

مضامين فن الكاريكاتير في شبكات التواصل الاجتماعي: بين نقد الواقع ومحاكاته

دراسة تحليلية لعينة من الصور الكاريكاتورية المنشورة على صفحة عبد الغاني بن حريزة على facebook .

The content of caricature in social networks: between criticism and simulation of reality

Analytical study of caricature sample published on Facebook page of Abdelghani Ben Hariza

كريمة الداوي¹، محمد الصغير كاوجة²، فضيلة تومي³

^{3.2.1}. جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)

تاريخ الاستلام : -2021-05-19؛ تاريخ المراجعة : 2021-07-13 ؛ تاريخ القبول : 2021-06-30

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المضامين التي يحملها الكاريكاتير المنشور على صفحة الفيسبوك للكاريكاتير الجزائري عبد الغني بن حريزة، وذلك للدور الجوهرى الذي يلعبه فن الكاريكاتير في جذب انتباه الجماهير بطرحه للعديد من المواضيع والقضايا بطريقة هزلية تثير الطرافة لدى المتلقي، وفي نفس الوقت تسعى لإيصال الرسالة الاتصالية بشكل مغاير عن الكلمة المكتوبة، وبالنظر إلى الأهمية التي يحظى بها هذا الفن تأتي هذه الورقة البحثية لتسليط الضوء على أهم ما ميز فن الكاريكاتير في شبكات التواصل الاجتماعي سيما الفيسبوك، وذلك بالاعتماد على أداة تحليل المضمون للتوصل إلى النتائج المرجوة خاصة تلك الخاصة التي ميزته عن نشره في الوسائل الأخرى والمتمثلة في التفاعلية المباشرة والغير مباشرة مع الكاريكاتير وصاحبه.

الكلمات المفتاحية: كاريكاتير، شبكات تواصل اجتماعي، فيسبوك، نقد واقع، محاكاة واقع.

Abstract:

This study aims to identify the content of the caricature published on the Facebook page of the Algerian cartoonist Abdelghani Ben Hariza, due to the essential role that the art of caricature plays in attracting the attention of the masses by presenting many subjects and issues in caricature, manner that arouses the amusement of the recipient, and at the same time seeks to convey the communication message in a manner different from the written word. In view of the importance of this art, this research paper sheds light on the most important characteristic of the art of caricature in social networks, in particular Facebook, by relying on the analysis tool of content to achieve the desired results, especially this functionality that distinguished it from its publication by other means, represented in direct and indirect interactivity, with the caricature and its owner

Keywords : caricature; social networks; Facebook; Reality Criticism; Reality Simulation..

مقدمة:

يعد الكاريكاتير من بين أهم الأنواع الصحفية التي لا يمكن الاستغناء عنها في الصحافة، فله مكانة أساسية في صفحات الجرائد سواء اليومية أو الأسبوعية، فهذه الشعبية والأهمية التي يكتسبها هذا الفن التعبيري لم تكن وليدة الصدفة، إنما هي ثمرة لمجهودات وإبداعات رساميه الذين يقومون بمحاكاة الواقع الاجتماعي والسياسي ونقده وإستقراءه في السياق المشترك بينه وبين المتلقي، وذلك من خلال خوضهم في العديد من المواضيع والمجالات وتعمقهم فيها بشكل يصل حد البساطة في الطرح يتراوح بين الطرافة والهزل، فنكاد لا نجد موضوع أو حدث أو قضية تهم المجتمعات إلا و قد تم التطرق لها، فبداية بالجانب الاجتماعي وأهم أحداثه ووقائعه التي تمس كافة أطيافه و فئاته إلى الجانب السياسي الذي يعالج مواضيع نكاد لا يتطرق لها غيره من الأنواع الأخرى على سبيل المثال مواكبة التغيرات السياسية المحلية والدولية والانتخابات وشخصيات سياسية مشهورة، رؤساء دول ووزراء... الخ، ويعرج هذا الفن عن باقي الجوانب منها الثقافية

والرياضية و غيرها من تلك التي تمس حياة الأفراد والمجتمعات، وتكمن أهمية فن الكاريكاتير كونه يعتبر أهم الوسائل التعبيرية والذي يستطيع الرسام من خلاله نقل أحاسيسه ومشاعره اتجاه موضوعات وقضايا مختلفة والتطرق لمجالات عديدة بشكل يقترب من الحس المشترك بينه وبين الجمهور، فالكاريكاتير كفن تشكيلي عرف منذ العصور القديمة إلا انه لم يرى النور إلا في العصور الحديثة اثر انتقاله إلى مصاف الفنون الصحفية فهذا الأخير ازدهر وتطور في أحضان الصحافة. فن الكاريكاتير الذي يعد "أحد أشكال الإبداع الفني ضاربة العمق في جذور التاريخ، و تعود بداياته إلى عصور غابرة، ولكنه تطور بتطور البشرية واخذ أشكالاً و تطرق إلى مواضيع عدة وأدوات مختلفة، فالكاريكاتير فن من الفنون التعبيرية الذي لا يجد المتلقي صعوبة في فهمه وتصور وتدبر معانيه، ويعني الابتعاد عن التناغم الهندسي المنتظم للشكل، أو يعني عدم الاهتمام بالنسب الطبيعية، ويعني أيضا المبالغة والتشويه في الشكل" (شمهود، 2003، صفحة 13)

