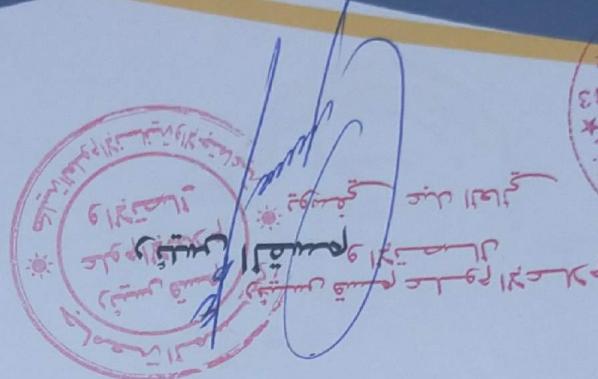


କାନ୍ତିର ପାଦ ପାଦିଲା



לְבָנָה וְבָנָה אֶת־בֵּית־יְהוָה בְּבִירַעַם: כִּי־כֵן־אָמַר־יְהוָה־צְדָקָה

(ג) ችሎች ከዚያነት የሚከታተሉ ደንብ ስለሚፈጸም ተስተካክል ይችላል፡፡

ମୁଦ୍ରଣ କାର୍ଯ୍ୟ ଦେଶ

ଶ୍ରୀ କରୁଣାଚଳ ମହାପାତ୍ର ।





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - Msila

ينظم قسم علوم الإعلام والاتصال وبالتنسيق مع مخبر الاتصال والمجتمع

ملتقى وطنيا بعنوان:

الصورة الإعلامية ورهاناتها : تمثلات ثقافية وسياقات حضارية.



الجلسة الافتتاحية

التوقيت	لبعن النشاط
	تلاوة آيات من القرآن الكريم
10.00 – 09:00	النشيد الوطني
	كلمة السيدة رئيسة الملتقى الأستاذة: هدى عكوشى.
	كلمة السيد رئيس القسم: الدكتور يوسفى عبد العالى
	كلمة السيد عميد كلية العلوم الإنسانية 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 الإنسانية والاجتماعية



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - Msila

الجلسة الصباحية:

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

مقرر الجلسة: ابتسام حمديني

التوقيت	البريد الالكتروني	عنوان المداخلة	الجامعة	اسم ولقب المتتدخل	الرقم
10.00 الى 10.15	naima.berardi@univ-msila.dz	توظيف الصورة الرقمية في البرامج التلفزيونية وتأثيراتها.	جامعة محمد بوضياف المسيلة 	أ.د. برادي نعيمة ود. سامي علي مهني .	01
-10.15 .10.30	abdelmalik.saoui.i@univ-msila.dz	الصورة الإعلامية الراهنة للقضية الفلسطينية في نظر الإعلام الغربي.	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	أ.د عبد المالك صاوي أ.د. الحميد بلعباس	02
-10.30 10.45	hamaidia.asma@univ-guelma.dz	الصورة الإشهارية المتحركة – رهانات الإنتاج والتلقى – مقاربة سيميائية لإشهار سيارة مارسيدس،	جامعة 8 ماي 1945 قالة	د. أسماء حمایدية	03
-10.45 11.00	boubaker-seddik.benchouikh@univ-msila.dz	السياقات الفلسفية والتاريخية والثقافية للصورة الإعلامية.	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	أ.بومامي لعباس د. بن شويخ بوبيكر	04
-11.00 11.15	latifa.safi@univ-tebessa.dz	تحولات الخطاب الإتصالي في ظل هيمنة الصورة الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.	جامعة العربي التبسي - تبسة	د. لطيفة صافي ود. صافي عبد الحكيم	05
-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

[الرابط](https://meet.google.com/htj-wycf-ghx)

رئيـس الجلسـة عن بعـد : د. بلعبـاس : الـهـاتـف : 0659877904

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

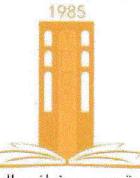


الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - Msila

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

مقرر الجلسة : أ طبيي رابح

[الرابط](https://meet.google.com/htj-wycf-ghx)



