جامعـة يحيى فـارس – المـديـة -

كليـة العلـوم الإنسانيـة والاجتمـاعيـة

قسـم: علوم الإعلام والاتصال

القيم البيئية في الكاريكاتور الإلكتروني

دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الصور الكاريكاتورية عبر موقع الفايسبوك خلال الفترة الممتدة

من أفريل 2017 إلى غاية ماي 2017

مذكّرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إعـداد الطالـبة:

طهراوي لبنى

إشـراف الأستاذ:

شايب نبيل

السنـة الجامعيـة: 2016 - 2017

دعـاء

يا رب علمني أن أحب الناس كما أحب نفسي.

وعلمي أن أحاسب نفسي كما أحاسب الناس.

وعلمني أن التسامح هو أكثر مراتب القوة.

وأن الانتقام هو أول مراتب الضعف.

يا رب لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت.

ولا أصاب باليأس إذا فشلت.

بل ذكرني دائما بأن الفشل هو التجربة التي تسبق النجاح.

يا رب إذا أعطيتني نجاحا فلا تأخذ تواضعي.

وإذا أعطيتني تواضعا فلا تأخذ اعتزازي بكرامتي.

وإذا أسأت يا رب إلى الناس أعطني شجاعة الاعتذار.

وإذا أساء لي الناس أعطني شجاعة العفو.

يا رب إذا نسيتك لا تنساني.

اللهم آميـن

كلمــة شكـر وعرفـان

يقول رسولنا الكريم: "من أدى إليكم معروفا فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئوه به فقولوا له جزاك الله خيرا".

الشكر والحمد لله الرحيم الغفار، القهار، عالم الجهر والأسرار الذي أعانني وقدرني على إنجاز هذا العمل.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف "نبيل شايب" الذي لم يبخل عليا بنصائحه وتوجيهاته.

كما أتقدم بالشكر والعرفان لكل من ساعدني في إنجاز هذا العمل من أساتذة وطلبة داعية لهم بالخير والبركة وحسن الجزاء في الحياة الباقية وإلى كل من علمني حرفا أساتذتي من المرحلة الابتدائية إلى المرحلة الجامعية.

إهـــداء

أهدي عملي المتواضع إلى من جعلت الجنة تحت قدميها، إلى "أمي" التي كانت الحافز والدعم الأبدي حفظها الله وأطال في عمرها.

إلى حبيب فؤادي إلى من أحببته وحرمني البعد منه، إلى روحك الطاهرة "أبي" أسأل الله أن يرحمه ويسكنه فسيح جنانه آمين يا رب العالمين.

إلى الشموع المنيرة في الظلام إلى من شاركوني أفراحي وأحزاني وقاسموني طعمة الرحم لأنهم جزء من كياني إخوتي وأخواتي الأحباء.

إلى براعم العائلة الذين أناروا البيت وأدخلوا في قلوبنا البهجة والسرور: لؤي، منذر، معاذ، إسلام.

إلى جميع الزملاء والزميلات الذين عرفتهم في مشواري الدراسي وإلى كل طلبة علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري فوج "1" إلى كل من يمتلك في قلبي مكانا وأملك في قلبه مكانا أقول: لا تسعني الورقة لكن قلبي يسعكم جميعا.

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي...



لبنى

خطة البحث

الخطة

مقدمة

الفصل الأول: التحديد المنهجي للموضوع

الاشكالية

التساؤلات

أسباب اختيار الموضوع

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

منهج الدراسة وأدواته

عينة الدراسة

تحديد مفاهيم البحث

الدراسات السابقة

صعوبات الدراسة

الفصل الثاني: القيم البيئية والإعلام البيئي كآلية لتكوين الوعي

المبحث الأول: مفهوم الإعلام البيئي (أهميته، مهامه، أهدافه)

المبحث الثاني: مصادر الإعلام البيئي والعوامل المتحكمة فيه

المبحث الثالث: مفهوم القيم البيئية (خصائصها، تصنيفاتها وأسسها)

المبحث الرابع: دور الإعلام الجديد في نشر وتنمية القيم البيئية

الفصل الثالث: الكاريكاتور... رسالة للاتصال في العالم الافتراضي

المبحث الأول: مفهوم الكاريكاتور وخصائصه

المبحث الثاني: نشأة الكاريكاتور وتطوره

المبحث الثالث: أشكال الكاريكاتور وأهم وظائفه

المبحث الرابع: أصناف الكاريكاتور

الفصل الرابع: الصورة الكاريكاتورية كدعامة إلكترونية

المبحث الأول: التأصيل النظري للسيميولوجيا (مفهومها ومجالاتها)

المبحث الثاني: المدارس والاتجاهات السيميولوجية

المبحث الثالث: أسس التحليل السيميولوجي للصورة الكاريكاتورية

المبحث الرابع: الصورة الكاريكاتورية في مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)

الفصل الخامس: توظيف خطوات التحليل السيميولوجي على وحدات الدراسة من الصور الكاريكاتورية البيئية الصادرة بموقع الفايسبوك

المبحث الأول: بطاقة فنية الموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك

المبحث الثاني: التحليل السيميولوجي للصور الكاريكاتورية محل الدراسة حسب التكامل المقارباتي رولان بارث و مارتن جولي

المبحث الثالث: النتائج الجزئية والاستنتاجات العامة للتحليل السيميولوجي

الخاتمة

مقدمة

مقدمة:

وجد الإنسان فأوجد الرسم وجعله ضروري في حياته مثله مثل المأكل والمشرب ليبقى المنفذ الوحيد والصادق لتشخيص نفسية الإنسان وطبعه، كذلك استعانته بالصورة كشكل تعبيري ترجم من خلالها أفكاره وانجازاته وأعماله، فأصبح العصر الذي نعيش فيه هو عصر تتخلله الصورة في كل مكان بل وتهيمن عليه فالصورة تملأ الصحف والمجلات والتلفزيون والكمبيوتر والهاتف النقال وشبكات الانترنت.... إلخ.

فعندما نقول الصورة تتبادر للأذهان الصورة بأنواعها من فنية، ثابتة ومتحركة، ومن تلفزيونية وصحفية وإلكترونية، فوتوغرافية وكاريكاتورية واللوحات الفنية فهناك عدة دراسات عن هذه الصور تختلف باختلاف رؤى الدارسين لها، وفي إطار اجتياح الصورة وهيمنتها على كل المجالات أصبح الرسم يحتل جزءا مهما لنقل المعاني وإيصال المعلومات وإعادة تصوير الواقع بمختلف أبعاده هذه الصورة يطلق عليها تسمية الصور الكاريكاتورية.[1]

إن الكاريكاتور ينتمي إلى صنف الصور الثابتة فهو وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري وذو دلالة إعلامية في المقام الأول ينقل الرسالة إلى المتلقي كونه فن تعبيري يشكل لغة تفاعل خاصة عرفها فنانون رسامون (كاريكاتوريين) لنقد الأوضاع ونقل معاناتهم واهتماماتهم ورغباتهم ومصالحهم، كما هو أيضا تعبير ذاتي لنفسية الشخص الكاريكاتوري في نقل مكوناته إلى غيره بطبع آثار شخصيته على الصورة.

فالصورة الكاريكاتورية شحنة من المعاني مدعمة في جملة من الخطوط الرمزية التي تتميز بقدر من التشويه والمبالغة في عرض الأشياء لإثارة الهزل والسخرية والضحك وأخيرا تحقيق الغايات من دون شك ولتحقيق هذا المسعى لابد من منتج الرسالة الكاريكاتورية أن يلجأ وعلى أحسن قدر من انتقاء وتوظيف جملة الدلائل الرمزية ذات الأبعاد المعنوية، التي تظهر على شكل علامات ورموز وصيغ وإشارات

[1] بن حليمة هاجر و يخلف جميلة ، **التحليل السيمولوجي للكاريكاتور الاجتماعي عبر صفحة الفايسبوك** للصحفي الجزائري، الرسومات الكاريكاتورية للرسام " محمد جلال" نموذجا، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة 2015، ص4.

الغرض إرساء المعنى الذي يوده ويرغب في نقله إلى الجمهور، أمام هذا السلوك الذي يبدو لكثير من الناس أمرا عاديا وبسيطا إلا أن حقيقة الأمر غير ذلك فالبحث عن الفكرة الصائبة ولمها على بياض الورق ليس بالأمر المهين، فهي موضوعا قائما بذاته وفن اتصالي يستطيع تصوير الواقع بمختلف أبعاده.

ومن بين القضايا التي صارت تلقي بظلالها على العمل الصحفي عامة وتنعكس في الكاريكاتور بصفة خاصة هي القضايا البيئية التي أخذت حيزا كبيرا في الآونة الأخيرة، وهذا لأنها تنقل واقع البيئة بأدق التفاصيل من مشاكل وأزمات، وهذا ما أراد أن يصوره بعض رسامي الكاريكاتور من خلال صفحات موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، حيث رسموا لنا بعض المشكلات البيئية وأسباب ظهورها الذي يعود إلى اختلال القيم في المجتمع فالمشكلات البيئية قضية سلوكية وقيمية ناتجة عن غياب القيم البيئية الموجهة للسلوك البيئي عند أفراد المجتمع وظهور الأنانية والفردية واللامبالاة وتحقيق الربح، ومن خلال دراستنا هذه سنحاول أن نبين كيف استطاع هذا الفن أن ينقل لنا ذلك الواقع المر الذي تمر به بيئتنا اليوم ودوره في نشر وتنمية القيم البيئية في توجيه سلوكيات الأفراد نحو بيئتهم ومساهمتهم في تغيير عاداتهم السلبية، كذلك الخصائص الفنية التي تميز فن الكاريكاتور عن باقي الفنون الأخرى من خلال تحليل نماذج من الصور الكاريكاتورية على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك من خلال إتباع منهج التحليل السيميولوجي الذي يعد حسب الباحثين والدارسين في حقول الإعلام والاتصال من أهم المناهج التي تساعد الباحث على تفسير الظاهرة ودراستها، دراسة كيفية لا كمية، أما من وجهة نظرنا الخاصة السيميولوجيا هي أهم المناهج البحثية التي تصلح لدراسة مثل هذه الموضوعات (المتعلقة بالخطاب البصري) فالسيميولوجيا كمنهج يسعى للكشف عن المعنى الذي تؤديه الصورة والدلالة التي تحملها وذلك وفق ترتيب الرسالة البصرية وتتبع التناسق والانسجام الوظيفي فيها.

بما أن هذه الدراسة سيميولوجية تتعلق بسيميولوجيا الصورة عامة والصورة الكاريكاتورية الالكترونية بصفة خاصة، عمدنا في بناء دراستنا هذه التي جاءت تحت

عنوان: "القيم البيئية في الكاريكاتور الالكتروني" التي شملت لعينة من الصور الكاريكاتورية لرسامين مختلفين وعبر مختلف صفحات الفايسبوك الفصول التالية:
فصل منهجي، إضافة إلى ثلاثة فصول نظرية وفصل تطبيقي وخاتمة وملحق شمل بعض الصور الكاريكاتورية.

حيث تناولنا في مقدمة هذه الدراسة الصورة عامة ثم الصورة الكاريكاتورية بصفة خاصة والدور الذي تلعبه في مجال التوعية والمحافظة على البيئة من خلال التركيز على التحليل السيميولوجي كمنهج للدراسة.

أما في الفصل الأول: تعرضت للجانب المنهجي حيث استعرضت من خلاله أهم الخطوات المنهجية التي تقوم عليها أي دراسة ، بالإضافة إلى تحديد أهم المصطلحات المتعلقة بالدراسة كما تطرقت أيضا إلى أهم الدراسات الواردة في هذا الحقل المعرفي.

أما في الفصل الثاني: فقد خصصناه بإعطاء لمحة عن الإعلام البيئي (أهميته، مهامه وأهدافه) كذلك مصادره والعوامل المتحكمة فيه هذا من جهة ومن جهة أخرى مفهوم القيم البيئية (خصائصها، أسسها وتصنيفاتها) والدور الذي يلعبه الإعلام الجديد في نشر وتنمية هاته القيم.

وفي الفصل الثالث: تناولنا الكاريكاتور باعتباره وسيلة الاتصال في العالم الافتراضي، أين قمنا في المبحث الأول بإعطاء لمحة عن نشأة الكاريكاتور وتطوره، أما في المبحث الثاني أدرجنا فيه مفهوم الكاريكاتور وأهم خصائصه والمبحث الثالث تمحور حول أشكال الكاريكاتور وأهم الوظائف التي يؤديها أما في المبحث الرابع قمنا بالتحدث عن أصناف الكاريكاتور، وفي الفصل الرابع، فقد خصصناه للحديث عن الصورة الكاريكاتورية كدعامة الكترونية فالمبحث الأول قمنا بإعطاء لمحة عن السيميولوجيا (مفهومها ومجالاتها) وفي المبحث الثاني تحدثنا عن المدارس والاتجاهات السيميولوجية أما في المبحث الثالث خصصناه لأسس التحليل السيميولوجي للصورة الكاريكاتورية وفي المبحث الرابع تناولنا الصورة الكاريكاتورية في مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)، أما في الفصل الخامس والأخير المتعلق بالتطبيقي قمنا بتحليل

عينة من الصور الكاريكاتورية الصادرة عن مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" باعتمادنا في ذلك على منهج التحليل السيميولوجي ومستندين على مقاربة رولان بارث و مارتن جولي، باعتباره المنهج المناسب لاستكشاف دلالات الصورة والوظائف التي تؤديها وفي الأخير خصصنا مبحث استعرضنا فيه أهم النتائج العامة لدراستنا، وفي خاتمة الدراسة عرضنا فيها ملخص عام للدراسة والدور الذي تلعبه الصورة الكاريكاتورية كنسق اتصالي في التعبير عن الواقع البيئي ونشر وتنمية القيم البيئية لدى أفراد المجتمع.

الفصل الأول

الفصل الأول: التحديد المنهجي للموضوع

- الإشكالية
- التساؤلات
- أسباب اختيار الموضوع
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- منهج الدراسة وأدواته
- عينة الدراسة
- تحديد مفاهيم البحث
- الدراسات السابقة
- صعوبات الدراسة

الإشكالية:

يلعب الاتصال دورا هاما في حياة الإنسان فهو دائما بحاجة إلى التواصل مع الآخرين ومبادلتهم الأفكار والتجارب التي يكتسبها من الحياة، إذ تعد الصورة من أهم الوسائل التي ساعدته على ترجمة أفكاره والتعبير عنها، وتختلف نوعيتها باختلاف رؤى الدارسين ،ومن هنا أصبح الرسم جزءا مهما في المجال الصحفي ،من خلال تلك الأشكال والخطوط البسيطة المثيرة للضحك، فهو فن يحتل مكانة مرموقة رغم بساطته وطابعه الهزلي، إلا أنه يحمل دلالات عميقة لأنه يعمل على تمرير رسائل في شكل رموز وشفرات ملائمة للموضوع الذي يصوره بطريقة سهلة وفكاهية، كما أصبحت الصورة الكاريكاتورية جزءا حيويا في مختلف الوسائط الجديدة كالأنترنيت وبالخصوص شبكات التواصل الاجتماعي التي فرضت وجودها خلال الآونة الأخيرة وظهر ما يعرف بالكاريكاتور الالكتروني.

ولمعرفة الرسائل الإعلامية التي تنطوي عليها تلك الصور والأشكال والخطوط، لابد أن يتم القيام بدراسة تحليلية سيميولوجية تبين تعامل الانترنيت أو شبكة الفايسبوك في مختلف المجالات خاصة مجال البيئة، التي تشكل موطن الإنسان والكائنات الأخرى بطريقة كاريكاتورية ناقدة، وذلك بتحليل مضمون بعض الصور الكاريكاتورية البيئية تحليلا سيميولوجيا، من خلال الكشف عن طبيعة الدلائل والمعاني التي تبقى المنفذ الوحيد والصادق.

لذا فيعد الكاريكاتور وسيلة فعالة في نشر وتنمية القيم البيئية التي توجه سلوكيات الأفراد نحو بيئتهم، ويساهم في تغيير عاداتهم السلبية ويدفعهم للمشاركة في النشاطات والبرامج والحملات التوعية الخاصة بالبيئة، وذلك لتثبيت هذه القيم البيئية ونشرها وتنميتها، ويبقى للإعلام المكانة الجوهرية في المجتمعات باعتباره أهم قنوات الاتصال بين الأفراد والشعوب، كان عليه مهمة القيام بالدور الأساسي في التعريف بقضايا البيئة لكل مجتمع من المجتمعات العالمية، ويعد الإعلام البيئي أحد أهم أجنحة التوعية البيئية فهو يعمل على توعية المتلقي بقضايا البيئة المعاصرة، وبناء قناعات

معينة تجاه البيئة و أحوالها ،وهو أداة كان لها المردود الايجابي للرقي بالوعي البيئي ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية .

ومن خلال ما سبق فان إشكالية دراستنا تم صياغتها على النحو التالي:

كيف ساهمت القيم البيئية في ترسيخ الأبعاد الدلالية للكاريكاتور الإلكتروني لدى مستخدمي الفايسبوك خلال الفترة الممتدة من أفريل 2017 الى غاية ماي 2017 ؟

التساؤلات:

- هل يعكس الكاريكاتور الالكتروني واقع البيئة الجزائرية حاليا؟
- ما هي دلالة الألوان والأشكال والخطوط التي يحملها الكاريكاتور البيئي؟
- هل يمكن تفعيل العناصر الإيقونية في تنمية القيم البيئية لدى أفراد المجتمع؟
- كيف ساهمت المواقع الإلكترونية في مجال الإعلام البيئي ؟

أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار هذا الموضوع بالذات دون غيره له عدة دوافع ومبررات موضوعية وذاتية تتمثل فيما يلي:

أ- أسباب ذاتية:

- الشغف العلمي والاهتمام الشخصي بالموضوع.
- اهتمامنا بفن الكاريكاتور لأهميته الكبيرة وقيمته التعبيرية، ومدى اعتباره وسيلة اتصالية ناقلة لمفاهيم وأفكار الجمهور.
- رغبتنا الشخصية في الإسهام بدراسة في مجال السيمولوجيا، هذا العلم الذي يولي اهتماما كبيرا للعلامة اللغوية وغير اللغوية الذي يرتكز على الشكل والمضمون معا.
- اهتمامنا بالكاريكاتور بصفة عامة والكاريكاتور الالكتروني بصفة خاصة، الذي يهتم بالبيئة بالدرجة الأولى وذلك بأسلوب هزلي ساخر.
- الرغبة في إثراء البحوث العلمية، إذ تعد هذه الدراسة حسب اطلاعي من المواضيع الجديدة بالنظر إلى حداثة ظهور الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، وبصفة خاصة موقع الفايسبوك وما أحدثه من جدل في الأوساط العلمية.

ب- أسباب موضوعية:

- محاولة إبراز وسيلة إعلامية من وسائل حماية البيئة.
- إبراز أهمية القيم البيئية في مجال الكاريكاتور الالكتروني.
- نقص الدراسات حول الموضوع حسب اطلاعنا وما توفر لدي من مادة إعلامية.
- التعرف على الأنماط والتقنيات المستعملة في التحليل السيميولوجي للكاريكاتور الالكتروني (البيئي).
- معرفة الدلالات والمضامين التي يحملها الكاريكاتور البيئي من خلال الأشكال، الألوان، الإطار، زاوية الالتقاط....
- تزايد أنشطة التوعية البيئية، من خلال الرسم الكاريكاتوري عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك.
- البحث عن دور أهمية الكاريكاتور الالكتروني كوسيلة من وسائل الإعلام المساهمة بشكل كبير في نشر الوعي البيئي والتربية البيئية.
- التزايد الكبير والمستمر لمستخدمي موقع الفايسبوك، والكاريكاتور بصفة خاصة التي بات ظاهرة تستدعي الدراسة والبحث.
- أردنا أن تكون هذه الدراسة ثمرة لكل المعلومات والمعارف التي تحصلنا عليها من خلال مشوارنا الدراسي.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا في ابراز أهمية الرسم الكاريكاتوري كنوع معتمد في شتى أنحاء العالم، لكونه لغة بسيطة معبرة، إذ يعد الكاريكاتور الالكتروني مثال جديد للاتصال الجماهيري في مختلف المواضيع كموضوع البيئة بالخصوص، وذلك من خلال تقديم نظرة شاملة عن الخلفيات والمضامين والدلالات التي يحملها الكاريكاتور البيئي، وإبراز قيمتها وذلك بأسلوب هزلي يحمل في طياته معاني ورسائل تعبر عن مضمون وواقع البيئة حاليا، بوسائل تبدو في غاية البساطة (الصورة والكلمة).

لذا فكل وسيلة تعبيرية تحلل الظواهر بطريقة معينة، وما يهمنا في هذه الدراسة هو تسليط الضوء على الطريقة المتبعة من قبل الفنان الكاريكاتوري في تجسيد القيم البيئية، وهذا الرسم الكاريكاتوري يوفر ميدانا خصبا لبحوث الاتصال وهو بالضبط ما سعينا إلى استثماره من خلال هذه الدراسة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مجموعة من الأهداف:

- إبراز دور البيئة والقيم البيئية بالخصوص في مجال الكاريكاتور الالكتروني.
- معرفة مواضيع وقيم البيئة التي يتناولها الرسم الكاريكاتوري الالكتروني الخاصة بالبيئة، وإبراز قدرة الرسم الكاريكاتوري على توصيل الرسائل والمعاني.
- إبراز مختلف الدلالات والمعاني الخفية للرسم الكاريكاتوري الالكتروني الخاص بمجال البيئة، وهذا بقراءتها قراءة خاصة بتفكيك الرموز والدلائل وتحليل الرسالة الأيقونة واللسانية ومعرفة الأبعاد الضمنية ومعاني الرسائل الألسنية للكاريكاتور الالكتروني البيئي محل الدراسة.
- الكشف عن الرسائل والدلالات التي يمكن أن يحملها الكاريكاتور الالكتروني البيئي ، وذلك بتوظيف التحليل السيميولوجي على عينة الدراسة الذي سيمكننا من فضح المعاني الكامنة وراء الخطوط والأشكال والمساحات اللونية.

منهج الدراسة:

يمثل المنهج كما عرفه عبد الرحمان بدوي بأنه: الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد العمليات حتى يصل إلى نتيجة معلومة.

أي أن المنهج عبارة عن إخضاع الباحث لنشاطه البحثي إلى تنظيم دقيق، في شكل خطوات معلومة يحدد فيها مساره البحثي، من حيث نقطة الانطلاق وخط السير

ونقطة الوصول، مما جعل العديد من الباحثين يشبهون المنهج بالطريق الواضح المحدد المراحل.[1]

وتقتضي طبيعة الدراسة الاعتماد على منهج التحليل السيميولوجي الذي يهتم أساسا بالكشف عن العلاقات الداخلية لعناصر الاتصال. يقول الباحث السيميولوجي " لويس يامسلاف " أن التحليل السيميولوجي عبارة عن مجموعة من التقنيات والخطوات المستهدفة لوصف وتحليل شيء باعتباره دلالة في حد ذاته من جهة أخرى.[2]

هو أيضا: ذلك الاجراء أو الاستراتيجية البحثية التي تستهدف استكشاف الوحدات البنائية للنسق الاتصالي، فإذا كان هذا النسق صورة أو رسما فإن التحليل هذا هو تجزئة مكونات هذه البناءات لمعرفة مدى تماثلها، أو تقابلها باعتبارها نظائر، و من ثم معرفة الصيغة الوظيفية التي تحكم هذا البناء والتفاعل الدلالي لهذا النسق.[3]

ونجد أن منهج التحليل السيميولوجي يعتمد عدة مقاربات، واقتضت طبيعة دراستنا الاعتماد على مقاربة رولان بارث ومارتن جولي.

أولا: رولان بارث

التي تقوم على مستويين أساسيين وهما المستوى التعييني الذي يعني المعنى الفوري أو البديهي والمستوى التضميني الذي يعني المعنى الحقيقي السطحي للصور والذي يعني المعنى الحقيقي للرسالة وهو عميق وغير ظاهر[4] ،وهذا لمعرفة مختلف الدلائل والمعاني المرتبطة بصور الكاريكاتور، وتحديد المضمون الضمني لهذه الرسومات.

طور "رولان بارث" نظريته الخاصة بسيميولوجيا الصورة، عند قيامه بتحليل صورة اشهارية لمنتوجات " عجائن بانزاني" سنة 1964، حيث أشار أن الصورة

---

[1] أحمد بن مرسلي، **منهاج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 283.

[2] محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988، ص 30.

[3] فايز يخلف، **دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية** (دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من إعلانات مجلة " الثورة الإفريقية ")، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 1996، ص 25.

[4] نفس المرجع، ص 14

تحتوي على ثلاث رسائل، وبالتالي يتم تحليلها من خلال كل رسالة من الرسائل الثلاث وهي:

- المستوى التعييني
- المستوى التضميني.
- رسالة ألسنية.

المستوى التضميني:

من خلال كل هذه المراحل يمكن استخراج المعنى التعييني للرسومات أي الشكل الجلي للعيان، أما التحليل الضمني فيمكن كشفه من خلال ربط الجانب الكمي الممثل في عدد الرسومات وتكرار وحدات التحليل المتمثلة في وحدة الشخصية ووحدة الأشياء، وحدة الموقع بالبعد الإيديولوجي والتضميني، ولتحديد التفاعلات التي تحدث بين وحدات التحليل فيما بينها وبالتالي الوصول إلى معرفة مختلف المعاني والدلائل المتعلقة بموضوع الدراسة[1] وتحليلها في إطار الموضوع المخصص لها ذلك وفق ما يقتضيه التحليل السيميولوجي الدلالي والاتصالي لان الصورة الكاريكاتيرية تعد نسق اتصالي بالدرجة الأولى. .

ثانيا :مقاربة "مارتن جولي":

تسعى هذه المقاربة التي تفسير الصورة وتفكيك رموزها بطريقة جد مفصلة، والعناصر التي تعتمد عليها "مارتن جولي" في تحليل الصورة هي حسب الخطوات التالية:

- الوصف
- المستوى التعييني

1) الرسالة التشكيلية

- الحامل

1 أمال قاسمي، **ظاهرة الإرهاب في الجزائر من خلال رسومات كاريكاتيرية**(دراسة تحليلية سيميولوجية لصور أيوب ودلام خلال الفترة الممتدة من جانفي 1997 إلى جانفي 2001)، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، 2011/2010، ص 11.

- الإطار
- التأطير
- زاوية التقاط النظر واختيار الهدف
- التركيب والإخراج على الورقة
- الأشكال
- الألوان والإضاءة

2) الرسالة الأيقونية

3) الرسالة اللسانية

4) المستوى التضميني

أدوات الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا هذه على أدوات منهجية متنوعة وهذا للوصول إلى تحليل أعمق للكاريكاتور، وما تحمله من تمثيلات للبيئة من أجل فهم الطريقة الخبرية التي تبني عليها الصورة الكاريكاتورية.

حيث استندنا على أدوات متعلقة بالتحليل السيميولوجي على الاعتبار أن التحليل السيميولوجي تحليل كيفي استقرائي، يهتم بالتكامل الدلالي بين المرجعية الخارجية المتمثلة في إحصاء الكلمات والأفكار التي تتضمنها وموقعها فيه، وبين المرجعية الداخلية المتمثلة في قراءة ما وراء سطور الخطاب، ومعرفة الطريقة التي يبنى عليها الخطاب الكاريكاتور أي معرفة الطريقة التي يصور بها الرسام الكاريكاتوري الواقع البيئي.

ومن خلال هذا اعتمدت على الأدوات السيميولوجية المتمثلة في القراءة، التفسير، التأويل، النقد [1]. حيث يتم التعامل مع النسق السيميائي البصري (الصورة الكاريكاتورية) كوحدة دالة نقوم بقراءتها وتفسير علامتها وفقا لما يتناسب مع القراءة

[1] راشدي وردية،" **تمثلات الثقافة الشعبية الأمازيغية في الإنتاج السينمائي الجزائري**"، دراسة سيميولوجية لفيلمي"جبل باية" و"الربوة المنسية"، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012، ص 23.

السطحية، ونستعمل التأويل والنقد في المستوى التضميني، أي القراءة الضمنية التي تسمح بتحديد مختلف الأبعاد المرتبطة بالبيئة وواقعها من خلال الخطاب الكاريكاتوري.

فالمنهج السيميولوجي يقوم في الأساس على مبدأ التفكيك وإعادة التركيب أي تفكيك النسق البصري الى أجزاء و هذا من أجل قراءتها و تفسيرها ثم تركيبها لاستخلاص النتائج والتعرف على الدلالات التي توحي بها[1]، كما اعتمدت على أدوات متعلقة بتحليل الصور، حيث قمت بجمع مجموعة من الصور والأعمال الكاريكاتورية

عينة الدراسة:

ولإنجاز هذه الدراسة لابد من تحديد العينة، والتي تعرف بأنها مجموعة جزئية من الأفراد والمشاهد أو الظواهر التي تشمل مجتمع الدراسة الأصلي[2] وتعرف أيضا بأنها ذلك الجزء المختار من مجتمع البحث الكلي وتكون ممثلة لهذا المجتمع، ويشترط للعينة أن تكون فيها جميع صفات الأصل التي اشتقت منها في جوانبها المختلفة وطبقا لطبيعة الموضوع المدروس[3].

اعتمدنا في دراستنا على عينة قصدية والتي تعني " الباحث يختارها اختيارا مقصودا من بين وحدات المجتمع الأصلي، وذلك تبعا لما يراه من سمات أو صفات أو خصائص تتوفر بهذه الوحدات أو المفردات، وتخدم أهداف البحث بحيث تكون الوحدات قريبة من المجتمع الأصلي ويترك الباحث في ميدان الحرية في اختيار وحداتها"[4]،و تعرف أيضا بالعينة العمدية أو الفرضية، ومع أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم بها الباحث باختصار مفردات بطريقة تحكمية لا مجال للصدفة فيها، بل يقوم شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة[5] .

---

[1] http//rawahil m aktooblage. Com 01/03/2016 22: 00

[2] نفس المرجع، ص 11.

[3] عمار بوحوش، **منهج البحث العلمي**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 130

[4] محمد الحسن احسان، **الأسس العلمية لمنهاج البحث الاجتماعي**، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، 1996، ص 23.

[5] أحمد بن مرسلي، مرجع سابق، ص 198.

تعريف أخر: هي عينة يختارها الباحث اختيارا حرا على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها [1] .

تم اختيار العينة القصدية كونها الملائمة لهذه الدراسة، فكان مجموع وحدات العينة المختارة هو 4 صورة الكترونية للكاريكاتور البيئي، وذلك عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك وتم اختيار موقع الفايسبوك لأنه يضم أكبر عدد من المستخدمين حاليا.

الصور	تاريخ الصدور	اسم الصفحة	صاحبها
1	13 ديسمبر 2014	كاريكاتور: د.أكرم بوطورة	أكرم بوطورة
2	14 ماي 2017	Belhadj nacéra	باقي بوخالفة
3	15 ماي 2017	Caricature / الكاريكاتير	عائد علي بعيطيش
4	20 ماي 2017	Caricature / الكاريكاتير	غير موجود

الجدول يوضح عينة البحث المختارة من الصور الكاريكاتورية.

تحديد المصطلحات:

القيم: شكل مفهوم " القيمة" محور جدل العديد من الفلاسفة والمفكرين على اختلاف مشاربهم ومناهلهم وكذا مجالات إنتاجيتهم بالرغم من التنوع في التأويلات والمقاربات البحثية، تجدنا دوما بحاجة ملحة أكثر من ذي قبل إلى الاقتراب بتجديد من هذا المفهوم بالتوازي مع ما وجد في عوالم الفكر وصدقة الفعل حتى نتمكن من " معلمة " أنفسنا في دائرة الأحداث وتقييم كل ما يحيط بنا من أشياء وأشخاص ووقائع ب " معلم " مستحدث بتوافق مع ما نعيشه وما نستشرفه من نظرات مستقبلية ومرتكز على ما عايشناه و أدركناه من خلال قراءتنا للتاريخ.

[1] حامد ابراهيم: **البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات**، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، 1993، ص 92.

أ- لغة:

القيم في أصولها اللاتينية ترجع إلى الفعل **(Voleo)** معناها أنا قوي، أنا بصحة جيدة[1]، بمعنى القدرة على الصمود في وجه التأثيرات الخارجية والتأثير فيها بترك معالم لهذا التأثير، أما في اللغة العربية فالقيم هي جمع القيمة بمعنى ثمن الشيء أي قدره وثمنه، كما وردت بمعنى الطريق المستقيم الذي لا زيغ فيه ولا ميل عن الحق كما ورد في قوله تعالى {وذلك دين القيمة}[2]، يعني الملة المستقيمة والصراط السوي، الذي يوضح الفرق بين الحق والباطل.

كما تعرف القيمة في اللغة على أنها قدر الشيئ، أو قدر مكانة الفرد والشيء القيم، أي الشيء الغالي النفيس[3].

كما يعرفها "حايلن" على أنها "غاية أو هدف اجتماعي يكون تحصيله مرغوبا فيه"[4].

ويقول "سميث" عن القيم بأنها تطلق على كل ما هو جدير باهتمام الفرد لاعتبارات مادية أو معنوية أو اجتماعية أو أخلاقية أو دينية أو جمالية[5].

وعليه القيم تعد نوعا من المعايير السلوكية والأخلاقية التي ترتبط بمعايير أخرى يحددها الإطار العام للمجتمع.

ويعد مفهوم القيمة من المفاهيم التي اهتم بها الكثير من الباحثين في مجالات مختلفة، كالفلسفة والتربية والاقتصاد وعلم الاجتماع، وعلم النفس، وغير ذلك من المجالات، وقد ترتب على ذلك نوع من الخلط والغموض في استخدام المفهوم من

---

[1] الربيع ميمون، **نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبية والمطلقة**، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1980، ص 28.

[2] الآية 5: سورة البينة.

[3] ابراهيم رمضان الديب، **أسس ومهارات بناء القيم التربوية وتطبيقاتها في العملية التعليمية**، مؤسسة أم القرى، المدينة المنورة، ط2، السعودية، 2006، ص179.

[4] أحمد كنعان:**القيم التربوية السائدة في شعر الطفل**،دار المنير، دمشق، سوريا، ط 1 ، 1999 ، ص 83

[5] احسان محمد الحسن: **التراث القيمي في المجتمع العربي بين الماضي والحاضر**، مجلة الدراسات العربية، العدد 9، بيروت،1990، ص 89

[6] حسين عمر: **نظرية القيمة**، ط3، 1986، ص31 .

تخصص لأخر، بل ويستخدم من استخدامات متعددة داخل التخصص الواحد، فلا يوجد تعريف واحد لمفهوم القيم يعرفه به جميع المنشغلين في مجال علم النفس الاجتماعي كموضوع يقع في دائرة اهتمامه.

المفهوم الإجرائي للقيمة: إن القيم بمفهومها العام تتضمن الأفكار والسلوكات التي يكتسبها الفرد من خلال المؤثرات التي يتعرض لها إيجابا أو سلبا، وتؤدي من ثم إلى اتجاهاته ومواقفه.

البيئة: تعرف البيئة على أنها: "المركب الحيوي المناخي الطبيعي مع بعض الظواهر الأخرى التي تكون وتقدم وسطا لحياة الكائن الحي"[1].

والبيئة هي "مجموع العوامل الطبيعية والبيولوجية والعوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، التي تتجاوز في توازن، وتؤثر على الإنسان والكائنات الأخرى بطريقة مباشرة أو غير مباشرة"[2].

وتعتبر البيئة "مجموعة النظم الطبيعية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية المترابطة فيما بينها، والتي تشكل موطنا للإنسان والكائنات الأخرى، يستمدون منه زادهم ويؤدون فيه نشاطاتهم تأثيرا وتأثرا"[3].

ومما سبق يمكن اعتبار البيئة علة أنها إجمالي الأشياء التي تحيط بنا وتؤثر على وجود الكائنات الحية على سطح الأرض، متضمنة الماء والهواء والتربة والمعادن والمناخ والكائنات أنفسهم.