وفي هذا السياق، فمعظم الرسومات الكاريكاتيرية تلخص الواقع في صورة واحدة مشبعة بالدلالات والإيحاءات والرموز الكفيلة بالتعبير عن الوضع القائم على أتم وجهه، وبالرغم من المكانة التي وجدها فن الكاريكاتير في صفحات الجرائد والتطور الكبير الذي وصل إليه، إلا أنه لم يقف على ذلك و إنما اتسعت رقعته وذاع صيته بفعل ولوجه للبيئة الرقمية على غرار كل أنشطة الحياة ومجالاتها، وذلك بانقله إلى شبكات التواصل الاجتماعي، فهذه الأخيرة التي تعتبر أهم سبل انتشار العديد من الفنون والإبداعات، قد سهلت على مستخدميها أمور عدة بتقديمها لخدمات مختلفة ومتنوعة وفق مزايا وخصائص تتمتع بها التكنولوجيات الجديدة في مجال الاتصال. إذن، هذه النقلة النوعية لفن الكاريكاتير نتج عنها الكثير من المزايا التي دفعت بقوة هذا الفن نحو الانتشار أكثر فأكثر، كما ميزته بخصائص ومميزات لم يتحصل عليها حال تواجده في صفحات الجرائد، إلا أنه في المقابل وجدت بعض النقائص التي قد تؤثر سلباً على هذا الفن ذو الأهمية البالغة لدى الجماهير، و هذا ما دفعنا إلى الاهتمام بهذا الموضوع ومعالجة إحدى زواياه.

وقد استفادت هذه الدراسة من مجموعة من الدراسات السابقة على رأسها دراسة **علي منعم القضاة: فن الكاريكاتير في الصحافة البحرينية اليومية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 8 سنة 2012**، تتمثل المشكلة الرئيسية للدراسة في التعرف على الموضوعات اليومية التي تناولها الكاريكاتير في الصحافة البحرينية، بحيث هدفت الدراسة إلى معرفة أهم المواضيع المطروحة في جريدة الوطن بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، أما الدراسة الثانية فتمحورت حول موضوع **فن الكاريكاتير في الجرائد العراقية، دراسة تحليلية وصفية لـ بيرق حسين جمعه الربيعي، جامعة بغداد، كلية الإعلام**، تتمثل المشكلة الرئيسية لهذه الدراسة حول الموضوعات والقضايا التي تم طرحها في فن الكاريكاتير وبالأخص في الجرائد العراقية، فهدفت الدراسة إلى معرفة الجوانب السلبية والإيجابية التي تعرض لها فن الكاريكاتير و أسلوب المعالجة الفنية لها في الجرائد العراقية وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي.

مما سبق، و للخوض في غمار هذه الدراسة انطلقنا من طرح التساؤل الجوهري الآتي: ما هي المضامين التي يحملها الكاريكاتير المنشور على صفحة الفيسبوك للكاريكاتوري الجزائري عبد الغاني بن حريزة ؟

وبناء على ما سبق فككنا سؤال المشكلة البحثية إلى تساؤلات عدة تغطي نطاق الدراسة نظرياً وميدانياً وسنوردها

كالآتي:

التساؤلات الفرعية:

1. ما هي أبرز الموضوعات التي عالجه الكاريكاتير في شبكات التواصل الاجتماعي وما أهدافها؟
2. ما هي الألوان والاستمالات الإقناعية المستخدمة في الرسوم الكاريكاتيرية المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي؟
3. هل توجد تفاعلية حول الرسومات الكاريكاتيرية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وما نوعها؟

أهداف الدراسة:

1. التعرف على أبرز الموضوعات التي تناولتها الرسوم الكاريكاتيرية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
2. الكشف عن الأهداف التي تسعى لتحقيقها الرسوم الكاريكاتيرية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

3. التعرف على اللغة المستخدمة في الرسوم الكاريكاتيرية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
4. التعرف على الألوان التي تم استخدامها في عرض الرسومات الكاريكاتيرية المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي.
5. التعرف على أهم الاستمالات الإقناعية التي استخدمت في الكاريكاتير في شبكات التواصل الاجتماعي.
6. معرفة ما إذا كانت هناك تفاعلية حول الرسومات الكاريكاتيرية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ونوعها.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة من أهمية فن الكاريكاتير في حد ذاته، هذا الفن التعبيري الذي يحمل في طياته العديد من المعاني والرموز و الدلالات العميقة ذات الأبعاد القيمية، فهو يعبر عن واقع الأفراد والمجتمعات محاكاة ونقداً، ويعالج مختلف القضايا الهامة بطريقة بسيطة ممزوجة بين الفكاهة والهزل والجدية، كل هذا جعل من هذا الفن محل اهتمام ومتابعة لدى الجمهور، وأخذ بذلك مكانة أساسية لديه، زيادة على ذلك تتطرق هذه الدراسة لموضوع حيوي وحديث نسبياً، والمتمثل في تواجد فن الكاريكاتير على منصات شبكات التواصل الاجتماعي، هذه النقطة في الوسيط أدت إلى تغيرات ملحوظة شهدها هذا الفن التعبيري وهذا ما يدفعنا للبحث في مميزاته وخصائصه داخل البيئة الرقمية والغوص في دلالاته ومعانيه العميقة البسيطة التي تحاول فهم ومحاكاة ونقد الواقع الاجتماعي والسياسي الذي نعيشه.

نوع الدراسة و منهجها:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، و التي يستطيع الباحث من خلالها دراسة الواقع بشكل دقيق للغاية، حيث تمكنه من تحليل الظاهرة المدروسة والتعرف على مختلف جوانبها، وبالتالي كشف الحقائق الراهنة التي تتعلق بظاهرة ما (شفيق، 1998، صفحة 108)

وينصب العمل في هذه الدراسة على تحليل مضمون الرسومات الكاريكاتيرية المنشورة على موقع فيسبوك، بغية الوصول إلى أهم ما يميز هذا الفن خلال تواجده في شبكات التواصل الاجتماعي وبالأخص عبر صفحات الفيسبوك. أما عن المنهج والذي يعتبر "ذلك الطريق المؤدي إلى كشف الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة (العساف، 2006، صفحة 90) و يعتبر أيضا "الخطوة الرئيسية في تنظيم وترتيب أفكار الباحث للوصول إلى نتائج منطقية (محي الدين، 1999، صفحة 7)

