

فاعلية الرسوم الكاريكاتورية في الوعي الصحي عبر الفايسبوك
□ دراسة سيميولوجية لحملة الرسام باقي بوخالفة حول جائحة كورونا.

The Effectiveness of caricatures in Media Campaigns Circulating on Facebook

A semiological study about Corona Pandemic by the Painter Baki Boukhalfa

فاطمة نfnaf^{1*} ، و داد سميشي²

¹ جامعة قسنطينة 3 - صالح بونيدر - (الجزائر)، nefnaf.fatma@univ-constantine3.dz

² جامعة قسنطينة 3 - صالح بونيدر - (الجزائر)، widad.semichi@univ-constantine3.dz

تاريخ النشر: 2021/07/10

تاريخ القبول: 2021/07/05

تاريخ الاستلام: 2021/05/06

ملخص:

تتعدد أشكال الرسائل الإعلامية كما تتعدد أساليبها، وإذا ما نظرنا في تلك الرسائل التي تولمها وسائل الإعلام عناية وتخطيطا وتنفيذا ومتابعة نجد الحملات الإعلامية أولها، والتي تهدف من خلالها إلى تبصير فئة من الجمهور نحو قضية أو أزمة أو موضوع ما، وتتنوع الحملات الإعلامية بتنوع مواضيعها فمنها السياسية، التجارية، الدينية...والصحية وهذه الأخيرة موضوع ورقة بحثنا، ففي ظل الأزمة الصحية التي يعرفها العالم منذ نهاية 2019م تجندت كل الجهات لأخذ التدابير الصحية للوقاية من فايروس كورونا خاصة الحملات التوعوية، ومن وسائلها الرسوم الكاريكاتورية و يهدف البحث إلى معرفة فعالية فن الكاريكاتير وتلقيه في ظل الازمة الصحية .

وخلصت أهم نتائج البحث إلى أن الرسوم الكاريكاتورية لعبت دور تعليمي وإرشادي من خلال تنمية الثقافة الصحية لدى المتلقي في ظل أزمة كوفيد 19 المستجد .

الكلمات المفتاحية: الحملات الإعلامية؛ الرسوم الكاريكاتورية؛ الفايسبوك؛ فايروس كورونا؛ الوعي الصحي.

Abstract:

There are many forms of media messages, in the view of the importance that the media means give to messages in terms of planning. Through which it aims to attract the attention of the public towards an issues. There are media campaigns such as health, which is the subject of our research paper. Because of the global health crisis that the world has known since the end of 2019, everyone has mobilized to take health measures to prevent Coronavirus, especially awareness campaigns, One of its means is caricature, research aim to know its effectiveness in light of the health crisis. The most important results of the research concluded that the cartoons played an educational role through the development of a healthy culture. Because of this global crisis.

Keywords: Media campaigns; Caricature; Facebook; Coronavirus, healthy awarness.

* المؤلف المرسل: فاطمة نfnaf،

1. مقدمة

تهدف الحملات الإعلامية الصحية بالأساس إلى تغيير مجموعة من السلوكيات اتجاه ظاهرة أو حالة مرضية قد يهدد انتشارها أو ارتفاع حالاتها بالأمن العام لصحة المجتمعات، والملاحظ في دراسات الحملات الإعلامية أنها غالباً ما تتجه نحو تلك الحملات الصحية العالمية التي أحدثت انتباه الوسط الاجتماعي وتشتمل على التوعية العالمية خاصة بسلوكيات غير صحية تكاد معروفة لدى الجميع كالتدخين، الكشف المبكر على سرطان الثدي، الوقاية من مرض الإيدز...، من جهة أخرى تشهد الساحة الإعلامية ازدياداً غير مسبوق على مستويات عدة التقني والشكلي فالممارسة...، وفي مقابل هذه التحولات تفرض البيئة الإعلامية الجديدة حاجة الاتصال الصحي إلى التجديد والإبداع في تصميم الرسائل حتى يكون لها فعالية نسبية على المتلقي ومواكبة الحياة الإنسانية بتفاصيلها، وهذا ما اتضح من خلال الوضع الصحي في الفترة الأخيرة من خلال ما أحدثته جائحة كورونا كوفيد 19 المستجد حيث تم الاستعانة والتفكير في كل الأساليب والوسائل ومختلف الأشكال لأجل الحفاظ على الصحة العامة والوقاية من الوباء ولو بأقل الخسائر ومن بين تلك الأشكال الرسوم الكاريكاتورية.

وقد سخر العديد من رسامي الكاريكاتير ريشتهم الفنية لتنظيم حملات توعوية خاصة بجائحة كورونا بل فيهم من نظم معارض موضوعها جائحة كورونا معالجا فيها مختلف المواضيع بهدف التأثير وتوعية المتلقي وانطلاقاً من هذا نطرح السؤال التالي: كيف حققت الرسوم الكاريكاتورية ودلالاتها الفاعلية المطلوبة بالتوعية الصحية في ظل جائحة كورونا المستجد كوفيد 19 ؟

- أهمية الدراسة : تكمن أهمية موضوع دراستنا في التركيز على الرسوم الكاريكاتورية كونها أسلوب من أساليب الحملات الإعلامية المؤثرة والفعالة من جهة ، ومن جهة أخرى التأكيد على ضرورة التنوع والإبداع في الاتصال الصحي خاصة في ظل البيئة الإعلامية الجديدة.
- أهداف الدراسة
- الكشف عن امكانيات الرسوم الكاريكاتورية في التلقي كوسيلة وشكل من أشكال الحملات الاعلامية.
- الكشف عن فاعلية الدلالات الرمزية التي احتوتها الرسوم الكاريكاتورية في التأثير .

