1978:162)، لكن البلاغة الخطابية تجعل من الصور إجراءات إقناعية بصفة أساسية لما تشكّل صورا معينة. وضمن هذا التوجه فإن البلاغة إلى هارنيوس Herennius تُصرّح بشكل واضح بالوظيفة الحجاجية للأليغوريا (*): Allégorie: "إنها تُستعمل في شكل حجة عندما تنشئ بديلاً [...] من أجل التضخيم أو التهوين" (1989:188)، وبالمثل ركز سيسرون Cicéron في "الخطيب" على الاستعارة كأداة حركة قادرة على زعزعة آراء الجماهير والتأثير فيها، ومع ذلك فإن الهدف الحجاجي بالنسبة للبلاغيين الخطابين القدماء مرتبط بالتقنية البلاغية للصور: كلما تم الاعتناء بها بدا الخطاب التصويري أكثر فعالية. على هذا النحو ألح أرسطو في بلاغته على الشروط الخطابية (كالوضوح) والسياقية (كالمواءمة مع الموضوع)، والتي تتحكم في إنتاج استعارة ما، أو إنها ستكون "غير مجدية لجلب الاقتناع" (1991:311).

تمتد هذه المقاربة الحجاجية والخطابية للصور عبر القدم مع تقلبات مختلفة، بالإضافة إلى بلاغيين كتارديف Tardif في القرن 15 م _ الذين عمّقوا الرابط بين الأسلوب التصويري وترتيب أجزاء الخطاب. وقد اقترح تارديف في مؤلفه "الأسلوب الوافي" تصنيفا للصور حسب وظائفها بالنسبة لأجزاء المكونات الحجاجية. من بين ما تتضمنه حسب الاستهلال الذي يتطلب صور التواضع (مثل التورية) لكسب تعاطف وتأييد الجمهور. ويستدعي السرد صور الإيجاز مثل "إيجاز القصر"، وفيما يخص التأكيد فإنها تلتزم صور التحليل على غرار الوصف، الذي يعرض لبّ الحقيقة، وأخيرا الخاتمة التي تستدعي صور الطرُق (مثل التكرار) الذي يؤكد على تجميع الحجج. كما تم اكتشاف تلميحات حجاجية مشابهة معروضة في بلاغات الوعظ والنقابات في القرن 17 م. ومع ذلك فإن حجاجية الصور عرفت مبكرا تزامنا ومنافسة مع توجهات وظيفية أخرى.

2-2- تطور البلاغات التصويرية غير الحجاجية:

نظرا للتصورات التي فضّلت منذ القدم البلاغية التخيلية للخطاب التصويري على آثاره الإقناعية، والتي ستمتد حتى القرن 20 م⁽¹⁾، فإنه قد تطورت البلاغات التصويرية غير الحجاجية بفقدان النزاعات السياسية والقضائية من البلاغة الخطابية وتوجّهها الأدبي المتصاعد. وكان لهذه البلاغات التصويرية توجهان كبيران.

وصُفّت الصور في إطار البلاغة ذات التوجه العاطفي بحسب قوة صياغتها العاطفية بصرف النظر كلياً عن أي إقناع. يُمثّل مُصنّف "البديع" لبسودو لونجين Pseudo-Longin (القرن الأول) شاهداً مُعبّراً عن هذه المقاربة التصويرية. تُقاسُ الصور في هذا المصنّف بصفة أساسية من خلال تحفيزاتها وآثارها العاطفية، لإبراز رفعة مؤلفها وإثارة شغف المتلقين. ونجد نفس الوظيفة العاطفية في البلاغات العاطفية لاحقاً، مثلما هي عند لامي Lamy في القرن 17 م، أو دروز Droz في القرن 18 م.

ونُظِرَ إلى الصور حسب توجه بلاغي آخر غير حجاجي من خلال بُعدها الزخرفي. نلاحظ هذا المفهوم التصويري في القدم عند هارموجين Hermogène في "فن البلاغة"، حيث تناول الصور انطلاقاً من جانبها الجمالي في سياق الفئات الأسلوبية العشرين للخطاب التي أحصاها. وبالنسبة لهارموجين فالصور يُنظر إليها خاصة كوسيلة يتألق بها المؤلف، وكصدر لتحسين الخطاب. وازداد هذا القصر على هذه الصفات التي تتطوي عليها الصور مع البلاغة المسماة (مُختزلة) التي ظهرت في عصر النهضة، ترتّب عنه تراجع لدراسة الصور ليس فقط على جانبها الجمالي، لكن على مكوناتها الشكلية، مثلاً اقتصرت بلاغة فوكلين Fouquelin في القرن 16 م على أوصاف تصنيفية قصيرة لأسس المجاز ولصور أخرى كثيرة، سواء أكانت صور "الإلقاء" أم "الحكم" (1990:397). وإذا تجاوزنا بعض القرون فإن مؤلّف صور الخطاب لفونتانيي Fontanier شكّل مصدر البلاغات التصويرية التي يهيمن فيها الشكل مع تصنيفاته الدقيقة وتحليلاته المتأنية حول نسيج كثير من الصور. تضمّن مؤلّف فونتانيي بعض التعليقات المقتضبة حول البعد الإقناعي للصور لكنها هُمّشت على خلفية تطوراتها.

2-3- اهتمام جديد وحديث لحجاجية الصور:

عقبَ هذا التراجع للبعد الحجاجي للصور، نشهد في المقابل منذ نحو خمسين سنة تجديداً في البلاغة، كما كانت تماماً عند أرسطو أو سيسرون بإعادة التحامها بالحجاج. مثّل كلّ من شايم بيرلمان، وأولبريخت تيتيكاه Perelman & Olbrechts-Tyteca (1988) محورَ هذه العودة إلى المصادر في "مصنّف في الحجاج" الذي يحتوي إسهامين على الأقل فيما يخص الصور. من جهة بإعلان أهمية الإطار الحجاجي في مؤلّفهما، يقابل هذا المؤلف بين الوظيفة القوية للصور الحجاجية وبين الوظيفة الضعيفة لصور الأسلوب، حيث يبرز الفرق من خلال السياق. ومن جهة أخرى يُثبت كلّ من بيرلمان وأولبريخت تيتيكاه بإدخال عدد كبير من الصور في تصنيفاتهم للحجج وَضْعَهَا الحجاجي، من بينها التكرار المؤسّس على (الحشو) الذي أخذ مكاناً ضمن "الحجج شبه المنطقية"، وتُصنّف الأليغوريا ضمن "الصلات التي تؤسس بنية الواقع"، وكذلك يدخل الإراداف الخلفي بسبب الفصل الدلالي الذي يخلقه، ضمن عائلة "الحجج بواسطة فصل المعطيات".

