

صورة المرأة الجزائرية عبر وسيلة التواصل الاجتماعي فيس بوك

دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الصور الكاريكاتيرية لصفحات الفيس بوك

Algeria woman image via Facebook social media

A semiological analysis study to sample from the images caricature for Facebook pages.

سارة خلة¹

مخبر الدراسات الدعوية والاتصالية جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة

s.khalla@univ-emir.dz

أ.د رقية بوسنان

مخبر الدراسات الدعوية والاتصالية جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية- قسنطينة

b_rokeia@yahoo.fr

تاريخ الوصول 2022/03/31 القبول 2022/10/19 النشر على الخط 2022/11/05

Received 31/03/2022 Accepted 19/10/2022 Published online 05/11/2022

ملخص:

تهدف الدراسة إلى توضيح أهمية صورة المرأة الجزائرية داخل المجتمع، خاصة في ظل التطورات التكنولوجية التي يشهدها عالم الاتصال مع ظهور الأنترنت وعصر الويب و بروز مجموعة من شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتبر من أهم مخرجات الإعلام الجديد، حيث تسعى هذه الدراسة إلى تحليل صور كاريكاتيرية عبر موقع الفيس بوك، بالاعتماد على منهج التحليل السيميولوجي ومقارنته مارتين جولي، مما يسمح بالتعرف على صورة المرأة في الفيس بوك، وقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية: لقد سمح الفيس بوك للمرأة الجزائرية بالاندماج في المجال الافتراضي لرسم صورة عصرية لها، صورة المرأة الجزائرية في الفيس بوك لازال يغلب عليها الطابع النمطي السلبي، حيث حملت الصور المعالجة أساليب السخرية والاستهزاء بها، والمبالغة في تصويرها على أنها الأم والزوجة فحسب وإهمال أدوار أخرى لها.

الكلمات المفتاحية: صورة المرأة الجزائرية، الفيس بوك، التحليل السيميولوجي، الصور الكاريكاتيرية.

Abstract:

The study aims to clarify the importance of the image of Algerian women within society especially in light of the technological developments witnessed by the world of communication. With the advent of the Internet and the era of the web and the emergence of a group of social networks. Which are considered one of the most important outputs of the new media. As this study seeks to analyze the caricatures of Facebook relying on the Semiological analysis method and its approach by Martin jolly. This allows you to identify the image of a women on Facebook. The study reached the following results: Facebook allowed the Algerian women to integrate into the virtual sphere to draw a modern image of her. The image of the Algerian woman on Facebook is still dominated by negative stereotypes as the processed images carried methods of irony mockery and exaggeration in portraying them as only the mother and the wife neglecting her other roles.

Key words: Algeria women image, the Facebook, semiological analysis, cartoon pictures.

1. مقدمة :

إن مجتمع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يعيش ثقافة الصورة، هذه الأخيرة لها تأثير بليغ على ذهن الفرد والمجتمع أكثر من الكلمة نفسها، وقد تزايد تأثيرها مؤخرًا نتيجة التطورات التقنية التي يشهدها العالم، بدأت هذه التطورات مع الأنترنت ثم توالى بعدها ظهور العديد من المواقع والشبكات العالمية المختلفة، وهنا تمكن الفرد المستخدم من التعبير عن ذاته والإفصاح عن مختلف توجهاته، كما سوق لمجموعة من الأفكار والموضوعات والصور التي يريدتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المعروفة.

إشكالية البحث:

مع مطلع الألفية الثالثة مكنت شبكة الأنترنت من خلال تطبيقات الويب الحديثة 2.0 من ظهور الإعلام الجديد والذي كانت مواقع التواصل الاجتماعي من أهم مظاهره، ساعدت هذه المواقع الأفراد عبر مختلف بقاع العالم من الاتصال والتواصل مع بعضهم البعض، ويُعد كل من: You tube, Twitter, Instagram, Facebook من أهم هذه المواقع، فشبكة التواصل الاجتماعي فيس بوك الذي ظهر على يد الطالب مارك زوكربيرج حوالي عام 2004 أحدث ضجة كبيرة منذ ظهوره فقد انتشر الأخير في فترة وجيزة، وتمكن من استقطاب العديد من الأفراد عبر مختلف بقاع العالم حيث تشير عدة تقارير إلى أن عدد مستخدميه وصل إلى أكثر من ملياري مستخدم عبر العالم في أواخر عام 2021، فرأى رواده بأنه عبارة عن بيئة خصبة تساعد على طرح مختلف القضايا والمواضيع، فكانت قضايا المرأة من بين المواضيع التي انتشرت عبر صفحات الفيس بوك، بحكم أن النساء عنصر مهم وفعال داخل أي مجتمع، ما جعل القضايا المرتبطة بهن ذات أهمية لدى مستخدمي موقع الفيس بوك في العالم عامة، وفي الجزائر بصورة خاصة، وهكذا كان لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك دور في رسم وبناء الصورة العصرية للمرأة الجزائرية، وعليه تسعى هذه الدراسة للكشف عن ما يلي:

- ما هي الرسائل الأيقونية والتشكيلية التي تضمنتها صور المرأة الجزائرية التي تمت معالجتها عبر صفحات الفيس بوك؟
- ما هي الرسائل الألسنية التي تضمنتها صور المرأة الجزائرية التي تمت معالجتها عبر صفحات الفيس بوك؟
- ما هي الدلالات والمعاني المستخلصة من الصور المعالجة عبر صفحات الفيس بوك؟
- ما هي الصورة التي وظفتها مواقع التواصل الاجتماعي عن المرأة الجزائرية؟

وتستمد هذه الدراسة أهميتها من موضوعها، حيث أن مكانة ودور المرأة داخل المجتمع يجعل مختلف الدراسات والبحوث المرتبطة بها مفيدة على المستويين الأكاديمي والاجتماعي، كما أن الدراسة تسلط الضوء على كيفية توظيف صورة المرأة من طرف مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك بالجزائر، خاصة وأن هذه الوسائط والشبكات غيرت من تفكير الفرد وتصرفاته.

