دلالات الحملة الانتخابية لرئاسيات 12 ديسمبر 2019 من منظور الخطاب الكاريكاتوري
مقاربة سيميولوجية لصور كاريكاتورية

significances of the electoral campaign on the presidential elections December 12, 2019 in view of the Caricature speech
Semiotical approach of caricatures

وشان عبد الرؤوف[1]
طالب دكتوراه جامعة الجزائر 03
ouchene.abderraouf@univ-alger3.dz

تاريخ الوصول 2020/09/15 القبول 2020/12/04 النشر علي الخط 2021/12/15
Received 15/09/2020 Accepted 04/12/2020 Published online 15/12/2021

ملخص:

تسعى هذه الدّراسة إلى إبراز أهم دلالات الخطاب الكاريكاتوريّ الرّاصد للحملة الانتخابيّة لرئاسيّات 12 ديسمبر 2019؛ حيث ركّزت الدّراسة في هذا الإطار على إبراز أهم الأفكار الضمنيّة الّتي عالجها رسّامو الكاريكاتور في الجزائر، ومسايرة هذا الفن ليوميات الحملة الانتخابيّة، ومواكبته لأهمّ تطوّراتها على الصّعيد السّياسي، من خلال استنطاق خطابات كاريكاتوريّة مشحونة بالدّلالات، وتحليلها تحليلاً سيميولوجيًّا بالاعتماد على مقاربة رولان بارت.

خلصت الدّراسة إلى أنّ الخطاب الكاريكاتوريّ الرّاصد للحملة الانتخابيّة لرئاسيات 2019، قد شكّل أداة للنقد السّياسي، موظّفًا سخريةً لاذعة لتعرية وقائع الحملة الانتخابيّة، وانتقاد الشّخصيات السياسيّة (المرشّحين)، وكذا إبراز موقع المواطن من الحدث، إذ تتشكّل الأبعاد الضمنيّة لهذا الخطاب عبر التزاوج بين الدّلائل الأيقونيّة والألسنيّة، وتوظف رموزا وأساليبا فنّية مشحنة بالدّلالات تحاجج من خلالها في سلوكيات الحملة الانتخابيّة في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: الدلالة، الحملة الانتخابية، الخطاب الكاريكاتوري، السيميولوجيا.

Abstract:

This study aims to show the most important significances of the caricatured speech monitoring the presidential election campaign of December 12, 2019. In this context, the study focused on showing the most important implicit ideas, and following this art to the diaries of the electoral campaign, and its keeping abreast of its most important developments on the political level, by interrogating caricature charged with semantics, and analyzing them semiologically based on the approach of R. Barthes.

The study concluded that the caricature of the 2019 presidential election campaign constituted a tool for political criticism, employing biting irony to expose the facts of the election campaign and criticize political figures (candidates), as well as highlighting the citizen's position in the event.

Keywords: Significance, Electoral Campaign, Caricature speech**,** Semiotic.

[1]– المؤلّف المرسل: وشان عبد الرؤوف البريد الإلكتروني ouchene.abderraouf@univ-alger3.dz

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

1. مقدمة:

يعدّ الخطاب الكاريكاتوريّ بمثابة دعامة للاتّصال البصري، فهو كائن سيمنطيقي يحوز مجموعة من العلامات المرئيّة والألسنيّة، يسعى فنان الكاريكاتور إلى تأليفه وتركيبه وفق مؤشّرات جمالية وإيديولوجيّة مكوّنة من عنصري المبالغة والسّخرية، ليجسّد محيطه المدرك عبر مركّباته الأساسيّة الهامّة والّتي هي نتاج ثقافي لمجتمعه، إذ يتأسّس الكاريكاتور كخطاب قائم على أسس وغايات نقديّة بنّاءة تتجاوز التّشخيص الهزلي لتخوض في القضايا الّتي تهمّ الرّأي العام.

بناء على ما سبق؛ فإنّ الخطاب الكاريكاتوريّ ليس مجرد رسوم ساخرة تنشرها وسائل الإعلام، إذ أنّه أداة ووسيلة في يد الرّسام لإبداء الرّأي ونقد الحدث بإبراز سلبيّاته وإيجابيّاته، وتقديم صورة ذهنيّة محمّلة بالدّلالات حول خلفياته ومآلاته، فهو يؤرّخ لليومي من مختلف جوانبه ويساير إرهاصات الحدث وتطوّراته.

شكّلت الحملة الانتخابية لرئاسيات 2019 في الجزائر من هذا المنظور؛ حدثا بارزا يستدعي بحث وتحليل ديناميكيّته، وبما أنّ الكاريكاتور فن يؤرّخ لليومي ويهتم بالأحداث الكبرى من قبيل الحملات الانتخابيّة؛ فقد نقل الخطاب الكاريكاتوري تمثلات الحدث باعتباره الواسطة الأهمّ في الإعلام، ونظرا لخصائصه النّقديّة وقدرته على الالتفاف حول التّضييق، كما استقرّ حضوره –أي الكاريكاتور– بشكل مكثّف في وسائل الإعلام المختلفة، فلقد استرعى الشّأن السيّاسي في الجزائر اهتمام رسّامي الكاريكاتور، وعكست جل رسوماتهم (خلال فترة الحملة الانتخابيّة) آرائهم حول مسار الحملة الانتخابيّة، بأسلوب بسيط يعتمد على المبالغة والاختصار وكذا سهولة اللّغة ومواءمتها.

وبهذا فإنّ قيمة الخطاب الكاريكاتوري تتمثّل في قدرته على مقاربة الأحداث والتّحولات الّتي تمرّ بها الشّعوب، وذلك نتيجة ارتباطه بالصّحافة اليوميّة والأسبوعيّة والرقميّة، إذ يساير الحدث بكل تمفصلاته وفق رموز وإشارات تختزل الواقع، وتجسّد مساراته بجرأة حادّة ونقد لاذع، يسعى الخطاب الكاريكاتوريّ من خلاله إلى تعرية الواقع واستدراج القارئ لفهم وقائع الحملة الانتخابيّة ويوميّاتها من زاوية نقديّة ساخرة.

يعالج الخطاب الكاريكاتوري مواضيع حسّاسة تهمّ شرائح المجتمع كافة، ويؤدي دوراً أساسياً، منطلقا من مهمّته التّحريضيّة البحتة الّتي تنقد الواقع المحليّ في شتّى مجالات الحياة، وبذلك يتقاطع هذا الخطاب في تلقائيّته وتعبيره عن مشهد الحملة الانتخابيّة لرئاسيات 2019 مجسّدا تمظهراتها في قالب رمزي يضمر دلالة ومعاني كثيفة الإيحاء.

إشكاليـة الدراسـة وتساؤلاتها:

يعدّ فنّ الكاريكاتور خطابا إعلاميا يجنح إلى تصوير الأحداث السّياسية البارزة، ويحاول بناء تصوّرات فكريّة وتأويلات تتكوّن لدى الذّات (المتلقي) حول الحملات الانتخابيّة (على سبيل المثال)، التي ترتكز في مجملها على الاتّصال للتأثير في اتّجاهات الجمهور ودفعه لتبنّي فكرة التّصويت.

شهد انتشار الكاريكاتور في الجزائر تناميا ملحوظا نظرا لبساطته ورمزيّته، إذ أفردت معظم الصّحف اليوميّة الجزائريّة مساحة خاصّة بالرّسوم الكاريكاتوريّة، وتنامى الاهتمام بهذا الفنّ على خلفية مقروئيّته الواسعة وحرّيته النّسبيّة، ولما يحمله من دلالات ورموز

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

تستنطق تفاصيل الأحداث وتخوض في الرّاهن السّياسي والاجتماعي للبلد، فلقد مثّل موضوع الحملة الانتخابيّة لرئاسيّات 2019 –من هذا المنظور– مصدرا للتّحليل والنقاش نظرا لأهميّته وظروفه، فلقد تولّد الحدث في فضاء سياسيّ واعلاميّ تفرّد بطابعه الخاص، وتميّز ببروز ظاهرة الحراك الشّعبي في الجزائر الّذي انطلق في 22 فيفري 2019، حاملا في مجمله مطالب التّداول على السّلطة والدّيمقراطيّة وحريّة الرّأي والتّعبير، وشكّلت بذلك الحملة الانتخابيّة للرّئاسيات حدثًا استرعى اهتمام وسائل الاعلام بشكل عام والصّحافة المكتوبة بشكل خاص، لا سيما رسّامي الكاريكاتور الّذين تفاعلوا مع الحملة الانتخابية عبر خطاباتهم الكاريكاتوريّة المحمّلة بدلالات ضمنية تحاول تفكيك الحدث.

وبما أنّ الخطاب الكاريكاتوريّ هو رمزيّة تعيد تعريف الحدث كما يراه فنّانوا الكاريكاتور، فالرّسالة الهزليّة البصريّة تتأسّس على الحدث وتؤسّس له، فهي تشكّل في حدّ ذاتها نظام سيميولوجي متعاضد يتماهى داخله الألسنيّ والمرئيّ مفرزا سننا ودلالات رمزيّة، تؤرّخ للحدث وتعري الواقع وتفكّكه من خلال السّخرية المفرطة الّتي تهدف إلى نقد هذا الواقع وتقويمه بلمسة فنيّة جماليّة ذات دلالات عميقة، تسهم في بناء تصوّر ذهنيّ لدى المتلقي الّذي يحاول بدوره استنطاقها لتأويل دلالتها الرمزيّة المضمرة.