بيّنا في إثر بيرلمان الدور الحجاجي للصور مُتَبِعِينَ كذلك اتجاهات عدة، خاصة روبول Reboul (1991)، وهو من بين الأوائل الذين اهتموا بصورة الإيتوس Ethos، مثل اتهام الذات، والتي بواسطتها ننتقص من ذاتنا لكسب تعاطف الجمهور. كما بيّن روبول بطريقة جذرية أكثر من بيرلمان دفاعه عن فكرة أن الصورة لا تكون بلاغية إلا إذا كانت حجاجية، بحيث أقصى بلاغية الصور الشعرية، والتهكمية أو المعجمية. وقد أشار بلانتين

Plantin معارضا هذا التصور إلى تماثلات بين الميادين الحجاجية والجمالية، مُسجلاً بأن الإجراءات الحجاجية المؤسّسة على منطق الأضداد "ليست مختلفة عن الآليات الشعرية التي تسمح بإنشاء الطباق [...] أنثربولوجيا إذ إنها فقط تتركها دون صوت" (1993:492). ومن جهتها فإنّ أموسي Amossy وهي تنتقد المقاربات المغرقة في المعرفية للحجاج مُتموضعة في مواجهة الآراء التصنيفية، تؤكد على علاقات صور مختلفة، مثل الاستعارة أو السخرية بالباتوس pathos كما اللوغوس logos.

في ختام هذا العرض السريع، وحتى ون لم يتضح الخط الفاصل بعدُ جلياً بين بلاغية وحجاجية الصور⁽²⁾، نرى بأن هذه المقاربات _ مثل مقارنة هارموجين أو فولكلين _ تستطيع أن تدعي بأنها بلاغات دون كونها حجاجية⁽³⁾. على عكس التصورات الحجاجية للصورة، مثل تصور أرسطو أو سيسرون فإننا نفترض مسبقاً بأنها بلاغات بصفة عامة.

3- من البلاغة إلى حجاجية الصور:

من المهم الآن التعمق من الناحية النظرية حول: كيف أن حجاجية الصور لا تُشكّل إلا أحد أبعادها المهمة قطعاً، وتتطور استناداً على أساسها البلاغي.

3-1- بلاغية جوهريّة:

خلافاً لروبول الذي أسند البلاغية للصّور فقط إذا كانت حجاجية، ندافع نحن عن فكرة أن بلاغية الصّور هي جوهريّة، ومهما كانت استعمالاتها الخطابية. ماذا نقصد من "بلاغية جوهريّة" للصّور؟ إنها تتمثل بشكل أساسي كونها أشكال معاني مفردة تنشأ في انتشار الخطابات وتزيد من أدائها أثناء التبادل اللفظي. وبتعبير آخر إنّ الصور هي "من البلاغة" من حيث إنها تشكل إجراءات تعبيرية مُستَمرة من قبل الأشخاص المتواصلين والتي تجعل الإنتاجات اللغوية أكثر فعالية، وبأكثر دقة تتميز هذه البلاغية التصويرية بثلاث خصائص:

1- على مستوى الملفوظات، تظهر الصّور كمتغيرات بارزة تلعب على مرونة اللغة، والتي تبرز خلف المقصد المتكون من كل عملية تواصلية. إذا ترافقت هذه البروزات التصويرية عادة بعدم تناسق ترابطي لن نكون بصدد الحديث عن انزياح بشأنها بقدر ما تندمج في التوظيف العادي للغة.

2- علاوة على هذه الخاصية الظرفية لكل بروز لها، لا تكتسب الصور خاصيتها التصويرية إلا على مستوى أعمق من جانب لساني نفسي. يجب أن تملك بروزاتها صدى معرفياً والذي يجعلها نموذجية بالنسبة للمتغيرات الحرة الأخرى للخطاب. هذا الصدى المعرفي للصور له في نفس الوقت صلات مع تواتراتها في الممارسات اللغوية، تحولها إلى نماذج خطابية قادرة على التحديث إلى ما لا نهاية على مستوى الملفوظات مع محتويات فردية في كل مرة. تكمن كل تصويرية اللغة في هذا التوتر بين الفردية وبروزاتها السطحية وبين عمومية النماذج التي تستند إليها هذه البروزات.

3- يشرح البعد النموذجي للتصويرية قوتها الوظيفية في الخطاب. من جهة تساهم في التّعليم على الملفوظات وحفظها، وتستطيع من جهة أخرى بفضل تكثيفها الإخباري التأثير على مسار التواصل، وهذا من خلال بعض الوظائف، حيث تهيمن خمس منها:

أ- وظيفة جمالية عندما تشارك الصور في أسلبة الخطاب، ترتكز هذه الوظيفة الجمالية على عدة عوامل كشف عنها التقليد البلاغي: المسافة الدلالية، والمحسوسية، والإيقاع، والتناغم البنوي.

ب- وظيفة انتباهية (حسب مفهوم جاكبسون 1963) عندما تُعزز الصّور بفضل بعض العوامل (اللعب على الطرائق التواصلية، والرجوع إلى التضمين، ...) العلاقة بين المرسلين والمتلقين، تهيمن هذه الوظيفة مثلا في الاستفهام البلاغي الذي يهدف إلى تبادل حوار مع المتلقي، حيث هناك طرح لا يستدعي إجابة.

ج- وظيفة عاطفية لما تكشف الصور انطلاقا من تفكك الملفوظات، أو بروزاتها المهمة، أو حيويتها التلفظية ميوّلات منتجها أو توقظ ميوّلات المتلقين، مثلما هو الأمر بالنسبة للصّور المؤثرة " لباتو Batteux (1774) أين يتموضع التعجب والتهديد⁽⁴⁾.

د- وظيفة معرفية وذلك عندما تُتمّي الصور معرفة المتلقين من خلال مختلف المؤشرات (مؤشرات مفهومية، والإثراء الموسوعي، ...). كانت تستعمل هذه الوظيفة إلى حد كبير للاستعارة، بحيث ظهرت كإجراء مولد لإنتاج مفاهيم جديدة.

هـ- وظيفة حجاجية، لما تساهم الصور في الإقناع من خلال العوامل التي سندرسها لاحقا، وذلك بالتأثير على قدرات المتلقين في أخذ القرارات وبغية تغيير سلوكياتهم، عندما ينجح إقناع كهذا يُترجم بتعزيز معتقداتهم وقناعاتهم.

يجب تسجيل ثلاث ملاحظات فيما يخص هذه الوظائف⁽⁵⁾، أولا وخلافا لتوجّه بيرلمان الذي ثَمّن البعد الحجاجي للصور مقارنة بالبعد الأسلوبي، كل هذه الوظائف التصويرية لها مبدئيا نفس القيمة، تتميز كل منها حسب الموقف التواصلية أين تتمظهر وتبرز هذه الوظائف. ثم أن هذه الوظائف ليست مقررة قلياً، لكنها تنبثق من إنتاج الخطابات حسب سياقاتها، ووجهات النظر التلفظية للمرسلين. وفي النهاية بعيدا عن الصرامة والانغلاق، فإن كل هذه الوظائف لها القابلية أن تتحد وتتآزر بصفة مشتركة.