أما عن أهداف البحث فتتمثل فيما يلي:

- التعرف على الرسائل الأيقونية التي تحملها الصور المعالجة.
- التعرف على الرسائل التشكيلية والألسنية التي تحملها الصور محل الدراسة.
- الوقوف على الصورة التي وظفتها مواقع التواصل الاجتماعي عن المرأة الجزائرية.

منهج الدراسة ومقارنته: إن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو المنهج السيميولوجي والذي يهتم بدراسة العلامات في كنف الحياة الاجتماعية¹، ويُعرف على أنه علم العلامات، أو السيرورات التأويلية حيث يشير الباحث Umberto Eco أنه توجد علاقة عميقة ما بين العلامات وعملية التأويل لأن شيء ما لا يكون علامة ولكنه يؤول بوصفه علامة لشيء آخر من خلال مؤول ما² كما يمكن تعريفه حسب نفس الباحث بأنه يُعنى ويختص بكل ما يمكن اعتباره إشارة وهذه الإشارات قد تكون كلمات، صور، أصوات، إيماءات، أشياء³.

يعتمد هذا المنهج على مقاربات عديدة تمكنه من القيام بعملية تحليل الرسائل البصرية والسمعية وكذلك البصرية السمعية، وبما أن دراستنا ستهتم بتحليل الصور الكاريكاتيرية، فسنعتمد على مقارنة معروفة وهي مقارنة مارتين جولي التي تختص بمعالجة الصور وتعتمد هذه المقاربة على عنصرين مهمين وهما: الدليل التشكيلي، الدليل الأيقوني

– **الدليل التشكيلي:** وهو الذي يهتم بالعلامات الخاصة بالرسائل البصرية كالتأطير والإطار، وكذلك العلامات الغير خاصة بالرسائل البصرية كالألوان والإضاءة.

– **الدليل الأيقوني:** يهتم هذا الدليل بالتعرف على الدلالات الضمنية للصورة من خلال العناصر التشكيلية من ألوان وخطوط⁴.
مجتمع الدراسة وعينته: يتمثل مجتمع دراستنا في كل الصور الكاريكاتيرية التي تتكلم عن المرأة الموجودة عبر صفحات الفيس بوك، ويُعرف مجتمع البحث حسب محمد عبد الحميد على أنه مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق النتائج المرجوة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر⁵ وبما أننا لا نستطيع دراسة كل مجتمع البحث اعتمدنا على عينة من الصور الموزعة عبر صفحات الفيس بوك وهذه الصور ظهرت لنا أثناء عملية البحث عن الكاريكاتير المناسب للدراسة والذي يتناول في طياته قضايا المرأة، ونوع العينة التي اعتمدناها هي القصدية والتي تعرف على أنها نوع من أنواع العينات التي يستخدم فيها الباحث الحكم الشخصي في عملية الاختيار، وهذا الحكم يبنى على معرفة مسبقة، ويتم بعد ذلك اختيار عينة يُعتقد أنها تمثل مجتمع البحث⁶.

الدراسات السابقة:

– **الدراسة الأولى⁷:** جاءت تحت عنوان صورة المرأة العربية في الإعلام الجديد بين الواقع والمواقع (حالة يوتوب) دراسة تحليلية وصفية، وهي عبارة عن مقال علمي من إعداد الأستاذ نصر الدين بوزيان، واشكالية الدراسة تمثلت في محاولة الباحث التعرف على صورة المرأة في الإعلام الجديد ومقارنتها مع الواقع، من خلال اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، وأداة تحليل المحتوى ودراسة 120 فيديو منشور على اليوتيوب، وكانت النتائج المتوصل لها كالتالي: هناك عدة مواضيع تم معالجتها من أبرزها: واقع المرأة

¹ بزنانر توسان، ترجمة محمد نظيف، ماهي السيميولوجيا، إفريقيا الشرق، الدار البيضاء، ط2، 1994، ص9.

² منذر عياشي، العلاماتية وعلم النص، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط1، 2004، ص13.

³ دانيال تشاندلر، ترجمة طلال وهبه، أسس السيميائية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2008، ص28.

⁴ فايزة يخلف، سيميائيات الخطاب والصورة، دار النهضة العربية، بيروت، ط1، 2012، ص127-128.

⁵ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2000، ص130.

⁶ رشدي القواسمة وآخرون، مناهج البحث العلمي، جامعة القدس المفتوحة، عمان، دط، 2012، ص188.

⁷ نصر الدين بوزيان، صورة المرأة العربية في الاعلام الجديد بين الواقع والمواقع: حالة يوتوب، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 25، العدد42، 2014، ص35-50.

وحقوقها، ومشاكلها وأخلاقياتها، وكان عدد مشاهدات الفيديوهات المدروسة تقريبا 12 مليون مشاهدة، ومصادر مادة التحليل هم الهواة ووسائل الإعلام، منظمات غير حكومية، ومؤسسات خاصة، ونوع المادة المنشورة اختلفت ما بين وسائل الإعلام والاشهار والفيديو كليب، ومدتها وصلت إلى أكثر من 9 ساعات في حين الفترة المنقضية في وضع الفيديوهات كانت أكثر من 6 سنوات.

– الدراسة الثانية¹: صورة المرأة العربية عبر الإعلام الجديد وهي دراسة استطلاعية تحليلية لعينة من الفيديوهات، عبارة عن مقال علمي من طرف الباحثة مهري شفيقة، تهدف من خلاله لتعرف على صورة المرأة في الإعلام الجديد عبر دراسة فيديوهات بصورة قصدية مع اعتماد أداة تحليل المحتوى، وكانت النتائج كالتالي: المضامين المعالجة ركزت على جمال المرأة ولفات حجابها، الإثارة والإغراء، ومادة التحليل كانت من الهواة ووسائل الإعلام والفنانين، أما عن نوع المادة فكان عبارة عن مقاطع فيديو ومواد ترفيهية، في حين الفترة المنقضية في وضع المادة هي سنة واحدة، وشملت المادة المنشورة على عدة قيم منها: تحرر المرأة، الظلم الذي تتعرض له المرأة، طموحها في الحياة وحبها.

