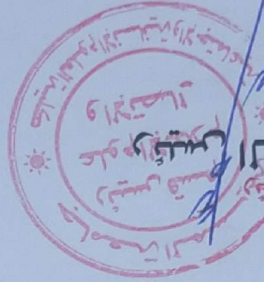
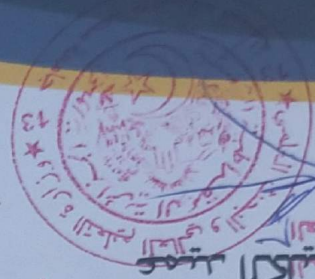


رئيس الكلية
د. محمد بن عبد الله بن مسعود



رئيس قسم علوم الاتصال
د. محمد بن عبد الله بن مسعود



رئيس الكلية
د. محمد بن عبد الله بن مسعود

كاتبه لتفويض الفعل الاتصالي .

تقافية وسياقات حضارية ، بمداد علمية علمية تحت عنوان : التمثيلات النصية في الإعلام : الصورة الكاركتيرية
في الملتقى الوطني المنعقد يوم 06 ماي 2025 والموسم بـ : الصورة الإعلامية ورهائها : تمثيلات
(ت) يشهد عميد الكلية على أن السيد (ه) : د. جولة شادي ، جامعة محمد بن فضال بالمستلة ، شارك في

شهادة مشاركة

قسم علوم الاتصال والإعلام
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
جامعة محمد بن فضال - المستلة
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية



ينظم قسم علوم الإعلام والاتصال وبالتنسيق مع مخبر الاتصال والمجتمع

ملتقى وطنيا بعنوان:

الصورة الإعلامية ورهاناتها : تمثلات ثقافية وسياقات

حضرية.



يوم الثلاثاء 06 ماي 2025

بقاعة عبد الحميد بن باديس

الجلسة الافتتاحية

التوقيت	نوع النشاط
10.00 – 09:00	تلاوة آيات من القرآن الكريم
	النشيد الوطني
	كلمة السيدة رئيسة الملتقى الأستاذة: هدى عكوشي.
	كلمة السيد رئيس القسم : الدكتور يوسف عبد العالي
	كلمة السيد عميد كلية العلوم الانسانية والاجتماعية: أ.د. رحاب مختار
	كلمة السيد مدير جامعة محمد بوضياف المسيلة: أ.د. عمار بودلاعة



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية



الجلسة الصباحية:

رئيس (ة) الجلسة : د عبد المالك صاوي من 10.00 إلى 11.30

مقرر الجلسة : ابتسام حمديني

الرقم	اسم ولقب المتدخل	الجامعة	عنوان المداخلة	البريد الالكتروني	التوقيت
01	أ. د. براردي نعيمة ود. سامي علي مهني .	جامعة محمد بوضياف المسيلة جامعة البشير الابراهيمي برج بوعريريج	توظيف الصورة الرقمية في البرامج التلفزيونية وتأثيراتها .	naima.berardi@univ-msila.dz	10.00 إلى 10.15
02	أ.د عبد المالك صاوي أ.د. ع الحميد بلعباس	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	الصورة الإعلامية الراهنة للقضية الفلسطينية في نظر الإعلام الغربي،	abdelmalik.saoul@univ-msila.dz	-10.15 10.30
03	د. أسماء حممايدية	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	الصورة الإشهارية المتحركة - رهانات الإنتاج والتلقي - مقارنة سيميائية لإشهار سيارة مارسيدس،	hamaidia.asma@univ-guelma.dz	-10.30 10.45
04	أ.بومامي لعباس د. بن شونخ بوبكر	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	السياقات الفلسفية و التاريخية والثقافية للصورة الإعلامية.	boubaker-seddik.benchouikh@univ-msila.dz	-10.45 11.00
05	د. لطيفة صافي ود. صافي عبد الحكيم	جامعة العربي التبسي- تبسة	تحولات الخطاب الإتصالي في ظل هيمنة الصورة الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي .	latifa.safi@univ-tebessa.dz	-11.00 11.15
-11.15 11.30	مناقشة عامة				

رئيس الجلسة عن بعد: أ. د بلعباس عبد الحميد: من 11.00 الى 13.15

مقرر الجلسة: أ طيبي رابح

<https://meet.google.com/htj-wycf-ghx> الرابط

رئيس الجلسة عن بعد: د. بلعباس : الهاتف : 0659877904

الرقم	الاسم واللقب	الجامعة	عنوان المداخلة	البريد الالكتروني	التوقيت
01	أ. د. عبد الرحمن بابا واعمر.	جامعة غرداية	الرهان الأخلاقي في استخدامات الصورة في وسائل الإعلام الجزائرية - مقارنة قانونية على ضوء المسؤولية الاجتماعية-	babaouamer.abde rrahmane@univ-ghardaia.edu.dz	11.00 11.15
02	أ. د. فكرون السعيد + د. فكرون عصام الدين	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة جامعة الجزائر 3	موقع الصورة في قراءة مفهوم الرمزية لدى عالم الاجتماع الفرنسي بيار بورديو	Said.fekroune@univ-msila.dz	11.15- 11.30
03	د. مفتاح بن اعمر	جامعة 8 ماي 1945-قلمة	الإعلام وصناعة الثقافة في فلسفة ثيودور أدورنوا.	benamor.meftah@univ-guelma.dz	11.30- 11.45
04	د. نجاة بن صالح	جامعة علي لونيسي- البليدة	الصورة الإعلامية من المفهوم والتطور إلى العصر الرقمي.	nadjetmino@gmail.com	11.45- 12.00