القيم البيئية:

يقصد بها مجموعة الأحكام المعيارية المنبثقة من الأصول الإسلامية، التي تكون بمثابة موجهات لسلوك الإنسان تجاه البيئة، تمكنه من تحقيق وظيفة الخلافة في الأرض.[1]

---

[1] Herbit honson , peter ouveen.dictionary of ecology, london 1962, p 126

[2] أحمد عبد الكريم سلامة: **قانون حماية البيئة**، الرياض، المملكة العربية السعودية، مطابع جامعة الملك سعود، 1997، ص 65.

[3] وزارة التربية في سوريا، **التقرير النهائي لحلقة البحث الوطنية حول استراتيجيات التربية البيئية واتجاهات تطورها**، 1990.

وتعرف القيم البيئية على أنها: "الموقف الذي يتخذه الفرد تجاه بيئته من حيث استشعاره مشكلاتها أو عدم استشعاره، ومن ثم استعداده للمساهمة في حل هذه المشكلات، وتطوير ظروف البيئة نحو الأفضل ، أو عدم استعداده وكذا موقفه من استغلال الموارد الطبيعية في هذه البيئة استغلالا راشدا أو جائرا وفق المعتقدات السائدة رفضا أو قبولا إيجابا أو سلبا[2].

ويعرف "جاسم صالح" القيم البيئية بأنها مجموعة من أشكال كل المعارف والمعتقدات التي يمتلكها الفرد، وتؤدي إلى المحافظة على البيئة، وممارسة السلوك البيئي الصحيح[3].

ومنه نستخلص أن التعريف الإجرائي للقيم البيئية هو: "أنها عبارة عن معارف يمتلكها الفرد، وكذا مواقف يتخذها اتجاه بيئته ينطلق فيها من خلال شعوره بالمشكلات البيئية، ليحاول الوصول على المحافظة على البيئة التي يعيش فيها".

الكاريكاتور: هو اسم مشتق من الكلمة الإيطالية كاريكاتير **Caricare** وتعني المبالغة ويقصد بها كذلك أوجه التعبير الهزلي الأكثر تميزا في الرسم والتشكيل وأيضا في صناعة المجسمات [4]، تعني من جهة أخرى، يحمل مالا يطيق **Overload** وهي الكلمة التي كان **موسيني Mosini** أول من استخدمها سنة **1646** للميلاد، وفي القرن السابع عشر كان جيان لوزيتزوبرنيني وهو رسام كاريكاتوري ماهر، أول من قدمها في المجتمع الفرنسي حيث ذهب إلى فرنسا عام **1665** للميلاد، أما في قاموس المصطلحات الإعلامية، فنجد أن كلمة كاريكاتور هي " طريقة في الرسم تبالغ على نحو ساخر في اظهار خصائص شخص أو شيء ونقائصه "[5]. وهو فن تشكيلي يعتمد

---

[1] عادل مشعان ربيع وآخرون: **التربية البيئية**، الأردن، دار عالم الثقافة ط1، 2007 ص128-129.

[2] صبري الدمرداش: **التربية البيئية النموذج والتنفيذ والتقويم**، دار المعارف، القاهرة، 1988ص 362.

[3] جاسم صالح عبد الله، وقبلاوي عبد الرؤوف شفيق: **التربية البيئية**، الكويت، 1995، ص 92.

[4] كاظم سمهود، **من الكاريكاتير إلى أوجاع عراقية** بتاريخ 10/ 07/ 2003. www.alwah.net

[5] محمود فريد عزت، **قاموس المصطلحات الإعلامية**، دار الشروق والطباعة والتوزيع، جدة، 1984، ص 65.

على رسوم تبالغ في تحريف الملامح الطبيعية أو خصائص ومميزات شخص أو حيوان أو جسم ما لهدف الهزل.

يقول حفزي توبوز **Hifzi Topoz** "إنه الكاريكاتور رسالة بصرية أيقونية هزلية"[1]

فالكاريكاتور هو نمط اتصالي جريء ورسالة بصرية يستطيع من خلاله الفنان الهزلي تقديم الأخبار والمعلومات والأفكار والآراء، وذلك تحت رسومات هزلية بسيطة مثيرة للضحك ولكن تحمل في طياتها معاني عدة تأويلات عميقة.

كما أن الصورة الكاريكاتورية هي ذلك الحيز الفيزيائي الذي تشغله مجموعة من الأشكال والخطوط البسيطة المثيرة للضحك والذي يحتل مربعات صغيرة لتعتبر مادة اعلامية يمكن لنا أن نفهمها وندرك محتواها.[2]

الصورة: هي وحدة خطية وضعية لواقع شوهد أو لواقع أعيد تكوينها ثانية وذلك لأهداف مختلفة، ولتحقيق نتائج معتمدة.[3]

والصورة هي من صور أي جعل له صورة وشكلا ورسمه، ونقشه والصورة جمعها صور وهي الشكل وكل ما يصور وهي الصفة فيقال صور الأمر كذا أي صفته.

كما تعرف الصورة على أنها شكل لأشخاص أو أشياء أو مناظر موضحة على الورق أو ما شابه بالتصوير أو الرسم[4].

والصورة هي دعامة من دعائم الاتصال إذ تتميز بقدرة اتصالية فائقة ... ووفقا لسيميولوجيا الأيقونة الصور هي نظام يحمل في الوقت نفسه المعنى والاتصال ويمكن

---

[1] Hifzi topoz **caricature et societe** France édition mame 1970 p 17.

[2] نشادي عبد الرحمان، **الأبعاد الرمزية للصورة الكاريكاتيرية**، (دراسة تحليلية سيميولوجية لنماذج من جريدتي اليوم والخبر)، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، جوان 2002، ص 26.

[3] فايزة يخلف ولويزة بندو، **تحليل سيميولوجي لنموذجين اشهاريين** مخطوط، مذكرة لنيل شهادة ليسانس، الجزائر 1992 ص 11.

[4] **قاموس المنجد في اللغة والإعلام**، (بيروت، دار المشرق، 1986)، صار، صورة، ص 440.

أن تعتبر إشارة أو أداة وظيفتها نقل الرسائل.[1] وحسب شارل، س، بيرس تصنف الصورة ضمن الدلائل الأيقونة التي تقوم مبدأ التشابه بين الدال والمدلول وذلك على عكس الدلائل اللسانية التي تعتبر اعتباطية.

ولقد صنفت دراسات الإعلام والاتصال الصورة بمفهومها الحديث إلى قسمين الصورة المتحركة والصورة الثابتة.

الدلالة: تناول رولان بارن سيميولوجيا الدلالة التي تهتم بدراسة الإيحاءات، بحيث أن التعيين يمثل الأساس الأول الذي يستند عليه الإيحاء، فالدليل في المستوى الثاني (المستوى التضميني) هو الذي اختار بارت – من اجل تجنب كل التباس مع الدليل الأول.

(دليل التعيين) – أن يسميه دلالة.[2]

وعلى حسب بارت القراءة التضمينية ترجع إلى الدلالة الحقيقية للدليل، بمعنى أنها تحيل إلى كون الصورة توحي بما هو ابعد مما تمثله كونها تتعلق بالجانب الإنساني المتصل بالتأثير الذي يولده (الدليل) حيث التقاءه مع مشاعر وأحاسيس الملتقى.[3]

وعليه فنحن نقصد بالدلالة التموضع في المستوى الرمزي – الإيحائي، من أجل الكشف عن المعنى الحقيقي للدلائل الأيقونة أو الصورة بصفة عامة.

الإعلام البيئي: هو أحد أهم أجنحة التوعية البيئية وهو أداة إذا حسن استثمارها كان لها المردود الإيجابي للرفع بالوعي البيئي ونشر الادراك السليم للقضايا البيئية، ويعمل الإعلام البيئي في تسيير وفهم وإدراك الملتقي لقضايا البيئة المعاصرة، وبناء قناعات معينة تجاه البيئة وقضاياها.[4]

---

[1] أحمد زكي بدوي، **معجم مصطلحات، الدراسات الإنسانية والفنون الجميلة**، (ط1، مصر، دار الكتاب المصري/ لبنان، دار الكتاب اللبناني، 1991) صورة، ص 283.

[2] دليلة مرسي، المرجع السابق، ص 19- 20.

[2] Ju dithlozor، **les sciences de la communication Que sais–je ?**,(2 ene ed paris ، presses universitaire,alger,dalleb,1993),p45

[4] محمد الشريف الجبوسي، **الإعلام وحقوق الإنسان البيئية**، 20-06-2009،ص1.

السيميولوجيا: كلمة سيميولوجيا كلمة ذات أصل يوناني وهي **Sémio** ، الذي يعني علامة **logos** الذي يعني علم، والذي نجده مستعملا في كلمات من مثل **Sociologie** علم الاجتماع، **Théologie** علم الأديان وغيرها، وبهذا يصبح تعريف السيميولوجيا على النحو التالي: علم العلامات والدوال.

ويعرفه (فرديناند دي سوسير) بالعلم الذي يدرس حياة العلامات في كنف الحياة الاجتماعية وقد يكون جزء من علم النفس الاجتماعي، وبالتالي جزء من علم النفس العام[1].

كما تعني كلمة سيميولوجيا في العلوم الطبيعية: الممارسة التي يكشف بموجبها المرض اعتماد على الدلائل والقرائن أو ما يسمى بأعراض التي يحملها المرض .

وحسب دي سويسر فإن السيميولوجيا علم يهتم بدراسة العلامات باختلافها (لغوية وغير اللغوية)[2]

ويبدو جليا بأن المفهوم الأوربي لسيميولوجيا يشمل تاريخا مجال علم اللسان وكذا مجال سيمو طيقا بيرس.

من هنا نستنتج أن السيميولوجيا كعلم يهتم بدراسة حياة العلامات داخل الحياة الاجتماعية ومن أهم رواده دي سوسير في المدرسة الفرنسية وبيرس في المدرسة الأمريكية.

الدراسات السابقة:

إن نمو المعرفة وتشبعها يفرض على الباحث عندما يفكر بالقيام بأية دراسة أو بحث الاقتناع بأن عمله هذا عبادة عن حلقة متصلة بمحاولات كثيرة، فكل عمل علمي لابد وأن تكون قد سبقته جهودا أخرى مجسدة في شكل دراسات سابقة سواء ميدانية أو مكتبية.[3]وبعد الرجوع إلى الدراسات السابقة خطوة مبدئية وأساسية من مراحل البحث،

1 برنار توماس، **ما هي السيميولوجيا**، ترجمة محمد نظيف، إفريقيا الشرق، ط2، المغرب 2000، ص 9.

2 محمود ابراقن، **علاقة السيميولوجيا بالظاهرة الاتصالية**، دراسة حالة سيميولوجيا السنيما، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2001، ص4.

3 فضيل دليو، علي غربي وآخرون، **أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية**، منشورات جامعة منتوري، 1999، (قسنطينة_الجزائر)، ص103.

حيث تساعد الباحث في تحديد الإطار النظري العام لموضوعه، وبناء خلفيات نظرية حوله، كما تعمل على توجيهه خلال باقي خطوات البحث، وتعد قضايا البيئة من القضايا المعاصرة المهمة ونالت حظا كبيرا من النقاش بغية الوصول إلى حلول ناجحة لحماية المنظومة البيئية وهذا لن يتحقق إلا من خلال تنوير الجماهير وترقية الوعي والثقافة البيئية عبر مختلف وسائل الاتصال والإعلام.

ومن بين هذه الدراسات نجد دراسات متشابهة لهذه الدراسة واتخاذها كخلفيات نظرية ينطلق منها:

- **الدراسة الأولى:** (جمال الدين علي صلاح) بعنوان (الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق) ومع دراسة منشورة سنة **2003** بمصر، عن مركز الاسكندرية للأبحاث.

تندرج هذه الدراسة على جمع المعلومات حول موقف وقد استعمل الباحث أسلوب المسح، وإلى الدور الفعلي للاتصال في خلق التوعية بقضايا البيئة المتمثلة في المعرفة والاتجاه والسلوك.

وتدور اشكالية الدراسة حول تأثير وسائل الاتصال الجماهرية على التوعية بقضايا البيئة وقيمها وتجنب العادات السيئة.[1]

- **الدراسة الثانية:** (رضوان سلامن): (الإعلام والبيئة_ دراسة استطلاعية) رسالة ماجستير نوقشت في **2006.**

تبحث هذه الدراسة في تأثير وسائل الإعلام ودورها في التوعية البيئية وما هي العلاقة بين الإعلام ووسائل الاتصال المختلفة حتى الحديثة منها بالبيئة ومدى اهتمام الجمهور بذلك ومن نتائج بحثه توصل إلى أن الوسائل المرئية هي أكثر فاعلية بمعرفة قيمة البيئة.[2]

[1] فضيل دليو، علي غربي وآخرون، **أسس المنهجية في العلوم الإجتماعية**، منشورات جامعة منتوري، 1999، قسنطينة، الجزائر، ص103.

[2] كيحل فتيحة، **الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي (دراسة في استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي)**، موقع الفايسبوك نموذجا، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012، صص15-16.

الدراسة الثالثة: رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تحت عنوان "الابعاد الرمزية للصورة الكاريكاتورية في الصحافة الوطنية" حيث أفادتني هذه الدراسة في معرفة هذا الفن والأبعاد التي يؤديها كونه يتجه لكافة أفراد المجتمع بكل مستوياتهم.

استهدفت هذه الدراسة معرفة المعاني التي تحملها الصور الكاريكاتورية خاصة الوطنية وذلك من خلال رسومات الكاريكاتوري جمال نون لجريدة اليوم وأيوب لجريدة الخبر كانت الاشكالية: ما هي الأبعاد المعنوية التي تؤديها الصورة الكاريكاتورية عند كل من جمال نون وأيوب في جريدتي "اليوم والخبر" ؟؟؟

ولخص الباحث في ختام دراسته الاستنتاجات التالية:

اتسام الصور الكاريكاتورية بشيء من السخرية والتهكم والاستهتار أين تستخدم المبالغة والتمويه في التعبير عن الواقع.

أرادوا من خلال هذا الرسم فضح وتشخيص علة المجتمع بشتى السبل، وحاولوا وضع أنفسهم لسان حال هذا المجتمع.[1]

فبناءا على انعدام الدراسات التي تتناول كيفية معالجة الكاريكاتور الالكتروني عبر موقع الفايسبوك لموضوع البيئة أي القيم البيئية والثقافة البيئية اضطررت للبحث عن دراسات احداها تخص مجال البيئة (القيم البيئية، الوعي البيئي، الإعلام البيئي) وهذا بارز في الدراسة الأولى والثانية إذ استفدت منهم في الإطار النظري خاصة في الفصل الثاني للدراسة وكذلك المراجع المذكورة والتي عملت على توجيهي نحو الأوعية المعلوماتية المطلوبة، دون أن أنسو الدراسة الثالثة التي عالجت دلالة الأبعاد الرمزية للصورة الكاريكاتورية في الصحافة الوطنية التي أعانتني كثيرا في مجال التحليل السيميولوجي (الطريقة) وبما أنو هذه الدراسة عالجت موضوع الكاريكاتور في الصحافة المكتوبة التي تعد وسائل إعلام تقليدية، فدراستي اليوم مزجت بين

[1] نشادي عبد الرحمن، **الأبعاد الرمزية للصورة الكاريكاتورية**، (دراسة تحليلية سيميولوجية لنماذج من جريدتي اليوم والخبر)، دراسة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، جوان، 2002.

الكاريكاتور وما بات يعرف اليوم بالإعلام الجديد والبيئة أي 3 مواضيع في دراسة واحدة تمحورت حول "القيم البيئية في الكاريكاتور الالكتروني" عبر موقع تواصلي واسع الانتشار ألا وهو موقع الفايسبوك.

صعوبات الدراسة:

أثناء قيامي بهذه الدراسة واجهتني العديد من الصعوبات التي عطلت السير الحسن والمنتظم للبحث ولعل من أهمها:

- صعوبات في عملية الترجمة من اللغة الأجنبية إلى العربية وهذا يعود إلى ضيق الوقت وعدم القدرة على التواصل مع المترجمين والأساتذة.
- انعدام تقريبا الدراسات السابقة التي تتناول معالجة الكاريكاتور الالكتروني للقضايا البيئية.
- نقص المراجع في هذا الحقل المعرفي.
- صعوبة في التحليل السيميولوجي.
- صعوبات في تحديد مقابلات مع أبرز الكاريكاتوريين كأكرم بوطورة الذي كان متواجدا بدبي.

الفصل الثاني: الإعلام البيئي والقيم البيئية كآلية لتكوين الوعي.

الفصل الثاني: الإعلام البيئي والقيم البيئية كآلية لتكوين الوعي.

المبحث الأول: مفهوم الإعلام البيئي (أهميته، مهامه أهدافه)

المبحث الثاني: مصادر الإعلام البيئي والعوامل المتحكمة فيه

المبحث الثالث: مفهوم القيم البيئية (خصائصها، تصنيفها وأسسها)

المبحث الرابع: دور الإعلام الجديد في نشر وتنمية القيم البيئية

المبحث الأول: مفهوم الإعلام البيئي (أهميته، مهامه، أهدافه)

أ- مفهوم الإعلام البيئي وأهميته:

مع تطور الحياة الصناعية في المجتمعات العالمية ككل، والازدياد الهائل لأعداد السكان، بدأت تظهر المشاكل البيئية التي أصبحت وإلى وقت قريب المشكلة الأساسية على الساحة العالمية، جاء هذا بعد التهديدات التي صارت تطرحها على مستوى بقاء الحياة بشتى أنواعها وهنا كانت البداية نحو إعلام بيئي مهتم بالقضايا البيئية[1].

الإعلام البيئي هو أن يتناول الصحفي أو الإعلامي المواضيع البيئية وما يتعلق بها من اعتبارات خاصة، بطريقة المعالجة من مواضيع مختصة جديدة تتطلب متابعة للمعلومات الصحيحة ومعرفة المصادر والأحداث والتعبير والاطلاع على تركيب وعمل المنظمات والبرامج البيئية، عالميا وإقليميا ومحليا والاطلاع على المعاهدات البيئية ومتابعة تطوراتها ومتابعة تقارير البيئة لتحليل التطورات ومقاومة أراء الناس والجمعيات الأهلية والمؤسسات الرسمية والهيئات الدولية[2].

ويعد الإعلام البيئي أحد أهم أجنحة التوعية البيئية، وهو أداة إن حسن استثمارها كان لها المردود الإيجابي للرقي بالدعم البيئي، ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية ويعمل الإعلام البيئي على توعية المتلقي بقضايا البيئة المعاصرة وبناء قناعات معينة تجاه البيئة وأحوالها.

والإعلام البيئي هو أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي، والمستهدف بالرسالة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية، بما يسهم في تأصيل تنمية البيئة المستدامة، وتنوير المستهدفين برأي

---

[1] محمود عبد العزيز، **التغطية الصحفية لموضوعات البيئة**، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1988، ص 123.

[2] عايد راضي خنفر، **الإعلام والبيئة**، 17-02-2009،
(WWW.AGE.GOV.SA/GATES/MOHEBA8.HTML)(02-02-2009)، 8، 35 KO، ص1، بتاريخ 2009/03/13، 12:04.

سديد في الموضوعات والمشكلات البيئية المشارة والمطروحة في حالة عدم تسييسها وتوجيهها لخدمة أغراض أخرى[1].

والإعلام البيئي هو إعلام يسلط الضوء على كل المشاكل البيئية من بدايتها وليس بعد وقوعها وينقل للجمهور المعرفة والاهتمام والقلق على بيئته[2].

كما أن الرسالة الإعلامية البيئية المبثوثة تساعد على بناء وفهم الظروف المحيطة وتحدث تأثير في المستقبل وتتوقع استجابة معينة منه بعمل أو شعور معين، ومنه فإن لهذه الرسالة نفس الخصائص التأثيرية للرسالة الإعلامية[3]، ومنه يمكن القول بأن الإعلام البيئي يعني:

"عملية إنشاء ونشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة من خلال وسائل الإعلام بهدف إيجاد درجة من الوعي البيئي وصولا إلى التنمية المستدامة"[4].

ظهر مصطلح الإعلام البيئي وأخذ هذا المصطلح في التطور المتواتر في التعريف والمفهوم والاستخدام منذ السبعينات من القرن الماضي، فبعدما كان نقلا للخبر البيئي والإثارة الصحفية لمزيد من المبيعات، أصبح له سياسات وخطط، ووظف لتحقيق أهداف مختلفة وكما للإعلام البيئي بمفهومه الحديث الإعلام التنموي والذي يساعد الناس على تكوين رأي صائب في مضمون الواقع. ويمكن القول بأن الاهتمام بالبيئة تدرج إبتداءا بالتنمية البشرية والسكانية في السبعينات فالبيئة في الثمانينات فالتنمية المستدامة في التسعينات فالبيئة باعتبارها حقا من حقوق الإنسان أخيرا[5].

كما مر الإعلام البيئي بثلاث مراحل مهمة نذكرها كالآتي:

---

[1] حسن رجب، **الصحافة البيئية–دليل المدرب الصحفي**، جهاز شؤون البيئة مطابع الأهرام التجارية، قيلوب،2000 ص4.

[2] جمال الدين السيد على صلاح، **الإعلام البيئي على النظرية والتطبيق**، دار الطبع مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2003، ص93.

[3] محمد الشريف الجيوسي، **الإعلام وحقوق الإنسان البيئية**، المكتبة القانونية لدار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية 1999، ص 04-05.

[4] د/ البسير عربيان ود.أيمن سليمان مزاهرة، **التربية البيئية**، دار المناهج، عمان، 2004، ص 15-16.

[5] عبد الله محمد الشايع عبد العزيز ، **الإعلام ودوره في تحقيق الأمن البيئي**، رسالة ماجستير، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، العلوم الشرطية، الرياض، 2003/2002، ص30، 31، 32.

1- المرحلة الأولى:

هي التي تناولت القضايا البيئية المنبهة والمثيرة فور حدوثها.

2- المرحلة الثانية:

هي مرحلة الإعلام المتخصص والموجه إلى قطاع معين من المهتمين والمتخصصين وما صاحبه من إهتمام إخباري محدود.

3- المرحلة الثالثة:

هي مرحلة الإعلام الجماهيري الواسع الانتشار والذي يهدف إلى بلورة رؤية معينة لدى جمهور المتلقين من خلال مستويين:

- المستوى الإخباري
- مستوى خلق رأي حول القضايا والموضوعات البيئية.

هناك محددات إعلامية في تناول القضايا البيئية ويقصد بها تلك العوامل المتعلقة بالبناء الموضوعي لوسائل الإعلام وطبيعة عملها ومستوى العاملين بالإعلام من حيث الحرفية ودرجة إلمامهم وإدراكهم لقضايا البيئة ومستوى التقنية المتوفرة في هذه المحددات وتشمل المحدادات الإعلامية ما يلي:

1. الهدف من العملية الإعلامية.
2. الجمهور المستهدف.
3. الوسيلة الإعلامية المناسبة طبقا لنوع الجمهور المستهدف وهدف الرسالة الإعلامية.
4. القائم بالاتصال الذي ينبغي أن يتمتع بمصداقية لدى الجمهور.
5. توفير المعلومات والحقائق والآراء مع ضرورة ربط الموضوعات بالاهتمامات المباشرة للجمهور.

6.شكل الرسالة وأسلوب التقديم وأساليب الإقناع المستخدمة طبقا لنوعية الرسالة وطبيعة الجمهور[1].

– لا يخفى على أحد دور الإعلام الفعال في التأثير على المجتمع والفرد في شتى القضايا الثقافية منها والسياسية والتعليمية على حد سواء، وبفضل ما يمتلكه الإعلام اليوم من تقنيات عالية، يمكن اعتباره أداة مهمة وفعالة في توجيه المجتمع وتثقيفه ونقل المعرفة ونشرها بين فئاته المختلفة ثقافيا وفكريا، لأنه يستطيع التغلغل بين عموم الناس كما بيّن مثقفوه مساهما بشكل كبير وملحوظ في بناء النمط التفكيري للإنسان، ومهما حاول الإنسان الابتعاد عن هذا التأثير المباشر للإعلام في شخصيته سيجد نفسه مجبرا على القراءة والاستماع والمشاهدة، وبالتالي سوف يحدث التغيير في سلوك الإنسان وتفكيره بدرجات متفاوتة تعتمد على وعي الإنسان وسنه وثقافته وعلى تربيته وبيئته الاجتماعية،[2] فوسائل الإعلام اليوم تعد من أهم الوسائل المكونة للرأي العام والمؤثرة في اتجاهاته وسلوكه ومستوى وعيه، بجانب القوى الأخرى المؤثرة و هذه المجالات كالأسرة والمدرسة والمنظمات الأهلية المنتشرة بالمجتمع، ومن جهة أخرى فإن الإستراتجية الإعلامية ترتبط بالإستراتجية العامة للدولة كارتباط الجزء بالكل فهي أحد الروافد تنبثق منها وتعمل مع غيرها من الإستراتجيات النوعية على تحقيق الهدف الكلي للدولة، لذا كان من الضروري تحديد إستراتجية إعلامية في المجال البيئي بعد أن أصبح الإعلام البيئي ضروريا لمواكبة التطور الذي حدث في مجال البيئة، وتطوير صيغة المشاركة مع الإعلام باعتبار أن الإعلام والبيئة تربطهما علاقة تفاعل كبرى من العمل على محاور الحماية والتنمية المستدامة مما يلقي المسؤولية على الإعلام البيئي وعلى أهمية دوره في مجال البيئة وحمايتها.

---

[1] عبد الله محمد الشايع عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص69–70.

[2] الصباح عماد الطيب، **الإعلام ضرورة قصوى في مجال التوعية والتربية البئية**، نقلا عن www.iraqgreen.net بتاريخ 2008/08/05، 11:00، ص 1.

من خلال ما سبق تبرز لنا أهمية الإعلام البيئي في كونه يشكل عنصرا أساسيا في إيجاد الوعي البيئي ونشر مفهوم التنمية المستدامة بين المواطنين بمختلف شرائحهم، وذلك عبر النشاطات الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية، وعبر الندوات والدورات التخصصية في الناس نحو بيئة محمية انطلاقا من الأهمية التي يكتسبها، ولعدة أسباب اختصرها أحمد ملحة[1] فيما يلي:

أ. التأثير اليومي على الإنسان:

فالإعلام يقابل الناس يوميا في المنزل والسيارة والعمل وفي كل مكان.

ب. الإعلام حركة متجددة لا تتوقف:

فالمهارات لدى وسائل الإعلام لا تتوافر لأية داعية بيئي، ومصاحبة الإعلام لكل حدث بيئي على الكرة الأرضية من أقصاها إلى أقصاها يعطيها أسبقية في السيطرة على مفاهيم الإنسان البيئية التي لا يستطيع أحد أن ينازعها.

من هذا المنطلق فإن التنسيق بين أجهزة الإعلام المختلفة لوضع خطة إعلامية لحماية البيئة والتعريف بمشكلاتها وضمان استمرار وصول الرسالة الإعلامية بالطرق والأساليب المناسبة من شأنه تأكيد الوعي الاجتماعي والسلوك البيئي السليم لحماية البيئة.

ج.الصوت الأعلى:

إن وسائل الإعلام تفرض نفسها على الناس وتدخل قلوبهم وعقولهم عن طريق أذانهم وأبصارهم دون استئذان.

د. خلق الخبرة البديلة في التعامل مع الأشياء:

من خلال عرض الأعمال والجهود التي يبذلها الأفراد وتبذلها الجماعات، وكيف أن العمال خاصة في مجال البيئة جعلت هؤلاء يتمتعون ببيئة صحية ووفرة لأجيالهم المقبلة فرصة العيش في بيئة صالحة[2].

[1] محمود سمير، مرجع سابق، ص 149.

[2] محمود سمير، مرجع سابق، ص 151.

ب- مهام الإعلام البيئي وأهدافه:

يعتبر الإعلام البيئي أداة إيجابية تسهم في نشر وتكوين الوعي الخاص بالقضايا والمشكلات البيئية المختلفة في إطار عمله يشرف هذا الأخير على عدة مهام نذكر منها ما يلي:

1) تنمية الوعي البيئي من خلال تنمية الوعي العام تجاه قضايا البيئة مما يساعد على خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات للاهتمام بالمشكلات البيئية.

2)إيقاظ الهمم وشحذ الأفراد لتحريك الجمود في ساحة البيئة وتحفيز أصحاب القرار بالمعلومة البيئية الصحيحة حتى يتم التصرف بمسؤولية تجاه البيئة لتحسين نوعية الحياة دون الإضرار بالموارد ودون تعريض حياة الأجيال القادمة للخطر.

3) الدعوة إلى ضرورة تحسين مستوى معيشة البشر وحفظ التنوع البيئي، وخفض استنفاذ المواد الغير متجددة ومراعاة الحفاظ على القدرة الاستيعابية للأنظمة الإيكولوجية (البيئية) وتغيير العادات والسلوكيات السلبية تجاه البيئة.

4) مواجهة العبث والاستهتار البيئي وتعزيز قدرات الفئات الراغبة في التغيير للأفضل وتمكين المجتمعات من حماية بيئتها.

5)العمل على كسب أصدقاء للبيئة والتنمية كل يوم وتسليط الأضواء على الإيجابيات والجهود المبذولة لحماية البيئة، وتشجيع الشراكة وتمكينهم من قيادة العمل البيئي[1].

6)تسهيل مهمة إقناع الناس بالقوانين.

7) دفع الجمهور إلى الإنخراط في عملية التخطيط وإتخاذ القرار من خلال تعريف الجمهور بالسياسات الحكومية وشرح المخططات والتدابير[2].

8)خلق حوار مفتوح بين قطاعات المجتمع المختلفة حول قضايا البيئة.

9) تعميم الوعي للمحافظة على الموارد الطبيعية وكذا الكائنات الحية المختلفة.

[1] إسماعيل إبراهيم، **الصحفي المتخصص**، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2001، ص 134-135.

[2] أمال ديب، مقابلة خاصة بمقر جريدة اليوم، في 15 فيفري 2009 على الساعة 12:30.

10) تنمية المجتمع[1].

وتكمن أهداف الإعلام البيئي في كون انتشر مؤخرا مفهوم التنوير البيئي **Environnemental Literary** كمطلب أساسي لكل مواطن يعيش في هذا العصر وذلك حتى يكون مدركا للمشكلات البيئية وأسبابها ووسائل معالجتها، وعليه ينبغي تزويد هذا الأخير بالمفاهيم والمهارات والقيم التي تساعده على ذلك، وهنا كان على وسائل الإعلام أن تؤدي دورها كما ينبغي في عملية التوعية البيئية[2].

إن وسائل الإعلام تعد من أهم وسائل التعليم غير النظامي لما لها من دور في عمليتي التربية والتثقيف، وهنا تبرز العلاقة الوطيدة بين الإعلام والتربية البيئية على الرغم من اختلاف الوسائل والظروف المحيطة بكل من العمليتين إلا أن الهدف واحد والذي يكمن في توعية الجماهير وأصحاب القرار حول أهمية الحفاظ على البيئة الطبيعية وإدارة مواردها بتوازن[3] والإعلام البيئي يمكنه أن يكون ضمير المجتمع بأجياله المتعاقبة فيقرع ناقوس الخطر للأفراد والجماعات والحكومات من أجل الحفاظ على البيئة وإقامة التوازن بين البيئة والتنمية، للوصول إلى نهج صحيح من التنمية المتكاملة القابلة للاستمرار التي تضع في اعتبارها حاجات الجماهير[4].

ولكي نحدد أهداف الإعلام البيئي بدقة ندرج المفاهيم التالية:

أ. المعرفة (البعد الإدراكي):

ويقصد بها المعلومات والمفاهيم التي ينبغي أن يعرفها الأفراد والجماعات عن النظم البيوفيزيقية وكل ما تحويه البيئة الطبيعية من موارد وعلاقات وما تتعرض له

---

[1] عايد راضي خنفر، مرجع سبق ذكره، ص 05-06.

[2] عايد راضي خنفر، مرجع سبق ذكره، ص14.

[3] د.برعي حمزة ومتى طاهر، **الإعلام البيئي دراسة ونماذج**، المنظمة العربية للنشر والتوزيع، تونس، 1987، ص 13.

[4] د. نادر غازي،مقترح إستراتجية وطنية للتوعية والإعلام البيئي، 22-02-2008، (smp.ew.eea.europa.eu/media-server/files/i/l/national-strategy-for-environmenttal-awemess.pps),ko 16,p06.

من مشكلات وهنا يبرز دور المؤسسات الغير نظامية في عمليتي التعليم والتثقيف البيئيين[1].

وتعتبر وسائل الإعلام الأكثر فاعلية في نشر الوعي البيئي بين المواطنين على اختلاف أعمارهم ودرجات ثقافتهم وأماكن تواجدهم.

ولضمان الإدراك والفهم الصحيحين للعلاقة التي تربط الإنسان بالبيئة ينبغي الاهتمام والعناية بقنوات الاتصال وقدرتها على الأداء الجيد في إيصال المعلومات والبيانات البيئية، ونقصد هنا وسائل الإعلام المتعددة لما لها من القدرة التقنية والفنية في نقل كل ما يتعلق بالبيئة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي من خلال المعالجة الشاملة للأحداث بغية إيصالها إلى كافة الشرائح الاجتماعية ورفع وعيهم بأبعاد ومخاطر المشكلات البيئية، يمكن لوسائل الإعلام أن تخصص نشرات إعلامية أو برمجة أفلام وثائقية أو شريحة علمية خاصة بالبيئة وطرح المشكلات البيئية وطرق التصدي لها من أجل لفت انتباه الجمهور، كما يمكن للصحف إصدار ملاحق مستقلة بالبيئة أو إنشاء صحف ومجلات أو بنوك للمعلومات البيئية على شبكة الانترنت[2].

وإذا ما توفرت المعلومات البيئية بصفة دورية مستمرة يمكن حينئذ تجنب حدوث الخلل أو المشكلة البيئية ولو بشكل نسبي[3].

ب. تكوين الموقف والقيم (البعد المهاري):

والمقصود بها مساعدة الأفراد والجماعات على اكتساب مجموعة من مشاعر الاهتمام بالبيئة، وكذا اكتساب المهارات المختلفة لتحديد مشكلاتها وكيفية حلها، وجعل الأفراد والجماعات على معرفة بوسائل العمل والأداء لحماية البيئة ومن هنا يأتي دور

[1] علي عجوة، **الإعلام وقضايا التنمية**، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2001، ص 94.

[2] سهام زواوي وهاجر تركي، **الإعلام البيئي**– دراسة مسحية استطلاعية لعينة من أسر لخمسة أحياء ببلدية باب الوادي، ولاية الجزائر– (مذكرة ليسانس)، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2008، ص 48.

[3] عبد الرحمان عبد الله العوضي، **الإعلام والوعي الاجتماعي البيئي**، القاهرة، جامعة الدول العربية، 1992، ص 05.

وسائل الإعلام باعتبارها جزءا من منظومة التعليم والتدريب المستمر خاصة فيما بعد مراحل التعليم والتدريب المدرسي.

وتستطيع وسائل الإعلام أن تخلق أنماط جديدة من الاتجاهات الإيجابية لما لها من دور محوري في تنمية المواقف والقيم المختلفة وجعل المواطنين يعايشون مشكلات البيئة ويشعرون بوجودها ويحسون بأضرارها وتأثيرها عليهم، هذا ما يعزز الوعي البيئي العام والخاص في المناطق الحضرية والريفية على السواء.

كما يتعين على وسائل الإعلام في هذا الصدد إعداد جمهور يتقبل تغيير مواقفه وقيمه التقليدية وسلوكياته المضرة بالبيئة والتأثير فيه من أجل تحسينها ورفع مستوى معيشته وحفظ التنوع البيولوجي والموارد الغير متجددة والقدرة الاستيعابية للأنظمة الإيكولوجية[1].

ت. المشاركة (البعد الانفعالي):

وهي إتاحة الفرصة للأفراد والجماعات للمشاركة الفعالة في كافة المستويات على حل المشكلات البيئية، ومنه فإنه في غياب هذه المشاركة الفعالة الجادة والايجابية لن تفلح أي جهود لمواجهة مشاكل البيئة، سواء في الدول المتقدمة أو النامية أو الفقيرة[2].