أولاً: ضبط المفاهيم

1. الوعي الصحي

ويأتي الوعي في اللغة بمعنى حفظ القلب والشيء والحديث يعنيه وعياً وأوعاه بمعنى حفظه وفهمه (منال، 2010) ، وفي الاصطلاح هو عملية تزويد وتشجيع الافراد والأسر والجماعات لتبني نمط يؤدي إلى تغيير السلوك (أبنعوف حسن، 2007)

والصحي والصحة في اللغة حالة من التعامل البدني والنفس و العقلي والاجتماعي والروحي وليست مجرد الخلو من المرض (منال، 2010) وكثيراً ما ينطبق المعنى اللغوي لصحة على الاصطلاح إذ تصف حالة التوازن الجسدي والعقلي للإنسان كما أشير للمقصود بالوعي الصحي أو التوعية الصحية بالمركب الاضافي بأنها: عملية تزويد الأفراد والمجتمع بالخبرات

اللازمة بهدف التأثير في معلوماتهم واتجاهاتهم وسلوكهم فيما يتعلق بأمر الصحة نحو الأفضل (عمر وحسان، 2020م).

ويمكن أن نعرف الوعي الصحي بما يتماشى وورقة البحث : هو إخبار الجمهور المتلقي بمجموعة من المعلومات عبر مختلف الوسائل الإعلامية بما فيها الرسوم الكاريكاتورية وتشجيعه على تبني أهم التدابير والإجراءات التي تحقق سلامته الصحية.

2. الحملات الإعلامية

عرفها William J.Paisley في كتابه: Public communication campaign The American Experince بالتركيز على معيارين الأول متعلق بتعريف الحملات الإعلامية انطلاقاً من الأهداف المرجو تحقيقها فيقول: " نية مجموعة ما لتغيير معتقدات أو سلوك: وعلق بأن هذا التعريف يظهر كلما ارتبط بالهندسة السلوكية للمجتمعات ومن حيث الأساليب عرفها قائلاً: وأهم دلالاته أن حملة الاتصالات العامة قد تتضمن مزيجاً تقليدياً من الأساليب المختلفة التي تلفت الانتباه ، وقد علق بأن هذا التعريف يظهر كلما استخدمت الحملات الإعلامية أساليب مبتكرة أو مثيرة للجدل " (Ronald E. & Charles K., 2013) وعرفها أيضاً Ronald E. Rice and Charles K. Atkin في كتابهم Public communication campaign "على أنها محاولات هادفة للإبلاغ عن السلوكيات أو التأثير عليها في جماهير كبيرة خلال فترة زمنية محددة باستخدام مجموعة منظمة من أنشطة الاتصال وتضم مجموعة من الرسائل الوسيطة في قنوات متعددة بشكل عام لإنتاج الفوائد غير التجارية للأفراد والمجتمع (Ronald E. & Charles K., 2013, p. 16) كما وعرفها لسان العرب في كتاب مصطلحات في الإعلام والاتصال لخضير شعبان يراد بالحملة الإعلامية جهود التوعية التي تقوم بها بعض الهيئات الرسمية، خاصة الموجهة لإشعار أفراد المجتمع بخطر قضية ما، وحملهم على إتباع أسلوب معين نحوها كالتوعية نحو خطر بعض الأمراض السارية (شعبان، 2001م).

3. الرسوم الكاريكاتورية

من مجموع التعريفات الواردة عنه تعريف الموسوعة البريطانية: "بأنه صور مشوشة للتعبير عن شخصية أو حدث أو سلوك معين كما يُقدم الشخص المرسوم عادة في صورة ساخرة وتحليل طريف" (حسنين، 2012م)، كما ويعرفه قاموس Webster: "بأنه يقوم على المبالغة والتشويه لخصائص الشخص أو ملامح خاصة للشخصيات" ونلاحظ أن كلا من التعريفين ركزا على امرين الاول ركز على موضوع الكاريكاتير بأنه قد يكون شخص، أو حدث أو سلوك، والثاني ركز على جوهر الكاريكاتير التي تكمن في المبالغة والتشويه ومنه يمكن أن نصيب تعريفاً تطبيقياً يتفق و ورقة البحث إذ نقول: الرسوم الكاريكاتورية مجموعة من الصور الخطية تحت وتلفت انتباه المتلقي على ضرورة ترك بعض السلوكيات التي قد تسبب في انتشار فيروس كورونا في قالب من المبالغة والسخرية.

4. فايروس كورونا

من التعريفات الواردة عن منظمة الصحة العالمية والخاصة بفيروس كورونا COVID 19 المستجد: "بأنها سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان، ومن المعروف أن عدد من

فيروسات كورونا تسبب لدى البشر أمراض تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخاصة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية -ميرس- والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة -سارس-، وسببت إحدى هذه الفيروسات مرض 19COVID المستجد مؤخرا حيث ظهرت أول حالة حاملة لهذا الوباء بمدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019م" (الصحة العالمية، د.ت).

ثانيا: اختيار القناة وتأثيره في الحملة الإعلامية

من الواضح استغرق تجسيد المبادئ المتعلقة بمجال التصميم الفعال للحملات الإعلامية وقتا من البحث ليتفق الباحثين في الأخير على أربع فئات رئيسية: الجمهور المستهدف، القناة، الرسالة والتقييم وإن كان قد ثبت بين الباحثين ضرورة الاهتمام بهذه المبادئ مجتمعة ومتكاملة بالتوازن بينهم لينعكس على أداء الحملة ومسارها وفعاليتها إلا أننا سنسلط الضوء على اختيار القناة وما تبعها من أساليب وتأثيرها على الحملة الإعلامية خاصة في ظل البيئة الإعلامية الجديدة، هذه الأخيرة تفرض متطلبات كثيرة تتلاءم مع ما وفرته من استخدامات متشعبة ومتاحة مجانا، إذ أصبح بإمكان الكثير تأسيس إعلام شخصي يكون فاعلا من خلاله في مجتمعه ويحقق أهداف معينة قد تكون إنسانية عامة وقد تكون فردية خاصة. ولهذا يستدعي طرح تلك الأسئلة الكلاسيكية المتوفرة في أدبيات البحث الخاصة بالحملات الإعلامية في ظل هذا التزاحم الإعلامي ما هي القنوات والمكونات التي ستمتع بأكبر فرصة للوصول إلى الجمهور المستهدف وبمعرض أكبر؟.