2. الإطار المفاهيمي والنظري للدراسة:

1.2 مفاهيم الدراسة:

– الصورة: علامة أيقونية ذات علاقة مشاهمة بين الموضوع وما يمثله، وهي بمثابة دليل تقوم بعملية تقليد واسترجاع الموضوع الأصلي من خلال شكله وأبعاده وألوانه².

– الكاريكاتير: عرفته الموسوعات والمعاجم الأجنبية على أنه تشويه للملامح الشخصية المميزة، من خلال المبالغة في رسمها وإبراز الجانب المشوه والغريب بها، وإخفاء الجانب الجميل مع جعل الشخصية مضحكة³.

– مواقع التواصل الاجتماعي: مواقع إلكترونية إجتماعية موجودة على شبكة الأنترنت، وهي من أهم ركائز الإعلام الجديد تتيح التواصل بين الأفراد، وتسمح لهم بمشاركة الملفات والصور ومقاطع الفيديو المختلفة⁴.

– الفيس بوك: حسب الباحث Sherry kinkoph Gunter الفيس بوك واحد من الشبكات الاجتماعية، ومكان يجتمع فيه أفراد المجتمع بحيث يتيح لهم التفاعل مع بعضهم البعض، وتبادل الصور والفيديوهات ومختلف المعلومات، مع إمكانية التواصل مع الأصدقاء وزملاء العمل والدراسة، وبناء علاقات مختلفة على سطح الملفات الشخصية⁵.

2.2 نشأة موقع فيس بوك وأبرز الخدمات التي يقدمها: شهد مطلع عام 2004 ظهور مدونة شخصية على مستوى جامعة هارفارد بالولايات المتحدة الأمريكية من طرف الطالب مارك زوكربيرج، أتاحت هذه المدونة في بداية الأمر لطلاب هارفارد ثم انتشرت لباقي جامعات الولايات المتحدة الأمريكية الأخرى واستفاد منها طلاب الجامعات.

¹ مهري شفيقة، صورة المرأة العربية عبر الإعلام الجديد: دراسة استطلاعية تحليلية لعينة من الفيديوهات بموقع يوتيوب، مجلة حوليات جامعة الجزائر، المجلد 35، العدد 01، 2020، ص 747-765.

² فايزة يخلف، المرجع السابق، ص 18.

³ حمدان خضر السالم، الكاريكاتير في الصحافة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2014، ص 27.

⁴ محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ط 1، 2015، ص 439.

⁵ مؤيد نصيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة في موقع الفيسبوك، ألفا للوثائق، قسنطينة، ط 1، 2016، ص 162.

ثم أُتيح موقع الفيس بوك عبر الويب عام 2006 وهنا أصبح للجميع إمكانية الوصول إليه والاستفادة منه، حيث عرف عدة تطورات من طرف القائمين عليه، وبوصول عام 2007 شهد الموقع شهرة كبيرة نتيجة تلك التطورات التي خضع لها، حتى وصل عام 2010 عدد مستخدميه لنصف مليار مستخدم عبر العالم، واحتل بذلك المركز الثالث عالميا بعد كل من: Google, Microsoft، وتبادل عبره المستخدمون العديد من الملفات والصور والفيديوهات بالإضافة إلى تشارك الآراء والأفكار والتوجهات، ولازال لحد الساعة يشهد زيادة في عدد مستخدميه عبر العالم، كما يشهد أيضا تطورات مختلفة¹.
أما عن الخدمات التي يقدمها فهي عديدة ومتنوعة، لا يمكن الوقوف عندها كلها، ولكن يمكن ذكر البعض منها:
- يساعد موقع فيس بوك على تكوين علاقات مع الأفراد عبر مختلف أنحاء العالم، ويؤرد بإمكانية إنشاء ألبومات صور خاصة بالمستخدم وأصدقائه وعائلته ومعارفه.

- يوفر للمستخدم إمكانية التسلية والترفيه مع وجود مجموعة من الألعاب المختلفة.
- يتيح للمستخدم فرصة الترويج والإعلان للسلع والخدمات والمؤسسات المختلفة.
- إمكانية إضافة روابط مهنية وثقافية، وكذلك إتاحة تسجيل أهم مواعيد وارتباطات المستخدم عبر الفيس بوك وهي ما تسمى بالملاحظات أو الدفتر الورقي².

3.2 فوائد الفيس بوك وسلبياته:

في البداية نتطرق لأهم الفوائد والميزات التي يحققها موقع فيس بوك لمستخدميه:
- إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين مختلف الأعضاء.
- إمكانية متابعة شخصيات معروفة ومشهورة عبر مختلف أنحاء العالم.
- ظهور ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية مكن الأفراد من التعارف على الشعوب من مختلف أنحاء العالم وزيادة الخبرة نحوهم.
- التفاعل وتبادل المعلومات والمعارف والخبرات.
أما عن سلبياته فهي الأخرى كثيرة ومتنوعة نذكر من أهمها:
- إضعاف العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع³.
- انتهاك خصوصية المشتركين والاحتفاظ بالبيانات والمعلومات عنه.
- استغلال الفيس بوك وبعض جهاته للمعلومات والصور التي يشاركها المستخدم عبره وتوجيهها لأغراض معينة⁴.

4.2 قضايا المرأة كما يقدمها موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك:

مع تطور وسيلة التواصل الاجتماعي الفيس بوك، تطورت معالجة قضايا المرأة بأشكال وصور مختلفة، حيث بدأت هذه القضايا تأخذ مكانها وأصبح الإعلام الاجتماعي هو المحرك الأقوى لها، وقد تم تناولها في شكل أكثر استقلالية وتحررا، خاصة بعد تعرض الأخيرة لمتغيرات العصر الحاضر ومطالبه المتنوعة، التي ساعدتها على الخروج من المنزل وانتقالها للعمل في المؤسسات والشركات

¹ عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص 63-64.