من هذا المنطلق، ترتكز إشكالية الدراسة على السّؤال الجوهريّ التالي:

ماهي الدّلالات الضمنيّة للخطاب الكاريكاتوريّ الرّاصد للحملة الانتخابيّة لرئاسيّات 2019 في الجزائر؟

تساؤلات الدّراسة:

- ما هي الأفكار الّتي عالجها الخطاب الكاريكاتوريّ الرّاصد للحملة الانتخابيّة؟
- ما هي الشّخصيات النّمطيّة الّتي ظهرت من خلال الخطاب الكاريكاتوريّ محلّ الدّراسة؟
- ما الدّلالات المرئيّة والألسنيّة المضمرة في الخطابات الكاريكاتوريّة قيد الدّراسة؟
- ما دلالات الرّموز الواردة في الخطاب الكاريكاتوريّ؟
- ما الأساليب الفنيّة الموظّفة في كاريكاتور الحملة الانتخابيّة؟
- ما أوجه التّشابه والاختلاف بين الخطابات الكاريكاتوريّة قيد التّحليل؟

أهميّة الدّراسة:

تكتسب هذه الدّراسة أهمّيتها من خلال طبيعة الموضوع الّذي تعالجه، على اعتبار أنّ الخطاب الكاريكاتوريّ قد لقي اهتماما كبيرا في الآونة الأخيرة، في حين لا يزال الاهتمام بهذا الموضوع في الدّول العربيّة حبيس المراحل الأولى، حيث لم يلق بعد الاهتمام الّذي يليق به كخطاب يؤرّخ لليومي ويساير الأحداث الكبرى، وقد جاءت هذه الدّراسة لإثراء المكتبة العربيّة بالدّراسات المهتمة بهذا الموضوع.

أهداف الدّراسة:

- مساءلة مفهوم الكاريكاتور وإظهار دلالته الرّمزية الّتي تجعله يميل إلى مقاربة الحملة الانتخابيّة.
- إبراز العلاقة القائمة بين الخطاب الكاريكاتوريّ والحملات الانتخابيّة.
- تقديم نماذج لخطابات كاريكاتوريّة تعالج الحملة الانتخابيّة لرئاسيّات 2019، ومحاولة تحليلها وتفسيرها.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

– تقصّي الأبعاد الضّمنية للخطاب الكاريكاتوريّ قيد الدّراسة، واستجلاء الرّسائل المعلنة والمبطنة، بما تحمله من رموز، أيقونات، ألوان وإشارات وظّفها الرّسامون للتّعبير عن أفكارهم ورؤاهم حول الحملة الانتخابيّة في الجزائر.

مقاربة الدّراسة:

تُعرّف المقاربة حسب موريس أنجرس **Maurice Angers** بأنها: "طريقة خاصّة غير تقليديّة في استعمال النظريّة العلميّة"[2]، وللإجابة على الإشكاليّة تمّ توظيف **مقاربة التّحليل السيميولوجي** إذ بواسطتها نستطيع الوقوف على الدّلالات الخفيّة والمعنى الباطنيّ للخطاب الكاريكاتوريّ، وكيفية تجسيده لمجريات الحملة الانتخابيّة لرئاسيّات 2019.

إنّ المقاربة السيميولوجيّة حسب رولان بارت **Roland Barthes** : "تعتبر شكلا من أشكال البحث الدّقيق في المستويات العميقة للوسائل الإعلاميّة، حيث يلتزم فيها الباحث الحياد نحو الرّسالة مع الوقوف على الجوانب السيكولوجيّة والاجتماعيّة والثّقافيّة، الّتي من شأنها المساعدة في تدعيم التّحليل وتغوص في مضامين الرّسالة والخطابات الإعلاميّة، وتسعى لتحقيق التّحليل النّقدي، فهي تحليل كيفيّ واستقرائيّ للرّسالة ذُو مضمون كامن وباطن"[3]، وقد اخترنا مقاربة رولان بارت الّتي تقوم على ثلاثة مستويات: الرّسالة الألسنيّة، الرّسالة التّعيينيّة، الرّسالة التّضمينيّة.

مجتمع الدّراسة وعيّنته:

يتمثّل مجتمع الدراسة في الرسوم الكاريكاتورية المنشورة في الصّحف اليوميّة الجزائريّة، خلال الفترة الممتدة من 17 نوفمبر إلى غاية 9 ديسمبر 2019؛ والمتعلقة بالحملة الانتخابيّة لرئاسيّات 2019، وتمّ اختيار الرّسوم الكاريكاتوريّة المنشورة في الصّحف التّالية: جريدة EL Watan النّاطقة باللّغة الفرنسيّة، جريدة الشّروق اليومي وجريدة البلاد الناطقتين باللّغة العربيّة، حيث قمنا باختيار مفرداتها بأسلوب قصدي غير عشوائي. ويعني ذلك: " أنّ الباحث يختارها اختيارا مقصودا من بين وحدات المجتمع الأصلي، وذلك تبعا لما يراه من سمات أو صفات أو خصائص تتوفّر بهذه الوحدات أو المفردات وتخدم أهداف البحث، بحيث تكون الوحدات قريبة من المجتمع الأصلي ويُترك للباحث في الميدان الحريّة في اختيار وحداتها"[4].

فعلى الرّغم من أنّ نظام الحصر الشّامل يعدّ أفضل نظام لتحقيق نتائج أكثر صدقا، إلاّ أنّ سعة وضخامة محتوى الرّسائل سواء كانت في الصّحف أو في غيرها يجعل عمليّة الحصر الشّامل أمرا صعبا، لذلك فاللّجوء إلى نظام العيّنة يسهّل عملية البحث، ويحقّق نتائج لا تقلّ صدقا عن الحصر الشّامل، سيما إذا مثّلت العيّنة المجتمع الكليّ تمثيلا صحيحا، ولقد اخترنا هذا النّوع من العيّنة لأنّها تلاءم متطلّبات البحث وتتطابق مع مجتمع البحث قيد الدّراسة، تضم العينة ثلاثة مفردات تتمثل في الرسوم الكاريكاتورية لكل من جريدة EL Watan (لصاحبها الرسام هشام بابا أحمد المعروف بـ الاسم الفني "**Hic**")، جريدة الشّروق اليومي (لصاحبها الرسام عبدو عبد القادر المعروف بـ "أيوب") وجريدة البلاد؛ لها نفس سمات مجتمع الدّراسة، كونها صحف جزائريّة صدرت بها صور

---

[2]– موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية"، تر: بوزيد صخري وآخرون، (الجزائر: دار القصبة للنشر، دط، 2006)، ص 99.

[3]– شعبان شاوش، قراءة في سيميولوجيا الصورة السينمائية، ورقة مقدمة للملتقى الدولي السادس حول: السيمياء والنص الأدبي، 18-20 أفريل 2011، جامعة بسكرة، الجزائر، ص 571.

[4]– محمد زيان عمر، البحث العلمي منهجه وتقنياته، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، 1998)، ص28.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

كاريكاتوريّة تناولت موضوع الحملة الانتخابيّة لرئاسيّات 2019، كما أنّ العيّنة القصديّة تفيد الباحث في التّركيز على الرّسومات الكاريكاتوريّة الّتي تعالج موضوع الدّراسة بشكل خاص، واستبعاد تلك الّتي تعالج مواضيعا لا تخصّ الحملة الانتخابيّة لرئاسيّات 2019.

مفاهيم الدّراسة:

مفهوم الخطاب الكاريكاتوري:

كلمة كاريكاتور اشتقت من الفعل Caricare الذي يعني في اللغة الإنجليزية To Load، أمّا في اللغة العربية فإنّ المقصود به الحشو أو إدخال إضافات على الواقع، هذا ويشير العديد من الباحثين أنّ مصدر كاريكاتور مشتق من كلمة Carattere الإيطالية التي تحيلنا إلى Character بالإنجليزية، أو أنها قد اشتقت من اللفظة الإسبانية Cara التي تعني بالإنجليزية Face أي الوجه، مما يعني أن وجه الإنسان كان نقطة بداية لدى أغلب الرسامين من خلال تركيزهم على وجوه الشخصيات بإدخالهم إضافات عليها، كتكبير حجم الأنف أو الذقن أو الجبهة مثلا، مما يثير اهتمام القارئ ويضفي نوعا من السخرية والفكاهة.[5]

مفهوم الخطاب الكاريكاتوري سيميولوجيا: هو خطاب يمثل نمطا من الاتصال حامل لمضمون، يهدف إلى أداء رسالة من خلال نقد الواقع وتضخيمه والتركيز على جوانبه العامة، ويوظف عنصر السخرية، التهكم والنكتة ويصبح بذلك رسالة مرئية وذات قيمة بجانبها الأيقوني "الرسم" واللساني أي "كل ما تمت كتابته لتوضيح الرسم".[6]

- **المفهوم الإجرائي:** يمكن تعريف الخطاب الكاريكاتوري بأنّه: خطاب بصري أيقوني ساخر يجمع بين ما هو لغوي وما هو غير لغوي، وهو يتكون من رموز ذات طبيعة أيقونية، وكذا لغوية ورموز تشكيلية (الشكل واللون والتكوين)، كما أنّه نمط تواصلي يهدف إلى التأثير في المتلقي، معتمدا على السخرية والنقد في تحليل موضوعاته.

مفهوم الحملة الانتخابية:

أورد دينيس ماكويل **Denis Mcquail** تعريفا للحملة الانتخابية واصفا إياها بأنّها: "مجمل الجهود الاتصالية الممتدة خلال فترة زمنية، والتي ترتكز على السلوك المؤسسي أو الجمعي، الذي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة، بهدف توجيه وتدعيم وكذا تحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعية مثل التصويت"[7].