وقد ناقش كل من Atkin و Salmon "ارتبط اتخاذ قرارات اختيار القناة مع وضع تصميم الرسالة في الاعتبار إذ كل قناة إعلامية لها مزايا وعيوب حيث تختلف القنوات في الميزات مثل الوصول والتخصص والعمق والمصدقية وإمكانية إعداد جداول الأعمال... " (Seth M, 2012). فهذه الأخيرة تعد معايير عامة لتتميز قناة عن أخرى.

وفي الإطار ذاته نبرز دور وأهمية مواقع الويب و التواصل الاجتماعي في الإعلام الصحي بشكل عام والحملات الصحية بشكل خاص باعتبارها أحد قنوات الإعلام الجديدة المعتمدة في الآونة الأخيرة، حتى وإن وصفها بعض الباحثين بأنها وسائل هجينة إلا أن صداها في التأثير فرض أهميتها ودورها في فعالية بعض الحملات الصحية " إذ تقدم الانترنت أبعادا إضافية للحملات من خلال التفاعل والتكيف والبيث المحدود...، وتسهل الوسائط التفاعلية تخصيص الرسائل التي تعكس ميول وقدرات الفرد أيضا تقيم استبيانات الفرز عبر الانترنت مثل مرحلة الاستعداد، الأذواق، الأسلوبية، ومستويات المعرفة والمعتقدات الحالية ثم توجههم إلى الرسائل القصيرة، لا يعكس هذا النهج فقط زيادة احتمالية التعلم والاقناع بل يقلل من احتمالية حدوث تأثيرات مرتدة" (Ronald E. & Charles K., 2013, p. 31).

كما أكد كل من Katz و Rice على أن: "الانترنت مصدر رئيسي للمعلومات والنقاش والعلاج والوصول إلى الأطباء وتعزيز الدعم الاجتماعي من خلال الفعالية الذاتية في إدارة الحالة الصحية للفرد" (Robert.A, 2008)، وتم التوثيق: "أن مكونات التواصل الاجتماعي مميزة من حيث أنها تتيح مصدرا قويا للغاية للتأثير الاجتماعي مع القدرة على مساعدة الأفراد في صياغة الآراء حول الموضوعات التي يهتمون لها أو لتغيير المواقف والتصورات...." (Koustuv & al, 2019) و من نقاط القوة التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي "قدرتها على الوصول إلى أعداد كبيرة من السكان وبسرعة وبتكلفة منخفضة... وثبت أن هذه الوسائل تبشر بتغيير سلوكيات المستخدمين وأنها فعالة في تجنيد المشاركين وتحفيزهم على اتخاذ إجراءات في مختلف الحملات ذات الصلة بالاتصال الصحي" (Koustuv & al, 2019, p. 2).

كما ونشير إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تتعدد مكوناتها ووسائلها إذ يمكن أن تظهر الرسائل بمختلف الأشكال، فأكثر ما يميز مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية دمج الرسائل الإعلامية إلى جانب تنوعها: النصوص، الصوت، مقاطع الفيديو والصورة وهذا الأخير يخص موضوع ورقة بحثنا.

ثالثاً: إمكانية التعليم البصري في الرسوم الكاريكاتورية لتعزيز السلوكيات الصحية

إلى جانب اعتبار الرسوم الكاريكاتورية أنها شكل من الأشكال الصحفية ترتكز على النقد والسخرية بالأساس إلا أنها تؤدي مجموعة من الوظائف الأخرى التي لا يمكن التغافل عن دورها في بناء الأطر الاجتماعية في المجتمع، ومن بينها مهمة التعليم أو ما "أسماه Chocron بالتعليم البصري إذ أشار إلى أن الهدف من التعليم البصري هو إيجاد تكامل بين الصورة والاتصال اللغوي كمدخل لتعليم يسعى لمحو ما يسمى بالأمية البصرية حيث يقدم الرسالة البصرية كلغة إنسانية" (ماهر اسماعيل و منى، 2008م)، كما وأوضح Minter "أن الصور والرسوم تعد أحد المثيرات البصرية المهمة لتقديم التربية الصحية لدى المتلقي مما يساعد في تنمية وتعزيز المفاهيم والعادات الصحية" (ماهر اسماعيل و منى، 2008م، صفحة 32).

إضافة إلى تلك المهمة التعليمية التي تختص بها الرسوم الكاريكاتورية لا تنحصر على فئة الأطفال فقط " بإمكانها أن ترتبط بتعليم الكبار وذلك من خلال ربط المعلومات الصعبة القابلة لنسيان بموقف كوميدي يمكن استرجاعها عند ما يتطلب الأمر ذلك" (أمانى وآخرون، 2019م)

رابعاً: فاعلية الرسوم الكاريكاتورية في التأثير من خلال التحليل السيميولوجي

- الأنموذج الأول - انظر ملحق رقم 01-

1.1. الدراسة التعيينية

الدراسة الشكلية لصورة الكاريكاتورية

1.1.1. حامل الصورة: وردت الصورة الكاريكاتورية في الموجة الأولى من مجموع الرسوم الكاريكاتورية التي خصصها الرسام الكاريكاتوري باقى بوخالفه للقيام بحملة إعلامية لأجل تنمية ثقافة الوعي الصحي اتجاه فيروس كورونا المستجد كوفيد 19 عبر حسابه الشخصي على موقع الفايسبوك بداية من تاريخ 03-04-2020.

2.1.1. موضوع الصورة الكاريكاتورية وشكلها: نلاحظ تواجد الصورة محل التحليل ظهرت في شكل مستطيل تضمنت القصة الكاريكاتورية عناصر أساسية منها: دبابة عسكرية وقارورة معقم وكأنها تمثل خزان الدبابة رجل يرتدي سترة الوقاية من الفيروس وعلم لونه الأبيض تتوسطه شكل الكرة الأرضية، إلى جانب الرسالة اللسانية بالإنجليزية التي رافقت تقريبا كل الصور الكاريكاتورية المخصصة للحملة ممثلة شعار الحملة وهي: فيروس كورونا عدوك، الطبيب هو الجندي، وحاجة الحرب إلى سلاح.

