

دلالات الصورة الكاريكاتورية كنسق سيميائي أيقوني الصورة الكاريكاتورية السياسية نموذجاً

CARICATURE CONNOTATIONS AS AN ICONIC SEMIOTIC FORMAT
POLITICAL CARTOON MODEL

أمال قاسيمي^{1*}

Kassimi.amel@univ-alger3.dz جامعة الجزائر3، الجزائر.

تاريخ النشر: 2022/09/18

تاريخ القبول: 2022/03/14

تاريخ الإرسال: 2021/05/30

ملخص:

باعتبار الصورة الكاريكاتورية معطى اشاري ونسق سيميائي أيقوني، فالمقال يبحث في كيفية تحويل كل ما هو فيها بصري الى لغوي منطوق وفي كيفية التي يتم فيها الانتقال من طبيعة الدال الى رمزية المدلول وفق سيرورة تأويلية دلالية، تمكنا في الأخير الى استنتاج مكنوناتها، من اهم النتائج المتوصل اليها هي أن الصورة الكاريكاتورية تمثل معطى اتصالي وحاملا لدلالات معينة، وان استخدامها في مجال السياسة لا يكون اعتباطي.
الكلمات المفتاحية: الصورة الكاريكاتورية ; النسق السيميائي ; الدال والمدلول ; العلامة الايقونية.

ABSTRACT :

As the cartoon is given a reference and an iconic semiotic format, the article examines how to transform everything in it into an operative language and how to move from the nature of the forme to the symbolism of the connotation in terms of a semantic interpretation, we are finally able to question its probabilities. One of the most important findings is that the cartoon is given contact and pregnant.

Keywords:

Cartoon; The semiotic format; The connotation, and the meaning; Icon Iconic

المقال:

1. مقدمة:

تمثل الصورة وسيلة من الوسائل التواصلية التي اعتمدها الفكر السياسي المعاصر في مخاطبة جمهوره والعمل على اقناعه بأفكاره وتوجهاته من اجل استمالاته وتعبئته في صفه لتحقيق اغراضه الانتخابية وتجسيد مشاريعه في الواقع الاجتماعي والسياسي والثقافي كما يعمل من جهة أخرى على التأثير على برامج الآخرين السياسية من خلال التشكيك فيها مثلاً.

إن الصورة اليوم أداة مفهومية تخضع للتحريك والتأويل حسبما يقتضيه المقام والحال ووفق إرادة المخاطب فهو لا يعتمد الى نقل الواقع بل يجاوز ذلك إلى عملية المبالغة والتضخيم واستخلاص أعمق الدلالات فنتشبيه المرشح للانتخابات بالمصلح والرجل المناسب لقيادة الأمة في هذا العصر، كلها حشود دلالية تحملها الصورة وتسعى إلى ترسيخها في ذهن الجمهور.

هكذا تمثل الصورة إحدى تجليات الثقافة العقلية، وإنتاج نظام من المعاني يخضع لثقافة المجتمع الذي تتوجه إليه الصورة، وهي تثري بالتفاعل والتأويل اللذان يعززان دورها في البناء. فالصورة الكاريكاتورية كنوع من الصورة عامة تشكل اليوم جزءا مهما من المعطى الإعلامي العالمي، إذ أصبحت أداة للتواصل بين المجتمعات وإثارة وتسجيل أهم القضايا التي لها علاقة بكل الجوانب الحياتية وربما الشيء الذي جعلها تتبوأ هذه المكانة المهمة، هو البعد البصري عند الإنسان فهو من أقوى الحواس، فالعين تردع، وتتوسل، وتندر، وتمكر وتتوعد.

إذن الصورة الكاريكاتورية أو الخطاب الكاريكاتوري كنسق سيميائي اتصالي نسج لنفسه قوالب دالة تساعده على تمرير معاني وحقائق، وهو ما جعل منه رسالة اتصالية تتوفر على عناصر الاتصال ووظائفها اي انه اخذ نصيبا من الدراسات الاتصالية، حتى اصبح يستعان به في جميع النشاطات اليومية وفي جميع الميادين الاجتماعية، الثقافية، الدينية، السياسية...

وعليه سنبحث عن معالم المكونات الجوهرية للصورة الكاريكاتورية باعتبارها خطابا بصريا ولغويا وشكل استراتيجي لمرجعيات ثقافية مختلفة، وعليه سنكون هنا إزاء هدف تحليل أنظمة وانساق التواصل ككم مركب وكخطاب موجه، بأنظمة وطرق توظيف المعتمدة عبر استجلاء سياقاته المختلفة، لأنه نظام دلالي لإنتاج المعنى وتأويله، فاختيارنا لهذا الإشكال جاء لضرورة ملحة تاريخية وسياسية شهدتها الجزائر، وهذا بالانتقال من النظام الموحد الى التعددية التي فتحت المجال للصحف كما سمحت للرسم الكاريكاتيري أن يعبر وينقل الواقع للمتلقى في صور هزلية فكاهية تحمل في طياتها العديد من المعاني والدلالات التي تستوجب علينا استنطاقها، وهذا بطبيعة الحال بتطبيق مقاربات نظرية تخدم هدف الدراسة، خاصة وأنا ركزنا على، الصورة الكاريكاتيرية السياسية الثابتة، أين يجب تحويل كل ما هو بصري إلى مكتوب بوصف وتحليل الألوان، الأشكال، والإضاءة وكل العناصر التمثيلية المساهمة في إنتاج المعنى. وهذا بالربط بين النظام العلائقي الذي يربط بين العناصر بغيره من العناصر الأخرى لأنها في الأخير تعد علامات دالة.

إلى هنا نطرح الاشكال التالي: ما هي الدلالات التي يمكن ان تنطوي عليها الصور الكاريكاتورية باعتبارها معطى اشاري ونسق سيميائي؟

وقبل ذلك يتوجب علينا الالمام بكل ما له علاقة بالجوانب النظرية للصورة الكاريكاتورية والتي أهلتها بأن تكون من أحسن التقنيات والوسائل التي يعتمد عليها في مجال تمرير رسائل مشفرة في المضامين السياسية كفترة الحملات الانتخابية مثلا.

2. الكاريكاتور مقارنة مفاهيمية

لا يتفق الباحثون على تعريف موحد للكاريكاتير، لكنهم بالمقابل لا يبتعدون كثيرا عن بعضهم البعض، فهناك راي يفسر كلمة الكاريكاتير باعتبارها من كلمة "كروكي" وهي اول مرحلة في

تنفيذ الرسم، والتي تعني وضع الخطوط الأولية لتحديد اطارات اجزاء الرسم والتي تؤدي بشكل سريع بلا تمعن ودقة، لأنها عملية بدء ليس الا، وتعقبها بعد ذلك مراحل اكثر دقة في احكام التناسب بين المكونات. واذا كان التخطيط "الكروكي" هو الخطوة الاولى في مراحل الانتاج الفني والادبي، فهو في جوهره لا يتعدى هذه المرحلة، مرحلة الاشارة فحسب. والكاريكاتير كما هو ثابت ومعروف باعتباره عملية تعبيرية متكاملة الى ابعد مدى، لا تكفي بالوقوف على سطح الموضوع بل تغوص الى اعماقه الدفينة، وتخرج الى الحواس بأكبر قدر من الدلالة والوضوح، لهذا لا تصلح هذه التسمية لان تكون مصدر لكلمة كاريكاتير.

امام تضارب هذه الآراء نقول ان الكاريكاتير كأسلوب في التفكير، هو عبارة عن نظرة داخلية في نفس الفنان والمؤلف، لينظر بها الى الاشياء معبرا عن وجهة نظره فيها، اما المضمون فان الكاريكاتير لا بد ان يبرز لأخلاقيات الشخص محل موضوع الرسم والتي تميزه عن الاخرين.¹

وحسب توماس Hachette الكاريكاتور:

- " لوحة رسم فيها مبالغة عن الخطوط المختارة، تعطي للشخصية تمثيلا هجائيا "

- " تمثيل عمدي مشوّه للحقيقة لغرض النقد أو الهجاء، هذا التحقيق هو الكاريكاتور عن الحقيقة "

- شخصية قبيحة وبكساء ساخر " 2.