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية



رئيس الجلسة عن بعد : أ. د بلعباس عبد الحميد: من 11.00 الى 13.15

مقرر الجلسة : أ طيبي رابح

<https://meet.google.com/htj-wycf-ghx> الرابط

رئيس الجلسة عن بعد : د. بلعباس : الهاتف : 0659877904

الرقم	الاسم واللقب	الجامعة	عنوان المداخلة	البريد الإلكتروني	التوقيت
01	أ. د. عبد الرحمن بابا واعمر.	جامعة غرداية	الرهان الأخلاقي في استخدامات الصورة في وسائل الإعلام الجزائرية - مقارنة قانونية على ضوء المسؤولية الاجتماعية-	babaouamer.abde rrahmane@univ-ghardaia.edu.dz	11.00 11.15
02	أ. د. فكرون السعيد + د. فكرون عصام الدين	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة جامعة الجزائر 3	موقع الصورة في قراءة مفهوم الرمزية لدى عالم الاجتماع الفرنسي بيار بورديو	Said.fekroune@univ-msila.dz	11.15- 11.30
03	د. مفتاح بن اعمر	جامعة 8 ماي 1945-قلمة	الإعلام وصناعة الثقافة في فلسفة ثيودور أدورنوا.	benamor.meftah@univ-guelma.dz	11.30- 11.45
04	د. نجاة بن صالح	جامعة علي لونيسي- البليدة	الصورة الإعلامية من المفهوم والتطور إلى العصر الرقمي.	nadjetmino@gmail.com	11.45- 12.00



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية



الجلسة المسائية : 11.30- 13.00

رئيس(ة) الجلسة الثانية (حضوريا) : د.لعزيزي سعاد.

مقرر الجلسة : أ. طيبي رابح

الرقم	الاسم واللقب	الجامعة	عنوان المداخلة	البريد الالكتروني	التوقيت
01	د.سعاد لعزيزي +أ.مليفة جورديخ	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	الصورة الصحفية في ظل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بين نقل الحقيقة وتزييف الواقع	souad.laazizi@u niv-msila.dz	-11.30 11.45
02	د.حنان رقاد + د. عكوشي هدى	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	The image and the Soft War: The Power of Knowledge and the Subtlety of Influence"	houda.akkouchi @univ-msila.dz	-11.45 12.00
03	د . حيمر سعيدة	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	Transformations of visual reception in digital media an analysis of the impact of digital images on users.	saida.himeur@u niv-msila.dz	-12.00 12.15
04	د. تيميزار فاطمة ود.لرقط حسين	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	الصورة وعلاقتها باللغة	fatma.timizar@ univ-msila.dz	.12.15- 12.30



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية



12.00 12.15	pr.slimani.l@gmail.com	التمثيلات الثقافية والاجتماعية عبر الصور وفقا للنموذج الاتصالي لستيوارت هال Stuart Hall.	جامعة غرداية	د. ليلى سليماني	05
-12.15 12.30	s.khettal@univ-tissemsilt.dz	الصورة الإعلامية المؤثرة - ذاكرة لا تموت - الاتصال	جامعة قسنطينة 03	د. ختال سهام ود. ختال بختة.	06
-12.30 12.45	benatmane-fahima@univ-eloued.dz	صورة المرأة في الإشهار الجزائري - دراسة ميدانية	جامعة الوادي	د - فهيمة بن عثمان	07
-12.45 13.00	halima.gu@yahoo.com	التضليل البصري وسؤال الحقيقة في سياقات الصراع الفلسطيني الصهيوني - تحليل بنيوي لبعض المنصات الرقمية العربية للتحقق البصري الإخباري	جامعة الجزائر 3	ط د. حليلة قمورة	08
13.00- 13.15	Maoucha.abddelhafid@univ-khenchela.dz	الصورة الإعلامية المؤدجلة وخطرها على الثقافة والهوية العربية: قراءة في المخاطر وسبل مواجهتها.	جامعة عباس لغرور، خنشلة	د. أحمد معط الله و.أ.د. معوشة عبد الحفيظ	09



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية



05	د.خولة شادي + ط.د.خليل زيتوني	جامعة محمد بوضياف - المسيلة جامعة الجزائر 3	التمثيلات البصرية في الإعلام الصورة الكاريكاتورية كآلية لتعزيز الفعل الاتصالي	khawla.chadi@univ-msila.dz	12.30- 12.45
مناقشة عامة					
13.00					

الجلسة الثالثة (حضوريا): - 13.00

رئيس الجلسة الثالثة: بن عيسى الشيخ.

مقرر الجلسة: د. مصعب بلفار

الرقم	الاسم واللقب	الجامعة	عنوان المداخلة	التوقيت البريد الالكتروني	التوقيت
01	د.لعمال عفيفة + أ.د.زيري عبد الله	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	إدارة سيميائية الصورة البصرية في الإشهار وأثرها النفسي والاجتماعي على المشاهد	afifa.laadjal@univ- msila.dz	13.00 13.15-
02	أ.الشيخ بن عيسى + د.مصعب بلفار	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	الصورة وصناعة الإيديولوجيا	- cheikh.benaissi@ univ-msila.dz	13.15 -13:30
03	أ.ابتسام حمديني +أ.نايلي سهيلة	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	الصورة الإذاعية عبر موقع فايسبوك: نحو اختراق ملكة الخيال لدى المتلقي المستمع.	- ibtissam.hamdini@ univ-msila.dz	13.30 -13.45

		رئيس قسم علم الاتصال والتواصل			
13:45 -14:00	- khadra.ouadah@univ-msila.dz	صورة المرأة الجزائرية عبر الأنستغرام: رموز بصرية وتمثيلات ثقافية، تحليل سيمبولوجي لعينة من الصور الثابتة.	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	د. سارة قطاف أ. خضرة واضح	04
14:00 -14:15	Abdelali.yousfi@ univ-msila.dz	الأنفوغرافيا وصناعة المعنى : الصورة كأداة للهيمنة الرمزية في الفضاء الرقمي	جامعة محمد بوضياف - المسيلة جامعة محمد الأمين دباغين - سطيف 2	د. يوسف عبد العالى د. بن برغوث ليلي	05
14:15 14:30	-	الصورة النمطية للعربي لدى الآخر	جامعة الجزائر جامعة 03 جامعة محمد بوضياف - المسيلة	د. عبد النور بركاتي + د. أمحمدي اسمهان	06
14:30 14:45-		تقنيات ودلالات الصورة الصحفية والتلفزيونية .	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	أ. أحمد نوازي	07

قراءة التوصيات واختتام أشغال الملتقى



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة



قسم علوم الإعلام والاتصال بالتعاون مع مخبر الإتصال والمجتمع.