وقد أثبتت التجارب أن إشراك الناس في صنع القرارات التي يتعلق بها مستقبلهم أمر ضروري، وهذا يبرز دور وسائل الإعلام بكافة وسائله في إعداد أفراد المجتمع بدورهم وتحفيزهم لبذل كل الجهود وتحمل مسؤولياتهم تجاه البيئة عن رضا واقتناع يصل إلى التأديب مع البيئة شريطة أن يكون ذلك الاتصال مدعما بكل الخدمات والإمدادات اللازمة والمناخ المناسب[3].

[1] عبد الرحمان عبد الله العوضي، مرجع سابق، ص06.

[2] اليونيسكو، اتجاهات التعليم البيئي بين الحكومات لمدينة تلبيس بالاتحاد السوفيتي، مجلة اليونيسكو 01 أكتوبر 1977، ص 161.

[3] علي عجوة، مرجع سبق ذكره، ص 126.

ولتعزيز المشاركة الجماهيرية في هذا الصدد ينبغي على وسائل الإعلام أن تخلق قنوات للحوار الاجتماعي بين المواطنين للوصول إلى القرار المشترك، مما يساعد على خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات عندما يتعلق الأمر بالبيئة ولتحقيق استمرارية هذا الحوار يتحتم على وسائل الإعلام تخصيص مجال مفتوح لطرح آراء وأفكار ومقترحات الجمهور المهتم بالبيئة، ونقل مشكلات بيئاتهم إلى جهات البحثية والتنفيذية ومتخذي القرار ومتابعة حلولها ونقلها مرة أخرى إلى الجمهور حتى يتحقق رجع الصدى[1].

كما يمكن لوسائل الإعلام أن تقرب الجمهور من الخبراء ومراكز البحوث للاطلاع أكثر على مجال البيئة أو الأخبار عن كل ما هو جديد في هذا الشأن وتحفيز صناع القرار من القيادات السياسية على قيادة العمل البيئي واتخاذ القرارات السليمة بيئيا، وتوليد الإدارة السياسية لإيجاد الحلول لمشكلات البيئة[2].

[1] أحمد جلاد، **دراسات بيئية في التنمية والإعلام السياحي المستدام**، عالم الكتب، مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر، القاهرة، 1972، ص 74.

[2] علي عجوه، مرجع سبق ذكره، ص128.

المبحث الثاني: مصادر الإعلام البيئي والعوامل المتحكمة فيها:

إن اختيار المصادر يعد قضية أساسية في معالجة الموضوعات الإعلامية عموما والإعلام البيئي خصوصا وتحكمها عوامل مادية وموضوعية وأخلاقية وهي كالآتي:

أ. أنواع المصادر:

يعتمد الإعلام البيئي على مجموعة متعددة من المصادر التي تمكن الصحفي من الحصول على المعلومة البيئية الصحيحة، والموثقة ولنا أن نذكر منها ما يلي:

1- الملاحظة الشخصية:

وتأتي من خلال العمل بمواقع الأحداث ومتابعة كل ما يتعلق بالبيئة من ظواهر حتى ولو كانت صغيرة لا يهتم بها أحد فملاحظة صغيرة للصحفي البيئي يمكن من خلالها إثارة قضية مثيرة.

مثال: كان مستوى الضوضاء مرتفعا للغاية في مدينة القاهرة عام 1976 وذلك بسبب اختناقات المرور وسوء استخدام أبواق السيارات.

ومنه فإن هذه الملاحظة الشخصية من جانب أحد الصحفيين المعنيين بشؤون البيئة أعقبها بعض القراءات عن الضوضاء في القاهرة، مما يدل على الأثر الذي أحدثه هذا التحقيق والملاحظة الشخصية وأثرها في مد المحرر بمادة موضوعاته عن البيئة.

2-المواطن:

وهو ما يمكن أن يشاهده من مظاهر التلوث أو السلوكيات الضارة بالبيئة وهناك العديد من الناس الذين يهتمون بما يجري حولهم ويمكن أن يكونوا مصدرا مهما يمد الصحفي البيئي بالمعلومات أو الحوادث التي يجب التنبيه إلى مخاطرها.

3- الوزارات والجهات المعنية بالبيئة:

مثل وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة الجزائرية وجهاز شؤون البيئة وفروعه بالمحافظات المختلفة المشاريع الوزارة مثل: مشروع سماء صافية وكذا مشروع دنيا وما تصدره هذه الجهات من نشرات صحفية ومقابلات.

4- الجمعيات الأهلية والمؤسسات غير الحكومية المهتمة بحماية البيئة:

توجد في الجزائر العديد من الجمعيات التي تهتم بحماية البيئة، وجمعيات علمية متخصصة تهتم أيضا بالبيئة في إطار اهتماماتها الأخرى إضافة إلى الأحزاب وإتحاد نقابات العمال التي تضيف البيئة إلى اهتماماتها.

5- الخبراء والعلماء من الجامعات ومراكز البحوث:

تساهم البحوث العلمية مساهمة كبيرة في فهمنا للعمليات المختلفة التي تحكم النظم البيئية وتؤثر فيها وقد تحقق تقدم كبير في طرق وأدوات التحليل ورصد الملوثات العضوية وغير العضوية في الهواء والماء والتربة كما تحقق تقدم كبير في فهم عمليات نقل وتفاعلات هذه الملوثات في شتى الأوساط وتحديد مصيرها وكل هذه المعلومات وغيرها يمكن الحصول عليها من مراكز ومعاهد الأبحاث وفي الأقسام المعنية بالجامعات وبعض الوزارات.

6- المؤتمرات والندوات العلمية الخاصة بالبيئة:

والتي تنظمها الجامعات والهيئات والمؤسسات المختلفة في الداخل والخارج، حيت أن الخطر البيئي أصبح يمثل هاجسا فرض قضية البيئة على مختلف التخصصات، ومثل هذه المؤتمرات تناقش العديد من الأبحاث والدراسات التي يمكن أن تزود الصحفي بالمعلومات المهمة والخلفيات الضرورية لقضايا وموضوعات البيئة، إضافة إلى العلماء والخبراء الذين يشتركون فيها من دول متعددة وما يمثله ذلك من إطلاع الصحفي على تجارب عديدة في مجال حماية البيئة.

7- رسائل الماجستير والدكتوراه:

التي تناقش في الجامعات الجزائرية والعربية والأجنبية سواء لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بقضايا البيئة[1].

[1] د/ اسماعيل إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 237-238.

8- الكتب والدوريات والنشريات المتخصصة:

وهذا في البيئة العربية والأجنبية فمتابعتها شيء ضروري ومهم بالنسبة لمحرر شؤون البيئة فهي إضافة على ما تضمه من معلومات تجعله متابعا لكيفية تغطية وكتابة شؤون البيئة بهذه الدوريات والجديد في مجالات التغطية الصحفية لها.

9- شبكة الانترنت:

وغيرها من وسائل وتكنولوجيا المعلومات حيث تتوافر على هذه الشبكات ملايين المعلومات والجديد في مختلف مجالات البيئة.

ب. العوامل التي تحكم اختيار المصادر

هناك عدة عوامل تحكم اختيار الإعلامي البيئي لمصادر تغطية الأخبار البيئية وهي:

1. العوامل المادية:

المتمثلة في الوقت المتاح للوصول إلى المصدر لكتابة، أو نقل وبث الخبر أو الموضوع في وقت مناسب للطبع أو الإذاعة أو البث ووسيلة الاتصال به بالتلفزيون أو الفاكس أو عبر الانترنت.

2.العوامل الموضوعية:

فلابد أن يختار المحرر المصادر التي تتوافر فيها خبرة والارتباط بالموضوع وبما يحقق التنوع والتكامل في المصادر.

3.العوامل الأخلاقية:

بحيث يلتزم المحرر في اختيار مصادره بمبدأ العدالة الذي لا يتحقق إلا بالاستماع إلى كل وجهات النظر المتعارضة والبعد عن اتخاذ المواقف المسبقة التي تجعل الصحفي أسيرا لموقف معين[1].

[1] د. اسماعيل ابراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 238-239.

المبحث الثالث: مفهوم القيم البيئية (خصائصها، أسسها وتصنيفاتها)

1- مفهوم القيم البيئية وخصائصها:

بالرغم من أهمية القيم البيئية في توجيه سلوك الفرد نحو حماية البيئة وصيانتها إلا أنها لم تكن من الدراسات التي اهتمت بها كثيرا البحوث وهذا راجع إلى نقص اهتمام العلوم بالبيئة ومشكلاتها.

وقد تعددت محاولات العلماء في تعريف القيم البيئية لصياغة تعريف شامل لهذا المفهوم. وبناء تصور نضري قادر على تحديد جوانبه وخصائصه المتعددة نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:[1]

1- وتشير القيم البيئية إلى التقرير النسبي للمواقف الفردية على القضايا المتعلقة بالبيئة.[2]

2- ويعرف رشاد أحمد عبد اللطيف مصطلح القيم بأنها[3]: "الأحكام التي يدرسها الفرد سواء بالتفضيل أو عدم التفضيل لموضوع معين سواء كان مرتبطا بقضايا البيئة أو غيرها في ضوء تقييمه لهذه الموضوعات معتمدا في ذلك على معارفه، خبراته، البيئة التي يعيش فيها".

3- وهناك من يعرف القيم البيئية بأنها: "محصلة مجموع الاتجاهات التي تتكون في الفرد إزاء فكرة أو موضوع يتصل بالبيئة سواء بالقبول أو الرفض مثل الاتجاه نحو حماية البيئة من التلوث ومدى حرصه أو عدم حرصه على حماية هذه البيئة والحفاظ عليها من التلوث."

4- وتعرف بأنها: معتقدات الأفراد ووجهات نظرهم ومشاعرهم تجاه البيئة التي يعيشون فيها وهي معايير لسلوكهم نحو هذه البيئة.[4]

---

[1] عبد الرؤوف الضبع، **علم الاجتماع وقضايا البيئة**، دار الوفاء، 2004، مصر، ص 240

[2] مهني محمد ابراهيم غناي، **التربية البيئية مدخل لدراسة مشكلات المجتمع**، ط1، دار العلمية، 2000 مصر، ص 271.

[3] رشاد أحمد عبد اللطيف: **البيئة والإنسان**، منظور اجتماعي ط1،دار الوفاء، 2007، ص 98، 99.

[4] عبد الرؤوف الضبع، مرجع سبق ذكره، ص 242.

وبشكل عام فإن التعريفات السابقة أسهمت بشكل أو بآخر في زيادة إمكانية تحديد مفهوم القيم البيئية وخصائصها وبالتالي نقصد بها هنا على أنها عبارة عن أحكام ومعايير تحكم سلوكيات الأفراد نحو البيئة الطبيعية لتحقيق التكيف والتوافق معها، ومع نتاج اجتماعي يكتسبه الفرد من الخبرات التنشئة الاجتماعية، البيئة الثقافية.

خصائص القيم البيئية:

تعد القيم البيئية من أبعاد الوعي البيئي وتساعد على فهم علاقة الإنسان بالبيئة وتوجيه سلوكه، وهي تنفرد بمجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من أنواع القيم الأخرى وتوضح أهميتها في المحافظة على البيئة من التدهور والاستنزاف نذكر منها:

1- أنها مكتسبة حيث تمثل في جوهرها نتاج فردي واجتماعي يحظى بقبول ورضا الجماعة.

2- تمثل مجموعة أحكام معيارية يصدرها الفرد على مكونات البيئة وتحدد اختياراته على نحو ايجابي أو سلبي للسلوك الذي يسلكه تجاه البيئة.

3- تمثل دوافع أو محركات تدفع الإنسان إلى التفاعل مع البيئة بحكمة والمحافظة عليها.[1]

4- للقيم البيئية ما يسمى بالموقف البيئي بمعنى أن هناك دوافع كامنة وراء أحكام الأفراد بشأن القضايا البيئية.

5- ترتب القيم البيئية في تنظيم هرمي، ونسق قيمي وفيه ترتب أشد القيم أولوية في قمة الهرم، أما أقلها أهمية فتوجد في قاعدة الهرم، وهذا التدرج ليس جامدا بل يتعدد ويعتدل تبعا لمستويات وعي الأفراد وإدراكهم وعمق خبراتهم الإنسانية، بوصفها مؤشرات الأنشطة السلوكية[2].

[1] مهني محمد إبراهيم غنايم، مرجع سبق ذكره، ص 172.

[2] عبد المنعم محمد درويش المرزوقي، **فاعلية برنامج أنشطة بيئية صيفية ولا صيفية على تنمية المهارات والقيم البيئية لدى التلاميذ** الحلقة الثانية من التعليم الأساسي بدولة الإمارات العربية المتحدة، معهد الدراسات والبحوث العربية، جامعة عين شمس، 2006،ص78

تصنيف القيم البيئية:

ولكي يتضح تنوع القيم البيئية سوف نستعرض مجموعة من التصفيات التي قدمها العلماء، نذكر بعضا منها فيما يلي:

التصنيف الأول: القيم البيئية تنقسم إلى قسمين: القيم الجمالية للبيئة.

التصنيف الثاني: القيم الخاصة بحماية البيئة من التلوث واستنزاف الموارد البيئية.

التصنيف الثالث: تتضمن قيم حماية البيئة وترشيد الطاقة والمحافظة على الماء والهواء والتربة والنبات والأشجار والحيوان والإنسان.

التصنيف الرابع: قيم تخص الفرد ومنها على سبيل المثال الحرية، الهدوء الوفاق بين الإنسان والبيئة، والاستغلال الرشيد لمصادر الطاقة، صيانة البيئة.

التصنيف الخامس: يتناول القيم البيئة الايجابية ومنها:

1) المحافظة على نظافة البيئة.

2) الوعي بقيمة الموارد الطبيعية وحسن استغلالها.

3) الحرص على استغلال موارد البيئة بحكمة.

4) العمل على استغلال موارد البيئة الطبيعية

5) الإحساس بالمسؤولية تجاه البيئة وقضاياها المختلفة.

6) المحافظة على جمال البيئة.

7) صيانة البيئة.[1]

- **التصنيف السادس:** غالبا ما تصنف القيم البيئية من وجهة النظر الإسلامية إلى:

1.قيم الاستغلال: تتضمن التمتع بالموارد الطبيعية من غير إسراف ولا تبذير، ودون إفراط ولا تفريط.

2.قيم التكيف والاعتقاد فتختص بتوجيه سلوك الفرد نحو التكيف مع البيئة اتقاء الأخطار ونبذ الخرافات والتشاؤم.

[1] مهني محمد إبراهيم غنايم، مرجع سبق ذكره، ص 271.

3.**القيم الجمالية:** التي تختص بتوجيه سلوك الفرد نحو التذوق الجمالي لمكونات البيئة والتمتع بهذا الجمال وتهيئة الفرص الآخرين، للتمتع بجمال الكون.[1]

وتتسم هذه القيم البيئية بالواقعية وبعيدة عن المثالية وتراعي متطلبات البيئة الطبيعية، ولا تكلف الفرد جهدا كبيرا عند تطبيقها في الواقع بل العكس تماما تساعده في اتخاذ القرارات السليمة التي تجنبه الأضرار البيئية التي تؤثر على صحة وجمال البيئة، ومن هذا المنطلق يتطلب على وسائل الإعلام أن توضحه للجمهور وإقناعه لاكتسابها.

وان اختلاف هذه التصنيفات في طرح القيم البيئية إلا أنها ترتكز في مجملها على ما يلي:

- حماية البيئة من التلوث بكل أشكاله.
- استغلال الثروات الطبيعية استغلالا رشيدا دون إفراط.
- المحافظة على نظافة البيئة.
- المسؤولية تجاه البيئة.

الأسس التي تعتمد عليها القيم البيئية:

1- الصدق مع النفس نحو العمل على مواجهة المشكلات البيئية بالفعل وليس بالقول.

2- التحرك نحو استخدام الموارد البيئية والحفاظ عليها وعدم الإساءة إلى البيئة.

3- التدرب على كيفية استخدام الإمكانيات المحيطة وتوظيفها لمواجهة المشكلات البيئية.

4- المشاركة الفعلية في برامج حماية البيئة وحث الآخرين على البذل الجهد لمواجهة المشكلات البيئية.

5- القدرة على الاتصال بمتخذي القرار بالمجتمع وعرض المشكلات وأفراد المجتمع.

6- التوعية لأفراد المجتمع الذي لديهم سلوكيات سلبية تجاه البيئة أو معارف محدودة نحو أهمية الحفاظ على البيئة.

[1] مهني محمد إبراهيم غنايم، مرجع سبق ذكره، ص ص 272 273.

7-احترام الآراء المعارضة لحماية ومحاولة توظيفها لخدمة قضايا البيئة من خلال نماذج أو مشروعات واقعية.[1]

المبحث الرابع: دور الإعلام الجديد في نشر وتنمية القيم البيئية:

تحددت وسائل الإعلام الجديد وأدواته وهي تزداد تنوعا ونموا وتداخلا مع مرور الوقت ومن بين هذه الوسائل وأبرزها نجد:

1)مواقع الشبكات الإجتماعية:

انتشرت الشبكات الاجتماعية في نهاية 2007 وهي مواقع تستخدم للتواصل والتشبيك الاجتماعي وأشهرها، الفيسبوكFacebook وماي سبيسMyspace، وتميزت بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصور المعبرة أو سرعة مواكبة على مدار الساعة، ونقلها مباشرة من مكان حدوثها وهذه الشبكات مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في حياة حرة، من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالأخبار والمعلومات المساهمة في شكل فعال في صناعة وإدارة المضامين الإعلامية، وجعلتهم أكثر تفاعل ومشاركة في مختلف القضايا، وأصبحت الشبكات الإجتماعية هي البديل الماثل لأنشطة الماضي التقليدية وحالة التفاعل بين المجتمعات الحالية. وقد نشط جزء من شبكات التبادل في نقل الأفلام القصيرة التي ينتجها أناس عاديون حول العالم أو هواة إخراج سينمائي بالحد الأدنى من الموارد وهو ما يؤكد حدوث تحول جذري في أدوات التخاطب والتعبير[2].

موقع الفايسبوكFacebook

هو شبكة اجتماعية استأثرت وتجاوبت مع كثير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تعدى حدود ملونة شخصية في بداية نشأتها سنة 2004 وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة وظلت مقتصرة على أعداد

[1] رشاد أحمد عبد اللطيف، مرجع سبق ذكره، ص 99.

[2] عبد الحسيب محمد تيمور، وعلم الدين محمود، **الكمبيوتر وتكنولوجيا الإتصال**، القاهرة، دار الشروق، ص195.

الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة والتي قال عنها (مارك) لقد أضحى كل من يتكلم عن الفايسبوك العام الذي تفكر الجامعة في إنشائه أظنه أنه من الحق أن يتعرف الأمر من الجامعة بسنتين من أجل تنفيذ ذلك وحدث وأنه بإمكاني تنفيذه أفضل منهم وطي أسبوع واحد[1].

والفايسبوك في دوره الرئيسي هو شبكة التواصل الاجتماعي فهو أدنى إلى كونه وسيلة اتصال ووسيلة إعلام، إلا أنه في الإطار الإعلامي يمكن الاستفادة منه من خلال أنه لزيادة ساحة انتشار المادة الإعلامية المنقولة إليه من وسائل أخرى، وفي هذا السياق تعدد رسائل إعلامية نشر موادها المقروءة والمرئية والمسموعة على صفحاتها على الفيسبوك، بالإضافة إلى قيام بعض كتب الرأي بإعادة نشر مقالاتهم على صفحاتهم، وكذلك الأمر بالنسبة للقائمين على برامج تلفزيونية وإذاعية وفي السياق ذاته يحصل الناشرون على رجع صدى إضافي من خلال المرتبطين بهذه الصفحات غير ذلك الذي تتيحه رسائل النشر الأصلية.

تويتر:

هو موقع على الانترنت يمثل شبكة تواصل اجتماعي، ويتيح للمستخدم فتح حساب يربطه بالآخرين من خلال خاصية التتبع، وبذلك يمكن للمستخدم بعث رسائل يتجاوز حجم كل منها 140 عنصرا إلى متتبعيه تصل إلى حساباتهم على الموقع أو عن طريق رسالة نصية قصيرة إلى هواتفهم النقالة.

وقد بدأ هذا الموقع في بداية عام 2006 بصفته مشروعا تطويريا تابعا لشركة Oliveuse الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو وأتيح للعموم أن تقوم الشركة بفصليه عنها ليكون نشاطا خاصا بشركة تابعة لها تحمل اسم تويتر في أفريل من عام 2007.[2]

[1] فيصل أبو عيشة، **الإعلام الإلكتروني**، دار أسامة، ط 1، الأردن، 2010، ص 50.

[2] محمد سيد محمد، **وسائل الإعلام من المنادى إلى الانترنت**، دار الفكر العربي، ط 1، مصر، 2009، ص68.

يشبه هذا التطبيق نسبيا تطبيق خدمة المعلومات المصنفة، ومنها الإخبارية عبر الرسائل النصية القصيرة، ويأتي هذا الشبه من أربعة وجوه الأول قصير المساحة المتاحة لكتابة النص بالمقارنة مع أغلب وسائل الاتصال، والثاني سهولة تمرير الرسالة من جانب المستقبل إلى مستخدمين آخرين للتطبيق ذاته، وفي المقابل فإن تطبيق تويتر إمكانية التعليق على الرسالة التي تحلت بالوسيلة ذاتها[1].

موقع اليوتوب:

تقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات لتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مادية، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع فيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة فضلا عن تقييم ملف الفيديو، من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات تعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع[2].

المنتديات:

هي عبارة عن برامج خاصة تعمل على الموقع الإعلامي أو أي مواقع أخرى ذات طابع خاص أو عام على شبكة الانترنت، مثل المواقع المتخصصة وتسمح بعرض الأفكار والآراء في القضايا أو الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع وإتاحة فرص للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها ومناقشتها فوريا، سواء كان ذلك مع أو ضد الآراء أو الأفكار المطروحة دون قيود على المشاركين بإستثناء القيود التي يضعها مسئولو المنتدى من خلال نظام الضغط والتحكم المقام على البرنامج[3].

---

[1] http://bit.l/Awitter.mb.13/04/2009.20;51.

[2] باديس لونيس، **جمهورية الطلبة الجزائريين والانترنت**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2008، ص 70

[3] josepH n dominiK.Thedaynamics of mass communication.iVeue York MR.graue hill. th.ed.1993.p99.

- لذا فللإعلام الجديد دور حيوي ومهم ويشارك في دفع خطط التنمية إذ أن هذا الدوري يرتبط بعنصر الإدراك كما له دور في التنشئة والتربية السلوكية للأفراد تجاه قضايا معينة منها قضية البيئة التي ترتبط بالعنصر السلوكي والحفاظ على البيئة وحمايتها مع حث واشتراك كافة المؤسسات المعنية للاهتمام بقضايا البيئة ومعالجتها[1].

ويقوم الإعلام الجديد أي مختلف الشبكات الاجتماعية بتكوين الآراء حول الموضوعات البيئية وتدعيم الاتجاهات الإيجابية للحفاظ عليها وعلى مواردها.

[1] محمد متولي، **التلوث البيئي**، مؤسسة شباب الجامعة، ط 1، الإسكندرية، 2003، ص 47.

الفصل الثالث

الفصل الثالث: الكاريكاتور... رسالة للإتصال في العالم الافتراضي.

- **المبحث الأول: مفهوم الكاريكاتور وخصائصه**

المبحث الثاني: نشأة الكاريكاتور وتطوره.

- **المبحث الثالث: أشكال الكاريكاتور وأهم وظائفه.**
- **المبحث الرابع: أصناف الكاريكاتور**

المبحث الأول: نشأة الكاريكاتور وتطوره:

إن الكاريكاتور منذ ابتكاره فرض نفسه بين الأنواع الصحفية الأخرى، وأصبح من أكثر الفنون التشكيلية شعبية وانتشارا واحتكاكا وملامسة لمشاعر وهموم الناس، وهو فن ينتمي إلى المدرسة التعبيرية ولا يوجد صعوبة في فهمه وتقديره، وقد ظهر مع بزوغ الحضارات القديمة كالرافدية والمصرية والإغريقية... إلخ إلى أن أصبح على ما عليه الآن بفعل تناقله من خلال عدة فنانين ورسامين أظهر وأقنعوا العالم بالتعبير عن الأوضاع السائدة في المجتمعات، بأسلوب تهكمي وهزلي.

تشير المصادر التاريخية إلى فن الكاريكاتور فن قديم كان معروفا عند المصريين القدماء والأشوريين واليونانيين، فأقدم صور ومشاهد كاريكاتورية حفظها التاريخ تلك التي حرص المصري القديم على تسجيلها على قطع من الفخار والأحجار الصلبة، وتشمل رسوما لحيوانات مختلفة أبرزت بشكل ساخر، اضطلع برسمها العاملون في تشييد مقابر وادي الملوك بدير المدينة في عصور الرعامسة، ويرجع تاريخها إلى عام **1250** قبل الميلاد، ولا تعرف الغاية توخها الفنان المصري من هذه الرسومات، فلعلها كانت إشارة غير صريحة إلى العلاقة غير المتوازنة بين الحاكم والمحكوم التي كانت سائدة في تلك الفترة جسدها النحاتون في أسلوب ساخر خفي المعنى.[1]

أي كانت البداية برسومات لمحيط الحياة البدائية للإنسان، اللوحات التي أبدعها أخذت بالتطور من حيث الأداء والوسائل حتى وصلت من جدران الكهوف إلى أعمدة الصحافة المكتوبة ولاحقا وسائل التواصل الاجتماعية على الشبكة الإلكترونية، وبما أن الكاريكاتور كفن تعبيري لا صعوبة في فهمه فإن جذوره تعود إلى الرسومات التي اكتشفها علماء الحفريات والآثار، وكثيرا ما اعتبر الكاريكاتور قبل القرن الثامن عشر

[1] عبد الرحمان غيلان، **فن الكاريكاتور ودوره في نهضة الثقافة العربية**، الموقع الإلكتروني attakk net // : http، 2015/01/22 الساعة 21:55

في المرتبة الثانية من الفنون، وقد أكدت البحوث الميدانية التاريخية وجود رسومات تحمل في طياتها عنصر السخرية ومنها ما وجد في صحراء الجزائر.

ومع مضي الزمن، تطورت معالم هذا الفن وصار له العديد من الأسماء والأشكال، فمارسته معظم الشعوب، ودخل الكاريكاتور عالم السياسة من خلال مشاركة بعض الفنانين في الدفاع عن نظام سياسي أو اجتماعي، أو مهاجمته له.[1]

فالكاريكاتور عرف الوجود في أرويا خاصة مع عصر النهضة، أين وجد الإنسان نفسه أمام حرية الإبداع والابتكار لا حياء التراث الكلاسيكي، كما ظهرت كلمة كاريكاتور **Canicatira** في ايطاليا في القرن السابع عشر ميلادي وأطلقت على الرسوم الفكاهية والمبالغ فيها، حيث كانت بدايته في أوربا مع رسومات دافينشي سنة **1503/ 1504**، وهي عبارة عن مجموعة من الرسوم لوجوه مبالغ فيها ومشوهة، أما في انجلترا فقد انتقلت إليها رسوم دافنشي الكاريكاتورية في القرن السابع عشر ميلادي على يد (الكوندا روندیل) **Elconde Arundel**.

ويرجع ابتكاره بمعناه المحدد إلى عائلة كاراتشي الايطالية، وخاصة إلى انيبال كراتشي **Annibal Canacci 1560-1609**، والذي دافعا عن هذا الفن بوصفة النقيض للنزعة المثالية والكلاسيكية في التعبير عن الفكر الإنساني، فمثلما يخترق الفنان الجاد الفكرة التي وجدت خلف المظهر الخارجي، فكذلك يستحضر فنان الكاريكاتور جوهر ضحيته ويعرضها أمام جمهوره، بالطريقة التي كان يبدو عليها فعلا.[2]

ويعتبر دافنشي هو أول من وضع الأسس والقواعد الفنية لمثل هذا الفن، ويعتبر البعض أن الأخوين البولونيين أوغسطين ونيبالي، كانا أول من بدأ رسم الكاريكاتور مع قلقهما بشأن تصوير الوجوه بدقة بسبب العادات والتقاليد، وأحكام الكنيسة الصارمة في

[1] خالد الفقيه، **فن الكاريكاتور فن النواة الأولى**، (صدى الإعلام)، العدد الثاني أب ،2011، ص 36.

[2] حسنين شفيق، **الصحافة المتخصصة المطبوعة الالكترونية**، رحمة برسل الطباعة والنشر، 2006، ص 158.

ذلك الوقت، كما أن هولاندا كانت التالية في بدأ فن الكاريكاتور، علما أن هذا الفن تعرض إلى أوربا المضايقات النخب السياسية والاجتماعية، فمنع من التداول وفرضت عليه القيود خاصة في بريطانيا في إبان العهد الفيكتوري.

وشهدت أوروبا شيوعا للكاريكاتور الذي كان من أبطاله ورواده بول كيلي ووليم هيث، حيث اعتبر الانجليزي هو غارث الفن الكاريكاتوري وسيلة تعبير حرة، متمردا بذلك على قيم مجتمعه السابقة وفاتحا المجال لظهور الحكايات المصورة.

أما في المجتمعات العربية كانت فنون الرسم والنحت رائجة في عهد العباسيين وما بعدهم بسبب هامش الحرية المتاح، وبسبب اتساع رقعة الدولة الإسلامية العربية وإتاحة نقل فنون وآداب الأمم الأخرى إليها، وتقول بعض الدراسات أن العرب في عهد الدولة العباسية كانوا أول من ابتكروا الدمى المتحركة.

وهو ما أسس لاحقا الفن الكاريكاتور، ولكن هذا الشكل الفني تراجع في إبان الحكم العثماني للعالم العربي، بسبب غياب حرية الرأي والتعبير وتأخر وصول المطابع، وتعد مصر أول الدولة العربية التي ظهر فيها فن الكاريكاتور لأسباب كثيرة منها:

دخول المطابع إليها، ووجود تجمعات سياسية مختلفة تضم الفنانين، وتشير الدراسات إلى أن أول صحيفة عربية مختصة بالكاريكاتور ظهرت في القاهرة **1877/03/21**، تدعى أبو نظارة زرقا.[1]

تطور فن الكاريكاتور في العالم العربي:

رحلة الكاريكاتور في العالم العربي حسب المؤرخين تبدأ في **21** مارس **1877** للميلاد مع صحيفة يعقوب صنوع، ثم مجلة للطائف المصورة.

[1] خالد الفقيه، مرجع سبق ذكره، ص 36.

وبرزت في هذه الفترة مجموعة من الكاريكاتوريين نذكر منهم: أحمد طوغان البهجوري، صلاح جاهين، أحمد إبراهيم الحجازي، بهجة عثمان، إيهاب شاكر ومحي الدين ألباد بمصر.

أما معظم فصول قصة الكاريكاتور حدثت في مصر فإن البداية كانت مع مجلة " أبو نظارة" النقدية الفاكهية التي أصدرها يعقوب صنوع، واستعان فيها برسومات كاريكاتورية لفنانين ايطاليين،[1] ثم زاد الاهتمام بهذا الفن بحيث سمح بظهور متوجات إبداعية نذكر منها على سبيل المثال واحدة من أهم المجلات التي صدرت في هذا المجال "مجلة الكشكول" التي حوت رسوما بديعة للفنان الكاريكاتوري الأسباني المتمصر سانشيز، وفي سنة **1925** للميلاد زار مصر واستقر فيها الفنان الأرميني "صاروخان" وفي نفس ظهور الفنان التركي كامل رفقي، وعلى يد هؤلاء الثلاثة نشأة المدرسة المصرية في الكاريكاتور، ومن هذه المدرسة تخرج معظم الأسماء التي أصبحت لها شهرة كبيرة فيما بعد في مجال الفن الكاريكاتوري، ومن أبرز الفنانين الكاريكاتوريين الذين أثروا الساحة العربية بأعمالهم هو الفنان القدير "مصطفى حسين" من خلال رسوماته في جريدة الأخبار[2] وجل الكاريكاتوريين العرب كانوا مهتمين بالأحداث الخارجية والمتعلقة بواقع المجتمعات العربية من قضايا الاستعمار والدكتاتورية والفساد، فعلى مجال المقامة والنضال يعد الفنان الفلسطيني الراحل ناجي العلي من أشهر فناني الكاريكاتور، استخدموا فنهم لخدمة قضايا العروبة والمقاومة الفلسطينية، كيف لا وهو الذي صخر ريشته لما يخدم العرب من جهة وجعل منها سلاحا يقاوم به الصهاينة من جهة أخرى.

[1] عبد الكريم سعدون، **الكاريكاتور الصحفي (الجذور التاريخية ومراحل تطوره)**، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، 2008، ص 43.

[2] ماريف ميلود، **التجليات الموضوعية لفن الكاريكاتور في الوسط الشعبي**، دراسة تحليلية لأعمال أيوب جريدة الخبر، مذكرة لنيل شهادة ماجيستير، كلية الفنون، جامعة تلمسان، الجزائر، 2005، ص 65-68.

الحقل العربي في ميدان الكاريكاتور غني بالأسماء والأعمال، فلا توجد دولة عربية ألا واشتهر فيها العديد من الأسماء في هذا الحقل، وطبيعة الكاريكاتور كفن صحفي يعد الطريقة المثالية للتعبير عن الأحداث ورصد التطورات.

نظرة تاريخية عن فن الكاريكاتور في الجزائر:

بالرغم من الحفريات التي تدل على ممارسة الإنسان البدائي الرسم الكاريكاتوري كانت في جبال الجزائر وذلك في المناطق الجنوبية منها: فإن التجربة الجزائرية في هذا المجال جد متواضعة، وأثر على ذلك الاستعمار الذي كان بمثابة الكابح لمثل هذه المجالات وخاصة مجال الصحافة.

وبالرغم من ظهور رسامين أجانب رافضين للسياسة الفرنسية في الجزائر وذلك خلال فترة الثورة التحريرية والذين نذكر منهم: أفي **effe**، وفيم **FI**، لاب **LAP**، أوسكارو **OSCARO** سيني **SINE**، الذي وكان أشهرهم وأشد المعارضين للسياسة الفرنسية في الجزائر، وقد ألف العديد من الأعمال التي كانت في محملها تسخر من السلطات الفرنسية، وظهور هؤلاء كان بين **1956-1962**.[1]

وبعد الاستقلال بدت ضعيفة بالرغم من بعض الأعمال الكاريكاتورية التي كانت تدعم السلطة الحاكمة، ويعود سبب ذلك إلى عدم كثرة الجرائد واقتصار مهنة الإعلام على السلطة فقط، خاصة وأن الجزائر كان يسودها نظام الحكم الواحد الذي كان يسود الجزائر فكان من الصعب أن تبرز صحافة ساخرة، ولكن بعد إقرار التعددية السياسية وإقرار حرية التعبير في دستور **1989**، وكذا مصادق على قانون الإعلام **1990** الذي ينص على التعددية الإعلامية وعلى هذا تعززت المنظومة الإعلامية في الجزائر بخمسة عناوين ساخرة تابعة للقطاع الخاص وعرفت إقبالا شعبيا واسعا من قبل

[1] أمال قاسيمي، مرجع سبق ذكره، ص 37.

المتلقين ولكنها لسواء الحظ لم تدم طويلا في الساحة الإعلامية نذكر منها:[1] جريدة المنشار جريدة الصحة آفة، جريدة القرداش، جريدة بوزنزل، وأخيرا جريدة الوجه الأخر، ولكن كل هذه الجرائد تم مصادرتها، واضطرت إلى التوقف إما بسبب الوضع الأمني الذي هز الجزائر في تلك الفترة، أو بسبب الحكومة لان معظم هذه الجرائد كانت تابعة للقطاع الخاص، وكل مواضيعها كانت الجانب السياسي، و منذ **1994** لم تعد هناك جريدة ساخرة في الجزائر وقد اختفت على الأنظار بشكل تام.

ولكن بالرغم من اختفاء هذه الدوريات الساخرة إلا أنه بقيت العديد من الأسماء تدور في الساحة الإعلامية في الجزائر ولا تزال بعضها إلى يومنا هذا، معظمها كانت تقيم في فرنسا ولعل أشهرهم: عبي، جمال نون، هشام بابا علي، مرسلي، عماري، إسلام، سوسة، أيوب، وباقي بوخالفة.