2-3- طرائق حجاجية الصّور البلاغية:

لقد رأينا أنه بإدراج حجاجية الصّور في الإطار العام للبلاغة التصويرية، فإنها تمثل أحد استثماراتها الوظيفية مرتكزة على أهداف أو آثار الإقناع. ومن المناسب تحليل شروط وخصوصية الحجاج بالصور بأكثر تفصيل بسبب كثرة تنوعها دون الحديث عن تركيبها الغامضة في بعض الأحيان. ونقتصر على استخلاص بعض أنماطها.

3-2-1- ما هي الشروط لتكون الصّور حجاجية؟

لا تكون أبدا الصور البلاغية حجاجية في ذاتها، ولكن تبعا لبعض العوامل التي تمّدها بقدرة حجاجية، هذه العوامل بصفة عامة هي على اتجاهين.

نذكر سريعا العوامل الخارجية لوضوحها، من جهة فإن أجناسا خطابية مختلفة تسهل بطبيعتها التوظيف الحجاجي للصور، كما في حالة الأجناس النزاعية مثل التشهير، وأجناس مرتبطة بالقول الجماهيري، كالخطاب السياسي، لكن الصور قادرة على تبني دور حجاجي في أنواع نصوص تبدو بعيدة عن الجدل والفعل الإقناعي، لننتأمل في بعض القصائد الغنائية " حشرات" لدو بيلاي Du Bellay، أين تدعم الأضداد حجاجا يدعو القارئ إلى استنتاج المخرج غير العادل بالرغم من مزايا الشاعر.

من جهة أخرى السياق الخطابي، سواء أكان ثقافيا اجتماعيا أم تاريخيا يمكن أن يُلَوّن حجاجيا صورة، مثلما لاحظها مايير Meyer (1993)، هذه الصّور لها القابلية لاكتساب وظيفة حجاجية في مواقف الخلاف والتوتر، علاوة على ذلك فإن التوضع التلفظي للبات له كذلك أن يؤثر حجاجيا على أقواله التصويرية، خاصة أفعال

الكلام المتمركزة ذاتيا (تبرير، دفاع)، والمتمركزة خارجيا (نقد، اتهام)، فإنها تمنح دائما أثرا حجاجيا على إبداع وخلق الاستعارات. يكفي أن نقرأ كتيّب لسيلين Céline المعنون "رجرجة الجرة" ضد سارتر لإقناعه.

إذا كانت الشروط السياقية تهيء الصور البلاغية لتكون لها قدرة إقناعية، فإن هذه الصور تأخذ بصفة أساسية حجاجيتها من عوامل داخلية، اثنين من بينها هي أساسية: توجيهها، وقوتها التلفظية. يتعلق التوجيه بالتراتبية والوجهة المدفوعة من قبل مكونات الأنماط التصويرية، وهي جد متنوعة، قد تكون تلفظية (التمحور حول المتلقي، مثل الالتفات الخطابية)، تركيبية (توجيه للقول حسب نمط تطوري تصاعدي أو تراجع لصور التدرج)، عاطفية (حسب المتعة - اللذة أو الانزعاج، على غرار انتقاص الذات).

وتوجيه الصور له دور مهم عندما يكون الأمر متعلقا بكسب تأييد متلقي الخطاب بحيث يذهب في الاتجاه المرغوب فيه للمرسل، نأخذ حالة التشبيه، حيث يسلط عديد من المحللين الضوء على التوجيه المتأصل وقدرة تحويل معنى الحجاج بفضل هذه الصورة. في الواقع "تقابل عدة أمور من أجل تقييمها الواحد مقارنة بالآخر" بيرلمان وأولبريخت تيتيكاه Perelman & Olbrechts-Tyteca (1988:326). يمكن أن نوضح هذه الوظيفة بمثال مأخوذ من افتتاحية لفرانسواز قروس François Gross مُعلّقا على التفجيرات الأمريكية على العراق 1998: "في هذا القضية تصرف الو. م. أ مثل رجال الشرطة الفاسدين (des ripoux)" (جريدة لوتون Le Temps _ 19-12-1998). يرجع الأداء الحجاجي لهذا التشبيه إلى التوجيه المسجل في مكوناته الموضوعية والبنوية. على المستوى الموضوعي، المشبه به (مثل رجال الشرطة الفاسدين) المستعار من ميدان الفعل البوليسي الفاسد يُدني حجاجيا المشبه (الو. م. أ) من أجل استخلاص نتيجة سلبية عند القراء: [إذن الو. م. أ يجب أن تدان]، وتقرض التراتبية على المستوى البنوي بين المشبه والمشبّه به فيودا شكلية على معنى النتيجة المنشودة. يدفع تقرير التسوية بأداة (مثل) في ملفوظ فرانسواز قروس الموضوع بين الو. م. أ ورجال الشرطة الفاسدين القراء بكل بساطة إلى استخلاص نتيجة سلبية حاملة في الوقت نفسه مدى استهجان المرسل الملموس (ما فعلوه هو كارثة) نظرا لما تحيل عليه الدرجة الأعلى للمقارنة (بطريقة أسوأ من). مهما يكن فإن التوجيه في التشبيه، وانصهاره مع البنى الموضوعية يمدّه انطبعا صارما جعل لجلب الإقناع.

ورغم أن القوة اللاقوليّة [الإنجازية] للصور تتدخل في جميع مستويات وظائفها، فإنها تتعلق قبل كل شيء بقدرتها الإقناعية من قبل المحللين، تنبع هذه القوة عادة من القيمة الجوهرية لبروزاتها. كذلك يرفع التوتر التلفظي الجلي للمبالغة مستوى النطاق الحجاجي للخطاب. بوضعه من بدايته إلى النهاية على سلم تقييمي، فإن هذا التوتر يُنتج "حججا مبالغا فيها" والتي تُعزّز المعتقدات (بيرونودوني Berrendonner، 1981). يوضح هذه الآثار مقتطف من "أتهم" لإميل زولا Zola، حيث القصد هو دحض اتهامات التآمر مع الألمان التي وُجّهت ضدّ القائد درايفوس Dreyfus في 1984:

"آه، لا شيء من هذا الاتهام؟ أن يكون رجلُ مداناً بهذا الفعل هي معجزة في الإجحاف (الإثم). أنا أتحدّى الشرّفاء أن يقرّوه دون أن تقفز قلوبهم من السخط، ويعلنون تمردهم، مُفكرين في التكفير المُزايد عليه هناك في جزيرة الشيطان" (زولا Zola: 1988: 101)

يستنكر زولا Zola هنا سيناريو قضائيا فاسدا، مؤسسا على المفارقة بين العناصر الواهية المستعملة ضدّ درايفوس Dreyfus، وبين ثقل الحكم الصادر في حقّه. لأجل هذا يتبنّى إستراتيجية حجاجية قصوى مبنية على المبالغة التي تسمح معرفة السياق بقياس مداها: حجم فعل الإدانة يصبح "لا شيء"، (مقابل) إجحاف الحكم الذي

ترتب عنه، تمخّضت عنه صياغة فائقة "معجزة في الإجحاف _ الإثم"، سنوات السّجن التي أُدين بها درايفوس Dreyfus وُصِفَتْ كأنّها "تكفيرٌ مُزَيّدٌ عليه". تُعْظَمُ هذه المُبالغات بفضل طابعها المُناقم نفسه المُلازم للباتوس pathos تضارب السيناريو المُجرّم إلى أن يجعله عبثاً. عبثية كهذه تهدف إلى التحريض في نطاق تمرّد "الشرفاء" المُبالغ بشأنهم أيضاً (تقفز قلوبهم من السخط) من شدة الظلم المُستنكر.