وفرقه البحث Prfu : مستعملو وسائل الإعلام .

تنظم الملتقى العلمي الوطني الموسوم ب:

الصورة الإعلامية ورهاناتها : تمثيلات ثقافية وسياقات حضارية .

المحور: الصورة الإعلامية ودورها في تحقيق الفعل الاتصالي

عنوان المداخلة : التمثيلات البصرية في الإعلام: الصورة الكاريكاتيرية كآلية لتعزيز الفعل الاتصالي

عنوان المداخلة مترجم: Visual Representations in Media: The Caricature as a Mechanism for

Enhancing Communicative Action

اسم ولقب المؤلف¹ خولة شادي

اسم ولقب المؤلف² خليل زيتوني

جامعة الانتماء/المخبر: ¹جامعة المسيلة

جامعة الانتماء/المخبر: ²جامعة المسيلة

البريد الإلكتروني¹ khawla.chadi@univ-msila.dz

البريد الإلكتروني² khalil.zitouni@univ-msila.dz

رقم الهاتف¹ 0697613956

رقم الهاتف² 0676817688

¹ نبذة عن المؤلف (خولة شادي)، جامعة المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الاتصال المؤسسي، كتابة عدة مقالات في التخصص والمشاركة في العديد من الملتقيات الوطنية والدولية)، رابط حساب الباحث العلمي على /<https://www.researchgate.net/profile/khwlt-shady-2> google scholar
researchgatehttps://scholar.google.com/citations?hl=fr&view_op=list_works&gmla=AH70aAUaLaXtR-

² نبذة عن المؤلف (خليل زيتوني)، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال، كتابة عدة مقالات في التخصص والمشاركة في العديد من الملتقيات الوطنية والدولية)،

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء حول دور وتأثير الصورة الكاريكاتيرية في الإعلام كأداة قوية للتعبير عن الآراء ونقل الرسائل الاجتماعية والسياسية من خلال كيفية استخدام الكاريكاتير في الإعلام لخلق تمثيلات بصرية مختصرة وسهلة الفهم، مما يساهم في تسريع وصول الرسائل إلى الجمهور وتعزيز الوعي بالقضايا المختلفة وبطريقة مؤثرة.

سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية أن نكشف على أن الصورة الكاريكاتيرية تعتبر وسيلة فعالة ومبتكرة لتعزيز الفعل الاتصالي، وتحفيز الوعي العام من خلال توجيه الرسائل بطرق مبتكرة، كما تساهم في تعزيز الحوار المجتمعي من خلال أسلوبها البسيط والغير مباشر في نقل الأفكار الذي يؤثر في تشكيل المفاهيم والاتجاهات مما يعزز الفهم العميق للتواصل الفعال والمبتكر في عصر المعلومات.

الكلمات المفتاحية: تمثيلات بصرية، إعلام، صورة كاريكاتيرية، فعل اتصالي، الرسائل الإعلامية

Abstract:

This research paper aims to highlight the role and impact of caricatures in media as a powerful tool for expressing opinions and conveying social and political messages. It explores how caricatures are utilized in media to create concise and easily understandable visual representations, thereby facilitating the swift delivery of messages to the public and enhancing awareness of various issues in an impactful manner.

In this academic paper, we will attempt to demonstrate that the caricature image is considered an effective and innovative means of enhancing communicative actions and stimulating public awareness through the delivery of messages in creative ways. Additionally, it contributes to fostering community dialogue through its simple and indirect style of conveying ideas, which influences the formation of concepts and attitudes, thereby promoting a deeper understanding of effective and innovative communication in the age of information.

Keywords: Visual Représentations, Media, Caricature, Communicative Action, Media Messages

مقدمة:

تعد التمثيلات البصرية أدوات حيوية في الإعلام والفنون، إذ تستخدم لنقل المعاني والأفكار عبر الصور بدلاً من النصوص. وتمثل التمثيلات البصرية، بما فيها الصورة الكاريكاتيرية، وسائط فعالة في التأثير على الجمهور من خلال تبسيط المفاهيم، إطلاق التأمل، وإثارة العواطف، وذلك بفضل قدرتها على الجمع بين الصورة والرمز بشكل يعزز من فاعليتها التواصلية. فالصورة الكاريكاتيرية فهي شكل من أشكال التمثيلات البصرية يتميز بتحريف أو تبسيط ملامح الشخصيات والأحداث بهدف تسليط الضوء على قضايا اجتماعية، سياسية، أو ثقافية، وغالباً ما تستخدم لغايات نقدية أو كوميدية. على الصعيد العلمي، ينظر إلى الكاريكاتير كأداة تحليلية فاعلة في فهم الصورة النمطية، وتشكيل الرأي العام، وإثارة النقاش، لأنها تتفاعل مع القيم والمرجعيات الثقافية وتختزل المفاهيم المعقدة في رموز بصرية بسيطة.

بالتالي، تستند هذه التمثيلات إلى نظرية التواصل البصري ودراسات الصورة، حيث تؤثر في تشكيل الإدراك والمعنى الاجتماعي بشكل متباين حسب السياق الثقافي والتاريخي، مع إمكانية استخدامها كوسيلة مقاومة أو تغيير اجتماعي.

وتعتبر الصورة الكاريكاتيرية من أرقى الفنون التشكيلية وأصعبها، لذا احتل الكاريكاتير مكانة هامة يستحقها لقدرته على اختزال كم هائل من المشاعر والمواقف في مشهد واحد لاستنفار مخيلة القارئ وإشراكه في العمل من خلال صورة تبالغ في إظهار تحريف الملامح الطبيعية أو خصائص ومميزات شخص أو جسم ما، بهدف السخرية أو النقد الاجتماعي أو السياسي أو الفني أو غيره، وله القدرة على النقد بما يفوق المقالات والتقارير الصحفية.