كما يعرفه (ميشال جوف) على أنه تمثيل مشوه لما هو حقيقي وهو يتغذى من العيوب الجسمية والمعرفية والأخلاقية، لا يكتفي الكاريكاتور بإظهار تلك العيوب بل يبالغ فيها، فينتج رسما مضحكا أو موحشا monstrueux لكن دون أن يقتل التشابه الموجود بين الرسم والشخصية الحقيقية.³

ويعرّفه أبرهام مولز (A. Moles) سيميولوجيا، بأنه نوع من الاتصال، وانه رسالة ذات طابع فني كنموذج تخطيطي معبرة جدا قائمة على النكتة والفكاهة وتحليل الظروف أو الحالات، وهي عبارة عن لمحة بصر أي رسالة قصيرة، تعجب القارئ أو تغضبه ولمحات البصر هذه تساعد على بناء ذهنيات الأمة، والصورة الكاريكاتورية صورة صراع image de combat ، حيث تكمن قوتها التعبيرية في أنها تريد أن تقول، فهي توظف كفن تخطيطي يعبر عن النقد الاجتماعي قناته الكاريكاتور السياسي، وبسبب قوة هذه الصور فإن قدرة الكاريكاتور في le graphiste دوما مهددة لما تكون السلطة معارضة له أو تشعر بأنه ضد السلطة أي في المعارضة.⁴ ، ومن جهة أخرى، عرّفه Hefzi Topus كذلك سيميولوجيا على أنه نمط من الاتصال يقوم على الرسم، هذا الأخير حامل لمضمون قصد تحقيق أهداف وأداء رسالة من خلال تصليح الواقع وتضخيمه والتركيز على جوانبه العامة، ويوظف عنصر السخرية، التهكم والنكتة، ويصبح بذلك رسالة مرئية وذات قيمة لها جانبها الأيقوني (الرسم) واللساني (أي كل ما تم تدوينه لتوضيح الرسم).⁵

وعند (لوفي سوزي) Suzy Levy " هو فن من الرسوم الهجومية لإحدى الطاقات المنظرية، وهو أيضا منشور سياسي على تعليق ضمني يتحول إلى نقد وتنتهي بسخرية".⁶

ويرى بدوره John Grand Carterets أن الكاريكاتور سلاح لإثارة الضحك، ينتج ذلك من خلال الإشارة إلى الأشياء بطريقة لاذعة، شائكة لكن طريفة للأشخاص والعادات، هو أيضا أداة دراسة وملاحظة يساعد على إعطاء تسجيلات دقيقة لحقب زمنية مختلفة، وهو كذلك وسيلة هجاء اجتماعي.⁷

ويعرفه البعض الآخر بأنه عبارة عن لوحة أو صورة تتضمن تمثيلا مشوها لشخص أو مجموعة أشخاص بهدف النقد والهجاء، وتناوله أو تناولهم في حال المجموعة بصورة نقدية هزلية لا تستهدف إحداث الضحك في المتلقي أو المستقبل، القارئ، لا بل إن تلك الصورة ترمي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف والعناصر أهمها النقد ومعالجة الشيء المراد من وضع ذلك الرسم الكاريكاتيري، ومن الناحية الفنية فإن الكاريكاتير يحاول إبراز ذلك الرسم أو الصورة أو النحت بهدف الإثارة والضحك والتنغيص على ذلك الشخص أو الأشخاص الذين تناولهم، ويعمد الرسام إلى إحداث تعديلات أو تشويهات عن قصد على الشخص أو الأشخاص الذين تناولهم بهدف تحقيق هدفين، هما النقد والمعالجة غير المباشرة بنفس الوقت.⁸

والحقيقة إن التعريفات السابقة تجمع في الالتقاء مع بعضها البعض تعريفا فيه بعض الشمولية للكاريكاتير في بداية نشوئه وفي ما أصبح عليه الآن، رغم أننا نزع أن فن الكاريكاتير قد تجاوز الوظيفة التقليدية وملاحها الأسلوبية واتجه ناحية تتأى به عن الالتزام بها، بإضفاء استقلاله أكثر على إنتاجه وفي محاولاته الخروج من رداءه التقليدي في الصحافة، إذ هو في الوقت الحالي يمثل حقا نمطا من الاتصال والنقد والضغط.

وعليه يمكن اعتماد تعريف يتلاءم مع طبيعة الكاريكاتير في بداية نشوئه وعلاقته بالمتلقي والمكانة التي وصلها في الوقت الراهن وهو ان: "الكاريكاتير فن ساخر يعتمد الرسم الحر المليء بالتندر والسخرية في تعرضه للظواهر الاجتماعية والسياسية أو الشخصية التي تنال من حياة الإنسان، كما انه فعل يستحضر الفكاهة وينتجها للوصول إلى أغراضه، ومن المعروف إن الفكاهة تعني استعدادا أو تهيؤا خاصا بالعقل، للبحث عن البهجة أو السرور واكتشافها وتذوقها وإبداعها وتكون الفكاهة محل طريقتين هما متذوقها وهم الجمهور ومنتجها ومنهم رسامو الكاريكاتير...

انطلاقا من كل هذه التعاريف، يمكن أن نقول أن الكاريكاتور هو تعبير بصري يكون وصفا مبالغا فيه على عمد لواقع معين أو لوضع لإنسان هدفه السخرية أو الهجاء أو اللهو، وهو وسيلة اتصال متميزة جدا كما هو فن وسلاح في أن واحد.

اما الكاريكاتور السياسي فهو نوع من الصور التي تركز على الميدان السياسي، ويتخذ من الأحداث والتطورات السياسية ميدانا لمواضيعه ورسمها في صور هزلية ساخرة، وهو لذلك يتناول عدة مواضيع لها علاقة بالمجال السياسي، كالمظاهرات، الإرهاب، الاستقرار السياسي، الحملات الانتخابية، النزاعات القبلية والدولية، ولعل هذا النوع من أخطر أنواع الكاريكاتور، فمهمته تحريضية بحتة لنقد الواقع السياسي المحلي أو العالمي. والكاريكاتير المحلي يصلح أن يكون به تعليق، أما العالمي فيفضل أن يكون مفهوماً ومعبراً بالرسم فقط، فالحوار قد يكون غير ذي جدوى بسبب الترجمة التي قد تؤدي إلى أن يفقد الحوار معناه المستمد من أرضية ثقافية معينة. ويرى الباحثون أن اهتمام الكاريكاتور بالشخصيات السياسية باختلاف مناصبها ما هو إلا اهتمام بالأحداث فيرى الباحث "Bertrand Tillier" أن تمثيل شخصية سياسية في الرسم الكاريكاتوري

عبارة عن تشخيص للأحداث السائدة في محيط القارئ، أي أنه تصوير للأحداث بالتطرق إلى شخصية ذات صلة بها.⁹ ويمثل أكثر الأنواع شعبية وفعالية، ومعظم الرسامين الذي لا قوا شهرة في مجال الكاريكاتير إنما كان ذلك نتيجة لرسوماتهم السياسية.

3. خصائص الكاريكاتور ووظائفه

1.3 خصائص الكاريكاتور

✓ **الكاريكاتور رسم بسيط:** فهو يختلف عن غيره من الفنون التشكيلية، فهو بسيط في خطوطه وأشكاله، ولكن يحمل في طياته دلالات ومعاني عدة، لذا يقول (رونالد سيرل) أن الكاريكاتور فن صغير لكن مستوياته كبيرة.¹⁰

✓ **التهكم والسخرية والنكته والفكاهة:** فهو وسيلة للإغراء توظف لخلق لحظات التسلية والضحك، من جهة، ومن جهة أخرى يجعل وظيفة الإعلام سهلة. كون أن السخرية والهزل يقللان من الملل يجلبان انتباه المتلقي.

✓ **وسيلة تعبير عن الواقع وإثارة للعقل:** هو تعبير عن الواقع والرأي، فهي تريد أن تقول شيئاً، إذ هو وسيلة للاتصال ذا مستوي عقلي، فهو يخاطب العقل قبل العاطفة. لذا يرى البعض أن الفن الكاريكاتوري هو وحده الفن الذي لا شريك له و يرون أن رسماً تخطيطياً وتعليقاً ساخراً قصيراً يسفران عن ابتساماة واسعة ويطلقان معاني بارعة لتسكن ذهن الإنسان، وتجبره على التفكير فيما هو داخل دائرة الواقع وتدعوه إلى تشكيل الدائرة من جديد بفكر وعقل جديدين من أجل واقع أفضل و كذلك يشكل هدف فن الكاريكاتور وهذا الهدف الذي يعطيه الأهمية و يجعله الفن الذي لا شريك له¹¹

✓ **مسايرة للأحداث والآنية والمفاجأة:** فحسب (ميشال جوف) الكاريكاتور مرتبط بآنية الحدث¹²، فالرسام الكاريكاتوري يساير الأحداث ويقدمها للجمهور، وهي حديثة الوقوع حتى تكتسي جانبا من المصادقية، فتكون الصورة الكاريكاتورية محل ثقة لدى الجمهور.