واستنادا على نوع الدراسة وأهدافها فقد تم الاعتماد على أداة تحليل المضمون، والذي يعرف بأنه مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية لهذه المعاني من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى" (عبد الحميد، 1993، صفحة 22)

مجتمع الدراسة و عينتها:

يقصد بمجتمع البحث "المجموعة الكلية التي يسعى الباحث إلى تعميم نتائج بحثه عليها، فالمجتمع يشمل جميع الأفراد والعناصر الذين لهم خصائص واحدة و يمكن ملاحظته (يوسف، 2015، صفحة 145)

كما يعرف منير حجاب، مجتمع البحث بأنه جميع المفردات والأشياء التي نريد معرفة حقائق عنها، فقد تكون أعدادا كما في حالة تقييم مضمون وسائل الإعلام. كما قد تكون برامج إذاعية أو نشرات إخبارية وفي حالة دراسة الرأي العام فان المجتمع هو جميع الأفراد الذين يضمهم مجتمع الدراسة (حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، 2008) و يتمثل مجتمع البحث لهذه الدراسة في مجموعة الرسوم الكاريكاتيرية المنشورة عبر موقع فيسبوك ، وبالتحديد صفحة الكاريكاتيري عبد الغاني بن حريزة. أما فيما يخص العينة والتي يقصد بها "النماذج المادية أو البشرية التي تسحب من الكم أو المجتمع وفقا لشروط و ضوابط علمية، على أن تحمل هذه النماذج مواصفات الكل و تتمثله" (الطائي و أبو بكر، 2002، صفحة 209)

وانطلاقاً من خصائص مجتمع الدراسة الذي يتميز بعدم التجانس وذلك لوجود العديد من الفيديوهات المنشورة عبر الصفحة والمتمثلة في مقابلات صحفية مع الرسام الكاريكاتيري عبد الغاني بن حريزة، بالإضافة إلى ذلك صعوبة الحصول على عدد جميع الصور الكاريكاتيرية المنشورة عبر الصفحة، فقد تم اختيار طريقة العينة القصدية " والتي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصياً باقتناء المفردات المتمثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات و بيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثلها تمثيلاً صحيحاً". (بن مرسلي، 2005، صفحة 197)

جدول رقم (1) يبين عينة الدراسة في المدة الزمنية الممتدة من 01 ديسمبر 2020 إلى غاية 30 جانفي 2021 اسم الصفحة على الفيسبوك: كاريكاتير بن حريزة

الرقم	تاريخ نشر الرسومات الكاريكاتورية	الرقم	تاريخ نشر الرسوم الكاريكاتورية
01	06 ديسمبر 2020	11	01 جانفي 2021
02	08 ديسمبر 2020	12	06 جانفي 2021
03	10 ديسمبر 2020	13	13 جانفي 2021
04	14 ديسمبر 2020	14	17 جانفي 2021
05	15 ديسمبر 2020	15	18 جانفي 2021
06	16 ديسمبر 2020	16	20 جانفي 2021
07	19 ديسمبر 2020	17	25 جانفي 2021
08	21 ديسمبر 2020	18	26 جانفي 2021
09	23 ديسمبر 2020	19	17 جانفي 2021
10	28 ديسمبر 2020	20	29 جانفي 2021

وقد تم الاستعانة باستشارة تحليل المضمون والتي تعرف بأنها عبارة عن "بطاقة فنية يدونها الباحث بصفة مختصرة يطرح فيها عنوان البحث والسؤال الجوهرى له، وتوضيح استعمال تحليل المحتوى، كما تضم هذه الورقة ما يريده الباحث من الأسانذة المثبتين" (تمار، 2007، صفحة 97)

قراءة مفاهيمية لفن الكاريكاتير:

تطرق العديد من الباحثين والمهتمين لدراسة فن الكاريكاتير والتطرق إلى عمق محتواه وخصائصه وميزاته الشكلية والمضامينية، وقد اختلفت التعريفات و المفاهيم حوله من باحث إلى آخر، فالكاريكاتير هو أحد الفنون التي تعتمد على رسوم تتميز بالطرافة والقدرة على إيصال رسائل للمتلقي وجذب انتباههم وكذا التعبير عن القضايا والأحداث ووصف الشخصيات بشكل مبالغ، ويعتمد الرسام من خلاله على الفكاهة والسخرية بأسلوب مضحك يتميز بالبساطة والدلالة العميقة.

ويعرف لغويا الكاريكاتير بأنه " اسم مؤنث مقتبس من الإيطالية كاريكاتيرا من أصل لاتيني، أي الحشو، لوحة رسم فيها مبالغة عن الشخصية المختارة، تعني الشخصية تمثلا هائجا تمثل عمدي مشوه للحقيقة النقد أو الهجاء" (حجاب، المعجم الاعلامي، 2004، صفحة 803)

كما يعرف بأنه: " لغة فنية تشكيلية تعتمد الخط و اللون في الرسم كأساس للتعبير عن واقع له مشكلاته الايجابية والسلبية وهو الافتتاحية المصورة للصحيفة" (القضاء، 2012، صفحة 153)

أما **جاك لوتيف** يعرفه كمايلي: "إن الكاريكاتير يشكل مرآة عاكسة حقيقية لردود فعل الرأي العام سواء كان موجها من طرف السلطة أو حتى المعارضة، ويتوقف الكاريكاتير على مهارة الرسام ويلخص ما يفكر فيه في وقت معين وفي عجلة" (Jacques, 1961, p. 77)

ويقول Abraham Moles «الكاريكاتير صورة اتصالية ذات طابع فني، توظيف كنموذج تخطيطي قائم على النكبة والفكاهة وتحليل الظروف، فقد تعجب القارئ أو تغضبه أو تدهشه» (Abraham, 1980, p. 116) وهناك من يعرف الكاريكاتير بأنه خطوط بسيطة تعبر عن واقع معين بطريقة هزلية مع شيء من المبالغة وتسخر هذه الخطوط من الأوضاع المتردية و الممارسات الخاطئة على الصعيدين السياسي والاجتماعي. (الربيعي، 2013، صفحة 128)