فهي أحد أهم وسائل الاتصال التي لاقت شعبية كبيرة ولها القدرة على جذب القراء والمتابعين للأوضاع الاجتماعية الطارئة والقدرة البالغة على تصوير الواقع المعاش بصورة مزلية تصنعها أقلام رسامي الكاريكاتير وكذا بعد النظر الإبداعي الذي يحظى به الرسامين في تصوير قصة خبرية كاملة في مساحة مصغرة.

وتعزيز الفعل الاتصالي من خلال الصورة الكاريكاتيرية يمثل إستراتيجية فاعلة ومبتكرة تعكس قدرة الوسائل البصرية على توصيل الرسائل بشكل مؤثر وسلس. إذ تمكن الكاريكاتير من تبسيط

المفاهيم المعقدة وإيصال الأفكار بطريقة فنية وفكاهية، مما يساهم في جذب انتباه الجمهور وتحفيز تفكيره نحو قضايا ذات أبعاد اجتماعية وسياسية وثقافية. كما أن الطابع غير المباشر والسلس للصورة الكاريكاتيرية يتيح لها أن تؤثر بشكل عميق في تشكيل المفاهيم والاتجاهات، مما يعزز من عملية بناء الوعي العام والفهم المشترك. ويعد استخدام الصورة الكاريكاتيرية ضمن استراتيجيات الاتصال، وسيلة فعالة لتحفيز الحوار المجتمعي، وتقوية الروابط بين مختلف الفئات، وتعزيز الثقافة التفاعلية التي تتيح للمتلقى أن يتفاعل ويشارك بشكل أكثر فعالية. بالتالي فإن توظيف الصورة الكاريكاتيرية بدقة ومسؤولية يمكن أن يساهم بشكل كبير في تطوير الفعل الاتصالي، وجعله أكثر ديناميكية وفاعلية في مجتمع ينمو ويتغير بسرعة.

1. الإشكالية:

إن التمثيلات البصرية في الإعلام هي الصور والرموز والوسائط المرئية التي تستخدم لنقل الرسائل والأفكار والمعلومات للجمهور. من الناحية العلمية والأكاديمية، تعرف بأنها الأنظمة التي تعتمد على الصور والأشكال البصرية كوسيلة تواصل تعزز الفهم والتأثير، وتشكل صوراً ذهنية مشتركة لدى المتلقين. تدرس في حقل الدراسات الإعلامية والنظرية البصرية كيفية توظيف هذه التمثيلات لتوجيه التصورات، وتشكيل معالجة المعنى، وتأثيرها على الإدراك الثقافي والاجتماعي، مع التركيز على دورها في صناعة الرأي والتشكيل النفسي للفرد والجماعة.

سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية معرفة كيف تساهم التمثيلات البصرية، خاصة الصورة الكاريكاتيرية، في تعزيز فاعلية العملية الاتصالية في وسائل الإعلام، من خلال قدرتها على اختزال المعنى، إثارة الانتباه، وتحفيز التفاعل الاجتماعي، مع التأثير على التصورات الثقافية والاجتماعية للجمهور والآليات التي تشتغل من خلالها هذه الصور لتحقيق ذلك، وهذا بالتوظيف الرمزي والبلاغي في سياقات متنوعة سواء كانت سياسية، اجتماعية أو ثقافية، لكونها تؤثر في تشكيل الرأي العام مع إمكانية استخدامها كأداة نقد وتغيير اجتماعي، وفي تحليل مدى قدرة الصورة الكاريكاتيرية على نقل الرسائل بفعالية وتحقيق أهدافها الإعلامية. هنا تطرح الصورة الكاريكاتيرية موضوعات مختلفة حسب توجه صاحبها والظرف العام والسياق المحيط به، وتختلف في مدى قوتها وتأثيرها على توجيه المجتمع بعد نقده، والتي تعمل حسب مرجعيات المتلقي على اختلاف طبقاته ومستواه الثقافي. ومن هنا جاءت الإشكالية التالية:

❖ كيف تساهم التمثيلات البصرية، لا سيما الصورة الكاريكاتيرية، في فاعلية العملية الاتصالية لنقل الرسائل الإعلامية؟

وللإجابة على هذه الإشكالية نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي العناصر والخصائص السيميائية التي تميز الصورة الكاريكاتيرية وتعزز من قدرتها على توصيل الرسائل الإعلامية؟
- كيف تؤثر الصورة الكاريكاتيرية على تشكيل التصورات وتحفيز التفاعل الاجتماعي لدى الجمهور كوسيلة اتصال؟

1. أهداف البحث:

نهدف من خلال هذه الورقة البحثية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف كالتالي:

- ✓ الكشف عن العناصر والخصائص السيميائية التي تميز الصورة الكاريكاتيرية وتعزز من قدرتها على توصيل الرسائل الإعلامية؛
- ✓ دراسة كيف تؤثر الصورة الكاريكاتيرية على تشكيل التصورات وتحفيز التفاعل الاجتماعي لدى الجمهور كوسيلة اتصال .

2. أهمية البحث:

تكمن أهمية الصورة الكاريكاتيرية، في زيادة فاعلية العملية الاتصالية لنقل الرسائل الإعلامية وهذا من النقاط التالية:

- تساهم في شرح الأفكار المعقدة وتبسيط المفاهيم بطريقة مرحة وسهلة الفهم؛
- إيصال الرسائل بسرعة وهذا لكونها تملك القدرة على نقل المعلومة في لحظة دون الحاجة للكثير من الشرح؛
- تثير التساؤلات من خلال تحفيز النقاش وتدعو للتفكير حول موضوع معين بطريقة ساخرة أو نقدية؛
- تسلط الضوء على قضايا هامة بطريقة لافتة وجذابة وتعزيز الوعي الاجتماعي والسياسي.