تبدو القوة الحجاجية للصّور أقلّ ثباتاً عندما يتعلّق الأمر بتلقّيها. هذا ما يحدث مع التّورية التي تبدو مُخفّفة للوهلة الأولى، لكن نرى آثارها الإقناعية تزداد حينما يتمّ تأويلها تصاعدياً عند مُتلقيها. نستطيع أن نواجه في التفاعلات الدبلوماسية أمثلة كثيرة عن هذه القوة الحجاجية "المُوجّلة" التي تميّز التّورية، لكن باستقلالها عن السياق تُظهر التّورية صعوبات لتقييم قوة الصّور، التي تتمثّل علاوة على ذلك في طرائق قولها، وفحوى محيطها السياقي.

3-2-2- خصائص الحجاج التّصويري:

تتسم الصّور البلاغية بعدة خصائص تُعزى إلى خصائصها البنيوية مقارنة ببقية الإجراءات الحجاجية الأخرى، وبخاصة مرتبطة ببعض الصّور، هذه الخصائص على ثلاثة أنواع.

تُسمّيه صور مختلفة في آثار التحيين (جعل القضية قائمة)، والتي من شأنها أن تجعل الحجاج أكثر قرباً من الجمهور، وبالتالي الإفادة بجعله مقبولا، يحدث هذا مع "الوصف المؤثر" الذي يعمل على مسرحية الحجة (روبريو Robrieux 1993) (6)، أو مع "صور الحضور" المُشار إليه من قبل بيرلمان وأولبريخت تيتيكاه & Perelman Olbrechts-Tyteca (1988)، حيث الصّفة الأساسية هي رفع الإحساس بالقرب من المُتلقي. تتموضع من بينها "الإجازة" (*) التي تُراكم مكونات موقف ما لتجعله أكثر حياة، حيث التعبئة الزمنية، مثلما هو الأمر في هذا المُقتطف من الخطاب حول الاستعمار لسيزار Césaire الجستابو les gestapos (الشرطة النازية السرية) منشغلون، السجون تمتلئ، الجلّادون يخترعون، ويُعدّلون، ويتحدّثون حول الأعمال الشّاقة (1989: 11_12). أعطى سيزار Césaire بفضل استعمال الأفعال في الحاضر بدل الماضي المُنتظر، المُتلقي الوهم بالمشاركة في حدث ممارسة التعذيب، والتي لم يتمّ سوى استدعائها فقط، وهو ما يُعزّز استهجانها الثقافي والعاطفي للانتهاكات الاستعمارية الواردة .

يتأتّى أثر الحضور مع المجازات من خلال تصويرها الشّائع⁽⁷⁾، المُعرّف بأنّه القدرة على خلق _ بواسطة كلمات محسوسة _ صور ذهنية مشتركة بالتجربة التي مرّ بها المُتلّقون. ينشر تصوير كهذا بإدراجه في سياقات حجاجية أحكاماً مختلفة قيمية تفرض نفسها بأكثر أهمية للجمهور الذي يندمج مع الحقيقة الحسية للصّورة. دون الحديث عن الرّمز، فإنّ الأثر الحجاجي للتصوير مرتبط دائماً بالاستعارة مثلما هو الحال في عنوان مقال باريس- ماتش Paris-Match (اليوم 10_07_1997) الذي يتناول عنف الملاكم مايك تايزون Tyson Mike ضدّ خصمه إيفاندر هوليفيلد Evander Holyfield، حيث انتزع جزءاً من أذنه، وهو يقضمها إلى أن أدماه: "تايزون بيتبول الحلبة"، هنا صورة الحامل phore (بيتبول) تتموقع على خطّ المعلومة المرسلّة من قبل المقال التالي: تايزون ملاكم عنيف، لكن أكثر تحويلاً (استعارة) لتايزون في شكل إنسان _ كلب، هذا التمثيل بالصّور يختار النّمودج المثالي للأكثر عنفاً من داخل عالم الكلاب، والذي تحوّله إلى حقيقة في حجة ضدّ السّلوّك الرياضي غير المقبول لتايزون. تجد هذه الحجة صدقاً مباشراً عند الجمهور، وذلك فقط بسبب هجمات كلاب البيتبول التي وقعت في فرنسا في تلك الفترة.

تتميز الصور أيضا بفضل ما يشوبها من غموض، وهو مصدر اللبس على قيمة الحجاج ذي الصلة، يولد هذا الغموض أحيانا من عدم صرامة بعض الصور، حتى وإن كان المتلقي مدركا لقدرتها الحجاجية، والتي من الصعب تحديدها بدقة، نظرا لأنه يركز على عناصر متناقضة، أو لأنه غير مُحتمل من قبل المتلقّط، كما في حالة السخرية. لاحظ بيرونونوني 1981 Berrendonner ازدواجيتها الحجاجية المركبة، أين تُقدّم في الوقت نفسه ودون إعلان ذلك حجتين متعاكستين التوجّه على أنهما صحيحتان (يقدم بشكل صريح (في الظاهر) حجة، ويُمَرّر ضمناً الحجة المُعاكسة)، ما يجيز المناورات الأكثر تعاضاً.

ترجع ضبابية الصور بشكل أساسي إلى إخفاء حتى الجانب الإقناعي، خاصة عندما تكون معجّمة في صلبها. شدّد لوقرن Le Guern وهو قويّ الملاحظة (1981) على الصفة الغامضة للصور المعجّمة: تشكيلاتها المألوفة والمدمجة في اللغة لا تمنعها من نقل مواقف تعمل على نحو فعال أكثر من كونها مُوهبة، ومُعَرّضة للنسيان. وبفضل ذلك فإنّها تحتاج دون أن يبدو أنها تفعل ذلك، ما يجعل من الصعب دحضها.

تملك الصور في الأخير قدرة على الاختزال، ويفضلها تقبل إجمالاً بمجموعة من الحجج المختلفة. هذه القدرة على الاختزال الحجاجي تُرجّمت بقوة الجمع لبعض الصور التي تتركّز في الالتقاط نفسه للعناصر المكوّنة، كما لو أنّ علاقتها تنشأ منها بالضرورة. لاحظ هالسال Hallsall (1988) هذه الروابط الحجاجية القسرية فيما يخصّ المُجاورة التي تتسق تصورات غير متجانسة دلاليّاً، إذ تُمرّر في نفس الوقت وبشكل واضح حججا غير متوافقة سلفاً.

