

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الثاني والسبعون - الجزء الثاني - ربيع الأول ١٤٤٦هـ - أكتوبر ٢٠٢٤م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وأخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- ٧٩٩ فاعلية استخدام القائمين بالاتصال لتطبيق ذكاء اصطناعي متخصص في الصحافة وانعكاسه على الأداء الصحفي - دراسة استكشافية شبه تجريبية
أ.م. د/ فاطمة فايز عبده قطب
- ٨٨١ دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على العلاقات الزوجية في الأسرة المصرية: «دراسة كيفية» أ.م. د/ أميرة محمد إبراهيم النمر
- ٩٥٧ إدراك الشباب السعودي لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثيراتها على تحقيق جودة المحتوى المرئي عبر وسائل الإعلام: دراسة ميدانية
أ.م. د/ عبد الله بن علي
- ١٠٥٥ خطاب كُتَّاب المقالات الصحفية العربية نحو تأثيرات مخاطر الذكاء الاصطناعي وأساليب حروب الجيل الحديثة
د/ محمد صبحي محمد فودة
- ١١٦١ تعرُّض الشباب المصري لمحتوى مدوَّني الطعام "Food Bloggers" عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنيَّة الشرائية
د/ هاني علي يونس
- ١٢١٩ دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين الخدمات المقدمة في القنوات الإخبارية المصرية
د/ محمد صلاح يوسف
- ١٢٦٩ التغطية الإخبارية لموسم الحج في عينة من وسائل الإعلام العالمية في ضوء نظرية التأطير الإعلامي: دراسة تحليلية لموقعي CNN الأمريكية وBBC البريطانية د/ نوف عبد اللطيف الحزامي، آلاء سراج المطرفي، نورة صالح المرزوقي

■ بلاغة الخطاب الحجاجي في الرسم الكاريكاتيري «العنف ضد المرأة
أنموذجًا»
د/ سالي سعيد أنور، د/ إيهاب عبدالعال إبراهيم
١٢٩٩

■ الخطاب الصحفي الآسيوي إزاء قضية الإيغور في الصين- دراسة تحليلية
مقارنة
هند الغمري
١٣٤٥

■ Ripples of Change, How Social Media Drives Awareness and
Direct Behavior in Egypt's Water Crisis: A Quantitative Study
Dr. Dina Younis- Dr. Mariam Amer
١٣٨٩

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجلة
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7

بلاغة الخطاب الحجاجي في الرسم الكاريكاتيري «العنف ضد المرأة أنموذجاً»

- **The Rhetoric of Argumentative Discourse in Caricatures: Violence Against Women as an Example**

Email: salisaidhhh@yahoo.com

د/ سالي سعيد أنور ●

مدرس بقسم الإعلام، كلية الآداب، بجامعة حلوان.

Email: ehab.abdelaal2000@gmail.com د/ إيهاب عبدالعال إبراهيم ●

مدرس بقسم اللغة العربية، كلية الآداب، جامعة حلوان.

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى محاولة كشف العلامات داخل الصور، ومدى تحقق الوجهة الحجاجية داخل الصور الكاريكاتورية، والكشف عن الدلالات الضمنية داخل الخطاب الكاريكاتوري، والوقوف على آليات الحجاجية الممتلئة في الرسم لإقناع متلقي الرسالة. وتوصلت الدراسة إلى ثراء الأنساق العلاماتية غير اللغوية؛ فاللوحات جميعها يمكن أن تبني على قاعدة منطقية مؤداها: المرأة مضطهدة. كل مضطهد سيهلك. المرأة ستهلك.

وهي النتيجة التي حاول الخطاب أن يؤسس لها في جميع الصور محل الدراسة؛ ليجذب المتلقي إليها، ومن ثم تحريكه نحو سلوك محدد. وبهذا يكون الخطاب أكثر نجاعة؛ إذ حاول الفنان- بشكل كبير- أن يرأب الصدع بين الفجوات الدلالية والصور الآتية المشاهدة؛ للوصول إلى قنوات الإقناع، خاصة وأنها تستمد مشروعيتها باعتبارها قضايا لها مرجعيتها المذهبية والاجتماعية التي تقضي إلى تسليم المتلقي؛ إذ إنها قارة في وعيه الجمعي بوساطة استخدام صور تدعو إلى تحريض المتلقي واستثارته نحو فعل محدد؛ فيأبى المتلقي إلا أن يقبل ويسلم ويذعن للدعوى محل الطرح، خاصة وأن الحجاج يعمل- بشكل كبير- في مثل هذه الدعوى التي تتصل بفعل تائر أو قضايا جدلية.

- منتج الخطاب حاول توظيف الأساليب البلاغية الأفقية؛ والتي تمثلت في الطباق بشكل كبير؛ إذ حاول الطباق أن يستجلى لنا مدى فداحة الدعوى محل الطرح، والتي حاولت أن تستفز المتلقي، وتستثير انتباهه، وتدفعه دفعا نحو سلوك وفعل محدد.

الكلمات المفتاحية: بلاغة الحجاج- الرسوم الكاريكاتورية- العنف ضد المرأة- الأنساق غير اللغوية- دعاء العدل.

Abstract

The study revealed the richness of non-linguistic sign patterns. All drawings can be seen as built via a logical theorem that states: Women are oppressed. The oppressed will perish. Women will perish.

This is the ultimate objective that the discourse attempted to establish in all the images under study to attract the addressees and, then, direct them toward a specific behavior.

Therefore, the discourse becomes more effective since the artist tried greatly to bridge the rift between the semantic gaps and the immediate images seen. This is meant to reach channels of persuasion, especially since they derive their legitimacy as being issues that have sectarian and social references which eventually lead to the addressee's approval. It is also fixed in the collective consciousness through the use of images that call for inciting and provoking the addressee towards a specific action so that the addressee may refuse to accept or submit to the cause being presented, especially when the argument works extensively in such cases that are related to a rebellious action or controversial issues.

- The producer of the discourse attempted to employ horizontal rhetorical methods, which were largely manifested in antithesis; the antithesis sought to clarify the severity of the claim being presented, aiming to provoke the recipient and capture their attention, pushing them towards a specific behavior and action.

Keywords: Argument and Argumentation - Caricatures - Violence against Women - Non-linguistic Patterns - Doaa El ADL -Eloquence

تمثل اللغة آلية للتواصل في سياقها العام؛ لما تحمله من ميزات خاصة تعمل على تدعيم أو اصر الدعوى محل الطرح المراد التأسيس لها في ذهن المتلقي؛ بوساطة الروابط اللغوية التي تنعم بها. والخطاب الكاريكاتوري على الرغم من تباينه الشكلي عن اللغة؛ إلا أنه في نهاية المطاف خطاب يحمل ويتضمن قضية محددة ورسالة معينة يرغب في إيصاله المنتج إلى المتلقي، ولما كان ذلك كذلك فإن الخطاب الكاريكاتوري يتضمن روابط مائزة تمثل معادلاً للروابط اللغوية في الخطاب اللغوي.

إذ يعد الكاريكاتور أحد الفنون المنبثقة من الرسم وأهمها؛ فهو يشكل خطاباً جديداً يحمل عناصر الخطاب اللغوي، فهو نقلة نوعية للتعبير عن الأفكار، وطرح القضايا ونقل الصور المختلفة، بأبسط التعابير الفنية وأكثرها دهشة وتأثيراً في المتلقي، وقرباً من الجماهير⁽¹⁾، وعليه فالكاريكاتور خطاب مائز يداعب العقول بوسائله المتعددة فيستميلها، ويفرغ التأثير فيها، بل قد يعمل على تعديل سلوك أو تحريك فعل محدد من المتلقي، تجاه ما يتضمنه من تقنيات متعددة.

ويمثل الخطاب الإعلامي بأبعاده الأيقونية مدخلاً جديداً للوقوف على كثير من التقنيات الحجاجية؛ إذ تمثل الأيقونة بأبعادها الشكلية واللونية عنصراً أصيلاً لجذب المتلقي واستمالته، سواء أكان عن طريق اللون، والشكل، والأبعاد الخطية، وتقنية الإظهار، والإخفاء.

إن الخطاب الإعلامي صنف من الخطابات المتغلغلة في أعماق الحياة الاجتماعية المؤثرة فيها والمتأثرة بها، مقامه من المقامات التي لها السيادة في سلم الخطابات المعرفية الأخرى⁽²⁾؛ إذ الخطاب بوصفه العام "عبارة عن لغة تصدر من المرسل إلى المستقبل وعادة ما تكون بصيغة ألفاظ، أو بصيغة إشارة، أو إيماءة، أو حركة، أو صوت، ويهدف

المرسَل من وراء هذه اللغة إلى إخبار أو تبليغ المستقبل بشيء ما، أو بحدث ما، أو بخبر ما وكذلك لإقناعه بوجهة نظر معينة" (3).

وإذا كان ذلك كذلك فإن الخطاب المرئي المتضمن لكثير من العلامات سيساعد- بشكل كبير- في هذا الشأن؛ فلئن كانت العلامة تضطلع بأهمية كبيرة في كشف العلاقات الضمنية داخل الخطاب المرئي محل الدراسة، إذ تنوعت بين العلامة الأيقونية والعلامة التشكيلية (4)، فإن الخطاب الكاريكاتوري يبيت للعلامة الأيقونية التشكيلية بالوصيد، تلك العلامة التي تُعنى بمجريات التشكل البصري داخل الخطاب، التي تجمع بين المشابهة والعلاقات المجازية وهو ما يتغياها الخطاب الكاريكاتوري بوساطة تفسير كثير من الدوال البصرية التي تحاول- من لدنها- أن ترتبط بمدلولاتها داخل الإطار السياقي العائمة فيه.

فالصورة تؤدي وظائف عدة في سياق التواصل والاتصال، منها: الدلالية، والتعبيرية، والانفعالية، والشعرية، والتأثيرية، والاتصالية (5) والتأثيرية تكون في الكاريكاتور والمجال الدعائي، والإعلاني.

وهو ما يجعل الخطاب الإعلامي يحمل في جنباته بعدين رئيسين، بعد إمتاعى وبعد إقناعى. ومن ثم تغدو الأيقونة عاملاً رئيساً مشحوناً بكثير من الدلالات التي تنبجس صورها منتجة قنوات متعددة من التواصل الفعال بين منتج الخطاب الإعلامي ومتلقيه. ولا ريب في أن المتلقي الإعلامي في سياق التواصل يتقلد مركزاً فعالاً بوصفه المشارك الثاني في إنتاج الخطاب، أو إن جاز لنا أن نطلق عليه الفاعل الضمني في تكوين الخطاب الإعلامي؛ إذ هو المرجو وهو منشئ نتيجة الرسالة، فهو ثمرة العملية الحجاجية التفاعلية، فمن دونه لا يتم التفاعل الحجاجي ويقف عند المنتج فحسب فيعود عليه. ومن ثم فالمتلقي في الخطاب يمثل مكانة مهمة لأن الخطاب نشأ من أجله ولأجله.

هذا إذا كان الخطاب بشكل عام، بيد أن الخطاب الإعلامي- على وجه الخصوص- يداعب من لدنه عقولاً واعية، تدرك الرسالة الأساسية/ القضية محل الطرح؛ إذ إنها تمثل رجع الصدى لهذا الخطاب المتجذر في سياق التواصل وبخاصة في سياق الصور الكاريكاتورية. لاسيما أن فناني الكاريكاتور قد برعوا في التعبير عن القضايا المصرية

التي تحتاج إلى مدافعة ومناصرة ومناقشة لتبقى بارزة في الساحة، عبر اللوحات الكاريكاتورية التي نقلت القضايا بصورة مبسطة، فكانت القضايا الاجتماعية والسياسية ميداناً أساساً للرسم الكاريكاتوري (6)، ولما كانت أهم القضايا التي يحاول الخطاب الكاريكاتوري ذات طابع جدلي تحتاج إلى مدافعة، بات الحجاج آلية مهمة لفهم الخطاب ومحاولة استيعابه، والوقوف على مراميهِ ومقاصده، بعد أن رام بهذه الميزات المائزة.

وتأسيساً على ما سلف تأتي الصور الكاريكاتورية؛ لتضيف بُعداً جديداً مائزاً وهو بُعد السخرية، ولا شك أن تقنية السخرية (7) تعد آلية رصينة من آليات الرسالة التواصلية الحجاجية، إذ السخرية تعمل على تعديل سلوك وتعديل مسار وهو ما يتغياهُ الحجاج.

بل إن تقنية السخرية تجد أرضاً خصبة في سياق التفاعل الحجاجي بوساطة اللعب بالألوان والأشكال ووضع خطوط في غير موضعها؛ لينتج بهذه المخالفات الخطية أبعاداً من السخرية، ما أود أن أقوله: إن الخطاب الإعلامي ينعم بقدر من المرونة الخطية إلى الحد الذي يجعل من هذه التلاعبات الخطية ووضعها في غير سياقها يعمل على إيجاد نقاط من السخرية داخل الخطاب الإعلامي الكاريكاتوري المائز. وكل هذا يؤدي بنا إلى الولوج إلى مواطن الحجاج في الصور الكاريكاتورية محل الدراسة لأنها مكمّن الحجاج، وقد يذهب بنا القول إلى أن الصور الكاريكاتورية بطبيعتها الشكلية قد تمثل عناصر استمالة وإقناع أكثر من الخطابات الأدبية، سواء أكانت شعراً أم نثراً لأنها تعد صور جاهزة تكشف عن حججها لكثير من المتلقين، بيد أن الخطاب الأدبي خطاب مخصوص لفئة محددة لا يكشف عن حججه إلا لمن حاول التقريب عنها في سبر أغوار الخطابات الأدبية؛ إذ تشكل العلامة البصرية قوة حضور عالية (8).

فقد انمازت الثقافة البصرية بحضور كبير في الأوساط الثقافية والخطابية، تغيرت معها معايير التلقي والإرسال والتأويل؛ وذلك بسبب قدرة الصور على فرض نفسها في مختلف الميادين، وهو الأمر الذي حدا بالنقاد إلى الكشف عن قوانين جديدة تمثل خطاباً جديداً يحمل كل عناصر الخطاب وتجسد دوره بشكل كبير (9).

وقد يتكون خطاب الكاريكاتور من علامة بصرية أو علامتين بصرية ولغوية؛ فتشأ الدلالات والرموز بناء على ذلك (10)، وعليه فالخطاب الإعلامي خطابٌ مائزٌ يكشف عن

أسراره الحجاجية للمتلقين كافة للمتخصصين وغير المتخصصين، فالمتخصصون يقفون على أسراره الحجاجية وغير المتخصصين يستميل أعينهم بالألوان والأشكال ويستميل عقولهم بموطنه الساخر الذي يتفهمه كل من ينظر إليه وتقع عينه عليه. وقد وقف إبراهيم الفقي على أهم ما جاد به روبرت دي بوجرند في وجهته باعتبار أن النص يمثل حدثاً تواصلياً يلزم له أن يتوافر فيه عدة شروط، ومنها: الربط النحوي، والتماسك الدلالي، والقصد والقبول والإعلام والمقام والتناص (11)؛ إذ الإعلام يناط بمقامه الاتصال والإبلاغ، وهو ما يتصل - من لدنه - بشكل كبير بأثر الخطاب الإعلامي باعتباره وسيطاً اتصالياً مهماً في إبلاغ المتلقي بالدعوى محل الطرح.

إذ إن الخطابات المزمع التطبيق عليها تُعنى بمناقشة العنف ضد المرأة وتجنح إلى سياق المسكوت عنه، وهو ما يفعل من آلية الحجاج لا سيما أن كل منتج يحاول أن يوظف تقنيات متعددة لمحاولة استمالة المتلقي وإشراكه في الطرح الإعلامي.