✓ **الدلالات العميقة والبلاغة:** إذ الرسام يرسم أشياء بسيطة لكن دلالاتها عميقة لأنه يسعى إلى إيصال رسالة بطريقة مستترة، بحيث تعتمد بلاغة الصورة الكاريكاتورية على إنتاج الرمز لإنشاء الرسالة غير المرئية، فمننتج الكاريكاتور يشغل الرموز والحيل الوهمية التي تركز على نظرية الشكل.¹³

✓ **وسيلة إعلامية:** فالكاريكاتور وسيلة اتصال ومادة إعلامية تعبيرية تحمل دلالات 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 فهو إنما يسعى لنقد هذا الواقع بطريقة ظريفة مع استعماله أسلوب الدعاية في توجيهه للجمهور المتلقي.

✓ **التجديد والواقعية:** بحيث تتحقق هذه الأخيرة في الرسم، انطلاقاً من قياس الرسم، وضوح الصورة، عدم التشويش، وضوح التفاصيل، تطابق الألوان والمنظور أي الأبعاد

والحركة¹⁴، فهو من الأعمال الساخرة يشوّه العالم الحقيقي من أجل تبيان النقد، وفي بعض الأحيان نقل هذه الأشياء من التجريد للمشاهد أفكارا وتعطيه معلومات مفصلة جدا.¹⁵

✓ **التمويه واللامعنى:** يذكر (شامفلوري) Cham fleury أحد الأوائل المؤرخين للكاريكاتور، أن هذا الأخير يتأسس على وظائف أخرى للغة، حيث تعطي الكلمات الزائدة عن الحاجة شكلا من التهكم والسخرية في شكل إشارات، كما يتأسس على لعبة تشابه الكلمات على أساس النغمة.

هذا وتتضح الخصائص الإدراكية للكاريكاتور في أنه يتكون من:¹⁶

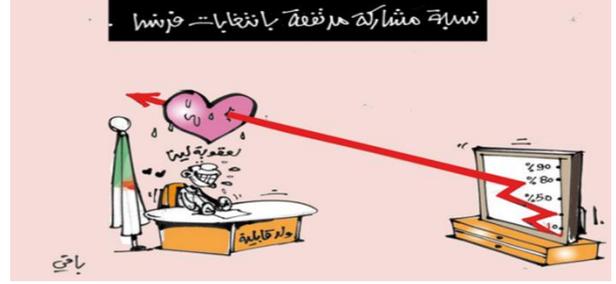
- نسق غير لغوي: ويمثله الجانب التشكيلي في الرسم بكل مكوناته وأبعاده
- نسق لغوي: وتمثله جملة من الأقوال اللغوية، التعليق أو الحوار اللغوي، المواقف.

2.3 وظائف الكاريكاتور

يشغل الانتاج الكاريكاتير المرسوم جانبا في جميع انحاء العالم، اذ اصبح يمثل عنصرا اساسيا في التعبير الفني والصحفي، لدرجة ان البعض من الدول خصصت مجالات بأكملها لهذا الفن، حيث تنتشر فيها الى جانب الرسوم عديد من المواضيع الادبية الكاريكاتيرية، كالمقامات والمقالات الساخرة والقصص الفكاهية، ويتضح ذلك جليا من خلال الفصل الخاص بالمجلات الفكاهية التي صدرت في مصر منذ بدايتها في نهاية القرن التاسع عشر حتى نهاية القرن العشرين، وكثير من الناس يعتقدون ان الكاريكاتير هو احد الفنون المتعلقة بالفكاهة فقط لكن اذا رجعنا اليها لوجدناها تؤدي ادوارا ووظائف عدة والتي يمكن ان نسردها منها مايلي:

- **الوظيفة الخبرية:** لكي نحدد وجود او عدم وجود هذه الوظيفة لدى الكاريكاتير فإننا اولا نحدد بشكل اولي ما هي مقومات الخبر، فما هو الخبر؟ ان الخبر هو مادة صحفية مكونة من معلومات تجيب عن الاسئلة التالية: ماذا حدث؟ اين حدث؟ متى حدث؟ من هو بطل الحدث؟ وهكذا فان الخبر يقوم على تقديم معلومات عن حدث معين ومحدد زمانه ومكانه وابطاله، وهذا هو الخبر البسيط الخالي من التعليق والاضافة فهل يقوم الكاريكاتير بتنفيذ مثل هذه المهمة وهل يحمل في طياته مقومات الخبر؟ للاجابة على هذا السؤال نطرح قراءة للرسم الكاريكاتوري الموالي الذي نشره باقي اثناء تشريعات 2012، الذي جاء تحت عنوان رئيسي "نسبة مشاركة مرتفعة بانتخابات فرنسا" وحامل لعلامة ايقونية توحى الى شخصية سياسية جالسة في مكتبها تؤدي عملها، وكتب على المكتب "ولد قابلية"، هذه الشخصية التي انتت حاملة لرسالة السنوية "العقوبة لنا"، فنحن اذا ما تحدثنا عن الخبر الرئيسي في فحوى الخطاب الكاريكاتوري فنجدته تمثل في ارتفاع نسبة المشاركة في انتخابات فرنسا التي تزامن اجراءها مع ايام الحملة الانتخابية لتشريعات 2012، اين حاول الكاريكاتوري المزج بين الحدين بطريقة هزلية فكاهية تحمل في طياتها دلالات ايحائية، اذ اراد ان يبين كيف ان الطبقة السياسية "ولد قابلية" تسعى الى الرفع من مستوى المشاركة في الانتخابات مع العلم ان الحملة الانتخابية عرفت عزوفا رهيبا من المواطنين، وهو ما اكدته الصحافة المكتوبة من خلال العديد من المقالات المنشورة، وكذا الصحافة الساخرة من خلال عدة رسومات كاريكاتيرية منشورة في صفحات الجرائد اليومية وهو ما سنلاحظه في تحليلنا للخطابات الكاريكاتيرية المشكلة لعينة الدراسة. وعليه فالخطاب الكاريكاتيري ادى وظيفة اخبارية من خلال

اشكاله الهندسية وعلاماته الايقونية واللسانية التي وجهت الفهم بطريقة واضحة جدا. الصورة الموائية : رسم كاريكاتوري تجسيدا للوظيفة الاخبارية



وفي هذا الشأن يقول " أيوب التقط مواضيعي من متابعة الأحداث السياسية واليومية ، من النقاشات الحادة في قاعة التحرير، من الأحداث الطارئة لأقدمها للقارئ في قالب هزلي¹⁷

اما الباحث yves Agnès فيعتبر الكاريكاتوري رجل إعلام ذو قدرات وحس وخيال، يصور بطريقته ما هو ممنوع للصحفي.¹⁸ وهذا ما تؤكد الوظيفة الاخبارية في الخطاب الكاريكاتيري.

الوظيفة الدعائية النقدية: وهو ما اكده الباحث "محمد نصر مهنا" حين كتب تنجز الصور و الرسوم خاصة الكاريكاتورية منها دورا قد يكون أوقع في النفس من الكلمات و قد تحدث الاستجابة المطلوبة في الحال، فالمخيلة أسرع في إدراك الصورة منها في إدراك العبارات كما أن استخدام الصورة أكثر و أيسر بالنسبة للذين لا يقدر على القراءة، كما أن الصورة انعكاس للحقيقة بدقة فهي بهذا تساعد على تكوين الرأي العام إلى جانب الوسائل المكتوبة وقد تكون الصور والرسوم داخل الصحف أو الكتب أو في المجلات أو في مجلات خاصة بها.

بالنسبة لـ Bertrand Tillier يعتبر الفنان الكاريكاتوري ملزم بالدفاع عن أفكار معينة أو قضية ما في المجتمع ذلك أن رسمه لا يهدف إلى الإعلام بالدرجة الأولى و إنما يصبو إلى غاية الاحتجاج و إزالة الستار على الأحداث السائدة في المجتمع و الهجوم والنقد. الكاريكاتور بالنسبة لبعض الفنانين هو بمثابة سلاح فإذا توقف عن الرسم هذا يعني أنهم توقفوا عن الكفاح فلا وجود لرسم كاريكاتوري حيادي بل هو عمل موجه ويعتبر أكثر الأشكال الفنية ذاتية باعتبار أن المجتمع أزمة مستمرة يستقي منها الفنان مواضعه و يقوم بانتقائها حسب قناعاته و توجهات الجريدة،¹⁹ فالكاريكاتور ليس دائما ساخرا ، قد يكون ناقدا، يهاجم، يثير النقاش والمعارضة، يعبر عن رفض لإيديولوجية ما وأفكار نظام مؤسسات النظام والسلطات هدفه دفع الرأي العام إلى إثارة التساؤلات والنقاش،²⁰ وتتجلى الوظيفة الدعائية والنقدية خاصة في الكاريكاتور السياسي.