3.1.1 الجداول: ونعني بها خطوط الصورة التي شكلت معالم عناصر القصة الكاريكاتورية حيث وردت خطوط طويلة راسية واضحة، خاصة تلك التي حددت علم العالم باللون الأبيض الذي تتوسطه شكل الكرة الأرضية، انعكست هذه الخطوط في بروز وإعطاء هذا العنصر أهمية أكثر ودرجة أكثر وضوحاً مقارنة بالعناصر الأخرى .

2.1 الدراسة الفوتوغرافية للصورة الكاريكاتورية

- 1.2.1 زوايا الصورة الكاريكاتورية: جاءت زوايا الصورة الكاريكاتورية محل التحليل مكثفة ومحددة بشكل أوضح لعناصر الصورة خاصة في أسفل الصورة والجانب الأعلى في الجهة اليسرى.
- 2.2.1 الإضاءة في الصورة الكاريكاتورية: وردت الصورة بإضاءة قاتمة داكنة إذ وردت خلفية الصورة الكاريكاتورية بألوان داكنة انعكست على درجة الإضاءة بالصورة الكاريكاتورية، هذا لم يمنع من أن تكون باقي العناصر على درجة عالية من الإضاءة كونها وردت بألوان كانت انعكاسا لدرجة عالية من الإضاءة
- 3.2.1 إطار الصورة الكاريكاتورية: حدد إطار الصورة الكاريكاتورية محل التحليل بعدة وسائل منها الإضاءة إلى جانب الإطار الخارجي الذي أعطى لها شكل المستطيل.
3. الدراسة التيبوغرافية

ونخص بالذكر هنا وصف الرسالة اللسانية حيث وردت باللغة الانجليزية وأتى نوع خطها آلي غير يدوي بلون مميز مقارنة لخلفية الصورة الكاريكاتورية، الرسالة اللسانية وردت في الجهة اليمنى في مركز عين القارئ العربي رغم أنها وردت باللغة الانجليزية

5. الدراسة اللونية

احتوت القصة الكاريكاتورية على مجموعة من الألوان من أهمها تلك التي ارتبطت بالعناصر و الوحدات الأساسية للقصة الكاريكاتورية نذكر منها: لون الدبابة اللون الترابي المنقط بالأسود واللون الأبيض الخاص بعالم الذي تتوسطه شكل الكرة الأرضية باللون الأزرق تلعب هذه الألوان دورا دلاليا في فهم بعض الرسائل الضمنية .

2. الدراسة الأيقونية أو التضمينية

1.2 دراسة الأبعاد السيكلولوجية للعناصر الشكلية لصورة

نلاحظ أن الصورة الكاريكاتورية عينة الدراسة قد استوفت على عناصر إخراجية مكثفة ومركزة بداية من شكل الصورة الذي ظهرت من خلاله الصورة (المستطيل الأفقي) ومن دلالاته الإخراجية "يعتبر هذا الشكل أكثر الأشكال راحة للعين كما أنه يضيف نوع من الحيوية على الصورة لجذب الانتباه وإثارة الاهتمام" (النجار، 2001م)، بالإضافة إلى الجداول الطويلة أو الخطوط التي تعمل على إبراز حواف العنصر الشكلي في القصة الكاريكاتورية إذ ينعكس على أهمية كل عنصر في القصة الكاريكاتورية، فكلما كان الشكل يحتوي على خطوط أكثر كلما كان بارزا وهذا ما اتضح من خلال الخطوط التي خصها الرسام بالعلم الأبيض الذي تتوسطه شكل الكرة الأرضية، كما نلاحظ أن كل من الزوايا والإطارات والإضاءة الخاصين بالصورة عينة الدراسة لعبت دور في تحديد و بروز تفاصيل العناصر الشكلية للقصة الكاريكاتورية وتميزها عن بعضها البعض، أما ما تعلق بالدراسة التيبوغرافية التي خصصناها بالرسالة اللسانية فعادة ما ترد الرسالة اللسانية في الرسوم الكاريكاتورية يدوية إلا أنها في هذه الحالة وردت آلية ويعطي ذلك بعدا في قيمة وصدق وجدية الرسالة اللسانية والتي تعتبر شعار الحملة بعيدا عن السخرية التي ترتكز عليها الرسوم الكاريكاتورية كما أنها هذه الرسالة وردت في الجهة اليمنى من الصورة وهذا ما يتوافق ودراسات تثبت أن تركيز عين القارئ دائما ما

يتجه نحو الجهة اليمنى أولاً رغم أن الرسالة وردت باللغة الانجليزية، في الأخير يمكن أن نشير إلى دور المدونة اللونية وتوجد ثلاث ألوان رئيسية شكلت دلالات رمزية لون خلفية الصورة التي عبرت عن لون السماء المختلط بالدخان دلالة على اشتداد الحرب أما لون الدبابة العسكرية ورد بلون رملي منقط بالأسود والمتعارف عليه فيما يخص ألوان الدبابة العسكرية له دلالاته فالدبابة قيد التحليل تمويه أن منطقة الحرب بالصحراء ولعله هذا الأخير دلالة على مدى وسعة انتشار هذا الفيروس في كامل بقاع الكرة الأرضية وتحتاج جهد لأجل تحقيق النصر لسعة انتشاره وسرعته، أم اللون الأبيض للعلم الذي تتوسطه الكرة الأرضية فأكثر دلالات اللون الأبيض: السلام إلا أنه هنا قد دل به الرسام على معانيه الفرعية كعدم التقيد إذ مسألة انتشار فيروس كورونا المستجد كوفيد 19 مسألة عابرة للحدود .

3.دراسة التضمينات الاجتماعية والثقافية للصورة الكاريكاتورية

ارتكز الرسام الكاريكاتوري في رسمته الخاصة بالحملة الإعلامية لأجل التوعية من خطر فيروس كورونا على أسلوب المبالغة التي تعتبر جوهر الكاريكاتير والترهيب حيث أراد الرسام أن يفهم المتلقي أن العالم كله يخوض حرباً اتجاه هذا الفيروس وان ذخيرته الوحيدة هو التعقيم وجنديه هو الأطباء ، والمتتبع لتاريخ الإنسانية فمن المعروف أن الحرب كانت نقمة على كثير من المجتمعات ولهذا أصبحت هاجساً مخيفاً بالنسبة لهم وهذا ما استغله -استغلال العاطفي- الرسام لبناء فكرة رسمته الكاريكاتورية هذا من جهة ، من جهة أخرى ركز الرسام أيضاً على أن يفهم المتلقي أن فيروس كورونا هي مسألة صحية تهتم كل بلدان العالم بذات الأهمية من خلال تركيزه على أن مهمة السلام اتجاه هذا الفيروس تعني كل سكان العالم بتساوي .