[1] ماريف ميلود، مرجع سابق، ص 29.

المبحث الثاني: مفهوم الكاريكاتور وخصائصه

أ- مفهوم الكاريكاتور:

الكاريكاتير كلمة ايطالية مؤنثة **cacature** أصلها لاتيني **carica** تعني الحشو و **la charge** بالفرنسية، كما يقال **caricane** أي **charge** من الفعل يحشو، يقال **caricaaratista** كذالك للرسام الكاريكاتوري وتعرفه **carpus lencyclopedie unvrvsalis** على أنه التعبير الصحيح [1]

حسب توماس هاشات الكاريكاتورية لوحة رسم فيها مبالغة في الخطوط المختارة، تعطي للشخصية تمثيلا هجائيا تمثيل عمدي مشتوه للحقيقة لغرض النقد أوالهجاء، شخصية قبيحة وبكساء ساخر.[2]

وهذا بالنسبة للتعريف اللغوي المعجمي، أما تعريفه الفني فيشير معجم تاريخ الفن أن الكاريكاتور هو رسم، صورة، ملصق، لوحة وربما نحت يبرز مناظر الفكاهة، أو يكدر شخصا ويشوه سماته، وأنه من العسير تحديد جوهر الكاريكاتور وتميزه بخاصية الضحك.

كما يعرفه "ميشال جوف" على أنه تمثيل يشوه لما هو حقيقي يتغذى من العيوب الجسمية ومن المعرفية والأخلاقية، ولا يكتفي الكاريكاتوري بإظهار تلك العيوب بل يبالغ فيها فينتج رسما مضحكا أو موحشا، لكن دون أن يقتل التشابه بين الرسم والشخصية الحقيقية.[3]

[1] LencgclopectrUnivrsalis،volune N: 4، paris، France، 1990، p 955.

[2] Hachette، Le Dictionnaine Français، Langue Française avec phonation déontologue، édition algérienne1992، p 82.

[3] أمال قاسيمي، مرجع سابق، ص 43.

كما يعرفه باقي بوخالفة الرسام الكاريكاتوري بجريدة الشروق، بأنه رسم يحتوي على مجموعة من الخطوط قد ترسم في تكاملها أشكالا تحمل رموز سيميولوجية مختلفة، وقد تحمل ألوانا لإيصال انطباع أو رسالة ما، معتمدا في غالب الأمر الهزل في ذالك.[1]

أما عند (علي ديلام) موقف أساسي قبل أن يكون رسميا نوعا ما، مادام يضع خطا افتتاحيا محددا يتم من خلاله التعليق على الأحداث اليومية.

والرسام الكاريكاتوري لا يقول أو يحكي، بل يرسم ويجب عليه أن يمتلك عقلية الجزار يضمد الجراح، بمعنى أن يكون جريئا في طرحه وغير مباشر وماهر في معالجة المواضيع.[2]

كما يعرف أيضا على أنه فن يعتمد على رسوم في تحريف الملامح والتهكم والنقد الاجتماعي والسياسي، وهذا النوع من الرسومات ارتبط ارتباطا وثيقا بالسخرية مما جعل الكثير يطلقون عليه تسمية الفن الساخر.[3]

والكاريكاتور الذي نقصده في هذا المبحث هو ذالك الرسم الصحفي الذي تروجه وسائل الإعلام الجماهيرية والتحديد الكاريكاتور الالكتروني على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، الذي أصبح مادة اتصالية هامة ويؤدي وظيفة تعبيرية مثيرة، حيث تحمل دلالة أيقونة وألسنية تبني في تفعيلها مضمونا إعلاميا باستاطاعه احتواء قضية أو حدث أو واقعة تهم المجتمع.

[1] مقابلة أجراها رياض وطار مع بوخالفة باقي كاريكاتوري الشروق، نشرت عبر الانترنيت في موقع www.google.fr 2016/02/07 20 :00.

[2] كهينة سلام، **الصورة الكاريكاتورية في الصحافة المستقلة**، دراسة سيميولوجية لعينة من الخبر وليبارتي خلال الانتخابات التشريعية 30 ماي 2002، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستار، جامعة الجزائر، 2004، ص 49.

[3] حسينة بلحاج، **الخطاب السياسي في كاريكاتور أيوب بجريدة الخبر** دراسة في واقع افرازات الثورات العربية، مجلة المواقف البحوث في المجتمع والتاريخ، العدد 8، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة معسكر، الجزائر، 2008، ص 53.

ب-**خصائص الكاريكاتور:**

يتميز الفن الكاريكاتوري بعدة خصائص حددها الباحثون والدارسون فيما يلي:

المبالغة والتفرد: فالكاريكاتور مبالغة في التعبير من خلال الصورة عن الخصائص الفريدة المميزة للشخصية، فهناك مبالغة في تجسيد بعض الخصائص الفريدة والفردية الخاصة بشخص معين بحيث تلتصق به وتميزه عن غيره، وعندما نتذكره نتذكرها، ومعنى الكاريكاتور يتسع أحيانا بحيث لا يتعلق بالصورة الشخصية للإنسان فقط، بل يذهب بعض الفنانين والنقاد إلى التعبير مسخي لبعض الأمم وأنماط الشخصيات، أو لبعض الرموز السياسية، وهناك من يقول أن الكاريكاتور مبالغته متوسطة، لكن أسلوب سخريته مكنه من احتلال مكانة مرموقة عند الأنواع الصحفية الأخرى كما ان فكاهته أعمق.

- **القدرة على كشف العيوب:** يتميز الكاريكاتور عن الأنواع الصحفية الأخرى على أنه له القدرة الفائقة على كشف مزايا بعض الشخصيات، لكن اهتمامه الأكبر يكون موجها نحو الكشف عن العيوب الجسمية في الشخصية التي يصورونها بصرف النظر عما إذا كان عيوبا أم لا، ولكنه من خلال تصويره الخاص فهو يلقي الضوء على الشخصية أي على جوهرها الحقيقي حيث يقول فرويد: هو نوع من الخط له القدرة على التعبير عنها بصفة من صفاتها أو ملمح من ملامحها حتى وإن لم يكن الشخص يشتمل بالفعل على ذالك الملمح، فإن الكاريكاتور حينئذ يعمد إلى خلق ذلك بأن يتجه عنصر ما في الشخصية ويبالغ في تصويره ويقول بعض الفنانين وكذالك الباحثين في هذا المجال أن الكاريكاتور أيضا يكشف عن بعض الملامح السلوكية المعرفة عن الشخصية، هدفه من ذلك هو لفت النظر إليها[1] وقد ينتقد الكاريكاتور من خلال شخص معين شخص أخر أو فكرة معينة أو بعض التصرفات الاجتماعية أو السياسية، فالتركيز على ملامح الفلاح الساذج في رسومات الفنان مصطفى حسين ومن بعده عمر فهمي والتي يبتدعها مع

[1] حسين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 158-159.

الكاتب الساخر أحمد رجب ليس المقصود منه إبراز عيوب هذا الفلاح الجسمية والسلوكية بل التركيز على سذاجته من خلال إبراز عيوب بعض ملامحه الجسمية، وبعض طرائقه في الكلام.[1]

– **الفكاهة:** من خصائص وأهداف الكاريكاتور الأساسية، أن يجعل المتلقين يبتسمون أو يضحكون ويفكرون أيضا من خلال تأملهم لهذا التجسيد النقدي الساخر لبعض الشخصيات التي يعرفونها، وكذالك المواقف والأحداث التي يدركونها.

التبسيط: حيث يتم الكاريكاتور من خلال الرسم والخطوط، وهذا الفن أكثر بساطة من غيره من أشكال تجسيد الشخصية، فهي كثيرا ما تكون أشبه بالارتجال ومن ثم فهي قريبة من ذالك التعبير العفوي التلقائي، الذي يقوم به الفنانون عموما، وهذا التبسيط في الخطوط قد يكون أكثر أدوات فنان الكاريكاتور قوة في نقل المعلومات البصرية عن الشخصية أو الموضوع الذي يرسمه، ومن الطبيعي أن لا يوجد تبسيط في بعض الأعمال الكاريكاتورية بل مزيد من التفاصيل والإضافات التي تؤكد المبالغة، لأنه لا يوجد كاريكاتور من دون مبالغة، فهو يختلف عن غيره من الفنون التشكيلية، فهو بسيط في خطوطه وأشكاله ولكن يحمل في طياته دلالات ومعاني عدة، لذا يقول (رولاند سيرل) أن الكاريكاتور فن صغير لكن مستوياته كبيرة[2].

– **وسيلة تعبير وإشارة العقل:** هو تعبير عن الواقع والرأي، فهي تريد أن تقول شيئا، إذ هو وسيلة الاتصال ذا مستوى عقلي، إذ الكاريكاتور يخاطب العقل قبل العاطفة.

– **مسايرة الأحداث والآنية والمفاجئة:** فحسب (ميشال جوف) الكاريكاتور مرتبط بآنية الحدث، فالرسام الكاريكاتوري يساير الأحداث ويقدمها للجمهور وهي حديثة الوقوع حتى تكتسي جانبا من المصداقية، فتكون الصورة الكاريكاتورية محل ثقة لدى الجمهور.

[1] حسين شفيق، **سيكولوجية الإعلام دراسات متطورة في علم النفس الإعلامي**، دار فكر وفن والنشر والتوزيع، 2008، ص 114.

[2] أمال قاسيمي، مرجع سبق ذكره، ص 120.

– **الدلالات العميقة والبلاغة:** إذا الرسام يرسم أشياء بسيطة لكن دلالتها عميقة لأنه يسعى إلى إيصال رسالة بطريقة مستترة، بحيث تعتمد بلاغة الصورة الكاريكاتورية على إنتاج الرمز لإنشاء الرسالة غير المرئية، فمنتج الكاريكاتور يشغل الرموز والحيل الوهمية التي ترتكز على نظرية الشكل.

وسيلة إعلامية: فالكاريكاتور وسيلة اتصال ومادة إعلامية تعبيرية، تحمل دلائل أيقونية تعبر عن رأي ما ودلائل ألسنية فهو طريقة لنقل الأفكار والآراء والمعلومات.

الاعتماد على النقد والدعاية: وهي أهم خاصية من أجلها وحسب (أبرهام مولز) فهو صورة صراع وبالتالي وهو إنما يسعى لنقد هذا الواقع بطريقة ظريفة مع استعماله أسلوب الدعاية في توجيهه للجمهور المتلقي.

– **التحديد والواقعية:** بحيث تتحقق هذه الأخيرة في الرسم انطلاقا من قياس الرسم، وضوح الصورة وعدم التشويش، وضوح التفاصيل تطابق الألوان، المنظور أي الأبعاد والحركة، فهو من الأعمال الساخرة يشوه العالم الحقيقي من أجل تبيان النقد، وفي بعض الأحيان نقل هذه الأشياء من التجريد للمشاهد أفكارا وتعطيه معلومات مفصلة جدا.[1]

[1] أمال قاسيمي، مرجع سبق ذكره.

المبحث الثالث: أشكال الكاريكاتور وأهم وظائفه:

أ- أشكال الكاريكاتور: على الرغم من أن الكاريكاتور قطع شوطا طويلا نسبيا في استخدامه الصحفي إلا أنه حافظ على أشكال محددة مازالت حتى اليوم تستخدم في معظم الصحف العالمية وتتمثل فيما يلي:

1- **الكاريكاتور الصامت:** يخلو الكاريكاتور الصامت في رسمه عادة على عرض الفكرة من خلال الرسم فقط، ومثل هذا الكاريكاتور الذي لا يحمل تعليقا يعد من أرقى مراتب التعبير وله استعمال شائع في الصحافة ويحتاج إلى درجة عالية من التفكير لتلخيص المعاني في أشكال تعطي بمجرد النظرة الأولى وهو أشبه (بالبانتومانتم) في المسرح.

2- **الكاريكاتور الرمزي:** غالبا ما يكثر استخدام هذا النوع من الكاريكاتور في الصحافة ويعتمد على استخدام الرمز وأن يكون في تكوين بسيط واضح وأن يكون مرتبط بالمعنى المقصود فغصن الزيتون رمز للسلام والأرز رمز للبنان والنجمة السداسية رمز إسرائيل وهكذا.

3- **الكاريكاتور المباشر:** وهو ما يعتمد على الدلالة الصريحة، ولهذا فهو بسيط في تركيبه الفكري وقد يستعين ببعض الأساليب الأخرى كعوامل مساعدة في بناء الفكرة ويعتمد على التعليق الذي يرافق الرسم كالرسالة الألسنية تتكون من جملة أو جملتين ترافق الصور أو الرسم، وتحمل هذه العبارة وظيفة مهمة مع وظيفة الترسيخ ــ ترسيخ المعنى – كما تعمل على توضيح الفكرة.

4- **الكاريكاتور التسجيلي:** يتركز في تصوير شبه طبيعي لحركات وأوضاع ذات دلالات بمعاني محددة، وقد لا تكون واقعية إلا أنها تدل على حدوث أمر هام، وقد

يكون الرسام الكاريكاتوري مصورا لحادث ما أو ظاهرة وقعت أو ستقع، أي أنها ليست خيالية أو مستبعدة بل قد تحدث في أي وقت وبالصورة التي رسمها ذاتها[1].

ب- وظائف الكاريكاتور:

تؤدي الصورة الكاريكاتورية العديد من الوظائف التي تؤديها نظريتها الصحفية، وكذا الفنية في باقي وسائل الإعلام الجماهيري، سواء تعلق الأمر بالصحافة المكتوبة أو باقي وسائل الإعلام المختلفة فوظائف الصورة تتمثل فيما يلي: الوظيفة الإخبارية، الوظيفة السيكولوجية، الوظيفة التعليمة، بالإضافة إلى العنصر التيبوغرافي، فالصورة تشترك مع حروف الصحف والعناوين والفواصل والمسافات في بناء الجسم العادي للصحيفة أيا كان شكلها وطريقة إخراجها بالإضافة إلى القيمة الجمالية، تطغي عنصر الواقعية والصدق حول الموضوع المعالج. وبما أن الكاريكاتور صورة تندرج ضمن أنواع الصور الصحفية، فهو في غالبية الأحيان يؤدي نفس الوظيفة التي تؤديها الصورة في أي وسيلة إعلامية أخرى من أنه يؤدي بعض الوظائف الأخرى، هذا الشيء الذي يميزه عن باقي أنواع الفنون التعبيرية والفنية الأخرى.

1- **الوظيفة الترفيهية:** إذ يقوم بالترفيه عن نفسية الجمهور عن طريق رسم بسيط، فهو بذالك يبعث في نفس المتلقي الضحك والراحة ويقول في هذا الصدد ميشال جوف أن رد فعل المتلقي من خلال الدلائل الخطية المرسومة هي نوع من الضحك الداخلي، فالناس هم بحاجة إلى الضحك وهي وسيلة التي تريح الإنسان وتهدئه.[2]

2- **الوظيفة الإخبارية:** من المعروف أن أهم وظيفة تترتب على نشر الصور هو نقل الأخبار، وغالبا ما تكون الصورة أهم وسيلة إعلامية في الجريدة،[3]

[1] حمدان خضر سالم، مرجع سابق، ص40.

[2] أمال قاسيمي، مرجع سابق، ص 48.

[3] محمود علم الدين، **الصورة الصحفية دراسة فنية**، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، دون سنة، ص 20.

وهذا ما انطبق على الصورة الكاريكاتورية، فهي تعد وسيلة إعلامية اتصالية تحمل الخبر وتحقق عملية الاتصال فبوسعها أن تعطي مضمون معين بسرعة أكبر وبوضوح أفضل عن الكلمات، فالصورة سواء كانت فوتوغرافية، أو فنية أو كاريكاتورية، فهي تهدف إلى نفل الأخبار.

3-**الوظيفة الإشهارية:** تسعى إلى إشهار شيء معين، فالكثير من الملصقات الإشهارية أصبحت في العصر الحالي رسوم كاريكاتورية، وفي هذا العصر أصبح الإعلاميين والوكالات الإشهارية تعتمد على الكاريكاتور من أجل الإعلانات عن خدمة معينة أو الترويج لسلعة ما.

4-**الوظيفة التعليمية:** يستعمل أيضا لخدمة أغراض تربوية في المدارس خاصة في التعليم الابتدائي والمتوسط، وذلك لغرض الإيصال الجيد للمعلومة مثل: إرفاق النصوص بصورة تحمل التجربة والتهكم مثل كتاب القراءة للسنوات الأولى في التعليم الابتدائي.

5-**الوظيفة الفنية والجمالية:** الكريكاتور قبل كل شيء فن مميز يحاكي الطبيعة والوقائع بطريقة مختلفة عن باقي الفنون الجمالية الأخرى،[1] فالكاريكاتور كغيره من الأنواع الصحفية الأخرى يبعث الاهتمام في نفسية القارئ باستطاعتها أن تجعل الصحيفة أو الجريدة ذات مظهر جذاب، فالكاريكاتور هو الفن الذي يزين ويعلم يجسد الخيال ويوقظ الضمير

[1] أمال قاسيمي، مرجع سابق، ص 49.

المبحث الرابع: أصناف الكاريكاتور:

يمكن أن نحددها **في الأربعة أنواع وهي:**

1- **أنواع حسب المواضيع التي يتناولها.**

2- **أنواع حسب أساليب انجازها.**

3- **أنواع حسب المبالغة في التشويه.**

4- **أنواع حسب الاستعانة بالرسالة الألسنية.**

1- **حسب المواضيع التي تتناولها الصور الكاريكاتورية:** هذا النوع من التصنيف يركز على الموضوع المعالج من خلال الكاريكاتور (الصور الكاريكاتورية)

أ- **كاريكاتور الشخصية:** وهو ما يكون موضوعه شخص بذاته وهو أكثر الأنواع حظا في الشيوع والانتشار فهو منتشر بكثرة في الجرائد، وأقرب إلى المتلقي من حيث القراءة والتأويل[1] وهذا النوع يجسد بكثرة الشخصيات السياسية في هيئات مختلفة وهذا لإظهار جانب من جوانب حياتها.

ب- **الكاريكاتور الاجتماعي:** هو النوع الذي يرتبط بالعلاقة الجارية في المجتمع، أي يعالج العلاقات الاجتماعية بمختلف أشكالها.[2]

ت- **الكاريكاتور السياسي:** وينصب هذا النوع على الميدان السياسي، ويتخذ من المواضيع والأحداث والتطورات السياسية ميدان لمواضيعه ولرسمها في صور هزلية وساخرة، وهو النوع الذي يتناول عدة مواضيع لها علاقة بالمجال السياسي، كالمظاهرات، الإرهاب، الحملة الانتخابية، النزعات القبلية والدولية، ولعل هذا النوع أخطر أنواع الكاريكاتور وكثيرا ما يلحق عقوبات برساميه وعقوبات بالجرائد التي تنشره.

[1] شوقية هجرس، **فن الكاريكاتور**، تقديم مختار السوفي، دار اللبنانية المصرية، ط1، القاهرة، مصر، 2005، ص 31-32.

[2] شوقيةهجرس،نفس المرجع، ص 34.

ث- **الكاريكاتور الاقتصادي:** يعالج الكاريكاتور الاقتصادي الاضطرابات الغير اعتيادية في الحياة الاقتصادية كالرشوة، انخفاض الأسعار، التبذير.....إلخ، فهو يهتم بالحياة الاقتصادية للمجتمع.

ج- **الكاريكاتور السياحي:** ظهر هذا النوع حديثا وارتبط بنشاط الحركة السياحية التي ظهرت في بعض البلدان، الشيء اللافت في هذا النوع هو أنه ينتج وينشر لهدف الفكاهة والترفيه ليس إلا، هذا النوع لا يهدف إلى النقد أو السخرية

ح- **الكاريكاتور الإعلامي:** يستخدم هذا النوع لأداء مهمة التبليغ والإخبار وإعلام الجمهور ويطلق عليه بالإعلامي لأنه يهتم بنقل المستجدات للملتقي.

خ- **الكاريكاتور الثقافي:** يهتم بالمجال الثقافي فيصور مختلف التظاهرات الثقافية والأعمال المنجزة مثل المهرجانات.

د- **الكاريكاتور الدعائي:** انطلاقا من تعريف الدعاية بأنها نشاط موجه هادف للتأثير على سلوك الناس وأفكارهم لتبني سلوك معين، يتقنع الكاريكاتور بالدعاية ويتموقع على درجة من الأهمية لدى المنظمات والأحزاب والجمعيات، حيث تستعمله التنظيمات لأغراض مختلفة ونظرا للقدرة الاتصالية العالية الهائلة الذي يتمتع بها هذا النوع من الاتصال. إن الكاريكاتور هو محدد يقيس درجة وعي الجمهور، وعليه فالكالريكاتور وسيلة لتوجيه الجمهور نحو موقف معين أو فكرة معينة.

ذ- **الكاريكاتور الرياضي:** هو الكاريكاتور الذي يعالج المواضيع الرياضية ما يتعلق بها وهذا النوع من الكاريكاتور يهتم بالميادين الرياضية وينتشر بكثرة في الصحف والجرائد الرياضية.

2- **أنواع حسب أساليب الإنجاز:** يعتمد هذا التقسيم على طريقة الإنجاز ويركز على الشكل الذي رسمت به الصور الكاريكاتورية أكثر من المحتوى والمضمون ويمكن أن نميز نوعين من الصور الكاريكاتورية في هذا الصنف:

أ- **الكاريكاتور الصامت:** هو الرسم الذي يعبر عن نفسه ويستغنى عن التعليق ، وفي هذا الصدد يقول أيوب رسام كاريكاتوري في جريدة الخبر سابقا "هو العمل الفني الخالص".[1]

ب-**الكاريكاتور الهزلي:** يقوم هذا النوع من الكاريكاتور على عناصر السخرية والفكاهة وجذب الناس إلى مشاهدتها، فهو هدفه الأول والأخير بعد البسمة، وهذا النوع من الصور الكاريكاتورية لا يستطيع أن يظهر دون مساعدة الكلمات إلا استثناء، فالتعليق هو العنصر المكمل له والذي بدونه يفقد الرسم قيمته، فبالرغم من الخاصية الهزلية لهذا النوع إلا أنه يوحي بدلالات جوهرية تحمل الكثير من التمثيلات الرمزية

3- **أنواع الكاريكاتور حسب المبالغة في التشويه:**

أ-الكاريكاتور المبسط: أي لا يوجد فيه مبالغة في التشويه فهو يحتفظ بالملامح المميزة للشخصية في الجسم أو الأشياء التي اعتاد استعمالها

ب- **الكاريكاتور المضخم:** هو المبالغ فيه هنا الرسم يكون يحمل شخصية كاملة مع التركيز على عنصر الطول والعرض وذلك حسب الموضوع الذي يعالجه.

ت- الكاريكاتور الحيواني المقنع: يعمل هذا النوع على إظهار الشخصيات البارزة في المجتمع على شكل حيوانات مع الإبقاء على ما يدل أن المعني إنسان ويستعمل هذا النوع للدلالة على شخصية معينة وإعلام الجمهور بنوعية تلك الشخصية السياسية أو حكومية، شخصية إنسان برأس حمار للدلالة على عدم فطنته.

4- كما نجد تصنيف آخر للكاريكاتور وهو حسب الاستعانة بالرسالة الألسنية أي الاستعانة باللغة، وقد صنف الدارسون في هذا المجال نوعين وهما:

[1] نشادي عبد الرحمن، **الأبعاد الرمزية للصورة الكاريكاتورية في الصحافة الوطنية**، دراسة سيميولوجية لعينة من جريدة الخبر والوطن، مذكرة ماجستير، الجزائر،كلية الإعلام والاتصال، 2001، ص 52.

أ- الكاريكاتور الذي يكتفي برسالة ايقونية: ويطلق عليه النوع الصامت وهذا النوع يقوم في الأساس على العلامة الأيقونية أي التشابه بين الدال والمدلول، وحسب ما يرى الباحثون أن هذا النوع باستطاعته إبلاغ الرسالة عن طريق الخطوط والرسومات دون الاستعانة بالكلمات كما يذهب البعض الأخذ بالقول إن الرسالة الألسنة مفيدة إن كان الرسم عاجز عن إيصال الفكرة أو بدون معنى.[1]

ب- الكاريكاتور الذي يحتوي على رسالة ألسنية:

الملاحظ في العصر الحالي أن معظم الصور الكاريكاتورية تأتي مصحوبة برسالة لغوية حيث أصبح هذا الأخير لا يستطيع الاستغناء عن النص الألسني في بناء مضمونه، وذلك لأهداف عدة أبرزها الحد من التدفق الدلالي في الصورة الكاريكاتورية.[2]

[1] عاطف سلامة: **ثقافة في النص الكاريكاتوري وتأويلات المتلقي**، المؤتمر العالمي الثالث لكلية الأدب، غزة، جامعة الأقصى، 30 جوان 2006، ص 344.

[2] حنان بوظهر، مرجع سابق، ص 50.

الفصل الرابع

الفصل الرابع: الصورة الكاريكاتورية كدعامة إلكترونية

- **المبحث الأول: التأصيل النظري للسيميولوجيا (مفهومها ومجالاتها).**
- **المبحث الثاني: المدارس والإتجاهات السيميولوجية.**
- **المبحث الثالث: أسس التحليل السيميولوجي للصورة الكاريكاتورية.**
- **المبحث الرابع: الصورة الكاريكاتورية في مواقع التواصل الإجتماعي (الفايسبوك).**

المبحث الأول:التأصيل النظري للسيميولوجيا (مفهومها ومجالاتها)

أ- التأصيل النظري للسيميولوجيا:

إن تاريخ الدراسات الدلالية لم يكن وليد هذا العصر بل نجده موغلا في القدم حيث تناوله المفكرون والكتاب منذ أكثر من الفي سنة مضت إذ بدأت دراسة المعنى في اللغة منذ أن حصل للإنسان وعي لغوي، فلقد كان لليونان أثرهم الواضح في بلورة مفاهيم لها صلة وثيقة بعلم الدلالة.[1]

إذن يعود تاريخ السيميائيات إلى ألفي سنة مضت كما يقول اميباتو وهو يتكلم عن السيميائيات القديمة على النحو التالي:

إن الرواقيين هم أول من قال بأن للعلامة (دال ومدلول) وارتكزت السيميائيات المعاصرة على اكتشافاتهم الأولى، وعندما أقوم بدراسة العلامة يقول " ايكو فاني" أقصد كل أنواع العلامات وكل أنواع السيميائيات أي ليس العلامة اللغوية فقط.

فاللباس ونظام الأزياء والموضة السائدة في مجتمع ما، تشكل علامات وأنظمة والعلامات تختلف من مجتمع إلى آخر مثل: أداب التحية في اليابان، علاقات الزواج وتقاليده، نظام الطبخ، وإشارات المرور، كل هذا يشكل علامات وإشارات ودلالات، ويرى ايكو أيضا أن الرواقيين هم أصلا من العمال الأجانب في أثينا وبالتالي فهم دخلاء عليها، فأصلهم الحقيقي يعود إلى الكنعانيين الفينيقيين القادمين من أرض كنعان إلى شمال إفريقيا، ومع الرواقيين ظهر لأول مرة في الحضارة الإغريقية، أولئك الذين لا يتكلمون اليونانية كلغة أصلية، حيث اكتشف هؤلاء أن الاختلاف في أصوات اللغات وحروفها أي شكلها الخارجي الذي يدعى الدال، ويصل ايكو إلى أن هؤلاء البرابرة قد سبقوا دي سوسير في اكتشاف الفرق بين الدال والمدلول فهؤلاء الدخلاء كانوا يمتلكون تجربة لا يمتلكها اليونانيين أي تجربة الازدواج الثقافي والحضاري واللغوي من خلال ثلاث لغات: الكنعانية، البونيقية، الأمازيغية واليونانية.

[1] ابراهيم محمد سليمان، **مدخل إلى مفهوم سيميائية الصورة**، المجلة الجامعية، مجلد 2، عدد 16، جامعة الزاوية، 2014، ص 165.

أما المرحلة الثانية فهي مرحلة القديس أوغستين حسب ايكو، فهو أول من طرح السؤال: ماذا يعني أن نفسر أو نؤول، وهكذا راح يشكل نظرية التأويل حيث أكد الاتصال والتواصل والتوصيل عند معالجته لموضوع العلامة.

أما المرحلة الثالثة فهي مرحلة العصور الوسطى، وكانت فترة مهمة من فترات التأمل بالعلامات واللغة.

ثم جاءت المرحلة الرابعة، حيث نشطت فيها نظرية العلامات والإشارات مع المفكرين الألمان والإنجليز في القرن السابع عشر، ويمكن ذكر اسم كتاب لجون لوك عام **1690** بعنوان (مقال نحو الفهم البشري)، وقد استعمل لوك مصطلح السيميوطيقا ليعني به العلم الذي يهتم بدراسة الطرق والوسائط التي من خلالها معرفة نظام الفلسفة والأخلاق وتوصيل معرفتهما، ويكمن هدف هذا العلم في الإهتمام بطبيعة الدلائل التي يستعملها العقل بغية فهم الأشياء أو " نقل معرفته إلى الآخرين" ثم استمرت الأمور على هذا النحو في القرن الثامن عشر مع ظهور الموسوعة والموسوعين حيث اعتبر لايبنتز سيميولوجيته في علاقة مع كل أجزاء النسق بما فيها التقاء مصطلحي بين التعبير والتمثيل والتواصل، ويقول امبيرتو ايكو: " ينبغي أن لا ننسى الفيلسوف هوسيرل الذي ألف دراسة كبيرة بعنوان السيميائيات.

وفي القرن العشرين نلاحظ أن كل الفلسفة تدور بشكل ما حول مشكلة اللغة وخصوصا مع برتراند راسل وغيره".[1]

كما تميزت سنوات السبعينيات بالتطور الكبير للسيميولوجيا، العلم المؤسس في بداية القرن العشرين من قبل السويسري دي سوسير وهي تعني حسب هذا الأخير العلم العام الذي يدرس حياة الدلائل اللسانية أو غير اللسانية وسط الحياة الإجتماعية حيث تميزت السيميولوجيا بطابعها الواسع كما اخذت الدراسات السيميولوجية أهميتها من جديد منذ سنوات الخمسينيات، فهي أثارت اهتمام كل نظام دلائل مهما كانت مادته:

[1] سليمان العسكري، **نشأة السيميولوجيا**، عالم الفكر، مجلة دورية، العدد الثاني، الكويت، 1997، ص 36.

رسم، كاريكاتير، أسطورة، إيماءة، موضة، صورة تشكيلية، صورة فوتوغرافية، ملصقة...[1]

ب- مفهوم السيميولوجيا ومجالاتها:

1- المفهوم اللغوي: إن السيمياء مشتقة من الكلمة اليونانية Sémion، ومعناها العلامة وهي مركبة من العلامة و**Logos**، الذي هو العلم، إذن السيميولوجيا في مجموعها هي علم العلامات.[2]

– تكوينيا الكلمة آتية من الأصل اليوناني **Sémion** الذي يعني العلامة و**Logos** الذي يعني الخطاب الذي نجده في كلمات مثل: **Sociologie** علم الإجتماع، **Téologie** علم الأديان (اللاهوت)، **Biologie**علم الأحياء، **Zoologie** علم الحيوان، ...الخ، وبامتداد أكبر كلمة **Logos** تعني علم هكذا يصبح تعريف السيميولوجيا على النحو التالي: " علم العلامات" أنه هكذا على الأقل يعرفها ف.دي سوسير.

2- التعريف الاصطلاحي للسيميولوجيا:

إن السيميولوجيا أو السيميوطيقا أو السيمياء، لدى دارسيها تعني علم دراسة العلامات دراسة منظمة ومنتظمة، فهي تدري مسيرة العلامات في كنف الحياة الاجتماعية وقوانينها التي تحكمها مثل أساليب التحية عند مختلف الشعوب وعادات الأكل والشرب عندهم...الخ.

إلا أن الأوروبيين يفضلون مصطلح السيميولوجيا التزاما منهم بالتسمية السويسرية نسبة إلى " دي سوسير" أما الأمريكيون فيفضلون مصطلح السيموطيقا التي جاء بها المفكر والفيلسوف الأمريكي " تشارلز سندرس بيرس"، أما العرب خاصة أهل

[1] محمود ابراقن، ترجمة أحمد مرسلي، **التحليل السيميولوجي للفيلم**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص 15.

[2] عبد الله قدور الثاني، **سيميائية الصورة (مغامرة سيميائية في أشهر اللسانيات البصرية في العالم)**، ص 101-102.

المغرب العربي فقد دعوا إلى ترجمتها بالسيمياء محاولة منهم في تعريب المصطلح وكما يقول معجب الزهراني: إن السيمياء ترتبط بحقل دلالي لغوي، ثقافي يحضر معها فيه كلمات مثل: ألسمة، والتسمية والوسام والوسم والميسم والسيمياء (بالقصر والمد) والتي تعني علم العلامة.

– وقد وردت لفظة السيمياء في القرآن الكريم ست مرات:

قَالَ تَعَالَى: ﴿تَعْرِفُهُم بِسِيمَاهُمْ لَا يَسْأَلُونَ النَّاسَ﴾ سورة البقرة (آية:273).

قَالَ تَعَالَى: ﴿وَعَلَى الْأَعْرَافِ رِجَالٌ يَعْرِفُونَ كُلًّا بِسِيمَاهُمْ﴾ سورة الأعراف (آية: 46).

و قوله ﴿وَنَادَىٰ أَصْحَابُ الْأَعْرَافِ رِجَالًا يَعْرِفُونَهُم بِسِيمَاهُمْ﴾ سورة الأعراف (آية: 48).

وقوله تعالى: ﴿وَلَوْ نَشَاءُ لَأَرَيْنَاكَهُمْ فَلَعَرَفْتَهُم بِسِيمَاهُمْ﴾ سورة محمد (آية: 30).

وقوله تعالى: قَالَ تَعَالَى: ﴿سِيمَاهُمْ فِي وُجُوهِهِم مِّنْ أَثَرِ السُّجُودِ﴾ سورة الفتح (آية: 29).

– السيميائية علم خاص بالعلامات، هدفها دراسة المعنى الحرفي لكل نظام علاماتي فهي تدرس لغة الإنسان والحيوان وغيرها من العلامات غير اللسانية باعتبارها نسق من العلامات مثل علامات المرور، وأساليب العرض في واجهة المحلات التجارية والخرائط والرسوم البيانية والصور وغيرها.

ويعرف اللساني الشهير "فيرديناند دي سوسير" وهو أول من عرف هذا العلم بأنه " علم يدرس حياة العلامات في وسط الحياة الاجتماعية وستظهر السيميولوجيا ما ينشئ العلامات، وما القوانين المكتشفة من قبل السيميولوجيا سيتم تطبيقها على الألسنية، فمهمة السيميولوجي عند دي سوسير هو الكشف عن العوامل أو تحديد عملية التسميؤ، وكذلك شارل سندرس بيرس الذي يقول: أعني بعلم السيمياء مذهب الطبيعة الجوهرية والتنوعات الأساسية للدلالة الممكنة، بالإضافة إلى هذين الأصلين الذين أشار إليهما مختلف الدارسين لتاريخ السيمياء بمن فيهم " جوليا كريستيفا" التي تقول: أن

دراسة الأنظمة الشفوية وغير الشفوية من ضمنها اللغات، ويقول بارث: إن السيميولوجيا هي علم الدلالة (العلامات) واستمدت مفاهيمها الإجرائية من اللسانيات.[1]

تشير جوليا كريستيفا إلى أن القول بمصطلح سيميائية يعني استعادة المفهوم الإغريقي لمصطلح **Sémion**، علامة مميزة (خصوصية)، أثر، قرينة، سمة، مؤشرة، سمة منقوشة أو مكتوبة، بصمة، رسم مجازي وغيرها.[2]

– السيموطيقا–كما هو معلوم– عبارة عن لعبة التفكيك والتركيب، وتحديد البنيات العميقة الثاوية وراء البنيات السطحية الظاهرة فونولوجيا وصرفيا ودلاليا وتركيبيا، ومن ثم تسكنه السيموطيقا مولدات النصوص والبرامج السردية، وتسعى إلى اكتشاف البنيات العميقة الثابتة، وترصد الأسس الجوهرية المنطقية، والتي تكون وراء سبب اختلاف النصوص والجمل والملفوظات والخطابات، وبالتالي فالسيموطيقا لا يهمها ما يقول النص، ولا من قاله، بل ما يهمها هو كيف قال النص ما قاله أي: إن السيموطيقا لا يهمها المضمون، ولا حياة المبدع أو سيرته، بقدر ما يهمها شكل المضمون.[3]

وإذا كانت اللسانيات تدرس كل ما هو لغوي ولفظي، فإن السيميولوجيا تدرس ما هو لغوي وما هو غير لغوي، أي تتعدى المنطوق إلى ما هو بصري كعلامات المرور لغة الصم والبكم والشفرة السردية ودراسة الأزياء وطرائق الطبخ، وإذا كان (فرديناند دو سوسير) يرى أن اللسانيات هي جزء من علم الإشارات أوالسيميولوجيا، فإن رولان بارث في كتابه "عناصر السيميولوجيا" يقلب الكفة فيرى بأن السيميولوجيا هي الجزء واللسانيات هي الكل، ومعنى هذه السيميولوجيا في دراستها لمجموعة من الأنظمة غير اللغوية كالأزياء والطبخ والموضة والإشهار تعتمد على عناصر اللسانيات في دراستها وتفكيكها وتركيبها، ومن أهم هذه العناصر اللسانية عند رولان بارث نذكر: الدال

[1] عبد الله قدور الثاني، مرجع سبق ذكره.