وتعني كلمة عنف حمل القوة اتجاه شيء أو شخص من الناحية النفسية (12). والعنف أي سلوك يؤدي إلى إيذاء شخص لشخص آخر، وقد يكون هذا السلوك ألامياً نفسياً معنوياً يتضمن أشكلاً بسيطة من الاعتداءات الكلامية أو التهديد وقد يكون السلوك فعلياً حركياً مادياً، كالضرب المبرح والاعتصاب والحرق والقتل، وقد يكون كلاهما وقد يؤدي إلى حدوث ألم جسدي، أو نفسي، أو إصابة، أو معاناة (13).

فقد أصبح العنف ضد النساء ظاهرة عالمية تستقطب اهتمام الباحثين؛ وهذا يرجع إلى شيوعه وانتشاره، ولعل الجوهر في هذه القضايا هو ارتباطها بالكرامة الإنسانية والحريات الشخصية (14).

وهي قضية مثار جدل كبير بين المتلقين، ومن ثم تتخذ بُعداً حجاجياً مهماً، لا سيما أن منطلق الحجاج يجد سبيله في مثل هذه القضايا الجدلية التي يشارك في مناظ تأثيرها عنصران رئيسان على جانب من التناظر؛ إما القبول بها أو الرفض، ومن ثم يحاول الخطاب الإعلامي مثار الجدل أن يجد مناطاً من إيجاد التبرير والدفع بالحجج بغية الإقناع واستمالة الأذهان، كل حسب مراميه ومقاصده.

بل إن أغلب الخطابات المزمع التطبيق عليها تنتجها المرأة فلا ريب أن طرحها الأساس وقضاياها الرئيسية التي تدفعها دفعاً بتوظيف كل ما أوتيت من أساليب إقناعية للدفع بنتيجة وإحلال نتيجة أخرى محلها؛ إذ ينشط الحجاج في مثل هذه السياقات الجدلية، في محاولة مستمرة لكشف النقاب عن المستور/ المسكوت عنه الكامن خلف هذه الأيقونات المتعددة.

ولا ريب أن الحجاج- في تكامله الإقناعي- سيحاول أن يكشف عن النتائج المضمرة وراء هذه الصور؛ إذ لم يقف- من لدنه- عند الحدود الشكلية التي تحمل أشكال العنف ضد المرأة، إنما يحاول أن يكشف لنا عن النتائج المضمرة أو ماذا تود المنتجة للخطاب أن توصله إلى المتلقي من وراء الصور الجاهزة المتبدية في أبعادها اللونية والخطية؛ لتكشف لنا ما وراء الخطوط والصور وهو ما يمثل النتائج المضمرة خلف الخطاب، وعليه تتغيا الدراسة:

- محاولة كشف العلامات داخل الصور.
- مدى تحقق الوجهة الحجاجية داخل الصور الكاريكاتورية.
- الكشف عن الدلالات الضمنية داخل الخطاب الكاريكاتوري.

الدراسات السابقة:

تتمثل الدراسات السابقة الخاصة بهذا البحث في الدراسات التي تناولت المعالجة الإعلامية لقضايا العنف ضد المرأة، وأخرى التي اهتمت بالتحليل السيميولوجي لصور العنف ضد المرأة في النصوص الإعلامية بوجه عام، وأخيراً الدراسات التي وظفت آليات الحجاج في النصوص الإعلامية؛ على الرغم من قلة تلك الدراسات نسبياً؛ وذلك لأن الحجاج آلية من الآليات الجديدة في تحليل الخطاب الإعلامي، وبرصد عدد من الدراسات داخل كل محور فإن الباحث قد أفاد منها في الوقوف على النقاط الأساسية في بحثه خاصةً لأن البحث يعد من البحوث التي تنتمي إلى البحوث البينية.

المحور الأول: الدراسات التي تناولت المعالجة الإعلامية لقضايا العنف ضد المرأة:

تتوزع مجالات اهتمام الدراسات والبحوث العربية والأجنبية التي رصدت تناول الإعلام لقضايا العنف ضد المرأة والطفل، ما بين دراسات تهتم بتغطية قضايا العنف

ضد المرأة ومعالجتها، سواء أكان بشكل عام أم بدراسة أشكال محددة من العنف، وما يُعينا الدراسات اهتمت بتناول المعالجات الإعلامية لقضايا العنف ضد المرأة بشكل عام، ودراسات رصدت أشكال محددة للعنف؛ حيث هدفت دراسة (chagnon2020) إلى التعرف إلى طبيعة المعالجة الإعلامية الأمريكية للعنف ضد المرأة خلال الفترة من 1992-2013؛ لرصد التغيرات التي طرأت على أشكال المعالجة (15)، وسعت دراسة (Loney&Fieborn 2020) إلى رصد التقارير الإخبارية المنشورة في الصحافة الأسترالية عن حركة "أنا أيضاً" المعنية بمواجهة العنف الجسدي ضد المرأة (16)، وسعت دراسة (Ali& Qamar 2020) إلى رصد المعالجة الإعلامية لأشكال العنف ضد المرأة في عشر قنوات إخبارية على مستوى العالم (17)، ودراسة (2020,Karlsson) التي هدفت إلى تحليل خطاب الصحف السويدية حول الكيفية التي تقدم بها حوادث عنف الزوج ضد الزوجة (18)، ورصدت دراسة (Vaya,2020ZURBANO& Ebo) كيفية معالجة المواقع الإخبارية الإسبانية لقضايا قتل النساء ورصد اتجاهات المواقع تجاه تلك الجرائم (19)، وسعت دراسة (Smith ,Bond &Jeffeies2019) إلى رصد خطاب الصحف الأسترالية تجاه قضايا عنف الزوج، ورصد اتجاهات هذه الصحف نحو مرتكبي تلك الجرائم (20)، بينما هدفت دراسة (Sutherland&et.al 2019) إلى رصد صور العنف ضد المرأة في وسائل الإعلام بأستراليا (21)، وهدفت دراسة (سارة عيسى، 2019) إلى رصد دور وسائل الإعلام المصرية المحلية في التوعية بقضايا المرأة الريفية (22)، وهدفت دراسة (Owusu-Addo 2018) إلى التناول الإعلامي لقضايا العنف ضد المرأة في غانا ورصد آليات التأطير المستخدمة (23)، وسعت دراسة (ياسين قرناني، 2017) إلى رصد طبيعة معالجة صحيفة النهار الجزائرية لأخبار العنف ضد المرأة والتعرف إلى أكثر أنواع جرائم العنف التي اهتمت الصحيفة بتغطيتها، وكذلك رصد القيم السلبية الناتجة عن العنف ضد المرأة (24)، وهدفت دراسة (Breen2017) التعرف إلى طبيعة التقارير الإخبارية التي تُقدم بوسائل الإعلام الأسترالية بشأن العنف ضد المرأة، وتركز الدراسة على التحليل النقدي للتقارير (25)، وهدفت دراسة (أحمد صالح، 2016) إلى رصد دور وسائل الإعلام الباكستانية تجاه قضايا العنف (26)،

وسعت دراسة (Sutherland 2015) إلى تقديم رؤية شاملة عن تناول الإعلام لقضايا العنف ضد المرأة من خلال مراجعة علمية للدراسات السابقة (27)، وهدفت دراسة (Gillespie & et.al 2013) إلى التعرف إلى الصورة الإعلامية لجرائم القتل ودور وسائل الإعلام في تناول العنف ضد المرأة بوصفها مشكلة اجتماعية (28)، بينما سعت دراسة (هنادي غريب، 2011) إلى رصد معالجة المجلات النسائية المصرية لقضايا العنف ضد المرأة واتجاهات القائم بالاتصال والصفوة نحوها (29)، بينما هدفت دراسة (إيناس أبو يوسف، 2010) إلى رصد طبيعة الخطاب الصحفي لأنماط العنف ضد المرأة المصرية؛ وذلك بهدف المقارنة بين الخطاب الصحفي وواقع العنف ضد المرأة في صعيد مصر (30).

وعلى مستوى الإطار المنهجي للدراسات: اعتمدت الدراسات- بشكل أساسي- على منهج المسح كدراسة (Sutherland & et.al 2019) ودراسة (هنادي غريب، 2011)، ولكنها استخدمت كذلك المنهج التاريخي، بينما اعتمدت دراسات أخرى على المنهج المقارن، كدراسة (إيناس أبو يوسف، 2010)، واعتمدت الدراسات في الشق التحليلي على استمارة تحليل المضمون والمقابلات المقننة والاستقصاء في الشق الميداني، وبرز الاعتماد على نظرية الأطر الإعلامية بوصفها إطاراً نظرياً في معظم الدراسات، كدراسة (chagnon2020) وغيرها من الدراسات التي اعتمدت على نظرية الصورة كدراسة: (Sutherland & et.al 2019)، وأخرى على نظرية الاعتماد المتبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام كدراسة (هنادي غريب، 2011)، بينما اعتمدت دراسة (إيناس أبو يوسف، 2010) على مدخل التحليل الثقافي الاجتماعي.

وعلى مستوى مجتمع الدراسة: فقد اعتمدت بعض الدراسات على تحليل مضامين الصحف الورقية كدراسة: (chagnon2020) ودراسة (Owusu-Addo 2018) قد هدفت إلى تحليل ثماني وأربعين مقالة من الصحف الغانية، ودراسة ((ياسين قرناني، 2017) التي طبقت على عينة عشوائية قوامها ستة أعداد من صحيفة النهار الجزائرية، بينما طبقت بعض الدراسات على مواقع إلكترونية كدراسة (Vaya, 2020) إذ طبقت على مئتي وسبع وستين مادة إخبارية منشورة بخمسة

مواقع إخبارية رقمية في إسبانيا، وطُبقت دراسات أخرى على القنوات الإذاعية والتلفزيونية كدراسة (أحمد صالح، 2016) وطُبقت على عينة من التقارير المذاعة بنشرات الأخبار على القنوات الإخبارية المحلية الباكستانية، وطُبقت دراسة (2009, Sutherland&et.al) على التقارير الإخبارية التي تناولت العنف ضد المرأة في الصحف والبرامج التلفزيونية والمواقع الأسترالية، بينما عُنيت دراسات أخرى برصد البحوث والدراسات العلمية التي تناولت المعالجة الإعلامية لقضايا العنف ضد المرأة كدراسة (Sutherland 2015)، وطُبقت (هنادي غريب، 2011) على عينة من القائمين بالاتصال في مجلتي حواء ونصف الدنيا بواقع سبع وأربعين مفردة، وعينة من جمهور الصفوة بواقع 102 مفردة، بينما طبقت (إيناس أبو يوسف، 2010) على 600 مبحوثة من ثلاث محافظات بصعيد مصر.

وتوصلت الدراسات التي رصدت طبيعة المعالجة الإعلامية للعنف ضد المرأة إلى عدد من النتائج: إذ أوضحت أن وسائل الإعلام اعتمدت على تقديم قضايا العنف على أنها قضايا هامشية ولا تستوجب التعامل معها بوصفها مشكلة اجتماعية كدراسة (Sutherland 2019) التي توصلت إلى أن التغطية الإعلامية لقضايا العنف لم تقدم في إطار اجتماعي، ولم تبرز تجربة النساء المعنفات، ولم تعرض آراء الخبراء والمدافعين عن حقوق المرأة، وتوصلت دراسة (Vaya, ZURBANO& Ebo2020) إلى أن المعالجة تعاملت مع قضايا العنف بوصفها حالات فردية لا تستوجب اعتبارها مشكلة اجتماعية تحتاج إلى مزيد من الاهتمام وقامت بإلقاء اللوم على الضحية، وتوصلت دراسة (Sutherland 2015) إلى أن الدراسات اهتمت بتحليل مضامين العنف ضد المرأة بصورة نمطية؛ باعتبارها تستحق العنف من خلال توجيه اللوم المباشر لها وتبرير الجريمة للرجل، وكذلك دراسة (ياسين قرناني، 2017) التي توصلت إلى أن العنف الجسدي جاء في مقدمة أشكال العنف التي تغطيها صحيفة النهار الجزائرية بنسبة 34.5%، يليها العنف الجنسي بنسبة 17.3%، ثم اللفظي بنسبة 15.3%، بينما توصلت دراسة (أحمد صالح، 2016) إلى أن النشرات الإخبارية الباكستانية تهتم بقضايا العنف الجنسي ضد المرأة، إذ جاءت قضية التحرش الجنسي في مقدمة تغطية نشرات

إكسبرس نيوز 49٪، بينما بلغت نسبة العنف الجسدي 20٪، وبلغت نسبة القتل دفاعاً عن الشرف بنسبة 17٪، وتوصلت الدراسة إلى أن طبيعة المعالجة تميل إلى التحيز والإثارة، وتوصلت دراسة (هنادي غريب، 2011) إلى أن الصحف تهتم بمعالجة العنف البدني بنسبة 27٪، يليه العنف المؤسسي ثم العنف النفسي، وكذلك توصلت (إيناس أبو يوسف، 2010) إلى أن قضية العنف الأسري ضد المرأة جاء بنسبة ضئيلة بلغت 6.5٪، بينما جاء العنف المجتمعي في مقدمة أنماط العنف ضد المرأة التي عالجتها صحف الدراسة بنسبة 68.5٪.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت آليات الحجاج:

وفي هذا المحور تم التطرق إلى تناول البحثي للحجاج، وعلى الرغم من قلة الدراسات التي تطرقت إلى آليات الحجاج في الخطاب الإعلامي؛ وذلك بسبب إهمال الباحثين لدراسة الحجاج؛ نظراً للتهمة اللائطة به وهي المناورة والمغالطة والتلاعب بعواطف الجمهور وعقله، وعليه تم الوقوف على عدد من الدراسات التي سعت إلى تفسير نظرية الحجاج والوقوف على آلياته.

وفي هذا السياق تناولت دراسة (ريم الشريف، ٢٠٢٠) مفهوم الحجاج بوصفه ظاهرة لغوية تفاعلية أفرزتها الثورة الفكرية والاتصالية، والبحث عن العلاقة بين الحجاج والصورة وخاصة الحجاج للصورة الساخرة في الحقل السياسي⁽³¹⁾، وسعت دراسة (وليد الهادي، ٢٠٢٠) إلى الوقوف على تقنيات الحجاج في تناول الصحفي لقضايا الخطاب الديني⁽³²⁾، وكشفت دراسة (أماني محمد عبد الحكيم، ٢٠١٩) عن القيم الحجاجية المستخدمة في الخطابات السياسية⁽³³⁾، وهدفت دراسة (هند القحطاني، ٢٠٢٠) إلى الوقوف على البلاغة الحجاجية في خطابات الرؤساء لشعوبهم خلال جائحة كورونا⁽³⁴⁾، بينما سعت دراسة (بسمة بوحشية، ٢٠١٦) إلى الوقوف على خصوصية الحجاج بوصفه ظاهرة لغوية وربطها بالسخرية باعتبارها قضية من قضايا الحياة، وربطها بظاهرة التواصل وهي الفيسبوك، وسعت دراسة (هشام فتح، ٢٠١٦) إلى تقديم رؤية نقدية عن الحجاج في خطاب السخرية، بينما سعت دراسة (أمينة بكار، 2017) إلى البحث عن آليات الحجاج في الخطاب الإشهاري التلفزيوني في القنوات الفضائية⁽³⁵⁾، وسعت

دراسة (نصيرة زروطة، ٢٠١٣) إلى البحث عن سيميائية الحجاج في الرسوم الكاريكاتورية من السخرية الصريحة إلى الاستدلال المضمّر⁽³⁶⁾، وسعت دراسة (NYONGESA2012) إلى تحليل الحجاج البصري في الرسوم الكاريكاتورية التي تناولت مظاهر العنف في كينيا⁽³⁷⁾، وسعت دراسة (SARA2012) إلى الكشف عن دور الحجاج في الأخبار بالتطبيق على اختطاف الصحفية جويليانا في العراق ٢٠٠٥⁽³⁸⁾، وسعت دراسة (AHMED SAHLANE2012) إلى الكشف عن الحجاج ومغالطات الحرب الأمريكية على العراق عام ٢٠٠٣، وكيف دار الجدل والحجاج حول القرار الأمريكي للحرب⁽³⁹⁾.