- **المفهوم الإجرائي:** هي مجموع الأنشطة الاتصالية المنظمة (تجمعات، مؤتمرات...) التي يقوم بها المرشحون (خلال الفترة المحددة لها) بهدف استمالة الهيئة الناخبة، ودفعها للتصويت.

---

[5]- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004)، ص483.

[6]- عبد النور بوصابة، نحو مقاربة سيميولوجية لقراءة الكاريكاتير تحليل لصورة كاريكاتيرية نموذجا، مجلة سمات، العدد 4، 2016، ص40.

[7]- زكريا بن صغير، الحملات الانتخابية، مفهومها ووسائلها وأساليبها، (الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2004)، ص 11.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

مفهوم الدلالة: يعرفها رولان بارت **Roland Barthes** بأنّها: "العلاقة التي تربط بين الدال والمدلول، وهي تستند على خلفية سوسيوثقافية لتكوين المعنى".[8]

السيميولوجيا:

لغة: السيميولوجيا مصطلح مشتق من الكلمة اليونانية **Sémion** التي تعني علامة و **Logos** التي تعني علم، إذن السيميولوجيا في مجموعها هي علم العلامات.[9]

اصطلاحا: يعرفها بيير غيرو **Pierre Guiraud** أحد أساتذة جامعة نيس الفرنسية: "علم يهتم بدراسة أنظمة العلامات، اللغات، أنظمة الإشارات، التعليمات ...."، أمّا غريماس **Greimas** وكوكيه **Coquet** وأريفي **Arrivé** فيعرفون السيميولوجيا أنّها في مشروعها "تأسيس نظرية عامة لأنظمة الأدلة "[10]، فهي إذن علم يهدف إلى تحليل الأنظمة الدلالية.[11]

الدّراسات السابقة:

إنّ الاطلاع على الدراسات التي تناولت الموضوع المطروح أو جانبا منه، يعد أمرا في غاية الأهمية حيث يسهم في توسيع معارف الباحث في المجال المدروس أو استكمال بعض الجوانب التي تتطرق إليها هذه الدراسات.

-**دّراسة** جنان سيد علي: الصور الكاريكاتورية في صحيفتي الخبر وليبرتي أثناء الانتخابات الرئاسية 2009، دراسة تحليلية سيميولوجية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 3، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2011.

-**دّراسة** كهينة سلام، الصورة الكاريكاتورية في الصحافة الجزائرية المستقلة دراسة سيميولوجية لصحيفتي ليبرتي والخبر أثناء الحملة الانتخابية تشريعيات 2002، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2005.

تتلخص **حدود الاستفادة من الدّراسات السابقة** في التعرف على مناهج ومقاربات وأدوات الدراسة والعينات المناسبة لهذه الدراسة، وكذا صياغة تساؤلات الدراسة بشكل علمي يحقق الأهداف التي تسعى إليها الدّراسة. كما دعمت الدراسات السابقة إحساس الباحث بأهمية موضوع الدراسة، بالرغم من قلة الدراسات الخاصة بتحليل الخطابات الكاريكاتورية الراصدة للحملات الانتخابيّة من ناحية تحليلية سيميولوجية.

2. الخطاب الكاريكاتوري وعلاقته بالحملة الانتخابية

1.2 القدرة التواصلية للخطاب الكاريكاتوري

يعتقد جون كلود ماسلي Jean Claude MASCLET أنّ المواد الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام خلال فترة الحملة الانتخابيّة يكون لها بالغ التأثير على اختيارات الجمهور يوم الاقتراع.[12] إذ تلعب وسائل الإعلام بمختلف أنواعها دورا محوريا خلال مرحلة

---

[8] - Roland Barthes, l'obvie et l'obtus, (France : Edition le seuil, 1982), p21.

[9] – قدور عبد الله ثاني، سيميائية الصورة: مغامرة سيميائية في أشهر الارساليات البصرية في العالم، (الأردن: دار الوراق للنشر والتوزيع، ط1، 2008)، ص101-102.

[10] – عبيدة صبطي ونجيب بخوش، مدخل إلى السيميولوجيا، (الجزائر: دار الخلدونية، ط1، 2009)، ص15.

[11] – فيصل الأحمر، الدليل السيميولوجي، (الجزائر: دار الألمعية، ط1، 2010)، ص13.

[12] – نوال جدو، الحملة الانتخابية أداة تفعيل المنافسة السياسية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 3، العدد 2، 2018، ص 636.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

الحملة الانتخابية من خلال متابعة الأحداث المتعلقة بها ورصد برامج المترشحين، بهدف صياغة مواقف معينة تحاكي مرجعيتها وخطها التحريري، وتخلق تمثلات لدى الرأي العام (الهيئة الناخبة). كما يعد فن الكاريكاتور في هذا السياق خطابا إعلاميا شعبيا، يسعى إلى تصوير دلالات الأحداث السياسية.

لم يعد الخطاب في عملية التواصل مقصورا على اللغة إذ أن غاية الخطاب تتحقق بالكلمة والصورة واللون وأية أشكال أخرى من الدوال والرموز، فالصورة الكاريكاتورية هي نص سيميائي إذ "يرى السيميولوجيون أنّه لا شيء خارج النص، فالعنوان والنص والإخراج الطباعي والإشارات والصور أجزاء لا تتجزأ من الخطاب، فكلّها إشارات دالة يكمّل بعضها بعضاً، وبخاصة أنّ السيميولوجيا أشمل من المنطوق"[13]. "فالصورة الكاريكاتورية من الناحية التواصلية، رسالة بصرية أيقونية هزلية تعتمد على الفعل والحدث والشخصية والفكرة والمعنى، أما من الناحية السيميائية، فهي عبارة عن نظام سيميائي منسجم، يجمع بين ما هو لغوي وما هو غير لغوي للتعبير عن هموم الحياة العامة"[14]، إذ يعتبر الكاريكاتور من الوسائط الاتصالية الأكثر شعبية ونجاعة لما يحمله من تأثير بالغ على توجهات الرأي العام[15]، ومقاربة الأحداث الهامة من قبيل الحملة الانتخابية لرئاسيات 2019، خاصة في ظل الحراك الشعبي الذي يعيشه البلد، وما يفرزه من دلالات يستثمر فيها فنانوا الكاريكاتور؛ من خلال توظيف الرموز والشعارات المطلبية، وربطها بمخرجات الشأن السياسي من قبيل الانتخابات.

2.2 جدلية تلقي الخطاب الكاريكاتوري الراصد للحملات الانتخابية

يُمثل النقد جوهر الخطاب الكاريكاتوري حسب ميشال جوف Michel Jouve [16]، وهو خطاب يُربك القارئ ويدخله في عملية تفكيكية للرموز والحركات التي يتضمنها، لأنّ المتلقي ملزم بدراسة هذه الروابط الدلالية والبحث في مدى موائمة هذه العناصر[17]، حيث يمر هذا الخطاب حسب هفيزي توبيز Hifizi Topuz "عبر سيرورة تواصلية مرئية ناتجة عن مدركات الرسام الكاريكاتوري والذي ينتج الكاريكاتور كصورة تنشر عبر وسيلة أو قناة اتصال، حيث تجذب القارئ وتأثر فيه فيقوم بفكها ومحاولة فهمها وإدراكها، ليتأثر ويؤثر على غيره من أفراد المجتمع"[18]، وهذا ما يفسر اهتمام الخطاب الكاريكاتوري بالخوض في القضايا السياسية، فالحملات الانتخابيّة تشكل إحدى تمظهرات هذا الخطاب؛ الذي يحاول مناقشتها وعرض وجهات النظر إزاء ظروفها ومرشحيها؛ خطاباتهم، برامجهم، أنماط شخصياتهم، وكذا ردود فعل الهيئة الناخبة تجاه الحملة الانتخابية، وبذلك يسعى الرسام الكاريكاتوري إلى بناء تصورات ذهنية معينة تستقر لدى القارئ وتؤثر في منظوره للحملة الانتخابية.

---

[13] – عمر عبد الهادي عتيق، دراسة أسلوبية في صورة الكاريكاتير الفلسطيني أمية جحا نموذجا، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني عشر حول ثقافة الصورة، 2007، جامعة فيلاديلفيا، الأردن، ص76.

[14] – بشير إبرير، الصورة في الخطاب الإعلامي، ورقة مقدمة للملتقى الخامس السيمياء والنص الأدبي، 2008، جامعة بسكرة، الجزائر، ص52.

[15]-Joël et Dan Kotek, "Au nom de l'antisionisme : l'image des Juifs et d'Israël dans la caricature depuis la seconde Intifada", (France : Editions complexe, 2005), p18.

[16] - Michel Jouve, l'Age d'or de la caricature anglaise, (Paris : Presse de la Fondation National des Sciences Politiques, 1983), p 20.

[17] – إسمهان عدوان، الخطاب البصري للصورة الكاريكاتورية من المنظور السيميائي التداولي، مجلة الاتصال والصحافة، المجلد 6، العدد 2، 2019، ص 155.

[18] - Hifizi Topuz, Caricature et Société, (Paris : maison mame, 1974), p18.