[2] يوسف وغليسي، **النقد الجزائري المعاصر من اللاألسنية إلى الألسنية**، دار البشائر للنشر والاتصال، الجزائر، 2002، ص 131.

[3] جميل حمداوي، **السيميولوجيا مدخل عام**، الموقع الإلكتروني: http: www.arrafid.ae/arrafid/f1-12-2011.html، 2015/04/27، 22:25.

والمدلول، واللغة والكلام والتقرير والإيحاء والمحور الاستبدالي الدلالي والمحور التركيبي النحوي، وإذا كان الإنجلو سكسونيين يعتبرون السيميولوجيا إنتاجا أمريكيا مع (شارل سندرس بيرس) في كتابه " كتابات حول العلامة" فإن الأوروبيين يعتبرونها إنتاجا فرنسيا مع فرديناند دو سوسير) في كتابه" محاضرات في علم اللسانيات" سنة 1916م.

– إن السيميولوجيا علم الدوال اللغوية وغير اللغوية، أي تدرس العلامات والإشارات والرموز والأيقونات البصرية، كما تستند السيميولوجيا منهجيا إلى عمليتي التفكيك والتركيب (تشبه هذه العملية تفكيك أعضاء الدمية وتركيبها) على غرار البنيوية النصية المغلقة، ونعني بهذا أن السيميوطيقي يدرس النص في نظامه الداخلي البنيوي من خلال تفكيك عناصره وتركيبها من جديد عبر دراسة شكل المضمون وإقصاء المؤلف والمرجع والحيثيات السياقية والخارجية، والتي لا ننفتح عليها إلا من خلال التناص لمعرفة التداخل النصي وعمليات التفاعل بين النصوص وطبيعة الاشتقاق النصي وتبئير التربسات الخارجية والمستنسخات الحالية داخل النص، المرصودة سيميائيا، وعليه فالسيميوطيقا هي لعبة التفكيك والتركيب تبحث عن سنن الاختلاف ودلالته، فعبر التعارض والاختلاف والتناقض والتضاد بين الدوال اللغوية النصية يكتشف المعنى ويستخرج الدلالة، ومن ثم فالهدف من دراسة النصوص سيميوطيقيا وتطبيقيا هو البحث عن المعنى والدلالة واستخلاص البنية المولدة للنصوص منطقيا ودلاليا.[1]

من بين الأهداف المعلنة للسيميائية هو إبراز لغة المعنى أو التدليل في وجه الموضوع السيميائي الذي يقترح عليها هذا الموضوع يمكنه أن يعبر في مسرى الإدراك الحسي بطريقة لفظية (شفوية وكتابية) أو غير لفظية.

[1] محمد أسامة العبد، **الإشارات والرموز والأيقونات البصرية**، مجلة الثورة، مؤسسة الوحدة للصحافة والطباعة والنشر، الموقع الإلكتروني: http : //thawra.al wehda.gov.s ; 2015/04/28 ; 23: 10.

الصعوبة الأولى فيما يخص التجديد الملموس للموضوع السيميائي والتي تظهر حين نريد بدأ التحليل هي ألا نتّجه نحو الذاتية لنتحكم فيها.

في الواقع يمكن الحديث عن الموضوع السيميائي مع الأخذ بعين الإعتبار ليس فقط المدلول ولكن أيضا الدال (أي الحامل السمعي، البصري، اللمسي والشمي أو الذوقي الموظف الموافق للمستوى عند" يامسلاف"، وعند هذا التطور تكونت لدينا فرصة للتحرك في أفق أكثر "موضوعية"، هذا ما جرى فعلا في المجال البصري فمن خلال آخر موضوع لا متغير مثلا تمثيل كاريكاتوري ل" الوجه البشري " يمكن ان نغير موضوع أو شكل الخطوط الممثلة ل" العينين والفم" ليتغير التدليل، والذي يبرز في هذه الحالة الواردة في مفردات اللسانيات تحت الرسوم، فبهذه الحالة يوافق اللامتغير المنتمي إلى مستوى الدال ليس صورة بسيطة ولكن مجموعة المشكلات البصرية المنفصلة: أنه نوع من التشكيل في مستوى العبارات يخص" رأس" و"عنق" والتغييرات لها علاقة بالوضعيات وشكل الخطوط البصرية الأخرى الموظفة، أنّنا نرى مثلا بأن مدلول اللاتأثير يتضمن مشكلات (خطوط منفصلة وموزعة في مستويات مختلفة للتعبير عن" العين والفم" مرتبطة بالأفقية بينما في حالة الفرح والحزن يكون الفم مثلا من نصف المنحنى، ولكنه يكون في كل حالة متجها وجهة معكوسة نحو الأعلى ونحو الأسفل (نفس الأمر بالنسبة للعينين).[1]

ب - مجالات السيميولوجيا:

تشمل السيميوطيقا حسب علماء المنطق"موريس" و"كارناب" ثلاثة فروع:

1- علم النحو المنطقي: المتمثل في نظرية العلاقات والدلائل.

2- علم المعنى المنطقي: الذي تعكسه نظرية العلاقات بين الدلائل وما تعنيه تلك الدلائل.

[1] جوزيف كورتيس، ترجمة جمال الحضري، **سيميائية اللغة**، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2007، ص13.

3- البراغماتية المنطقية أو (المنفعية المنطقية) المتجسدة في نظرية العلاقات بين الدلائل والأشخاص الذين يستعملونها بنظامه هذا، يكون مجال البحث في السيميوطيقا أوسع مما تتضمنه السيميولوجيا لأنه يمكن أن يشمل: اللباس(الموضة)، نظام الغذاء، الأثاث، الهندسة المعمارية، اللغات السمعية البصرية، والفنون بصفة عامة وفي هذه الحالة لا يمكن لمجال السيميوطيقا أن يقوم على علم أكاديمي واحد (علم **الأحياءbiologie**، علم القانون...).

إلا أن هذه المجالات حسب اللغويين الأوربيين (كريملس، رولان بارث وكريستيان ماتز) تنتمي كلها إلى السيميولوجيا.

عند كريملس يمكن أن: "يخص مفهوم السيميوطيقا **Sémiotique** فقط علوم التعبير **expression**، على أنه يشمل مفهوم السيميولوجيا فروع المضمون **contenu**، أما رولان بارث الذي يرى بأنه من الحكمة تواجد المفهومين فيقترح بأن تتولى السيميوطيقا الصورة السينمائية وسيميوطيقا الأماءة **geste** على أن تندرج كل هذه السيميوطيقات في إطار السيميولوجيا.

ومن وجهة نظر "روجي ميتشيلي"، تختص السيميوطيقا **Sémiotique** (بوصفها المصطلح الأمريكي المقابل للمصطلح الأوروبي" سيميولوجيا **Sémiologie**) بدراسة جميع الدلائل غير اللسانية التي توظف داخل الحياة الإجتماعية، وعلى المستويين الابستيمولوجي والفلسفي، يمكن عد:

- السيميوطيقا فرعا بنيويا وعلم المعنى **Sémiotique** علما تاريخيا، لتبقى السيميولوجيا تدرس المسائل العامة للدليل، عسى أن يكون ذلك بوسائل جديدة ملائمة.

– ومن جهة يعد كريستيان ماتز السيميولوجيا "أم العلوم الإجتماعية": لأنها هي التي تمثل جانبها الإيستمولوجي أو المعرفي.[1]

[1] محمود ابراقن، **المدخل إلى سيميولوجيا الإتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 25-27.

المبحث الثاني: المدارس والاتجاهات السيميولوجية:

لقد استعرض مارسيلو داسكال هذه الإتجاهات في اتجاهين رئيسيين:

المدرسة الامريكية المنبثقة عن بيرس والتي يمثلها كل من موريس وكارناب وسيبووك، والمدرسة الفرنسية أو بالأحرى الاوربية المنبثقة عن سوسير والتي يمثلها كل من بويسنس وبرييطو وجورج مونان ورولان بارث وغيرهم، كما استعرض بعض الإتجاهات الفرعية الأخرى يمثلها كل من كريماس وبوشنسكي وجوليا كريستيفا، لكن ما يلاحظ على مارسيلو داسكال هو اغفاله لاتجاه أو مدرسة تعد من أهم المدارس السيميولوجية الروسية، وهي مدرسة تارتو التي يمثلها كل من يوري لوتمان وأسبنسكي وبياتغورسكي وإيفانوف، أما الأستاذ محمد السرغيني فهو يرتضي تقسيما ثلاثيا للاتجاهات السيميولوجية تتمثل في الاتجاه الأمريكي والاتجاه الفرنسي والاتجاه الروسي، ولكنه يقسم الاتجاه الفرنسي إلى فروع على النحو التالي:

1- سيميولوجيا التواصل والإبلاغ كما عند جورج مونان.

2- اتجاه الدلالة الذي ينقسم بدوره إلى الأشكال التالية:

أ- اتجاه بارث وميتز الذي يحاول تطبيق اللغة على الأنساق غير اللفظية.

ب- اتجاه مدرسة باريس الذي يضم: ميشيل أريفي وكلود كوكيه وكريماس.

ج- اتجاه السيميوطيقا المادية مع جوليا كريستيفا.

د- اتجاه الأشكال الرمزية مع مولينو وجان جاك ناتيي أو ما يسمى"أيكس" على اعتبار مولينو كان ولا يزال يدرس بكلية آداب هذه المدينة الفرنسية.

في حين يفضل مبارك حنون التقسيم التالي: سيميولوجيا التواصل، سيميولوجيا الدلالة، وسيميوطيقا بورس، ورمزية كاسيرر وسيميولوجيا الثقافة مع الباحثين الروس (يوري لوتمان، وأوسبانسكي وإيفانوف وطوبوروف...) والباحثين الإيطاليين (امبرتو

إيكو، وروسي لاندي...) وتنطلق هذه السيميولوجيا من اعتبار الظواهر الثقافية موضوعات تواصلية وأنساقا دلالية.[1]

تستمد السيميوطيقا –باعتبارها منهجا للتحليل– أصولها من اللسانيات والبنيوية والفلسفة والمنطق وبالتالي فهي تتفرع إلى مدارس واتجاهات متعددة ومختلفة ومتنوعة وهكذا يفرع الباحث المغربي محمد مفتاح النظريات اللسانية إلى: التيار التداولي، والتيار السيميوطيقي، والتيار الشعري، فعلى المستوى البويطيقي الشاعري يتحدث عن مساهمات رومان جاكبسون **Roman jakobson**، وجان كوهن**Jean cohen** وجان مولينو **Molino** وطامين **Tamine**، أما ضمن التيار السيميوطيقي فيتحدث عن "محاولات في السيميوطيقا الشعرية" و"بلاغة الشعر" لجماعة "مو" **Groupe m** و" سيميوطيقا الشعر" لميكائيل ريفاتير، والمعجم المعقلن ل" كريماس كورتيس"

أما التيار التداولي عنده فيتفرع بدوره إلى شعبتين كبيرتين ألا وهما:

1– نظرية الذاتية اللغوية: ويمثلها الفيلسوف موريس Morris، وتتبعه في ذلك لسانيون آخرون، فتناولوا عدة ظواهر لسانية ولغوية (المعينات، وألفاظ القيمة...).

2– نظرية الأفعال الكلامية: ظهرت كرد فعل على الوضعية المنطقية التي كانت تستند إلى التجريب والتمحيص في قبولها للتعابير والأخبار ويمثل هذه النظرية فلاسفة جامعة اكسفورد، وخاصة أوستين **Austin** وسورل**Searle**، وكرايس.

بينما يتحدث بييرغيرو **pierre guiraud** في كتابه الذي خصصه للسيميولوجيا عن ثلاثة أنواع من الأنظمة: أنظمة الرموز المنطقية والفلسفية وأنظمة الرموز الجمالية

[1] أسماء الجزائرية، **السيميولوجيا السيميائية السيميوطيقا**، تاريخ الاطلاع على الموقع الالكتروني http://itFck.aHLamontada.net/t195.topic. 28 أفريل الساعة 10:30.

في الفنون والآداب وأنظمة الرموز الإجتماعية، أي: محددا للسيميولوجيا ثلاث وظائف أساسية: وظيفية منطقية، وظيفة اجتماعية، ووظيفة جمالية.

هذا ويقسم الباحث المغربي حنون مبارك الإتجاهات السيميوطيقية إلى سيميولوجيا التواصل وسيميولوجيا الدلالة وسيميولوجيا دي سوسير، وسيميوطيقا بيرس ورمزية كاسيرر **Cassirer**، وسيميوطيقا الثقافة،أما الدكتور محمد السرغيني في كتابه: (محاضرات في السيميولوجيا)، فيحدد ثلاث اتجاهات: الإتجاه الأمريكي والإتجاه الفرنسي، والإتجاه الروسي، ومن جهة أخرى يحصر عواد علي بدوره السيميولوجيا في ثلاث اتجاهات: سيمياء التواصل، وسيمياء الدلالة وسيمياء الثقافة، ويحدد مارسيلو داسكال **Marcelo Dascal** كغيره، اتجاهات السيميولوجيا في ثلاث تيارات: سيميولوجيا التواصل، سيميولوجيا الدلالة، سيميولوجيا التعبير عن الفكر.[1]

[1] جميل حمداوي، **السيميولوجيا** مدخل عام لموقع الكتروني http:// www.arrafid.ae/arrafid/f1-12-2011.html ،2015/04/27 ،22:25.

المبحث الثالث: أسس التحليل السيميولوجي للصورة الكاريكاتورية

3-1-استراتيجية تحليل الصورة الكاريكاتورية سيميولوجيا:

يمثل كتاب الأساطير الصادر عام 1957، مرحلة حاسمة في تاريخ المسار الفكري والنقدي لدى رولان بارث، ظهرت فيه ومن خلال هذا الباحث الإرهاصات الأولى للبحث في اشكال التواصل مع النصوص والصور داخل الأطر الإجتماعية، وكان الهدف المنشود من خلال هذا الكتاب القيام ضمنيا بنقد سيميائي لخطاب الإيديولوجيات المنطوية في أشكال التواصل الجماهيري، فالتحليل السيميائي للخطاب البصري لا يقف على حدود التعيين والوصف، بل يقوم بنقد المستويات الإيحائية قصد الوقوف على أنماط إنتاج المعنى.[1]

فالصورة باختلاف الأبعاد التي تحملها سواء كانت إيحائية أو رمزية، تاريخية أو ثقافية إلا أن بعدها التقريري يوحي بأنها حاملة للخطاب.

يستند منهج التحليل السيميولوجي للصورة الثابتة حسب رولان بارث على عنصرين أساسيين: التفكيك والتركيب.[2]

فتحليل الصورة الكاريكاتورية يركز على مبدأ التعيين والتضمين، ولذلك نجد أوائل من اهتموا بسيمياء الصورة أمثال رولان بارث ومارتن جولي، فعلى سبيل المثال بارث قد أخذ مصطلحي التعيين والتضمين كقطبين مهمين في دراسة الأنساق الاتصالية خاصة، الصورة الإشهارية.

ففي التحليل السيميولوجي إذا كانت الوظيفة التعبيرية، ماذا تقول الصورة؟ التي تجيب عليها القراءة الوصفية للصورة، فإن الوظيفة الإيحائية سؤال إجرائي وتأويلي: كيف قالته؟ (الطريقة التي جاءت بها الصورة).

---

[1] أحمد يوسف، **السيميائيات الوصفية (المنطق السيميائي وجبر العلامة)**، منشورات الإختلاف، ط1، الجزائر، 2005، ص 145.

http:// pulpit.alwatanvoice.com/ content-105063.html.06/05/2016.19 :07.

وهو ما تجيب عليه القراءة التأويلية في بنيتها التشكيلية والتركيبية، طارحين عدة أسئلة أخرى ونذكر منها:

- ما هو أول شيء يجلب الانتباه في الصورة؟
- ما هو التوقيع الذي توقعه علينا كمتلقين لهذه الصورة؟
- ما هي العلاقة الموجودة بين الصورة والنص (في حالة وجوده)؟
- ما تأويلنا للألوان والأشكال الموجودة؟

3-2-العناصر التفصيلية لشبكة تحليل الصورة الكاريكاتورية سيميولوجيا:

ترى مارتن جولي أن تبني المقاربة السيميائية للصورة تسمح لنا بفهم مواصفاتها أكثر، إذ كثيرا من النظريات تستطيع أن تتناول الصورة، ولكي نخرج من هذا التشعب نستطيع وضع نظرية أكثر شمولية تتعدى الأنواع الوظيفية للصورة، هذه النظرية هي النظرية السيميائية فالمقاربة التحليلية التي نطرحها، تمكننا من فهم الصورة من حيث طريقتها في إنتاج المعنى بصيغة أخرى الطريقة التي تؤديها المداليل، فعلى المحلل السيميولوجي أن يرتكز في قراءته للصورة على الخطوات المتميزة التالية:

أولا-الوصف:

الوصف عملية ملازمة للفكر الإنساني، يوظف في توفير المعلومات الكافية التي تساعد على إبراز السمات والخصائص المميزة للموضوع، وحسب "بارث" هو " كل ما هو ظاهر وبسيط وجلي".[1]

وهذا الوصف يعرف لدى الجيشطالت "**Gesthlism**" بالإدراك الحسي العام حيث الصورة تدرك كمجموعة تامة، أي أن ما يدرك عن الأشياء صورها العامة وأشكالها لا إحساسات منعزلة ناشئة منها.[1]

[1] فايزة يخلف، **منهج التحليل السيميائي**، ص 145.

فالوصف الجيد يساعد على شرح وتأويل الصورة شرحا وتأويلا صحيحا، وفي هذا الشأن يطرح كل من "لوران جير فيرو" و"فيترينو سولار"، عناصر أكثر تقنية في عملية الوصف تسهل عملية التحليل وهي:[2]

1- **العنصر التقني:** ويخص مرسل الرسالة من حيث تعريفه، تاريخ إنتاج الصورة، نمط الدعيمة والشكل.

2- **عنصر الأسلوب:** ويضم عدد الألوان والمساحات الغالبة، الحجم، الترتيب الأيقوني والخطوط المباشرة.

3- **عنصر الموضوع:** وفيه العنوان والصلة بين النص والصورة والأشكال المعروضة والرموز المستعملة والمعنى الأولي.

في عملية الوصف الفاحص لمجموعة الكلمات التي يمكن أن توضع بأشكال تجعلها تبدو مختلفة، من حيث تكبيرها أو تصغيرها، أو من حيث الطريقة التي كتبت بها الحروف، كل هذه العوامل تؤثر في عملية قراءة وفهم الكلمات.

ثانيا: المستوى التعييني:

في هذا المستوى يتم قراءة الرسالة التشكيلية والايقونة والتعيين حسب "جان مارتيه" هو المدلول الحقيقي للكلمة[3]، فرسم حمامة بيضاء على ورق ما هو إلا مجموعة خطوط وألوان تشكل شكل الحمامة في وضع دال لتعطي مفهوم الحمامة ليس إلا، وذلك هو المدلول أي مفهوم الحمامة، وفي هذه المرحلة يقوم الباحث بتحديد الرسائل الحسية التي يستقبلها المجتمع، وذلك بتفكيك الصورة وقراءة العناصر المكونة لها وهي:

[1] محمد البسيوني، **الفن التربية الأسس السيكولوجية لفهم الفن وأصول تدريسية**، دار المعارف للنشر والتوزيع، القاهرة، 1984، ص 60.

[2] نشادي عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 62.

[3] Jean martinet, **clefs pour la semiologie**, édition.SEGHERS, paris, 1975, p177.

1 الرسالة التشكيلية: نقصد بالرسالة التشكيلية العناصر التقنية والتي توضح معنى الرسالة البصرية، بمعنى كل الأوصاف والعناصر التي تتدخل في تشكيل الصورة وإلى حد ما حيث يتم التعرض للعناصر التالية:

- تحليل العناصر المورفولوجية: أو ما يسمى بالمدونة الهندسية والتي تتمثل في تحليل شكل الصورة وخطوطها، أو بعبارة أخرى التكوين الخطي للرسالة المركبة، ونقصد بها العناصر التي تشكل النموذج العام للرسالة البصرية.
- الحامل: وهو الأرضية أو المادة التي نسخت عليها الصورة، المادة الارضية وقد تكون الورق أو الخشب، وفي هذه الدراسة هي صفحات الجريدة.
- العناصر الفوتوغرافية: تتناول العناصر التي تتعلق بتقنيات التأطير، واختبار الزوايا وما يقابلها من جانب المتلقي من حركة العين ووضع المركز البصري، بالإضافة إلى جدلية الضوء والظل.[1]

وهذه العناصر في الصورة الكاريكاتورية تتعلق ب:

1- التأطير Le cadrage: وهو المسافة التي تحد بين الموضوع المصور والهدف بمعنى هي المسافات التي تعطي تأثيرات حسية كأن نعظم من شيء في صورة معينة كتعظيم شكل على آخر، مثلا نقزم شخص من خلال التركيز على عنصر آخر أثناء عملية التصوير والرسم. وفي الكاريكاتور مثلا تكبير بطن أحد الشخصيات يعطي دلالات على الجشع والفساد وذلك عن طريق تكبيره على باقي أعضاء الجسد الأخرى.

2- الإطار: هو الحافة والتي تمثل الحيز الفيزيائي للصورة.

3- زوايا التقاط النظر واختيار الهدف: يقابل هذه التقنية زوايا الكاميرا في التصوير الفوتوغرافي، فالرسام يستعمل الرسومات ويعطي أسسه للعنصر الذي يريد منه أن

[1] فايزة يخلف، مرجع سابق، ص 18.

يخدم موضوعه، وذلك حسب التمثيليات التي يريدها وهناك العديد من الزوايا ولعل أشهرها:[1]

الزاوية العادية: تضع عين المتلقي مباشرة في الموضوع المعروض.

الزاوية الفوقية: تأخذ فيها حركة العين سبيلا من الأعلى إلى الأسفل وتوحي الدلالات فيها بالتقزيم والإحتقار والإهانة.

الزاوية التحتية: هي عكس الفوقية، وموقع العين من الأسفل إلى الأعلى توحي بدلالات القوة والعظمة والإفتخار.

4- التركيب والإخراج على الورق: وتخص الكيفية التي يتم بواسطتها قراءة الصورة، واتجاه قراءة الصورة حسب الباحثين السيميولوجيين يخضع إلى الإتجاه الذي يسلكه النص المرافق للصورة، فالإنسان العربي يتصفح الصورة من اليمين إلى اليسار والصيني والياباني من فوق إلى تحت والإنسان الأمريكي والأوروبي من اليسار إلى اليمين.[2]

فقراءة الصورة تخضع لثقافة الشخص وانتماءاته السوسيوثقافية، وفي العادة ينجذب بصر المتلقي نحو الأشياء ذات الحجم الكبير المتميز، لذا تعتبر حركة العين (البصر) أحد العناصر الهادفة في جعل عين القارئ تتخذ التتابع المطلوب للإتصال الجيد للرسالة الكاريكاتورية، فعادة ما تبدأ عين القارئ من وسط الرسمة ثم تتجه نحو الرسالة الألسنية.[3]

[1] منى الحديدي، **تكوين الصورة**، مجلة الإذاعات العربية، العدد 03، 2000، ص 74.

[2] منى الحديدي، نفس المرجع، ص 74.

[3] نشادي عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 66.

العناصر التيبوغرافية:

التحليل التيبوغرافي يتناول النص المرافق للصورة الكاريكاتورية أي العنوان والشعارات وذلك من حيث طريقة الكتابة، الحجم، البنط والمساحة المخصصة له، كما يتم التعرض لدلالات الأشكال ورمزيتها والخطوط والدلالات التي تحملها، وذلك في الإطار السوسيوثقافي للمجتمع.[1]

العناصر اللونية (دراسة الألوان): أو ما يسمى بالمدونة اللونية، وفي هذه المرحلة يتم تحليل قوة وقيمة الألوان المستعملة ومدى انسجامها وطغيانها والعكس[2]، يتم دراسة سيكولوجية الألوان ومعانيها وفق النظام الإجتماعي، فدلالة الألوان تختلف من مجتمع إلى آخر، والصورة الكاريكاتورية غالبا ما تكون باللون الأسود والابيض، واجتماع اللونين في الصورة الكاريكاتورية يوحي بالصراع بين الخير والشر وأكثر بين السلب والإيجاب، كما تلعب الإضاءة إلى جانب اللون دور في إيضاح الموضوع، ويندرج هذا المحور في التحليل السيميولوجي لدى رولان بارث في المستوى التعييني، ويعني (الرسالة التشكيلية) الدلالة البديهية والمعنى المشترك مع الدليل.

2 الرسالة الأيقونية: إن الطريقة المباشرة للتعرف بالشيء للغير هو أن نقدم له الموضوع نفسه، بحيث يستطيع أن يدرك طبيعة هذا الموضوع بكافة أحاسيسه.

الأيقونة تمثل موضوعها من خلال التشابه الدال والمدلول المشار إليه في المقام الأول، يقول "بيرس" أن الأيقونة علامة تحيل إلى الشيء الذي تشير إليه بفضل صفات تمتلكها خاصة بها وحدها، فقد يكون أي شيء أيقونة لأي شيء آخر، سواء كان هذا الشيء صفة أو كائنا بمجرد أنها تماثله تستخدم علامة له، ويميز "بيرس" بين ثلاثة

[1] فايزة يخلف، مرجع سابق، ص 18.

[2] فايزة يخلف، **منهج التحليل السيميائي**، مرجع سابق، ص 148.

أيقونات هي: الصورة، الرسم التوضيحي والبياني، والإستعارة[1]، الصورة وهو الرسم، الصورة الفوتوغرافية.

التمثيلات البيانية: مثل الرسوم البيانية المختلفة، هيكل الإنسان العظمي والمخططات التي تمثل التزايد الكمي وضعيات بيانية والحقيقة في أيقونات للواقع لكي لا تشبهها بل توحي إليها بذلك تكون الصورة الذهنية له.

3 الرسالة اللسانية:

يتم في هذه المرحلة أو المجال تحليل الرسالة الألسنية المرافقة للصورة الكاريكاتورية انطلاقا من الدور الذي تؤديه وسبب توظيفها، وتؤدي الرسالة اللسانية في الصورة الكاريكاتورية ثلاثة وظائف: وظيفة التبليغ، وظيفة الترسيخ، وظيفة المناوبة.

ثالثا- المستوى التضميني:

يحقق هذا المستوى القراءة الثابتة والمعمقة للرسالة الكاريكاتورية في ما تحمله من دلالات وقيم رمزية، وذلك في سياق ثقافي مشترك والتضمين هو القيمة الإضافية للشيء علاوة على مدلوله الأصلي، فإذا كان المستوى التعييني هو الدال، فالمستوى التضميني هو مدلول العلامة فالحمامة البيضاء مثلا وضع دال ترمز إلى السلام وذلك هو المدلول الإضافي، وقد يتعدد مدلول الحمامة على سبيل المثال من بيئة إلى أخرى ومن داخل البيئة نفسها.

[1] سعادة لعلى، **محاورة الواجهة الأمامية للكتاب، مقاربة سيميائية لواجهات المدونات الشعرية ل (عثمان لوصيف)**، مجلة كلية الأدب والعلوم الإنسانية والإجتماعية، د.ط، العدد 6، جانفي 2010، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ص 02.

وفي هذا الإطار يرى بارث أن التضمين يتعلق بالجانب الإنساني الذي يتعلق بالتفاعل الذي يكون، لما الدليل يقابل العواطف والمشاعر لدى القارئ، فالتضمين يتعلق بالإطار السوسيوثقافي للمجتمع.[1]

وانطلاقا من المعطيات السابقة فإن مستويات التحليل السيميولوجي الخاصة بالباحثة مارتن جولي، سنعمد إلى تحليل عينة من الصور الكاريكاتورية الصادرة في موقع الفايسبوك، وذلك من أجل فك الرموز التي يستعملها الكاريكاتوري أثناء تعبيره عن الواقع البيئي بالخصوص، وذلك وفق السياق العام الذي جاءت فيه الصورة، وكذا وفق النظام السوسيوثقافي الخاص بالمجتمع.

[1] نشادي عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 73.

المبحث الرابع: الكاريكاتور في مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك):

مع الانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي على رأسها موقع الفايسبوك الشهير أصبحنا نشاهد تقريبا في كل دخول لنا على الموقع صورا كاريكاتورية مضحكة منتشرة بين المستخدمين، وفي صفحات المواقع المختلفة لعدد من الوجوه المضحكة، ومع بعض الحوارات فيما بينها[1] فهذا الرسم ينقل فكرة أو شعورا غضبا أو خوفا أو حبا وتتولى وساطة الاتصال الأكثر حداثة، ألا وهي الأنترنت التي تبث أقدم وسيلة تعبير إنسانية.[2]

حيث يعتمد فن الكاريكاتير على عنصرين أساسيين ليبلغ الرسالة التي يريد إبلاغها وهما: الانتشار والتداول إذ العنصر الثاني مرتبط بالأول أشد الارتباط والانتشار يتم عن طريق الصحافة، وهي من أكثر الوسائط انتشارا بين جمهور المتلقين، وبالتالي يصبح أمر التداول أمرا مقضيا وتأتي حاليا في المرتبة الثانية من التوزيع المواقع الإلكترونية، الأنترنت التي أخذت تشق طريقها وفرضت نفسها، وربما هذه المواقع أكثر تحررا من الصحف إذ يمكن نشر فيه أي شيء.[3]

فلم تعد الرسومات الكاريكاتورية سياسية كانت او اجتماعية حكرا على الصفحة الاخيرة من الصحيفة، ولا على أي من صفحات الجريدة وإنما أخذت نصيبها في عصر الانترنت الذي نعيشه، فانتشرت كما الكثير من الأمور الاخرى على هذه المواقع، ولأن فن الكاريكاتير له رساموه، فإن شباب الفايسبوك وجدوا البديل القريب إلى الكاريكاتير وأطلقوا عليه اسم "كوميكس" وخصصوا صفحات على هذا الموقع للسخرية من الحالة الاجتماعية في بلادهم.

---

[1] فيليب داجان، **الرسم الكاريكاتوري يتألق حين يغرق التاريخ في المآسي**، الموقع الإلكتروني:
22 :40,2015/04/21, http://www.Knoowmore.com/2694.

[2] الموقع الإلكتروني : 21 :51, 2015/04/21, http:// alhayat.com/opinion/writers/7054083.

[3] محمد عزوي، **سيمياء صورة الكاريكاتير، (الانظمة العربية نموذجا)**، قسم الآداب واللغة العربية، جامعة فرحات عباس سطيف، الملتقى الدولي السادس، السيمياء والنص الأدبي، ص 698.

وعن تصميميات "الكوميكس" يقول–اللقطة– أنه يمتاز بسرعة انتشاره وشعبيته وأنه في متناول يد الشباب، إذا لا يتطلب إتقان الرسم والتعابير النظرية كما في الكاريكاتير.

كما يوضح الفرق بين الكاريكاتور والكوميكس على أن الكاريكاتور أكثر عمقا في الطرح، ولديه أدوات أكثر في التعبير ويحمل معنى أكثر على عكس "الكوميكس"، الذي يعتمد على المباشرة والوضوح في الطرح كما أكد على أن الفايسبوك ساهم بانتشار الكاريكاتور من ناحية وساعد على سهولة التواصل المباشر بين الفنان وجمهوره، من ناحية أخرى ويضيف: أن هذا الأسلوب يحقق أمرين اثنين أولها: تسليط الضوء على معاناة المواطن والتحدث بحال لسانه والتعبير عن مكنونات نفسه والأمر الهام يتمثل في توصيل قضايا المواطن البسيط للمسؤولين وأصحاب القرار بصورة لاذعة من شأنها أن تستحث الحكومة على حل المشكلة.[1]

ومنذ شيوع هذا الفن في أوروبا وأمريكا فن الكاريكاتور خاصة بعد اختراع آلة الطباعة وظهور الصحف والمجلات الورقية لم يتغير محتواه كثيرا في ظل انتشار هذه المواقع وإنما الذي تغير هي الأداة المستخدمة فبعد قلم الرصاص وقلم الحبر ظهر بما يسمى البرامج الجرافيكية الكمبيوترية التي أصبحت تستعمل من طرف رسامي الكاريكاتير: **Corel** و**PainterAdob illustrator**...والقائمة طويلة.

كما أن برامج "الفتوشوب" أدى إلى نشوء هذا النوع من الكاريكاتور "الكوميكس" البارع الذي يركز على تحريف ملامح الشخصيات المشهورة ويلقى هذا الكاريكاتور المرسوم باستخدام هذا البرنامج شعبية كبيرة.[2]

فالاعتقاد السائد أن الفايسبوك هو شبكة اجتماعية، يرتادها الشباب فقط إلا أن الواقع يثبت خلاف ذلك حيث أن هذه الشبكة مفتوحة للجميع: أساتذة جامعات، أدباء

[1] فاطمة ابو حية، **الكوميكس فن ابتكره الشباب ليمزجوا السياسة بالضحك**، الموقع الإلكتروني: http:// felesteens.ps/details/news/88796, 2015/04/21, 45: 23.

[2] جودت هوشيار، مرجع سابق، 2015/4/21، 21:20.

وفنانين وحتى رسامو الكاريكاتور ويرى في هذا الصدد الأديب النمساوي "روبرت ميناسه" بأن الفايسبوك هي شبكة لمن يريد أن يشارك ويتعرف على الجديد فيها والوصول إلى أكبر عدد من القراء وتبادل الآراء معهم.

كما يرى الدكتور شعيب في الفايسبوك: أنه يعتبر مدونة عملاقة يشارك فيها الجميع كمهرجان ملون مضيء للحياة الفكرية وللأدبية الفنية[1]، حيث لا يمكن إخفاء الدور الخلاق والريادي التي نهضت به مواقع التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية، أي موقع الفايسبوك تحديدا وقد وظف فنانو الكاريكاتور أسماء مواقع التواصل، ورموزها التي أضحت في لوحة الكاريكاتور أيقونات تناص تجسيد دلالة تقنية واجتماعية.[2]

[1] محمد منصور، **تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على جمهور المتلقين**، (دراسة مقارنة للمواقع الإجتماعية والمواقع الإلكترونية)، رسالة ماجستير في الإعلام والإتصال، مجلس كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية في الدانمرك، 2010.

[2] عمر عتيق، **التناص في صورة الكاريكاتير**، (دراسة أسلوبية جمالية)، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد التاسع والعشرون، 2013، ص 21.

الفصل الخامس

- الجانب التطبيقي -

الفصل الخامس: توظيف خطوات التحليل السيميولوجي وحدات الدراسة من الصور الكاريكاتورية البيئية الصادرة عبر موقع الفايسبوك.