شبكات التواصل الاجتماعي:

هي عبارة عن مجموعة الشبكات الاجتماعية تتيح لمستخدميها إمكانية التواصل فيما بينهم، كما تقدم العديد من الخدمات من بينها نشر الأخبار والمعلومات والمعرفة، هذه الشبكات سهلت التواصل بين الأشخاص عبر مختلف أنحاء العالم ومكنت الشعوب من التقارب، ومن أبرز هذه الشبكات الفيسبوك، تويتر، يوتيوب... الخ. كما تعرف بأنها "هي مجتمعات الكترونية ضخمة تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل، والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات، والوسائل المقدمة مثل التعارف، والصدقة، والمراسلة والمحادثة الفورية، وإنشاء مجموعات اهتمام، و صفحات أفراد، والمؤسسات المشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو والبرمجيات" (بضيايف، 2010، الصفحات 77-78) وتعرف أيضا على أنها "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية" (زاهر، 2003، صفحة 23) وحسب قاموس "ODLIS" هي خدمة الكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين (سليمان، أمينة، هبة، و خليفة، 2009، صفحة 11)

الفيسبوك:

هو إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، يضم العديد من المستخدمين من مختلف أنحاء العالم، يمكنهم من تحقيق التواصل فيما بينهم، يقدم هذا الموقع الكثير من الخدمات لمستخدميه من بينها نشر الصور و الفيديوهات وكذا التفاعل مع بعضهم البعض، ومشاركة مختلف الاهتمامات. و"الفيسبوك" هو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة "فيسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. (أبو صلاح، 2014، صفحة 74)

الكاريكاتير في الإعلام:

أهمية الكاريكاتير في صفحات الجرائد و الصحف:

يعد فن الكاريكاتير واحد من بين الفنون التشكيلية الجميلة التي تحمل عناصر الرسم من خطوط وألوان وأشكال وكذا مضامين تمزج بين الجد والسخرية والفكاهة والمبالغة، إلا أن ما يغفل عنه الكثيرون أن الكاريكاتير إحدى الفنون الصحفية، كون هذا الفن قادر على نقل الأفكار والمعلومات وإيصال الأخبار للجماهير ومعالجة العديد من القضايا والأحداث الهامة. فالكاريكاتير بمثابة مقال صحفي لكنه بصورة مختصرة ومعبرة عن الواقع. بالإضافة إلى ذلك فن الكاريكاتير لا يعرف مستويات ثقافية ولا تعليمية كونه بإمكانه إيصال الفكرة لجميع أطياف المجتمع منها الصغير والكبير المتعلم والأمي باعتبار الصورة أو الرسوم الكاريكاتيرية تختصر في مضامينها القضايا و الأحداث. هذا الفن الذي لا يمكن للصحف الاستغناء عنه في تمرير رسائلها الاتصالية بالنظر للأهمية التي يكتسبها لدى الجماهير، حيث «يعد الكاريكاتير عاملا من

عوامل الإثارة التي تتنافس الصحف المختلفة للسيطرة عليها شأنه شأن الكلمة المطبوعة أو الصورة الفوتوغرافية أو غيرها من المواد الصحفية، ولعل ما يميز الكاريكاتير عن غيره من المواد الصحفية أنه أكثر مرونة لأنه يغطي كل أوجه النشاط في الحياة» (السالم، 2014، صفحة 31)

زيادة على ذلك الكاريكاتير فن بالرغم من بساطته وسهولة فهم المتلقي للرسائل التي يتضمنها، إلا أن إعداد الرسم الكاريكاتيري بالنسبة للرسم ليس بالأمر السهل إذ يجب عليه التركيز لإتقان رسوماته «لأنها يجب أن تكون مركزة وأن يكون لها هدف وأن تساير التطورات السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية بالإضافة إلى أنها يجب أن تثير ابتسامة القارئ» (السالم، 2014، الصفحات 31-32) وتحاكي واقعه اليومي.

والأمر الذي زاد قوة هذا الفن وأعطى للرسم الكاريكاتيري مكانة وأهمية في صفحات الجرائد والصحف باختلاف محتوياتها و مضامينها اهتمام القراء به وشغفهم لاقتناء الجرائد والصحف بغية الاطلاع على جديد هذا الفن، فهو أول ما يلتفت انتباه هؤلاء القراء الرسم الكاريكاتيري في آخر صفحات الجرائد «و لقد احتل الكاريكاتير المركز الأول في اهتمام القراء والذي انعكس من خلال رسائل القراء إلى الصحف إضافة إلى العديد من الرسوم الكاريكاتيرية التي ترسل كمساهمات إلى هيئات تحرير الصحف» (السالم، 2014، صفحة 34).

الكاريكاتير في خدمة أغراض الدعاية:

لم يقتصر فن الكاريكاتير على معالجة القضايا والأحداث اليومية التي تهم الأفراد والمجتمعات إذ برز هذا الأخير في العديد من المجالات المختلفة من بينها الدعاية، والتي عرفتها دائرة المعارف الأمريكية « بأنها جهود يتوفر فيها عامل التعمد والقصد في العرض والتأثير وهي جهود منظمة مقصودة للتأثير في الغير وفق خطة موضوعة مسبقاً لإقناعه بفكرة أو سلعة أو رأي بهدف تغيير سلوكه وتعمد إحداث تأثير على الآراء والاتجاهات والمعتقدات على نطاق واسع عن طريق الرموز والكلمات والصور وإيماءاتها المختلفة، ولهذا التأثير المتعمد جانبان: جانب إيجابي يهدف إلى غرس بعض الآراء والاتجاهات، وجانب سلبي يعمل على إضعاف أو تغيير الآراء والاتجاهات الأخرى» (البكري، 2004، صفحة 60)