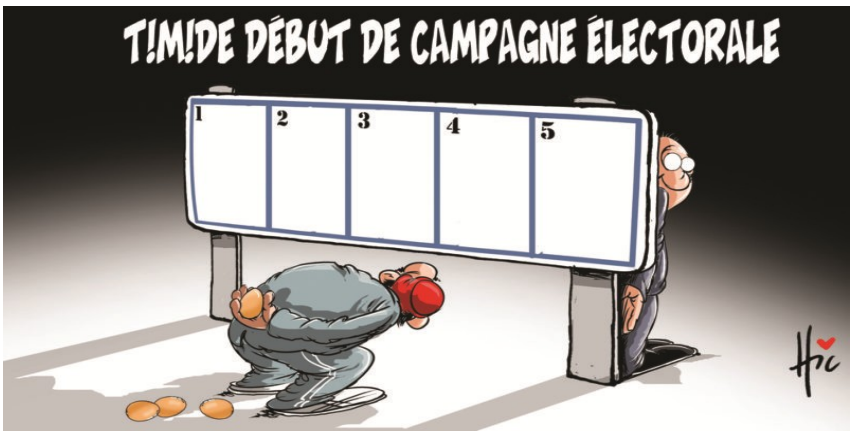
المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

إنّ القدرة التواصلية للخطاب الكاريكاتوري وأسلوبه النقدي الساخر، قد تُضمر العديد من الرموز والدلالات المتعلقة بالحملة الانتخابيّة، نظرا لقدرته على مقاربة الحدث وصياغة تمثلات نقدية ساخرة تحاجج في سيرورته من جهة، وتقدم تناصا سوسيوثقافيا يحاكي المخيال العام لعموم الشعب، بطريقة فنية جمالية تسهم في تحريك المشهد السياسي في البلد، وتسعى لتقويم انحرافاته. إذ يعد الخطاب الكاريكاتوري في مجمله الأقرب إلى مخرجات المجتمع، فهو يكاد يتطابق مع ما ينتظره المتلقي، إذ يستلهم الرسام فكرته من الواقع، ويطورها باستغلال ما يحوزه من مصادر حول كواليس الحملة الانتخابية وخطابات المترشحين مع التركيز على ردود فعل المواطن اتجاه الحملة الانتخابية. ففي ذات السياق يعتقد الباحث التونسي سامي المالكي أنّ: "الصور الكاريكاتورية الصادرة خلال الحملات الانتخابية غالبا ما تتضمن إشارات توحي بفشل الأحزاب السياسية، إضافة إلى تركيز واضح على الشخصيات السياسية (خاصة المترشحين)، ويمكن اعتبارها توجيها واضحا للناخب وقراءة لتقلبات المشهد السياسي"[19].

لا يمكن الحديث عن دلالات الحملة الانتخابية في الصحافة الجزائرية دون الخوض في أحد أهم الأشكال الصحفية (الكاريكاتور)، على اعتبار أنه يحظى بمقروئية واسعة، بوصفه نمطا إبداعيا هاما بالمقارنة مع الأنماط الصحفية الأخرى نظرا لاعتماده على النسقين المرئي والألسني – غالبا– في إنتاج رموز ودلالات ذات طاقة تأويلية هائلة، تثير اهتمام المتلقي وتدفعه للتفاعل معها في محاولة لاستنطاق دلالاتها المضمرة.

3. التحليل السيميولوجي لعينة الخطابات الكاريكاتورية :

1.3 تحليل الخطاب الكاريكاتوري رقم 01 لصاحبها le hic



المصدر:.EL WATAN, 18 Nov 2019, p24

الرسالة الألسنية:

عنوان: Timide début de campagne électorale، كتب بالبنط العريض وبلون أبيض داكن.

أرقام: 1-2-3-4-5

إمضاء: le hic (هشام بابا أحمد؛ رسام كاريكاتور)

[19]– سامي المالكي، الصورة الذهنية وتمثلات الساسة الجدد في تونس، (تونس: دار سحر للنشر، ط1، 2015)، ص205.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

القراءة التعيينية: النسق موضوع التحليل عبارة عن كاريكاتور موضوع على حامل ورقي ورد في إحدى الجرائد الخاصة، الناطقة باللغة الفرنسية، والمتمثلة في جريدة EL WATAN الصادرة يوم الخميس 18 نوفمبر 2019، في الصفحة الأخيرة (24).

بناء على رولان بارت Roland Barthes فإنّ الرسالة التعيينية: "تشمل كل ما هو ظاهر، بسيط وواضح في الصورة، أي ما تراه العين المجردة".[20] يقدم لنا هذا الخطاب الكاريكاتوري مشهدا مقابلا لعين المتلقي، حيث نلاحظ ساحة يتوسطها لوح إعلاني، مسنود بدعامتين، تظهر خلالهما خانات مجزئة ومرقمة من 01 إلى 5.

كما يبرز في المرئي شكلان بشريان أحدهما يبدو منحنيا قرابة اللوح الإعلاني، فيما يظهر الشخص الآخر خلفه، يظهر الشخص الأول مرتديا بذلة رياضية زرقاء اللون، ويضع طاقية حمراء اللون، لا تبدو ملامح وجهه بشكل واضح فيما عدا أنفه الذي رسم بشكل مبالغ فيه، يبدو من حركة يده اليمنى (خلف ظهره) أنه يخفي حبة بيض، تظهر خلفه على الأرض ثلاث حبات بيض مصفوفة بشكل عشوائي، أما الشخص الثاني فتوحي وضعية جسده بأنه يختبئ من الشخص الأول، وهذا ما يبرز من طريقة اصطفافه وراء دعامة اللوح الإعلاني ونظراته وكذا حركة يده، كما يبدو من خلال الجزء الظاهر منه أنه يرتدي بذلة رسمية ويضع نظارات.

اعتمد الرسام في الخطاب الكاريكاتوري محل الدراسة على الشكل المستطيل الذي يمثل خانات اللوح الإعلاني ودعاماته، ووظف أشكالا دائرية لتعبر عن عدسات نظارات الشخص الثاني، وأشكالا بيضوية تمثل وجه الشخص الثاني وكذا حبات البيض، في حين مثل الظلال أسفل الصورة بخطوط منحنية.

وظف الرسام عدة ألوان في صورته الكاريكاتورية والتي وردت على خلفية جزء منها أبيض والآخر أسود اللون، في حين تظهر الظلال باللون الرمادي القاتم وهو نفس لون ملابس الشخص الثاني، أما اللوح الإعلاني فقد تلون بالأبيض، محاطة زواياه بخطوط زرقاء، فيما مثلت حبات البيض باللون البني.

يبدو شكل اللوح الإعلاني بمثابة المركز البصري للصورة، لتنتقل العين إلى باقي التفاصيل على يمين ويسار الصورة، كما يمكن قراءة الصورة من الأعلى حيث العنوان إلى الأسفل أين تبرز الأشكال الأيقونية.

يحتوي هذا الكاريكاتور بالإضافة إلى العلامات الأيقونة والرمزية والشيفرات علامة ألسنية تتحدد في توقيع صاحب الكاريكاتور، إلى جانب عنوان مفاده: Timide début de campagne électorale، وهو يعني بداية محتشمة للحملة الانتخابية، حيث تموقع في أعلى الصورة من الجهة الوسطى.

تجيبنا الرسالة الألسنية في هذا المستوى التعييني عن موضوع الخطاب الكاريكاتوري من خلال العنوان والذي يوضح بأنها تعالج مسألة الحملة الانتخابية لرئاسيات 2019.

الرسالة التضمينية: عالج الخطاب الكاريكاتوري لصاحبه le hic موضوع الحملة الانتخابية لرئاسيات (12 ديسمبر 2019)، فقد نشر هذا الرسم مع بداية الحملة الانتخابية.

[20] - Martine Joly, Introduction à l'analyse de l'image, (Paris : Edition Nathan, 1994), p82.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

مَثلَ الرسام الأنساق الاتصالية والأشكال بأسلوب فني وقدمها بشكل بسيط و متوازن في توزيع عناصره، ومن هذا المنطلق فهي غالبا ما تحفز على البعد الخيالي للمتلقي، كون أشكال الأشياء تعطي علامات مهمة في تكامل الصورة؛ و يظهر ذلك في استخدام لوح الإعلان الخاص بملصقات المترشحين، والذي جاءت مكوناته مستطيلة الشكل، حيث يعتبر المستطيل الشكل الأكثر حضورا في حياتنا، إذ يختاره معظم الناس مهما اختلفت حضاراتهم وثقافاتهم، فهو شكل يؤطر الأبواب والنوافذ والطاولات والبيوت والكتب وغير ذلك، وتشير الزوايا الصحيحة لهذا الشكل إلى الرسمية.

أما فيما يخص وضعية جسد الشخصيات، فقد أشار الباحثون إلى قضية مهمة تكمن في كون الحركات الجسمية ليست بلغة جسدية تامة، بل هي حركات تامة و لاحقة للغة الجسد الأساسية، فهي نظائر الحركة الجسمية، وتشمل طريقة الوقوف و القعود و المشي.[21] تفشي الصورة دلالة وضعية جسد شخصية الشاب والذي يظهر وكأنه جسد مواطن غير راض عن أحد المترشحين.