الأنموذج الثاني -انظر الملحق رقم 02-

1. الدراسة التعيينية

1.1 الدراسة الشكلية لصورة الكاريكاتورية

1.1.1 حامل الصورة: وردت الصورة الكاريكاتورية الثانية من عينة الدراسة بالموجة الثانية من مجموع الرسوم الكاريكاتورية التي خصصها الرسام الكاريكاتوري باقي بوخالفه للحملة الإعلامية للتوعية من خطر فيروس كورونا المستجد كوفيد 19 والتي نشرها على حسابه عبر موقع الفايسبوك بتاريخ 11-04-2020م.

2.1.1 موضوع الصورة الكاريكاتورية وشكلها: نلاحظ من خلال الصورة قيد التحليل أنها ظهرت في شكل مستطيل أفقي احتوت القصة الكاريكاتورية على عناصر شكلية لها دور كبير في تحديد إطار القصة الكاريكاتورية منها الفضاء الذي وردت فيه القصة الكاريكاتورية وهو البحر القرش الذي كتب عليه Covid19 وطفل صغير داخل فقاعة كتب عليها باللغة الانجليزية Home

3.1.1 جداول الصورة الكاريكاتورية: الحقيقة نلاحظ أن الصورة تقريبا خالية من الخطوط الطويلة أو العريضة التي تحدد معالم عناصر القصة الكاريكاتورية بشكل أوضح ويعود السبب في ذلك اعتماد الرسام باقي على فنيات إخراجية أخرى.

2.1 الدراسة الفوتوغرافية لصورة الكاريكاتورية

1.2.1 زوايا الصورة الكاريكاتورية: نلاحظ أن الرسام ركز على زاوية واحدة في توزيع العناصر الخاصة بالقصة الكاريكاتورية مقارنة بالشكل العام للصورة وهي الزاوية السفلى في الجهة اليمنى إذ جعل من تلك العناصر تقريبا كتلة واحدة وهذا الأخير له دلالات السيكلوجية لدى المتلقي .

2.2.1 الإضاءة في الصورة الكاريكاتورية: غالبا ما تتضح إضاءة الصورة الكاريكاتورية من خلال المدونة اللونية نتيجة انعكاس الألوان والواضح جدا أن الرسام باقي ركز على تكون عناصر القصة الكاريكاتورية على إضاءة عالية الشدة من خلال استخدام الألوان القوية .

3.2.1 إطار الصورة الكاريكاتورية: اعتمد الرسام باقي في تحديد إطار الصورة على المدونة اللونية بالدرجة الأولى خاصة من خلال تحديد فضاء القصة الكاريكاتورية والمتمثل في البحر إلى جانب الإضاءة.

3. الدراسة التيبوغرافية

دائما ما نخصص الدراسة التيبوغرافية بالرسالة اللسانية في جانب شعار الحملة والذي سبق الإشارة له في الأنموذج الأول حيث ظهر في كل صور الحملة الإعلامية إلا أن في الصورة قيد التحليل تغير مكان وضع شعار الحملة في الجهة اليسرى وهي الجهة المعاكسة لارتكاز بقية عناصر الصورة الكاريكاتورية.

4. الدراسة اللونية

ركز الرسام بشكل أكبر على المدونة اللونية من الناحية الإخراجية في جعل كل ما تعلق بالقصة الكاريكاتورية وموضوعها أكثر وضوح، إذ استخدم الألوان الطبيعية الخاصة بفضاء القصة الكاريكاتورية لون البحر ولون القرش الأزرق الفاتح والغامق ألوان ملابس الطفل داخل الفقاعة.

2. الدراسة الأيقونية أو التضمينية

1.2 دراسة الأبعاد السيكلوجية للعناصر الشكلية للصورة الكاريكاتورية

اختر الرسام شكل الصورة الكاريكاتورية مستطيلا أفقي كونها أكثر استخداما وأنها ملائمة لراحة عين المتلقي وبالتالي لفت انتباهه واهتمامه، كما وجعل عناصر القصة الكاريكاتورية في زاوية واحدة يقلل من تشتت المتلقي في فهم عناصر القصة الكاريكاتورية وفهم الموضوع، وركز الرسام في الانطلاق من الخيال الاجتماعي لبناء موضوع قصته الكاريكاتورية الخاصة بالتوعية اتجاه فيروس كورونا المستجد إذ حاول الرسام أن يساوي بين خطر لعبة سمكة القرش الالكترونية على الأطفال بخطر فيروس كورونا المستجد كوفيد 19 موضحا أن الحماية من هذا الخطر مرتبط بالمكوث بالبيت، أما ما تعلق بالإضاءة والإطارات فقد اعتمد على المدونة اللونية أكثر فاللون الأزرق من دلالاته الرمزية الصدق والحكمة وقد ينعكس استخدام هذا اللون كخلفية ضرورة تصديق خطر فيروس كورونا المستجد لدى المتلقي الذي أخذ معه وقت حتى اقتنع البعض أنه

موجودا فعلا وكتابة كلمة home باللون الأبيض الذي يرمز للسلام دلالة على أن سلامتك تكمن في مكوثك في البيت، وكتابة covid19 باللون الأصفر له دلالاته الرمزية منها الغش والخداع والخطر والدهاء والخيانة وكل هذه المعاني تنطبق على هذا الفيروس الذي تحول إلى جائحة اكتسح انتشارها العالم .