² محي الدين إسماعيل محمد الديهي، مرجع سابق، ص.460.

³ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014، ص67-69.

⁴ المرجع نفسه، ص 71-72.

ومشاركتها الفعالة في الانتاج الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والثقافي، وهذا ما أدى إلى الابتعاد عن تناول الأدوار الاستهلاكية لها والتي تقدمها على أنها الأم والزوجة فحسب، ومحاوله إحداه توازن بين تناول أدوارها التقليدية النمطية وتناول الأدوار العصرية لها.

حيث برزت مجموعة من الصفحات التي تناولت قضايا المرأة عبر موقع الفيس بوك مثل صفحة انتفاضة المرأة في العالم العربي عام 2012 عملت هذه الصفحة على مناصرة حقوق المرأة الإنسانية وحريتها واستقلاليتها في العالم العربي، ووصل عدد متابعيها لـ 120.000 متابع، رفضت مضامين هذه الصفحة الفايبوكية كل أشكال العنف الممارس ضد المرأة، وعملت على نشر مفاهيم المساواة والحرية، وصفحة التحرش الجنسي ضد المرأة هذه الصفحة التي رفضت كل أشكال التحرش الجنسي الممارس على المرأة وقامت بكشف أنواعه وممارساته ونادت بضرورة الابتعاد عنه، وصفحات أخرى كثيرة ومتنوعة تناولت الأدوار السياسية والاقتصادية والاجتماعية للمرأة مبرزة أهميتها ودورها في بناء الوطن، هكذا عمل موقع الفيس بوك على إحداه نوع من التوازن ما بين طرحه لتلك القضايا النمطية التي تناول المرأة كزوجة وأم وأخت ومرية منزل، وأيضا مجموعة من القضايا العصرية التي تعرض وظائف المرأة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية المختلفة.¹

3. الإطار التطبيقي للدراسة:

الصورة الأولى:



المصدر: صفحة الفيس بوك Algerian women

– الوصف: نلاحظ من خلال هذه الصورة الكاريكاتيرية وجود شخصين أحدهما امرأة واقفة ترتدي تنورة قصيرة صفراء اللون مثل لون شعرها، وتضع في يدها قفرتان ذات لون رمادي وحاملة القدر، ويبدو على وجهها علامات الانزعاج، كما يوجد رجل جالس فوق كرسي الطاولة فاتح قدميه ورافع يده اليمنى ويبدو على وجهه علامات الغضب وفمه مفتوح، يرتدي قميص أبيض مخطط بالأسود وسروال أزرق مع حذاء رمادي.

– المستوى التعيني:

– الرسالة التشكيلية:

– الحامل للصورة: جاءت هذه الصورة في صفحة الفيس بوك «Algerian Wamen»

¹ منير طيبي، صورة المرأة في الإعلام العربي الثابت والمتغير، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 5، العدد 2، 2020، ص 85-98.

- التأطير وزاوية الالتقاط: تم التركيز في الصورة على يد الرجل المرفوعة، حيث جاء كف يده في شكل ضخيم نوعا ما، مع التركيز على ملامح وجه المرأة والرجل لأن الملامح مهمة جدا في نقل الرسالة، أما فيما يخص زاوية التقاط الصورة فيبدو أنها أمامية أخذت من الجهة المقابلة نتيجة توسط الرجل والمرأة للصورة.

- الألوان والإضاءة: الأصفر، الأسود، الأبيض، الأزرق، الرمادي، وغلب على كامل الصورة اللون الأبيض، وكانت الإضاءة قوية وبارزة وواضحة المعالم.

- الأشكال: خطوط مستقيمة على أرض المطبخ، شكل بيضوي مربع حامل للرسالة المكتوبة، خطوط منحنية على المرأة دلالة على قيامها بمجهود وحركة، خطوط منكسرة على الرجل دلالة على الغضب.

- الرسالة الأيقونية:

- الشخصيات: في المستوى الأول تدل صورة المرأة على زوجة ربة بيت تحضر الطعام لزوجها داخل المطبخ وقد تأخرت في إعدادها، أما المستوى الثاني لدلالة الصورة فيبدو أن المرأة متعبة، منهكة، مقهورة، خائفة.

أما الشخص الثاني وهو الرجل فيدل في المستوى الأول، أنه زوج المرأة جالس ينتظر الطعام وغاضب جدا لتأخر زوجته في إعدادها، أما المستوى الثاني فيدل على وجود زوج متغطرس، ظالم، متسلط، أناني.

- الأشياء: فُرن، باب، نافذة، كرسي، طاولة، قدر.

- الرسالة الألسنية: وردت الرسالة الألسنية في عبارة "الطعام" والتي صدرت عن لسان الزوج، تدل هذه العبارة على أن الزوج جائع يطلب من زوجته إحضار الطعام وهو غاضب ويصرخ ويرفع يده، وهي تحمل الأكل في يدها وعلى وجهها علامات الخوف والانزعاج وتتقدم به لزوجها، وفي هذه الصورة دلالة واضحة على أن المرأة الجزائرية في نظر زوجها وظيفتها إعداد الطعام والاهتمام بشؤون الأطفال والمنزل والأسرة فقط، والمطلوب منها عدم التأخر في ذلك، متجاهلاً أنها الأم والزوجة وأن لها حقوقها داخل أسرتها مثل ما لها حقوق داخل المجتمع ككل.

الصورة الثانية:



المصدر: صفحة الفيس بوك وجوه القرون DZ

- الوصف: نلاحظ في هذه الصورة الكاريكاتيرية وجود امرأة جالسة على كرسي الطاولة شعرها مجعد أخضر اللون تلبس نظارة بعينها وتبدو مبتسمة، ترتدي سروال أخضر وقميص أبيض ويدها في لوحة مفاتيح الكمبيوتر الموجود على الطاولة، وفي المقابل يوجد فرن فوقه قدر مشتعل بالنار.