ينبع الاختزال الحجاجي للصور كذلك من نزوعه إلى فرض أحكام للقيمة أقلّ من التوسع التبريري، يخصّ هذا التأثير الأليغوريا بالدرجة الأولى حيث سجّلنا الأثر الموجز على الحجاج (شاربونال Charbonnel، 1991، بونوم 1998 Bonhomme). يجلب الإضمار الشائع للمرموز في ظلّ المرموز له المجالات الموضوعية المتصلة بهذه الصورة إلى كيان ضمن حراك مختصر.

في المجل، ومن خلال الخصائص التي قمنا بعرضها، وبعيدا عن دعم التمرّكز الاستدلالي للحجاج، تنجح الصور إلى إخفاء قانون العبور بين الحجج ونتائجها التي تترتب عنها، ما يمنح فائدتين: أنّها تسمح بحجاج سريع، اندفاعياً أكثر منه إقناعياً، إنّها تسهّل السير الحجاجي مُجانسةً مكوّناتها، وطامسةً لكلّ مظاهرها غير المرغوبة.

3-2-3- هل الصور البلاغية دعامات للحجاج أم أشكال محدودة له؟

عندما تشارك الصور البلاغية في إجراء حجاجي، يبقى سؤال أخير يحتاج لتوضيح: وهو المتعلّق بترسيخها في المجال الحجاجي. نرى دائماً في الصور وسائط لسانية حيث يقتصر دورها على نقل حجج موجودة مسبقاً أو خارجية. في وجهة النظر هذه لا تكون الصور سوى طرق تعبير مفضّلة لتمرير القدرة الإقناعية للخطاب، نجد هذه الصيغة الضعيفة التي تجعل من الصور مُساعدةً على الحجاج خاصةً عند روبول Reboul حول الفئات، فهي تُعتبر كـ "وسيلة ممتازة لتقديم الحجة" (1991:135). وبدون شك هناك بعض من الصور تظهر كإجراءات تعبيرية مُعرّزة تواصل أفضل، كما في حالة التقديم والتأخير، حيث يُسلّط تحويل الترتيب الضوء على الجزء الأكثر حسماً في استدلال ما، مثلما هو في مثال هوراس لِدو كورنيلي Horas de Corneille (5. 630): "الب Albe يريد ذلك، وروما " أين يُوكّد سابين Sabine التّصميم الروماني على تشجيع هوراس على الحرب ضدّ الكورياس.

لكنّ النظر إلى الصّور على أنّها ليست سوى دعائم للحجج يطرح على الأقلّ مشكلتين. أولاً تختزل هذه المقاربة الصّور في ظواهر الأسلوب، وهذا ما يُفقرها بدرجة كبيرة. وثانياً لها عيب الفصل الاصطناعي بين الشّكل التّصويري عن محتواه الحجاجي، بينما يُكوّن كلاهما كتلة لا تتجزأ، حيث يُعطي الشكل هو أيضاً استنتاجات ذات طبيعة إقناعية، وهذا واضح مع هذا المضمّر الإشهاري⁽⁸⁾:

المرأة جزيرة

فيجي هو عطرها

جاي لاروش. باريس

(كوسموبوليتان Cosmopolitain، أبريل 1989)

يرتكز هذا الشعار الإضماري في الوقت نفسه على استعارة وعلى محذوفات، ويمكننا إعادة صياغة مساره المتشعب بالطريقة التالية:

القاعدة: المرأة (أ) هي جزيرة (ب)

الحالة الأولى: بما أن فيجي (ج) هي كذلك جزيرة (ب)

الحالة الثانية: بما أن فيجي (ج) هي كذلك عطر (د)

نتيجة: إذن فيجي (ج) هي عطر (د) المرأة (أ)

الدّعمة (المساند): [لأنّ كليهما (أ) و(ج) هما جزيرة (ب)]

ليست الاستعارة والمحذوفات في هذا الإضمار مجرد صيغ خطابية ملصقة على مسار الاستدلال، لكنّها تمثل بصفة جوهرية جزءاً من آليته الإقناعية. فالاستعارة "المرأة جزيرة" هي أساسية لتقديم القاعدة الطرفية التي تؤسّس المسار الاستدلالي مؤدية إلى النتيجة: فيجي (ج) = عطر (د) المرأة (أ). بينما حذف الحالات الدّعمة، هي مباشرة حجاجية، حيث تفرض مباشرة على القراء التسلسل: المرأة - جزيرة فيجي - عطر المرأة - بالإضافة إلى أنّ هذه المحذوفات تقوم بإزالة العناصر الشارحة الأقلّ أهمية التي إذا شكّلت تُضعف وقع هذا التسلسل المعلن بشكل قاطع.

يقودنا كلّ هذا للتفكير بأنّ أغلبية الصّور كي تستطيع الدّخول في حجاج، تكون كلّها إجراءات حجاجية في حدّ ذاتها، ما يجعلها تتجاوز ميدان الأسلوب إلى الإيجاد. حسب هذه الصيغة القويّة نستطيع أن نرى في الصّور أشكالاً مكثّفة للحجج. فالتقارب الموضوعي بين بعض الصّور والمواضع البلاغية التي توصّل إليها أرسطو (1991) تؤكد إضافة إلى ذلك الصلة الوطيدة بينها وبين الحجاج.

كيف لا يمكننا حقيقةً أن نلاحظ العلاقات التي تربط موضع "المتشابه" مع الاستعارة، والخاصّ ب"الأضداد" مع الطّباق، أو الخاصّ ب"الأجزاء مع الأليغوريا؟ بمطابقات مشابهة تشجّع على جعل الصّور موضع نظر في بؤر تمرکز المواضع، من حيث إنّ تواجدها أكثر على سطح الخطاب من المواضع بالمعنى الدقيق للكلمة.

4- دراسة حالة: حجاجية المجاز المرسل في الإشهار

4-1- لمحة عامة:

امتداداً لمناقشاتنا السابقة، نسعى إلى التوضيح بشكل عملي من خلال حالة المجاز المرسل، كيف تكون الصّور البلاغية حجاجية. يحتلّ المجاز المرسل مكانة هامشية في الأبحاث حول الحجاج، إذ تقتصر على التطرّق إلى استعمالها ضمن "الرّوابط الرّمزية" (بيرلمان وتيتيكاه 1988 Perelman & Olbrechts-Tyteca)، أو

على قدرتها على تركيز أحكام القيمة كما عند (روبول 1991) أو سلطتها في الإيحاء بالنسبة (غارد تامين 1996 Gardes-Tamine)، وبلانتين (1996) Plantin هو فقط من اشتغل على مسائل أكثر تفصيلا حول مساهمات بعض المجازات المرسلة في المسار الحجاجي، رغم أن المجاز المرسل بإمكانه أن يشكل عصب الحجاج للأجناس الخطابية، كما سنتبين من خلال مثال الإشهار، حيث الهدف هو الإشادة بالمنتجات وتحريض الجمهور على اقتنائها.