وكانت الرسوم الكاريكاتيرية قد وظفت في الدعاية السياسية منذ وقت مبكر في أوروبا، فقد كان المصلح الديني مارتن لوتر أول من استعمل الرسوم الكاريكاتيرية اللاذعة على نطاق واسع في خدمة حركته، إذ كتب لوتر في عام 1525 خطابا تحدث فيه عن تأثير الرسوم و الأغاني والفكاهة قائلا: ((سوف يجري رسم القساوسة والرهبان على جميع الجدران وعلى جميع أنواع الورق أو ورق اللعب على نحو يثير في الناس الاشمئزاز عندما يشاهدون رجال الدين أو يسمعون عنهم)). (السالم، 2014، صفحة 37) ، حيث تناولت هذه الأخيرة جل القضايا والمواضيع التي تشغل بال المجتمعات، كما اهتمت بنقل مستجدات الأحداث والتعبير عنها بطرافة وسخرية، وقد تساهم الرسوم الكاريكاتيرية في الحملات الصحفية أو السياسية حتى أنها أخذت تحتل في معظم الصحف مكان ثابت في صفحة الافتتاحيات والتي غالبا ما ينسجم منطوقها مع الافتتاحية الرئيسية اليومية. (السالم، 2014، صفحة 37)

الكاريكاتير يتموقع في شبكات التواصل الاجتماعي:

في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال وظهور الانترنت، أصبح الكاريكاتير يحتل مكانة أساسية في شبكات التواصل الاجتماعي فأضحى من بين أبرز الوسائل التعبيرية حول مختلف الآراء والأفكار حيال مختلف المجالات، فانتقال فن الكاريكاتير إلى شبكات التواصل الاجتماعي مكن الرسامين من إنشاء صفحات خاصة بهم ينشرون عليها مختلف أعمالهم المتمثلة في رسومات كاريكاتيرية بغية وصولها إلى أكبر عدد من الجماهير وبالأخص المتابعين لهذه الصفحات والمهتمين بهذا الفن، هذا الأخير الذي يمتاز بإثارته للهزل والطرافة والتسلية لدى الجمهور المتلقي فتح المجال للعديد من رواد شبكات التواصل الاجتماعي و الأخص موقع فيسبوك ، هذا الفضاء الرقمي لم يقتصر على رسامي الكاريكاتير في الجرائد والصحف إنما تعدى ذلك، فقد أضحى العديد من الموهوبين بالرسم الكاريكاتيري يتوجهون إليه وذلك لسهولة الإنتاج والنشر التي يوفرها الموقع، وذلك لإبراز مواهبهم وتحقيق الشهرة بين مختلف الجماهير المحبة و المهتمة لهذا الفن.

كما أن تواجد فن الكاريكاتير في شبكات التواصل غير العديد من المفاهيم وأضفى الكثير من المميزات لهذا الفن والتي شكلت الفرق ما بين تواجده في الصحف والجرائد وانتقاله لشبكات التواصل الاجتماعي، فالمهتم بهذا الفن يلاحظ التغيرات التي طرأت عليه والتي من أبرزها ما يلي:

- **الانتشار على المستويين الإقليمي والعالمي:** في الوقت الذي منحت الصحف الورقية لفن الكاريكاتير المكانة الكبرى والأساسية في صفحاتها وكذا الانتشار على المستوى الوطني وبروز العديد من الرسامين إلا أن هذا لا يكفي أمام ما منحته الشبكات الاجتماعية لفن الكاريكاتير من شهرة و انتشار عالمي غير محدود.

- **حرية نشر الأعمال:** في الصحف الورقية لم يكن الأمر بالسهل فالمضامين لها حارس بوابة يقوم على قبولها أو رفضها للنشر، فقبل عملية النشر تمر الرسوم الكاريكاتيرية بصعوبة قد تقف عثرة أمام وصولها للجمهور، حيث أن رئيس تحرير الصحيفة هو صاحب القرار ما إذا كانت هذه الرسوم قابلة للنشر أم لا، على خلاف الشبكات الاجتماعية التي مكنت الرسام من حرية النشر دون قيود و منحته إمكانية نشر رسوماته عبر حسابه الرسمي في هذه الشبكات دون أية قيود.

- **فتح المجال أمام الرسامين الموهوبين لنشر رسوماتهم:** فالشبكات الاجتماعية سهلت للكثير من الرسامين الموهوبين إبراز موهبة الرسم لديهم، فالكثير منهم لم يجد فرصة النشر في لصحف الورقية التي لم تكن بالسهل قبول رسامين لم يسبق لهم نشر رسوماتهم أو بالأحرى ليس لديهم خبرة في المجال، في حين نجد الشبكات الاجتماعية فتحت أبوابها أمام الرسامين ومنحتهم الفرصة لنشر أعمالهم وتحقيق الشهرة.

- **إمكانية تفاعل الجمهور مع الرسومات المنشورة:** تعد أهم ميزة قدمتها الشبكات الاجتماعية لفن الكاريكاتير عامة وللفنان الكاريكاتيري خاصة، فخدمة التفاعلية المباشرة التي لم تمنحها الصحف الورقية قدمتها هذه الشبكات فأصبح الجمهور يعلق ويقدم آراءه حول الرسومات وفي المقابل الرسام يتفاعل مع جمهوره لحظيا بصفة مباشرة أحيانا وغير مباشرة أحيانا أخرى، ليس ذلك فحسب إنما أصبح للرسام إمكانية التفسير والشرح لجمهوره في حالة عدم فهم الرسالة الاتصالية أو في حالة عدم فهمه للرسم.