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

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



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - Msila

الجلسة المسائية : 13.00 - 11.30

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

مقرر الجلسة : أ. طبى رابح

التوقيت	البريد الإلكتروني	عنوان المداخلة	الجامعة	الاسم واللقب	الرقم
-11.30 11.45	souad.laazizi@u niv-msila.dz	الصورة الصحفية في ظل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بين نقل الحقيقة وتزييف الواقع	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	د. سعاد لعزيزى أ. مليكة جورديخ	01
-11.45 12.00	<u>houda.akkouchi</u> <u>@univ-msila.dz</u>	The image and the Soft War: The Power of Knowledge and the Subtlety of Influence"	جامعة محمد بوضياف - المستقبل المسلة	د. حنان رقاد + د. عکوشی هدی	02
-12.00 12.15	<u>saida.himeur@u</u> <u>niv-msila.dz</u>	Transformations of visual reception in digital media an analysis of the impact of digital images on users.	جامعة محمد بوضياف - المسلة	د. حيمير سعيدة	03
.12 .15- 12 .30	<u>fatma.timizar@</u> <u>univ-msila.dz</u>	الصورة وعلاقتها باللغة	جامعة محمد بوضياف - المسلة	د، تيمizar فاطمة ود. لرقط حسين	04



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - Msila

12.00			التمثيلات الثقافية والاجتماعية عبر الصور وفقا للنموذج الاتصالي لستيوارت هال Stuart Hall.	جامعة غرداية	د.ليلي سليماني	05
-12.15 12.30	s.khettal@univ-tissemilt.dz	m	الصورة الإعلامية المؤثرة - ذاكرة لا تموت - والاتصال المؤسسة للعلوم الإنسانية والاجتماعية	جامعة قسنطينة 03	د. ختال سهام ود.ختال بخطة.	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	m	التضليل البصري وسؤال الحقيقة في سياقات الصراع الفلسطيني الصهيوني - تحليل بنوي لبعض المنصات الرقمية العربية للتحقق البصري الإخباري	جامعة الجزائر 3	ط.د.حليمة قمورة	08
13.00- 13.15	Maoucha.abddelhafid@univ-khencela.dz		الصورة الإعلامية المؤدلجة وخطورها على الثقافة والهوية العربية: قراءة في المخاطر وسبل مواجهتها.	جامعة عباس لغرور، خنشلة	د.أحمد معطر الله وأد. معوشة عبد الحفيظ	09



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

.12.30-	khawla.chadi@univ-msila.dz	التمثلات البصرية في الإعلام: الصورة الكاريكاتورية كآلية لتعزيز الفعل الإتصالي. قسم علوم الإعلام والاتصال كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	د. خولة شادي + ط. د. خليل زيتوني	05
-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 الإلكتروني	التوقيت
01	د. عجال عفيفة + أ. د. زبيري عبد الله	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	إدارة سيميائية الصورة البصرية في الإشهار و أثرها النفسي والاجتماعي على المشاهد	afifa.laadjal@uni-v-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 المتلقى المستمع.	- ibtissam.hamdini@univ-msila.dz	13.30 -13.45



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - Msila

رئيس قسم



13:45 - 14:00	- <a href="mailto:khadra.ouadah@u
niv-msila.dz">khadra.ouadah@u niv-msila.dz	صورة المرأة الجزائرية عبر الأنستagram: رموز وتصورات وتمثيلات ثقافية تحليل سيميولوجي لعينة من الصور الثابتة.	جامعة محمد بوضياف - المسلية	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 - المسلية جامعة محمد الأمين دباغين - سطيف 2	د. يوسف عبد العالى + د. بن برغوث ليلى	05
14:15 14:30	-	الصورة النمطية للعربي لدى الآخر	جامعة الجزائر 03 جامعة محمد بوضياف - المسلية -	د. عبد النور بركاتي + د. محمدى اسمها	06
14:30 14:45-		تقنيات ودلائل الصورة الصحفية والتلفزيونية .	جامعة محمد بوضياف - المسلية -	أ. أحمد نواري	07

قراءة التوصيات وختام أشغال الملتقى



نظم 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:¹ جامعة المسيلة

جامعة الانتماء/المخبر:² جامعة 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، الإتصال المؤسساتي، كتابة عدة مقالات في التخصص والمشاركة في العديد من الملتقيات الوطنية والدولية)، رابط حساب الباحث العلمي على https://www.researchgate.net/profile/khwlt-shady-2google_scholar/

[researchgatehttps://scholar.google.com/citations?hl=fr&view_op=list_works&gmla=AH70aAUaLaXtR-](https://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 تسلیط 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 يسهم 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 ومبكرة 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 Representations, Media, Caricature, Communicative Action, Media Messages

مقدمة:

تعد التمثلات البصرية أدوات حيوية في الإعلام والفنون، إذ تستخدم لنقل المعاني والأفكار عبر الصور بدلاً من النصوص. وتمثل التمثلات البصرية، بما فيها الصورة الكاريكاتيرية، وسائل 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 هي شكل من أشكال التمثلات البصرية يتميز بتحريف أو تبسيط ملامح الشخصيات والأحداث بهدف تسلیط الضوء على قضایا اجتماعية، سياسية، أو ثقافية، غالباً ما تستخدم لغایات 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 وتحتل المفاهيم المعقدة في رموز بصرية بسيطة.