يتشكل عبر هذا الخطاب الكاريكاتوري تناص واقعي مفعم بالتشويه الأيقوني، إذ يفشي المرئي بعض سياقات الحدث، تتمظهر تفصيلاته حول تردد بعض المرشحين وتخوفهم من الالتحاق ببرنامج تجمعاتهم الشعبية المقررة، درءا لردة فعل المواطنين الرافضين لإجراء الانتخابات، سيما أن بعض المرشحين قد تعرضوا للقذف بالبيض وبأشياء أخرى (في أكثر من تجمع). فمن خلال محاكاة سياق الواقع العيني أبدع الرسام في رسم مشهد ساخر؛ يفشي تيمة تموضع الجسد أي جسد الشخصية السياسية (مرشح الانتخابات) الذي تبدو عليه مدارج الكبر والخوف من الشاب، ذلك أن لغة الجسد في الأنساق المرئية هي انعكاس ظاهري لا شعوري للحالة العاطفية للشخص، فهي تحوز قدرة على إظهار الحالة النفسية للمرشح السياسي، فهو جسد يحاول الاختباء وعدم التعرض للإهانة والرمي بالبيض من شاب تتكاثف حوله الدلالات السيميولوجية لتفضي إلى مقاطعته للانتخابات ورفضه لمرشحيها.

وردت الصورة فقيرة نسبيا من حيث المدونات اللونية وهذا لا يمنع من كونها محملة بالدلالات السيميولوجية، إذ وظف الرسام اللون الأسود على خلفية بيضاء لتشكل بذلك حلبة صراع بين القيم الإيجابية والقيم السلبية لهذين اللونين المتناقضين[22]، فالأبيض يرمز للطهارة والنور والنصر والسلام[23]، والأسود يرمز إلى الظلام والكآبة[24]، إذ أنّ السياق السوسيوثقافي للون يحيلنا إلى الصراع الكامن داخل الصورة بين المترشح الراغب في تقلد الرئاسة والشاب الرافض لإجراء الانتخابات، وبصورة أدق فهو صراع بين الشاب الذي يعتبر رمزا لكل معاني القوة والأمل، و مرشح الرئاسيات الذي يرمز حسب le hic للفشل وفساد النظام السابق. كما عمد الرسام إلى توظيف اللون الرمادي في الظلال ليعكس المشاعر ويبرز العمق ويوحي بالحالة النفسية، في حين اقتصر توظيف اللون الأحمر في هذا الخطاب الكاريكاتوري على قبعة الشاب الجزائري. ويشير هذا اللون في السياسة إلى الإثارة أو الدفع نحو تغيير اجتماعي

---

[21]– إيمان تهامي، سيميائية الجسد في رواية أحلام مريم الوديعة لواسيني الأعرج، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية الآداب واللغة العربية، 2013، ص165.

[22]– عبد الرحمان نشادي، الأبعاد الرمزية للصورة الكاريكاتورية في الصحافة الوطنية دراسة تحليلية سيميولوجية لنماذج من صحيفتي اليوم والخبر، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر03، 2001، ص 67.

[23]– شريف درويش اللبان، الألوان في الصحافة المصرية، القاهرة، العربي للنشر، ط2، 1999، ص139.

[24]– قدور عبد الله ثاني، مرجع سابق، ص143.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

سياسي جذري[25]، وهو يرمز أيضا للعاطفة والقوة، كما أن هذا اللون ملفت للانتباه وهو لون يؤثر على مشاعر المتلقي. وقد وظف اللون الرمادي في لباس المترشح؛ وهو مزيج بين الأسود والأبيض ولون يتوسط بينهما، مفتقرا إلى الحيويّة وبقدر ما يصبح غامقا، فإنه يتوجّه نحو اليأس ويصبح لونا جامدا، فاللّون (الرّمادي)، سيميائيا، لون غامض، سلبيّ، كما أنه رمز الدّهاء ولون التّحذير من العمر والخوف، وارتبط هذا اللون في الخطاب قيد التحليل بالسلبية فهو يدل على شخصية مرشح الرئاسيات، كما يوحي هذا اللون بحالة الخوف التي تنتاب هذا الأخير من ردة فعل الشباب إزاء الحملة الانتخابية.

وقد وظف الترميز الدلالي للبيض على خلفية سوسيوثقافية عالمية، تستنطق دلالة الاحتجاج من خلال سلوكية رمي "المكروه/الغير مرغوب به" بحبات البيض، والمعروف أن العديد من الشخصيات السياسية في العالم وفي الجزائر (بعض مرشحي الرئاسيات في بعض التجمعات) قد تعرضوا لمثل هذا العنف الرمزي، الذي يرمز إلى الغضب من الشخصيات والسلوكيات السياسية، ويشير في هذا السياق إلى رفض الحملة الانتخابية لهؤلاء المرشحين. كما اعتمد الرسام على خطوط منحنية لتمثيل الملابس التي تشير إلى المكانة، الوظيفة، العمر، الجنس، وظهر ذلك جليا من خلال تركيزه على التمثيل الأيقوني لصورة الشاب الجزائري من جهة والمرشح للرئاسيات من جهة أخرى.

قادتنا الدلائل الأيقونية الموجودة في هذه الصورة بالإضافة إلى الرسالة الألسنية الواردة إلى القراءة التضمينية ووجهتنا إليها، حيث أزاحت أفكار أخرى كانت لترودنا. إذ أنّ الرسالة الألسنية في المستوى الرمزي التضميني حسب رولان بارت: "تقوم بتوجيه القارئ إلى قراءات معينة والتخلي عن باقي الأفكار التي يكونها حول الصورة، فهي تقوم بمهمة التأويل".[26] إذ وردت الرسالة الألسنية لهذا الكاريكاتور والمتمثلة في العنوان Timide début de compagne électorale باللون الأبيض بالخط العريض لتكون واضحة للمتلقي، ولتأدية دور الترسيخ لمعاني الصورة بتوجيه المتلقي نحو مدلول معين يتمحور حول تثبيت معنى "الأيقوني" ومواءمته مع الحدث في تمثله للحملة الانتخابية، وقد جاءت الرسالة الألسنية الموجودة بهذا الكاريكاتور لتأدية وظيفة التوجيه والتبليغ والتأكيد، إذ أنها جاءت لتوضح مضمون هذا الرسم الكاريكاتوري حتى يستطيع القارئ فهمها والوقوف على ما تحمله من خطابات، ولتأكيد البداية المحتشمة للحملة الانتخابية لرئاسيات 2019، ولذلك نجدها في الجانب العلوي للرسم.

2.3 تحليل الصورة الكاريكاتورية رقم 02 لصاحبها أيوب

[25]– مليح مرد، الألوان والإنسان، مجلة حراء، العدد 2، 2006، ص29.

[26]– كهينة سلام، الصورة الكاريكاتورية في الصحافة الجزائرية المستقلة دراسة سيميولوجية لصحيفتي ليبرتي والخبر أثناء الحملة الانتخابية تشريعيات 2002، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر03، 2005، ص77.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

المصدر: جريدة الشروق اليومي، الخميس 05 ديسمبر 2019، العدد 6350، ص23.

الرسالة الألسنية:

عنوان خبري: غدا ولأول مرة في الجزائر.. مناظرة بين المترشحين، كتب هذا العنوان باللغة الفصحى بخط عريض وواضح.

كلمة: ASPIRIN، وردت باللغة الفرنسية، وهو دواء يستخدم لتسكين الآلام وعلاج الحمى.

إمضاء: أيوب 2019

الرسالة التعيينية: الخطاب الكاريكاتوري محل الدراسة عبارة عن نسق مرئي موضوع على حامل ورقي لصاحبه عبدو عبد القادر المدعو أيوب، نشر بجريدة الشروق اليومي الصادرة بتاريخ 05 ديسمبر 2019.

يقدم لنا هذا الخطاب الكاريكاتوري مشهدا مقابلا لعين المتلقي، حيث نلحظ من خلاله شخصية تجلس على أريكة، قام الرسام الكاريكاتوري بتجسيدها على شكل رجل أشيب الشعر، يضع نظارات، يرتدي قميصا مخططا أحمر اللون، وسروالا أزرق اللون، توحي وضعية جلوسه ووضعه لرجل فوق أخرى أنه بصدد مشاهدة برنامج ما على التلفاز المقابل له، قرب الشخص يبدو جزء من طاولة صغيرة تظهر فوقها علبة مكتوب عليها ASPIRIN وكأس من الماء نصف ممتلئ.

ورد في هذا الخطاب أشكال عدة، منها ما هو بيضوي يمثل عدسات نظارات الشخصية وواجهة ساعته، كما نلاحظ أشكالا هندسية متمثلة في مستطيلات تعبر عن أثاث المنزل من طاولتين وتلفاز، إضافة إلى علبة الدواء. كما يبرز التحوير من خلال استعمال الخطوط والأشكال، خاصة في إيماءات الشخصية، وفي هذا التحوير تشفير؛ إذ يرمز إلى معنى معين.

تضّمن الخطاب الكاريكاتوري محل الدراسة على المدونات اللونية التالية: الأحمر في لون ملابس الشخصية، الأخضر في لون الأريكة، البني في لون الأثاث، الأبيض الذي ورد كبقعة ضوء، والأسود حيث اقتصر هذا الأخير على الرسائل الألسنية الواردة في الخطاب، في حين وظف الرسام اللون الأزرق كلون للخلفية وجهاز التلفزيون يسار الصورة.

عند قراءة هذه الصورة تنتقل عين القارئ من اليمين حيث الشخص الذي يمثل المشاهد إلى اليسار حيث جهاز التلفزيون، أين تبدو الصورة جانبية قليلا، ويظهر الشخص بمثابة المركز البصري للصورة.