المبحث الأول: بطاقة فنية لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك

المبحث الثاني: التحليل السيميولوجي للصور الكاريكاتورية محل الدراسة حسب التكامل المقارباتي "رولان بارث" و "مارتن جولي"

المبحث الثالث: النتائج الجزئية والاستنتاجات العامة للتحليل السيميولوجي.

المبحث الأول: بطاقة فنية لموقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"

مصطلح الفيسبوك "**facebook**" كما هو معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صورا ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية الموقع، وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية ببعضهم حتى يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة الموجودين في الكلية[144].

ويعرف قاموس الإعلام والإتصال "الفايسبوك" على أنه موقع خاص بالتواصل الإجتماعي، أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة **profiles**، وقد وضع في البداية لخدمة الطلاب وهيئة التدريس والموظفين، لكنه إتسع ليشمل كل الأشخاص[145].

مؤسس الموقع "مارك زكربيرج"، أطلق الموقع في الرابع من فبراير **2004**، حين كان طالبا في جامعة " هارفاد" وكان الموقع في البداية مخصصا فقط للطلبة في جامعة " هارفاد" لكن تم تطويره لاحقا ليسمح لطلبة الجامعات بشكل عام بالإشتراك في الموقع، من ثم تم السماح ليشمل طلبة المدارس الثانوية أو أي شخص يتعدى عمره **13** سنة[146].

ويتكون الموقع من مجموعة من الشبكات تتألف من أعضاء وتصنف المجموعات على أساس الإقليم، ومكان العمل، والجامعة، والمدرسة، وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات، ثم يبدأ بالتصفح وإختيار مجموعة للإشتراك فيها[147].

وهناك مساحة للتحاور داخل المجموعات، والتعليقات إضافة إلى وجود نتيجة الشهر التي تدون فيها أهم الأخبار، التي يهتم بها المشتركون في المجموعة بدءا من

---

[144] وائل مبارك خضر فضل الله، **أثر الفيسبوك على المجتمع**، المكتبة الوطنية فهرسة، الخرطوم، السودان، ط1، 2011، 12.

[145] مريم نريمان نورمار، **إستخدام موقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية- دراسة عينة مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر**، ص55.

[146] وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سبق ذكره، ص 12.

[147] مريم نريمان نومار، **إستخدام موقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية– دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر–**، ص 96.57

الأحداث القومية أو المحلية، حتى أعياد ميلاد الأعضاء، كما توجد مساحة لإعلانات البيع والشراء الخاصة بالأعضاء، ولكل عضو مساحة يضيف فيها صوره الشخصية إلى جانب وجود مدونات مرتبطة بالموقع، ويهدف الموقع بشكل عام إلى إتاحة التعارف بين الشباب[148].

ومن بين أهم ومميزات موقع الفايسبوك نجد:

- **العالمية:**

استطاع الفايسبوك بحركيته إلغاء العديد من الحواجز الجغرافية والمكانية، حيث يمكن لأفراد في الشرق التواصل مع أفراد في الغرب، بباسطة وسهولة، وصرنا نسمع بمصطلحات كالسيولة وغيرها وهو حينما وفر مجموعة إضافية من التطبيقات سمح بالتواصل المقروء والمسموع والمرئي.

- **التفاعلية:**

إن الأفراد في "الفيسبوك" يرسل، يكتب، يستقبل، ويقرأ ويتفاعل مع الأحداث والتعليقات، فهو في عملية أخذ ورد مستمرة، ويعتبر الفيسبوك من التقنيات التي غيرت مجرى الإتصالات، فبعدما كانت إتصالات خطية مباشرة، مرسل متلقي، أحدثت الوسائل التفاعلية ومنها الفيسبوك ثورة غيرت مسار الإتصالات، إن هذه التفاعلية تعطي للفرد الفرصة بشكل أكبر على أن يشارك ويسهم في الموضوع تحليلا نقدا أو تعليقا[149] .

- **التنوع وسهولة الإستخدام:**

أتاحت التحديثات العديدة التي قام بها موقع الفيسبوك الفرصة أمام المشتركين فيه الكثير من الفرص والأنشطة والفيسبوك أحد البرامج الإفتراضية السهلة التي تستخدم الحروف ببساطة اللغة، الرموز والصور التي تيسر للمسخدم التفاعل، هذا هو الفرق الأساسي الذي فهمه الفريق الإداري المسير للفيسبوك فالبساطة والسهولة هي رأس المال

[148] عبد الرزاق محمد الديلمي، **الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية**، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، ط1،2011، ص 183.

[149] بدر الدين بن بلعباس، **شبكات التواصل الإجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين– الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجا**، ماجيستير علم الإجتماع، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015، ص 55-57.

الحقيقي في مواجهة المد التقني الكبير، فكل لحظة تمر على العالم إلا ويتم فيها فكرة إبداعية جديدة، المنافسة على أوجهها، ولم تعد المعايير قائمة على ذلك الزخم الكبير المتعلق بالحجم أو الألوان أو غيرها، بل أصبحت الوظائف الجديدة الذكية السهلة والمتنوعة هي المعيار، ببساطة هي لغة التكنولوجيا[150].

وهناك بعض الإحصاءات لموقع الفيسبوك والتي نشرتها مدونة " **Digital Buzz** Blog" في يناير 2011 ما يلي:

1. يبلغ متوسط عدد الأصدقاء لكل مستخدم 130 صديق.

2. نسبة المستخدمين من الذين تزيد أعمارهم عن 35 سنة تزيد بإطراد وهي تمثل حاليا أكثر من 30% من إجمالي المستخدمين.

3. المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم بين 18–24 سنة هي الأسرع نموا بنسبة 48% سنويا.

20.4 مليون تطبيق يتم تركيبها يوميا.

5.أكثر من 200 مليون شخص يدخلون على المواقع بواسطة هواتفهم الجوالة.

48.6 % من الشباب ذكروا بأن الفيسبوك أصبح مصدرهم لإنتقاء الأخبار.

7. في كل 20 دقيقة على الفيسبوك تتم مشاركة مليون رابط، وتتم قبول 2 مليون شخص، كما يتم إرسال حوالي 3 ملايين رسالة[151].

---

[150] بدر الدين بن بلعباس، **شبكات التواصل الإجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين** الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجا ماجيستير علم الإجتماع، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014–2015، ص 55–57.

[151] نفس المرجع، ص45.

المبحث الثاني: التحليل السيميولوجي للصور الكاريكاتورية محل الدراسة حسب التكامل المقارباتي "رولان بارث " و "مارتن جولي".

الصورة رقم 01:



لمحة عن أهم انجازات الفنان الكاريكاتوري أكرم بوطورة:

أكرم بوطورة رسام كاريكاتوري جزائري يقطن بولاية تبسة ذو **34** عاما ،تمكن من الحصول على عدة مناصب في الميدان العملي بالإضافة إلى ابداعه في الرسم

الكاريكاتوري، متحصل على ليسانس في علم المكتبات وماجستير في الإعلام العلمي والتقني، ورغم مشاكله الكثيرة إلا أنه يهوى الانفراد بلوحاته التي تعكس الواقع المعاش.

بدأ أكرم الرسم منذ الصغر فلوحاته الأولى عادية مهدت لميلاد رسام كاريكاتوري، حيث كانت سنة **2000** تاريخ ميلاد أول رسم كاريكاتوري له تعبيرا بسيطا لحالة غرفته الجامعية التي كان يقطنها رفقة أحد عشر من أصدقائه، مما فتح شهيته لرسم العديد من الرسوم الأخرى وكانت تتلخص سعادته برؤية رسوماته التي يسهر معها إلى آخر الليل رغم كل ظروفه وانشغالاته.

أبدى الدكتور الجامعي ارتباطه الوثيق بالعالم الأزرق وهو العالم الذي اكتشف من خلاله أن متتبعي صفحته لا يميلون إلى التعاطي مع المواضيع السياسية، هذا الوضع فرض عليه الرضوخ إلى رغبات جمهوره و أصبحت جل رسوماته الكاريكاتورية تعكس الطابع الاجتماعي والثقافي.

استطاع الدكتور والكاريكاتوري أكرم بوطورة أن يبدع في المئات من اللوحات على أمل أن يستكملهم في كتاب تحت عنوان: "زكاريكاتيوشاس" راغبا بذلك أن يخرج من فضاء صفحته الواسع إلى الفضاء الإعلامي الأوسع.[152]

– الصورة صادرة يوم **13** ديسمبر **2014** بموقع الفايسبوك عبر الصفحة الرسمية للرسام الكاريكاتوري أكرم بوطورة المسماة: **"كاريكاتير: د.أكرم بوطورة".**

وانطلاقا مما سبق سرده، فضلنا الاعتماد على التكامل المقارباتي من خلال الجمع بين مقاربة "رولان بارث" و مقاربة "مارتن جولي" في قراءة وتحليل الصورة الكاريكاتورية المشكلة لعينة الدراسة ذلك لأنهما تساعداننا كثيرا في تحقيق هدف الدراسة وباعتبارهما الطريقة الرائدة في تحليل الصور بمختلف أشكالها ،مع العلم أن مقاربة "مارتن جولي" امتداد لمقاربة (رولان بارث) فهي تزيد عليه في عملية التحليل للرسالة التشكيلية مع

[152] www.startimes.com 03/01/2017. 12 :10.

بعض التفصيل في المستوى التعييني لذا قمنا بالجمع بين مختلف الخطوات المنهجية التي تتضمنها المقاربتين .

فالمقاربتين تسمحان لنا بالغوص في عمق الصور محل الدراسة والكشف عن التمثيلات الاجتماعية البيئية التي تحملها والرسائل المشفرة ضمن الخطوط والأشكال والألوان التي تتكون منها الصور الكاريكاتورية.

أولا: الوصف

الوصف هو كل ما هو ظاهر وجلي وبسيط أي كل ما تراه العين المجردة، فالملاحظ في هذه الصورة أنها جاءت محدودة بإطارأسود رقيق، وتحمل بداخلها أشكالا وخطوطا مختلفة، بمجرد النظر إلى هذه الصورة نجد خلفيتها باللون الأخضر الغامق إلى الأخضر الجد داكن المائل الى السواد ، وأول ما يلفت انتباهنا شكل هندسي يمثل جسم رجل ضخم بدين الجسم ذو أنف طويل و عينين بارزتين و حاجبين مرتفعين و هو ينظر بجنب الى الجهة اليسرى، يرتدي هذا الرجل قميص وردي اللون بخطوط سوداء رهيفة وسروال رمادي اللون وحذاء ،وهو واقف في وضعية منحنية حاملا بين يديه الكبيرتين دلوا رمادي داكن ممزوج ببعض الرمادي الفاتح يفرغ منه النفايات من عظام، أوراق، قارورات وفضلات متنوعة، هذه الفضلات استفرغها كلها على المساحة الخضراء مما جعل الكثير من الذباب يتطاير ويحوم حولها.

فعلى الجهة اليمنى من الصورة تظهر لنا فراشة صفراء اللون وكأنها تحلق أمام الرجل اليسرى للرجل التي كان يرفعها نحو الأعلى، خوفا من أن يدهس أو يفسد زهرة الياسمين البيضاء المغروسة ذات الأوراق الخضراء التي كان ينظر إليها الرجل بطرف عينه خوفا من أذيتها، أما رجله اليمنى فقد كانت موضوعة على الأرض ذات اللون الأسود، حيث كان هذا الرجل واقفا على أرضية نباتية ولكنها متأثرة بنسبة كبيرة من النفايات فأصبح

لونها يتغير من الأفضل إلى الأسوء فهو يتدرج من اللون الأخضر الجميل إلى الأسود ثم إلى الأخضر بالاضافة الى خلفية الأرضية النباتية باللون البني .

ونجد في أعلى الصورة ومن الجهة العلوية اليمنى عبارة "أكرم بوطورة" باللون الأبيض وهو يمثل إمضاء و اسم صاحب الصورة.

ثانيا: المستوى التعييني:

1- الرسالة التشكيلية:

الحامل: وردت هذه الصورة عبر موقع الفايسبوك وهذا على الصفحة الرسمية للرسام الكاريكاتوري أكرم بوطورة والتي تحمل اسم: كاريكاتير: د.أكرم بوطورة.



الإطار: الصورة محدودة فيزيائيا بإطار ذو قياس **551-400 pixels**

التأطير: تم التركيز في هذه الصورة على الشكل الذي يمثل الرجل الضخم البدين الحامل للدلو ويستفرغ منه الفضلات على الأرضية النباتية.

زاوية التقاط النظر واختيار الهدف: إن الصورة تبدو وكأنها مقابلة فمن زاوية اختيار المشهد تقريبا جانبية من الجهة اليمنى من الأسفل لذا يظهر لنا الرجل أكثر قربا من الإطار.

التركيب والإخراج: تبدو أشكال هذه الصورة مركبة بشكل عادي لأن العين تقع على الأشكال المرسومة مباشرة، رغم عدم وجود الرسالة اللغوية إلا أن كل شيء واضح وجلي، وبالتالي توجه قراءة هذه الصورة حسب أهمية الأشكال والعناصر المكونة لها كما يلي:

1- الرجل الضخم.

2- الزهرة.

3- الفراشة.

4- الذباب.

5- الفضلات.

الأشكال والخطوط:

- خطوط منحنية ومقوسة ودائرية تعبر عن وضعية انحاء الرجل وكبر بطنه.
- خطوط متوازية منحنية تمثل لباس الرجلين (الحذاء).
- خطوط منكسرة تمثل وضعية الأرجل.
- خطوط منحنية منكسرة دائرية تمثل وضعية الأرضية.
- الخطوط المتوازية تقنية الضوء والظل.

الألوان والإضاءة:

من ناحية اللون باعتبار اللون ظاهرة فيزيولوجية عامة عند الجميع ، و تستخدم لغرضين هما : الغرض الرمزي من خلال توظيف الدلالات التعبيرية للون في سياق الفنون المرتبة لغرض الاسهام ي ايصال الفكرة و التأثير ، و الغرض الثاني هو انفعالي عاطفي يرتبط بالأبعاد النفسية و الاجتماعية ، اذ يغلب على الصورة اللون الأخضر الفاتح والغامق المائل

الى السواد والذي جاء كخلفية لهذه الصورة باستثناء لباس الرجل (قميص) الذي جاء في وسط الصورة باللون الوردي وسرواله الرمادي اللون، كذلك الأخضر والأسود الذي جاء في الأرضية واللون الأصفر الذي يمثل الفراشة المحلقة في الجهة اليسرى، بالإضافة إلى اللون الأبيض لون الزهرة دون أن ننسى تعدد الألوان في الفضلات من أصفر، أحمر، بني، رمادي، كذلك لون الذباب الممزوج بين الأحمر و الأبيض و الأسود أيضا ،والملاحظ في ألوان هذه الصورة جاءت منسجمة ففي تفاعلها أعطت الوضع الطبيعي للبيئة وفي نفس الوقت سوء وضع البيئة، أما الإضاءة فهي عادية من الجهة اليسرى من الناحية السفلية.

الرسالة الأيقونية:

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	التضمينات في المستوى الثاني
شكل بشري	رجل ضخم منحني	العمل، التعب،الشهامة
شكل هندسي	الزهرة	الطبيعة، الفرح، الأمل، المستقبل
شكل هندسي	الفراشة	الحرية، التفاعل، الحياة
شكل هندسي	الذباب	الغضب، الفساد
شكل هندسي	القمامة	الفوضى، الوسخ

الرسالة الألسنية:

فالشيئ اللافت في هذه الصورة بالذات غياب الرسالة الألسنية، لكنها تحمل في طياتها حقل دلالي خصب لا ينتهي من الدلائل و الرسائل الألسنية، ما عدا إمضاء صاحب الصورة بالاسم واللقب "أكرم بوطورة" الموجود أعلى الصورة.

المستوى التضميني:

- الصورة التي بين أيدينا توحي بشكل كامل وواضح الى طبيعة موضوع الدراسة ، فبساطة هذا النسق السيميولوجي يوحي بعلاماته الأيقونية و التشكيلية الى أبعاد عميقة مرتبطة بالبيئة و قيمها و مشاكلها ، فالصورة بالعناصر و الألوان التي تحملها تعالج قضية البيئة و أسباب تدهورها ، فهي تحمل في طياتها العديد من المعاني التعبيرية و التي تعطي رؤية متسلسلة للحدث الخاص بالقيم البيئية.

- حيث أن تحليلنا السيميولوجي لهذه الصورة من خلال اعتمادنا على مختلف الادوات السيميولوجية، المتمثلة في قراءة الانساق البصرية بعدها نقدها ثم تفسيرها و تأويلها وصولا الى مرحلة تحليلها سيميولوجيا ، فنجد ان مختلف الايقونات الموظفة في الكاريكاتور تؤكد ضمنيا على أن الصلة بين الدال والمدلول للصورة مبرزة بقوة بواسطة التشابه.

- فلهذا التحليل السيميولوجي هو كيفي استقرائي يقوم على فكرة التفكيك و التركيب ،و يحدث ذلك عبر عدة مستويات يستعمل كل مستوى أداة من الأدوات، كون أن هدفه هو البحث عن التوظيف الدلالي للعلامة في النسق السيميولوجي .

- و من خلال كل هذا قمنا بالاعتماد على مقاربة رولان بارث في الجانب الضمني لاستنطاق بعض الدلالات الخفية للنسق البصري ، الا أن مارتن جولي أضافت للمستوى التضميني الكثير للربط بين مختلف خطواتها الأولى .

- فتحمل هذه الصورة في طياتها العديد من المعاني السيميولوجية فمن خلال هذا الرجل البدين الذي أنهكه الجشع فهو يرمي القمامة في هذا المكان الأخضر محدثا فوضى عارمة ومظهر لا يليق بالمساحات الخضراء فهو تسبب في تغيير معالم الطبيعة الجميلة، فهذا الشخص بحد ذاته متناقض مع نفسه فهو يصلح من جهة ويفسد من جهة أخرى، وهو واضح كما قلنا في السابق من خلال اعتناءه ومحافظته على زهرة الياسمين البيضاء ورمي الزوائد والفضلات أمامها من جهة أخرى ، مما أدى إلى فساد الأرضية النباتية و الانتشار الكثير للحشرات ، لذا فمشكلة التلوث البيئي في مجتمعنا اليوم لم تكن سببها

الطبيعة فقط وإنما وصلت إلى الإنسان الذي ينبغي أن يكون هو المحافظ الأول عليها، وهذا ما توضحه لنا الصورة التي بين أيدينا والتي توحي أن الإنسان في المجتمع دور في زيادة هذا التلوث ولا يعرف أن هذا يعود عليه بالسلب وهو أول المتضررين من ذلك. وهو كذلك في الأرضية اللون الأخضر ليتغير بعدها إلى الأسود وهذا كما قلنا سابقا وكأن التربة أو المساحة الخضراء تمرض وتتلف فيما بعد أي بعد كل تلك الأوساخ والقمامة والحشرات التي تحوم بها وقد يؤدي كل هذا إلى موت النباتات، الا انه نلاحظ سيميولوجيا كذلك قدرة الرسام الكاريكاتوري على توظيفه أسلوب الاقناع و التأثير، من خلال الخلفية التي كانت قاتمة تحمل اللون الأسود الذي يعبر على الظلام هنا يتضح لنا ضمنيا انه هناك نوع من الصور الانفعالية التي توحي الى ان السلوك الذي قام به الرجل ينافي الطبيعة البشرية، الأمر الذي ساهم في تبيان مختلف القواعد التعبيرية والعناصر الدالة لتلك التصرفات العشوائية.

- اذ خلق الله تعالى الأرض وجعلها مسكنا للإنسان وأوجد فيها كل ما يلزمه ليستطيع ممارسة حياته بشكل طبيعي دون أي مشاكل، ويطلق على كل ما يحيط بالإنسان من ماء وهواء وتراب كائنات دقيقة بالبيئة فهي تعكس لنا وجه الحياة والبيئة السليمة هي التي سلم ماءها وترابها وهواءها من التلوث ،لذا يجب المحافظة عليها قدر المستطاع وذلك بالاعتناء بالأشجار والنباتات والتخلص من القمامة بطريقة سليمة لمنع انتشار العدوى لكي لا تتجمع حولها الحشرات المختلفة بل وضعها في حاويات وبعيدة عن النباتات.

كما لعبت المدونة اللونية في هذه الصورة العديد من الدلالات والمعاني الخفية، فغلبت على خلفية الصورة اللون الأخضر الغامق ليتدرج إلى الأخضر الداكن المائل إلى السواد ودلالة الأخضر على الاستقرار والطبيعة والحياة و لون الأرض الأخاذ و لون النبات الأخضر الذي يوحي الى التفاؤل و المعنويات العالية [153] ، ليتدرج بعدها إلى الداكن المائل (أسود) وهذا ما يدل على تغير حالة الطبيعة من الأحسن إلى الأسوء ،و قد يوحي

[153] إياد أبو عرقوب ، **الإعلام الإذاعي والتلفزيوني**، مرجع سابق، ص65.

هذا اللون الأسود الى الكآبة و عدم الاستقرار [154] ، كذلك له مدلول آخر و هو الظلام و الغموض، ليظهر لنا أيضا اللون البني على الأرضية النباتية فمدلول هذا اللون هو لون كئيب و رتيب ، و هو من الألوان الحارة و الساخنة ، و يرتبط هذا اللون من الناحية النفسية بالراحة و الأمان كما يرمز الى أحد الألوان الطبيعية لون التراب و بعض الرمال و الخشب ، فدلالته في هذه الصورة تجسدت في لون التربة الصالحة للغرس، و بالتالي هذا اللون ذو قيمة جمالية و رمزية توحي الى الطبيعة، ، أيضا يبرز لنا اللون الوردي الفاتح وهو لون قميص الرجل فهو يوحي إلى الروح الممتازة والنفسية الرائعة للرجل واللون الوردي كما هو معلوم هو امتزاج بين اللون الأحمر والأبيض ففي حين أن اللون الأحمر يدل على الإثارة والوحشية والشر، فإن اللون الأبيض دال على الطهارة والنقاء والتقوى والفرح و الجمال ،فمن خلال هذا أراد الرسام أن يوضح أن رغم الأعمال الحسنة التي يقوم بها هذا الرجل اتجاه النبتة (زهرة الياسمين) إلا أنه يؤذيها ويؤذي محيطها (الطبيعة) من ناحية أخرى من خلال رمي القمامة مما أدى إلى الانتشار الرهيب للحشرات (الذباب)، دون أن ننسى اللون الأبيض للزهرة وفي مدلوله الحقيقي هو الجمال و العفاف و الفرح و الصفاء ، كذلك اللون الأصفر الذي جاءت به الفراشة يعتبر من الألوان الجميلة الموجودة في الطبيعة والتي تبعث الطاقة، ويعد الأصفر لون التفاؤل اللون الذي يتميّز بإيجابيّة بالغة، فهو لون الإبداع وأيضاً الإنطلاق إلى الحياة، ويتّصف بأنه لون الاعتزاز بالنّفس و الفرح و النشاط و الاشراق ،كما أن اللون الرمادي للسروال والدلو في نفس الوقت فهو يعبر في معظم الأوقات عن الغموض و الركود فوضح هنا ليعكس مشاعر والحالة المتناقضة لهذا الرجل (الأحسن والأسوء) . – يتضح لنا جليا أن الصورة الكاريكاتورية المحللة سيميولوجيا حسب ما تضمنته مقاربة رولان بارث و مارتن جولي أن التمثيلات الأيقونية ساهمت بخلق جو من التشويق والإثارة قصد تغيير سلوك المستخدم لصفحات الفايسبوك و كسبه بعض القيم البيئية كالمحافظة على جمال و نظافة البيئة و الإحساس بالمسؤولية تجاه البيئة وقضاياها المختلفة و صيانة البيئة .

[154] محمد يوسف أبو هام، **ثقافة اللون في الأوساط العربية**، ط1، الدار العربية للنشر والتوزيع، مصر، 1980، ص30.

- مما سبق نستخلص أن القراءة التضمينية لهذه الصورة الكاريكاتورية ، كشفت لنا أن مختلف الدلالات التي يمكن استقراءها من خلال النظامين البصري والألسني ليس لا وظيفة بسيطة في نقل المعنى بل لها قيمة دلالية في حد ذاتها.

الصورة رقم 02:



لمحة عن أهم انجازات الفنان الكاريكاتوري باقي بوخالفة:

باقي بوخالفة هو رسام كاريكاتوري جزائري لجريدة الشروق اليومية، وهو أحد مبدعي الساحة الإعلامية الجزائرية العربية في مجال الكارريكاتور، يتميز باختياره الدقيق للقضايا الجزائرية والعربية التي يعبر عنها بطريقة استهزائية في شكل رسومات كاريكاتورية

مضحكة وهادفة تأخذ منها العبرة، كما أنه الكاريكاتوري الرسمي لجريدة الشروق، وقد تخرج باقي الذي يتابع دراسته في تخصص التصميم الخطي من مدرسة الفنون الجميلة حيث اختار باقي لرسالته موضوع "الكاريكاتور، جمالية، فعالية، وظيفية" بحث فيها عن تاريخ فن الكاريكاتور من العصر القديم إلى نهار اليوم، مستعرضا النواحي الجمالية التي جعلت هذا الفن قادرا على التأثير بشكل بالغ على حياة الأمم والأفراد، وأعطى لمحة عن الكاريكاتور في الجزائر خاصة والعالم العربي عامة.

كما أن الرسام الكاريكاتوري باقي يتميز بجرأة لا حدود لها، استطاع من خلال رسوماته أن يحرك الرأي العام، ويعبر عن الكثير من الذهنيات والعقليات، رغم المشاكل التي كان يتعرض لها، حيث رفض المشاركة في نقاش نظمته السفارة الفرنسية حول حادثة "شارلي إيبدو" والتي كانت سنة **2015**م، اقتناعا منه أن ما قامت به فرنسا هو إهانة للإسلام والمسلمين.

كما شارك في العديد من المحافل والمناسبات شرف فيها الجزائر وأعطى للرسم الكاريكاتوري الجزائري قمة عالية، وأبرز هذه المحافل مشاركته في الفعالية الألمانية التي احتضنتها برلين، أين عرض فيها هذا الأخير تجربة عن هذا الفن في الصحافة الجزائرية.[155]

الصورة صادرة يوم 14 ماي 2017 عبر موقع الفايسبوك وهذا على الحساب الخاص المسمى belhadj nacera

أولا: الوصف:

الوصف هو فن من فنون الاتصال اللغوي ، يستخدم لتصوير المشاهد و تقديم الشخصيات و التعبير عن المواقف و المشاهد و الانفعالات ، و ذلك من خلال الوصف الظاهري أو الخارجي للصورة ، أي وصف نقلي موضوعي تصويري يعتمد على ما تراه العين فقط ، و كما يحدده رولان بارث : هو كل ما هو ظاهر و بسيط و جلي أي ما تراه العين .

[155] www.startimes.com 17/04/2016. 16 :30.

و عليه نلاحظ في هذه الصورة التي جاءت محددة بإطار أبيض وخلفية بيضاء إذ يغلب على الصورة ككل اللون الأخضر والأبيض فبمجرد النظر إليها يلفت انتباهنا وسط الصورة حاويتين كبيرتين للقمامة لونهما أخضر مخططتين بعض الشيئ بالأسود لكلا منهما ثلاث عجلات صغيرة باللون الأبيض، الحاويتين ممتلئتين على آخرهما بالفضلات وبقايا الأطعمة المختلفة المتطايرة منها كالعظام مثلا، وفي قاع الحاويتين على الأرض نلاحظ ماء أزرق اللون يسيل من الحاويتين لونه أزرق، و من الجهة اليمنى للصورة في الأسفل نلاحظ جحر لفأر أما الحاوية اليمنى مكتوب عليها عبارة (NETcom)باللون الأسود ، أما الحاوية الموجودة على الجهة اليسرى فنلاحظ وجود فأر جالس على الأرض متكأ عليها وكأنه نائم لنرى فوق رأسه عبارة (zzzzzzz) كذلك باللون الأسود، وكذلك عبارة أخرى موضوعة في إطار مكتوب عليها: (ياخي شعب ياخي... هبلونا بالهدرة على التبذير أنتاع 5 جويلية وكي جا رمضان دارو ما كثر !!) باللون الأسود ذو خلفية بيضاء.
أما في أعلى الصورة في الوسط نلاحظ رسالة ألسنية بمثابة عنوان للصورة (التبذير في رمضان) بخط رقيق أبيض اللون بخلفية سوداء كما نجد في أسفل الصورة ومن الجهة اليسرى عبارة "باقي" وهو يمثل صاحب الصورة.

ثانيا: المستوى التعييني:

1- الرسالة التشكيلية:

- **الحامل:** وردت هذه الصورة على موقع الفايسبوك وبالتحديد في الحساب الشخصي الذي يحمل اسم belhadj nacera



- **الإطار:** الصورة محدودة فيزيائيا بإطار ذو قياس **400-551 pixels** .

- **التأطير:** إن أشكال هذه الصورة تبدو جد واضحة وجلية ، فهي تتموقع وسط الصورة وتشغل نسبة كبيرة من حيزها، وهي مركبة بطريقة عادية، وكلها تعتبر عناصر مهمة وأساسية ركز عليها الفنان الكاريكاتوري "باقي" لنقل الفكرة الجوهرية والأساسية في الصورة.

- **زاوية التقاط النظر واختيار الهدف:** الصورة مأخوذة من اليسار إلى اليمين لذلك نلاحظ حاويتي القمامة متجهتين نحو اليمين قليلا.

- **التركيب والإخراج:** نلاحظ في هذه الصورة أن أشكالها مركبة بشكل عادي الأشكال الرئيسية بارزة فيها، تجعل الذي يرى الصورة يلاحظ الأشكال المرسومة بكل وضوح قبل أن يحدق أو يركز في الرسالة اللغوية ،وبالتالي تتجه قراءة هذه الصورة حسب أهمية العناصر المكونة لهذه الصورة وهي:

1- حاويتين للقمامة.

2- الفضلات.

3- الفأر.

- الأشكال:

- خطوط دائرية تعبر عن عجلات الحاويتين.
- خطوط متوازية تمثل شكل الحاويتين
- خطوط منحنية دائرية تمثل البقع المائية الزرقاء.
- خطوط مائلة وضعية جلوس الفأر.
- الخطوط المتوازية تقنية الضوء والظل.
- شكل بيضوي حامل للرسالة اللغوية .
- شكل مستطيل حامل أيضا لرسالة لغوية أخرى.

- **الألوان والإضاءة:** يغلب على الصورة اللون الأبيض التي جاءت به الخلفية كذلك اللون الأخضر الذي جاءت به حاويتي القمامة، هذه الألوان جاءت منسجمة، أما الإضاءة فقد وردت في هذه الصورة عادية ومصدر ورودها من الجهة العلوية للصورة.

2- الرسالة الأيقونية:

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المضامين في المستوى الثاني
شكل هندسي شكل هندسي شكل هندسي	حاويتين للقمامة فضلات فأر	النظافة، البيئة الوسخ، التعفن، الفوضى الأكل، الخيانة، السرقة،االدهشة

3- الرسالة الألسنية:

في هذه الصورة تظهر لنا **4** رسائل ألسنية جاءت على الشكل التالي :

"التبذير في رمضان" : وهو عنوان يشير إلى أن شهر رمضان الكريم يكثر فيه التبذير والإفراط أي الاستهلاك المفرط للأغذية وهي ظاهرة تفشت في المجتمع الجزائري خاصة في الشهر الفضيل.

أما بالنسبة للعبارة **"ياخي شعب ياخي ... هبلونا بالهدرة على التبذير أنتاع 5 جويلية وكي جا رمضان دارو ما كثر":** فهي جد صريحة وتوحي بأن الشعب يتهم الدولة أنها تبذر وتسرف في عيد الاستقلال **5** جويلية من خلال ما تقوم به من حفلات ومأدوبات ، في حين أن الشعب يفعل أكثر في شهر رمضان الكريم من خلال الاسراف و الرمي العشوائي للمأكولات و الأغذية الجاهزة في حاويات القمامة .

وهذا ما تحيل إليه مباشرة الرسالة الألسنية التي ساعدت الأشكال في تكامل النظامين الألسني والبصري في إيصال الدلالة التعبيرية للصورة ،من خلال وظيفة المناوبة والتي غطت النقص الذي جاء في الصورة ووجهت القارئ للهدف من الصورة إذا زادت ترسيخ معناها أكثر في الرسالة اللغوية إضافة إلى وظيفة التبليغ والتوضيح، كما أن للرسالة أثر أكثر على القارئ أي للكلمة الأثر البالغ في فهم المعنى الحقيقي للصورة طبعا.

أما الرسالة اللغوية الثالثة فجاءت على شكل حروف باللغة الفرنسية و هي عبارة: **(zzzzzzz)** هذه العبارة متداولة ومتفق عليها في المجتمع الجزائري و التي توحي بالنوم والسبات والراحة.

وفيما يخص الرسالة اللغوية الرابعة: **(NETcom)** فإذا دلت فإنها تدل على اسم شركة للنظافة .

وبالإضافة إلى كل هذه الرسائل اللغوية السابقة وردت رسالة أخرى في الأسفل على الجهة اليسرى وهي عبارة "باقي" والتي تدل على توقيع صاحب الصورة وإمضاءه وهو باقي بوخالفة، وهذا التوقيع يعد مرجع ومصدر هذه الصورة.

ان الرسالة في هذا الرسم الهزلي أدت بوضوح دوري الترسيخ و المناوبة ،فالرسم لوحده بالغ الدلالة لكنه بحاجة الى لغة مكتوبة تساعده على استنطاق دلالاته الايقونية و ايصالها للمتلقي لفهم الرسالة التي تحاول تمريرها له.

ثالثا: المستوى التضميني

اقترن وجود الأنساق البصرية في الصورة الكاريكاتورية المنشورة في احدى مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك بتاريخ 14 ماي 2017 من طرف احد مستخدمي الموقع و الذي يحمل حساب شخصي تحت اسم belhadj nacera اذ اقترن بوجود عناصر تعبيرية تعطي رؤية متسلسلة للحدث الخاص بالقيم البيئية أو بالأحرى لمشكل من مشاكل البيئة.

فهذا النسق السيميولوجي رغم بساطته من حيث الشكل و المضمون الا أنه ذو دلالات عميقة و معاني دقيقة ، فالصورة بالعناصر و الألوان تعالج قضية بيئية (مشكلة بيئية) و في نفس الوقت تعبر عن واقع اجتماعي جزائري و تحمل في طياتها العديد من المعاني المتعلقة بموضوع النسق محل التحليل الكاريكاتوري ، و هذا من خلال اتحادها مع اللغة المكتوبة المرافقة لها استطاعت أن توصل للقارئ مدى التبذير الذي وصل اليه المواطن الجزائري خاصة في شهر رمضان المعظم وهذا ما ينعكس بالسلب أيضا على البيئة برمي الفضلات و بقايا المأكولات بشكل عشوائي مما يؤدي الى تشويه منظر الحي أو البيئة ككل. .