الدراسة التحليلية:

1. التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل:

الجدول رقم (02) يمثل اللغة المستخدمة:

اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية
عربية فصحي	19	40%
العامية	21	44%
أجنبية	05	10%
مزيج لغوي	02	04%
المجموع	47	100%

توضح لنا نتائج الجدول رقم (02) أن اللغة الأكثر استخداما في الرسومات الكاريكاتيرية محل الدراسة هي اللهجة العامية، وذلك راجع إلى أن الرسام الكاريكاتيري اختار مخاطبة جمهور الكاريكاتير بالعامية لتصل إلى جميع أفراد المجتمع باختلاف مستوياتهم، ثم تليها بعد ذلك اللغة العربية الفصحى التي استخدمها الكاريكاتيري في وصفه لموضوع الصورة الكاريكاتيرية.

الجدول رقم(03)يمثل فئة الألوان المستخدمة

النسبة المئوية	التكرار	الألوان المستخدمة
48%	17	الباردة
34%	12	الحارة
17%	06	المختلطة
00%	00	العديمة
100%	35	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم(03) أن الرسام الكاريكاتيري يميل إلى استخدام الألوان الباردة من خلال الرسومات الكاريكاتيرية ذلك لأن لكل لون دلالة خاصة به، كما أن استخدام الألوان يعمل على جذب الجماهير وبالتالي كسب اهتمامهم بالقضايا والأحداث التي تناولتها هذه الرسومات، لتأتي بعد ذلك الألوان الحارة بالدرجة الثانية استخداما بنسبة قدرت بـ34%، أما بخصوص الألوان المختلطة استخدمت في بعض من الرسومات الكاريكاتيرية بنسبة ضعيفة تقدر بـ17% .

الجدول رقم(04)يمثل فئة أشكال عرض الكاريكاتير

النسبة المئوية	التكرار	أشكال عرض الكاريكاتير
80%	16	مصحوب بتعليق
20%	04	بدون تعليق
100%	20	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم (04) أن الأشكال التي عرض بها الكاريكاتير في عينة البحث والتي كانت الأكثر استخداما في الرسومات الكاريكاتيرية كانت مصحوبة بالتعليق، فأغلب الرسومات الكاريكاتيرية المنشورة على صفحة الكاريكاتيري الجزائري عبد الغاني بن حريزة تميزت بوجود تعليقات تعبر عنها سواء كانت عبارة عن جملة أو كلمة أو حتى حوار ما بين الشخصيات، ثم ليأتي بعد ذلك الشكل الثاني و المتمثل في أسلوب بدون تعليق بنسبة 20% فبعض الرسومات كانت خالية من أي تعليق يعبر عنها، وهذا ما يرجع إلى أهمية الموضوع دون الآخر بالنسبة للجمهور .

الجدول رقم(05) يمثل فئة الإعجابات

النسبة المئوية	التكرار	فئة الإعجابات
100%	20	من 0 إلى 50 (محدود)
00%	00	من 51 إلى 100 (متوسط)
00%	00	أكثر من 100 (قوي)
100%	20	المجموع

يعكس لنا الجدول رقم(05) و الذي يمثل فئة الإعجابات أن نسبة الاعجابات المسجلة من قبل متابعي الصفحة الخاصة بالكاريكاتيري الجزائري عبد الغاني بن حريزة كانت بنسبة محدودة لم تتعدى الخمسون 50 اعجابا و هذا ما يعكس لنا قلة عدد الجماهير التي تسجل إعجابها بالرسومات الكاريكاتيرية المنشورة عبر صفحته على فيسبوك .

الجدول رقم(06)يمثل فئة التعليقات

النسبة المئوية	التكرار	فئة التعليقات
100%	20	من 0 إلى 50 (محدود)
00%	00	من 51 إلى 100 (متوسط)
00%	00	أكثر من 100 (قوي)
100%	20	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) أن نسبة التعليقات على الرسومات الكاريكاتيرية كانت بنسبة ضعيفة والمتمثلة بنسبة محدودة لم تتعدى الخمسون 50 تعليقا و هذا ما يعكس لنا قلة تفاعل متابعي الصفحة مع الرسومات الكاريكاتيرية المنشورة عبر صفحة الفيسبوك وذلك راجع لعدة أسباب ربما تتعلق بالموضوع المتناول أو طريقة التناول.

الجدول رقم (07) يمثل فئة مشاركة الرسومات

النسبة المئوية	التكرار	مشاركة الرسومات
%100	06	موجودة
%00	00	غير موجودة
%100	06	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) و الذي يمثل فئة مشاركة الرسومات الكاريكاتيرية من قبل المتابعين سواء مشاركتها في صفحاتهم الخاصة أو في مجموعات فيسبوكية، فقد كانت نسبة مشاركة الرسومات ضعيفة، إذ لاحظنا أن أغلب الرسومات الكاريكاتيرية تم مشاركتها من قبل الجماهير.

2. التحليل الكمي و الكيفي لفئات المضمون:

الجدول رقم (08) يمثل فئة الموضوعات التي تناولها الكاريكاتير

النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات التي تناولها الكاريكاتير
%00	00	المواضيع الدينية
%58	14	المواضيع الاجتماعية
%29	07	المواضيع السياسية
%08	02	المواضيع الاقتصادية
%00	00	المواضيع الرياضية
%04	01	المواضيع الثقافية
%100	24	المجموع

يتبين من خلال تحليل الرسوم الكاريكاتيرية التي يوضحها الجدول رقم (08) أن الموضوعات الاجتماعية هي التي حظيت باهتمام رسامي الكاريكاتير المعبر عنها برسوماتهم ذلك لأن المواضيع الاجتماعية ثم تليها بعد ذلك الموضوعات السياسية بنسبة 29%، ثم تأتي بعدها كل من المواضيع الاقتصادية والثقافية بنسب ضعيفة، أما فيما يخص المواضيع الدينية والرياضية لم تتناولها هذه الرسومات الكاريكاتيرية.