وعلى مستوى الإطار المنهجي للدراسات: اعتمدت الدراسات بشكل أساسي على التحليل السيميولوجي لتحليل الصور كدراسة (ريم الشريف، ٢٠٢٠)، وهناك دراسات اعتمدت على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني كدراسة (بسة بوحشية، ٢٠١٦)، اعتمدت دراسة (وليد الهادي، ٢٠٢٠) على نظرية الحجاج للوقوف على الفرق بين الحجاج والبرهان في المقالات الصحفية والتطرق لاستراتيجيات الحجاج، وكذلك اعتمد على أنموذج بيرلمان وتيتكا وتولمن، وذلك في ضوء منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وكذلك دراسة (هند القحطاني، ٢٠٢٠) التي اعتمدت على نظرية الحجاج للوقوف على طبيعة الحجج المستخدمة في الخطابات، وهناك دراسات اعتمدت على منهج تحليل الخطاب كدراسة (أماني عبد الحكيم، ٢٠١٩)، وهناك دراسات اهتمت بتحليل الخطابات الإشهارية بالاعتماد على المنهج الوصفي من خلال ربطها بالتحليل السيميولوجي والتركيز على جانبي الحجاج والإشهار كدراسة (أمينة بكار، ٢٠١٧)، وهناك دراسات اعتمدت على مقارنة رولان بارث وبيرلمان لتحليل الصورة كدراسة (نصيرة زروطة، ٢٠١٣)، وهناك دراسات اعتمدت على تحليل المضامين الصحفية المقدمة للوقوف على طبيعة الحجج المستخدمة كدراسة (SARA2012) و(AHMED SAHLANE2012).

وعلى مستوى مجتمع الدراسة: فقد اعتمدت بعض الدراسات على تحليل مضامين الصور المتعلقة بالخطاب السياسي والسخرية كدراسة (ريم الشريف، ٢٠٢٠)، ودراسة (بسة بوحشية، ٢٠١٦)، وكذلك دراسة (نصيرة زروطة، ٢٠١٣) وكذلك دراسة

(NYONGESA2012) التي سعت إلى تحليل الرسوم الكاريكاتورية التي تناولت أحداث العنف بعد انتخابات ٢٠٠٧-٢٠٠٨ في كينيا، وهناك دراسات سعت إلى تحليل مواد الرأي المنشورة في الصحف القومية والحزبية والخاصة للوقوف على تقنيات الحجج كدراسة (وليد الهادي، ٢٠٢٠)، وهناك دراسات سعت إلى تحليل الأخبار المنشورة في بعض الصحف كدراسة (SARA2012) إذ اهتمت بتحليل الأخبار التي تناولتها الصحف الإيطالية عن حادثة الاختطاف خلال يومي ٤، ٥ مارس ٢٠٠٥. واهتمت دراسة (AHMED SAHLANE2012) بتحليل المقالات والافتتاحيات في صحف (التايمز، واشنطن بوست) وصحفتين ليبراليتين الإنجليزيتين والجاردريان ونيويورك تايمز. وهناك دراسات قدمت إطاراً نظرياً للحجاج في الخطابات السخرية الساخرة كدراسة (هشام فتح، ٢٠١٦)، وهناك دراسات اهتمت بتحليل خطب الرؤساء والساسة كدراسة (أمانى عبد الحكيم، ٢٠١٩) التي اهتمت بتحليل خطب الرئيس الراحل جمال عبد الناصر، وكذلك دراسة (هند القحطاني، ٢٠٢٠) التي اهتمت بتحليل خطابات رؤساء الدول العربية خلال جائحة كورونا، بينما سعت دراسة (أمينة بكار، ٢٠١٧) إلى تحليل الخطابات الإشهارية حيث الاستعانة بأربع ومضات إشهارية.

وتوصلت الدراسات إلى عدد من النتائج:

- أن للسخرية أبعاداً متعددة، وأن الحجج بالسخرية هو فن إبداعي امتزج فيه اللغة والفكر والدين والفن والفلسفة كدراسة (ريم الشريف، ٢٠٢٠)، وتوصلت دراسة (وليد الهادي، ٢٠٢٠) إلى تعدد تقنيات الحجج التي اعتمدت عليها الصحف في تناول قضية الخطاب الديني، وتوصلت دراسة (هند القحطاني، ٢٠٢٠) أن خطابات رؤساء الدول تمثل مادة حجاجية خصبة؛ لما تحمله من مقومات حجاجية متمثلة في التقنيات الحجاجية والأساليب البلاغية، وأن توظيف تقنيات الحجج ضرورة لزيادة إقناع الرأي العام بما يشتمل عليه الخطاب، وهو من أكثر الحجج استخداماً في الخطب بوساطة حجة التناقض، والتعارض، وحجة الشاهد، والنموذج، وغيرها، وكذلك دراسة (بسمة بوخشية، ٢٠١٧)؛ إذ توصلت خصوصية الحجج بوصفه فناً، وعلاقته بالسخرية وخاصة

في تحليل الخطاب السياسي، وتوصلت لتفسيرات متعددة، وتوصلت دراسة (أمينة بكار، ٢٠١٧) إلى الوقوف على أنواع الحجج الموظفة في الإشهار، والمقامات الموظفة فيه واللغة المستخدمة، وأوضحت أن هناك العديد من المغالطات الحجاجية في الإشهار محل الدراسة؛ لأنه اهتم بوضع الرسالة في سياق نفسي واجتماعي مما أبعدته عن الهوية العربية، وهو ما أظهر المغالطات الحجاجية في الخطاب، وتوصلت دراسة (نصيرة زروطة، ٢٠١٣) إلى أن كل ما هو مرئي، باعتبار أن الإنسان يميل بطبعه له عن النص المكتوب وخاصة أن له تأثيراً كبيراً على نفسية المتلقي؛ لأن الحجج أساسه الإقناع، وتوصلت دراسة (هشام فتح، ٢٠١٦) إلى تقديم العناصر الحجاجية وعرض علاقة الحجج بالمجال السيميائي، في حين قدمت دراسة (أمني عبد الحكيم، ٢٠١٩) عدة مفاهيم جديدة كمركبات الوصف للخطاب السياسي، وكذلك قامت بتحديد أكثر القيم الحجاجية استخداماً في الخطاب السياسي، وتوصلت دراسة (NYONGESA2012) إلى أن رسامي الكاريكاتور استطاعوا تصوير الحالة المزاجية التي أحاطت بالانتخابات، وتعددت الكنايات البصرية التي تُعد حججاً قوياً ومن ثم التأثير في الرأي العام، وتوصلت دراسة (SARA2012) إلى أن هناك تغييراً في نوع الحجج المستخدمة في التغطية الإخبارية تبعاً لنوع السياق الذي تم التأطير فيه للقصة الخبرية، وكشفت دراسة (AHMED SAHLANE2012) عن مدى توظيف المغالطات الحجاجية منها مغالطة التهجم الشخصي وغيرها من المغالطات الحجاجية كالاتهام بالجهل.

التعليق على الدراسات السابقة:

أسفرت مراجعة التراث العلمي السابق عن قلة الدراسات التي اهتمت بتناول التحليل الكيفي لأشكال العنف الذي تتعرض له المرأة، كما أن معظم الدراسات قد اعتمدت على التحليل السيميولوجي لصورة المرأة لم تنطرق إلى توظيف آليات الحجج واستراتيجياته وتقنياته في الموضوعات التي ترتبط بقضايا المرأة، ولكن وظفت تحليل الحجج في عدد من الدراسات الأجنبية خاصة في المقالات، والخطب الرئاسية،

والمقالات، والافتتاحيات، وقليل من الدراسات قد سعت إلى تحليل آليات الحجاج في الرسم.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في غياب الرصد والتناول المنهجي لمعالجة قضايا العنف ضد المرأة المصرية من خلال استخدام التحليل الحجاجي للرسم الكاريكاتورية، إذ تناولت العديد من الدراسات قضايا العنف ضد المرأة عبر العديد من أدوات التحليل الأخرى من دون التطرق إلى تجليات الحجاج داخل الرسوم الكاريكاتورية؛ وعلى هذا تكمن مشكلة الدراسة في كيفية توظيف تجليات الحجاج في الرسوم الكاريكاتورية في معالجتها لقضايا العنف ضد المرأة في رسوم الفنانة دعاء العدل.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة الحالية في سعيها إلى تعزيز الدراسات البيئية، وتواشج الحقول المعرفية، وتوسيع دائرة التحليل في دراسات الخطاب، ليشمل الأنساق اللغوية وغيرها، وكذلك لتزويد المكتبة البحثية بدراسات تتطرق إلى ما هو أحدث أثراً وعمقاً عن التحليل الكمي والكيفي لمعالجة المرأة وصورها، كذلك نقل صور العنف والدلالات الضمنية التي تحملها الرسوم الكاريكاتورية من وجهة نظر فنانة امرأة أكثر تعبيراً عن قضاياها؛ لأنها لسان حال كل امرأة عربية، كذلك الوقوف على بعض المفاهيم والمصطلحات كالحجاج ومفهومه، آلياته، أنواعه، ومستوياته وكيفية توظيفه في تحليل الرسوم والصور.

الهدف الرئيس للدراسة:

تهدف الدراسة إلى والبحث في كيفية بناء علاقة بين الحجاج والصورة الكاريكاتورية، والوقوف على استراتيجيات الحجج التي وظفت داخل الرسم الكاريكاتوري؛ للوصول إلى نتائج يمكن أن تكون دافعاً ونقطة انطلاق للاهتمام بموضوع بناء الحجج وترتيبها داخل الخطاب الكاريكاتوري مع مراعاة الأنساق بين الجانب اللساني والأيقوني للإرسالية الكاريكاتورية.

ولا ريب أن الحجاج- في تكامله الإقناعي- سيكشف عن النتائج المضمره وراء هذه الصور؛ إذ لم يقف-من لدنه- عند الحدود الشكلية التي تحمل أشكال العنف ضد المرأة، إنما يحاول أن يكشف لنا عن النتائج المضمره، أو ماذا تود المنتجة للخطاب أن توصله إلى

المتلقي من وراء الصور الجاهزة المتبدية في أبعادها اللونية والخطية؛ لتكشف لنا ما وراء الخطوط والصور وهو ما يمثل النتائج المضمرة خلف الخطاب. وعليه تتغيا الدراسة:

- محاولة كشف العلامات داخل الصور.
- مدى تحقق الوجهة الحجاجية داخل الصور الكاريكاتورية.
- الكشف عن الدلالات الضمنية داخل الخطاب الكاريكاتوري.
- كيفية توظيف منتج الخطاب آلياته الحجاجية لتوصيل الرسالة للمتلقي لإقناعه به.

تساؤلات الدراسة:

- ما إمكانية قراءة الصورة الكاريكاتورية حجاجياً؟
- ما العلامات المرئية التي تسعى لتحقيق الإقناع في الرسوم الكاريكاتورية؟
- ما مستويات مقاربات الرسم الكاريكاتوري بلاغياً؟
- ما آليات الحجاج التي اعتمدت عليها الفنانة دعاء العدل عند معالجتها لقضايا العنف في الرسوم الكاريكاتورية عينة الدراسة؟
- ما أنواع الحجج التي قدمتها الرسوم الكاريكاتورية محل الدراسة عند تناولها لقضايا العنف ضد المرأة؟
- ما استراتيجيات الحجاج التي وظفتها الفنانة دعاء العدل أثناء معالجتها لقضايا العنف؟

الإجراءات المنهجية للدراسة:

1) نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية؛ إذ تستهدف الوقوف على آليات الحجاج التي وظفتها الفنانة دعاء العدل في الرسوم الكاريكاتورية خلال معالجتها لقضايا العنف ضد المرأة، وتندرج تلك الدراسة ضمن البحوث الكيفية؛ إذ تسعى إلى الوصف الكيفي لآليات الحجاج في الرسوم عينة الدراسة التحليلية، وهي تنتمي لطبيعة الدراسات البينية.

2) منهج الدراسة: الاعتماد على المنهج التحليلي الوصفي؛ إذ تم اختيار جملة من الرسوم الكاريكاتورية لتحليلها والوقوف على آليات وتقنيات الحجاج الكامنة داخلها.

3) أدوات الدراسة:

قام الباحث بتصميم دليل للتحليل الحجاجي تضمن الدليل عدة فئات للتحليل، وعُرض الدليل على عدد من أساتذة الإعلام واللغة العربية للتحقق من الصدق والثبات.

- فئة أشكال العنف التي تناولها الرسم الكاريكاتوري.

- أنواع الحجج المستخدمة في الرسم.

- التقنيات الحجاجية في الرسم وآلياته المستخدمة.

- دلالات العلامات الأيقونية ووضعية الخطوط، والتلاعب بالأحجام، رمزية ودلالية الألوان.

5) عينة الدراسة:

عينة قصدية/عمدية، وهو أسلوب يعتمد عليه عندما يكون الباحث على دراية كافية بمفردات مجتمع بحثه.

أسباب اختيار العينة:

إذ تم اختيار أربعة رسوم من رسوم الفنانة دعاء العدل التي تم نشرها على صفحات جريدة المصري اليوم وصفحة الرسامة الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث تُعد دعاء العدل إحدى رسامات الكاريكاتور في مصر والوطن العربي وأشهرهم، وأكثرهم تناوُلًا للمشكلات السياسية ومشكلات المرأة، إذ إنها حاصلة على وسام مناهضة العنف ضد المرأة ضمن فاعليات مؤتمر آليات العنف ضد المرأة، الذي ينظمه مركز "وسائل الاتصال الملائمة من أجل التنمية" ACT وهو وسام تم استحداثه من قبل المركز لأول مرة لتكريم الناشطين العاملين على دعم قضايا المرأة ومناهضة أشكال العنف كافة تجاه النساء والفتيات، فضلًا عن قيامها بإصدار كتاب يشتمل على عدد من الرسوم، التي تناولت أشكال العنف المختلفة التي تتعرض له المرأة بعنوان "50 رسمة وأكثر عن المرأة" رصدت من خلاله معاناة المرأة في عدد من الرسوم التي نُشر بعضها بجريدة المصري اليوم وبعضها على صفحتها الخاصة، وقامت بعرض تلك الرسوم

في معرض خاص، وقام الباحثون بالرجوع إلى الفئانة دعاء العدل للوقوف على عدد من الرسوم التي خضعت للتحليل داخل الدراسة.

تجليات الحجاج في الرسم الكاريكاتوري:

ماهية الحجاج:

الدلالة اللغوية لمصطلح: تعني الحجة: الدليل والبرهان، واحتج عليه أي: أقام عليه الحجة وعارضه مستكراً فعله، والمحاجج هو من يكثر من الجدل⁽⁴⁰⁾، وقد ورد الفعل في قوله تعالى: "أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِي حَاجَّ إِبْرَاهِيمَ فِي رَبِّهِ"، ويقال حاج فلان فحججه أي جعل عليه الحجة والبرهان والدليل⁽⁴¹⁾.