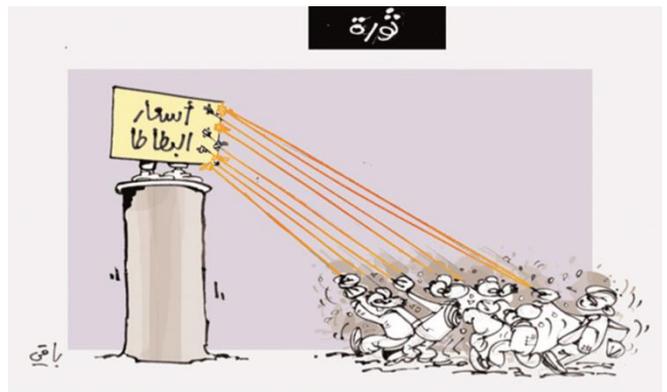
-الوظيفة الجمالية: ان الكاريكاتير بانتمائه الى الفنون التشكيلية لا بد له من ان يؤدي هذه الوظيفة كونه يعتمد التقنيات التشكيلية، وهو ينفذ هذه الوظيفة من اتجاهين: اتجاه خارجي واتجاه داخلي، اما الاتجاه الداخلي فيتلخص بدور الكاريكاتير بإضفاء الحلة الجمالية على صفحات المجلة او الجريدة، فبناء الصفحة له هندسته الخاصة، والتي يمكن ايضا ان تكون غير موفقة وغير جميلة، فبنائها يعتمد على الكثير من العناصر منها العناوين وانواع الخطوط والاطارات، وتقسيم وتوزيع الاعمدة اضافة الى الصور والرسوم.

- **الوظيفة الترفيهية:** إذ هو يقوم بالترفيه عن نفسية الجمهور عن طريق رسم بسيط هزلي ومشوه، الذي يبعث في نفسية قارئها الضحك والراحة، ويقول في هذا الصدد (ميشال جوف): " إن رد فعل المنتظر من المتلقي من خلال الدلائل الخطية المرسومة هي نوع من الضحك الداخلي" ²¹ فالناس هم بحاجة إلى الضحك والذي كما يقول (كلود لوري) يريح الإنسان ويهدئه ويقيم اتصالاً. ²² كما يرى الدكتور "محمد منير حجاب" أن الصحافة تقوم بالتخفيف عن القراء من آثار التوتر والمعاناة اليومية ومساعدتهم على قضاء أوقات فراغهم بأساليب مناسبة تحقق المتعة والفائدة و ذلك من خلال نشر القصص والروايات ونشر الصور الطريفة والرسوم الساخرة. ²³ وهناك من يعتبر أن وظيفة الترفيه من أهم وظائف الاتصال على الإطلاق عليها أحيانا بوظيفة الاسترخاء أو التحرر النفسي، ²⁴ إضافة إلى ذلك فالرسم الساخر يمنح للصحيفة صبغة خاصة و يهدف إلى إعطاء شكل بصري لأفكار مجردة فعليها أن تسلط الضوء على الأحداث أو الشخصيات وعليها أن تكون ناقدة تهاجم وتسلّي. ²⁵

- **الوظيفة الاتصالية:** ان الكاريكاتور كرسم هو احد اشكال اللغة التشكيلية وبالتالي فهو وسيلة للاتصال بين الفنان والجمهور اولا وبين الصحيفة والقراء ثانيا، فالفنان بواسطة الخطوط والاشكال التي يقدمها الى القراء انما يتحدث عن موقف او انفعال او حدث او ظاهرة معينة انه يقول لهم شيئا ولكن بلغة الكاريكاتير فهو اذ يتصل بهم بلغة خاصة، دون ان ننسى ان الكاريكاتور في الاصل نمط من الاتصال وبالتالي فهو يؤدي دورا اتصالي.

- **الوظيفة المعلوماتية:** ان الكثير من الرسوم الكاريكاتيرية تستخدم معلومات وتعتمد على المعارف الذاتية للفنانين لإعادة صياغتها بطريقة هزلية وارسالها للجمهور القارئ عبر حامل تمثل في الجريدة او المجلة ... فمثلا في الرسم رقم... استعان بمعلومة وهي ارتفاع اسعار البطاطا في السوق المحلية وقام بصياغة تلك المعلومة بطريقة هزلية حتى تترسخ الفكرة لدى الجمهور القارئ سواء كان الشعب عامة او الطبقة السياسية، خاصة اذا علمنا ان الخطاب الكاريكاتوري تم نشره اثناء الحملة الانتخابية لتشريعات 2014.

الصورة رقم 8: رسم كاريكاتوري يجسد الوظيفة المعلوماتية



- **الوظيفة الاشهارية:** ان الاشهار من حيث هو مجموعة من الوسائل التقنية لإعلام الجمهور وإقناعه بضرورة استعمال أو استهلاك منتج معين أو خدمة ما، فهو يعتمد على الكاريكاتور على اعتبار انه وسيلة من هذه الوسائل، فنجد العديد من النصوص الاشهارية تستعين برسومات كاريكاتيرية هزلية لتمرير رسائلها الاشهارية وانجاحها، فهي تستند الى الخاصية الرئيسية للرسم الكاريكاتيري والمتمثلة في الهزل، وهذا ما اكده الباحث John Barnicoat حين قال "ان الهزل

عنصر أساسي في الحياة وكثيراً ما استعمل في تقديم المنتج لأنه يضيف نوعاً من الطرافة على الصورة الإشهارية و يجعله ذا قابلية للاستهلاك عالمياً فالهزل يوفر الاسترخاء، إضافة إلى ذلك فإن التلاعب بالكلمات وتشويهها يسهل عملية الاستيعاب²⁶

الى جانب هذه الوظائف فالصورة الكاريكاتيرية تؤدي عدة مهام في مجال الصحافة المكتوبة ومن بينها المهمة السياسية، إذ تمثل في هذا المجال سلاحاً لاذعاً يستعمله الفنانون لتمرير رسائلهم عبره، والفن الكاريكاتيري بسخريته يمثل أخطر الأسلحة نتيجة للقوة التدميرية التي تحتوي عليها السخرية، وما الاعتقالات والمطاردات التي عرفها رسامي الكاريكاتير في مختلف أنحاء العالم إلا دليلاً على ذلك.

4. دلالية الصورة الكاريكاتورية، السياسية نموذجاً

قبل الولوج في تحليل وقراءة الصور الكاريكاتورية محل الدراسة وجب علينا إبراز المقاربة التي على أساسها قمنا بتحليل الصورة الكاريكاتورية مع العم انه لا يمكن قراءة الصورة بعيداً عن اتباع مقاربة رولان بارث الشهيرة في قراءة الصور الثابتة والتي أقرها عام 1964 أين قام بقراءة الصورة الإشهارية لعجائن Panzani، وعليه ونظراً لطبيعة الدراسة وخصوصية الموضوع فقد اعتمدنا على المقاربة السيمولوجية *1 approche sèmiologique* التي يعرفها موريس أنجرس " أنها طريقة خاصة غير تقليدية في استعمال النظرية العلمية وهذا لا يعني حسب موريس التقليد الأعمى بهذا التناول إذ يجوز للباحث التغيير فيه، وفق ما تقتضيه نوعية الإشكالية البحثية"²⁷. وهذا للإجابة على السؤال الرئيسي المطروح حيث تقوم هذه المقاربة السيمولوجية على تسليط الضوء على الآليات التي تنتج من خلالها المعاني في انساق دلالية وهو ما يساعد على كشف العلاقات الداخلية المكونة لعناصر الصور الكاريكاتيرية، كما تقوم أيضاً بالبحث عن الدلالة الحقيقية لمحتوى الرسائل واكتشاف المعاني غير الظاهرة علناً، وهو ما أدى برولان بارث Roland Barthes إلى بسط مثل هذا الشكل من البحث الدقيق في المستويات العميقة للرسائل الإعلامية والألسنية على الصور في بداية الستينات وهو بهذا يعتبر أول من وظف التحليل السيمولوجي على الصور، وقد أشار إلى انه توجد المعاني في نظامين إحداهما يمثل المستوى التعييني للدليل أما الآخر فيمثل المستوى التضميني الذي يعبر عن المعاني المنقولة، وفي هذا الصدد يعرف اللغوي (الدانمركي هامسلف لويس) Louis Hjelmslef التحليل السيمولوجي أنه مجموعة من التقنيات والخطوات المستعملة لوصف وتحليل الشيء باعتبار أن له دلالة في حد ذاته من جهة وبإقامة علاقات مع أطراف أخرى من جهة أخرى كما انه أيضاً منهج يخوض في مضامين الرسالة والخطابات الإعلامية ويسعى لتحقيق التحليل النقدي فهو تحليل كيفي واستقرائي للرسالة ذو مضمون كامن وباطن"²⁸.