الجدول رقم (09) يمثل فئة الاستمالات الانعائية

النسبة المئوية	التكرار	الاستمالات الانعائية
%42	09	عقلية
%33	07	عاطفية
%23	05	تخوفية
%100	21	المجموع

يتبين من خلال رقم (09) المتمثل في فئة الاستمالات الانعائية المستخدمة في الرسومات الكاريكاتيرية من خلال عينة البحث تأتي الاستمالات العقلية بنسبة تقدر بـ 42% والتي تتضمن حجج وأدلة يخاطب من خلالها رسام الكاريكاتير عقول المتلقين، وتليها بعد ذلك الاستمالات العاطفية بنسبة 33% مخاطب بها الرسام الكاريكاتيري عواطف ومشاعر و أحاسيس متابعيه، لتأتي بعد ذلك الاستمالات التخوفية بنسبة ضئيلة قدرت بـ 23%.

الجدول رقم(10) يمثل فئة طبيعة المضمون

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة المضمون
10%	02	يتناول شخصية
90%	18	يتناول موضوع
100%	20	المجموع

تبين من خلال الجدول رقم(10) و الذي يمثل فئة طبيعة المضمون أن أغلب المضامين تناولت موضوعات مختلفة تعبر عن قضايا و أحداث تهم الأفراد والمجتمعات والتي كانت بنسبة قدرت بـ90%. أما فيما يخص تناولها للشخصيات فكانت بنسبة ضعيفة جدا تقدر بـ10%.

الجدول رقم(11) يمثل فئة الجمهور المستهدف

النسبة المئوية	التكرار	الجمهور المستهدف
85%	17	الجمهور العام
15%	03	فئة الشباب
00%	00	فئات أخرى
100%	20	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم(11) أن الجمهور المستهدف من خلال الرسومات الكاريكاتيرية تمثل الجمهور العام بنسبة 85% فأغلب المواضيع المطروحة كانت موجهة لكافة فئات و شرائح المجتمع دون استهداف فئة محددة من فئات المجتمع دون غيرها، باستثناء فئة الشباب التي خصص لها بعض المواضيع التي تمس احتياجات الشباب .

الجدول رقم(12) يمثل فئة أهداف الكاريكاتير

النسبة المئوية	التكرار	أهداف الكاريكاتير
100%	20	نقد الواقع
00%	00	محاكاة الواقع
100%	20	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم (12) أن أغلب أهداف الكاريكاتير المعبر عنها من خلال الرسومات الكاريكاتيرية تمثلت في نقد الواقع وذلك من خلال تناول قضايا وأحداث وقعت في المجتمع و نقدها.

مناقشة النتائج:

من خلال الدراسة التحليلية للرسومات الكاريكاتيرية المنشورة عبر صفحة الكاريكاتير الخاصة بالرسام عبد الغاني بن حريزة تم التوصل إلى أن أبرز الموضوعات -حسب عينة الدراسة- التي عالجه الكاريكاتير في شبكات التواصل الاجتماعي هي الموضوعات الاجتماعية .

كما أن الأهداف التي يسعى الكاريكاتير لتحقيقها عبر شبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في نقده للواقع المعاش من خلال عرض مختلف القضايا والأحداث.

كما أن لغة التعليق التي سادت على كاريكاتير الرسام عبد الغاني بن حريزة المنشورة عبر صفحة الفيسبوك هي اللهجة العامية و يعود السبب في ذلك مخاطبة الرسام الكاريكاتيري من خلال رسوماته لكافة أفراد المجتمع الجزائري بمختلف مستوياتهم وهذا دليل على أن صفحته تهتم بالشأن الجزائري فقط.

كما بينت النتائج أن الرسوم الكاريكاتيرية المنشورة على صفحة الفيسبوك الكاريكاتيري عبد الغاني بن حريزة طغت عليها الألوان الباردة بنسبة كبيرة مقارنة بالألوان الحارة، بالإضافة إلى أن اغلب الاستمالات الإقناعية المستخدمة في

الكاريكاتير تمثلت في الاستمالات العقلية التي أراد من خلالها الرسام الكاريكاتيري مخاطبة الجمهور مستعينا بحجج عقلية واقعية تيرر تبنيه لقضايا واتجاهات معينة .

أما فيما يخص التفاعلية حول الرسومات الكاريكاتيرية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي فقد أظهرت النتائج التحليلية وبالأخص فئة الإعجابات وفئة التعليقات وكذا مشاركة الرسومات الكاريكاتيرية أن تفاعل الجمهور مع الرسومات الكاريكاتيرية المنشورة عبر صفحة الكاريكاتيري عبد الغاني بن حريزة كانت بنسب ضعيفة جدا، وهذا ما يعكس لنا قلة التفاعلية من قبل جمهور الكاريكاتير مع الرسومات الكاريكاتيرية المنشورة على الشبكة على الرغم من الميزات التي وفرتها التكنولوجيا إلا أن الجمهور الرقمي للكاريكاتير يبقى ضعيفا بالمقارنة مع فنون أخرى.