- المستوى التعيني:

- الرسالة التشكيلية:

- الحامل للصورة: جاءت الصورة على مستوى صفحة الفيس بوك " وجوه القرنون DZ"

- التأطير وزاوية الالتقاط: ركزت الصورة على جلوس المرأة أمام الكمبيوتر والفرن يشتعل بالنار، قصد إيصال الرسالة المقصودة جيدا، أما عن زاوية الالتقاط فكانت على الجهة اليسرى للمرأة لكي تبدو وكأنها تنظر للكمبيوتر وتتواصل من خلاله.

- الألوان والإضاءة: الأبيض، الأسود، الأخضر الذي غلب على كامل حيثيات الصورة، الإضاءة كانت متوسطة لكن الصورة واضحة للمتلقي.

- الأشكال: مربعات مرسومة على الأرض، خطوط منحنية على الجدران، خطوط منحنية على وجه المرأة تدل على قيامها بحركة وهي الابتسامة.

- الرسالة الأيقونية:

- الشخصيات: في المستوى الأول هناك دلالة على وجود امرأة جالسة تتواصل عبر الكمبيوتر وهي تبتسم ويبدو أنها منشغلة بمن تحدث معهم، وفي نفس الوقت تقوم بالطبخ والطبخة احترقت وهي لا تعلم بذلك، أما المستوى الثاني فيبدو وجود امرأة مهملة، منشغلة بالحاسوب، متجاهلة للطبخة التي تقوم بها.

- الأشياء: الفرن، القدر، الكرسي، الطاولة، الحاسوب، قارورة غاز.

- الرسالة الألسنية: وردت الرسالة الألسنية في عبارة "وراء كل طبخة محروقة... امرأة تعشق الفيس بوك"، وتدل هذه العبارة على

أن أسباب الحرائق التي تحدث على مستوى المطبخ يعود لانشغال الناس الجزائريات بالفيس بوك، وتجاهلهم لأعمال المنزل، وكأن الصورة تقول بأن المرأة الجزائرية اليوم أصبحت تُعطي أهمية للفيس بوك وما يحدث داخله وتُهمَل أولويات منزلها وعائلتها.

الصورة الثالثة:



المصدر: صفحة الفيس بوك كاريكاتير

- الوصف: نلاحظ من خلال الصورة الكاريكاتيرية وجود مجموعة من الأشخاص كلهم من جنس ذكر إلا امرأة واحدة فقط، ترتدي حذاء أحمر، سروال أزرق وقميص وردي، شعرها أصفر وتضع أحمر الشفاه، مع وجود مجموعة من الرجال يرتدون أحذية سوداء اللون، مع سراويل سوداء وعلامات الحزن بادية عليهم، بينما يقف في المقابل رجل يرتدي بدلة رسمية سوداء مع ربطة عنق وحذاء أسود، فاتحا فمه وعيناه.

- المستوى التعيني:

- الرسالة التشكيلية:

- الحامل للصورة: وردت الصورة على مستوى صفحة الفيس بوك "كاريكاتير"

- التأطير وزاوية الالتقاط: تم التركيز في الصورة على الرجل صاحب البدلة الرسمية والمرأة، لأنهما محور الرسالة وباقي الأشخاص كانوا مُكملين فقط للصورة والرسالة المقصود إيصالها، أما عن زاوية الالتقاط فتبدو أنها أمامية من الجهة المقابلة.

- الألوان والإضاءة: أسود، أصفر، أبيض، وردي، أحمر، أزرق، والإضاءة كانت قوية وواضحة.

- الأشكال: خطوط منحنية تدل على الكلام والحركة من قبل الموجودين في الصورة، مع خطوط مستقيمة على مستوى الأقدام ترسم طريقة الوقوف، وخط مستقيم تحت الرسالة المكتوبة.

- الرسالة الأيقونية:

- الشخصيات: في المستوى الأول تُظهر لنا الصورة مجموعة من الشبان في وسطهم شابة واحدة تقدموا لطلب العمل حاملين معهم ملفاتهم، ويوجد رجل صاحب بدلة رسمية يبدو أنه صاحب منصب مهم، أما المستوى الثاني فيدل على وجود أشخاص منشغلين بالبحث عن العمل، تبدو على وجوههم علامات الانزعاج والحيرة، مع وجود شابة مبتسمة، مرتاحة، أنيقة، وصاحب البدلة الرسمية يبدو، استغلاي، متسلط.

- الأشياء: ملفات ومجموعة أوراق، حقيبة تحملها الشابة.

- الرسالة الألسنية: جاءت الرسالة الألسنية في عبارة، "اللي ما عندوش صباط أحمر ما يخدمش"، وهي عبارة ذات دلالة كبيرة، تحمل معنى واحد لا غير وهو أن أصحاب المناصب في الجزائر حسب الصورة يفضلون توظيف النساء بدل الرجال، وذلك لإرضاء نزواتهم وتحقيق أغراض شخصية خاصة بهم مستغلين وظائفهم، بينما الشاب الجزائري فيبقى دون وظيفة أمام شابة جميلة وأنيقة ومتبرجة.

الصورة الرابعة:



المصدر: صفحة الفيس بوك كاريكاتير

- الوصف: نلاحظ في الصورة وجود شخصين رجل وامرأة، يرتدي الرجل حذاء أخضر اللون مع سروال أخضر وقميص أزرق وقبعة فوق رأسه، ملامحه يبدو عليها التعب، وفمه مفتوح ويده ورود، وفي المقابل توجد امرأة ترتدي تنورة خضراء وحذاء وردي، وتضع في فمها أحمر الشفاه، مبتسمة وواقفة بشكل منحني وتضع يدها على بعضهما البعض، بالإضافة إلى وجود بقرة كبيرة الحجم ذات لون أبيض مخطط بالأسود تنظر إلى جهة الرجل.