يجد المجاز المرسل على المستوى البلاغي خصوصيته في عمليات التحويلات عن طريق التجاور (من نوع سبب / أثر، مكان / منتج) التي تقيمها بين دورين أو أكثر مترابطين داخل إطار التشاكل الدلالي. ويكون للمجاز المرسل في هذه التحويلات عدة وظائف حسب السياقات: شخصنة مفهوم (اشتر بيكاسو)، تجسيد إجراء مادي، (امتلاك قلب)، الخ. في إطار الإشهار تكون التحويلات ضمن التشاكل الدلالي للمجاز المرسل كليا في خدمة النشاط الحجاجي الخاص بهذا النوع وفق ثلاثة منظورات:

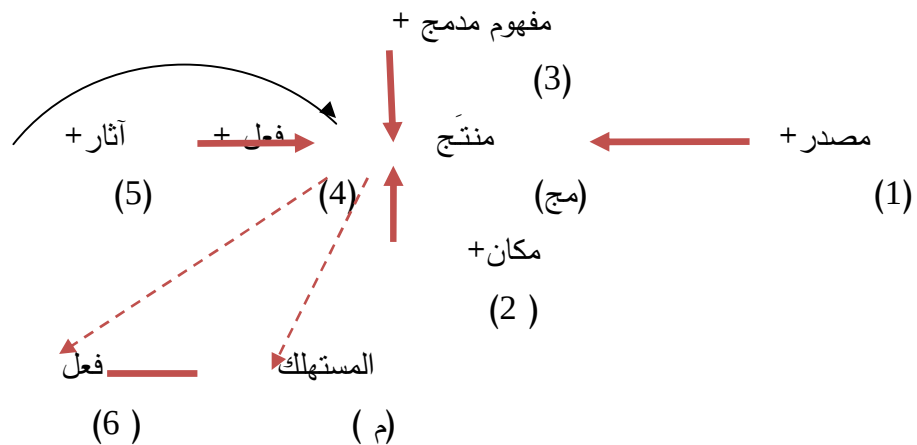
أ- تسمح هذه التحويلات الدلالية للإعلانيين من التحكم بعالم المنتجات المروجة، بطريقة تجعلها مرغوبة لدى الجمهور، وإطلاق عملية شرائه، وبهذا فهي تطور حجاجا بصورة ثابتة.

ب- في هذه الاستراتيجية التي تثمن المنتجات، ليست تحويلات المجاز المرسل فقط دعائم تعبيرية ملصقة على الحجاج، ولكن بتمركزها في الدعاية الإشهارية تظهر كإجراءات حجاجية فعلية، وبأكثر دقة ك"حجج مؤسسة على بنية الواقع" (بيرلمان وأولبريخت تيتيكا 1988 Perelman & Olbrechts-Tyteca)؛ لأنها تؤثر على عالم المادة للمصلحة الاستهلاكية.

ج- في المجال الإشهاري ينتشر حجاج المجاز المرسل حسب انسجام تداولي كبير، متمحور حول المنتج ومستهلكه كما يظهره من الآن المخطط التالي:

الصورة 1

الصورة 1



4-2- المجاز المرسل والتثمين الكامن للمنتج:

في زيف جدلي، يُثمن المجاز المرسل المنتج قيد التعزيز من خلال جوانبه الوصفية الأكثر إفادة. يتضمن تثمين متأصل مماثل قدرة إقناعية لا يُستهان بها، باختياره الأنماط الاجتماعية والثقافية الملزمة التي من شأنها أن تجلب تأييد الجمهور حسب توجهين قيميّين.

4-2-1- تجنيس المنتج (إضفاء جنس الطبيعة):

وفقا لأنظمتنا القيمية الحالية، والتي تفضل منتجات الطبيعة الضامنة للصحة والأصالة، نرصد عدة مجازات مرسله تُجنس (تضفي جنس الطبيعة) على المنتجات الإشهارية بعدة تحويلات من التشاكلات الدلالية. الرؤى المرجعية (مصدر) وضعت خصيصا للمساهمة من أجل الحاجة لصالح المصدر الطبيعي للمنتجات. تحويل المجاز المرسل مصدر + / منتج (1 / مج) يحيل على سبيل المثال إلى المصدر النباتي لمحاليل الشعر: من أجل الحصول على شعر جميل، ضعوا الميرمية، البقدونس، حب الرشاد، العلقم (الشيخ)، والقراص الأبيض كيرزو KERZO. مقوي الشعر 100 بالمئة نباتي (فرنسا - مجلة فرانس سواغ France-Soir، 6-11-1982).

في المجال العقاري هيئت المساكن الثانوية المروج لها بإيجابية إطارها الطبيعي، تبعا لتحويلات وسط+/منزل (2 مج). تخص هذه الحالة إعلانات المساكن المتواجدة في الجنوب الفرنسي المميزة بمحيطها الشمس: احجزوا شمسكم بإرسال هذا السند إلى إيتالو ببيرسانتي ITALO PIERANTI. ابتداء من 196000 فرنك في لافندو، بيوت صغيرة بروفنسية، من غ. 1 حتى 3 غ. (مجلة لو فيجارو Le Figaro، 6-11-1992)

تستقطب حالة كهذه حجاجا بالقيم، من حيث إنها لا تعرض على الجمهور منتجا هندسيا محددا، لكن مجموع مجال قيمي بدلالة رمزية في مجتمعنا الترفيهي.

4-2-2- عالمية المنتج:

تدعي المنتجات المعروضة في الأسواق عادة بقيمتها العالمية في مجالها التجاري، بغية استبعاد المنتجات التنافسية، وأنها تهم غالبية المستهلكين المحتملين. يستعمل الحجاج الإشهاري تقنيات عدة متكاملة، مثل توظيف صيغة التفضيل، أو أساليب القصر. لكن صورة المجاز المرسل المضخمة تستثمر بكثرة لإعطاء المدى الأقصى للمنتجات، وجعلها الوحيدة الممثلة لجميع الأصناف المماثلة. لهذا يهتم الإشهار بتحويلات مفهوم مجرد مدمج / منتج ملموس مدمج (3 / مج)، التي تحول فوائد الاستهلاك إلى ملكيات عالمية، كالجودة (منتج ذو جودة):

ميسترينغ MISTERRING: الجودة بالثمن المناسب

بالنسبة لمسترينغ، الأثاث هو أمر جد هام لاقتنائه

بأريحية.

(جريدة لاميرون Le journal de la maison، جويلية 1991)

4-3- المجاز المرسل وتثمين المنتج بفعاليته:

بعدما تم إظهار الصفات التي ينطوي عليها المنتج المروج له، يزيد النص الإشهاري من فعاليته بوضعه في علاقة ما مع احتياجات القراء المستهدفين. ومن ثمة يكون الحجاج مباشرة أكثر إقناعية، بقدر ما يحفزهم على الشراء بإظهار كفاءات المنتج. لهذا يلجأ إلى المجازات المرسل الفاعلة التي تقدم في التزام معمم - تثمينا عمليا للمنتج، ووعدها بالنتائج يتحول إلى حقيقة.