خاتمة:

نستخلص من خلال هذه الدراسة أن فن الكاريكاتير تطور عبر وسائل الإعلام المختلفة ليصل من صفحات الجرائد والمجلات إلى صفحات الواب المختلفة، وهذا ما جعل من هذا الفن محل اهتمام وإعجاب للجماهير باختلاف ميولاتهم واهتماماتهم، بما قدمه من مواضيع وقضايا مست جوانب عديدة من حياتنا اليومية وسلوكياتنا أحيانا يكون داعما لها وأحيانا أخرى ناقدا لها، ويعتبر مرآة عاكسة للسلطة والمجتمع، لكنه اليوم وبفعل التطورات التكنولوجية أضحي يواجه العديد من التحديات والتغيرات والتي جعلت مهمته صعبة، ففي ظل انتقال هذا الفن إلى شبكات التواصل الاجتماعي أصبح يحتل مكانا أوسع وبالتالي ازدياد حجم الجماهير الذين لا يحدد عددهم ولا يتعلق بأقاليم جغرافية، فشبكات التواصل الاجتماعي فتحت المجال أمام رسامي الكاريكاتير للحصول على الشهرة العالمية على اختلاف أماكن تواجدهم وأجناسهم، فقد أصبحنا نرى العديد من رسامي الكاريكاتير سواء على المستوى المحلي أو العربي يتمتعون بشهرة عالمية كبيرة، فهذا الفن بالرغم من بساطته إلا أنه يعد من أكثر الفنون جذبا للجماهير، فالكاريكاتير وسيلة إعلامية فعالة تهدف إلى نقل وجهات النظر المختلفة والعمل على توعية المجتمعات والأفراد بطريقة ممزوجة ما بين السخرية والطرافة والجد، وعلى عكس المتوقع والمأمول وحسب دراستنا الحالية والتي اقتصرنا على صفحة واحدة للكاريكاتيري عبد الغاني بن حريزة، فإن العينة المختارة لم تحقق لنا المرغوب في الوصول إلى التفاعلية مع مضامين الكاريكاتير التي طغت عليها المواضيع الاجتماعية بشكل أكبر والتي أنتجت ضعف في التفاعل مع المضمون وربما يعود ذلك لنوعية المواضيع التي تم نشرها أو لعدم شهرة الرسام أو لطريقة التناول.

لكن الجدير بالبحث أن هذا الفن التعبيري عرف طريقه الى الشهرة محليا وعربيا وعالميا على مواقع التواصل الاجتماعي، لذا وجب دراسته والتطرق إليه في مواطن ومن زوايا أخرى نظرا للأهمية التي بات يكتسبها.

قائمة المراجع العربية:

- أحمد بن مرسللي. (2005). مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال (الإصدار ط 2). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- السيد سليمان، عادل أمينة، محمد هبة، و عبد العال خليفة. (2009). الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي و المكتبة، دراسة شاملة للتواجد و الاستخدام لموقع فيسبوك. بحث مقدم للجمعية المصرية للمكتبات للمشاركة في المؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات و المعلومات . جامعة حلوان .
- بيرق حسين جمعة الربيعي. (2013). فن الكاريكاتير في الجرائد العراقية،دراسة تحليلية وصفية. مجلة الباحث الاعلامي (العدد19).
- خضر حمدان السالم. (2014). الكاريكاتير في الصحافة (الإصدار الطبعة الأولى). الأردن : دار أسامة للنشر و التوزيع.
- راضي زاهر. (2003). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي. مجلة التربية (العدد15).
- سوهيلة بضياف. (2010). المدونات الالكترونية في الجزائر دراسة في الاستخدامات و الاشباعات. رسالة ماجستير غير منشورة . باتنة، قسم علوم الاعلام و الاتصال، كلية الحقوق ،جامعة الحاج لخضر، الجزائر.
- صالح بن محمد العساف. (2006). المدخل الى البحث في العلوم السلوكية (الإصدار ط 4). السعودية.

صلاح محمد أبو صلاح. (2014). استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي و الاشباعات المحققة. رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الصحافة . غزة، كلية الاداب: الجامعة الاسلامية.

طاهر كاظم شمهود. (2003). فن الكاريكاتير لمحات عن بداياته و حاضره عربيا و عالميا (الإصدار الطبعة الأولى). عمان، الأردن: أزمنة للنشر و التوزيع.

علي منعم القضاة. (2012). فن الكاريكاتير في الصحافة البحرينية اليومية. الاكاديمية للدراسات الاجتماعية و الانسانية (العدد 8). فؤاد عبد المنعم البكري. (2004). العلاقات العامة في المنشآت السياحية. القاهرة: عالم الكتب.

لازم كماش يوسف. (2015). البحث العلمي و مناهجه أقسامه أساليبه الاحصائية. عمان: دار دجلة.

محمد شفيق. (1998). البحث العلمي الخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية (الإصدار الطبعة الأولى). مصر: المكتب الجامعي الحديث.

محمد محمد عبد الحميد. (1993). دراسة الجمهور في بحوث الاعلام (الإصدار الطبعة الاولى). بيروت، لبنان: عالم الكتب.

محمد منير حجاب. (2008). الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية (الإصدار ط 4). مصر: دار الفجر للنشر و التوزيع.

محمد منير حجاب. (2004). المعجم الاعلامي. دار الفجر للنشر و التوزيع.

مختار محي الدين. (1999). الاتجاهات النظرية و التطبيقات في منهجية العلوم الاجتماعية (الإصدار الطبعة الأولى). باتنة، الجزائر: دار المنشورات الجامعية.

مصطفى حميد الطائي، و خير ميلاد أبو بكر. (2002). مناهج البحث العلمي و تطبيقاته في الاعلام و العلوم السياسية (الإصدار الطبعة الأولى). الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر.

يوسف تمار. (2007). تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين (الإصدار الطبعة الأولى). الجزائر: طاكسيج كوم للدراسات و التوزيع.

قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

Abraham, M. (1980). Limage Communication Fonctionnelle Casterman. Belgique.

Jacques, L. (1961). La caricature et La prese sous La Ile république. France .

كيفية الاستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA:

كريمة الداوي ، محمد الصغير كاوجة ، فضيلة تومي ،(2021)، مضامين فن الكاريكاتير في شبكات التواصل الاجتماعي: بين نقد الواقع ومحاكاته (دراسة تحليلية لعينة من الصور الكاريكاتورية المنشورة على صفحة عبد الغاني بن حريزة على **facebook**) ، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد 13(02) / 2021، الجزائر : جامعة قاصدي مرباح ورقلة، (ص.ص 87 - 98).