II. الصورة الكاريكاتيرية

1. تعريف الصورة الكاريكاتيرية

- تعريف الصورة: في اللغة الصورة من الجذر (ص و ر) الصورة والجمع في صورة، وقد صور فصور تصور الشيء توهم صورته. (منظور، د ت)
 - تعريف الكاريكاتير: الكاريكاتير كلمة إيطالية (caricature) أصلها لاتيني (carica) بمعنى حشو أو (lacharge) بالفرنسية، ويقال (caricare) أي (charger) من الفعل يحشو، ويطلق (caricatista) للرسام الكاريكاتيري وتعرفه (L'encyclopédi universalis) على أنه التعبير الصحيح. (L'encyclopédi, 1990)
 - وحسب قاموس لاروس الصغير (Le petit Larousse) الكاريكاتير هو رسم تصوير هجائي أو مضحك عن شخصية أو موضوع أو شيء، وهو تشويه مضحك مبالغاً لبعض العيوب. (petitlarousse, 2024)
 - ويعرف الكاريكاتير على أنه نمط من الاتصال يحمل مضمون ورسالة يهدف إلى تحقيق غاية، ويوظف عنصر الفكاهة والسخرية، ويحول الصورة إلى نص بصري قبال للتأويل والفهم والقراءة بغض النظر عن لغته.
 - الصورة الكاريكاتيرية: عرفها قاموس Oxford أكسفورد: هو صورة رسم مضحك، التعبير عن فكرة بطريقة ساخرة ومضحكة. (Oxford, 00)
- فالصورة الكاريكاتيرية هي نمط اتصال جري، ورسالة بصرية يستطيع من خلالها الفنان الهزلي تقديم الأخبار والمعلومات والأفكار، وذلك تحت رسومات هزلية بسيطة مثيرة للضحك ولكن تحمل في طياتها معاني عدة وتأويلا عميقة. وبالتالي فهو نتاج إبداع، ذكاء ودهاء الكاريكاتيري الذي يضع صورة ساخرة ثابتة تجسد الواقع وتخاطب الجمهور الذي يحاول فهم تلك الرسائل وفق رصيده الثقافي وانتمائه الاجتماعي.

2. أنواع الكاريكاتير:

هناك العديد من أنواع الكاريكاتير نذكرها كالتالي: (حمادة، 2000)

- الكاريكاتير السياسي: يعالج موضوعا سياسيا، كما يستخدم مرافقا لافتتاحيات الصحف ومعبرا عن محتواها، ويهدف إلى تشويه صورة شخص أو فكرة أو أمة أو موقف، عن طريق

السخرية والنقد وإظهار العيوب والمبالغة في تصوير الملامح، لأن الكاريكاتير السياسي يعبر عن وجهة نظر متحيزة، حيث يساعد على شرح الأحداث للقراء وبناء اتجاهاتهم نحو القضايا السياسية الراهنة وكذا تبسيط هذه الأحداث لكافة فئات المجتمع؛

- الكاريكاتير الاجتماعي: الذي يعالج القضايا الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، فقضايا المجتمع في تجدد وتزايد مستمر تبعا لتطور المجتمع وتجدد قضاياها بشكل يومي، وتزداد الرسوم الكاريكاتيرية في المجال الاجتماعي على حسب ما يجري في البيئة الاجتماعية حيث يهتم بتصوير مختلف آفات الاجتماعية والأزمات على غرار أزمة البطالة والسكن وباقي المناسبات الدينية والاجتماعية كالأعياد والدخول الاجتماعي وغيرها من الأحداث التي يعيشها المواطن. وبالنسبة للاقتصادي تسليط الضوء على قضايا الفساد وغيرها، وفيما يخص الثقافي من جانب النقد والإعلام للمواضيع الثقافية.

- الكاريكاتيري الفكاهي: هدفه إثارة الضحك والفكاهة بغض النظر عن توجيه نقد إلى أحد؛

- كاريكاتير البورتري: الذي يصور وجه شخصية معينة بشكل ودي، أو بشكل هجائي يحتوي بعض المبالغات أو الإضافات للوجه، مثل تصوير بعض المشاهير والأصدقاء أو الشخصيات الاجتماعية أو بعض الشخصيات السياسية، لإثراء نص أو قصة خبرية أو تقرير، بشكل مثير للنقد والسخرية.

وهناك من يضيف الأنواع التالية :

- الكاريكاتير الإعلامي: تستعمل الكثير من الصحف أكثر من صورة كاريكاتورية بصفحاتها مكانا للتعليق أو الخط الافتتاحي، وأحيانا أخرى صور مدعمة ومرافقة لمختلف المقالات والأخبار. لهذا يعتبر الكاريكاتير في الصحافة المكتوبة من بين الأدوات التي تستخدم في تصوير الأحداث ونقلها بطريقة مباشرة وغير مباشرة للقراء؛ (إحدادن، 1991)

- الكاريكاتير الدعائي: تستخدم الدعاية كوسيلة من الوسائل التي تلجأ إليها مختلف الهيئات السياسية والاجتماعية من أجل الترويج لها، ويستخدم بصورة كبيرة خلال الأحداث السياسية وذلك للترويج للأيديولوجيات المختلفة.