الدلالة الاصطلاحية لمصطلح الحجاج: اختلف الدارسون والباحثون في وضع دلالة اصطلاحية للحجاج، فالحجاج هو الآلية الأبرز التي يستعمل المرسل فيها اللغة وتتجسد عبرها استراتيجية الإقناع⁽⁴²⁾، وهو الوسيلة التي يستخدمها المخاطب في لغته؛ وذلك لتجسيد غايته في الإقناع ومن خلال تجسيد هذه الغاية يحدث الفهم والإفهام من دون أي شك. ويُعرف على أنه إنتاج مجموعة حجج مرتبة بطريقة ما؛ بقصد إثبات أو تفنيد قضية من القضايا، وقد تُعني المحاججة بتوسيع دلالتها كل وسائل الإقناع باستثناء العنف والضغط والإكراه⁽⁴³⁾، ويُعرف- أيضاً- بوصفه نشاطاً اجتماعياً مجسداً في قالب لغوي يقوم على أرضية مبهمة غير متفق حول حقيقتها، وهو ما يستلزم اختيار طرق تمثيل وأدلة وإثباتات يتم بها تقديم الأفكار عن طريق استعراضها وتنظيمها وفقاً لنمط معين، وباختيار أدوات لغوية محددة لتعبر عن مجموعة القضايا، والأحداث، والمواقف والموضوعات، وتكون غايته دعم أو إضعاف مقبولية وجهة النظر من خلال تأييدها وقبولها أو دحضها وتفنيدها⁽⁴⁴⁾، ويُعرف على أنه موقف خارجي يهتم بكل ما يتعلق بطريقة إيصال الرسائل وفهم دلالتها الاجتماعية في السياقات التي ترد فيها⁽⁴⁵⁾، ويُعرف على أنه دراسة التقنيات الخطابية التي من شأنها إحداث أو زيادة موافقة الآخرين على الأطروحات المقدمة إليهم بقصد قبولها⁽⁴⁶⁾، ويعرف الحجاج بأنه فعالية تداولية جدلية، وهو تداولي لأن طابعه فكري ومقامي واجتماعي، ويأخذ بعين الاعتبار مقتضيات الحال من معارف مشتركة ومطالب إخبارية وتوجيهات ظرفية، بهدف الاشتراك.

فهو اجتماعي في إنشاء معرفة علمية إنشاءً موجهاً بقدر الحاجة، وجدلي لأن هدفه إقناعي قائم بلوغه على الالتزام بصور استدلالية أوسع وأغنى من البنيات البرهانية الضيقة (47).

ويُعرف - أيضاً - بوصفه خطاباً إقناعياً به عديد من الحجج والبراهين المستخدمة في الخطاب الكاريكاتوري، إذ يعتمد عليه القائم بالاتصال أو المتكلم لنقل أفكاره وتصوراتهِ في إطار الواقع الذي يعيش فيه المتلقي؛ بهدف التأثير في المتلقي لتدعيم موقفه أو لتغيير رأيه بقصد التبليغ والتأثير فيه "والثنائية التي تميز بها الحجاج جعلته أكثر حضوراً في العملية التواصلية؛ مما ساعد المرسل على إيصال أفكاره إلى المتلقي، وتجعله يذعن إلى ما طرح عليه من رسائل وأفكار (48).

وقد أُدرج الحجاج قديماً من ضمن الخطابة والبلاغة، وبرز بعدة تسميات مختلفة، منها الجدل والمناظرة، والحجاج عند العرب القدامى كان نفسه الجدل بيد أنه اتضح من عدة مؤلفات للعرب القدامى. إن مصطلح الجدل والحجاج مترادفان، أما عند العرب حديثاً فإنهم ركزوا على عنصرين أُستمدَا من بلاغة العربية القديمة، وهما المقام وصور الحجاج. فالأول صُنّف إلى مقام الخطابة السياسية ومقام الخطابة الاجتماعية، والثاني صُنّف إلى القياس وهو يقوم على الاحتمالات التي تكفي في معالجة الأمور عبر المثل وهو حجة تقوم على المشابهة بين حالتين في مقدماتها، أو استنتاج نهاية إحداهما بالنظر إلى نهاية مماثلة، والشاهد هو الحجاج الجاهزة، كآيات القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة والأمثال العربية (49).

ملامح الحجاج في الرسوم الكاريكاتورية:

يوجه الحجاج إلى المتلقي "مستقبل الرسالة"، ويعبر عنه بلغة بعيدة عن التصنع والتزييف، ومسلّماته لا تعدو أن تكون احتمالية ولا يفترق تقدمه إلى ضرورة منطقية، ونتائجه ليست ملزمة؛ وذلك لأنه يعتمد على ما يحققها المحاجج من نتائج (50).

خصائص الحجاج في الرسوم الكاريكاتورية (51):

يتسم الحجاج بالموضوعية والحيادية، وغايته الأساسية هي إقناع المتلقي بالرسالة ووسيلته هي اللغة؛ إذ يتسم بالتناغم والانسجام والتوازن الكلي بين مكونات الرسم

الكاريكاتوري، ويتحلى بالتناغم والانسجام من خلال قبول المتلقي للرسالة ومنها انخراطه في العملية الاتصالية؛ إذ يعتمد الحجاج على الربط بين المقدمات والنتائج التي لها علاقة موضوعية كالحقيقة، وكذلك نقل الموافقة التي تتمتع بها المقدمات إلى النتائج، وهذه الموافقة ترتبط بطبيعة الجمهور "المحاجج"، ويتسم الحجاج بوصفه رابطاً بين الشكل والمضمون، وهو ذو طبيعة تحاورية وبه انسجام بين الحجة والسياق المطروح، ويتسم بالوضوح لأن الخطاب الكاريكاتوري الواضح يحدث أثراً واضحاً في المتلقي، ويتسم الحجاج بالنجاعة وهي النفاذ إلى عالم المتلقي لإقناعه، وكذلك الصدق وهو ما يؤدي إلى الإقناع، وهما خاصيتان لا تلتزمان كما يرى الباحث "ألبي ريبول"، وذلك لأن الحجاج هو عملية استدلال عقلي من شأنها أن تؤدي بالأذهان إلى التسليم بما يعرض عليه من أطروحات أو أن تزيد في درجة ذلك التسليم. والموضوعية هي درس تقنيات الخطاب التي تمكن المتكلم من تغيير نظام المعتقدات والتصورات لدى مخاطبه بوساطة الوسائل اللغوية (52).

بناء الحجاج في الرسوم الكاريكاتورية:

يبني الحجاج في الرسوم الكاريكاتورية على مجموعة من العلامات الأيقونية والتشكيلية واللسانية التي تمثل كلها نسيجاً حجاجياً؛ بهدف التأثير واستمالة المتلقي "مستقبل الرسالة"، أما عن الحجاج في الرسم الكاريكاتوري فإنه يعنى تحليل أساليب الإقناع بوساطة التمثيل الأيقوني، والحجاج في الرسم يتجاوز ثنائية الدال والمدلول إذ تبدأ عناصر الحجاج كافة التي يشارك بها رسام الكاريكاتور عبر عقد علاقات ما بين ما هو أيقوني ولساني، ويستند على البنية الداخلية للخطاب البصري المتمثلة في اللون والخطوط والأشكال" ويطلق عليها البنية "المورفولوجية، والرسام يحاجج ولو بصورة مضمرة وهي تكون صريحة في الرسوم الكاريكاتورية؛ إذ يعتمد على الاستنادات الافتراضية التي يتحكم فيها الرسام بوساطة التلاعب بالخطوط والأشكال والألوان؛ بهدف إضفاء السخرية والمبالغة والإغراق، وهي ما تقوى الفعل الحجاجي في الرسم من خلال إخفاء المسار التلفظي لإظهار الجهد الحجاجي؛ إذ يعد بنية ساكنة في ذاته، وتبدأ

عملية الحجاج الأيقونية عندما يحدث تفاعلية ثنائية بين المرسل والمتلقي وهي تفاعلية مركبة⁽⁵³⁾.

ويتحدد الدور الحجاجي للمرسل بتأسيس مجموعة من الإرغامات التي توجه بطريقة إجبارية، وهي نوع ما من التأويلات المقترحة من طرف الخطاب ولتأسيس خطاب أيقوني يجب أن يمتلك الرسام ثلاث وسائل أساسية لتأسيس حجج أيقونية، وهي⁽⁵⁴⁾:

البنية الداخلية للخطاب:

يعتمد عليها من خلال الألوان والأشكال والخطوط وهي "العناصر المورفولوجية"، ويتلاعب الرسام من خلالها باستخدام تلك العناصر، بالإضافة إلى المبالغة، والسخرية والإغراق، وهو ما يعمل على تقوية الفعل الحجاجي، وتلك الإسنادات يمكن إدراكها في البعد التعييني وتمتد إلى البعد التضميني الذي يسمح بملامسة خصوصيات الموضوع، ويلجأ الرسام أحياناً إلى استعمال الأيديولوجية، والجمع بين ما هو أيقوني ولساني.

مستويات الحجاج في الخطاب الكاريكاتوري:

المستوى الأول: ويتم الحجاج فيه عن طريق البنية "المادية" من خلال "الأشكال-الخطوط-المساحة والألوان".

المستوى الثاني: ويتم الحجاج فيه عن طريق ترتيب العناصر التيبوغرافية التي تؤسس "وحدات تصويرية ترتبط فيما بينها وفق تقنيات تعرف بالتأطير وطريقة التموضع على مساحة الخطاب.

المستوى الثالث: ويتم الحجاج فيه عن طريق الرسالة اللسانية، التي تحد من القراءات المتعددة وتوجه المتلقي إلى المعنى المراد، وبذلك تمنح المرسل قدرة أكثر على التحكم في العملية الاستدلالية؛ وعليه فهي تضيف إلى الحجاج الأيقوني حججاً ألسانياً.

ومما سبق يمكننا القول إن الخطاب الحجاجي، هو خطاب يستنفد كل الطاقات الإقناعية لدى المرسل من أجل الدفاع عن وجهة النظر؛ ليجعل المتلقي يذعن لها، ومن هنا كان إلزاماً أن يبني الخطاب الحجاجي على جملة من العناصر يلخصها الجدول التالي⁽⁵⁵⁾:

جدول (1)

يوضح عناصر الخطاب الحجاجي

العنصر الحجاجي	وظيفته
القضية	عرض الفكرة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.
الأطراف	المتحاورون حول القضية/ المرسل والمتلقي "فرد واحد - جمهور".
الحجج	عرض أدلة نقلية وشواهد وأمثلة من التاريخ أو الواقع أو شواهد من القرآن "التناس".
كيفية الإقناع	الاهتمام بالأساليب والصيغة من التدرج في عرض البراهين
النتيجة	إبداء الرأي بطريقة منطقية ضمنية أو صريحة.

أهداف الخطاب الحجاجي في الرسوم الكاريكاتورية⁽⁵⁶⁾:

- 1- الإقناع: وهو رصد كل الوسائل المعنية التي تجعل المتلقي، يقبل الرسالة بوصفها مرحلة أولى.
- 2- التأثير: ويتم من خلال جعل المتلقي في المرتبة الثانية وراء مضامين الرسالة.
- 3- التداول: وهو جعل اللغة "اللفظية- وغير اللفظية" وسيلة من وسائل الترابط بين طرفي العملية التواصلية.
- 4- التواصل: باعتبار أن الحجج وسيلة أساسية تربط العلاقة بين المرسل والمتلقي، والهدف الأساسي، هو: التفاهم- التعاون- الاشتراك.
- 5- التخاطب: وبه تمارس اللغة وظيفتها الأساسية التي من أجلها وجدت عند الإنسان.

أنواع الحجج في الرسوم الكاريكاتورية⁽⁵⁷⁾:

- الحجج شبه المنطقية: ويعتمد فيها الرسام على البنية المنطقية وهي كالتناقض؛ بهدف سهولة الكشف والاستنباط، وكذلك التماثل التام والجزئي، وهو ما يحقق قيمة حجج عالية في مقامي السخرية والهزل، فضلاً عن الحجج القائمة على العلاقات التبادلية كوضع علامة مكان أخرى وهو ما

يتحقق بكثرة في الرسوم الكاريكاتورية، كاستبدال أماكن الشخصيات بصورة مغايرة للحقيقة، وهنا تُبنى المفارقات الحجاجية، وكذلك قانون التعددية*.

• حجج التعددية: تعتمد هذه الحجة على ثلاث علامات (1)، (2)، (3) فحكم التعددية يربط العلاقة الأولى والثانية والثالثة ليعطينا العلاقة بين الأولى والثالثة بحكم التعددية.

• الحجج المنطقية: تعتمد تلك الحجج على العلاقات الرياضية من خلال دمج الجزء في الكل، باعتبار أن الجزء يندمج في الكل بهدف كسب الرسم الكاريكاتوري قيمة حجاجية لأن الجزء يعكس الكل، وهو ما يلجأ إليه الرسام باستقطاع جزء من كل بهدف إرسال رسالة ما إلى المتلقي.

• الحجج المؤسسة على بنية الواقع: تُبنى هذه الحجج على الواقع وتعتمد على الحجج المسلم بها لتأسيس حجج غير مسلم بها، ليصبح الكل جزءاً واحداً ولا يمكن تصور الحجة الثانية إلا من خلال الأولى، وهو ما يسمى بالحجاج الاتصالي بين الحجج، وتكون الحاجة في الرسوم من خلال التداخل بين الشخصية ومنصبها وعملها.

• حجج السلطة: تتم من خلال استحضار سلطة الشخص ومكانته وقيمه، وهو ما يكسب الحجة قيمة سلطوية، وهو ما يتحقق في الرسوم الكاريكاتورية من خلال الترميز السوسيوثقافي في الطابع التهكمي الساخر.

• الحجج المؤسسة لبنية الواقع: وهي حجج تؤسس للواقع كالأمثال المعروفة في الواقع الاجتماعي كالرموز الدينية والوطنية، واستخدام الشخصيات المعروفة وهو النوع الأول، أما النوع الثاني فإنه يقوم على التمثيل القائم على التشابه للعلاقات.

ومن هنا يمكننا القول "إن الحجاج في الرسم أو الخطاب الكاريكاتوري ما هو إلا محاولة لتحليل أساليب الإقناع من قبل الرسام "المحاجج" بعمل علاقات منطقية بين ما هو أيقوني ولساني "لفظي" وبين البنية الداخلية للخطاب (كالألوان- الخطوط- الأشكال) وهي ما تمثل البنية المورفولوجية، وكذلك البنية الإيديولوجية، وهو بذلك يمتلك ثلاث

وسائل لتوصيل رسالته للمتلقي، ويسعى المحاجج إلى إخفاء المسار التلفظي لإظهار الجهد الحجاجي لتبدأ عملية الحجج الأيقونية بعد حدوث تفاعلية أيقونية بين المرسل والمتلقي للرسالة وفقاً للمخطط الأيقوني للحجاج.

نتائج التحليل الكيفي للرسم عينة الدراسة:

أولاً: معالجة اللوحات، وفي هذا الجزء سنحاول الوقوف على الآليات الحجاجية، ومدى معالجتها للدعوى محل الطرح بوساطة تحليل كل لوحة على حدة.