توضح الرسالة الألسنية في هذا المستوى أن الموضوع المعالج من خلال هذا الرسم الهزلي يتمحور حول المناظرة التلفزيونية بين مرشحي الانتخابات الرئاسية في الجزائر.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

القراءة التضمينية: ورد هذا الخطاب الكاريكاتوري بعنوان: "غدا ولأول مرة في الجزائر.. مناظرة بين المترشحين" كدلالة تحيلنا إلى المناظرة التلفزيونية التي نظمتها السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، والتي تناول من خلالها مرشحو الرئاسيات برامجهم الانتخابية، كما لا يجب إغفال أن هذا النسق الكاريكاتوري قد تزامن مع قرب انتهاء فترة الحملة الانتخابية، إذ مثلت المناظرة عمليا آخر فرصة بالنسبة لمرشحي الرئاسيات لإقناع الهيئة الناخبة بالتصويت لهم. ولقد ورد العنوان بالبنط العريض وباللون الأسود كدلالة على أهمية الحدث وتفرده؛ من حيث أن المناظرة التلفزيونية لم يسبق لها مثيل طيلة الحملات الانتخابية السابقة.

الشخصية الوحيدة التي وردت في هذا الرسم الكاريكاتوري هي شخصية مواطن جزائري وهو يظهر جالسا على الأريكة ينتظر مشاهدة المناظرة التلفزيونية بين مرشحي الرئاسيات، يقدم لنا "أيوب" خطابا ساخرا، صور فيه هذا المواطن في حالة قلق مردها انتظاره لمخرجات المناظرة التلفزيونية، وللدلالة على حالته النفسية وظف الرسام التحوير في إيماءة الشخصية، إذ يرمز عبر التشويه الأيقوني المصاحب له (على شاكلة الحلق المدبب) و ملامحه التي اتسمت بالمبالغة والتشويه لإثارة التهكم والسخرية؛ إلى ترقب الشخصية لأول مناظرة تلفزيونية في الجزائر بين مرشحي الرئاسة، وجاء أنفه طويلا للدلالة على قلقه وحيرته، كما وظف الرسام علبة الدواء وكأس الماء قرب المواطن ليرمز به إلى القلق والتوتر الذي ينتاب هذا المواطن جراء الوضع السياسي، فدواء الأسبرين ASPIRIN هو عقار خافض للحمى والألم، وهو مسكن للآلام يحوز شعبية واسعة، وهذا الانزياح من المادي إلى المعنوي يبرز تفرد الرسام ويجذب المتلقي إلى استنطاق دلالة المشهد. كما يوحي اتخاذه وضعية رِجل فوق رِجل إلى تركيزه؛ كونه يهِم باختيار المرشح الذي سيصوت له. كما أن الزهور المتوسطة الحجم التي وسمت الأريكة ذات دلالة إيجابية تحاكي مظاهر الأمل في تحسن أوضاع البلد، إذ تتراءى الزهرة هنا كعلامة سيميائية تشير إلى مظاهر الأمل والاحتفال خاصة في المناسبات الخاصة، هذه الدلالات المختلفة تقود إلى فكرة أساسية مفادها أن الانتخابات مبعث للأمل في تدعيم الديمقراطية والتنمية، كونها مرحلة مهمة جاءت في ظل أوضاع خاصة وسمها الحراك الشعبي الذي انطلق في 22 فيفري 2019، إذ يعبر الرسام عن أمله في تحول ديمقراطي يبدأ تشكله عبر الانتخابات الرئاسية. كما عمد الرسام إلى توظيف المفارقة في تمثيله للحدث وفق ثنائية: القلق/الأمل.

سيميولوجيا دائما يعد المكان "عنصرا له دلالته الرمزية، فالمكان ليس مجرد ديكور لتزيين المشهد بل هو عنصر حقيقي فرض وجوده في النص والصورة"[27]، فلقد كان للمكان دور دلالي في هذا الخطاب الكاريكاتوري؛ إذ يوحي البيت بالدفء والأمان، ويرمز لكون المواطن حرا في اختيار رئيسه.

اعتمد الرسام على تناقض الألوان لجذب الانتباه، فمزج الألوان يدل على التنوع ويعني اختلاف الإيديولوجيات الفكرية. وجاء اللون الأسود في النصوص الألسنية ليعطي شعورا بالاستقلالية ويعبر عن أهمية الموقف، على اعتبار أنه أسهل الألوان للقراءة، كما وُظف اللون الأخضر في الأريكة كدلالة على الأفق الأخضر أو الربيع، ويرمز أيضا للحلم الجميل بالحياة الرغيدة، ذلك أن هذا اللون في المخيال السوسيوثقافي الجزائري هو لون "البلد" فقد عُرفت الجزائر على مر العصور بجمالها وتميزها بخضرتها الجميلة، وهذه الرمزية تركت أثراً بالغاً على الرسام فيما يخص استدعائه للون الأخضر في دلالاته المختلفة، والتي ارتبطت في هذه الصورة بالأمل في النماء

[27]– عبد الله توام، دلالات الفضاء الروائي في ظل معالم السيميائية رواية الآن...هنا أو شرق المتوسط مرة أخرى لعبد الرحمان منيف أنموذجا، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة أحمد بن بلة وهران، كلية الآداب والفنون، 2016، ص30.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

والتطور. أما بقعة الضوء الأبيض فهي تعكس المشاعر وتبرز العمق والمستويات وتوحي بالحالة النفسية، كما يجعل –هذا اللون– المتلقي يركز على الجانب السفلي من الصورة والذي تغلب عليه الرسالة الأيقونية.

وقد وردت الرسالة الألسنية لهذا الكاريكاتور لتأدية وظائف المناوبة، الترسيخ والتبليغ إذ أنها جاءت لتوضح مضمون هذا الخطاب الكاريكاتوري حتى يستطيع المتلقي فهمها والوقوف على ما تحمله من خطابات، فالرسم بحاجة إلى لغة مكتوبة تستنطق دلالته الأيقونية، وتدفع بالمتلقي إلى فهم الرسالة التي يحاول الرسام تمريرها.

3.3 تحليل الخطاب الكاريكاتوري رقم 03

المصدر: جريدة البلاد، الأحد 24 نوفمبر 2019، العدد 6081، ص24.

الرسالة الألسنية:

عنوان: "تواصل الحملة الانتخابية في أجواء مبللة.. !"، كتب العنوان بخط اليد باللون الأسود.

حديث: "رايحة تدينا الحملة"، كتب بخط أسود مؤطر في مساحة بيضوية، ورد باللهجة العامية وهو يعني ستجرفنا السيول.

إمضاء صاحب الصورة

الرسالة التعيينية: صدر هذا الخطاب الكاريكاتوري في الصفحة 24 (الأخيرة) من جريدة البلاد، في عددها الصادر بتاريخ 24 نوفمبر 2019. يُفصح النسق المرئي عن ست شخوص، يجتمع خمسة منهم على يمين الصورة ضمن لوح إعلانات مرقم، يبدو الشخص الأول بشكل جزئي، وهو أصلع ذو شنب بارز، كما نلاحظ عليه علامة الحسرة وكأنه يهِم بالبكاء، يرتدي هذا الشخص

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

بذلة سوداء كلاسيكية، ويظهر فوقه الرقم 1، أما الرجل الذي بجنبه فيبدو أقل سنًا منه، يرتدي – هو الآخر– بذلة كلاسيكية زرقاء اللون، يضع يده على عينيه، حيث يبدو أنه يبكي، إذ تتشكل أسفل يده حبيبات تشبه الدموع، ويظهر فوقه الرقم 2، أما الشخص الثالث الذي يصطف جنب سابقه، فهو مسن وأصلع كليا تظهر عيناه بشكل بارز، تبدو على محياه مظاهر الحزن إذ توحي الحبيبات المنهمرة على وجهه بأنه يبكي، يرتدي بذلة زرقاء كسابقه، وفوقه تماما يبرز الرقم 3، أما الشخصين الرابع والخامس فيظهران متماثلان أيقونيا فيما عدا حجم رأسيهما، إذ يبدوان مسنين كسابقهما، كما أنهما أصلعان كليا، يرتديان بذلة زرقاء اللون، فيما تبدو عليهما مظاهر الحزن أيضا، فوقهما مباشرة يظهر الرقمين 4 و5 على التوالي.

كما نلمح على يسار هذه الصورة الشخصية السادسة والتي تظهر من الجانب الأمامي لباقي الشخصيات، حيث رسمت بشكل مختلف عن البقية؛ وهو رجل يرتدي قميصا بنيا داكنا، يظهر رأسه مغطى بـ طاقية حمراء اللون، ذو شنب قصير، عيناه بارزتان إذ يبدو وكأنه ينظر باستغراب للوح الإعلانات، توحي وضعية جسده بكونه غارقا جزئيا في المياه، إذ لا يظهر من جسده تقريبا سوى رأسه وجزء من صدره وكذا يده اليمنى، يبرز فوقه شكل بيضوي كتبت داخله عبارة "رايحة تدينا الحملة".

ركز الرسام في هذه الصورة على الخطوط المنحنية خاصة في رسم أنف الشخصيات وحواجبهم، ومجمل ملامحهم المشوهة، أمّا الشكل البيضوي فمثّل حامل الرسالة الألسنية، كما استخدم الرسام شكلا دائريا أحمر اللون داخله مستطيل أبيض، وهو بمثابة إشارة مرور تُعرف بـ الاتجاه الممنوع sens interdit، استعان كذلك ببعض الخطوط المنحنية والمؤثرات الكرتونية حول الشخصيات والتي تعبر عن الحركة والبكاء.

جاءت الصورة محملة بالألوان، حيث غلب عليها اللون الأبيض والأزرق الفاتح اللذان يمثلان الخلفية من الجهة العلوية، والأزرق القاتم الذي يمثل خلفية الجانب السفلي من الصورة، كذلك فإن الأزرق والبني والأسود وكذا الأحمر قد تضمنت لباس الشخصيات، فيما يمثل الأحمر لون إشارة المرور.