بالتالي، تستند هذه التمثلات 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 مخيّلة 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.

في أحد أهم وسائل الاتصال التي لاقت شعبية كبيرة ولها القدرة على جذب القراء والمتابعين للأوضاع الاجتماعية الطارئة والقدرة البالغة على تصوير الواقع المعاش بصورة هزلية 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 المعقّدة وإيصال الأفكار بطريقة فنية وفكاهية، مما يسهم في جذب انتباه الجمهور وتحفيز تفكيره نحو قضايا ذات أبعاد اجتماعية وسياسية وثقافية. كما أن الطابع غير المباشر والسلس للصورة الكاريكاتيرية يتتيح لها أن تؤثر بشكل عميق في تشكيل المفاهيم والاتجاهات، مما يعزّز من عملية بناء الوعي العام والفهم المشترك. ويعد استخدام الصورة الكاريكاتيرية ضمن استراتيجيات الاتصال، وسيلة فعالة لتحفيز الحوار المجتمعي، وتنمية الروابط بين مختلف الفئات، وتعزيز الثقافة التفاعلية التي تتيح للمتلقي أن يتفاعل ويشارك بشكل أكثر فعال. وبالتالي فإن توظيف الصورة الكاريكاتيرية بدقة ومسؤولية يمكن أن يساهم بشكل كبير في تطوير الفعل الاتصالي، وجعله أكثر ديناميكية وفاعلية في مجتمع ينمو ويغير بسرعة.

أ. الإشكالية:

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

سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية معرفة كيف تساهم التمثلات 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 تشتمل 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 كأدلة 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 والبيئة المحيطة به، وتختلف في مدى قوتها وتثيرها على توجيه المجتمع بعد نقد، والتي تعمل حسب مرجعيات المتلقي على اختلاف طبقته ومستواه الثقافي. ومن هنا جاءت الإشكالية التالية:

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

وللإجابة على هذه الإشكالية نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي العناصر والخصائص السيميحائية 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 السيميحائية 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:

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

- تساهم في شرح الأفكار المعقدة وتبسيط المفاهيم بطريقة مرحّة 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 وتدعى 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 ور) الصورة والجمع في صورة، وقد صور فصور تصور الشيء توهّم صورته. (منظور، د ت)

- تعريف الكاريكاتير: الكاريكاتير كلمة إيطالية (caricature) أصلها لاتيني (carica) بمعنى حشو أو (lacharge) بالفرنسية، ويقال (charger) أي (caricare) من الفعل يحشو، ويطلق على الرسام الكاريكاتيري وتعرفه (L'encyclopédi universalis) (caricatista) 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 مبالغًا بعض 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 قبل 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 جرى، ورسالة بصرية يستطيع من خلالها الفنان الهزلي تقديم الأخبار والمعلومات والأفكار، وذلك تحت رسومات هزلية بسيطة مثيرة للضحك ولكن تحمل في طياتها معانٍ عدة وتأويلاً عميقاً. وبالتالي فهو نتاج إبداع، ذكاء ودهاء الكاريكاتيري الذي يضع صورة ساخرة ثابتة تجسد الواقع وتخاطب الجمهور الذي يحاول فهم تلك الرسائل وفق رصيده الثقافي وانتماهه الاجتماعي.

2. أنواع الكاريكاتير:

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

- الكاريكاتير السياسي: يعالج موضوعاً سياسياً، كما يستخدم مراافقاً لافتتاحيات الصحف ومعبراً عن محتواها، ويهدف إلى تشويه صورة شخص أو فكرة أو أمة أو موقف، عن طريق

السخرية والنقد وإظهار العيوب والبالغة في تصوير الملامح، لأن الكاريكاتير السياسي يعبر عن وجهة نظر متحيزه، 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 تبعاً لتطور المجتمع وتجدد قضاياه 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 وباقى المناسبات الدينية والاجتماعية كالاعياد والدخول الاجتماعي وغيرها من الأحداث التي يعايشها 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 توجيهه نقد إلى أحد؛ - **كاريكاتير البورتري:** الذي يصور وجه شخصية معينة بشكل ودي، أو بشكل هجائي يحتوى 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 منير للنقد والسخرية.