لوحة (1) الحجة الابتزاز:



تعد العلاقات داخل الخطاب بعداً مهماً في ترسيخ دعائم الحجج في الرسائل المراد تأسيسها في ذهن المتلقي؛ ويمثل الطباق- من لدنه- آلية جد مهمة من آليات الخطاب الإقناعي؛ إذ يساعد على إبراز الفكرة وتوضيحها وترسيخ أركانها داخل ذهن المتلقي، فالشيء يكون أكثر وضوحاً بوضع ضده في مقابلته.

فهو عنصر فعال ينتظم داخل الأساليب البلاغية الأفقية الكائنة داخل الخطاب؛ وقد تنبه شايم بيرلمان إلى دوره وإلى دور العلاقات الكائنة داخل الخطاب، والتي من أهمها علاقتا الوصل والفصل الحجاجي اللتان تدعمان الخطاب الحجاجي بوساطة ضم المختلف وتفريق المؤتلف، فالوصل يتجسد في جمع الأفكار المختلفة لتبدو وحدة متكاملة توصل إلى نتيجة واحدة تحقق التأييد، ومن صور البلاغية: المجاز المرسل، والتشبيه، والاستعارة، والتذييل، والطباق، أما الفصل فيتجه إلى التفرقة بين المظهر والواقع (الحقيقة) ليقوي الاعتراض ويؤديه، ومنه: القصر والاحتراس والتتميم والاعتراض (58).

والطباق من أهم الوسائل التي تؤسس لوجود علاقات بلاغية داخل الصورة؛ وقد انتهى "جاك ديران" لعدة تصنيفات، منها الإضافة والجمع ممثلاً لها بعدة تقنيات، منها: الطباق، والتكرار، والتشبيه وغيرها من التصنيفات نحو الحذف والإزالة والتعويض ومنها: الاستعارة والكناية والتورية، فضلاً عن التبادل نحو المقابلة (59).

ولئن كان الطباقي هو من أهم الآليات الحجاجية فإن اللوحة- التي أمامنا- قد بيتت له بالوصيد؛ من خلال صورة تظهر امرأة تجلس في مقام مخصوص؛ تتخذ العلامات الأيقونية التشكيلية- فيها- المسلكَ الأسلوبى الأفقى، فالخطاب يجعل من الطباقي تكأة له؛ إذ اشتملت الصورة على بُعين مختلفين، وهما: الرجل والمرأة، وهو ما حاولت بعض التقنيات الخطية إبراز هذا الاختلاف بوساطة الطباقي، إذ طابق منتج الخطاب بين خطوط الرجل الكثيفة والطويلة وبين خطوط المرأة المكتنزة القصيرة.

وهو ما بدى في ضخامة حجم رأس الرجل الذي يرمى إلى التدبير، في مقابلة حجم رأس المرأة المكتنزة الضئيل الملازم لعدة دلالات، منها: الضعف والانصياع والاضطراب. أيضاً تؤسس وضعية الخطوط والتلاعب بأحجامها إلى إحداث الدهشة؛ إذ إن غير المؤلف يسترعى انتباه المتلقي ومن ثم إيقاعه في سياق الحاجة.

ولم يقف الطباقي عند وضعية الخطوط فحسب، إنما تعدى إلى استكناه الجوانب النفسية التي جاءت في سلسلة من التقابلات العلاماتية، إذ جاء حجم عين الرجل والمرأة على بُعد من التضاد، فجاءت عين الرجل بخطوط تلازم دلالة الدهاء، في مقابلة عين المرأة التي لازمت دلالة الخوف.

وعليه تأسست الصورة من خلال نسق من الكنايات الملازمة لمعانيها المقصودة، فوجود المكتب كناية ملازمة للسيطرة والنفوذ، ووجود السيجار يرفع من وتيرة السلم الكنائى المتصاعد الذي يرسخ للدلالة نفسها. أيضاً انتظمت العلامات في مسار رأسي من التقنيات البلاغية، وأهمها التصوير الاستعاري والذي تجلى في تصوير جسد الرجل بهيئة كرسي المنصب؛ وهو ما يكشف عن إنتاج دلالات متعددة تتصل بشكل من أشكال العنف والابتزاز الذي يقع على المرأة.

إن وضعية صورة المرأة في وسط الصورة وتمركزها داخل الصورة يؤسس لعدة دلالات تتجه لإيقاع الضوء وتخليطه عليها، فلم تكن أبهة المنظر إلا شباك لإيقاع المرأة فيها؛ وعليه حاول الخطاب أن يؤسس لهذا الطباقي من خلال مجموعة من التقنيات والأساليب البلاغية التي رسخت وتيرة العنف الذكوري داخل الصورة، والذي اتخذ من العنف النفسي مشروعية في إيجاد تبريرات، وإيراد مجموعة من القرائن التي تستثير

وتحرض المشاهد على تحريك سلوكه وتوجيه فعله ليسلم ويقتنع بالدعوى محل الطرح. وهو ما تمركز في وضعية المرأة في سياق غير صحيح وفي جلوس غير معتاد، وكل هذا مؤطر داخل الخطاب ليرسخ إلى التأسيس للعنف الذكوري الجسدي وأدواته وألعيه الإقناعية لاستمالة المرأة، ومن ثم السيطرة والهيمنة عليها، وهو بالضرورة ما يتوجه إلى المتلقي لتحريك ذهنه لإشراكه في هذه القضية، ومن ثم إيجاد الحلول الناجزة لتخليصها من العنف والابتزاز.

ولم تقتصر الصورة على نسج الخطوط في سياقها العام فحسب؛ إنما تأخذ الخطوط اللونية في محاولة الكشف عن مكامن نقاط الحجاج؛ إذ تبدو الخطوط اللونية في الصورة قريبة بشكل كبير، ويشكل اللعب باللون في هذه الصورة عاملاً مهماً من خلال تكرار اللون للترسيخ لعدة دلالات مقصودة: إذ ظهر اللون البني في ثوب الرجل وفي لون المكتب الكائن أمام الرجل وفي لون السيجار؛ إن اتحاد لون ثوب الرجل ولون مكتبه وسيجاره يعكس اتحاد الدلالة المراد إرسالها لمتلقي الصورة، وهي دلالة السيطرة والنفوذ؛ بل إن وجود اللون الأزرق في خلفية اللوحة واللون الأحمر في ثوب المرأة يعكس رسائل مقصودة توخاها المنتج تؤسس لفكرة بعينها في السياق الثقافي للوحة؛ إذ إن اجتماع اللونين الأزرق والأحمر في عالم الأعمال قد يدل على الإحباط والتوتر⁽⁶⁰⁾، وهما الدالتان اللتان انسدلتا من مقام المرأة ووضعية عينها ورمزيتها داخل الصورة.

فضلاً عن أن اللون البني لم يأت عشوائياً ربما إنما توخاه منتج الخطاب ليعكس لنا عدة دلالات على قدر من التناقض مع دلالات وضعية المرأة؛ فاللون البني - من لدنه - يحمل دلالة السكون والهدوء⁽⁶¹⁾، وهو ما يؤازر الرجل الذي بدا عليه علامات الراحة والسكينة، ومن ثم التمهيد للتفكير والدهاء في مقابلة علامات الذعر الذي بدا من شكل عين المرأة وطريقة رسمها، وكل هذا بغية استمالة المتلقي بهذه التلاعبات اللونية والحركية.

وعليه مثل اللون البني في اللوحة رابطاً حجاجياً مهماً ربما، وهو ما يكشف عن بغية منتج الخطاب في إيقاع المتلقي في شراك المحاجة التي تعكس نية الرجل التي تمظهرت في علامة المكتب الذي يرمز إلى حجة السلطة، إذ تضطلع الحجة بالسلطة في سياق الحجاج

بدور فعال وناجز، فوجودها ونسجها داخل هذه العلامات يرسخ لتصاعد فداحة الأمر داخل الرسالة المقصودة.

لوحة (2) الحجة الاستحواذ.



إذا كان الطباق عاملاً مهماً في السياق الحجاجي في اللوحة السابقة، فإن منتج الخطاب قد تنبه لهذا الأثر، وهو ما حاول أن يرسخ من فاعليته داخل هذه اللوحة؛ إذ تُظهر جسداً لرجل ضخم يملأ الصورة بأكملها بداخله امرأة في وضع ضئيل وهي لوحة- ربما- يحاول منتج الخطاب- من خلالها- أن يعكس لنا معنى الاستحواذ والهيمنة، وقد تحمل تفسيراً آخر باعتبار أن المرأة تقبع في سويداء قلب الرجل بيد أن التفسير الأول هو الأقرب؛ لأن الخطوط واللعب بملامح المرأة يميل إليه، والصورة كسابقته إذ انتظمت في علامات ساعدت على إبراز الدعوى محل الطرح بوساطة توظيف الأساليب الأفقية والرأسية داخل الصورة.

إذ تجلت الأساليب الأفقية في توظيف الطباق بشكل فعال؛ وهو ما تمظهر في اشتغال الصورة على الرجل والمرأة؛ إذ حاولت الخطوط إبراز هذا التناقض بين هذين البعدين من خلال اللعب بها وبألوانها، فضلاً عن توظيف العلامات في سياقات مقصودة. فقد جاءت الخطوط الطويلة والكبيرة والعريضة من نصيب الرجل، في مقابلة الخطوط الصغيرة والمكتنزة الضئيلة من نصيب المرأة؛ وقد رسخ- أيضاً- شارب الرجل في الصورة من تصعيد وتيرة الطباق داخل اللوحة؛ إذ لازم وجوده بهذه الهيئة لدلالاتي الهيمنة والسيطرة، وهما الدالتان اللتان تقابلتا مع وضع المرأة المنقادة المستكينة.

فاللعب بالخطوط في هذه الصورة أدى دوراً مهماً من خلال تقنية المقابلة، أي مقابلة وجه الرجل وصورته إذ تبدو عليه دلالة الارتياح والهدوء في مقابلة دلالة الانزعاج البادي من وجه المرأة؛ وقد ساعدت الألوان وتوخيها على إبراز الدعوى محل الطرح؛ فقد وضع

المنتج لوناً يميل إلى الخضرة وجعله من نصيب الرجل؛ إذ القار أن اللون الأخضر يتصل بالطبيعة وسكون الروح والقوة (62)، وهي معان تتناقض مع طبيعة المرأة التي بدت ملامحها الجسدية تناقض تلك المعاني، فبدت هزيلة مضطربة وضعيفة، تخرج عن سياق الطبيعي والمألوف؛ نظراً لوضعها في سياق غريب إذ تكوم جسدها داخل جسد رجل ضخم.

أيضاً تبني الصورة على تقنية المبالغة *hyperbole*: وهو ما بدا من تضخيم العلامة الأيقونية الدالة على جسد الرجل؛ الأمر الذي يستتبعه شغل زاوية رؤية المتلقي وشحذها للصورة المطروحة عليه؛ ومن ثم استمالاته وإشراكه في الفكرة محل الطرح.

تأتي عناصر تأطير الحجة في الصورة- أيضاً- من خلال اللون؛ إذ أدى منتج الخطاب بتوظيف اللون دوراً كبيراً خاصة أنه وضع اللون الأخضر- بما يحمله من دوال واسعة تتصل بدلالة الاستقرار والسكينة وهو ما بدا من ملامح الرجل الذي اتصفت قسماً وجهه بكل هذه الدلالات- في مقابل اللون الأحمر الذي كان من نصيب البعد الأنثوي في الصورة والذي كشف عن لون شاحب مهزول؛ من خلال تفرغ وجه المرأة والرجل من اللون؛ إذ اللون المفرغ يعمل على تهيئة عقل المتلقي للتأويل لملا هذه الفراغات بكثير من الدلالات الضمنية التي توازر مقام اللوحة.

إن المخالفة التي بدت من دلالة اللون الأخضر في مقابلة شكل المرأة وخطوطها غير الطبيعية ووضعها الضعيف؛ يعكس وعياً- ربما- يفسر طبيعة الخطاب الكاريكاتوري وقدرته على كشف كثير من الحجج المؤطرة داخل سياق الدعوى محل الطرح؛ وهو ما يدل على حضور العلامة البصرية في إيصال رسائل محددة إلى ذهن المتلقي وإقناعه؛ فتستميله هذه الصور بقدرتها الإمتاعية، ثم تكون مرحلة إفراغ الفكرة التي تقارب ذهنه من مرحلة الاقتناع. أيضاً جاءت صورة المرأة- كسابقتها- في منتصف الصورة وفي مركزها وهو ما يرسخ لتسليط الضوء على قضيتها.

أيضاً أدت حركة اليد دوراً مؤازراً للطرح الدعوى؛ إذ جاءت يد المرأة مكتوفة في شكل يوحي بالاستسلام والخضوع، وجاءت حركة يد الرجل متسعة لتدل على الهيمنة والسيطرة والامتلاك. كذلك تأسست الصورة على علاقة الوصل بواسطة التوظيف

الاستعاري *la Metaphor*: إذ شُبه جسد المرأة بأكمله (المشبه) برابطة عنق (المشبه به) يرتديها الرجل، وهو ما يرسخ من الدلالات التي ذهبنا إليها آنفاً، إن اشتمال اللوحة على علاقات الوصل داخل الصورة يؤدي إلى تحقيق التأييد للدعوى المراد التأسيس لها في ذهن المتلقي، ومن ثم الإذعان والقبول والتبني.
لوحة (3) الحجة الضحية.



وتظهر اللوحة امرأةً وقد أخذت شكل تريد النجاة؛ وصورة المرأة نجدها حاضرة مهيمنة في الصورة بأكملها مع غياب صورة الرجل، والصورة تتأسس إقناعيتها بوساطة تقنية المبالغة التي جسدت وضعية المرأة اليد في اللوحة بأكملها تلك المبالغة التي تلازم عدة دلالات منها القهر، والظلم، والعنف الجسدي، والنفسي.
إذ تبدو العلامة الأيقونية الشكلية في هذه الصورة تحمل دلالتين مختلفتين، وهما دلالة الاستكانة والضعف، في مقابلة دلالة الرفض والصراخ والتخلص، انبجست الدلالة الأولى من وضع المرأة المكتوفة القابعة المستكينه، وجاءت الدلالة الثانية في تمثل هذه المرأة بصورة كف رافضة تصرخ للتخلص من هذا العنف، إن الجدلية التي تضمنتها هذه الصورة بين جدلية الرفض والخنوع، يشكل هيئة جديدة لصورة المرأة تختلف عن سابقتها من اللوحات، وهي الحجة المضمرة التي ربما يريد المنتج أن يجعل المتلقي يقر بوجودها.
والعلامة الأيقونية الشكلية التي جاءت في سياق اليد / المرأة تمثل مجازاً مرسلًا *le synecdoque* إذ أطلق الجزء وأراد الكل، فاليد هي جزء يعبر عن كل.

بل إن المجاز المرسل - هنا - يعتمد على عدة تقنيات مرئية، منها الإحلال والإبدال والتبادل، فالإحلال نابع من حجم اليد في تمركز جسد امرأة في محتواه، الأمر الذي يؤدي في نهاية المطاف إلى التبادل الكائن باستعمال الصورة على علامتين في الوقت نفسه لتجعل العين ترى في كل وقت علامة تحيل إلى بُعد بعينه. فهي علامة مشحونة بدلالتين

متناقضتين دلالة امرأة مستكينة هزيلة، ودلالة يد تريد التخلص. إن الصورة على هذه الشاكلة قد استدعت- من لدنها- كل معاني الاستفزاز والتحريض لفعل محدد وتغيير سلوك المتلقي وتوجيه نحو فعل في سياق محدد. وعلامة المرأة كذلك قد تركزت في وسط اللوحة كسابقتهما (63).