3. دراسة التضمينات الاجتماعية والثقافية لصورة الكاريكاتورية

نلاحظ أن الرسام الكاريكاتوري ارتكز في بناء فكرته الكاريكاتورية لأجل إحداث التأثير المطلوب على السياق الاجتماعي وذلك من خلال استدعاء المخيال الاجتماعي اتجاه لعبة سمكة القرش التي أحدثت ضجة في فترة سابقة إذ هددت وأنتهت حياة عدد من لاعبيها لما احتوته من عنف ومغامرات خاصة من فئة الأطفال هذا من جهة، من جهة أخرى نلاحظ أيضا أن الرسام باقى ارتكز على لعبة الألوان في تحقيق التأثير المرجو باعتبارها أحد العناصر الفنية المرتبطة بتسهيل عملية الإدراك لدى المتلقي .

- الأنموذج الثالث - انظر الملحق رقم 03-

1. الدراسة التعينية

1.1.1. الدراسة الشكلية لدراسة الصورة الكاريكاتورية

1.1.1.1 حامل الصورة: أتت الصورة الكاريكاتورية قيد الدراسة ضمن المجموعة الثالثة من الرسوم الكاريكاتورية الخاصة بالحملة الإعلامية التي نظمها الرسام باقى بوخالفة على حسابه على موقع الفايبيوك لأجل تنمية الوعي بخطر فيروس كورونا المستجد كوفيد16 وتاريخ نشر هذه الصورة توافق مع 2020-05-06

2.1.1 موضوع الصور الكاريكاتورية وشكلها: احتوت الصورة عناصر مكثفة لتجسيد القصة الكاريكاتورية إذ تظهر ككتلة واحدة في شكل مستطيل أفقي عبارة عن البطاقة الأم لجهاز الكتروني مع بعض التعديلات التي أضفت عليها الحياة إذ تظهر وكأنها جزيرة تنم بها الحياة من بين تلك التعديلات تواجد الملعب ببطاقة الأم الإلكترونية وأيضا عمارات .

3.1.1 الجداول : ملاحظ أن الصورة الكاريكاتورية بشكل عام خالية من الخطوط الطويلة أو العريضة حيث تظهر تلك العناصر بشكل بسيط شبيه للحالة الطبيعية

1.1.1.1 الدراسة الفوتوغرافية لصورة الكاريكاتورية

1.1.1.1 زاويا الصورة الكاريكاتورية متعددة وقد تكاد خاصة بكل شكل من أشكال العناصر القصة الكاريكاتورية

2.2.1 إضاءة في الصورة الكاريكاتورية جاءت إضاءة الصورة متوازنة على كامل عناصر القصة الكاريكاتورية ومساحة الصورة بشكل عام

3.2.1 إطار الصورة الكاريكاتورية ارتبطت إطارات الصورة الكاريكاتورية بتحديد كل العناصر الشكلية الخاصة بالقصة الكاريكاتورية مثل الملعب والأشكال التي تشبه مباني عالية .

3. الدراسة التيبوغرافية

نختص بدراسة الرسالة اللفظية المرفقة لصورة الكاريكاتورية فيإلى جانب شعار الحملة أورد الرسام الكاريكاتوري رسالة لفظية بخط يدوي باللون الأبيض مكتوبة بالإنجليزية Life in the inside والتي تعني بالعربية الحياة ضمن جزيرة وكان لهذه الرسالة دورا كبيرا في توجيه المتلقي إلى جانب الدلالات الرمزية الواردة في العناصر الشكلية في القصة الكاريكاتورية.

4. الدراسة اللونية

تضمنت الصورة الكاريكاتورية مدونة لونية بسيطة تتوافق وطبيعة العناصر الشكلية الموظفة ضمن الصورة الكاريكاتورية وغلب على هذه الألوان اللون الأخضر.

2. الدراسة الأيقونية

1.2 دراسة الأبعاد السيكولوجية لصورة الكاريكاتورية

نلاحظ أن الرسام حرص على التوظيف الطبيعي للعناصر الشكلية للقصة الكاريكاتورية من خلال صورة خاصة ببطاقة الأم لجهاز إلكتروني مع بعض التعديلات الطفيفة وعليه يتضح أن الرسام باقي لم يؤدي دورا كاريكاتوريا كاملا لا من الناحية الإخراجية الفنية ولا من جهة المبالغة والسخرية ولهذا نلاحظ أن كل من الإطارات والزوايا والإضاءة...لم تؤدي دورا دلاليا كافيا لأنها عكست الشكل الطبيعي لعناصر القصة الكاريكاتورية، في مقابل ذلك ركز الرسام على احد أهم مكونات الرسوم الكاريكاتورية الجوهرية لتعبير والترميز وهي التورية حيث نسق الرسام بين فكرة الصورة الكاريكاتورية و عناصرها الشكلية إلى جانب الرسالة اللفظية تتضح التورية في إظهار نسق رمزي يحمل معنيين الأول سهل ويتبادر لذهن المتلقي بسهولة وهو ارتباط الأجهزة الإلكترونية بالألعاب الإلكترونية غالبا خاصة في الدول النامية فهذا المعنى الظاهر القريب والمعنى الثاني وهو المعنى الخفي البعيد وهو المقصود من الرسالة وهو التركيز على أهمية ودور الحياة الإلكترونية في المجتمعات في ظل جائحة فيروس كورونا المستجد كوفيد 19 وما أفرزته من تباعد اجتماعي ، تسوق الكتروني، تعليم عن بعد...الخ، ويمكن أن نبرر اختيارنا للمعنى الثاني بأنه هو المقصود فالرسام بصدد التوعية بأخذ تدابير الوقاية اتجاه جائحة كورونا وهو أولى أن يثني عن دور الحياة الإلكترونية من ذمها التي ساهمت في قضاء الكثير من حوائج افراد المجتمع بكبسة زر أثناء فترة الحجر الصحي.

2. دراسة التضمينات الاجتماعية والثقافية للصورة الكاريكاتورية

مرة أخرى ركز الرسام على استدعاء المخيال الاجتماعي في بناء فكرته الكاريكاتورية حيث ركز على ما يشاع لدى عامة الناس خاصة في دول العالم الثالث اتجاه المعلوماتية وتكنولوجيا الاتصال ودور الأجهزة الإلكترونية في حياة المجتمعات بأنها غزو للحياة الطبيعية ومضيعة للوقت مع الألعاب الإلكترونية وفساد للأخلاق وعملة للأذهان...، إلا أن علاقة تكنولوجيا الاتصال واستخداماتها مرتبط بذهنيات مستخدميها، ويتأكد ذلك من خلال الظروف التي فرضها انتشار فيروس كورونا المستجد كوفيد19 مؤخرا حيث كان للمعلوماتية والأجهزة الإلكترونية دورا كبيرا في تقديم الكثير من الخدمات الصحية والاقتصادية والنفسية في ظل هذه الجائحة.