3. خصائص الصورة الكاريكاتيرية

يتميز الكاريكاتير مقارنة بالأنواع الصحفية الأخرى بمجموعة من الخصائص، حيث أن أسلوب الكاريكاتير البسيط يساهم بقدر كبير وبأسلوب متنوع في تحقيق الرسالة الإعلامية والاتصالية بشكل واضح، والتي من بينها ما يلي:

- القدرة على كشف العيوب: للكاريكاتير القدرة الكاملة على تصوير الحقائق ووصف الواقع بشكل هزلي بسيط وكذا بطريقة سهلة وسريعة تساعد القارئ على تفسير مختلف الأحداث الراهنة في رسم واحد وهو ما يضع الرسام الكاريكاتيري محاطا بمختلف المواضيع الراهنة، وكذا يستلزم أن يكون على دراية بالثقافة المحلية الشعبية للجمهور الذي تصدر فيه الجريدة. حيث يعتمد الرسام الكاريكاتيري على شخص أو مقولة أو وضع عام من أجل أن يضع المشاهد على الرسم الكاريكاتيري بمثابة المشاهد على الحدث مهما كان إيجابيا أو سلبيا بالنسبة للسياق الذي يصدر فيه؛
- التبسيط: يعتمد بناء الكاريكاتير على أسلوب بسيط قائم على التركيز على الكم أي الصورة أو الرسم الكاريكاتيري كلما كان بسيط كلما كان ذا معنى ومغزى، والمبالغة في الوصف أو في الرسم وزيادة عدد الرسائل الألسنية لن يخدم الرسام أو القارئ على حد سواء حيث أن الوضوح أو البساطة تعد من أساسيات الرسم الكاريكاتيري، ولكي يكون أكثر إثارة لابد أن يكون ذا معنى قوي من أجل تحقيق التواصل المطلوب وبشكل فعال والتمكن من خلق رد فعل؛
- الفكاهة : تعتبر الفكاهة ووسائل الإعلام ظاهرتين متداخلتين بحيث يصعب الحديث عن أحدهما دون اللجوء إلى الآخر، ف انطلاقا من الرسوم الكاريكاتيرية والرسوم المتحركة ومرورا بالمضامين والإعلانات الفكاهية، تعمل وسائل الإعلام على تطوير الظهور اللغوي للفكاهة فهذه الأخيرة ذات أهمية من حيث كونها أداة خطابية وكذا ظاهرة اجتماعية ولغوية في نفس الوقت. وهذا ما يسعى إليه صاحب الرسالة الإعلامية إلى إضافة نوع من التسلية والمرح وكذا الاعتبارية في نقل الأحداث وتجريدها جزئيا من الجانب الجدي وتكييف الأحداث بطريقة مسلية تهدف إلى إضحاك وتسلية القارئ وترجمة الأحداث في ذهنه دونما مجهود عقلي مبالغ فيه. (Ermida, 2012)

III. الكاريكاتير كوسيلة اتصال

لا شك أن الصورة الكاريكاتيرية تشكل محتوى إعلاميا هاما للإعلام الجماهيري، فهي مادة إعلامية تعبيرية، وهي وسيلة اتصال تنقل الرسالة إلى المتلقي وتختلف عن الصورة العادية بأنها تنقل الرسالة بقدر من التشويه والمبالغة، فهي تتراوح بين طرفي مرسل ومستقبل الرسالة وفق نماذج الاتصال المختلفة

والثابت أن القوة الاتصالية للصورة معروفة من طرف الجميع، هذا لأن الاتصال عبارة عن عملية إرسال واستقبال رموز ورسائل، سواء كانت شفوية، كتابية لفظية أو غير لفظية.

إلى جانب هذا فالكاريكاتير لغة فعلية يمكنها أن تحقق الاتصال إذا توفرت على العناصر التالية:

1. المرسل: وهو مصدر الرسالة أو النقطة التي تبدأ عنها عملية الاتصال، عادة وقد يكون هذا المصدر هو الإنسان أو الآلة أو المطبوعات أو غير ذلك، وبالتالي في الفن الكاريكاتوري هو ذلك الشخص أو المؤسسة الإعلامية التي تقوم بإعداد الرسم الكاريكاتيري، هو الرسام الذي يبدع في خطوط وأشكال متنوعة تكون رسائل مختلة مقدمة للجمهور عامة والنخبة خاصة، وهو في ذلك يتأثر ويؤثر في البيئة الاجتماعية المحيطة به، إذ يحاول كشف الحقيقة عن طريق تشويه الحقيقة باستخدام تلك الرسائل الهجائية الساخرة الهزلية البسيطة في الشكل والعميقة في المعنى والأهداف. (سيدفهمي، 2006)

بالتالي يشكل الرسام الكاريكاتيري الحلقة الأولى في عملية إنتاج الرسم الكاريكاتيري، وعليه مراعاة مجموعة من العناصر من أجل تحقيق رسالة إعلامية هادفة، ولا بد أن يكون له رموز خاصة تميزه عن باقي الرسامين وإمضاء خاص، مع مراعاة عنصر السياق الذي تنتج فيه الرسائل حيث يستخدمون الصور النمطية وكذا الرموز والرسوم والتي تكون مرتبطة بالموروث الثقافي والشعبي وكذا المتعلقة بالأحداث التي صدر فيها الكاريكاتير؛

2. المتلقي: وهو الجهة أو الشخص الذي توجه إليه الرسالة ويقوم بحل رموزها بغية التوصل إلى تفسير محتوياتها وفهم معناها، وفي الصورة الكاريكاتيرية نعني به جمهور هذه الأخيرة، والذي يقوم بقراءة الصور واستخلاص التفاسير والمعاني التي يمكن أن تؤديها الصورة، وحتى يتم استخلاص تلك الرسائل التي تحتويها يجب أن يكون قارئها على دراية بالخلفية التي منها وبسببها رسمها الكاريكاتيري.

ويشير هنا أبراهام مولز (A, Moles) إلى أن المستقبل يتلقى مجموعة من الدلالات المكونة للرسالة ويطابقها مع دلائل مخزنة في فهرسه الشخصي وهنا تتم عملية الإدراك، ويجب أن لا يقاس نجاح عملية الاتصال بما يقدمه المرسل ولكن بما يقوم به المستقبل سلوكيا، (بدوي، 2008)

3. الرسالة: من القول أن الرسالة هي الموضوع أو المحتوى الذي يريد المرسل أن ينقله إلى المستقبل، أو هي الهدف الذي تهدف عملية الاتصال تحقيقه، وعليه فهي في موضوع البحث تمثل محتوى الصورة الكاريكاتيرية محل الدراسة، وهو المراد إيصاله للجمهور، فهي الجزء الرابط بين المرسل والمستقبل فتحقق تأثيرات مختلفة على متلقيها. ولانجازها تمر بمرحلتين مرحلة التخطيط يتم بلورة الفكرة التي شدد انتباهه، تليها مرحلة الإنتاج ويتم فيها الإعداد النهائي للصورة.