من هنا يمكن القول ان المقاربة السيمولوجية تركز على الطريقة التي من خلالها تبحث عن الدلالات المضمرة للعلاقات في النسق السيميائي، وهذا على خلاف تحليل المضمون الامبريقي الذي يركز على الكمية في معالجة المعلومات، ويبقى هدف هذا المنهج هو الإدراك للبنية لا التحصيل الكمي للمعلومات خاصة وان طبيعة الكاريكاتير له من الدلالات والرموز ما يجعل من هذه المقاربة المناسبة في الكشف عنها.

هذه المقاربة التي ارتكزت على اعمال الباحث رولان بارت في مجال قراءة الصورة، والتي تقوم في نظره على مستويين أساسيين،²⁹ وهما المستوى الضمني الادراكي، وهو المعنى الفوري أو البديهي السطحي للصورة، وفيه تبرز قدرة الفرد في قراءته لمحتوى الدلائل لان العناصر التمثيلية التي تحيل الى مرجعيتها الوظيفية تعطي وتشير الى مدلولات اضافية وهي تتطلب معرفة عميقة، والمستوى التضميني الايديولوجي وهو المعنى الحقيقي للرسالة عميق وغير ظاهر، والذي يسمح لنا بقراءة الصور من خلال العودة الى دراسة القيم والدوافع التي تتجاوز التمثيل التصويري لأنها تفتح على التحليل الرمزي الايحائي وهذا لمعرفة مختلف الدلائل والمعاني المرتبطة بالصور الكاريكاتورية محل التحليل وتحديد المضمون الضمني لها. مع العلم أننا اخترنا ثلاث صور كاريكاتورية ذات مضمون سياسي والتي نشرت أثناء الحملات الانتخابية وذلك بصورة قصدية.

1.4. القراءة السيميولوجية للصورة الكاريكاتورية الأولى الصادرة بتاريخ 2012/4/21 تحت عدد 3632 بجريدة الشروق



✓ المستوى الضمني الادراكي

لقد احتوت علامة ايقونية توحي الى رجل وببده علامة تشكيلية تدل على انها عكاز يتكأ عليها وهو ما يوحي انه كبير في السن، بالإضافة الى العلامة الشكلية (اللافتة وعليها اشكال هندسية توحي الى هيئة انسان) والتي تدل على لافتة بها ملصقات سياسية، هذا ما دلت عليه الرسالة الالسنية التي انت كعنوان رئيسي للخطاب "اشترط امرأة على الاقل مع كل اربعة رجال في القوائم الخطابية" الامر الذي لم تتقبله العلامة الايقونية (الرجل المسن) وتحصرت منه عبر رسالة السنية "يا حضرة على وقت زمان... راجل بربع النسا.. زد ماملت ايمانهم، اليوم مرا بربع رجال" هذه الرسالة التي زادت معنى الخطاب ايضاحا وتوجيها. نلاحظ ان الخطاب جاء بسيطا من ناحية التركيب اللغوية للعلامات.

✓ المستوى التضميني الايديولوجي

أما عن رمزية الأشكال الهندسية ودورها في إنتاج المعنى في فحوى الصورة فيمكن القول أن الأشكال تعد قوالب حجاجية جاهزة أودعها الإستعمال الإنساني دلالات ومعاني خاصة، يستخدمها المرسل للحجاج على ما يدعيه، وقد كان لها حضور متنوع ومتذبذب في فحوى الصور، إذ تراوحت اشكال فيها بين المستطيل والمربعات والخطوط المنحنية والافقية والمائلة ولكل شكل من هذه الاشكال دلالاته بالإضافة الى العلامة البلاستيكية التي جاءت على شكل حرف T والتي تمثل العكاز التي يتكئ عليها الشيخ، مع الشريط الاسود الذي جاء حاملاً لرسالة لغوية كانت عنوان الخطاب "اشتراط امراة على الاقل مع كل اربعة رجال في القوائم الانتخابية"، وكلها حملت قيم جمالية وتعبيرية ترسخت بالكثير من الدلالات، فاستعانته بالمربعات انما ليبدل على الملصقات الانتخابية، اما استعانته بالمستطيل لخصر الرسالة الالسنية بدل من الدائرة التي اعتاد ان يستعين بها في رسوماته فقد جاء دلالة عن انعكاس المعنى الضمني للرسالة التي حملها، اذ مضمونها انصب على العدد اربعة وبالتالي فالرسم حاول ان يجسده كذلك عبر اضلع الشكل الهندسي اصف الى ان المستطيل هو الشكل الوحيد الذي يشهد اقبال كبير من طرف الفنانين، ويرجع ذلك الى كون الشكل غير متناسب في قياس خطوطه مما يمنح الرسام فرصة التلاعب فيه طول خطوطه حسب حاجته اليه، كما أن كمال وحدته يتجلى في تنوعه، وكل عمل غير متنوع يؤدي إلى النفور، اصف الى انه حاول ان يجسد نوعاً من التوافق في عملية الاستعانة بالأشكال الهندسية.

في حين كان للون وجوده في فحوى الصورة وهو ما يسمح لنا بالانتقال من التعبير الايقوني الى التنوع الدلالي له، مع العلم أن اللون *la couleur* يملك دلالات رمزية ترتبط بالسياق، وتختلف هذه الدلالات حسب الثقافات، فالألوان تزودنا بالموضوعات الموجودة في البيئة، وقد أكد بولي حين قال إنني مصور أنا واللون شيء واحد، وسانده الباحث Paul Klee كلي حين قال: "إن التصوير كفن يحتاج من المصور إلى عمليات اختيار إبداعي للألوان وإلى قدرة متفوقة على القيام بالتصميمات، وتكوين الأشكال واللون هو أكثر مظاهر التصوير أهمية بل هو جوهر التصوير، كما أكد Dali Salvador سالفدور: "أن اللون يكتمل على ثراءه عندما يحصل للشكل اكتماله"، في حين سيزان Sysane "راى انه "لا يمكننا إدراك الألوان إلا وهي مرتبطة بعنصر الضوء الواقع عليه ثم انعكاسه الي أعيننا، وقد برهن العالم الإنجليزي إسحاق نيوتن أن الضوء أصل اللون وعليه فإنه يؤثر على طبيعة اللون.³⁰

وعليه نلاحظ تمثيل ايقوني تكراري وتزاوج لوني بين الاصفر والاحمر والاخضر والبنفسجي والزهري والبنّي على خلفية الصور التي تمثل شخصية المترشحين، بالإضافة الى اللون الرمادي الذي جاء ليمارس تقنية الظل، وكذا اللون البني الفاتح والبرتقالي الفاتح الذي جاء على لباس العلامة الايقونية "الشيخ" وكذا على العلامة البلاستيكية "العكاز" والازدواجية بين اللون الابيض والاسود في الشريط الذي كان يحمل الرسالة اللغوية، والذي جاء اسود، والعكس بالنسبة للرسالة الالسنية التي جاءت على لسان الشيخ جاءت بالأسود على مساحة بيضاء، ولكل لون ابعاده الدلالية فالألوان المختلفة المرسومة على الملصقات السياسية كخلفية للصور تدل على اختلاف الشخصيات مع العلم انه رسم اربعة اشكال توحى الى صور شخصيات من الجهة اليمنى للوح اين كانت احداها خلفيتها ملونة باللون الزهري والذي يوحي الى انها صورة امراة، في حين قدم الصور الاخرى بالوان مغيرة توحى الى الجنس الاخر الذكر، ونفس الشيء رسم اربعة اشكال من الجهة اليسرى للوح دلالة على صور شخصيات اين كانت احداها خلفيتها ملونة باللون الزهري القاتم وهو ما يوحي كذلك الى جنس الانثى وكان الرسام انما اراد من خلال هذه الاشكال عكس مضمون الرسالة اللغوية التي جاءت كعنوان الخطاب.