- المستوى التعيني:

- الرسالة التشكيلية:

- الحامل للصورة: وردت الصورة في صفحة الفيس بوك "كاريكاتير"

- التأطير وزاوية الالتقاط: ركزت الصورة على كل من الرجل والمرأة فهما أساس الرسالة المقصودة، وتم تأطير كامل الصورة باللون الأبيض، في حين زاوية الالتقاط كانت أمامية لأن الشخصان يتوسطان الصورة.

- الألوان والإضاءة: أخضر، أزرق، أحمر، أسود، والأبيض الذي طغى على كل الصورة، والإضاءة كانت واضحة وقوية.

- الأشكال: خطوط منحنية على وجه الرجل تدل على قيامه بمجهود، مستطيل أبيض مع دائرة بيضاء توجد بهما عبارات ألسنية.

- الرسالة الأيقونية:

- الشخصيات: تدل صورة الرجل في المستوى الأول على شخص يحمل ورود ثقيلة ويدخل المنزل ويبدو أنه متعب، أما في المستوى الثاني فتدل على رجل، منزعج، متعب، حشن المعاملة، في حين صورة المرأة تدل في المستوى الأول على وجود زوجة تنتظر دخول زوجها للمنزل وهو حامل لتلك الأزهار في يده، أما المستوى الثاني فيبدو أن الزوجة سعيدة، مندهشة لا تُصدق ما تراه.

- الأشياء: حشيش تحت أقدام البقرة، أزهار في يد الرجل.

- الرسالة الألسنية: وردت الرسالة الألسنية في عبارة "حيدي من قدامي راه جايبو للبقرة" وعبارة أخرى وردت عن لسان الزوجة وهي "فرحي الجليلي تفكر عيد الحب"، تدل هذه العبارات على أن المرأة كانت تعتقد بأن زوجها أحضر لها الورود بمناسبة ما يُعرف بعيد الحب ففرحت بذلك، في حين أن الزوج جاء بالحشيش للبقرة الموجودة بمنزله، وهذه الرسالة توحى بفكرة مفادها أمرين

أحدهما أن الرجل الجزائري لا يُعطي اهتمام لهذا النوع من الأعياد، أو أنه زوج مهمل يتعامل مع زوجته بخشونة وفضاضة، ولا يبالي بسعادتها لدرجة أنه يُولي كامل اهتماماته للبقرة ولا يعطي أدنى اهتمام لزوجته.

الصورة الخامسة:



المصدر: صفحة الفيس بوك المرأة الجزائرية

- الوصف: توجد في الصورة الكاريكاتيرية امرأة ترتدي قميص أحمر وسروال أزرق، شعرها رمادي اللون، على وجهها علامات التعب، وعلى ظهرها محفظة زرقاء بها ولد صغير ييكي مرتدياً قميص أخضر، تظهر الصورة أن لها 05 أيادي واحدة تضعها على الطفل الذي ييكي، وواحدة في المناشف التي تنظف بها الحائط وواحدة على الطبخة التي تحضرها وواحدة تحمل بها قارورة الحليب، أما الأخرى فتكتب بها على الورقة، ويوجد أمامها على الطاولة مناشف وأمور أخرى لتنظيف.

- المستوى التعيني:

- الرسالة التشكيلية:

- الحامل للصورة: وردت الصورة في صفحة الفيس بوك " المرأة الجزائرية"

- التأطير وزاوية الالتقاط: أطرت الصورة بالأبيض مختلط مع اللون الوردي، وركزت بصورة كبيرة على المرأة لأنها أساس الرسالة، أما عن زاوية الالتقاط فكانت من الجهة الخلفية للظهر، ومن الأمام على يمين المرأة.

- الألوان والإضاءة: أسود، أحمر، أخضر، أزرق، أصفر، أبيض، وردي، الإضاءة كانت بارزة وواضحة وقوية.

- الأشكال: خطوط منحنية على الورقة، وأخرى على المناشف.

- الرسالة الأيقونية:

- الشخصيات: تظهر امرأة في المستوى الأول يدل وجودها على أنها ربة منزل تهتم بأطفالها وتحضر الطعام لهم، كما أنها تهتم بالمنزل ونظافته، في حين أن المستوى الثاني يدل على امرأة منهكة، متعبة، منشغلة لها العديد من المسؤوليات التي تقوم بها،

- الأشياء: مناشف، قارورة الحليب، مُنظف، طاولة، فُرن، ورقة، قلم، حقيبة.

-الرسالة الألسنية: لم ترد عبارة ألسنية في الصورة، غير كلمة "Mom" التي صدرت عن لسان الطفل الصغير وهو ييكي، إلا أننا نستطيع إعطاء قراءة للصورة، مفادها أن المرأة الجزائرية ربة البيت تهتم بأمور منزلها وتربي أولادها، فهي التي تنجبهم، وتتعب من أحلهم، وتربيهم وتهتم لصحتهم ولدراساتهم، وترافقهم في كل مرحلة من مراحل الحياة، وهي أيضا التي تطبخ الطعام لأسرتها وتهتم

بنظافة المنزل وجماله، وفي نفس الوقت هذه الأم تدرس وتتعلم لكي تحقق النجاح في الحياة، والحمل عليها ثقيل من كل النواحي، وهذا ما يجعل دورها مهم جدا على مستوى المجتمع.

الصورة السادسة:



المصدر: صفحة الفيس بوك نكت وصور جزائرية مضحكة

- الوصف: تظهر الصورة الكاريكاتيرية وجود شخصين، أحدهما امرأة كبيرة الحجم ترتدي تنورة صفراء اللون، شعرها مجعد وأسود، تقف على أصابع قدميها، ترفع يداها عاليا حاملة العصا، وعلى ملاحظها غضب شديد.

ويوجد رجل جالس على الأرض يرتدي قميص أبيض اللون وقبعة بيضاء، يضع يده على لوحة مفاتيح الكمبيوتر، أنفه طويل وعيناه مفتوحتان.