حيث أن المغزى العام للرسالة الموجودة في الرسم الكاريكاتيري يقوم على الرموز الموجودة التي يجب عليه اختيارها بعناية تامة وتتوافق مع الهدف الأول. إضافة إلى كونه يصور الواقع ويعرف به تعد الرسالة الكاريكاتيرية جزئية متكاملة مع النص؛

4. الوسيلة: وهي القناة التي تنقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل والرسام الكاريكاتيري يختار وسيلة معينة لتمثيل صورته إلى الجمهور المتلقي لها والتي تتمثل في الجرائد، الكتب، المجلات، الملصقات... إلخ. وهي التي تمكن من تحقيق الأهداف التي ينتظرها الرسام من خلال نقل رسالته تلك إلى المستقبل.

ورغم تنوع وسائل نشر الصورة الكاريكاتيرية إلا أن الوسائل المكتوبة أو الصحافة المكتوبة الأكثر استخداما، ومع ظهور أشكال جديدة لبث الصورة الكاريكاتيرية وعصرنتها عن طريق استخدام وسائل العرض السمعية البصرية والانترنت وبعدها تقنيات؛

5. الوضع أو المدونة: فالرسام الكاريكاتيري يرسمه لتلك الخطوط والأشكال البسيطة إنما يريد التعبير عن رأي أو موقف معين ولكن بدون التصريح عنه مباشرة فهو من تلك الخطوط يخبئ مدلولات كثير والجمهور المتلقي لها هو الذي يسعى إلى تفكيكها والتعرف عليها. فهو يستعمل مدونات لتبليغ رسائله وهذه المدونات تختلف من فنان إلى آخر فيمكن أن تكون

أشكال هندسية، خطوطاً، ألواناً ولكنها تحمل في عمقها دلالات عدة وكثيرة، إلا أن الهدف الوحيد الذي يسعى الكاريكاتيري إلى تحقيقه هو الإمكانية التي منها يستطيع المتلقي لرسماته فكها والوصول إلى المعنى الحقيقي الذي من أجله ينشرها ووصول المتلقي لفهمها وفك رموزها يعني تحقيق العملية الاتصالية في الصورة الكاريكاتيرية.

ويختلف التأثير الذي يحدثه الكاريكاتير باختلاف الجمهور التي تتوجه إليه وكذا العوامل المؤثرة في العملية الاتصالية:

6. المرجع (السياق): الكاريكاتوري مرجعه الوحيد هو الواقع المعاش، الصراعات، الأحداث، المشاكل التي يعيشها المجتمع.... منها يستقي الرسام أفكاره والتي تمزج بثقافته وقناعته وآرائه التي تترجمها رسوماته. (قاسيمي، 2013)

يمكن ذكر بعض النقاط حول تأثير الصورة الكاريكاتيرية في المتلقي:

- الترويج على المتلقي من خلال إثارة الضحك وروح النكتة والتهكم؛
- لفت انتباه المتلقي لبعض الأمور والمسائل التي لم يعد ينتبه إليها؛
- التأثير الانفعالي على المتلقي عن طريق إثارة أحاسيسه وعواطفه تجاه بعض القضايا
- المساواة التي تحيط به؛
- إصلاح سلوك المتلقي وتقويم ممارساته الأخلاقية عن طريق التركيز على سلوك الشخصية الكاريكاتيرية واستهجان عيوبها وتعاملاتها؛
- زيادة حماس المتلقي وقوته النفسية من خلال العبارات التي ترافق الصورة؛
- إثارة الرأي العام للجماهير من خلال التطرق لبعض القضايا الحساسة التي تمس الناس؛
- تثقيف المتلقي من خلال إطلاعه على بعض الأمور التي يجهلها؛
- الرفع من مستوى ذكاء المتلقي من خلال محاولته فك رموز الصورة، والوصول إلى قراءتها قراءة صحيحة وسليمة.

IV. النتائج:

أسفرت عملية الإطلاع على مختلف الأدبيات المتعلقة بموضوع التمثيلات البصرية في الإعلام والتي منها الصورة الكاريكاتيرية كآلية لتعزيز الفعل الاتصالي على مجموعة من النتائج كالتالي:

- الصورة الكاريكاتيرية تساهم بشكل فعال في جذب انتباه الجمهور وتسهيل فهم الرسائل المعقدة، وهذا لتعزيز التفاعل والإدراك نظراً لقدرتها على تبسيط الأفكار بطريقة فنية ومرحة؛
- تستخدم الكاريكاتير للانتقاد أو التعليق على أحداث سياسية واجتماعية، مما يعزز من قدرته على تحفيز النقاش وإثارة الفكر وذلك بإبلاغ الرسالة بطريقة محفزة لإعادة التفكير؛
- تستخدم كوسيلة لتعزيز التواصل الجماهيري وأداة لتعزيز الفعل الاتصالي من خلال توجيه الرسائل بشكل فعال وإيجابي، وتسهيل انتقال المعلومات مع الحفاظ على عنصر الفكاهة والسخرية؛
- بالرغم من فعالية الصورة الكاريكاتيرية نجدها قد تثير جدلاً أو سوء فهم، خاصة إذا تسببت في إهانة أو إساءة، مما يتطلب دقة في اختيار المحتوى، واحترام السياقات الثقافية والاجتماعية.