أما عن الشخصيات التي عرفت الظهور كمعطى ايقوني في الصورة الكاريكاتورية، نلاحظ وجودها والتي توحى الى رجل عليه علامات الكبر والشيخوخة بيده عكاز يتكا عليها والذي مثل شخصية الناخب ان تنتج رسالة جوهرية وفق صفة الاصاله، وكذا ظهور الاشكال التي رسمت على الملصقات لتوحى الى صور للمترشحين وهي خالية من كل الملامح، مع العلم انها الشخصيتان الرئيسيتان التي تقوم عليهما العملية الانتخابية، والكاريكاتوري استحضرهما ليمنح رسالته قوة وعمق الدلالة، فقد جاءت لتعطي الاهمية لضرورة وجود الرجل ومقارنته بحضور المرأة الذي كان مشروط في القوائم الانتخابية حسب الرسالة التي اتت على لسانه وهو يتحسر من الزمن الذي نعيش فيه، اين اصبحنا نعيش زمن المساواة رغم ان الله قد فرق بين الجنسين، الا ان الرغبة الانسانية الميالة للتحكم والسلطة طغت على الافكار الدينية، فالكاريكاتوري حاول ان يعيد صياغة واقعة حقيقة ضمن حلي هزلي فكاهي مليء بالسخرية والتحسر، بالاستعانة بشخصية الشيخ والمرأة.

ما يمكن ان نستخلصه من الدلالات التي احتوتها الصورة الكاريكاتورية هي اقحام المرأة في مجال الحملات الانتخابية أين سمحت الدولة بدخول عنصر النساء البرلمان واصبح من اللزوم ذلك.

2.4. تحليل الصورة الكاريكاتورية الصادر بتاريخ 2012/11/25 تحت عدد 3845 بجريدة الشروق



✓ المستوى الضمني الادراكي

احتوت الصورة علامتين ايقونيتين متقابلتين وهما تجلسان على شكل تمثلي في طاولة احداها المرسومة على يمين مساحة الخطاب تردد رسالة السنية "فاسبوك" اما الثانية فنردد "فابويك"، كما نلاحظ انهما يتحاوران بالاستعانة بعلامة تشكيلية تمثلت في جهاز الكومبيوتر، كما نلاحظ الاشكال الهندسية (الدائرتان) اتينا لخصر الرسائل الالسنية، اما الخطوط المنحنية المرسومة بجانب العلامات التشكيلية والايقونية فانت لتدل على الحركة، كما احتوى الرسالة اللغوية التي انت كعنوان للخطاب في شريط اسود في اعلى مساحة الخطاب "حزب تستعمل الفايبروك للتواصل مع الشباب"، كما جاء باطار وحامل لتوقيع الكاريكاتوري في اسفل يسار مساحة الخطاب والذي يعتبر مرجعيته.

✓ المستوى التضميني الايديولوجي

وعن الأشكال الهندسية التي احتوتها فقد قدمت في حلي من مجموعة أشكال وأشياء و رموز وشخصيات التي ساهمت في مجملها في تشكيل، وخلق المناخ العام وتوليد المعنى، فهي تراوحت بين الأشكال الهندسية كالدوائر التي اتت لتحصّر الر سائل الالسنية، والمستطيلات التي دلت على اجهزة الكمبيوتر، بالإضافة الى الخطوط المائلة والمستقيمة والتي استعان بها الرسام ليكسب العلامات الايقونية والتشكيلية نوعاً من الحركة، وكل هذا التزاوج في المدونة الهندسية انما جاءت لتضفي جمالية ورمزية على مساحة الخطاب الكاريكاتيري، ولتساعد على انتاج المعنى.

اما عن حضور اللون وباعتبار اللون مادة للصبغة وليس ضوء فقط فقد اهتم الكيميائيون به ونذكر منهم على سبيل المثال لا الحصر جورج فيلد George Field الذي درس خامات الألوان ، وكذلك الفرنسي ميشال أوجين شوفرول الذي أنجز دراسات قيمة عن الأصباغ حين عين مديراً لشركة غوبلين، ولاحظ أثناء اشتغاله على الأصباغ أن المشكلة التي تطرحها الألوان لا علاقة لها بالمجال الكيميائي ، بل بالمجال البصري. فاللون حين لا يعطي أثره أو مفعوله فهذا لا يتعلق بالمادة الملونة بل بالدرجات اللونية التي توجد بالقرب منه أو تجاوره، وانطلاقاً من هذه الملاحظات عالج الموضوع بعمق وظهرت باكورة أبحاثه في كتاب "قانون التباين المتزامن للألوان". وكان له تأثير كبير على مجموعة من الفنانين ، ونذكر منهم (أوجين دولا كروا Eugène de Lacroix) و(جورج سورات George Seurat) و(روبير دولوناى Robert Delaunay) (31).

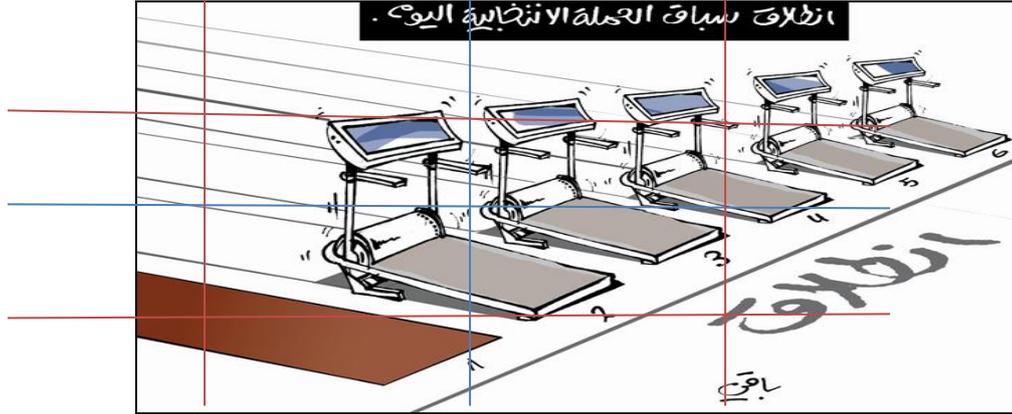
وعليه جاءت حاملة لبعض من الالوان كالأخضر والبنفسجي والبنّي على لباس العلامات الايقونية ، والرمادي الفاتح كأرضية للخطاب مع الرمادي القاتم نوعاً ما من على اجهزة الكمبيوتر، مع العلم ان الرسالة اللغوية التي كانت بمثابة عنوان للخطاب جاءت باللون الابيض وعلى ارضية سوداء وهو ما جعلها بارزة وواضحة تجذب نظر القارئ، وهو ما اراده الرسام لان الرسالة الرئيسية للخطاب انما تكمن في فحوى هذه الرسالة اللغوية والتي تؤكد استعانة الاحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وذلك بحثاً عن عدد اكبر من الاصوات.

في حين احتوت على علامتين ايقونيتين توحيان الى شخصيتين، الاولى توحى إلى شخصية المترشح وهو في حالة من الفرحة حاملاً لعلامات الضحك، لأنه استطاع ان يتصل بالفئة الاكثر تكويناً للشعب وهي فئة الشباب وهو يردد كلمة "فايسبوك" وكأنها الوسيلة الناجعة في نظره والتي ستساعده لإقناع الشباب وكسبهم كأصوات تأييدية له، هذه الشخصية التمثيلية التي جسدت الواقعة الحقيقية الطبيعية السائدة خلال الحملة الانتخابية، اين استعانت عدة احزاب سياسية بمواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) لغرض التواصل مع الجمهور الناخب وكسب صوته، أما الثاني توحى الى استحضار شخصية الشاب المواطن الناخب وهو في ملهى للإنترنت يتواصل مع غيره من الشباب وعليه علامات الفطنة البادية، هذا ما اكدته الصيغة التمثيلية وكذا الرسالة الالسنية التي جاءت على لسانه "فاقوبيك"، بحيث نلاحظ ان الكاريكاتوري حاول ان يجسد ظاهرة استعمال الاحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي من اجل جمع اكبر عدد ممكن من الاصوات مع العلم ان الجمهور الناخب هو كذلك على دراية بنوايا هذه الاحزاب ولهذا استعان بالرسالة الالسنية "فاقوبيك" وهي اقتباس سردي من مسلسل امرأتان -اين قالها الممثل عثمان عريوات رداً على زوجته التي ارادت ان تخفي عنه امر شراء ولده لمجموعة من المواد الغذائية-، يمكن ان نقول ان

الخطاب استعان بعنصر الشخصيات التي تعتبر كذوات سيميائية وضعت في سياق قابل للرؤية واللمس والحركة.³²

وعليه فالصورة الكاريكاتورية محل التحليل عكست في حقيقة الأمر واقعة حقيقة عرفها المجتمع الجزائري اثناء الحملة الانتخابية لتشريعات 2012 أين حاول المترشحون استغلال مواقع التواصل الاجتماعي في حملتهم.