تنتقل عين المشاهد في هذه الصورة وبعد قراءة العنوان من اليمين حيث تجتمع الشخصيات السياسية إلى اليسار حيث الرجل، وتنتقل بعدها إلى باقي التفاصيل الدقيقة.

ساهمت الرسالة الألسنية في هذا المستوى التعييني من التحليل السيميولوجي في إبراز موضوع الخطاب الكاريكاتوري والمتعلق بالحملة الانتخابية.

الرسالة التضمينية: يقدم هذا الرسم الساخر مشهدا يصف الحالة السياسية والاجتماعية في الجزائر خلال الحملة الانتخابية، فلقد عبّر الرسام عن الواقع بسخرية مفرطة ذات حمولة دلالية؛ إذ عالج الخطاب الكاريكاتوري مشهدا من مجريات الحملة الانتخابية والمتمثل في بكاء بعض مرشحي الرئاسيات خلال تجمعاتهم (خاصة خلال الأسبوع الأول من الحملة الانتخابية)، فالحبيبات المنهمرة من عيون المترشحين بكثافة تتأتى كدلالة على محاولة كسبهم للتعاطف الشعبي، واستقطاب الناخبين بالاتكاء على الاستمالة العاطفية لكسب أصواتهم، وحركة يد أيقونة الشخصية الثانية ترمز إلى تصرف بيولوجي شائع لدى الناس حين ينتابهم الحزن ويهمون بالبكاء، إذ أن الرسالة المشفرة تحاجج في الطابع التنافسي بين مرشحي الرئاسيات الذي اتخذ من بكائهم صيغة تكاد تكون موحدة، ذلك أن الواقع العيني يدعم البناء الكاريكاتوري من حيث أن أربعة مرشحين من أصل خمسة (عز الدين ميهوبي، عبد

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

القادر بن قرينة، علي بن فليس وعبد العزيز بلعيد) ظهرت عليهم علامات التأثر والبكاء خلال بعض تجمعاتهم وزياراتهم المرتبطة بالحملة الانتخابية، وهذا ما يتضح من قرب الشخصيات لبعضها، في حين الشخصية الأولى التي تظهر جزئيا بصورة متعمدة تُحيل إلى المرشح عبد المجيد تبون، ذلك أنه الوحيد الذي تشكلت أيقونته بداعي التأثر العاطفي لا غير، إذ أنه لم يذرف الدموع كسابقيه.

يواصل الرسام نقده لمشهد الحملة الانتخابية في الجزائر من خلال توضيحه لطبيعتها وتشارك جميع الشخصيات السياسية في جزء من طابعها، إذ عمد إلى إصباغ الدراماتيكي بطابع هزلي يضخم من "الفعل" الذي هو البكاء ويستدعي إرهاصاته، ويظهر ذلك جليا من خلال المداليل المستترة في الرسائل الألسنية؛ بدءا بالعنوان الذي يستنجد بحالة الطقس ليورد تناصا لحالة المرشحين وفي ذلك دلالة على حالتهم النفسية التي استدعت بكاؤهم بغية إقناع الهيئة الناخبة بوطنيتهم ورغبتهم في تحسين أوضاع البلد، كما تبرز في هذا السياق علامة التعجب الواردة في الرسالة الألسنية لترمز إلى حالة الدهشة من سلوكيات المرشحين خاصة وأنه من المفترض أن يتجنبوا هذه السلوكيات السلبية ويسعوا إلى شرح برامجهم ومناقشتها، في حين تحاكي النقاط المتتالية دلالة الاستمرارية، فهي توحي إلى تواصل الحملة الانتخابية بنفس النسق. في سياق آخر ترمز المياه المتدفقة على شكل سيول والتي تكاد تغمر المواطن؛ إلى الغرق والخطر كونها قد تتسبب في إغراق المواطن بدلا من تحسين أوضاعه، فلقد وظف الرسام المفارقة ليربط بين فكرتين متناقضتين؛ فمن جهة يسعى المرشحون خلال حملاتهم الانتخابية إلى وضع برامج تسهم في تحسين وضعية المواطن، في حين تختلف الحملة الانتخابية في الجزائر –حسبه– وتأخذ معنى دراماتيكي يؤثر سلبا على المواطن.

يظهر جليا من خلال الصورة الكاريكاتورية حالة المواطن، إذ أن الشكل النصف دائري الذي يمثل الفم مع شكل الأسنان السفلية البارزة يوحي بالدهشة، وتضخيم العينين وما يليه من خطوط منحنية وحبيبات حول الملامح يوحي بالهلع، فالمواطن يعيش حالة من الدهشة والهلع، فيما تدل ملابسه المبتذلة على فقره وحالته الاجتماعية، كما تحمل الرسالة الألسنية على لسان أيقونة المواطن ذات الدلالة؛ فعبارة "رايحة تدينا الحملة" باللهجة الجزائرية تعني "سوف تجرفنا السيول" وهي ألسنية متعددة المعنى وظفها الرسام في هذا السياق بغرض تشبيه الحملة الانتخابية بالسيول الجارفة، وفي ذلك إشارة ضمنية لمفرزات الأيقوني المرئي، إذ ترمز لكون استمرار الوضع على هذا النسق يهدد الأمن الاجتماعي للمواطن، وقد يتسبب في تأزم أوضاع البلد، فتكاثف السياق السوسيوثقافي في ظل الأوضاع السياسية في البلد، وكذا سيرورة الحملة ومنع بعض المترشحين من إتمام تجمعاتهم، ومختلف السلوكيات المرافقة للحملة الانتخابية؛ دفعت بالرسام إلى التحذير من مآل الأوضاع، والعلامة المرورية الاتجاه الممنوع sens interdit تفضي إلى ذات المدلول كونها إشارة تحمل دلالة التحذير وترمز إلى الخطر.

لقد قدمت المدونة اللونية في هذه الصورة العديد من المعاني والدلالات، فاللون لغة رمزية تحمل دلالات عديدة، وهو فضاء واسع له قدرة كبيرة على التأثير والتدليل، فله صلة وطيدة تربطه بالحالة النفسية للرسام الكاريكاتوري والمتلقي، فنجد مثلا اللون الأحمر في لون إشارة المرور، والذي يعتبر لونا رئيسيا في الألوان الضوئية والصباغة، ويرمز إلى الحرب والدمار وسفك الدماء،[28] كما يعتبر هذا اللون عند العرب القدامى مرتبطا بالقوة والحياة، وهو يدل في هذا السياق على الخطر، أما اللون الأزرق المقترن بالسيول فهو يحمل دلالة سلبية، "فهو يقترب في معانيه السلبية من اللون الأسود في الثقافة العربية، فدلالته ورموزه السيميولوجية تتمحور حول الموت

[28]– قدور عبد الله الثاني، مرجع سابق، ص113.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

والمرض والحزن والكآبة"[29]، إذ وظفه الرسام ليستثير حالة المواطن، ويرمز لخطورة الوضع وتأزمه. نلاحظ سيميولوجيا قدرة الرسام الكاريكاتوري على توظيف أسلوب الإقناع والتأثير، من خلال الخلفية التي كانت باللونين الأبيض والأزرق.

أدت الرسالة اللغوية وظيفتها في الترسيخ والمناوبة، فالأشكال لوحدها غير قادرة على توضيح المعنى العميق للصورة. والرسام بتوظيفه للدلائل الأيقونية والألسنية يحاول توصيف مجريات الحملة الانتخابية لرئاسيات 2019.

4. تحليل النتائج:

من خلال التحليل السيميولوجي للصورة الكاريكاتورية رقم (1) يتضح أنّ الرسام **Hic** حاول توصيف مجريات الحملة الانتخابية بطريقة ساخرة تهكمية، فرغم بساطة خطوطها وأشكالها واختصار رسالتها الألسنية إلاّ أنّ هذا الخطاب الكاريكاتوري يحمل في طياته دلالات ومعانٍ عميقة، ترتكز حول إكراهات الحملة الانتخابية وردود الفعل إزاء تجمعات المرشحين، كما يبدي الرسام من خلالها وجهة نظر تستمد منطقها من دعوات مقاطعة الانتخابات الرئاسية، ورفض شباب الحراك إجراء الانتخابات وغضبهم من المرشحين.

فيما يتضح من خلال مقاربة الخطاب الكاريكاتوري رقم (02) سيميولوجيا؛ أن الرسالة العامة التي أراد الرسام إيصالها للمتلقي تشيد في مداليلها المستترة بالمناظرة التلفزيونية التي وسمت لأول مرة الحملة الانتخابية لرئاسيات 2019، وتظهر السخرية بشكل جلي من خلال التشويه الأيقوني لشخصية المواطن وإبراز قلقه وتوتره، فيما تستثير مزاوجته بين الدلائل الأيقونية والرسائل الألسنية بعدا تفاؤليا يثير لدى القارئ الأمل في تحسن الأوضاع، إذ أن رئاسيات 12 ديسمبر 2019 حسب –أيوب– تستمد أهميتها من كونها فرصة لاستكمال مسار تصحيح أوضاع البلد.

في ختام تحليلنا السيميولوجي للصورة الكاريكاتورية رقم (03) ذات الطابع الهزلي، ومن خلال استنطاق دلائلها الأيقونية والألسنية يتبين لنا سعي الرسام إلى نقد سيرورة الحملة الانتخابية، وتأكيد سلبية سلوكيات المرشحين، وفي ذلك إيحاء بعدم تقيدهم بأدبيات الفعل السياسي، حيث يستعين "الرسام" بالأشكال الأيقونية والرسائل الألسنية لتوضيح الوضع وإبراز المفارقة، كون السيول وإشارة الاتجاه الممنوع تحملان دلالة الخطر حسب الرسالة الكامنة التي تضمنتها الصورة.