وتتخذ صورة المرأة بعداً تصاعدياً بوساطة إتيانها على صورة كف، والملاحظ أنها صورة تحمل بعداً أنثوياً؛ لأنها تختلف عن غيرها، إذ خلت من البعد الذكوري كما في سابقتهما، فالصورة تأسست على تقنية الحذف.

إن بناء اللوحة على تقنية الحذف؛ يفسر- ربما- الدرجة التصاعدية التي وصل إليها منتج الخطاب في كشف الحجج المراد توصيلها إلى المتلقي، فهو يريد أن يبعث في صورته عنصر الوحدة وهو ما بدا من جعل المرأة تحمل رمز اليد الكبيرة التي تود أن تتخلص وتبتعد عن هذا العنف الذكوري ضدها، فأبت الصورة إلا أن تبدو منفردة لتعكس كل معاني البعد والتخلص من هذا الرجل الذي مثل لها كل معاني القسوة والعنف والغطرسة.

والصورة تعكس بعداً تداولياً مهماً؛ لأنها لم تقف عند ملأ الصورة بالبعد الأنثوي فحسب، إنما حملت إشارة تداولية توازي لغوياً فعل الأمر والنهي في ذات الوقت، فالأمر جاء من ارتسام المرأة في صورة اليد وكل هذا من خلال صورة لا تحمل أي تعليق. فضلاً عن طغيان اللون الأحمر الذي يشارك دلالة العنف. وتأسست الصورة من خلال العلاقات البلاغية داخل الصورة، إذ انبنت على المشاكلة مشاكلة المرأة لليد.

لوحة (4) النتيجة.



وهي صورة توضح دهس الرجل للمرأة ووضع قدمه على آلة دهس والمرأة جاثية تحتها؛ إذ تتصاعد وتيرة الخطاب الإقناعي في هذه الصورة بغية الوصول إلى منتهى الحجة (ن)، والصورة تتخذ من الأسلوب الرأسي الذي يجعل من الاستعارة مرتكزاً له؛ إذ

شبه العنف (المشبه) بآلة حديدية (المشبه به) بوساطة استعارة هذه الأداة الحديدية مجهولة المصدر لمعنى هيمنة الرجل وسيطرته، وأتى بلازمة البعد الذكوري المعبر لهذه الأداة الداھسة، وهو ما يشكل جذور الأثر الحجاجي داخل الصورة الذي يؤدي إلى إفراغ الاستفزاز والتحريض وتحريك فعل وسلوك نحو هدف محدد بدعوة إرسالية تحمل فعلاً ناجزاً لتخليص هذا البعد الأنثوي المقهور من سلطة البعد الذكوري، والصورة كسابقتها مبنية على التقابل بين البعد الذكوري المهيمن والبعد الأنثوي المقهور لاستكناه كل المواقف وتوجيهها نحو دعوى مخصوصة تغيتها العلامة التواصلية داخل الخطاب المرئي. وموقعية المرأة تتخذ مركز الصور كما مر في جميع الصور، وهو يدعم من مناطق التبئير وتسليل الأضواء على هذه القضية المراد إقناع المتلقي بها.

ثانياً: العلاقات بين اللوحات بوصفها روابط حجاجية:

بعد أن حاولنا- آنفاً- أن نقف على آليات الحجج داخل كل صورة على حدة؛ ولئن كان هذا التناول قد رصدنا- من خلاله- الحجج المؤطرة داخل كل لوحة؛ فإن رصد العلاقات بين الصور يدلل على رسائل مترابطة اشتملت عليها جميع اللوحات، وحاول منتج الخطاب أن يلح عليها داخل خطابه في سياقه العام.

أولاً: الحجة بعلاقة بالتصاعد:

جاءت الصورة (1، 2، 3، 4) في سياق تصاعدي، يمكن التمثيل له من خلال وضعه في سلم حجاجي؛ إذ تأتي الصورة وتتصاعد وصولاً للحجة (ن). فالسلم الحجاجي بوصفه علاقة ترتيبية للحجج (64) يجاهد مؤسساً نتائج من هذه الصور الحجاجية التي تعمل على زج نتيجة وإزاحة أخرى، وهو دور رصين يناط بآليات الحجج، على النحو التالي:

- = لوحه (4) دهس المرأة /هلاک .
- د لوحه (3)
- ج لوحه (2)
- ب لوحه (1)

وهنا تتقلد الحجة (د) المرتبة العليا من خلال اقترابها للنتيجة (ن) على الرغم من انتماء الحجة (ب) إلى النتيجة نفسها⁽⁶⁵⁾؛ باعتبار أن (ب) و(ج) و(د) حجج وأدلة تخدم النتيجة (ن). على اعتبار أن السلم الحجاجي يمثل نتيجة موجهة وكل قول يرد في درجة ما من السلم يكون القول الذي يعلوه دليلاً أقوى منه بالنسبة إلى (ن). بوساطة الاتكاء على سلطة التفضيل داخل درجات الخطاب؛ إذ إنه قد يدعم من أسباب تصنيف الحجة في أعلى السلم، وذلك لاختيارها دون غيرها، وبهذا فهو يضع كل ما عداها دونها في الترتيب السلمي⁽⁶⁶⁾.

ثانياً: اللون بوصفه رابطاً حججياً:

إن الرابط الحجاجي يضطلع بأهمية كبيرة في الرسالة التواصلية الإقناعية؛ إذ يمثل همزة وصل بين الحجة والنتيجة. ويتجلى الرابط الحجاجي حسب طبيعة النص، فهو إن كان في الخطاب اللغوي يرتكز في الحروف والضمائر وغيرها، فإننا يمكن لنا أن نلمح أثره في الصورة من خلال صفة التكرار والتجانس، فقد اتكأ جاك ديران في أولى المحاولات لتصنيفات العلاقات البلاغية في الصورة إلى أثر التكرار داخل الصورة⁽⁶⁷⁾.

وهو ما حاول الخطاب المرئي أن يرسخ من فاعليته بوساطة تكرار اللون الأحمر في جميع الصور إلى الدرجة التي تجعل الباحث يجعله مرتكزاً تكرارياً ورابطاً حججياً مهماً، إذ تمثل في المرأة في جميع الصور، وهو ما يعكس نتيجة مؤداها طغيان هذا اللون في مؤازرته لسياق العنف بأنواعه كافة.

إن وجود اللون الأحمر في الصور جميعها يعادل قيمة التكرار، ولم يكن التكرار من أجل إفراغ لون أو ملء مساحة مكانية إنما جاء التكرار بغية الإقناع من خلال إبراز فكرة البحث وتوضيحها، ف جاء داعماً لحركة الخطوط داخل الصور، والتكرار يمثل تقنية إقناعية كبيرة؛ لأنه يعمل على تسليط الضوء على دلالة محددة. إن وجود اللون الأحمر يمثل عاملاً حججياً مهماً؛ لأنه يشرك المتلقي في القضية الدعوى من دون جهد وتقريب، فهو يعمل على إيجاد نقاط من التواصل، وقد اضطلع التواصل بأهمية كبيرة عند جاكبسون إذ بناه على الحوار بين المرسل والمستقبل، فنظام التواصل القائم على المرسل المنجز للكلام والمرسل إليه مستقبل الرسالة، والرسالة تحتاج إلى مرجع وقناة اتصال

ورامزة مشتركة كلياً أو جزئياً بين المرسل والمرسل إليه تسمح بإقامة التواصل والحفاظ عليه (68)، وهو ما يجعل اللون عنصراً إقناعياً إقناعياً بوصفه إحدى قنوات الاتصال ورامزته المشتركة، فلم يكن التكرار في الصور عشوائياً، إنما جاء هذا التكرار اللوني مدعماً للقضية، فهو يبرزها ويجعلها ماثلة لا تغيب عن المتلقي، وبهذا يكون منتج الخطاب نجح إلى حد بعيد في إيقاع الحجة بذهن متلقيه وإشراكه في طرحه للمعنى بهذه الدعوى. فاللون كما ارتأى بعض الباحثين هو خطاب أنثروبولوجي من الدرجة الأولى؛ فهو يحدد وفق الإدراك وطرقه، وهو مظهر الإدراك البصري الذي يمنح للإضاءة طريقة خاصة للتعرف على الأشياء سواء من حيث الشكل أو النسيج (69).

إن إلحاح منتج الخطاب على إيقاع عنصر المرأة في سياق اللون الأحمر في جميع الصور، يعكس وعياً ثاقباً لدى الباحث بأهمية توظيف هذا اللون في مثل هذه السياقات التي تتصل بالعنف. فهو لون دموي مشحون بكثير من الدلالات التي تتصل بهذه المعاني وهو أعلى درجات العنف. ومنتج الخطاب حاول أن يجسد لنا الدعوى محل الطرح بتوظيف اللون الأحمر في كل صورة بتقنية مختلفة على الرغم من كونه عاملاً مشتركاً في جميع الصور. وقد تنوعت هذه الآليات في الصور وبخاصة الآليات البلاغية مثل توظيف التكرار، والتجانس الذي بدا في اللون البني (70).

ثالثاً: الثنائيات الضدية:

أخذت جميع الصور مرتكزاً ضدياً عدا لوحة (3)؛ إذ حاول الخطاب أن يرسخ من مناط التضاد داخل الصور بتوظيف العلامة الأيقونية الشكلية الدالة على الرجل، والعلامة الأيقونية الشكلية الدالة على المرأة لوحة (2، 4)، وساعدت الخطوط على تفعيل التضاد بوساطة إسناد الخطوط الطويلة والعريضة والممتدة والضخمة للرجل، والخطوط القصيرة والضيقة والمكتنزة بإسنادها للمرأة، فضلاً عن استكناه الجوانب النفسية في الصور في سياق التضاد؛ إذ اتصلت دلالات السكون والهدوء والارتياح بالرجل، في مقابلة دلالات الاضطراب والذعر والقلق التي اتصلت بالمرأة.

ليترسخ عدة دلالات تعمل عليها المنتجة لتجعلها بمثابة الحجج الجاهزة القارة في ذهن المتلقي لتلازم صورة وجه الرجل الممارس للعنف بالتسلط والهيمنة، إن المقابلة

النتيجة من هذه الصور وتكرارها تعكس واعياً وثاقباً لدى الدارس بأهمية هذه الخطوط في الرسالة الحجاجية التواصلية؛ لأنها تدعم الدعوى بهذه التلاعبات الشكلية واللونية. إن المقابلة تقنية جدٌ عظيمة تنبني عليها الرسالة الإقناعية؛ إذ لا يبدو الشيء إلا من خلال وضع مقابله، فالشيء يتضح من ضده لتبدو الفروق وتتأصل القضية وترسخ في ذهن المتلقي. وكل هذا ساعد على أن يكشف عن وجه الرجل المتلون، وصوره المتعددة الدالة على العنف بأنواعه كافة.

تقنيات الحجاج في الرسم:

أولاً: الحجة بالتصوير:

تمثل تقنية التصوير تقنية مهمة من تقنيات الحجاج، ويكون أثرها أنجع إذا جاء ذلك التمثيل في سياق الأيقونة والصورة الكاريكاتورية التي حاول الخطاب أن يكشف من خلالها عن أبعاد متعددة، أناط المنتج بها ذهن المتلقي، ليكون على تواصل دائم، بل إن تلك الصور تصنع حواراً مستمراً مع ذهن المتلقي، فتتركه في تحاور دائم بوساطة السعي إلى البحث عن مكامن تلکم الحجج التي أراد المنتج أن يرسلها إلى المتلقي عبر اللعب بالخطوط، والأشكال، والعلامات البصرية كافة.

إذ ثمة فروق بين الصورة الشكلية التي تكون بمثابة الزركشة الفنية التي تقف عند الحدود والأشكال فحسب، وبين الصورة البلاغية التي تصل من هذه الأشكال والخطوط إلى الزج بنتائج محددة في ذهن المتلقي، فهي صورة تواصلية إقناعية وهو ما بدا من خلال البناء التقني لهذه الصور؛ إذ حاولت العلامات الأيقونية الشكلية أن تداعب عقولاً من خلال البعد الإمتاعى الساخر لتزج من وراء ذلك بعداً إقناعياً يتصل بالدعوى محل الطرح، فالرموز والعلامات والإشارات هي في جوهرها محركات استعارية، وبنية التشبيه في مستواها العميق، بنية فنية مقصودة لذاتها، إذ هي ليست وسيلة انتفاعية سطحية أو مسطحة حتى في الوعي البدئي، بدلالة أن القائل يفعل بتعبير ما تضره ليس لجدلية العلاقة بين المشبه والمشبه به التي قد تكمن أو تظهر في معناها في وجه الشبه، بل لمعنى الجدلية بين الطرفين الذي هو وجه الشبه موضوعياً وفاعلية التأثير في المتلقي فنياً؛ وحين يستخدم المتلقي بنية تعبير معين استخداماً تقع دلالاته خارج المؤلف

والمتواضع عليه، فإن فنية توجيه تلك البنية وإيحاءات تعبيرها هي المضمرة في وعي المتكلم؛ لأن مجرد عقد العلاقة بين طرفين في تعبير معنى ما، هو أداء فني مقصود أولاً وثانياً لإيحاءات التعبير بما يقول من معنى (71).

ثانياً: حجة العلامة البصرية واللغوية:

تمثلت العلامة اللغوية في جميع الصور في سياق المسكوت عنه، إذ اختفت العبارات والتغييرات والتفسيرات التي عادة ما ترافق الصور والرسوم، وهو ما يعمل على تهيئة ذهن المتلقي للتأويل وإحداث التفسير لهذه العبارات الغائبة، فجميع الصور محل الدراسة اشتملت على علامات بصرية فحسب، لتؤازر سياق المسكوت عنه، إذ المسكوت عنه يمثل فضاءً يتسع لتعدد الدلالات والتأويلات لهذه السياقات، ومن ثم ينشط ذهن المتلقي للتأويل وهو ما يتغياها الحجاج. فالحجاج ينشط في مثل هذه القنوات التواصلية التي تجعل المتلقي والمنتج والرسالة/ والدعوى على خط واحد.

إن الإلحاح على تكرار غياب العلامة اللغوية في جميع الصور يعكس وعياً، يُفسرُ قدرة العلامة البصرية على إيجاد فرص من التحوار الفعال بين المنتج والخطاب والمتلقي؛ إذ إن القضية محل الطرح قضيةً جدلية، يتجاذبها طرفان مختلفان؛ وهو ما يجعل منتج الخطاب يعمل على تشييط أو اصرر الدعوى للزج بنتيجة وإزاحة أخرى، ذلك أن وجود العلامة اللغوية هو بمثابة الحجة الجاهزة التي تجعل ذهن المتلقي ينغلق على دلالة واحدة يمكن تمثيلها بالرمز (ح)، بيد أن العلامة البصرية تفتح على عدة إحالات ينبجس عنها مجموعة من الدلالات يمكن تمثيلها بالرمز ح 1، ح 2، ح 3،....، وهو ما يعمل على توفير عدة حجج، يمكن أن تكون مقبولة عند متلقٍ وآخر. وعليه فالعلامة البصرية تعمل في سياق التأويل وانفتاح الدلالة العائمة التي تتصل بذهن وغيرها تحاور ذهنًا آخر، فهو مجال متعدد لا بد لواحدة من الحجج أن تتصل بذهن المتلقي بوساطة سياق التأويل التي بيتت له العلامة البصرية بالوصيد.

ويمكن لنا تمثل هذا الأمر على النحو التالي:

العلامة اللغوية.

دال يشير إلى مدلول (ح).

العلامة البصرية.