3.4. تحليل الصورة الكاريكاتورية الصادرة بتاريخ 2014/3/23 تحت عدد 3424 بجريدة الشروق



✓ المستوى الضمني الادراكي

جاءت حاملة لعلامات بلاستيكية وكانت خالة من العلامات الايقونية، مستطيلات طويلة واخرى اقل منها جاءت احدها موازية للأخرى، بالإضافة الى خطوط مستقيمة متوازية وبعض من الخطوط المنحنية دلالة على الحركة، وشريط اسود كتب عليه "انطلاق سباق الحملة الانتخابية اليوم"، هذه الاشكال التي جاءت مغطية كامل مساحة الصورة مع كلمة "انطلاق" مكتوبة باللون الاسود وبخط عريض، جاءت متوازية مع الاشكال الهندسية الأخرى، وكذا شريط باللون الاحمر جاء في نفس الاستقامة مع الاشكال الهندسية الأخرى، مع العلم انه كتب ارقام كل واحد من الاشكال يقابله رقم ومعين، مع العلم انه بدا العد من الشريط الاحمر والذي رسم امامه رقم 1، هذا كما نلاحظ توقيع الرسام، الذي جاء تقريبا متوسطا مساحة الخطاب، الذي تزامن صدوره مع انطلاق الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 في الجزائر.

✓ المستوى التضميني الايديولوجي

لقد جاءت الصورة في تزاوج بين الاشكال الهندسية والتي شكلت بدورها علامات دالة توجي الى الات رياضية، بالإضافة الى خطوط مستقيمة متوازية اتت لتندل على مسار او طريق للألات الرياضية، كما نلاحظ بعض من الخطوط المنحنية التي استعان بها الرسام دلالة على الحركة، وشريط اسود كتب عليه "انطلاق سباق الحملة الانتخابية اليوم"، وبالتالي فكل هذا الزخف الهندسي جاء ليفسر وظيفة الترسخ ويثبت الطبيعة التمثيلية، بحيث ان كل هذه الاشكال التعبيرية القابلة للإدراك والرؤية سمحت بتمثيل وقائع حاجية تشكل في جوهرها مجموعة من الوحدات التعبيرية.

نلاحظ ان الرسام قد اكتفى باللون الابيض في كامل مساحة الصورة كما استعان قليلا باللون الازرق والرمادي الفاتح وشريط باللون الاحمر القاتم بالإضافة الى لفظ الانطلاق المكتوب باللون الاسود والعنوان الرئيسي المكتوب باللون الابيض في ارضية سوداء، وان استعانة الكاريكاتوري بهذه المدونة جاء من باب القصد اذ استعانته باللون الاحمر انما اراد ان يبين مكان المترشح الغائب عن الحملة الانتخابية، والذي يوحي الى البساط الاحمر الذي يمشي فوقه الرؤساء، وبالتالي حمل دلالة واضحة ومقصودة وهو اشارته لرئيس الجمهورية الذي رشح نفسه للانتخابات الرئاسية لعام 2014 وهو غائب اثناء الحملة الانتخابية.

وعن الشخصيات التي احتوتها الصورة فقد جاءت خالية من الشخصيات الظاهرة للعين الا اننا نستشف انه هناك شخصيات ضمنية والتي تفهم من سياق الرسالة اللغوية التي اتت كعنوان رئيسي للخطاب "انطلاق سباق الحملة الانتخابية اليوم"، التي توحى الى بداية المترشحين للانتخابات الرئاسية بعرضهم للبرامج والقيام بحملتهم الانتخابية في الموعد المحدد وما الارقام التي رقمت بها الاشكال من 1 الى 6 الا دليل على هذه الشخصيات الضمنية، وهنا يمكن ان نقول ان الكاريكاتوري حاول ان يشخص الارقام ويمنحها بعدا دلاليا بحيث ان تجسيدها في الخطاب كعنصر رمزي (الوظيفة الرمزية) يدفع الى التفكير في قيمته الايديولوجية وحسب الباحث "رولان بارت"³³ فان هذه الوظيفة الرمزية تقوم بالاتصال وتحويل المعلومات والعمل على اعداد التركيب النموذجي للمعطيات المخيالية حتى وان كانت ايقونية وبهذا فان هذا الدال الايقوني يتميز بفعالية ترتكز على استحضاره لعنصر الشخصيات الضمنية بحيث ان هذا التمثيل يمتلك صفات الاتفاق والتسنيين الثقافي المشترك، بمعنى ان الرابط الذي يجمع الرمز بالموضع المرئي هو الاتصال الاتفاقي الذي يستحضر بدوره الشخصيات حسب الثقافة السائدة بان الشخصيات المترشحة للانتخابات هي اصلا عددها ستة.

إذن فالصورة الكاريكاتورية حملت رسالة ضمنية عن عدد المترشحين للانتخابات مع غياب الشخصية السادسة عن الحملة .

5. نتائج البحث

وعليه فقد اثبتت القراءة التعيينية لفحوى الصور ان أشكالها تباينت بين المستطيل والمربع والزوايا القائمة، وبعض الأشكال نصف ببيضاوية التي تتمركز داخل الأشكال الأخرى وفي الصدد تعرف الخطوط بأنها مجموعة نقاط تسير في مسار معين، وهي تقسم الفراغات، وتحدد الأشكال وتنشئ الحركات وتجزأ المساحات، وبالتالي فإن الأشكال ظهرت بارزة مسيطرة تقريبا على مساحة الخطابات وهي الحاملة للدلالة والمعنى الجوهرى للخطاب، بالإضافة الى الشريط الاسود الذي كان ظهوره ثابت في مكان قار في كامل الخطابات وبنفس اللون(الاسود)، الذي كان حاملا لرسالة السنية تدل دائما على العنوان الرئيسي للخطاب، وعليه فان الاهتمام بالأشكال التعبيرية الهندسية وبكل ما يكوّن بنية الخطابات من الناحية التشكيلية انما هو اهتمام تحليلي تفكيري كونه ينفث على الصيغ ومختلف التفاصيل التي تدرج ضمن طرق الاستدلال والتمثيل للمحاجة بها، ويمثل فعل اعادة تركيب العناصر المرئية بصورتها الموجود في الطبيعة، لتجسيدها وتشخيصها حتى تبدو لعين القارئ حقيقية مما يساعده على استنباط المعاني والدلالات التي تنطوي عليها والتي من اجلها تم الاستعانة بها.

اضافة الى التواصل الشكلي الذي يقدم وضعيات بلاغية متعددة نجد ايضا الخطوط التي استضافتها كذلك الخطابات والتي تباينت بين الأفقي والعمودي والخطوط المتوازية والمنحنية وكلها كانت لأغراض دلالية ايحائية، وهي ليست إحالة على الموجود المباشر بل اعتبارها خطوطا منفتحة على مستويات تأويلية وتمثيلية واسعة.³⁴

ورغم الصعوبة التي تعترضنا في إيجاد دلالات الألوان وتحديدتها بطريقة جيدة تتوافق والمرجعيات الثقافية السائدة في المجتمع، إلا انه يمكن أن نجد بعض الدلالات والقواسم المشتركة بينها وبين الثقافات العالمية، وهو ما دفعنا الى اعطاء وصياغة بعض من الدلالات المختلفة للألوان المستعملة في فحوى الخطابات قيد التحليل، هذه الدلالات التي ساعدت في اضاء معاني اخرى وخلق جو يتوافق والعلامات الايقونية واللغوية المكونة للخطابات ويتناسب والسياقات التي صيغت فيها الخطابات.

أما القراءة التضمينية فقد أثبتت أن الصورة الكاريكاتورية هي تمثيل لوقائع واحداث متنوعة تشتغل في طبيعة أيقونية وتشكيلية، اذ هي حصيلة تركيب معطيات طبيعية وخيالية ورمزية تقوم بإعادة صياغة مضامين من الحياة الطبيعية بصورة هزلية فكاهية.