في نفس السياق؛ يشترك رسامو الخطاب الكاريكاتوري محل الدراسة في فكرة انصهار أشكال وعيهم داخل رسوماتهم التي تشبه كثيرا الواقع الذي يرونه (من حيث الفكرة)، فيما تنطوي خطاباتهم على خصائص وأنماط إبداعية مختلفة، ترتكز على المبالغة والتشويه الأيقوني، مع اختلاف المدونات اللونية والأساليب الألسنية، وغيرها من البنى المشكلة للخطاب الكاريكاتوري. إذ يسعى الرسام الكاريكاتوري إلى بناء صورة عن سيرورة الحملة الانتخابية ومستجداتها مستهدفا بلورة الرأي العام.

أخيرا، من خلال استقراء الأنساق البصرية سالفة الذكر (سيميولوجيا)، يتضح أنّ الكاريكاتور بوصفه خطابا غير منفصل عن الراهن، فالقضايا السياسية التي يتناولها لابد أن تكون معاصرة للحدث آنية الموضوع، ناهيك عن كون المتغيرات تتجدد في الحدث السياسي الواحد، كما هو الحال بالنسبة للحملة الانتخابية لرئاسيات 2019، فالخطاب الكاريكاتوري يتجاوز جميع الخطابات الإعلامية الجاهزة نظرا لقدرته التأويلية على استنطاق دلالات الحدث. فلقد سايرت الخطابات محل الدراسة في مجملها ظروف

[29]– مراد بوزكور، سيميائية التوظيف اللوني في شعر كعب بن زهير، مجلة جيل للدراسات الأدبية والفكرية، العدد 17، 2016، 163.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

الحملة الانتخابية ومحطاتها، مع تركيز طفيف على مرشحي الرئاسيات، واهتمام بالغ بموقف المواطن من الحدث، وزاوجت بين النّقد والبعد التفاؤلي.

5. خاتمة:

إنّ ما يمكن استخلاصه من خلال مقاربة عيّنة الخطابات الكاريكاتوريّة سيميولوجيا؛ يتقرر في اعتبار الخطاب الكاريكاتوري الرّاصد للحملة الانتخابيّة لرئاسيّات 2019، قد شكّل أداة للنّقد السياسي، موظفا في ذلك سخرية لاذعة لتعرية وقائع الحملة الانتخابيّة وانتقاد الشخصيات السياسية (المرشحين)، إذ تتشكّل الأبعاد الضمنية لهذا الخطاب عبر التزاوج بين الدلائل الأيقونية والألسنية، وتوظيف رموز وأساليب فنّية مشحنة بالدلالات؛ من قبيل العلامة المرورية، البيض، الزهور وهي دلالات تضمر معاني تتراوح بين الاحتجاج، التحذير والأمل، فالخطاب الكاريكاتوري هو بالأساس فعل تواصلي، يتّكئ على السياق السوسيوثقافي للمجتمع الجزائري وما يحمله من رمزية وبنى ألسنية تتمازج فيها اللهجة الدراجة والفصحى والفرنسية، ليعبر عن سيرورة الحملة الانتخابيّة، عبر حمولة دلالية (تواصلية، لونية، تشكيلية، ألسنية، رمزية).

إنّ توظيف السخرية في الخطاب الكاريكاتوري الرّاصد للحملة الانتخابية يعطيه مرونة أكثر في تمثيل الواقع العيني، بطريقة تجذب انتباه المتلقي، في المقابل لا يستمد الخطاب الكاريكاتوري مقروئيته الواسعة من سخريته فحسب، بل لأنّه خطاب لصيق بـ "الواقع" و "اليومي"، يستثير الحالة النفسية للمتلقي ويحاول مخاطبة وعيه، وبناء تصوراته حول الشأن السياسي، خاصة ما تعلق منها بقضايا مهمة كالحملة الانتخابيّة، إذ يسهم الخطاب الساخر في بلورة فهم نسقي متكامل لظروف الحملة الانتخابيّة وشخصيات وخطابات مرشحي الرئاسيات، وكذا موقع المواطن الجزائري من الحدث الانتخابي. ومن ثمّ فإنّ أهمية الخطاب الكاريكاتوري تكمن في قدرته

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

التأثيرية على الجماهير، و قدرته على تحريض المتلقي ودفعه إلى تبني فكرة معينة، فضلا عن دوره في بناء الوعي السياسي، فمن خصائص الخطاب الكاريكاتوري انتظامه في نسق مرئي ألسني ينتج دلالات ضمنية تتوارد جنبا إلى جنب مع القضايا الراهنة، في هذا الصدد قامت الدّراسة باستحضار الحملة الانتخابيّة لرئاسيات 2019، كونها شكّلت مصدرا لإنتاج خطابات كاريكاتوريّة راصدة للحدث، إذ جرت الملائمة بين الخطاب الكاريكاتوري والحملة الانتخابية التي يعالجها والاستعانة ببعدهما التأثيري بالنسبة للرسام والمتلق بشكل عام، وإبراز دلالاتها الضمنية.

6. قائمة المراجع:

- الكتب:

-زكريا بن صغير، الحملات الانتخابية، مفهومها ووسائلها وأساليبها، (الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2004).

-سامي المالكي، الصورة الذهنية وتمثلات الساسة الجدد في تونس، (تونس: دار سحر للنشر، ط1، 2015).

-عبيدة صبطي ونجيب بخوش، مدخل إلى السيميولوجيا، (الجزائر: دار الخلدونية، ط1، 2009).

-فيصل الأحمر، الدليل السيميولوجي، (الجزائر: دار الألمعية، ط1، 2010).

-قدور عبد الله ثاني، سيميائية الصورة: مغامرة سيميائية في أشهر الارساليات البصرية في العالم، (الأردن: دار الوراق للنشر والتوزيع، ط1، 2008).

-محمد زيان عمر، البحث العلمي منهجه وتقنياته، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، 1998).

-محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004).

-موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر: بوزيد صحري وآخرون، (الجزائر: دار القصبة للنشر، دط، 2006).

-شريف درويش اللبان، الألوان في الصحافة المصرية، (القاهرة: العربي للنشر، ط2، 1999).

- المقالات:

-إسمهان عدوان، الخطاب البصري للصورة الكاريكاتورية من المنظور السيميائي التداولي، مجلة الاتصال والصحافة، المجلد 6، العدد 2، 2019.

-نوال جدو، الحملة الانتخابية أداة تفعيل المنافسة السياسية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 3، العدد 2، 2018.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

– عبد النور بوصابة، نحو مقاربة سيميولوجية لقراءة الكاريكاتير تحليل لصورة كاريكاتيرية نموذجا، مجلة سمات، العدد 4، 2016.
– مراد بوزكور، سيميائية التوظيف اللوني في شعر كعب بن زهير، مجلة جيل للدراسات الأدبية والفكرية، العدد 17، 2016.
–مليح مرد، الألوان والإنسان، مجلة حراء، العدد 2، 2006.

- المداخلات:

–بشير إبرير، الصورة في الخطاب الإعلامي، ورقة مقدمة للملتقى الخامس حول السيمياء والنص الأدبي، 2008، جامعة بسكرة، الجزائر.
–شعبان شاوش، قراءة في سيميولوجيا الصورة السينمائية، ورقة مقدمة للملتقى الدولي السادس حول السيمياء والنص الأدبي، 18–20 أفريل 2011، جامعة بسكرة، الجزائر.
–عمر عبد الهادي عتيق، دراسة أسلوبية في صورة الكاريكاتير الفلسطيني أمية جحا نموذجا، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني عشر حول ثقافة الصورة، 2007، جامعة فيلاديلفيا، الأردن.

- الرسائل الجامعية:

–إيمان تهامي، سيميائية الجسد في رواية أحلام مريم الوديعة لواسيني الأعرج، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية الآداب واللغة العربية، 2013.
–عبد الرحمان نشادي، الأبعاد الرمزية للصورة الكاريكاتورية في الصحافة الوطنية دراسة تحليلية سيميولوجية لنماذج من صحيفتي اليوم والخبر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 03، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2001.
–عبد الله توام، دلالات الفضاء الروائي في ظل معالم السيميائية رواية الآن...هنا أو شرق المتوسط مرة أخرى لعبد الرحمان منيف أنموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أحمد بن بلة وهران، كلية الآداب والفنون، 2016.
–كهينة سلام، الصورة الكاريكاتورية في الصحافة الجزائرية المستقلة دراسة سيميولوجية لصحيفتي ليبرتي والخبر أثناء الحملة الانتخابية تشريعيات 2002، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 03، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2005.

باللغة الأجنبية:

- Hifizi Topuz, Caricature et Société, (Paris : maison mame, 1974).
- Joël Kotek et Dan Kotek et Dan Kotek, Au nom de l'antisionisme : l'image des Juifs et d'Israël dans la caricature depuis la seconde Intifada, (France : Editions complexe, 2005).
- Martine Joly, Introduction à l'analyse de l'image, (Paris : Edition Nathan, 1994).
- Michel Jouve, l'âge d'or de la caricature anglaise, (Paris : Presse de la Fondation National des Sciences Politiques, 1983).
- Roland Barthes, l'obvie et l'obtus, (France : Edition le seuil), 1982.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com