4-3-1- إبراز الفعل الإيجابي للمنتج:

قد يُحدّد المنتج الإشهاري باسم فعل مُثَمَّن مُبَنِّكَر عادة، والذي يبيّن مفعوله في سياق تقديمه (4 / مج). هذا التعريف بالمنتج بفعاليتها متعارف عليه في إعلانات الكريمات الجلدية: "ليروجال LUROGEL، ماحي الزمن (المرأة العملية Femme Pratique، أكتوبر 1991).

في خطوة حاجية أكثر تأصلاً، إعادة التشكيل الفاعل للمنتج يُضاعف إعادة التصنيفات المعجمية، مصادر اللانحوية، وهو الحال لما توضح التوسّعات الاسمية مجالات كفاءة المنتج في عبارات لا تتشكل إلا عن طريق جوهره الوظيفي:

إنّه يقوم بالواب (*)، يقوم بالورد، إنّ يقوم بالإكسيل، إنّ يقوم بالإيميل، إنّ يقوم بالفايس بوك، يقوم بالانترنت، بالإضافة، إنّ يهااتف؟
وأ 3050 ساجام SAGEM.

(لو بوان Le point. 10-08-2001)

4-3-2- إبراز الآثار الإيجابية للمنتج:

في كثير من الأحيان، يُغربل النصّ الإشهاري المنتج من خلال آثاره الإيجابية (5 / مج)، وذلك بغية تشجيع القراء بصورة إيجابية على الحصول عليه. الإشهار الذي يشير إلى المنظّفات المنزلية يستبق عن طريق المجاز المرسل إيجابية نتائجها العملية في الحياة اليومية: "سيدّ نظيف M PROPRE جدّ لمّاع (المرأة العملية Femme Pratique، 2001).

يتضمّن استباق الآثار النفسية للمنتجات أكثر الجمهور بشكل شخصي؛ لأنّ تفاعلاته العاطفية الممكنة دائماً حماسية حسب الإشهار، فهم وفق المجاز المرسل مبرمجون مع نفس هذه المنتجات:

استأجروا المتعة: فيراري، ب م وجاغوار

ج ك ل، كراء السيارات

(إكسبريس 14L'Express 10-10-1990)

4-4- تكامل المنتج-المستهلك:

يمزج النصّ الإشهاري مرجعياً وإلى أقصى درجة المنتج والمُشتري-المُستهلك المُحتمل الذي يكمن داخل كلّ قارئ. نتعدّى في هذه المرحلة من إغرائه إلى التصاقه الوطيد مع موضوع الإعلان. هذا الإجراء جدّ مُلزم حاجياً نظراً لأنّ الجمهور مُفترض أن يكون مُنضمّاً بطبيعته مرتبطاً بشكل جوهري مع المنتج، ليس فقط وكأنّه اقتناه من قبل، بل وكأنّه أصبح مُدمجاً في عيشه، مُوظّفةً بطريقة مباشرة أو غير مباشرة (شخصية مُمثّلة على الإعلان تقود الجمهور). يعمل مثل هذا الدوّان مرجعياً على مستويين.

4-4-1- نحو المنتج- الفعل للمستهلك:

بدل وصف المنتج إحصائياً، يدمجه النصّ الإشهاري في فعل القارئ-المستهلك القوي (مج / 6). بتوقّفه عن كونه وحدة ثانوية، يذوب المنتج في نمطه الأكثر اعتياداً. هذا الإدماج يتحقّق بتحويل الوضع الظرفي للمنتج إلى واقع فعّال، حسب التحويل المجاز المرسل: المستهلك يتفاعل مع المنتج مستهلك المنتج- تفاعل- من بينها حسب إشهار للألعاب المُوجّهة إلى الآباء-القراء، الأطفال-المستهلكين، الأطفال لا يلهون بألعاب كليبو Clipo (لعب البناء) فقط لكن:

في سن 18 شهرا نبني (*) بأيديهم

في سن الثالثة نبني بمخيلتهم

في سن الخامسة نبني بذكائهم (اكسبريس 27 L'Express -08-1982)

4-4-2- نحو المنتج-المستهلك:

يكون الاتصال بين موضوع الإشهار والزبون المُستهدف أكثر تقدماً لما تمسّ ذات الزبون نفسه، وبوصول النصّ الإشهاري إلى تحديد تام بين المنتج والمشتري-المستهلك (مج. م)، خاصّة لما يتعلّق بمنافع الاستهلاك التي تمسّ الفرد عن قرب، مثل الملابس الداخليّة، كذلك في مجال الجوارب النسائيّة، تؤكّد امرأة في صورة مثيرة بما يكفي: "أنا، إنني وال WELL"، تاركة بعد ذلك الكلام للمُعَلِّن: "الجوارب وال WELL جيّدة وجميلة" (جوغ دو فرانس 7-Jours de France -11-2004).

وفي الأخير يُمثّل المجاز المرسل من خلال تحويلاته البلاغيّة، وبالتحاميّة إحدى المحرّكات لتثمين المنتجات في الخطاب الإشهاري. لا يمكن الحديث بشأنه عن الحجاج الاستدلالي بعرض المعطيات، وإثبات الحجج. في الواقع يتعلّق الأمر بالأحرى بحجاج جذّاب، مُقْتَصِد في الوسائل، مونولوجي (مشهديّ)، إلى الحدّ الذي _ وذلك بفرض تحويلات مرجعيّة مُوجّهة قطعاً _ تترك فيه مجالا صغيرا للدّحض.

5- خاتمة:

من خلال مسارنا في إجراءات الصّور، فإنّه يمكننا التّحقّق من وضعها الحجاجي مقارنةً ببلاغيّتها. وتبيّن أنّ الصّور بلاغيّة بشكل أساسي، حيث إنّها بنى بارزة ووظيفة تشكّل جزءا كبيرا من الإنتاجات اللفظيّة، تستطيع أن تكون سياقياً حجاجيّة لما تدعم في مواقف تواصلية تستهدف إقناع المتلقّين وبالتالي تغيير توجّهاتهم.

ومع ذلك يتميّز الحجاج بالصّور البلاغيّة بشكل مضاعف عن الحجاج العادي. أولاً يتعلّق أساساً بمشروع حجاج، ضمني بقوة، والذي تدين آثاره الإقناعيّة إلى التأثير المباشر للبروزات التصويريّة المُنتجة. وثانياً يُشارك الحجاج بالصّور بوضوح الحجاج بالإغواء حسب مفهوم غرايز (Grize 1981)، استناداً إلى اختزال إجراءاتها، وإبراز الإضاءة الجذّابة واستغلال القيم بدلا من المنطق الصّارم للحجاج بالشرح، ما يطرح مشكل صلاحية مثل هذه الحجاجيّة التصويريّة التي تشترك مع المغالطات le paralogisme في خصائص عدّة: الغموض، وتحريف قوانين العبور، والمسكوت عنه، ... في الواقع، إذا كان يُنظرُ إلى هذه السّمات سلبيّاً في المنظور المنطقي الخاصّ بالمغالطة، فإنّها تُسهّم بشكل إيجابي في نجاح الحجاج التصويري، بل إنّها في الواقع من خلال اللعب بلاغياً مع مناطق اللغة المحدودة فإنّها تُكسبها فعاليّتها الكاملة.