- المستوى التعيني:

- الرسالة التشكيلية:

- الحامل للصورة: وردت الصورة على صفحة الفيس بوك " نكت وصور جزائرية مضحكة"

- التأطير وزاوية الالتقاط: ركزت الصورة على المرأة التي احتلت مساحة كبيرة وعلى طريقة وقوفها، لكون أن الرسالة مرتبطة بها بشكل كبير، أما الرجل فلم يحتل إلا جزء صغير على يسار الصورة، وزاوية الالتقاط كانت أمامية من الجهة المقابلة.

- الألوان والإضاءة: أصفر، أبيض، أسود، رمادي، الإضاءة كانت متوسطة لكن واضحة المعالم.

- الأشكال: خطوط منحنية على جدران المنزل، خطوط منكسرة على المرأة تدل على الغضب، مستطيل أبيض به عبارة، ودائرة سوداء بها عبارة.

- الرسالة الأيقونية:

- الشخصيات: صورة المرأة في المستوى الأول تدل على وجود زوجة واقفة منزعجة مستعدة لتوجيه ضربة لزوجها، أما على المستوى الثاني فيدل أن هذه المرأة، متهورة، عنيفة.

أما الرجل في المستوى الأول يدل على وجود شخص جالس أمام الكمبيوتر يتواصل مع أشخاص آخرين، وفي المستوى الثاني يدل على وجود رجل خائن، كاذب، لا يعلم بوجود زوجته خلفه واكتشافها لما يفعله.

- الأشياء: العصا، النافذة، الكمبيوتر، الشاحن.

– الرسالة الألسنية: وردت الرسالة الألسنية في عبارة "أنا أعزب"، "وأنا بإذن الله أرملة"، وهذه الصورة إن دلت على شيء، فإنها تدل على أن الزوجة الجزائرية تتعرض للخيانة من طرف زوجها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وربما سبب خيانتها لها يعود إلى عدم إعجابها بها خاصة وأن الصورة أظهرت لنا زوجة بشعة الملامح نوعا ما، أو ربما لا يرضيه وجود امرأة واحدة بحياته، أو أنها نزوة من نزواته ووجد في مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لتحقيقها، ويبدو أن الزوجة الجزائرية تكره الخيانة، وإذا تعرضت لها فإنها تصبح عنيفة غير مبالية لما تفعله وقد يصل بها الأمر لحد ارتكاب جريمة ما.

– نتائج الدراسة: لقد قمنا بتحليل مجموعة من الصور الكاريكاتيرية الموجودة على صفحات الفيس بوك توصلنا من خلالها إلى ما يلي:

– فيما يخص السؤال الأول وجدنا أن جُل الرسائل التشكيلية والأيقونية التي تم استخراجها من الصور المعالجة، تظهر لنا المرأة الجزائرية وهي موجودة بالمطبخ تقوم بإعداد الطعام، وهي موجودة على الفيس بوك تتواصل مع الأصدقاء، وهي زوجة تتعرض للخيانة من طرف زوجها، وهي أم تربي أولادها وتهتم لأسرتها ومنزلها.

– أما فيما يخص السؤال الثاني فيمكن القول ان الرسائل الألسنية التي ظهرت من خلال الصور المعالجة، تفيد بأن المواضيع والقضايا التي تشغل بال مستخدمي موقع الفيس بوك حول المرأة تتمحور في وظيفتها بالمنزل وطريقة تعاملها مع زوجها، وتربيتها لأولادها، واهتمامها بشؤون منزلها هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فإنه وفي بعض الرسائل الألسنية تم إيصال فكرة مفادها أن المرأة الجزائرية يُمكن أن تحصل على وظيفة بسهولة فقط لأنها امرأة بينما الشاب الجزائري يظل يعاني في بحثه عن وظيفة، كم تم إيصال رسالة مفادها تعرض المرأة للخيانة الزوجية وتعاملها العنيف أمام مثل هكذا قضايا.

– بالنسبة للسؤال الثالث وبعد تحليلنا لمجموع الرسائل التشكيلية والأيقونية والألسنية، المرتبطة بالصور التي تمت معالجتها فيمكن القول ان هناك مجموعة من الدلالات والمعاني التي يهدف المستخدم الجزائري إيصالها للمجتمع بخصوص المرأة وهي:

– أن المرأة الجزائرية بنظره لا يمكن الحديث عنها إلا في إطار أنها الزوجة والأم وربة البيت، مطلوب منها الاهتمام بشؤون زوجها وأولادها وأسرتها فقط فهي عندما تتزوج يصبح هذا هو دورها الوحيد في الحياة.

– هناك نظرة شفقة من طرف بعض مستخدمي الفيس للمرأة الجزائرية وهو ما اتضح في الصورة الخامسة التي أظهرت لنا المرأة وهي تقوم بعدة أمور فهي تهتم بالدراسة من ناحية، وبأولادها الصغار من ناحية أخرى كما أنها تنظف منزلها وتحضر الطعام وكل ذلك في أن واحد، وهو اعتراف واضح بدور المرأة في المجتمع ومدى المسؤوليات التي تقع على عاتقها.

– تعرض المرأة الجزائرية للظلم من طرف زوجها وهو ما عاجلته بعض الصور، ويكمن هذا الظلم في معاملتها بخشونة وقسوة، واستصغار، وبتنمر.

– تغير حياة المرأة الجزائرية ما بين الأمس واليوم حسب ما قدمته الصورة الثانية، نتيجة ظهور عدة تطورات تكنولوجية جديدة غيرت من طريقة تفكيرها وتعاملها، بل حتى أن هذه التطورات التكنولوجية من مواقع تواصل وشبكات اجتماعية وعلى رأسها الفيس بوك جعلت من المرأة مهملة داخل بيتها.

- حسب رواد مواقع التواصل فإن العمل للنساء، بينما الشباب لا يجدون عمل والسبب وراء ذلك هو منح منصب شغل للمرأة بدل منهم، نتيجة إعجاب أصحاب مناصب العمل بها لصغر سنهما، وطريقة لباسها وتزينها، لهذا يفضل صاحب الشركة أو المؤسسة أن يرى امرأة داخل شركته أو مؤسسته بدل من رؤيته لرجل.