الخاتمة:

يمكن القول من خلال ما تم تناوله أن أهمية الصورة الكاريكاتيرية تبرز في كونها أداة فعالة ومتنوعة في تعزيز الفعل الاتصالي، خاصة في سياقات الإعلام الحديثة التي تتسم بسرعة الانتشار وتنوع الوسائط. إذ تظهر الورقة البحثية أن الصورة الكاريكاتيرية لا تقتصر على وظيفة الترفيه بل تتعدى ذلك لتؤدي دوراً مركزياً في نقل الرسائل الاجتماعية، والسياسية، والثقافية بشكل فني وذكي، يراعي السياقات الثقافية والاجتماعية، ويعتمد على رمزية وتفاعلية عالية مع الجمهور. كما أظهرت النتائج أن الصورة الكاريكاتيرية، بوصفها تمثلاً بصرياً يحمل لمسة فنية وفكاهية، تعزز من قدرة وسائل الإعلام على إثارة النقاش، وتحفيز التفكير، وتوجيه الرأي العام، من خلال انتقاد قضايا معينة أو تسليط الضوء على قضايا جوهرية بأسلوب غير مباشر، ولكنه مؤثر وفعال. ويعد هذا الشكل الاتصالي من أكثر الوسائل قدرة على تبسيط المفاهيم المعقدة وتيسير عملية استيعابها، لكونه يجمع بين الصورة والكلام بأسلوب يختصر الكثير من الكلام، ويخلق تأثيراً نفسياً وعاطفياً عميقاً.

حيث يتضح أن الصورة الكاريكاتيرية تساعد بشكل ملحوظ على تجسيد التمثيلات البصرية، وتوحيد الرؤى، وتعزيز الفعل الاتصالي بشكل يزاوج بين الفنون البصرية والتواصل الجماهيري. وهي تظل أداة قوية تتطلب تطويعها بشكل يراعي معايير علمية وأخلاقية لضمان تحقيق الأهداف المرجوة من الإعلام في إحداث تأثير إيجابي وبناء على مستوى المجتمع. فإدراك مدى قوة الصورة الكاريكاتيرية كوسيلة تواصل يضع مسؤولية على الإعلاميين والباحثين، للمزيد من الدراسة والابتكار في استخدام هذه الأداة بما يخدم قضايا المجتمع ويعزز من ثقافة الحوار والتفاهم.

التوصيات:

من خلال هذه الورقة البحثية نقدم مجموعة من التوصيات التي من شأنها أن تعزز الاستفادة من الصورة الكاريكاتيرية كوسيلة فعالة في الفعل الاتصالي كما يلي:

✓ العمل على ضرورة تكوين وتكثيف برامج تدريبية متخصصة في فنون الكاريكاتير، تجمع بين مهارات الرسم، والتحليل السياسي والاجتماعي، والوعي الأخلاقي، بهدف رفع جودة المحتوى الكاريكاتيري وتحقيق تأثير اتصالي أكبر وهذا بتطوير البنى المعرفية والمهنية.

✓ التشجيع على إجراء مزيد من الدراسات التي تقيم فاعلية الصورة الكاريكاتيرية في تشكيل الرأي العام، وتحديد العوامل التي ترفع من تأثيرها أو تحد من سلبياتها، لضمان استثمارها بشكل مسؤول وفعال في المشهد الإعلامي وذلك بتعزيز البحوث العلمية والدراسات التطبيقية؛

✓ ضرورة التعاون بين المؤسسات الإعلامية والفنانين الكاريكاتيريين، لتطوير محتوى أكثر مسؤولية ووعياً، يستثمر قدرات الصورة البصرية لتعزيز الثقافة، ومبادئ المواطنة، والتسامح؛

✓ تبني منهجية تكاملية لفن الكاريكاتير ضمن استراتيجيات الاتصال وينصح بإدراج الصورة الكاريكاتيرية ضمن خطط واضحة ومتوازنة للاتصال الجماهيري، تراعي المستويات

المختلفة للجمهور، وتدمج بين الفنون البصرية والوسائط الرقمية والتقليدية لتحقيق أقصى تأثير وأوسع وصول؛

✓ دعم تطوير أدوات وتقنيات تتيح إنتاج وتوزيع الصور الكاريكاتيرية بشكل أكثر ابتكاراً و سرعة، مع استغلال المنصات الرقمية والتكنولوجية والوسائط الاجتماعية لخلق تفاعلات ومبادرات تساهم في تفعيل الدور الاتصالي للعملية الكاريكاتيرية.

من خلال هذه التوصيات هدفت الورقة البحثية إلى بناء منظومة متكاملة تراعى الجوانب الفنية والمعرفية، وتدفع نحو توظيف الصورة الكاريكاتيرية بشكل مسؤول ومؤثر، بما يساهم في تعزيز الفعل الاتصالي وتحقيق الأهداف المجتمعية والثقافية بشكل أكثر فاعلية ووعياً.

الهوامش والمراجع:

1. Ermida, J. c. (2012). *language & humour in the media*. musku: cambridge scholars publishing.
2. L'encyclopédi, u. (1990). *corus* (Vol. 4). Paris, France: corus.
3. Oxford. (00). *oxford (English- arabic)*. oxford: dictionnary.
4. petitlarousse, i. (2024). *dictionnaire encyclopédique*. Paris: librairie larousse.
5. ابن منظور. (د ت). *لسان العرب*. بيروت ،لبنان: دار لسان العرب.
6. آمال قاسيمي. (2013). *سيميائية الصورة الكاريكاتيرية بين تقنيات القراءة وآليات التأويل. الصورة والاتصال ، 5-6*.
7. زهير إحدادن. (1991). *مدخل لعلوم الإعلام والاتصال*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
8. سلوى عثمان الصديقي، هناء حافظ بدوي. (2008). *العملية الاتصالية رؤية نظرية وعلمية وواقعية*. الأسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
9. محمد سيدفهمي. (2006). *تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية*. القاهرة: المكتب الجامعي الحديث.
10. ممدوح حمادة. (2000). *فن الكاريكاتير في الصحافة الدورية (الإصدار ط1)*. دمشق: دار عشتروش للنشر.