وهناك من يضيف الأنواع التالية :

- **الكاريكاتير الإعلامي:** تستعمل الكثير من الصحف أكثر من صورة كاريكاتورية بصفحاتها مكاناً للتعليق أو الخط الافتتاحي، وأحياناً 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 محاطاً بمختلف المواضيع الراهنة، وكذا يستلزم أن يكون على دراية بالثقافة المحلية الشعبية للجمهور الذي تصدر فيه الجريدة. حيث يعتمد الرسام الكاريكاتيري على شخص أو مقوله أو وضع عام من أجل أن يضع الشاهد على الرسم الكاريكاتيري بمثابة الشاهد على الحدث مهما كان إيجابياً أو سلبياً بالنسبة للسياق الذي يصدر فيه:
- التبسيط: يعتمد بناء الكاريكاتير على أسلوب بسيط قائماً على التركيز على الكم أي الصورة أو الرسم الكاريكاتيري كلما كان بسيط كلما كان ذا معنى ومعنى، 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، فانطلاقاً من الرسوم الكاريكاتيرية والرسوم المتحركة ومروراً 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 الاعتباطية في نقل الأحداث وتجريدها جزئياً من الجانب الجدي وتكييف الأحداث بطريقة مسلية تهدف إلى إضحاك وتسلية القارئ وترجمة الأحداث في ذهنه دونما مجهد عقلي مبالغ فيه.(Ermida, 2012)

III. الكاريكاتير كوسيلة اتصال

لا شك أن الصورة الكاريكاتيرية تشكل محتوى إعلاميا هاما لإعلام الجماهير، فهي مادة إعلامية تعبيرية، وهي وسيلة اتصال تنقل الرسالة إلى المتلقي وتختلف عن الصورة العادية بأنها تنقل الرسالة بقدر من التشويه والبالغة، 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 شفهية، كتابية لفظية أو غير لفظية.

إلى جانب هذا فالكاريكاتير لغة فعلية يمكنها أن تتحقق 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 مختلفة 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، ولابد أن يكون له رموز خاصة تميزه عن باقي الرسامين وإيماءات خاصة، 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 يعني 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 رسماها 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. ولأنجازها تمر بمرحلتين مرحلة التخطيط يتم بدوره الفكرة التي شدت انتباذه، 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 وتوافق 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 لتمرير صورته إلى الجمهور المتلقى لها والتي تمثل 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 وعصرناتها عن طريق استخدام وسائل العرض السمعية البصرية والانترنت وبعدة تقنيات؛

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

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

ويختلف التأثير الذي يحدّثه الكاريكاتير باختلاف الجمهور التي تتجه 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 وأرائه التي ترجمها 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 المأساوية 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 الاتصال 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 لانتقاد 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 والسردية؛
- 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 ومتعددة في تعزيز الفعل الاتصالي، خاصة في سياقات الإعلام الحديثة التي تتسم بسرعة الانتشار وتنوع الوسائل. 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 تسلیط الضوء على قضايا جوهرية بأسلوب غير مباشر، ولكنه مؤثر وفعال. ويعد هذا الشكل الاتصالي من أكثر الوسائل قدرة على تبسيط المفاهيم المعقدة وتبسيط 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 التمثلات البصرية، وتوحيد الرؤى، وتعزيز الفعل الاتصالي بشكل يزاوج بين الفنون البصرية والتواصل الجماهيري. وهي تظل أداة قوية تتطلب تطويقها 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 تقييم 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 البحث العلمية والدراسات

التطبيقية:

✓ ضرورة التعاون بين المؤسسات الإعلامية والفنانين الكاريكاتيريين، لتطوير محتوى أكثر مسؤولية ووعيا، 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 والوسائل الرقمية والتقليدية لتحقيق أقصى تأثير وأوسع وصول؛

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

من خلال هذه التوصيات هدفت الورقة البحثية إلى بناء منظومة متكاملة تراعي الجوانب الفنية والمعرفية، وتدفع نحو توظيف الصورة الكاريكاتيرية بشكل مسؤول ومؤثر، بما يسهم 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.

التمثيلات البصرية في الإعلام: الصورة الكاريكاتيرية كآلية لتعزيز الفعل الاتصالي

د. خولة شادي

/ د. خليل

زيتوني