- وهكذا يمكن الإجابة عن السؤال الأخير الذي يتمحور حول الصورة التي وظفتها مواقع التواصل الاجتماعي عن المرأة الجزائرية، وفي حدود العينة المعالجة يمكن القول إن صورة المرأة حسب رواد مواقع التواصل هي صورة سلبية، فهي تلك الشخصية العنيفة والخشنة في التعامل مع المواقف التي تتعرض لها، ناهيك على أن جل دورها في الحياة هو خدمة الزوج والانجاب له، ضف الى ذلك الاعتقاد السائد مؤخرا الذي يرى بأن الوظيفة التي تتحصل عليها المرأة تعود لكونها من جنس امرأة فحسب، بغض النظر عن جوانب أخرى قد تؤهلها للعمل، لكن تم توظيف بعض الصور الإيجابية كتلك المرأة التي صُورت على أنها مكافحة تهتم بشؤون منزلها وتربي أولادها وتهتم بدراستها في نفس الوقت.

4. خاتمة:

يمكن القول في خاتمة هذا البحث أنه تم الاعتماد على منهج التحليل السيميولوجي في معالجة بعض الصور الكاريكاتيرية، وتم تحليلها بواسطة مقارنة مارتين جولي، وكان اختيارنا للكاريكاتير بصفة خاصة لأنه يضيف نوع من السخرية في معالجته للقضايا ويرسل برسائله في صورة غامضة مما يُجتم على الباحث استنتاج تلك المضامين الضمنية واعطائها مدلولات شخصية موضوعية، وهو ما قمنا به في هذه الدراسة التي تمحورت حول صورة المرأة الجزائرية في الفيس بوك الذي يشهد استخدام واسع من قبل الجزائريين، وبالتالي فإنه سيترك تأثيره على أفكار واتجاهات مستخدميه، وأبرز النتائج التي تم التوصل لها كانت كالتالي:

صورة المرأة في الجزائر لا يزال يغلب عليها ذلك الطابع النمطي السلبي لدى الجزائريين، فقد حملت الصور المعالجة في كثير من الأحيان عبارات السخرية والاستهزاء، كما أن هناك مبالغة في تصوير المرأة على أنها الزوجة والأم التي تهتم بشؤون عائلتها فحسب على الرغم من دورها في جوانب أخرى عديدة في الحياة، وفيما يخص عمل المرأة فصُورت على أن حصولها على وظيفة راجع لكونها من جنس امرأة، كما تم التطرق لتغير حياة المرأة ما بين الأمس واليوم نتيجة التطورات التكنولوجية التي شهدتها العالم هذا ما جعلها تولي اهتمام مواقع التواصل كالفيس بوك وتُهمل أسرتها في المقابل، وأيضا تم التطرق لرد فعل المرأة أمام مواضيع الخيانة الزوجية وأظهرت النتائج أنها عنيفة في مثل هذه المواقف، لكن على الرغم من أن بعض الرسائل التي تمت معالجتها كانت مجحفة في حقها، إلا أنه لا يخفى علينا أنها أيضا كانت تعبر عن الواقع المعاش، وأوصت الدراسة بمجموعة من الاقتراحات التي يمكن الأخذ بها لبلوغ مستوى أفضل وهي كالتالي:

- ضرورة تناول صور ومواضيع أخرى للمرأة من قبل مستخدمي الفيس بوك بعيدة عن حصرها فقط في الزوجة والأم والأخت، لأن هذه المواضيع وعلى الرغم من أهميتها داخل أي مجتمع، لكن تبقى قضايا مألوفة لدى الجميع ومتكررة ومبالغ فيها.

- ضرورة الاهتمام بإنشاء صفحات فيس بوك خاصة بالصور الكاريكاتيرية التي تعالج قضايا المرأة المختلفة، لأن الكاريكاتير رسالة راقية وفن بليغ يهدف الى إيصال معاني ودلالات من ورائه.

- ضرورة تناول قضايا المرأة بجدية أكثر، لكي تتناسب مع الدور الذي تلعبه الأخيرة في الوقت الراهن.

5. قائمة المراجع:

- مؤلفات:

1. برنار توسان، ترجمة محمد نظيف، ماهي السيميولوجيا، (الدار البيضاء: إفريقيا الشرق، 1994)، ص 9.
 2. حمدان خضر السالم، الكاريكاتير في الصحافة، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)، ص 27.
 3. دانيال تشاندلر، ترجمة طلال وهبه، أسس السيميائية، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2008)، ص 28.
 4. رشدي القواسمة وآخرون، مناهج البحث العلمي، (عمان: جامعة القدس المفتوحة، 2012)، ص 188.
 5. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2015)، ص 63-64.
 6. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)، ص 17-72.
 7. فائزة يخلف، سيميائيات الخطاب والصورة، (بيروت: دار النهضة العربية، 2012)، ص 18.
 8. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب، 2000)، ص 130.
 9. محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين، (الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية، 2015)، ص 460.
 10. منذر عياشي، العلاماتية وعلم النص، (الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، 2004)، ص 13.
 11. مؤيد نصيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة في موقع الفيسبوك، (قسنطينة: ألفا للوثائق، 2016)، ص 162.
- مقالات:
12. منير طي، صورة المرأة في الإعلام العربي الثابت والمتغير، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 5، العدد 2، 2020، ص 85-98.
 13. مهري شفيقة، صورة المرأة العربية عبر الإعلام الجديد: دراسة استطلاعية تحليلية لعينة من الفيديوهات بموقع يوتيوب، مجلة حوليات جامعة الجزائر، المجلد 35، العدد 1، 2020، ص 747-765.
 14. نصر الدين بوزيان، صورة المرأة العربية في الاعلام الجديد بين الواقع والمواقع: حالة يوتيوب، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 45، العدد 42، 2014، ص 35-50.