أيقونة تشير إلى مدلولات (ح ١، ح ٢، ح ٣). تصل إلى (ن).

وعليه فالعلامة البصرية أقرب وصولاً إلى النتيجة المبتغاة، إذ إن طبيعة العلامة اللغوية يمكن للمتلقي أن يرفضها أو يقبلها، ذلك أن الحجج اللغوية تتسم بعدة سمات ومنها أنها حجج قابلة للإبطال (72).

فإن قال قائل عبارة: الرجل عنيف، فيمكن إبطالها بأنه في أوقات غير عنيف، بيد أن الصورة لا يمكن دحضها بأخرى؛ لأنها راسخة ماثلة متجذرة بخطوطها وأشكالها في ذهن المتلقي. فالعلامة البصرية فهي علامة سابحة في سياق من الحجج، إذا تم من المتلقي رفض نتيجة يمكن له أن يقبل أخرى عبر إحداث عمليتي التأويل والتفسير. وهو ما يكشف- بشكل كبير- عن نجاعة الخطاب الحجاجي في إيقاع المتلقي في سياق المحاجة. فالثابت أن التعبير الخيالي أكثر وصولاً للدلالة عن التعبير اللفظي، لما يختزن من صور، فالصورة هنا حاضرة تمتزج بالدعوى؛ ومن ثم لا يمكن دحض الصورة وإنكارها.

إن إلحاح المنتج على إتيانه بجميع الصور محل الدراسة خالية من أي تعليق يعكس وعياً ربما بمدى فداحة الأمر إلى الحد الذي يجعل المتلقي يعجز عن كتابة تعليق محدد ليناسب الدعوى المطروحة، ومن ثم فهو يترك المجال للمتلقي للتأويل وإحداث التفسير لهذه الأيقونات، وعليه يتشارك ويتماس مع الخطاب المطروح؛ ومن ثم يكون المنتج أصابه التوفيق إلى حد بعيد في إقناع المتلقي واستمالة عقله، وهما هدفان رئيسان من أهداف الحجج وإن جانبه الصواب في القدرة على سبر أغوار ذهن المتلقي بعدة تقنيات بلاغية والتنويع بين ثيمات وأساليب بعينها، فقد كان يمكنه أن يظهر رسوماته بشكل دقيق؛ إذ إنه يعرض لقضية مثار جدل كبير بين المتلقين، فكان عليه أن ينوع ويكثر من لوحاته خاصة فيما يسير على منهجية اللوحات المنتقاة، وهو ما شكل صعوبة في الانتقاء لهذه اللوحات.

خلصت الدراسة إلى عدة نتائج:

منها أن منتج الخطاب حاول توظيف الأساليب البلاغية الأفقية والتي تمثلت في الطباق بشكل كبير؛ إذ حاول الطباق أن يستجلي لنا مدى فداحة الدعوى محل الطرح، والتي حاولت أن تستفز المتلقي وتستثير انتباهه وتدفعه دفعا نحو سلوك وفعل محدد. حاول الطباق أن يعلي من مقصدية الرسالة التواصلية من خلال اللعب بالخطوط الطويلة والقصيرة، فضلاً عن استكناه الدلالات النفسية داخل العلامة الأيقونية الشكلية. استطاع منتج الخطاب أن يوظف اللون بوصفه رابطاً حجاجياً مهماً من خلال إيراده على هيئة التكرار الترابطي؛ إذ التكرار يعمل على إبراز الفكرة وإيضاحها، وما أنجع أن يتمظهر هذا التكرار في موتيفة اللون التي تترسخ في ذهن المتلقي ولا تغيب عنه. جاءت الصور في نسق وسلم حجاجي متصاعد تغيا إقناع واستمالة وتحريض للمتلقي لفعل محدد.

أيضاً لم يكتف المنتج بإيراد الأساليب البلاغية الأفقية، وإنما أخذ- أيضاً- من الأساليب الرأسية تكأة له في التأسيس لفكر محدد مقصود، ومنها التصوير الاستعاري بوساطة توظيف المجاز بأبعاده وعلاقته.

حاول منتج النص أن يوظف الخطوط داخل اللوحات لتدعيم مناط الطباق، تلك التقنية الحجاجية المهمة التي تساعد على إبراز الشيء وتأسيسه؛ إذ لا يتضح الشيء إلا بنقيضه وهو ما يساعد على إبراز الفكرة داخل ذهن المتلقي.

حاولت الدراسة أن تبحث صورة المرأة في سياق العنف بأشكاله المتعددة من خلال تطبيق آلية الحجاج والأساليب البلاغية الدالة على علاقة الوصل داخل الخطاب. فاللوحات جميعها يمكن أن تنبنى على قاعدة منطقية مؤداها:

المرأة مضطهدة.

كل مضطهد سيهلك

المرأة ستهلك.

وهي النتيجة التي حاول الخطاب أن يؤسس لها في جميع الصور محل الدراسة؛ ليجذب المتلقي لها، ومن ثم تحريكه نحو سلوك محدد.

وبهذا يكون الخطاب أكثر نجاعة؛ إذ حاول الفنان بشكل كبير أن يرأب الصدع بين الفجوات الدلالية والصور الأنوية المشاهدة؛ للوصول إلى قنوات الإقناع خاصة وأنها تستمد مشروعيتها باعتبارها قضايا لها مرجعيتها المذهبية والاجتماعية التي تقضي إلى تسليم المتلقي؛ إذ إنها قارة في وعيه الجمعي بوساطة استخدام صور تدعو إلى تحريض المتلقي واستثارته نحو فعل محدد، فيأبى المتلقي إلا أن يقبل ويسلم ويدعن للدعوى محل الطرح. خاصة وأن الحجاج يعمل بشكل كبير في مثل هذه الدعاوى التي تتصل بفعل نأثر أو قضايا جدلية.

هوامش البحث:

- 1- لبابة الهواري: صورة المرأة في الكاريكاتيري خلال الثورة السورية" دراسة سيميائية"، العدد السادس عشر، يوليو 2021، ص63.
- 2- إبرير بشير: الصورة في الخطاب الإعلامي، جامعة عنابة، ملتقى الدولي الخامس السيمياء والنص، ص3.
- 3- محمد شمال حسن: الصورة والإقناع، دراسة تحليلية لأثر خطاب الصورة في الإقناع، القاهرة، دار الأفاق العربية، 2006، ص11.
- 4- سوادي فرج، البلاغة العربية والبلاغة المرئية، مجلة أبحاث البصرة للعلوم الإنسانية، العدد 4، المجلد 43، 2018، ص422.
- 5- ترجمة: د. جيهان عيسوي، مدخل إلى تحليل الصورة، مارتين جولي، أكاديمية الفنون، 2011م، ص62.
- 6- لبابة الهواري، صورة المرأة في الكاريكاتيري خلال الثورة السورية "دراسة سيميائية"، م. س، ص63.
- 7- أمينة الدهري، الحجاج وبناء الخطاب في ضوء البلاغة الجديدة، المكتبة الأدبية، الدار البيضاء، ص31 وما بعدها.
- 8- لبابة الهواري، صورة المرأة في الكاريكاتيري خلال الثورة السورية" دراسة سيميائية" ، م. س، ص72.
- 9- سمير خليل، دليل مصطلحات الدراسات الثقافية والنقد الثقافي، بيروت- دار الكتب العلمية 2016، ص91 وما بعدها.
- 10- علي البوجديدي، الفضاء في الكاريكاتير الساخر رسوم ناجي العلي الكاريكاتيرية، مجلة الكوفة، ع2، 2013، ص3.
- 11- حمودي السعيد، الانسجام والاتساق النصي المفهوم والأشكال" أشغال الملتقى الوطني الأول حول: اللسانيات والرواية، جامعة المسيلة، الجزائر، 2012، ص109.
- 12- وليدة حدادي بمشاركة نخبه من الأساتذة والباحثين: الإعلام وقضايا المرأة، 2020، مركز الكتاب الأكاديمي، ص203.
- 13- نفسه، ص203.
- 14- الإعلام وقضايا المرأة، م. س، ص191.
- 15- Changnon, N. (2020) it is a problem of culture (for them): Orientalist framing in news on violence against woman. RACE AND JUSTICE, VOL.10,NO.4,PP,480-500.

- ¹⁶ LONEY- HOWES, R., &FILEBORN, B.(2020).METOO IN REGIONAL,RURA L AND remote Astralia:An analysis of regional newspapers report profiling the movement, INTERNATIONAL JOURNAL OF RUAL CRIMINOLOGY,VOL .5,55,PP244-275
- ¹⁷ ALI,s.,youssef,E.,&QAMAR,A.(2020).ANALYZING THE NWES MEDIA Practices concerning sexual Exploitation of woman MULTICULTURAL EDUCATION, VOL.6,NO.4,PP90-99
- ¹⁸ KARISSON, N., LILA, M.,GRACIA,E.&Wemrell,M.(2020).Representation of intimate partner violence against woman in swedish news media:adiscourse analysis,VIOLENCE AGAINST WOMAN ,AVALIABLE AT <https://journals.sagepub.com/doi/full>
- ¹⁹ Vaya, IL.,Zurbano-berenguer,b.,&Edo,A.(2020).Femicides in native igtal news outlets:greater and betters coverage? AStudy of violence against woman in Spanish. observatorio media (OBS*), VOL.14, NO.1
 . Available at :<http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1516>
- ²⁰ Smith, A. L., BOND. c., & jeffriese s. (2019) Media discourses of intimate partner violence in queensland newspaper ,journal of sociology,vol.55,no.3,pp571-587
- ²¹-Sutherland,G.,McORMACK,k,A,PIRKIS&VAUGHAN(2019) Mediated representations of violence agains woman and the mainstream news in AUSTRALIA their children stste to r,PUBLIC HEALTH,VOL19,NO.1,PP.1-8
- ²² - سارة عيسى: دور وسائل الإعلام المحلية بتنمية الوعي ببعض قضايا العنف ضد المرأة الريفية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية الزراعة، 2019).
- ²³ - Owusu-Abdo,E&ET.AL(2018)GHANAIA N MEDIA COVERAGE OF VIOLENCE AGAINS woman and girls:implications for health promotion .BMC WOMENs health, vol.18,no.1,pp.1-11
- ²⁴- ياسين قرني: المعالجة الصحفية لأخبار العنف ضد المرأة، دراسة تحليلية لعينة من جريدة النهار اليومي، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، ص 172 - 191.
- ²⁵ Been,M,D,EASTEAL,P.,HOLLAND &VAUGHAN (2017) exploring Australian journalism discursive practices in reporting rape :the pitiful predator and the silent victim .DISCOURSE&COMMUNICATION ,VOL.11,NO.3,PP241-258
- ²⁶ AHMED, S (2014). Violence Aganinst woman :media representation of violant issues in the perspective of Pakistan ,Science international ,vol,26,no.1.
- ²⁷ Sutherland, G., McORMACK, k, A, PIRKIS&VAUGHAN (2015) Media representations of violence against woman and their children state to knowledge paper, ANROWS, AVAILABL at <http://journals.sagepub.com/doi/full>

-28 GILLESPIE, L K, RICHARDS & SMITH (2013) farming deadly domestic violence: why the media spin matters in newspaper coverage of femicide, violence against woman, vol.19, no.2, pp222-245

-29 هنادي غريب زينهم: معالجة قضايا العنف ضد المرأة في المجلات النسائية المصرية واتجاهات القارئ بالاتصال والصفوة نحوها: خلال عامي 2006-2007، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنوفية: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2011).

-30 إيناس أبو يوسف: الخطاب الصحفي لأنماط العنف ضد المرأة المصرية: دراسة سيبيولوجية مقارنة بين الخطاب الصحفي وواقع العنف ضد المرأة في صعيد مصر، مجلة بحوث الرأي العام، المجلد 10، العدد2، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2010)، ص 441-510.

-31 ريم الشريف: حجاج الصورة الساخرة في الخطاب السياسي، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، مجلد 6، العدد 1، (المركز القومي للبحوث بغزة، مارس 2020)، ص 92-105.

-32 وليد محمد الهادي: معالجة الصحافة المصرية لقضايا الخطاب الديني دراسة في تقنيات الحجاج، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 28، (كلية الإعلام: الجامعة الحديثة للتكنولوجيا المعلومات، مارس 2020)، ص 4-82.

-33 أماني محمد عبد الحكيم: القيم الحجاجية لاستخدام مركبات الوصف في الخطاب السياسي نماذج في خطابات الرئيس الراحل جمال عبد الناصر، مجلة وادي النيل، المجلد 23، العدد23، (جامعة القاهرة: فرع الخرطوم، كلية الآداب، يوليو 2019)، ص 217-254.

-34 هند القحطاني: بلاغة الحجاج في خطاب بعض رؤساء الدول العربية لشعوبهم بشأن جائحة كورونا، مجلة كلية اللغة العربية، المجلد39، العدد2، (جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية بأسبوط، 2020)، ص 1197-1143.

-35 أمينة بكار: آليات الحجاج في الخطاب الإشعاري التلفزيوني- دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الموضات الإشعارية في القنوات الفضائية- قناة mbc، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 14، العدد 1، (جامعة محمد أمين دباغين، سطيف 2، الجزائر، 2017)، ص 101-120.

-36 نصيرة زروطة: سيميائية الحجاج في الخطاب الكاريكاتوري من السخرية الصريحة إلى الاستدلال المضمّر، حوليات جامعة الجزائر، العدد 24 الجزء 1، (جامعة الجزائر: كلية اللغة العربية، 2013).

-37 Nyongesa BenWekeesa, cartoons can talk? Visual analysis of cartoons in 2007\2008 post – election violence in Kenya: A visual argumentation approach mDiscourse studies, pp 197-216

-38 Sara Greco Morasso, Contextual frames and their argumentative implications: Acase study in media argumentation, Discourse studies ,2016, PP249-268.

-39 Ahmed Sahlane, Argumentation and fallacy in the Justification of the 2003 war on Iraq, published online: 11March2012, Springer Science, Business Media, B.V.2012

-40 المعجم الوسيط، ط3، (القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2004)، ص157.

-41 المعجم الوجيز، بدون طبعة (القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 1994)، ص135.