خامسا: الاجراءات المنهجية

1. نوع الدراسة ومنهجها

يندرج موضوع دراستنا ضمن الدراسات الكيفية إذ " تسمح بالإحاطة الشاملة بالظواهر وتغوص في عمق تحليل المعطيات الاجتماعية،...تنطلق من نموذج التفسير لتنتهي بالاستدلال والتأويل" (نصر الدين، 2012م)، ومن مناهج البحث في البحوث الكيفية المقاربة السيميولوجية، "ويعتني التحليل السيميولوجي بالبنى العميقة للخطاب عبر تخصيصها واستنباط دلالاتها وبالتالي فإن تفكيك عناصر النسق الاتصالي يقتضي الاعتماد على المقاربة السيميولوجية والتي تركز بالأساس على مفهوم النسق والآنية والدليل أو العلامة (اللغوية أو الصورية) " (فايزة، 2012م).

2. أدوات الدراسة

يتضح من خلال التحليل السيميولوجي تواجد الكثير من شبكات التحليل السيميولوجي (شبكة التحليل الخاصة بمارتين جولي، شبكة التحليل الخاصة بـ لوران جيرفيرو التي عدّها الباحثين وفق احتياجاتهم ودراسة الظواهر الاتصالية، إلا أنه تبقى شبكة التحليل وفق مقارنة رولان بارت الجوهر الذي تتحدد من خلاله معالم بقية الشبكات التحليلية ولهذا سنعتمد مباشرة على مقارنة رولان بارت للتحليل السيميولوجي معتمدين على اقتراح شبكة تحليل إجرائية وعملية، تتفق وأهداف موضوع بحثنا ومع طبيعة الصورة الكاريكاتورية من عينة البحث، وتمثل مقترح شبكة تحليلنا في الخطوات التالية :

أولاً: المستوى التعيني

- معلومات عن الصورة (الحامل ، التاريخ، صاحب الصورة،...)
- دراسة العناصر الإخراجية (الجدول، الزوايا، الإضاءة...)
- دراسة الرسالة التيبوغرافية
- دراسة المدونة اللونية

ثانياً: المستوى التضميني

1/ دراسة الأبعاد السيكولوجية لصورة من خلال تحليل المعطيات الوصفية للصورة

2/ دراسة الأبعاد السوسيوثقافية للصورة من خلال تأويل تلك المعطيات والدلالات الرمزية في السياق الزمكاني .

3. مجتمع الدراسة

من خلال تتبع موضوع بحثنا المرتبط بالحملات الإعلامية الخاص بالرسوم الكاريكاتورية نلاحظ العديد من رسامي الكاريكاتير عبر العالم شغل موضوع جائحة كورونا كوفيد 19 المستجد رسوماتهم وما ارتبط به من قضايا اجتماعية، صحية، اقتصادية وسياسية طويلة فترة الأزمة الصحية ، ومن بينها حملات التوعية للحماية من خطر الوباء، في مقابل ذلك اتضح من خلال المتابعة والملاحظة قليل جدا من بين أولئك الرسامين الذين أسسوا لحملات إعلامية صحية منظمة ومقصودة من خلال الرسوم الكاريكاتورية، ولاختيار عينة ممثلة لمجتمع دارستنا اعتمدنا على العينة متعددة المراحل ويستعين الباحث الاعتماد عليها : " عندما

يلجأ إلى اختيار أكثر من أسلوب عينة حتى يصل إلى المفردات التي يعتقد تمثيلها للمجتمع الأصلي" (محمد، 1992م) ولهذا اعتمدنا على عينة مقصودة في الاختيار كمرحلة أولى لمجتمع بحثنا حيث استوفت كل الخصائص التي تتفق وإشكالية موضوعنا وأهدافه، ولهذا تبين اتخاذ حملة إعلامية نظمها الرسام الكاريكاتيري باقي بوخالفة (مواليد 1977 متخرج من المدرسة العليا للفنون متخصصا في التصميم الخطي سنة 2007م التحق بالجمال الفني والإعلامي 1998، حصل على تتويجات محلي ووطنية ودولية منها من طرف وزارة الثقافة المصرية في 2011م، تنشر أعماله حاليا بجريدة الشروق الوطنية) عبر الفايسبوك واصفا إياها بجهود خاص بعيدا عن انتمائه لمؤسسة إعلامية - وكان شعار حملته: "الفيروس عدوك والطبيب جندك والوعي سلاحك"، نزلها على ثلاث مراحل في كل مرحلة تضم مجموعة من الرسوم الكاريكاتورية موضوعها التوعية بخطر جائحة كورونا كوفيد 19 المستجد، نشرها خلال فترات زمنية متباعدة ويوضح الجدول التالي مجتمع الدراسة:

جدول -رقم 1- يوضح مجموع مفردات مجتمع الدراسة .

المجموعة الأولى	المجموعة الثانية	المجموعة الثالثة	
2021-04-03	2021-04-11	2021-05-06	تاريخ النشر
ست رسومات	ثمان رسومات	ست رسومات	عدد الرسومات
20 صورة كاريكاتورية			المجموع

وتم الانتقال إلى اختيار عينة عشوائية بسيطة تتمثل في ثلاث مفردات من أصل 20 مفردة، وبعد ترميز مفردات المجتمع الأصلي من 1.2.3.4.5.6.....20. وقع اختيارنا بشكل عشوائي على ثلاث أعداد ممثلة لمفردات العينة المعنية بالتحليل وتمثلت في الأعداد التالية: العدد 6 ، العدد 12، العدد 15 وبالتالي فالصورة السادسة من المجموعة الأولى تمثل مفردة من عينة الدراسة... الخ .