فالصورة الكاريكاتورية التي بين أيدينا تظهر لنا ظاهرة تفشت في المجتمع الجزائري في شهر رمضان الفضيل، تتحدد هذه الأخيرة في التبذير أي الاستهلاك المفرط للأغذية و هذا ما تحيل اليه مباشرة الرسالة الألسنية "التبذير في رمضان" و من خلالها نستطيع التعمق في معنى النسق أكثر ، فالحاويتين المملوئتين عن آخرهما بالفضلات و بقايا الطعام المتطايرة منها دال سيميولوجي يوحي إلى مدلول الشبع واللامبالاة

والإسراف في المأكولات والأغذية مما أدى إلى رميها في القمامة و هذا دلالة على التبذير الذي تأكد من خلال الحاويتين اللتان امتلأتا ببقايا الطعام ، ويتأكد ذالك أكثر وأكثر من خلال الفأر الجالس على الأرض والمتكأ على الحاوية الموجودة على الجهة اليسرى فهو دال سميولوجي يوحي إلى مدلول هو اعتماد الفأر في عيشة على القمامة المرمية والتي تتكاثر في شهر رمضان فالاتكاء كناية على الاعتماد عل سلوك العيش بكل راحة وسهولة، فقد اتخذ من المزبلة لقمة عيش مثله مثل البشر، بدل تقاسم هذه النعمة مع الفقراء والمساكين اللذين يعانون الفقر و الحرمان خاصة في أوج شهر رمضان الذي يعتبر شهر الخير والبركة ، أما الرسالة الألسنية والتي جاءت على شكل عنوان للصورة الكاريكاتورية "التبذير في رمضان" جاءت داخل إطار ذو خلفية سوداء يرمز إلى الألم والحسرة من هذه الظاهرة و جاءت العبارة مكتوبة بخط اليد باللون الأبيض هذا ما يشير الى أن شهر رمضان شهر الخير الدعوة الى عدم التبذير ، كما برزت لنا الرسالة الألسنية : (ياخي شعب ياخي .. هبلونا بالهدرة أنتاع 5 جويلية وكي جا رمضان دارو ماكثر) و التي جاءت في شكل بيضوي باللون الأسود بالخط العريض لتكون واضحة للمتلقي جاءت على شكل لسان الكلام ،أي فعل كلامي منقول باللهجة الجزائرية فهذا دلالة على أن المواطن الجزائري أو الشعب الجزائري يشتكي من التبذير الذي تلجأه له الدولة خاصة في المناسبات كعيد الاستقلال 5 جويلية و الحفلات التي يقوم بها المسؤولين و المأدوبات الا أن المواطن يفعل أكثر من هذا في شهر رمضان الكريم فهو يسرف و يبذر أكثر و أكثر ، قامت هذه الرسالة بوظيفة المناوبة لتنوب على ما أراد الرسام الكاريكاتوري ايصاله للمتلقي و لا يمكن الاستغناء عنها في الصورة ووجهت القارئ للهدف المنوط فاللغة هنا أعطت معنى للصورة ، فنستنتج هنا أن المغزى العام فيها هو النقد الاجتماعي و يتجلى النقد في المفارقة في حد ذاتها و تشير اليه علامة التعجب الموضوعة في الرسالة الألسنية ، أيضا نجد رسالة ألسنية أخرى (zzzzzzz) و هي حروف باللغة الفرنسية جاءت مكتوب النصف منها فوق رأس الفأر و النصف الآخر على الحاوية اليسرى فهي عبارة متداولة في المجتمع الجزائري و التي تعني النوم و الراحة

فهنا لها مدلول معين واضح و الأكل والراحة و النوم أي الحياة الزهيدة الذي يعيشها الفأر و الذي يتخذ من الحاوية مطبخ له هذا ما أدى به للتخلي عن جحره الموجود على يسار الصورة ، كذلك نجد عبارة (NETcom) والتي تشير الى اسم شركة النظافة و التي هي أيضا لا تؤدي دورها لى أكمل وجه مما أدى هذا الى تلوث الحي أو المنظر البيئي ككل، بالإضافة إلى عبارة "باقي" التي جاءت على شكل إمضاء لصاحب الصورة في الجهة اليسرى السفلى فهي توحي بأن صاحب الصورة يتحمل كال المسؤولية بنشره لهذه الصورة.

لذا فمن أبرز المظاهر التي أخذت تنشر في أوساطنا طول أيام العام عامة وتحديدا في شهر رمضان هو التبذير، الذي أضحى مشكلا يؤرق جميع المهتمين بالظاهرة من المسؤولين إلى أفراد المجتمع ككل، وتبرز هذه الظاهرة جليا في شهر الصيام وهذا عند اقتناء المواطنين لأغذيتهم تحديدا بدون ضابط قدر الحاجة والذي يفوق حاجتهم اليومية وبشكل كبير، وهذا بالرغم من الظروف الاجتماعية والاقتصادية الصعبة التي يمرون بها خاصة في شهر رمضان الفضيل، نجد الكثير يحضرون لأوقات إفطارهم وحتى سحورهم ما يفوق ما يحتاجونه أو حتى ما يريدونه وبعدها لا يأكلون كل ما أحضروه وحضروه بل قد يعزفون عن بعضها ،وبذالك نجد كل هذا في أكياس القمامة في الحاويات المملوءة بأكملها بالإضافة إلى الأرضية أيضا مما يؤدي إلى التلوث والفوضى وتراكم الأوساخ والحشرات والحيوانات إلى غير ذالك، والمؤسف في هذا كله فهو تكرر هذا المشهد يوميا تقريبا في شهر أنزل الله فيه القرآن الكريم الذي يضم في طياته أية جليلة " إن المبذرين كانوا إخوان الشياطين وكان الشيطان بربه كفورا" فالتبذير محرم في الإسلام وخاصة أن المبذر مذموم في ديننا ، كذلك يجب علينا المحافظة على بيئتنا و قيمها التي تتسم بالواقعية وبعيدة عن المثالية وتراعي متطلبات البيئة الطبيعية، ولا تكلف الفرد جهدا كبيرا عند تطبيقها في الواقع بل العكس تماما تساعده في اتخاذ القرارات السليمة التي تجنبه الأضرار البيئية التي تؤثر على صحة وجمال البيئة.

كذلك اذا تعمقنا في المدونة اللونية لهذه الصورة الكاريكاتورية نرى الخلفية باللون الرمادي الفاتح و الرمادي في أغلب الأحيان يعبر عن الغموض و هذا يعبر عن الحالة التي وصل اليها الانسان في هذا الشهر الذي يعد شهر الرحمة و البركة فقد أصبح شهر للتبذير و الاسراف كذلك اللون الأخضر والذي يعطي معنى دلالي يرمز إلى الحياة، الاستقرار، الطبيعة، فهو لون الأرض الأخاذ و لون النبات الأخضر الذي يوحي الى التفاؤل و السلام و المعنويات العالية [156] ،وهذا بارز في لون الحاويتين اللتان تعدان مكان لجمع القمامة تجنبا للفوضى و التلوث لكن هذا غير بارز من خلال الصورة اذ الفضلات تتطاير من الحاويتين لغير منظر الحي و هذا ما يؤدي الى التلوث البيئي بالإضافة إلى اللون الأسود الذي يوحي للكآبة والتحسر والظلم أي التبذير في الشهر الفضيل دون أن ننسى اللون الأبيض لون النقاء والطهارة الذي يوحي للشهر الكريم .

أما الرسالة العامة التي يمكن استنباطها من هذه الصورة ،هو أنها أظهرت وعبرت عن وضع المواطن الجزائري في شهر رمضان شهر التوبة و الغفران و الاسراف والتبذير الذي يقوم به في هذا الشهر عوض مساعدة الفقراء و المحتاجين و التصدق عليهم ، فهم ينتقدون الدولة من جهة كونها تبذر الأموال في المناسبات كالمناسبات الوطنية من حفلات و مأدوبات ليفعل المواطن أكثر من هذا في شهر رمضان مما يؤدي بالفئران أن تتخذ من الفضلات و الأغذية الجاهزة المرمية غذاءا لها بكل راحة، كما أن مدلول الرسالة اللسانية خدم بشكل كبير مضمون الأشكال المرسومة في الصورة .

[156] إياد أبو عرقوب، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سابق، ص 65.

الصورة رقم 03:



لمحة عن أهم انجازات الفنان الكاريكاتوري "عائد علي بعيطيش":

منذ سبع وعشرين عاما والرسام "علي بعيطش" يشهر الكاريكاتور سلاحا في معركة تنوير العقل وإدانة السلبيات، ومن خلال ذالك لم يفقد قدرته على الابتكار ونجح في تأكيد تفرده وخصوصيته، وعلي بعيطيش ليس مجرد رسام مشاكس يبحث عن خطوط تثير الضحك بل هو يجسد تطور فن الكاريكاتور على المستوى المحلي.

علي بعيطيش من مواليد فجر الاستقلال ولد وترعرع في مدينة الجلفة، درس مجال الفيزياء الدقيقة، عمل في سلك التعليم كأستاذ ثانوي في مادة الفيزياء ولديه عدة حصص

في إذاعة الجلفة، أقام عدة معارض لرسوماته الكاريكاتورية التي كانت هوايته المفضلة منذ الصغر عندما كانت تصدر في الأسواق مجلة اسمها "مقيدش" ، إذ كان يعيد رسم الشخصيات والتغيير في شكلها، شارك بعدها في مسابقة رسم الكاريكاتور بتشجيع من والدته الكريمة بالرغم بعدم درايته الجيدة بأسرار هذا الفن تعامل تقريبا مع كل الجرائد الوطنية من بينها جريدة " المساء" ، "الخبر" ، "أخبار اليوم" ، "السلام" وغيرها.

فبالنسبة "لعائد" لا يجب التنقيص من قيمة الفن الكاريكاتوري العربي عموما والجزائري على وجه الخصوص، كون أصل الكاريكاتور ظهر عند العرب وتطور عند الغرب لأن لديهم الحرية التي جعلت من كل شخص يبدع في مجاله، بينما قيودنا حدث من إبداعنا، كما أنه لايظن "عائد علي بعيطيش" أن هناك شخصا لا يملك روح النكتة لأنها وسيلة تعبر عن حالة نفسية تصاغ بشكل فني، وبعبارة أخرى أن يصيغ الانسان همومه التي تواجه بشكل فني يمتاز بالسلالة، كما لابد من اعتماد الحيلة لتوصيل الفكرة و أسلوب النكتة هو الأسهل لقلب الإنسان [1].

الصورة صادرة يوم **15** ماي **2017** بموقع الفايسبوك عبر الصفحة المسماة(caricature / الكاريكاتير) .

أولا: الوصف

اذا كان رولان بارث انطلق في التحليل السيميولوجي من ثنائية التعيين و التضمين مستوفيا اياها بمدونة ألسنية (لغة لفظية) ، فان مارتن جولي توسعت في المستوى الأول جملة من العناصر كالخطوط و الألوان و الأشكال.

ان هذا النسق السيميولوجي الذي بين أيدينا صورة ليست محدودة بإطار، جاءت خلفيتها باللون الأبيض ،اذ تشغل الجهة اليسرى منها شيخ في مقتبل العمر يبلغ من العمر حوالي 70 سنة ، ذو أنف طويل ولحية وشعر كثيف يبدو عليه علامات الشيب يرتدي هذا الشيخ قميص أزرق اللون وكأنه باليا و متهرئا ، علامات الحيرة و الدهشة بادية على وجهه،

يحمل بيده اليمنى قفة خضراء اللون مخططة باللون الأحمر بداخلها خبزة ، يقف العجوز في وضعية مستقيمة مقابل لحنفية الماء الكبيرة الحجم المتواجدة في الجهة اليمنى للصورة ، الحنفية صفراء اللون بها القليل من اللون الأسود و بمكان نزول الماء متواجدة خيوط العنكبوت والعنكبوت في حد ذاتها ، تحت العنكبوت توجود رسالة ألسنية (zzz) مكتوبة بخط رهيف و حجم صغير ،كما رافق هذه الصورة رسالة ألسنية أخرى كتبت في أعلى الصورة في الوسط ببنط كبير باللون الأسود "وهاذ المخلوقة تصوم معانا؟!" ، لنجد رسالة لغوية أخرى في وسط الصورة "ياو.... هذي صائمة الدهر...." ببنط كبير باللون الأسود أيضا، وفي أسفل الصورة في الوسط كتبت عبارة "عائد" التي تمثل صاحب الصورة و أيضا امضاءه المتواجد وراء الرجل العجوز.

ثانيا: المستوى التعييني:

1- الرسالة التشكيلية:

- الحامل: وردت هذه الصورة عبر موقع الفايسبوك و هذا على الصفحة المسماة (caricature /الكاريكاتير) .



- التأطير: تم التركيز في هذه الصورة على الشكلين التاليين رجل يبدو كبير السن واقفا يحمل بيده قفة ليقابله الشكل الثاني وهو حنفية الماء المحاطة بخيوط العنكبوت.

- زاوية التقاط النظر واختيار الهدف: تبدو الصورة بأشكالها مقابلة فمن زاوية اختيار المشهد تقريبا جانبية من الجهة اليسرى في الأسفل.
- التركيب والإخراج على الورق: تبدو مواضيع الصورة مركبة بشكل عادي فالعين تقع على الأشكال المرسومة البارزة فبمجرد رؤيتها ثم نقرأ الرسالة اللغوية نفهم المعنى أكثر بحيث توجه قراءة هذه الصورة على حسب أهمية الأشكال والعناصر المكونة للصورة كما يلي:

1- شيخ.

2- حنفية.

3- عنكبوت.

- الأشكال:

خطوط منحنية: جاءت في شكل الحنفية و الخبزة.

خطوط مستقيمة و أخرى منحنية : أشكال الأجسام و الملابس .

خطوط مائلة القفة التي يحملها العجوز.

خطوط متقاطعة خيوط العنكبوت.

الخطوط المتوازية تقنية الضوء و الظل .

- اللون والإضاءة: يغلب على الصورة اللون الأبيض الذي جاء كخلفية للصورة باستثناء لباس الشيخ الذي جاء باللون الأزرق والقفة التي يحملها جاءت باللون الأخضر المخططة بالأحمر وقليل من اللون الأسود في بعض الخطوط والأشكال دون أن ننسى لون الحنفية الأصفر.

أما مصدر ورود الضوء في هذه الصورة جاء من الناحية العلوية اليمنى.

2- الرسالة الأيقونية:

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المضامين في المستوى الثاني
شكل بشري	رجل كبير في السن (شيخ)	مواطن بسيط ، المعاناة ،العجز
شكل هندسي	حنفية	الماء ، الحياة
شكل هندسي	عنكبوت	الوسخ، الجفاف، مكان مهجور

3- الرسالة اللسانية:

- وردت في هذه الصورة ثلاث رسائل ألسنية وهي على الشكل التالي:

1- وهاذ المخلوقة تصوم معانا؟!

2- ياو.... هذي صائمة الدهر...

3- Zzzz

- وهاذ المخلوقة تصوم معانا؟!: هذه العبارة جاءت بمثابة عنوان لهذه الصورة تعبر عن مدى دهشة الشيخ وتساءله عن مشكل المياه الذي يؤرق حياة المواطن حتى أصبحت الحنفيات وكأنها مزينة فقط لا تزود المواطنين بالمياه حتى أصبحت بيتا للعنكبوت.

- ياو....هذي صائمة الدهر: أدت هذه الرسالة الألسنية وظيفة التأكيد إذ أكدت تساؤل الشيخ عن مشكل المياه فهي إجابة واضحة ووافية على أن مشكل المياه كان ولازال إلى حد اليوم خاصة في شهر رمضان الكريم.

– zzz: وهي حروف باللغة الفرنسية على شكل عبارة هذه العبارة متداولة في المجتمع الجزائري تدل على الراحة أي أن العنكبوت اتخذت من هاته الحنفية مأوى لها وما يدل على ذلك انتشار الخيوط ، كما تدل أيضا على صوت الحشرات كالناموس و الذباب و العنكبوت.

– وللإشارة فقط فالرسالة الألسنية الأولى "وهاذ المخلوقة تصوم معانا؟" أدت وظيفة الترسيخ فقد رسخت المعنى العام للصورة حيث عملت على شرح المعنى العام الذي تؤديه الصورة لا نحرف المعنى إلى غير المعنى الذي وجدت من أجله الصورة: كما أدت وظيفة التوجيه إلى المعنى الحقيقي للصورة وحدت من الأفكار التي قد تراود متصفح الصورة ووضعته في المعنى الحقيقي الذي يريد الكاريكاتوري إيصاله.

وبالتالي أدت الرسائل الألسنية الواردة في هذه الصورة العديد من الوظائف فالأولى جاءت كتساؤل وتعجب عن مشكل المياه خاصة في شهر رمضان الكريم لتأتي الرسالة الأخرى كإجابة مفصلة عن هذا التساؤل لتكون فيما بعدها الرسالة الألسنية الثالثة دعامة للثانية وهي أبرز دليل عن ذلك.

يمكن الحكم هنا على الرسالة اللغوية التي ساعدت مختلف الأشكال في إيصال الرسالة من خلال أداء وظيفة المناوبة، فالرسم لوحده غير كاف لإعطاء المعنى العميق للصورة، فالرسالة اللغوية وجودها كان ضروري، لأنه لو غابت لانحرف المعنى إلى معنى أخر.

فالرسام من خلال هذه الصورة قدم الفكرة في الرسالة الألسنية الأولى ليتبعها في الشرح والدليل في الرسالتين الأخيرتين.

ثالثا: المستوى التضميني:

– التحليل السيميولوجي تحليل مستحدث مؤخوذ من اللسانيات البنيوية و توسع عن هذا المنهج ليتخذ له أداة جوهرية هي ثنائية التفكيك و التركيب ،و له مجموعة من الأدوات الخاصة به لتدعيم منهجيته المتمثلة كما قلنا سابقا في القراءة ثم التفسير و التأويل و النقد وصولا الى مرحلة تحليل قدرة النسق في الايحاء و التبليغ للتوصل الى قياس الاتصال و

التفاعلية الرمزية فيه ،فالتحليل السيميولوجي هو تفكيك الشفرات وهدفه هو البحث عن التوظيف الدلالي للعلامة في النسق بحد ذاته .

- و من خلال كل هذا قمنا بالاعتماد على مقاربة رولان بارث في الجانب الضمني لاستنطاق بعض الدلالات الخفية للنسق البصري ، الا أن مارتن جولي أضافت للمستوى التضميني الكثير للربط بين مختلف خطواتها الأولى .
- هذا النسق السيميولوجي رغم بساطته من حيث الشكل و المضمون الا أنه له دلالات عميقة و معاني دقيقة ، و يرمز الى مشكلة معينة ، فهذه الصورة التي بين أيدينا و الموجودة في موقع الفايسبوك تبدو واضحة نوعا ما، فعلاماتها الايقونية و التشكيلية توحي الى أبعاد عميقة مرتبطة بموضوع الصورة المتمثل في المشكل العويص الذي يعاني منه المواطن الجزائري اليوم ألا و هو مشكل المياه ، اذ اتضح ذلك من خلال الأشكال المرسومة والرسائل الألسنية الواردة.

توحي الصورة التي بين أيدينا الى كل ما هو ظاهر فهذه الشخصية البارزة لشيخ في السبعينات من عمره ذو شعر كثيف مائل الى الأبيض قليلا ، هذا ما يدل على كبر سنه و أنفه الطويل الذي يدل على النشاط و الأخلاق القوية و التدبير، كما يبدو و كأنه يتألم و هذا ما وعبرت عنه الصورة في ملامح الشخصية من حسرة و دهشة و ألم ، يرتدي هذا الشيخ قميص و كأنه باليا بعض الشيئ هذا يوحي على أنه مواطن بسيط و ما يوضح ذلك أكثر و أكثر القفة الخضراء المخططة باللون الأحمر التي يحملها بيده اليمنى بها خبزة دلالة على أنه رب أسرة و خبزة واحدة فقط ممكن أن تعبر عن حالة الفقر التي يعاني منها هذا الشيخ ، و عدم قدرته على شراء أكثر من خبزة ، يقف هذا العجوز في وضعية مستقيمة مقابلا لحنفية كبيرة للماء صفراء اللون ، هذه الحنفية جافة تماما لا توجد بها قطرة ماء، فم الحنفية محاط كله بخيوط العنكبوت و العنكبوت في حد ذاتها ، هذا دال سيميولوجي يوحي الى مدلول على أن العنكبوت اتخذت من الحنفية بيتا لها وهذا جراء الانقطاع التام للماء من مدة طويلة ، و الشيئ الذي يزيد من التدق الدلالي لهذه

الصورة الرسالة الألسنية التي جاءت بمثابة العنوان و "هاذ المخلوقة تصوم معانا " التي جاءت باللون الأسود دلالة على أنه في شهر رمضان الفضيل شهر الصيام ، و هذا ان دل فهو يدل على ضرورة توفر المياه خاصة في هذا الشهر و هذا يظهر لنا رأي الرسام و انتماءه و معاناته من هذه الظاهرة ، يوحي على أن هذا الرسام يعيش في هذه البيئة يتأثر بها و من خلال هذه الصورة يود أن يغير الواقع و يحسن معيشته و المعنى الذي يريد أن يوصله الكاريكاتوري الى قارئ الصورة، في هذه الحالة بامكانه القول لماذا وصل الحال الى هذه الدرجة ؟ حتى في شهر الصيام مثله مثل الشهور الأولى نعاني من نس المشكل ألا و هو انقطاع الماء ، و تجيب عليه الرسالة الألسنية الثانية " ياو ..هذي صائمة الدهر .. " فكلمة "ياو" مفردة متداولة بكثرة في المجتمع الجزائري فهي تؤكد المعلومة بمعنى " أكيد " أي تفيد التأكيد و التوضيح ، كما دلت العبارة أيضا أن مشكل انقطاع المياه هو مشكل عويص خلال كل أيام السنة و ليس فقط في شهر رمضان هذا الذي أضحى مشكل أو حديث الساعة بدون وجود أي مبررات أو أسباب لذلك ، كذلك نجد رسالة ألسنية أخرى و هي عبارة عن حرف باللغة الفرنسية معاد ثلاث مرات فهي عبارة متداولة بين أفراد المجتمع الجزائري خاصة الشباب منهم و التي تعني النوم و الراحة فهنا لها مدلول معين واضح و المأوى الذي تتخذه العنكبوت من الحنفية والراحة التامة ، دون أن ننسى عبارة عائد و التي تدل على صاحب الرسم ، كذلك توقيعه المتواجد خلف الشيخ و الذي يعد مرجع ومصدر لهذه الصورة، فالرسالة في هذا الرسم الهزلي أدت بوضوح دوري الترسيخ و المناوبة ،فالرسم لوحده بالغ الدلالة لكنه بحاجة الى لغة مكتوبة تساعده على استنطاق دلالاته الايقونية و ايصالها للمتلقي لفهم الرسالة التي تحاول تمريرها له.

فالجزائر تعاني من مشكل عويص يتمثل في نقص المياه الذي يرتبط أساسا بالجفاف (انعدام الأمطار خلال شهور عديدة) بحكم انتمائها إلى المناخ الأبيض المتوسط بالإضافة إلى ارتفاع عدد السكان وتنوع المجالات وتزايد الطلب على الاستهلاك بشكل كبير للمياه.

فلمواجهة هذا المشكل بالجزائر أنجزت عدة مشاريع في مجال توفير وتحسين توزيع المياه حيث أدت هذه المشاريع إلى التحكم في هذه الوضعية، فبالنسبة للجزائر العاصمة يتم توفير ما بين **340000** متر مكعب من المياه يوميا لتلبية حاجيات السكان.

فالماء مورد حيوي مشترك بين الناس فكل شيء في هذه الحياة يحتاج للماء للبقاء حيا حيث قَالَ تَعَالَىٰ: ﴿فَفَتَقْنَٰهُمَا ۖ وَجَعَلْنَا مِنَ ٱلْمَآءِ كُلَّ شَىْءٍ حَىٍّ ۚ أَفَلَا يُؤْمِنُونَ﴾

إلا أن انقطاعه يخلف موجة استياء وتذمر شديدين خاصة في عز شهر رمضان الكريم الذي يعرف استهلاكا متزايد للماء خاصة في موجة الحر الشديدة.

لعبت المدونة اللونية في هذه الصورة العديد من الدلالات والمعاني الخفية، كونه يعد مساحة مرئية أو بصرية تملأ الفراغ المتواجد في الصورة لتحصر درجتها التجريدية ، فاللون دال سيميولوجي يحاول اضفاء الحركية في الصورة من خلال التقابل و التوازي و التناظر بين الألوان ، كما يسند الى اللون جملة من الدلالات النفسية و السسيوثقافية و المرتبطة بموضوع الصورة (سياقها و شخصية الفنان) ، ففي هذه الصورة جاءت الخلفية باللون الأبيض و مدلوله الحقيقي هو النقاء و الطهارة و التقوى و العفاف و الجمال ففي هذه الصورة يرجع كل هذا الى الشهر الكريم شهر رمضان ، وتلك الخفية التي أتت باللون الأصفر الذي يدل على الشحوب والفراغ [157] ، وكأنها حزينة على نفسها إذ شبهها الرسام الكاريكاتوري هنا بالإنسان الذي يصوم على الأكل والشرب في شهر رمضان الفضيل ، كما أن اللون الآخر المسيطر على الصورة هو اللون الأزرق الذي تجسد في القميص الذي يرتديه الشيخ ، فالقميص الأزرق اللون يرمز عادة إلى المواطن الجزائري البسيط وكذلك الحالة النفسية لهذا الشيخ ، دون أن ننسى اللون الأخضر المخطط بالأحمر للقفة فاللون الأخضر يعتبر لون رئيسي في لألوان الضوئية و ثانوي في الصباغة لأنه مركب من الأزرق و الأصفر و يعد تكميليا للأحمر و يتخذ اللون الأخضر في الكثير من الثقافات بعدا روحيا و له دلالات نفسية أخرى فهو يوحي الى البهجة و السرور أما في

[157] http / lmawdo3.com تم الاطلاع على الموقع يوم 22 ماي 2017 على الساعة 21.00

هذه الصورة فهو يرمز للعلم الوطني الجزائري ، أما اللون الأحمر فقد استعمله الرسام الكاريكاتوري كخطوط طويلة متوازية في القفة اذ يستخدم اللون الأحمر هنا للتحذير اذ يرمز الى الخطر الكامن بالمجتمع فهو علامة سلبية يشير الى الجوانب المتوترة و القلقة أيضا ، فهو يستخدم لترسيخ قوة التأثير ، أما الرسائل الألسنية فقد جاءت كلها باللون الأسود و الذي يوحي للكآبة و الظلم و الظلام الذي يعيشه المواطن فيشهر رمضان من خلال ندرة المياه كما أننا نلاحظ أنها كتبت ببنط أو خط سميك هذا ما يدل الاستحواذ و السيطرة على حساب الطبقة الفقيرة البسيطة .

نستنتج من خلال قراءتنا التضمينية للصورة الكاريكاتورية ، أنها كشفت لنا مختلف الدلالات التي يمكن استقراءها و التي عبرت عن واقع و معاناة الشعب الجزائري من مشكل عويص يتمثل في انعدام المياه و ندرتها خاصة في شهر رمضان من خلال وجهة نظر " عائد بعيطيش ".

الصورة رقم 04:



الصورة صادرة يوم 20 ماي 2017 عبر موقع الفايسبوك على الصفحة المسماة (caricature /الكاريكاتير) .

أولا: الوصف

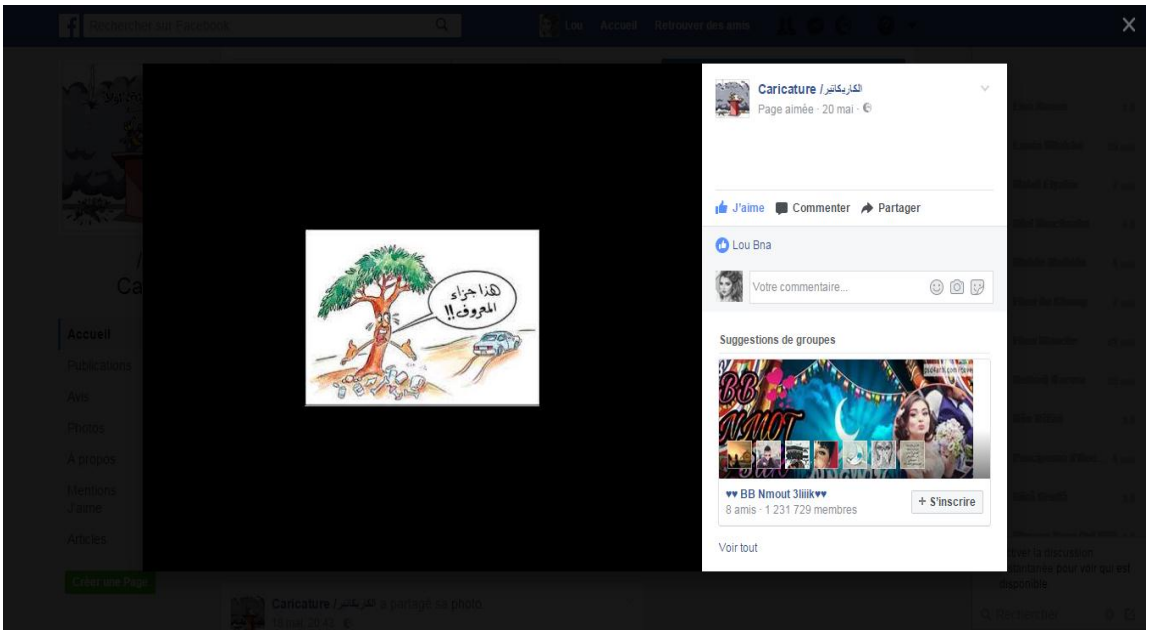
الوصف هو كل ما هو ظاهر وجلي وبسيط أي كل ما تراه العين المجردة، و يراد به القراءة البصرية لما تقع عليه العين و تحويل هذه الرسائل الى رسائل ألسنية من خلال استعمال اللغة ، فعند رؤيتنا للوهلة الأولى لهذه الصورة و هي مبثة عبر موقع الفايسبوك، نرى أنها جاءت محدودة بإطار أسود و تحمل بداخلها أشكالا و خطوط و ألوان و كتابة (رسالة لغوية) ، فبمجرد النظر في هذه الصورة أول ما يلفت الانتباه الشجرة التي تشغل الجهة اليسرى من الصورة هذه الشجرة أغصانها بنية اللون ذات أوراق خضراء لكن الغريب في ذلك كون للشجرة الشجرة عينان كبيرتان تتطاير منهما الدموع و تنظران الى الجهة اليسرى بقلق و حقد ، كذلك نلاحظ أن للشجرة أنف و فم مفتوح بأسنان بيضاء اللون وكأنها تتكلم بالإضافة إلى اليدين المفتوحتين و كأنها تتساءل ،

هذه الشجرة نرى أنها محاطة بالفضلات والأوساخ و بقايا الطعام من قارورات، وعظام ، بقايا التفاح ، أوراق، إذ نرى في الجهة اليمنى للصورة سيارة سياحية زرقاء اللون تسير بالإتجاه المعاكس للشجرة أي نحو اليمين تاركة وراءها على الأرض آثار عجلات السيارة، اذ جاءت خلفية الصورة باللون الأبيض و كذلك الأرضية باللون الأبيض و البني الذي هو لون التراب ، كما رافق هذا الرسم رسالة ألسنية صادرة عن الشجرة و كأنها تتساءل و مندهشة بقولها " هذا جزاء المعروف".

ثانيا: المستوى التعييني

1-الرسالة التشكيلية:

– **الحامل:** وردت هذه الصورة على موقع الفايسبوك و هذا على الصفحة المسماة (caricature /الكاريكاتير) .



– **الإطار:** الصورة محدودة فزيائيا بإطار ذو قياس **400-551 pixels**.

– **التأطير:** تم التركيز في هذه الصورة على ثلاث أشكال أولها الشجرة التي لديها عينان و أنف و فم و يدين ، كذلك الفضلات المحاطة بها بالإضافة إلى السيارة التي شغلت المساحة اليمنى من الصورة.

– **زاوية التقاط النظر وإختيار الهدف:** الصورة وبأشكالها وكأنها مقابلة فمن زاوية إختيارالمشهد جانبية من الجهة اليسرى من الأسفل.

– **التركيب والإخراج على الورق:** تبدو أشكال الصورة مركبة عاديا ، فالعين تقع على الأشكال المرسومة فبمجرد رؤيتها وقراءة الرسالة اللغوية نفهم المعنى أكثر، حيث توجه قراءة هذه الصورة على حسب أهمية الأشكال والعناصر المكونة لها كما يلي:

1-شجرة.

2-فضلات.

3-سيارة.

- **الأشكال:**

خطوط دائرية تعبر عن عجلات السيارة .

خطوط متوازية منحنية تمثل جذع الشجرة .

خطوط منحنية منكسرة دائرية تمثل وضعية الأرضية.

الخطوط المتوازية تقنية الضوء والظل.

الألوان والإضاءة: يغلب على الصورة اللون الأبيض الذي جاء كخلفية للصورة رغم بروز اللون البني المتمثل في الأرضية ، والأخضر البارز في أوراق الشجرة كذلك اللون الأزرق للسيارة ، و الملاحظ في ألوان هذه الصورة جاءت منسجمة ففي تفاعلها أعطت الوضع الطبيعي للبيئة ، أما مصدر ورود الضوء في هذه الصورة كان من الجهة اليمنى من الناحية السفلية.

2/ الرسالة الأيقونية:

الدولة الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	التضمينات في المستوى الثاني
شكل هندسي	شجرة	الظل، الطبيعة، ثمار
شكل هندسي	فضلات	الوسخ، التلوث، الفوضى، الأمراض
شكل هندسي	سيارة	سفر، سائق

4- الرسالة اللسانية:

وردت الرسالة اللغوية في هذه الصورة على شكل العبارة التالية : هذا جزاء المعروف ، فالرسالة اللغوية هنا ساعدت الأشكال في تكامل النظامين الألسني والبصري في ايصال الدلالة التعبيرية للكاريكاتور، من خلال أداء وظيفة المناوبة و يراد بها قدرة الرسالة الألسنية أن تنوب عن الصورة و قدرة الصورة أن تنوب عن الرسالة الألسنية و هي آلية تتحقق بتكرار المشاملة ، كما أدت أيضا مهمة الشرح اللازم للحد من التدفق الدلالي و المعاني التي يمكن أن تؤديها الصورة الكاريكاتورية اذ توجه القارئ الى معنى واحد ألا و هو وجوب المحافظة على البيئة من التلوث .

المستوى التضميني:

- ان هذه الصورة الكاريكاتورية توحي بشكل واضح الى طبيعة موضوع الدراسة ألا و هو القيم البيئية ، فهي توحي بعلاماتها الأيقونية و التشكيلية الى أبعاد عميقة مرتبطة بالبيئة و قيمها و مشاكلها ، فهي تعالج قضية البيئة و أسباب تلوثها ، تحمل في طياتها العديد من المعاني التعبيرية و التي تعطي رؤية متسلسلة للحدث الخاص بالقيم البيئية.

- هذا التحليل السيميولوجي هو كيفي استقرائي يقوم على فكرة التفكيك و التركيب ،و يحدث ذلك عبر عدة مستويات يستعمل كل مستوى أداة من الأدوات، كون أن هدفه هو البحث عن التوظيف الدلالي للعلامة في النسق السيميولوجي .
- و من خلال كل هذا قمنا بالاعتماد على مقاربة رولان بارث في الجانب الضمني لاستنطاق بعض الدلالات الخفية للنسق البصري ، الا أن مارتن جولي أضافت للمستوى التضميني الكثير للربط بين مختلف خطواتها الأولى .

تحمل هذه الصورة في طياتها العديد من المعاني السيميولوجية فمن خلال الشجرة ذات الأوراق الخضراء الجميلة التي شبهت بالانسان الذي يملك عينان و أنف و فم و يدين فالرسام استعمل أسلوب التشبيه اذ حذف المشبه ألا و هو الانسان و ترك عدة صفات من صفاته فاعينين الكبيرتين البارزتين اللتان تسيل هنهما الدموع و التي تنظران بحقد و كراهية و قلق الى السيارة الزرقاء المتجهة الى اليمين دال سيميولوجي على أنها ألحقوا بها ضرر كبير حتى أصبح تتكلم و تتتساءل من ذلك الوضع الذي آلت اليه فهي تشعر بالأذى مثلها مثل الانسان تماما ، أما الفضلات و الأوساخ المحيطة بها دليل على عدم مبالاة المتنزهين فهم في الأول يبحثون عن مكان جميل و نظيف لقضاء أوقاتهم لكن بعد ذلك يقومون بتشويه المنظر بالفضلات دون مبالاة لحال الطبيعة الذي سيتحول من الأفضل الى الأسوء ،أما السيارة السياحية الزرقاء فالمتجهة نحو اليمين تاركة وراءها آثار العجلات توحي بعدم الاهتمام اذ أن أصحاب السيارة أتو في نزهة إلى هذا المكان الرائع و الجميل ذو الهواء النقي و الطبيعة الجميلة و استفاذوا من الشجرة و ظلها كي يحميهم من الشمس لكن للأسف كان الجزاء أو المقابل بالعكس فقد شوهوا المنظر بالفضلات و هذا جزاء الخير ، هذا ما أدى بالشجرة تخاطبهم متعجبة وهي في حالة قلق شديدو حيرة و حسرة "هذا جزاء المعروف" ، هذه الرسالة الألسنية التي جاءت باللون الأسود ذو خط سميك فهي دلت على التأسف من هذه الظاهرة ألا و هي التلوث البيئي بدل المحافظة عليها و الاعتناء بها .