- 42- عبد الهادي الشهري: استراتيجيات الخطاب: مقارنة لغوية تداولية، (بيروت: دار الكتاب الجديد، 2004)، ص 456.
- 43 - جميل عبد المجيد: البلاغة والاتصال، (القاهرة: دار الغريب، 2000)، ص 105.
- 44 - سعاد لكلل: "بنية الخطاب الحجاجي في الأعمدة الصحفية، دراسة تداولية لعمود- نقطة نظام- بجريدة الخبر اليومي"، أطروحة دكتوراه، (الجزائر: جامعة مستغانم: كلية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، 2017)، ص 5.
- 45 - بلقاسم دقة: "استراتيجية الخطاب الحجاجي، دراسة تداولية في الرسالة الإشهارية العربية"، مجلة المخبر أبحاث في اللغة العربية والأدب الجزائري، العدد العاشر، (الجزائر: جامعة بسكرة، 2014)، ص 496.
- 46 - أمينة الدهري: الحجاج وبناء الخطاب، ط1، (المغرب: الدار البيضاء، شركة المدارس للنشر والتوزيع، 2011)، ص 6.
- 47 - طه عبد الرحمن: في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، ط3، (المغرب: الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، 2007)، ص 65.
- 48 - شكري المبخوت: نظرية الحجاج في اللغة ضمن أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم، (منونة: كلية الآداب، د.ت)، ص 59.
- 49 - محمد العمري: "بلاغة الخطاب الإقناعي"، (المغرب: دار أفريقيا الشرق، 2002)، ص 71- 90.
- 50 - محمد العمري: "البلاغة الجديدة بين التخيل والتداول"، د ط، (المغرب: دار أفريقيا الشرق، 2005)، ص 220.
- 51- تم الاستعانة بأكثر من مرجع:
- محمد سالم الأمين طلبية: "الحجاج في البلاغة المعاصرة بحث في البلاغة والنقد المعاصر"، (لبنان: بيروت، دار الكتب الجديدة المتحدة، 2008)، ص 107-108.
- سامية الدرديري: "الحجاج في الشعر العربي بنيته وأساليبه"، ط2، (لبنان: بيروت، دار عالم الكتاب الحديث، 2007)، ص 27.
- نصيرة زروطة: "المناحي الحجاجية للخطاب الكاريكاتوري في تمثيل الواقع الجزائري- دراسة سيميائية للاستراتيجيات الخطابية الحجاجية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجزائر: جامعة الجزائر، كلية السياسة والإعلام، قسم علوم الاتصال، 2012)، ص 140-141.
- 52- شكري المبخوت: المرجع السابق، ص 59.
- 53- تم الاستعانة بأكثر من مرجع:
- محمد سالم طلبية، مرجع سابق، ص 110.
- نصيرة زروطة: مرجع سابق، ص 130-132.
- محمد العمري: بلاغة الخطاب الإقناعي، مرجع سابق، ص 80.
- 54- نصيرة زروطة: مرجع سابق، ص 439.
- 55 - ناعوس بن يحيى: حجاج البلاغة وبلاغة الحجاج، مجلة جيل الدراسات الأدبية والفكرية، العدد 47، (مركز جيل البحث العلمي، ديسمبر 2018، ص 9-27)، ص 10.
- 56- مرجع سابق، ص 15-16.
- 57- المرجع السابق نفسه، ص 20-21.
- 58 - فلسفة البلاغة الجديدة، شاييم بيرلمان، ترجمة: أنوار طاهر، مراجعة وتقديم: أ.د أبو بكر العزاوي، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2020، ص 34.

- 59- بلاغة المرئي: "محاولة في نقل الجهاز الخطابي إلى عالم الصورة المرئية: حاتم عبيد، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، المجلد 37، العدد 145، 2019، ص 130 وما بعدها.
- 60- اللغة واللون، أحمد عمر، ط2، القاهرة- دار الكتب، 1997 ص360.
- 61- اللغة واللون، أحمد عمر، ص189.
- 62- الألوان دورها تصنيفها دلالتها رمزياتها، كلود عبيد، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2013، ص91 وما بعدها.
- 63- زاوية علامة المرأة المتمركزة في لوحة 1، 2 من البحث.
- 64- اللغة والحجاج، أبو بكر العزاوي، الدار البيضاء، 2006، ص20.
- 65- اللغة والحجاج: أبو بكر العزاوي، مرجع سابق، ص 20.
- 66- استراتيجيات الخطاب، عبد الهادي بن ظافر الشهري، مرجع سابق، ص 528.
- 67- بلاغة المرئي، محاولة في نقل الجهاز الخطابي إلى عالم الصورة المرئية، حاتم عبيد، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، المجلد 37، العدد 145، 2019، ص130 وما بعدها.
- 68- سيميائيات التواصل الفني بحث في إشكالية المقصدية: نور الدين صدار، مجلة دورية محكمة، الجزائر، العدد الثالث، 2011، ص123.
- 69- M menu, la couleur des oeuvres d'art in cnrsinfo, dossier sciences et couleurs, mars 2001, p102.
- 70- اللوحة (1) من البحث، فهو يعمل الربط الذهني بين ثوب الرجل ومكانته التي تتصل بدلالة الهيمنة والسيطرة، وهو ما حاول المنتج أن يظهر أبعاده من خلال تقنية المقابلة في حجم عين الرجل وعين المرأة ودلالة كل منهما من خلال اللعب بأحجام الخطوط.
- 71- أسلوبية البيان العربي من أفق القواعد المعيارية إلى آفاق النص الإبداعي، الدكتور رحمن غركان، دار الرائي للدراسات والترجمة والنشر، دمشق، 2008م، ص69-70.
- 72- اللغة والحجاج، أبو بكر العزاوي، الدار البيضاء، 2006، ص20.

References

- Bashir, E. (2010).: alsuwrat fi alkhitaab al'iielamii, jamieat Annaba, multaqaaw alduwlii alkhamis alsiymya' walnas.
- Hasan, M. (2006). alsuwrat wal'iiqnaea, dirasat tahliliat li'athar khitaab alsuwrat fi al'iiqnaei, Alqahira, dar Alafaq alearabiat.
- Faraj, S. (2018). albalaghat alearabiat walbalaghat almaryiyati, majalat 'abhath albasrat lileulum al'iinsaniati, 4(2).
- Joly, M. (2011). madkhal 'iilaa tahlil alsuwriti, Tarjamat Jihan Issawi, 'akadimiati alfununi.
- Alhawari, L. (2010). surat almar'at fi alkarikatiri khilal althawrat alsuwria "dirasat simiayiyatin".
- Aldahri, A. (2012). alhajaaj wabina' alkhitaab fi daw' albalaghat aljadidati, almaktabat al'adabiati, aldaar albayda'i.
- khalil, S. (2016). dalil mustalahat aldirasat althaqafiat walnaqd althaqafii, bayrut-dar alkutub aleilmiat.
- Albujdidi, A. (2013). alfada' fi alkarikatir alsaakhir rusum naji aleali alkarikatiriatu, majalat alkufati, 3(2).
- Al-Saeed, H. (2012). alainsijam walaitisaq alnisiyu almafhum wal'ashkali" 'ashghal almultaqi alwatanii al'awal hawla: allisaniaat walriwayatu, jamieat Almasilati, Aljazayar.
- Changnon, N. (2020) it is a problem of culture (for them): Orientalist framing in news on violence against woman, RACE AND JUSTICE, VOL.10,NO.4,PP,480-500.
- LONEY- HOWES, R., & FILEBORN, B. (2020). METOO IN REGIONAL, RURAL AND remote Australia: An analysis of regional newspapers report profiling the movement, INTERNATIONAL JOURNAL OF RUAL CRIMINOLOGY, VOL .5,55,PP244-275
- ALL, s., youssef, E., & QAMAR, A. (2020). ANALYZING THE NEWS MEDIA Practices concerning sexual Exploitation of woman MULTICULTURAL EDUCATION, VOL.6,NO.4,PP90-99
- KARISSON, N., LILA, M., GRACIA, E. & Wemrell, M. (2020). Representation of intimate partner violence against woman in swedish news media: a discourse analysis, VIOLENCE AGAINST WOMAN, AVAILABLE AT <https://journals.sagepub.com/doi/full>
- Vaya, IL., Zurbano-berenguer, b., & Edo, A. (2020). Femicides in native digital news outlets: greater and better coverage? A study of violence against woman in Spanish. observatorio media (OBS*), VOL.14, NO.1
. Available at : <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1516>
- Smith, A. L., BOND, c., & jeffriese s. (2019) Media discourses of intimate partner violence in queensland newspaper, journal of sociology, vol.55, no.3, pp571-587

- Sutherland,G.,McORMACK,k,A,PIRKIS&VAUGHAN(2019) Mediated representations of violence against woman and their children state to knowledge paper, ANROWS, AVAILABL at <http://journals.sagepub.com/doi/full>
- Issa, S. (2019): dawr wasayil al'ielam almahaliyat bitanmiat alwaey bibaed qadaya aleunf dida almar'at alriyfiati, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat Ain shams, kuliyaat Alziraeati).
- Owusu-Abdo,E&ET.AL(2018)GHANAIAAN MEDIA COVERAGE OF VIOLENCE AGAINS woman and girls:implications for health promotion .BMC WOMENs health, vol.18,no.1,pp.1-11
- Qurani, Y. (2011): almuealajat alsahafiat li'akhbar aleunf dida almar'ati, dirasat tahliliyat lieayinat min jaridat alnahr alyawmi, majalat Alhikmat lildirasat al'ielamiyat walaitisaliati, 172- 191.
- Been,M,D,EASTEAL,P.,HOLLAND &VAUGHAN (2017) exploring Australian journalism discursive practices in reporting rape :the pitiful predator and the silent victim .DISCOURSE&COMMUNICATION ,VOL.11,NO.3,PP241-258
- AHMED, S (2014). Violence Against woman :media representation of violent issues in the perspective of Pakistan ,Science international ,vol,26,no.1.
- Sutherland, G., McORMACK, k, A, PIRKIS&VAUGHAN (2015) Media representations of violence against woman and their children state to knowledge paper, ANROWS, AVAILABL at <http://journals.sagepub.com/doi/full>
- GILLESPIE, L K, RICHARDS &SMITH (2013) farming deadly domestic violence: why the media spin matters in newspaper coverage of femicide, violence against woman, vol.19, no.2, pp222-245
- Zanhm, H. (2011): muealajat qadaya aleunf dida almar'at fi almajalaat alnisayiyat almisriyat waitijahat alqayim bialaitisal walsafwat nahwaha: khilal eamay 2006-2007, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Almanufiati: kuliyaat aladab, qism al'ielami).
- Abu Youssef, E. (2010): alkhitab alsuhufiu li'anmat aleunf dida almar'at almisriati: dirasat sisiulujiatan muqaranatan bayn alkhitab alsuhufii wawaqie aleunf dida almar'at fi saeid msr, majalat buhuth alraay aleami, almujaalad 10, aleadadu2, (jamieat Alqahira: kuliyaat Al'ielami), 441-510.
- Alsharif, R. (2020): hujaj alsuwrat alsaakhirat faa alkhitab alsiyasi, almajalat alarabiat lileulum wanashr al'abhathi, (almarkaz alqawmii libuhuth Gaza), 1(2). 92- 105.
- Alhady, W. (2020): muealajat alsahafat almisriyat liqadaya alkhitab aldiynii dirasatan fi taqniaat alhajaji, almajalat alarabiat libuhuth al'ielam walaitisali, , (kuliyaat Al'ielami: aljamieat alhadithat liltiknuluja almaelumati, mars 2020), 28(2). 4- 82.
- Abd Alhakim, A. (2019): alqiam alhajajiat liaistikhdam murkabat alwasf faa alkhitab alsiyasii namadhij faa khitabat alrayiys alraahil jamal eabd alnaasir, majalat wadi alniyl, almujaalad 23, aleadadi23, (jamieat Alqahira: fare alkhartum, kuliyaat aladab, yuliu), 217- 254.

- Alqahtani, H. (2020). balaghat alhujaaj faa khitab baed ruasa' alduwal alearabiat lishueubihim bishan jayihat kuruna, majalat kuliyyat allughat alearabiati, (jamieat Al'azhar, kullyat allughat alearabiat Assut), 2(3). 1197- 1143.
- Bakar, A. (2017): alyat alhujaaj fi alkhitab al'iishharii altilifizyuni- dirasat tahliliat simyulujiat laeayinat min alwamadat al'iishhariat fi alqanawat alfadayiyati-qanahumbc, majalat aladab waleulum alaijtimaeiati, almujalad 14, aleadad 1, (jamieat Mohamed Amine Debaghine, Stif 2, Aljazayar), s 101-120.
- Zurutat, N. (2013): simiayiyat alhujaaj fi alkhitab alkarikaturii min alsukhriat alsarihat 'iilaa alaistidlal almudmari, hawliat jamieat Aljazayir, (jamieat Aljazayir: kuliyyat allughat alearabiati) 24(3).
- Nyongesa BenWekeesa, cartoons can talk? Visual analysis of cartoons in 2007\2008 post – election violence in Kenya: A visual argumentation approach mDiscourse studies, pp 197-216
- Sara Greco Morasso, Contextual frames and their argumentative implications: Acase study in media argumentation, Discourse studies ,2016, PP249-268.
- =Ahmed Sahlane, Argumentation and fallacy in the Justification of the 2003 war on Iraq, published online: 11March2012, Springer Science, Business Media, B.V.2012
- Almuejam alwasita, (2004). ta3, (Alqahira: maktabat alshuruq alduwliatu.).
- Almuejam alwujiz, bidun tabea (1994). (Alqahira: maktabat Alshuruq alduwliatu.).
- Alshahri, A. (2004): astiratijiaat alkhatabi: muqarabat lughawiat tadawuliat, (Beirut: dar Alkitab aljadid).
- Abd Almajidi, J. (2000): albalaghat waliatisalu, (Alqahira: dar Alghirib).
- Likahl, S. (2017): "bniat alkhitab alhujajii fi al'aemidat alsahufiati, dirasat tadawuliat lieamud- nuqtat nizami- bijaridat alkhabar alyawmi", 'utruhat dukturah, (Aljazayar: jamieat Mustaghanim: kuliyyat aleulum alaijtimaeiati, qism aleulum al'iinsaniati, shuebat eulum al'iielam walaitisali).
- Daqa, B. (2014): "astiratijiat alkhitab alhajaji, dirasat tadawuliat fi alrisalat al'iishhariat alearabiati", majalat almukhbir 'abhath fi allughat alearabiat wal'adab aljazayirii, aleadad aleashiri, (Aljazayar: jamieat Bisakrata).
- Aldahri, A. (2011): alhajaaj wabina' alkhatabi, ta1, (Almaghrib: aldaar Albayda'i, sharikat almadaris linashr waltawziei).
- Abd Alrahman, T. (2007): fi 'usul alhiwar watajdid eilm alkalami, ta3, (Almaghrib: aldaar albayda', almarkaz althaqafia alearabia).
- Almabkhut, S. (2010): nazariat alhujaaj fi allughat dimn 'ahami nazariaat alhujaaj fi altaqalid algharbiat min 'aristu 'iilaa alyawmi, (mnunat: kuliyyat aladab, du. t).
- Al-Omari, M. (2002): "blaghat alkhitab al'iiqnaei ", (Almaghrib: dar 'Afrika Alsharq).
- Al-Omari, M. (2005): "albalaghat aljadidat bayn altakhayul waltadawuli", d ta, (Almaghrib: dar 'Afrika Alsharq.).
- Tolba, M. (2010): "alhujaaj fi albalaghat almueasirat bahath fi albalaghat walnaqad almueasiri", (lubnan: bayrut, dar alkutub aljadidat almutahidati).

- Aldirdiree, s. (2007): "alhujaaj fi alshier alearabii biniatih wa'asalibiha, "ta2, (Lubnan: Beirut, dar ealam alkitaab alhadithi).
- Zrouta, N. (2012): "almanahi alhujajiat lilkhatab alkarikaturii fi tamthil alwaqie aljazayirii- dirasat simiayiyat lilastiratijiaat alkhatabiat alhujajiat", risalat majistir ghayr manshurtin, (Aljazayar: jamieat Aljazayir, kuliyat alsiyasat wal'ielami, qism eulum alaitisali,).
- Yahya, N. (2018): hujaj albalaghat wabalaghat alhajaji, majalat jil aldirasat al'adabiat walfikriati, (markaz jil albaht aleilmi, disambir 47(3), 9-27).
- M menu, la couleur des oeuvres d'art in cnrsinfo, dossier sciences et couleurs, mars 2001, p102.
- 'uslubiat almayan alearabii min 'ufuq alqawaeid almieyariat 'iilaa afaq alnasi al'iibdaei, alduktur rahman ghirkan, dar alraayy lildirasat waltarjamat walnashri, dimashqa, 2008m, sa69-70.
- allughat walhajaji, (2006). 'Abu bakr aleazaawi, aldaar albayda', 2006, sa20.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 72 October 2024 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.