سادسا : نتائج الدراسة

1. من خلال القراءة السيميولوجية للصورة الكاريكاتورية من عينة الدراسة نستنتج أن أسلوب المبالغة يخدم كثيرا الحملات الإعلامية لأجل الترهيب من السلوكيات الغير صحية وتنمية الثقافة الصحية لدى المتلقي .
2. اتضح أن للرسوم الكاريكاتورية قدرة كبيرة في الترميز الدلالي من خلال الأشكال الفنية التي بإمكان أن يشترك في فهمها كل سكان العالم مما يوسع من فئات الجمهور المستقبلية .
3. من مميزات الرسوم الكاريكاتورية في التأثير إمكانية استغلال السياق والأحداث الاجتماعية لاختيار مواضيع وطرق المعالجة وأيضا التأكيد على أن هذا الفن فن شعبي أفكاره وسخريته وليدة بيئته مما يؤهله أن يكون أقرب لتأثير أكثر من وسيلة أخرى.
4. تلعب الألوان دورا كبيرا في التأثير على الإدراك البصري لدى المتلقي لإيصال الرسائل الضمنية واستيعابها بسهولة .
5. يتضح من خلال التحليل أن التورية أحد أهم المكونات والخصائص التي ترتكز عليها الرسوم الكاريكاتورية للتعبير والتجسيد لأجل تحقيق التأثير في المتلقي

سابعاً : خاتمة:

تبين من خلال الدراسة أن الرسوم الكاريكاتورية تؤدي دوراً عملياً في حياة المجتمعات، فهي إلى جانب أنها وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرية تركز على النقد والسخرية والمبالغة، فهي أيضاً تلعب دوراً تعليمياً وإرشادياً من خلال تنمية الثقافة الصحية لدى المتلقي وذلك انطلاقاً من مجموع الخصائص والإمكانيات التي تتمتع بها الرسوم الكاريكاتورية في التعبير بهدف الإصلاح والتوعية.

الإحالات والمراجع

- أبنعوف احمد أبنعوف حسن. (2007). وظيفة العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي دراسة تطبيقية على وزارة الصحة الاتحادية. السودان: جامعة أم درمان الإسلامية.
- بن عيشوش عمر، و بوسرسوب حسان. (2020م). دور شبكة الفايبروك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19. مجلة التمكين الاجتماعي ، 2 (2).
- حسن البدر محمد منال. (2010). فاعلية الحملات الاعلامية في نشر الوعي الصحي. السودان: جامعة أم درمان الإسلامية.
- خضير شعبان. (2001م). لسان العربي مصطلحات في الإعلام والإتصال (الإصدار ط1). الجزائر: دار اللسان العربي.
- سعيد الغريب النجار. (2001م). مدخل الإخراج الصحفي. مصر: الدار المصرية اللبنانية.
- شفيق حسنين. (2012م). لغة الجسد في الإعلام (الإصدار ط1). مصر: دار فكر وفن.
- صبري ماهر اسماعيل، و عبد المقصود السيد منى. (2008م). القصص الكاريكاتورية وأثرها في تعديل أنماط السلوك غير الصحي وتنمية الوعي به لدى الأطفال المعاقين سمعياً. سلسلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس (ASEP) ، 01 (04)، ص 29.
- عبد الحميد محمد. (1992م). بحوث الصحافة (الإصدار ط1). مصر: دار عالم الطنّب.
- لعياضي نصر الدين. (2012م). الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للمكتهج الكيفي. أقالمتصال في منطقة العرب ، صفحة 72.
- لعياضي نصر الدين. (2012م). الرهانات الفلسفية الابستمولوجية للمنهج الكيفي . ص 12 .
- محمود محمد عيسى أماني، و آخرون. (2019م). مهارات إنتاج رسومات كاريكاتورية. البحوث في مجالات التربية النوعية (22)، ص 286.
- منظمة الصحة العالمية. (دب). تاريخ الاسترداد 01 24، 2021م، من <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>
- يخلف فايزة. (2012م). مناهج التحليل السيميائي (الإصدار ط1). الجزائر: دار الخلدونية.
- Koustuv, S., & al, E. (2019). A computational study of mental health awareness campaigns on social media. Translational Behavioral Medicine , 09 (06), 1.
- Robert.A, L. (2008). Health campaign research. handbook of public communication of science and technology , p. 83.
- Ronald E., R., & Charles K., A. (2013). Public communication campaign. Road: SAGE.
- Seth M, N. (2012). An Audience-Channel-Message-Evaluation (ACME) Framework for Health Communication Campaigns. Published by: Sage Publications , 13 (04), p484.

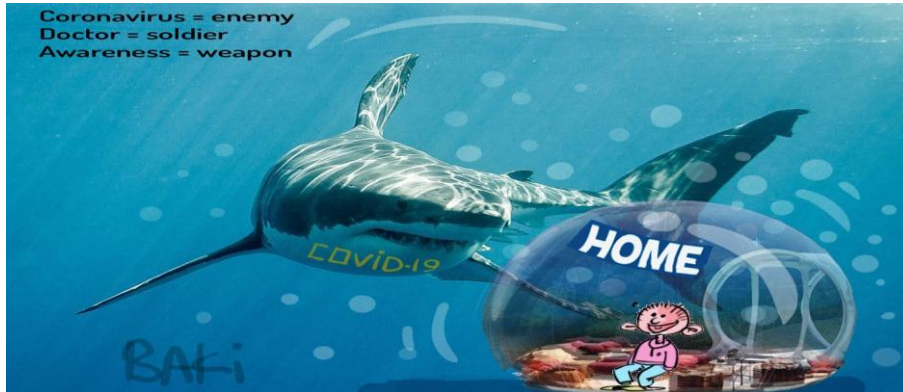
الملاحق

1. الملحق رقم -1-



تاريخ النشر: 2020-04-03 <https://www.facebook.com/baki.boukhalfa>

2. الملحق رقم -2-



تاريخ النشر: 2020-04-11 م <https://www.facebook.com/baki.boukhalfa>

3. الملحق رقم -3-



تاريخ النشر: 2020-05-06 <https://www.facebook.com/baki.boukhalfa>