فالطبيعة تضل هي الملهم الرئيسي للإنسان فله علاقة وطيدة بها ، كونها تعد غذاء الروح بالنسبة له، فكما إن الإنسان كائن حي وله حواس يدرك ويشعر فإن الطبيعة أيضا ذات حساسية في ذاتها لأن لكل كائن حي خاصية يتميز بها فالنباتات كالأشجار مثلا تتأثر بالمناخ والمحيط، فإذا لم تكن هناك علاقة سليمة بين الانسان والطبيعة فإنه لا يمكن الحصول على مكتسبات منها، إذ نلاحظ في وقتنا الحالي الإنسان هو المخرب والمدمر الأول في الطبيعة (البيئة) بطريقة لا يتصورها العقل البشري فأضحى كالوحش المفترس يهاجم الطبيعة بلا رحمة، وأصبحت الفضلات والنفايات ظاهرة منتشرة بشكل كبير في بيئتنا خاصة في الأماكن السياحية وأماكن النزهة كالغابة مثلا ، فالشجرة تشعر الإنسان بالهدوء والسكينة والطمأنينة، وتدخل الراحة النفسية لقلب الإنسان؛ حيث تعتبر الأشجار والمناطق الخضراء بشكل عام من أبرز الأماكن التي يقصدها الإنسان عادةً للراحة والاستجمام، وقضاء أجمل الأوقات، وممارسة الأنشطة المميزة، التي تعيد له الحيوية والنشاط، وتساعده على ممارسة مختلف الأنشطة بإتقان أكبر، فتوفر الظل له وتساعد الإنسان بمنحه هواءً جيداً ونقياً، من خلال ملئه بالأكسجين بكميات جيدة ومناسبة، كما توفر الأشجار للإنسان العديد من المواد الغذائية، فكم من ثمار يمكن للإنسان تناولها باستمرار، و حتى المواد العلاجية الهامة التي تساعده على تخطي وتجاوز الأزمات الصحية التي يمر بها، كما أنّ هذا الأمر يعطي للأشجار قيمة اقتصادية عالية جداً، فالإنسان قد يعتاش هو وعياله على ما تعود به الأشجار من عائد اقتصادي جيّد يوفّر لهم حياة كريمة وهانئة نتيجة لبيع الثمار التي تنتج عنها.

أما اذا تعمقنا في المدونة اللونية نجد العديد من الدلالات و المعاني الخفية ، نلاحظ اللون الأبيض يمثل خلفية الصورة الذي يرمز للتألق و الجمال و النقاء و الصفاء ، أما اللون الأخضرالذي يعد في حد ذاته لون الطبيعة و لون الأرض الأخاذ الذي يوحي للتفاءل والحياة و المعنويات العالية [158] ، كذلك اللون البني و هو اللون التراب في هذه الصورة

[158] تم الاطلاع على الموقع يوم 15 ماي 2017 على الساعة 15.50 مساءا http /stadabayousf.blogost.com

هو من الألوان الحارة أو الساخنة توحي هذه الأخيرة للانفعال و التأثر و القوة ، فالبعض يرى أن اللون البني أنه لون كئيب و رتيب فهو يرتبط من الناحية النفسية بالراحة و الأمان و هو يرمز الى أحد الألوان الطبيعية لون التراب و بعض الرمال فهذا اللون ذو قيمة جمالية و رمزية توحي للأصالة و الطبيعة العذراء [1] , دون أن ننسى اللون الأزرق للسيارة الذي يعد من الألوان الباردة وهو دلالة على العدو الخطير الظالم الذي نوى الشر و الهلاك للشجرة و الطبيعة ككل ، فالأزرق يدل على الخسارة التي لا تعوض و التلوث و الكره كما يعتبر النظر الى الأشياء الزرقاء فال سيء و يرتبط اللون الأزرق عندنا بالانفعالات العقلية .

وفي الأخير يمكن القول أن الصورة الكاريكاتورية التي بين أيدينا نسق سيميولوجي اتصالي ، استطاعت من خلال الأشكال و الألوان المشكلة لها أن تحوي الظاهرة و تعبر عنها ، و للاشارة فقط فالصورة الكاريكاتورية هذه استطاع من خلالها الرسام أن يعبر عن مشكل البييئ الذي أضحى يؤرق الطبيعة و يعد الانسان المتسبب الأول في ذلك ألا و هو مشكل التلوث ، فمن خلال مكوناتها البسيطة كانت بمثابة المرآة العاكسة للواقع البيئي الذي يشهد العديد من المشاكل .

المبحث الثالث : النتائج الجزئية والإستنتاجات العامة للتحليل السيميولوجي للدراسة

1-النتائج الجزئية للدراسة:

من خلال التحليل لعينة الدراسة المتمثلة في الكاريكاتور البيئي وصلت إلى مجموعة من النتائج تتجلى فيما يلي:

- مدى إهتمام الكاريكاتورين بموضوع البيئة وقيمتها وقدرتهم عن النقد من خلال الرسم الساخر.

- الرسامين الكاريكاتوريين ركزوا من خلال صورهم على رسم البيئة بشكل عام كتصويرهم للنباتات الشجرة، الماء... والأوضاع التي آلت إليها هذه الأخيرة وهذا بغية الكشف عن كيفية مساهمة الكاريكاتور في نشر الوعي البيئي.

- فيما يخص خلفية الصور فكانت معظمها باللون الأبيض الذي يساعد على التفكير والإستعاب ويمنح الشعور بالتفاؤل.

- هذه الصور الكاريكاتورية إحداها لا تحوي رسالة ألسنية كون الرسام اكتفى بالرسم فقط لينوب عن اللغة، أما الثلاث صور الأخرى فقد احتوت على نص ألسني وهذا لترسيخ الأفكار فمنها من استعملت فيها اللغة العربية الفصحى ومنها ما استعملت فيها اللغة الدارجة الجزائرية ومنها من احتوت على الاثنين معا، حيث أصبحت بمثابة عنصر أساسي في الصورة.

- جل الصور المعالجة اتسمت بعناصر تعبيرية مختلفة أبرزها عنصر التهكم والهزل، تنقل الواقع البيئي.

- إن اللغة المرافقة للصور الكاريكاتورية لغة بسيطة واضحة وسهلة يفهمها أي مواطن وأصحاب الثقافة البسيطة.

- **الصورة الأولى:** بينت لنا كيف الإنسان يحافظ على النباتات والأزهار (البيئة ككل) وذلك بالغرس والتنظيف ويخشى عليها أن تتأذي وهو في نفس الوقت يرمي أما مها وعلى المساحات الخضراء الفضلات والأوساخ التي تشوه منظر البيئة ككل.

- **الصورة الثانية:** تناولت موضوع التبذير في رمضان وحال المواطن الجزائري في هذا الشهر فهو لا يبالي ويسرف في شراء وتحضير المأكولات لتذهب كلها وللأسف إلى حاويات الزبالة والذي يكون المستفيد منها الأول والأخير هو الفأر، فمن جهة يتأسف مما تبذره الدولة في مختلف المناسبات من حفلات وسهرات ومأدوبات العشاء ليفعل هو أكثر من هذا، ويرمي الفضلات بطريقة عشوائية ومن كثرتها شوهت المنظر.

- **الصورة الثالثة:** عالجت لنا مشكل المياه والذي أضحى مشكل عويص يعاني منه المواطن الجزائري وخاصة أيام شهر رمضان مما أبرزت لنا هذه الصورة أيضا أن هذا المشكل ليس في شهر رمضان فقط وإنما على مدار السنة.

- **الصورة الرابعة:** أثبتت لنا جزاء البيئة (الطبيعة) التي يستفيد منها الإنسان كالهواء والظل والماء، فهي ملجأه المفضل للتنزه وتغيير الجو والنفسية فيستفيد مثلا من ظل الأشجار ونقاء الهواء ليكافئها عند ذهابه برمي مختلف فضلاته وأوساخه مشوها المنظر للأسف.

- **الصورة الكاريكاتورية:** المذكورة أثبتت أنها تحمل رسائل لا يمكن الوصول إليها من خلال التحليل السيميولوجي وذلك من خلال الاستناد على مقاربة سيميولوجية (مارتن جولي) التي تستند هي أيضا بدورها على أدوات تكمن في (القراءة والنقد والتحليل).

استخدموا فيها التشبيهات والاستعارات والتشبيهات لتوضيح الفكرة أكثر التي كان أساسها نقد السلبيات ورفض السلوكيات السيئة وكشف الظواهر التي تترتب عنها نتائج وخيمة على المجتمع من بينها الظواهر أو المشكلات البيئية التي أثرت سلبا على الطبيعة التي تعد مصدرا أساسيا في حياة الإنسان والذي يعد المتسبب الرئيسي في هذا، فمن الضروري تنمية القيم البيئية والوعي البيئي والرمية بالأساس لتعديل السلوكيات الخاطئة حيال البيئة وذلك باستخدام الكاريكاتور الإلكتروني وهذا لقدرته الفائقة على حشد الجماهير (المتلقين) من مختلف الفئات والشرائح وكذا تنوع أشكاله ومضامينه.

ففي هذه الدراسة اعتمدت على بعض نماذج الصور الكاريكاتورية لمختلف الفنانين والتي نشرت عبر الفضاء الافتراضي " الفيسبوك" حيث قامت هذه الصور برصد الوضع الذي آلت إليه بيئتنا اليوم فهناك من يساهم في حماية هذه البيئة عن طريق النظيف مثلا وفي نفس الوقت يؤدي البيئة برمي الفضلات والقمامات في غير أماكنها، دون أن ننسى مشكل المياه الذي أصبح يؤرق الإنسان والنبات على حد سواء كذلك نجد أن البيئة تقدم للإنسان أشيئا إيجابية ليجازيها هو بالعكس، وهذا ما احتوت عليه الصور محل الدراسة وهذا إما بصورة واضحة وظاهرة أو بالإستعانة بدلائل ضمنية توحي لذلك.

فنستخلص أن الصورة الكاريكاتورية نسق سيميولوجي غني بالدلالات الضمنية، لايمكن الوصول إلى أبعادها وعمق دلالتها إلا من خلال الإستعانة بمنهج التحليل السيميولوجي الذي يدرس الأنساق البصرية دراسة كيفية، فهو يغوص في بنيتها الداخلية ليصل إلى أبعاد الدلالية.

وفي الأخير فإن هذه الدراسة تفتح مجالات بحثية عديدة أخرى، يمكن أن ترتقي إلى مستوى الدراسات الأكاديمية، كدراسة التأثير الذي تمارسه مثل هذه الصور على الجمهور المتلقي وذلك من خلال المعلومات التي يطرحها المستخدمين عبر هذا الموقع وكذا الجمعيات الناشطة في المجال البيئي وكل هذا من شأنه ترسيخ الوعي البيئي وتعديل السلوكيات الخاطئة حيال المنظومة البيئية وإحلال أسس سلمية للوعي والقيم والثقافة البيئية.

2- الإستنتاجات العامة للدراسة:

إنطلاقا من الدراسة المتعلقة بالقيم البيئية في الكاريكاتور الإلكتروني وهذا بهدف معرفة أبعاد ودلالة ومدى عمق الكاريكاتور الإلكتروني لواقع البيئة ونشر الوعي البيئي، وصلت إلى مجموعة من النتائج شملت كل ما نتناولته الدراسة من كل الجوانب.

1.إن الصورة وسيلة إتصال فعالة لها نفس العناصر الإتصالية التي تتضمنها أي وسيلة إعلامية أخرى.

2.الكاريكاتور وسيلة إعلامية ترتكز على النقد من خلال السخرية والمبالغة.

3.الكاريكاتور فن تعبيري يتناول مواضيع مختلفة كالمواضيع البيئية.

4.يعتبر الكاريكاتور همزة وصل بين البيئة والإنسان، كونه ينقل واقع البيئة ومشاكلها، كما يساهم في نشر الوعي البيئي والثقافة البيئية لدى الإنسان.

5.الكاريكاتور له دور كبير في نقل المشكلات التي تتخبط فيها بيئتنا اليوم من مشكل المياه التي تلوث، فهو يعد مرآة عاكسة للثقافة البيئية والبيئة المحلية وكان هذا عن طريق شخصيات أو عن طريق إمتزاج الألوان بينها أحيانا التي تتميز بالحيوية كالأخضر والأزرق في المقابل ألوان أخرى قد ترمز إلى صفحات سلبية هدفها إيصال الفكرة المراد توضيحها من خلال التعبير عنها بأسلوب بسيط.

6.إن الرسالة التي تحملها الصورة الكاريكاتورية تحمل دلالات ومعاني يمكن الكشف عنها من خلال التحليل السيميولوجي، حيث تلك الأشكال والرسومات لها عدة معاني فالخطوط المتوازية تمثل تقنية الضوء والظل.

7.للصور محل الدراسة أثبتت أن الكاريكاتور يعد مقالا خبريا قائم بذاته إذ باستطاعته تمثيل الواقع وحصر حدود المشكلة وإعطاء أسبابها ومن يقف ورائها.

8.الصورة الكاريكاتورية هي خطاب إعلامي فهي تنتهج النقد الساخر من أجل إقامة الإتصال والتعبير عن الواقع عكس الصورة الثابتة التي تتسم بالتجريد والواقعية والجماد.

9.خلقت وسائل التواصل الاجتماعي فضاء واسعا للرسام الكاريكاتوري الحرية في التعبير عن الواقع المعاش.

10. الكاريكاتور الإلكتروني أو بالأحرى الصور الكاريكاتور عبر موقع الفايسبوك تساهم في بلورة القيم البيئية ونشر الوعي البيئي لدى جماهير المستخدمين، بإعتباره واحداً من تطبيقات الإعلام الجديد بصفة خاصة والتي يمكن توضيفها لخدمة أغراض الإعلام البيئي.

11. إن مقاربة رولان بارث و مرتن جولي تعدان الأنسب والأفضل في تحليل الكاريكاتور، خاصة وأنهما تستندان على عناصر تفصيلية تساعد الباحث في الغوص في عمق دلالات الصورة، والوصول إلى مدلولاتها ومعرفة أبعادها، والطريقة التي مثلت بها الواقع.

خاتمة

خاتمة:

مما سبق يمكن القول أن الكاريكاتور في فترة وجيزة استطاع تحقيق ما لم تستطع الأنواع الأخرى تحقيقه، باعتباره عاملا هاما يساهم في إيصال الرسالة المراد تبليغها وبفضل ما يتميز به ومن خصائص فنية وتشكيلية، كما استطاع أن يجتاز بسهولة كل أنواع الحواجز الرقابية نظرا لانسيابه في قوالب بسيطة في شكلها، ولكنها عميقة في مضمونها، فالصورة الكاريكاتورية هي وسيلة إعلامية فعالة كونها تنقل وجهات النظر المختلفة، التي بها تحاول توعية الجمهور واستدراك الوضعية وكشف الأسرار الغير الظاهرة للكيان، فهي رغم الطابع الهزلي الفكاهي الذي تتسم به، إلا أنها تحمل في طياتها مواضيع جدية في نفس الوقت.

توسع الكاريكاتور الذي أصبح يعد وسيلة كفاح فعالة ضد مختلف السلبيات التي تسود المجتمع، فتوسع هذا الفن من الصحف المكتوبة إلى المواقع الاجتماعية مثل الفيسبوك، باعتبار هناك أن حرية التعبير وإيصال المعلومة لها مساحة أكبر بدون أي قيود تذكر، فكان الفيسبوك وسيلة للعديد من الفنانين الكاريكاتوريين لنشر صورهم التي جاءت بأسلوب تهكمي، استخدموا فيها الاستعارات والتشبيهات لتوضيح الفكرة أكثر التي كان أساسها نقد السلبيات ورفض السلوكيات السيئة وكشف الظواهر التي تترتب عنها نتائج وخيمة على المجتمع من بينها الظواهر أو المشكلات البيئية التي أثرت سلبا على الطبيعة التي تعد مصدرا أساسيا، لذا يمكن القول أن الفايسبوك لا يخلو من التمثلات و الصور التي تجسد كل ما يتعلق بالبيئة سواء كانت تمثلات

رمزية ضمنية أو معلنة ، فتتعدد أوجه التمثل وبقى الهدف واحد، وهو التأكيد على القيم البيئية و الثقافة البيئية و ترسيخها في صلب المجتمع.

اذ سمح لنا التحليل السيميولوجي للصور الكاريكاتورية والمبثة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالتعرف على الدلالات و المعاني التي تحملها تلك الصور من خلال تحليلها سيميولوجيا.

وفي الأخير فان دراستنا هذه هي احدى الدراسات التي تداولت وتناولت في مواضيعها القيم البيئية والوعي البيئي لكن بصيغ وأساليب ومناهج مختلفة، فقد اخترنا التحليل السيميولوجي لدراسة التأثير الذي تمارسه الصورة الكاريكاتورية على المتلقي و قدرتها على تجسيد معالم البيئة ومدى فاعليتها و دقتها وايصالها للرسالة الاعلامية وان غابت الرسالة الألسنية.

قائمة المصادر والمراجع:

قائمة المصادر والمراجع:

1 . المراجع باللغة العربية

القرآن الكريم

1. الكتب

1 أحمد بن مرسلي، **منهاج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.

2 أحمد عبد الكريم سلامة ، **قانون حماية البيئة** ، الرياض، المملكة العربية السعودية، مطابع جامعة الملك سعود، 1997.

3 أحمد كنعان، **القيم التربوية السائدة في شعر الطفل**،دار المنير، دمشق، سوريا، ط 1 ، 1999.

4 أحمد جلاد، **دراسات بيئية في التنمية والإعلام السياحي المستدام**، عالم الكتب، مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر، القاهرة.

5 أحمد يوسف، **السيميائيات الوصفية (المنطق السيميائي وجبر العلامة)**، منشورات الإختلاف، ط1، الجزائر، 2005 .

6 الربيع ميمون، **نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبية والمطلقة**، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1980.

7 البشير عربيان ود.أيمن سليمان، **مزاهرة، التربية البيئية**، دار المناهج، عمان، 2004.

8 ابراهيم رمضان الديب، **أسس ومهارات بناء القيم التربوية وتطبيقاتها في العملية التعليمية**، مؤسسة أم القرى، المدينة المنورة، ط2، السعودية، 2006 .

9 احسان محمد الحسن، **التراث القيمي في المجتمع العربي بين الماضي والحاضر**، مجلة الدراسات العربية، العدد 9، بيروت،1990.

10 إسماعيل إبراهيم، **الصحفي المتخصص**، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2001.

11 برنار توماس، **ما هي السيميولوجيا**، ترجمة محمد نظيف، إفريقيا الشرق، ط2، المغرب 2000.

12 برعي حمزة ومنى طاهر، **الإعلام البيئي دراسة ونماذج**، المنظمة العربية للنشر والتوزيع، تونس، 1987 .

13 جاسم صالح عبد الله وقبلاوي عبد الرؤوف شفيق، **التربية البيئية**، الكويت، 1995.

14 جمال الدين السيد على صلاح، **الإعلام البيئي على النظرية والتطبيق**، دار الطبع مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2003 .

15 جوزيف كورتيس، ترجمة جمال الحضري، **سيميائية اللغة**، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2007 .

16 حامد ابراهيم، **البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات**، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، 1993 .

17 حسين عمر، **نظرية القيمة**، ط3، 1986 .

18 حسن رجب، **الصحافة البيئية – دليل المدرب الصحفي –**، جهاز شؤون البيئة مطابع الأهرام التجارية، قيلوب،2000 .

19 حسنين شفيق، **الصحافة المتخصصة المطبوعة الالكترونية**، رحمة برسل الطباعة والنشر، 2006 .

20 حسين شفيق، **سيكولوجية الإعلام دراسات متطورة في علم النفس الإعلامي**، دار فكر وفن والنشر والتوزيع، 2008 .

21 رشاد أحمد عبد اللطيف، **البيئة والإنسان**، منظور اجتماعي ط1،دار الوفاء، 2007 .

22 شوقية هجرس، **فن الكاريكاتور**، تقديم مختار السوفي، دار اللبنانية المصرية، ط1، القاهرة، مصر، 2005.

23 صبري الدمرداش، **التربية البيئية النموذج والتنفيذ والتقويم**، دار المعارف، القاهرة، 1988 .

24 عمار بوحوش، **منهج البحث العلمي**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000 .

25 عادل مشعان ربيع وآخرون، **التربية البيئية**، الأردن، دار عالم الثقافة ط1، 2007 .

26 عبد الرحمان عبد الله العوضي، الإعلام والوعي الاجتماعي البيئي، القاهرة، جامعة الدول العربية، 1992

27 عبد الرؤوف الضبع،**علم الاجتماع وقضايا البيئة**، دار الوفاء، 2004، مصر .

28 عبد الحسيب محمد تيمور وعلم الدين محمود، **الكمبيوتر وتكنولوجيا الإتصال**، القاهرة، دار الشروق.

29 عبد الكريم سعدون، **الكاريكاتور الصحف (الجذور التاريخية ومراحل تطوره)**، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، 2008

30 عبد الرزاق محمد الديلمي، **الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية**، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، ط 1،2011 .

31 فضيل دليو، علي غربي وآخرون، **أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية**، منشورات جامعة منتوري، (قسنطينة_الجزائر) 1999 .

32 محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988 .

33 محمد الحسن احسان، **الأسس العلمية لمنهاج البحث الاجتماعي**، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، 1996 .

34 محمود عبد العزيز، **التغطية الصحفية لموضوعات البيئة**، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1988 .

35 محمد الشريف الجيوسي، **الإعلام وحقوق الإنسان البيئية**، المكتبة القانونية لدار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية 1999 .

36 مهني محمد ابراهيم غنايم ،التربية **البيئية مدخل لدراسة مشكلات المجتمع**، ط1، دار العلمية، مصر ، 2000 .

37 محمد سيد محمد، **وسائل الإعلام من المنادى إلى الانترنت**، دار الفكر العربي، ط 1، مصر، 2009 .

38 محمد متولي، **التلوث البيئي**، مؤسسة شباب الجامعة، ط 1، الإسكندرية، 2003 .

39 محمود علم الدين، **الصورة الصحفية دراسة فنية**، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، دون سنة

40 محمود ابراقن، ترجمة أحمد مرسلي، **التحليل السيميولوجي للفيلم**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006 .

41 محمود ابراقن، **المدخل إلى سيميولوجيا الإتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.

42 محمد البسيوني، **الفن التربية الأسس السيكولوجية لفهم الفن وأصول تدريسية**، دار المعارف للنشر والتوزيع، القاهرة، 1984 .

43 محمد يوسف أبو همام، **ثقافة اللون في الأوساط العربية**، ط1، الدار العربية للنشر والتوزيع، مصر، 1980 .

44 وائل مبارك خضر فضل الله، **أثر الفيسبوك على المجتمع**، المكتبة الوطنية فهرسة، الخرطوم، السودان، ط1، 2011 .

45 يوسف وغليسي، **النقد الجزائري المعاصر من اللاألسنية إلى الألسنية**، دار البشائر للنشر والاتصال، الجزائر، 2002 .

المجلات

1 احسان محمد الحسن، **التراث القيمي في المجتمع العربي بين الماضي والحاضر**، مجلة الدراسات العربية، العدد 9، بيروت،1990.

2 ابراهيم محمد سليمان، **مدخل إلى مفهوم سيميائية الصورة**، المجلة الجامعية، مجلد 2، عدد 16، جامعة الزاوية، 2014.

3 اليونيسكو، **اتجاهات التعليم البيئي بين الحكومات لمدينة تلبيس بالاتحاد السوفيتي**، مجلة اليونيسكو 01 أكتوبر 1977 .

4 حسينة بلحاج، **الخطاب السياسي في كاريكاتور أيوب بجريدة الخبر**، دراسة في واقع افرازات الثورات العربية، مجلة المواقف البحوث في المجتمع والتاريخ، العدد 8، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة معسكر، الجزائر،2011 .

5 خالد الفقيه، **فن الكاريكاتور فن النواة الأولى**، (صدى الإعلام)، العدد الثاني أب 2011.

6 سليمان العسكري، **نشأة السيميولوجيا**، عالم الفكر، مجلة دورية، العدد الثاني، الكويت، 1997.

7 سعادة لعلى، **محاورة الواجهة الأمامية للكتاب**، مقاربة سيميائية لواجهات المدونات الشعرية ل (عثمان لوصيف)، مجلة كلية الأداب والعلوم الإنسانية والإجتماعية، ، العدد 6 ،جامعة محمد خيضر ، بسكرة الجزائر ،جانفي 2010 .

8 عمر عتيق، **التناص في صورة الكاريكاتير**، (دراسة أسلوبية جمالية)، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد التاسع والعشرون، 2013.

9 منى الحديدي، **تكوين الصورة**، مجلة الإذاعات العربية، العدد 03، 2000 .

الملتقيات و المؤتمرات

1 عاطف سلامة،**ثقافة في النص الكاريكاتوري وتأويلات المتلقي**، المؤتمر العالمي الثالث لكلية الأدب، غزة، جامعة الأقصى، 30 جوان 2006.

2 محمد أسامة العبد، **الإشارات والرموز والأيقونات البصرية**، مجلة الثورة، مؤسسة الوحدة للصحافة والطباعة والنشر، 2015 .

3 محمد عزوي، سيمياء **صورة الكاريكاتير، (الانظمة العربية نموذجا)**، قسم الآداب واللغة العربية، جامعة فرحات عباس سطيف، الملتقى الدولي السادس، السيمياء والنص الأدبي، 2012

المعاجم و القواميس

1 أحمد زكي بدوي، **معجم مصطلحات الدراسات الإنسانية والفنون الجميلة**، ط1، مصر، دار الكتاب المصري/ لبنان، دار الكتاب اللبناني، 1991 .

2 محمود فريد عزت، **قاموس المصطلحات الإعلامية**، دار الشروق والطباعة والتوزيع، جدة، 1984.

3 **قاموس المنجد في اللغة والإعلام**، بيروت، دار المشرق، 1986 .

المقابلات

1 أمال ديب، مقابلة خاصة بمقر جريدة اليوم، في 15 فيفري 2009 على الساعة 12:30.

الرسائل الجامعية

1 أمال قاسمي، **ظاهرة الإرهاب في الجزائر من خلال رسومات كاريكاتيرية**(دراسة تحليلية سيميولوجية لصور أيوب ودلام خلال الفترة الممتدة من جانفي 1997 إلى جانفي 2001)، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، 2011/2010.

2 بن حليمة هاجر يخلف جميلة ، **التحليل السيمولوجي للكاريكاتور الاجتماعي عبر صفحة الفايسبوك** للصحفي الجزائري، الرسومات الكاريكاتورية للرسام " محمد جلال" نموذجا، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2015.

3 باديس لونيس، **جمهورية الطلبة الجزائريين والانترنت**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2008.

4 بدر الدين بن بلعباس، **شبكات التواصل الإجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين**- الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجا، ماجيستير علم الإجتماع، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015 .

5 حسينة بلحاج، **الخطاب السياسي في كاريكاتور أيوب بجريدة الخبر** دراسة في واقع افرازات الثورات العربية، مجلة المواقف البحوث في المجتمع والتاريخ، العدد 8، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة معسكر، الجزائر، 2008 .

6 راشدي وردية،" **تمثلات الثقافة الشعبية الأمازيغية في الإنتاج السينمائي الجزائري**"، دراسة سيميولوجية لفيلمي"جبل باية" و"الربوة المنسية"، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012.

7 سهام زواوي وهاجر تركي، **الإعلام البيئي**- دراسة مسحية استطلاعية لعينة من أسر لخمسة أحياء ببلدية باب الوادي، ولاية الجزائر- (مذكرة ليسانس)، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2008.

8 عبد الله محمد الشايع عبد العزيز، **الإعلام ودوره في تحقيق الأمن البيئي**، رسالة ماجستير، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، العلوم الشرطية، الرياض، 2003/2002 .

9 فايز يخلف، **دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية** (دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من إعلانات مجلة " الثورة الإفريقية ")، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 1996.

10 فايزة يخلف ولويزة بندو، **تحليل سيميولوجي لنموذجين اشهاريين مخطوط**، مذكرة لنيل شهادة ليسانس، الجزائر 1992.

11 كهينة سلام، **الصورة الكاريكاتورية في الصحافة المستقلة**، دراسة سيميولوجية لعينة من الخبر وليبارتي خلال الانتخابات التشريعية 30 ماي 2002، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستار، جامعة الجزائر، 2004.

12 كيحل فتيحة، **الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي** (دراسة في استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي، موقع الفايسبوك نموذجا، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012.

13 محمود ابراقن، **علاقة السيميولوجيا بالظاهرة الاتصالية**، دراسة حالة سيميولوجيا السنيما، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2001.

14 ماريف ميلود، **التجليات الموضوعية لفن الكاريكاتور في الوسط الشعبي**، دراسة تحليلية لأعمال أيوب جريدة الخبر، مذكرة لنيل شهادة ماجيستير، كلية الفنون، جامعة تلمسان، الجزائر، 2005.

15 محمد منصور، **تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على جمهور المتلقين**، (دراسة مقارنة للمواقع الإجتماعية والمواقع الإلكتورنية)، رسالة ماجستير في الإعلام والإتصال، مجلس كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية في الدانمرك، 2010.

16 نشادي عبد الرحمن، **الأبعاد الرمزية للصورة الكاريكاتورية**، (دراسة تحليلية سيميولوجية لنماذج من جريدتي اليوم والخبر)، دراسة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، جوان، 2002.

2 المواقع الالكترونية

http//rawahil m aktooblage. Com

www.alwah.net

WWW.AGE.GOV.SA/GATES/MOHEBA8.HTML

www.iraqgreen.net

http://bit.l/Awitter.mb

www.google.fr

www.arrafid.ae/arrafid/f1-12-2011.html

http : //thawra.al wehda.gov.s

http://itFck.aHLamontada.net/t195.topic

www.arrafid.ae/arrafid/f1-12-2011.html

http:// pulpit.alwatanvoice.com/

http://www.Knoowmore.com

, http:// alhayat.com

http:// felesteens.ps

www.startimes.com

http / lmawdo3.com

http /stadabayousf.blogost.com

Les livres

1 - Jean martinet, clefs pour la semiologie, édition.SEGHERS, paris, 1975

2 - josepH dominiK.Thedaynamics of mass communication.iVeue York MR.graue hill. th.ed.1993

3 – hifzi topoz, caricature et societe, France, édition mame, 1970.

Les dicionnaires

1 – Hachette le dictionnaire français, langue française avec phonétique et éthondagie, édition algériennes, 1992 .

2 – herbit honson peter ouven, dictionnary of écology, london, 1962.

3 - l'encyclopédie universalis corpus, volume 4, éditeur à paris, france1, 1990.

الملاحق

الملاحق

الملحق جاء يحتوي على الصور الكاريكاتورية التي تم دراستها دراسة سيميولوجية ، كما ارتأينا أن تكون رفقة الحامل الذي جاءت عليه و هو صفحات الفايسبوك ، و هي على النحو التالي من 1 الى 4 و هذا حسب ما جاء في الدراسة في الفصل الخامس أي الجانب التطبيقي .

الصورة رقم 01



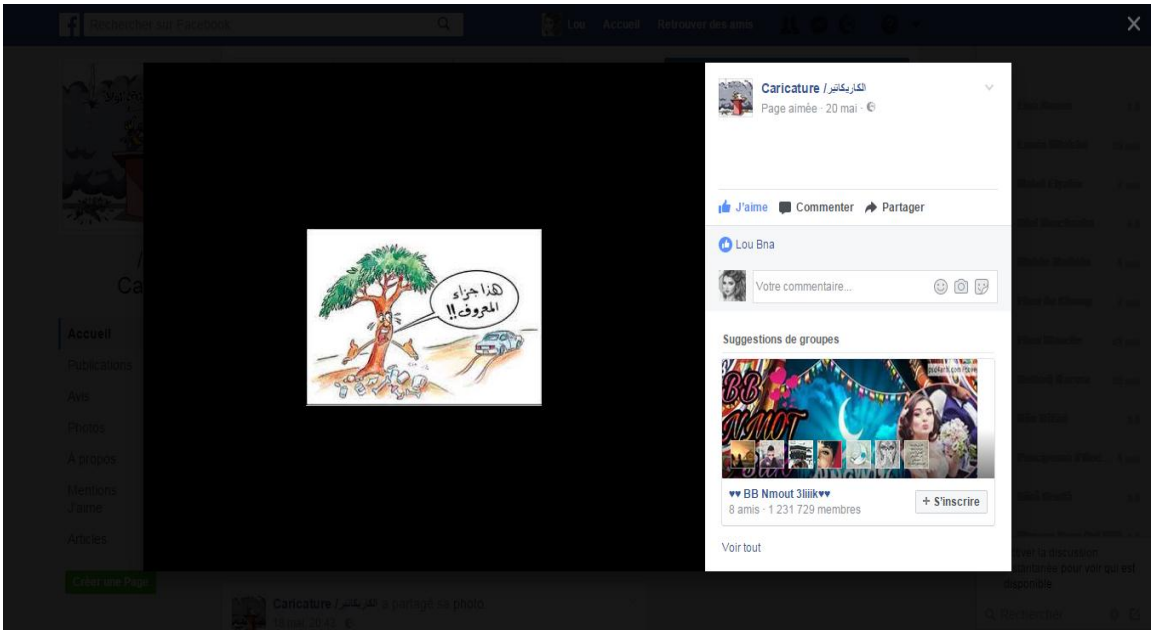
الصورة رقم 02



الصورة رقم 03



الصورة رقم 04



الفهرس

الفهرس

مقدمة .....أ-د

الفصل الأول: التحديد المنهجي للموضوع 8-25

الاشكالية.....8-9

التساؤلات.....9

أسباب اختيار الموضوع.....9-10

أهمية

الدراسة.....10-11

أهداف الدراسة.....11

منهج الدراسة وأدواته.....11-15

عينة الدراسة.....15-16

تحديد مفاهيم البحث.....16-22

الدراسات السابقة.....23-25

صعوبات الدراسة.....25

الفصل الثاني: القيم البيئية والإعلام البيئي كآلية لتكوين الوعي.....28-48

المبحث الأول: مفهوم الإعلام البيئي (أهميته، مهامه، أهدافه).....28-37

المبحث الثاني: مصادر الإعلام البيئي والعوامل المتحكمة فيه.....38-40

المبحث الثالث: مفهوم القيم البيئية (خصائصها، تصنيفاتها وأسسها).....41-45

المبحث الرابع: دور الإعلام الجديد في نشر وتنمية القيم البيئية.....45-48

الفصل الثالث: الكاريكاتور... وسيلة الاتصال في العالم الافتراضي.....51-68

المبحث الأول: نشأة الكاريكاتور وتطوره.....51-56

المبحث الثاني: مفهوم الكاريكاتور وخصائصه.....57-61

المبحث الثالث: أشكال الكاريكاتور وأهم وظائفه.....62-64
المبحث الرابع: أصناف الكاريكاتور.....65-68
الفصل الرابع: الصورة الكاريكاتورية كدعامة إلكترونية.....71-93
المبحث الأول: التأصيل النظري للسيميولوجيا (مفهومها ومجالاتها).....71-97
المبحث الثاني: المدارس والاتجاهات السيميولوجية.....81-82
المبحث الثالث: أسس التحليل السيميولوجي للصورة الكاريكاتورية.....83-90
المبحث الرابع: الصورة الكاريكاتورية في مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك).....91-93
الفصل الخامس: توظيف خطوات التحليل السيميولوجي على وحدات الدراسة من الصور الكاريكاتورية البيئية الصادرة بموقع الفايسبوك 96-139
المبحث الأول: بطاقة فنية الموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك.....96-98
المبحث الثاني: التحليل السيميولوجي للصور الكاريكاتورية محل الدراسة حسب التكامل المقارباتي رولان بارث و مارتن جولي.....99-134
المبحث الثالث: النتائج الجزئية والاستنتاجات العامة للتحليل السيميولوجي 135-139
الخاتمة.....141-142
قامة المصادر والمراجع.....144-151
الملاحق.....153-155
الفهرس.....156-157