قائمة الهوامش والمراجع:

*- مقال منشور في المجلة الالكترونية "الحجاج وتحليل الخطاب"، "البلاغة والحجاج"، العدد 2، 2009: Marc Bonhomme, «De l'argumentativité des figures de rhétorique» Argumentation et Analyse du discours [En ligne, [2/2009 mise en ligne 01 avril 2009, consulté le 08 mars 2017 URL: <http://aad.revues.org/495>; D OI: 10, 4000 /aad 495.

وموجود ضمن دراسته الموسّعة في كتابه "تداوليّة صور الخطاب":

Pragmatique des figures du discours, Paris, Champion, 2005, Réédité en 2014.

نُدرج ملاحظات المترجم في نمط الترقيم برمز (النجمة)

*-أستاذ فخري في اللسانيات الفرنسية بمعهد اللغة والأدب الفرنسي بجامعة بيرن Université de Berne له العديد من المؤلفات والمقالات.

*-الأليغوريا [التمثيل]: هي صورة بلاغية تتمثّل في التعبير عن فكرة مجردة بالتمثيل لها بشيء محسوس.

- 1- مصدر الانقسام يرجع إلى أرسطو نفسه مؤلف البلاغة والشعرية كذلك، حيث يتم تقييم الصور من وجهة نظر أدبية.
- 2- إلى الحد الذي لا يخلو فيه المسار الخطابي للصور من الإمكانية الحجاجية، أو العكس حيث تعتمد الحجة على عمل صوري للغة
- 3- للاطلاع على مثال حديث للبلاغات غير الحجاجية للصور، راجع كذلك البلاغة العامة لجماعة مو 1970.
- 4- هي صورة تلفظية يهدد بها المتكلم بالحسرة إذا ما أصر على موقفه 4.
- 5- للاطلاع على معلومات وافية عن هذه الوظائف، انظر: بونوم، "تداولية صور الخطاب"، 2005.
- 6- هذه الصورة تدمج القارئ في وصف حساس أو خلّاب، بطمس (تجميع) الفضاء ومسافة السرد.
- *- الإجازة PERMISSION هي "تصويرة [صورة] تسخّط توهم بالإجازة لأحد ما بفعل مذموم لأجل الإيحاء بأنه سيكون قادرا عليه"، انظر أوليفي روبرول، "مدخل إلى الخطابة"، ترجمة: رضوان العصبية، مراجعة: حسان الباهي، إفريقيا الشرق، المغرب، 2017، ص 165.
- 7- من أجل تدقيق حول هذا المفهوم، انظر دونيس Denis (1989).
- للاطلاع على التحليل الأولي لهذه الصورة: انظر بونوم وآدم، 2005 8.
- Il Wap. Il Exel. Il e-mail، * _ تعذر ترجمة الأفعال إلى العربية، إذ إنها مبتكرة في هذا الإشهار للتعريف بكفاءة المنتج بأفعاله: Il internet،
- *- قصد المؤلف إلى أن اسم اللعبة في الإشهار كليبو هو ذاته الفعل الذي يسمح للأبناء بالبناء بأيديهم، ثم مخيلتهم، فذكائهم، ويتعذر نقل الفعل إلى العربية بالترجمة On clipote.

بيبلوغرافيا:

- Adam, Jean-Michel & Marc Bonhomme. 1997. L'argumentation publicitaire (Paris: Nathan)
- Amossy, Ruth. 2000. L'argumentation dans le discours (Paris: Nathan).
- Aristote. 1991. Rhétorique (Paris: Le Livre de Poche).
- Batteux, Charles. 1774 :Principes de la littérature (Paris, Saillant & Desaint).
- Berrendonner, Alain. 1981. Éléments de pragmatique linguistique (Paris: Minuit)
- Bonhomme, Marc. 1998. Les figures clés du discours (Paris: Le Seuil)
- Bonhomme, Marc. 2005. Pragmatique des figures du discours (Paris: Champion).
- Césaire, Aimé. 1989 [1955]. Discours sur le colonialisme (Paris: Présence africaine).
- Charbonnel, Nanine. 1991. L'important, c'est d'être propre (Strasbourg: Presses Universitaires de Strasbourg).
- Cicéron, 1964. L'orateur (Paris: Les Belles Lettres).
- Denis, Michel. 1989. Image et cognition (Paris: PUF).
- Droz, François-Xavier-Joseph. 1799. Essai sur l'art oratoire (Paris: Merlin-Fayolle).
- Fontanier, Pierre. 1968 [1821, 1827]. Les figures du discours (Paris: Flammarion)
- Fouquelin, Antoine. 1990 (1555). «La rhétorique française», Traité de poétique et de rhétorique de la Renaissance (éd. Francis Goyet) (Paris: Le Livre de Poche).
- Gardes-Tamine, Joëlle. 1996. La rhétorique (Paris: Armand Colin).
- Grize, Jean-Blaise. 1981. «L'argumentation: explication ou séduction», L'argumentation (Lyon: PUL), 29-40.
- Groupe µ.1970. Rhétorique générale (Paris: Larousse).
- Hallsall, Albert W. 1988. L'art de convaincre (Toronto :Paratexte).
- Hermogène. 1997. L'art rhétorique (Lausanne: L'Âge d'Homme).
- Jakobson, Roman. 1963. Essais de linguistique générale (Paris: Minuit).
- Lamy, Bernard. 1688. La rhétorique ou l'art de parler (Paris: Pralard).
- Le Guern, Michel. 1981. «Métaphore et argumentation», L'argumentation (Lyon: PUL), 65-74
- Meyer, Michel. 1993. Questions de rhétorique (Paris: Le Livre de Poche).
- Perelman, Chaim & Lucie Olbrechts-Tyteca. 1988. Traité de l'argumentation (Bruxelles: Édition de l'Université de Bruxelles).
- Plantin, Christian. 1993. «Lieux communs dans l'interaction argumentative», Plantin (éd.). Lieux communs (Paris: Kimé), 480-496.
- Plantin, Christian. 1996. L'argumentation (Paris: Le Seuil).
- Pseudo-Longin. 1993. Du sublime (Paris: Payot).
- Quintilien. 1978. Institution oratoire. Vol. 5 (Paris: Les Belles Lettres).
- Reboul, Olivier. 1991. Introduction à la rhétorique (Paris: PUF).

- Rhétorique à Herennius. 1989 (Paris: Les Belles Lettres).
- Robrieux, Jean-Jacques. 1993. Éléments de rhétorique et d'argumentation (Paris: Dunod)
- Tardif, Guillaume. 1484. Compendium eloquentiae (Lyon: Guillaume Le Roy)
- Zola, Emile. 1988 [1898]. Lettre à M. Félix Faure, Président de la République, «J'accuse» (Bruxelles: Editions Complexe)