أن الصورة الكاريكاتورية قد تجاوزت مقاربة نقل المعارف التعبيرية والاشكال والألوان بصيغة هزلية فكاهية غير هادفة، الى مقاربة معالجة المضامين باختلاف ميادينها من سياسية اجتماعية ثقافية.. بصورة هادفة بحيث اصبح استعمال الكاريكاتوري كسلاح ضد السلطة والنظام لا يمكن تفاديه، وما احداث "شارلي ابيدو" الا دليلا على ذلك، اين اصبحت تلك الرسومات البسيطة الحاملة لتشويهات ولخطوط ونقاط موضوعة بطريقة منظمة، وسيلة للضغط على السلطة، وهو ما لاحظناه في فحوى الخطابات قيد التحليل اذ ساهمت العناصر التعبيرية في اضاء معان ودلالات عدة، اذ كان وجودها معبر هادف بعيد عن التلقائية.

وعليه يمكن القول أن الصور الكاريكاتورية استندت في إرساء دلالتها على منظور تناظري تكاملي يجمع بين ما هو بصري إيقوني، بلاستيكي وبين ما هو لساني كلامي، تنصهر هذه العناصر لتكون بنية خطابية منسجمة، يحكمها إعداد مقصدي مسبق، تنوخي الحجاج والإبلاغ وتتوق إلى الإقناع والتأثير، والدلالة والايحاء.

6. قائمة المراجع:

1. أن زمر- فريد زمر، الصورة في عملية الاتصال، قراءتها وتصميمها من أجل التنمية، ترجمة خليل إبراهيم الحماش مراجعة عبد الودود محمود العلي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم 1978 .
2. أنجرس موريس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية ، ترجمة بوزيد صخري، كمال بوشرق, سعيد سبعون, مراجعة مصطفى ماضي، دار القصة للنشر الجزائر ، 2004.
3. حجاب محمد منير ، وسائل الاتصال نشأتها و تطورها ، دار الفجر للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
4. خلف، بشير الفنون لغة الوجدان، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2009.

5. شاكر عبد الحميد، **العملية الإبداعية في فن التصوير، الكويت، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب 1987.**
6. شوقية هجرس، مختار السويفي، **فن الكاريكاتير، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.**
7. عبده الأسدي، **خلود تدمري، دراسة في إبداع ناجي العلي، دار الكنوز الأدبية، 1993 بيروت.**
8. فلاح أمال، **الرسام أيوب، المداوم الوحيد على متابعة لنشرة اليتيمة، الخبر الأسبوعي، العدد 114، من 8 إلى 14 ماي 2001.**
9. محمد بوعزارة، **عندما تتحول الصورة إلى سياسة، جريدة الشروق اليومي، عدد 706، 27 فيفري 2003، ص 09.**
10. الهيتي هيثم هادي، **الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، دار اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.**
11. يخلف، **فايزة دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلامية، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1996،**

1. Abraham Molse, **L'image communication Fonctionnelle**, Gasterman, Belgique 1980.
2. Bertrand Tillier, **A la charge la caricature en France de 1789 à 2000**, Les éditions de l'amateur, Paris, 2005.
3. Claire Desserrey, **Le guide de L'illustrateur professionnel**, éditions du moniteur, 1992, p75
4. Gilles Lugrin, **Généricité et Intertextualité dans le Discours Publicitaire de Presse écrite**, Publications Universitaires Européennes, 1^{er} édition, 2006.
5. HACHETTE le, **dictionnaire Français, Langue Française avec phonétique et éthondagie**, édition Algérienne, 1992
6. Hefzi TOPUS, **Caricature et société**, collection medium, (S.L), Maison Mame.
7. Henri Jonnis, **De l'étude de motivation à la création publicitaire et à la promotion des ventes**, Dunod, 2^{ème} édition, 1982.
8. John Barnicoat, **histoire concise de L'affiche**, édition Hachette, 1972, p205
9. John Grand Carteret, **Les Moeure et la Caricature en France**, France, 1888.
10. M. E. Chevreul, **De la loi du contraste simultané des couleurs et de l'assortiment des object colorés**, imprimerie nationale, Paris, 1839.
11. Michel Jouve, **L'Age d'or de la caricature Anglaise**, Presse de la fondation nationale des sciences politique, Paris, 1983.

12. R,Barthes, **éléments de la sémiologie** , In Communication, n 04, seuil, 1964. p14.
13. Suzy LEVY, Artist., **les mots dans la caricature**, in communication et langue, N° 102, 4 eme trimestre, 1994.
14. Yohan Gicquel , Anne –Sophie Bariety, **Analyse publicitaire**, Le Génie Editeur, France, 2011.
15. Yve Agnès, **manuel de journalisme** , nouvelle édition , média plus , Constantine ,2008..

7. قائمة الهوامش

- 1 : شوقية هجرس، مختار السويفي، فن الكاريكاتير، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 2005 ، ص29.
- 2 HACHETTE le, dictionnaire Français, Langue Française avec phonétique et éthondagie, édition Algérienne, 1992
- 3 Michel Jouve, **L'Age d'or de la caricature Anglaise**, Presse de la fondation nationale des sciences politique, Paris, 1983, p 20
- 4Abraham Molse, **L'image communication Fonctionnelle**, Gasterman, Belgique1980, p116.
- 5Hefzi TOPUS, **Caricature et société**, collection medium, (S.L), Maison Mame, p 54
- 6 Suzy LEVY, Artist., **les mots dans la caricature**, in communication et langue, N° 102, 4 eme trimestre, 1994. p 62
- 7 John Grand Carteret, **Les Moeure et la Caricature en France**, France, 1888, p 11.
- 8 محمد بوعزارة، عندما تتحول الصورة إلى سياسة ،جريدة الشروق اليومي، عدد 706 ، 27فيفري 2003، ص09 .
- 9Bertrand Tillier, op.cit ,p21
- 10 Ronald SEARLE, Claude ROY, Bernd BOUNEMAN, op.cit. p 02
- 11 - بشير خلف، **الفنون لغة الوجدان**، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر ، 2009 ، ص 224
- 12 Michel JOUVE, op.cit. p 17
- 13 Abraham MOLES, op.cit. p 65.
- 14 أن زمر- فريد زمر، **الصورة في عملية الاتصال**، قراءتها وتصميمها من أجل التنمية، ترجمة خليل إبراهيم الحماش مراجعة عبد الودود محمود العلي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، دون بلد، 1978 ، ص 125
- 15 نفس المرجع ، ص103.
- 16 عبده الأسدي، خلود تدمري، **دراسة في إبداع ناجي العلي**، دار الكنوز الأدبية، بيروت، 1993، ص 22.
- 17 أمال فلاح : **الرسام أيوب**، المداوم الوحيد على متابعة لنشرة البيئمة، الخبر الأسبوعي، العدد 114 ، من 8 إلى 14 ماي 2001 ، ص 12
- 18 Yve Agnès, **manuel de journalisme** , nouvelle édition , média plus , Constantine ,2008.p360.
- 19 Bertrand Tillier, **A la charge la caricature en France de 1789 à 2000**, Les éditions de l'amateur , Paris, 2005, pp67-68.
- 20 IBID, 15.
- 21 Michel JOUVE, op.cit, p 200.
- 22 Ronald SEARLE, Claude , op.cit. p 05

- ²³ محمد منير حجاب ، وسائل الاتصال نشأتها و تطورها ، دار الفجر للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 21
- ²⁴ هيثم هادي الهيتي ، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات ، دار اسامة للنش والتوزيع، الاردن، 2010، ص 17
- ²⁵ Claire Desserrey , **Le guide de L'illustrateur professionnel** , éditions du moniteur, 1992, p75
- ²⁶ John Barnicoat, **histoire concise de L'affiche**, édition Hachette, 1972, p205
- ²⁷ مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية ، ترجمة بوزيد صخري، كمال بوشرق, سعيد سبعون, مراجعة مصطفى ماضي، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004، ص 99 .
- ²⁸ فايزة يخلف، دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلامية، رسالة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، 1996، ص 14.
- ²⁹ R,Barthes, **éléments de la sémiologie** ,(In Communication, n 04, seuil), 1964. p14.
- ³⁰ شاكر عبد الحميد، العملية الإبداعية في فن التصوير، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأداب، الكويت، 1987، ص 15
- ³¹ M. E. Chevreul, **De la loi du contraste simultané des couleurs et de l'assortiment des object colorés** , imprimerie nationale, Paris,1839, p334
- ³² Henri Jonnis, **De l'étude de motivation à la création publicitaire et à la promotion des ventes**, Dunod, 2ème édition,1982. P375
- ³³ Gilles Lugrin, **Généricité et Intertextualité dans le Discours Publicitaire de Presse écrite**, Publications Universitaires Européennes,1^{er} édition, 2006, p420
- ³⁴ Yohan Gicquel , Anne –Sophie Bariety, **Analyse publicitaire**, Le Génie Editeur, France, 2011. P 58.