وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي التبسي - تبسة
كلية الآداب واللغات
قسم اللغة والأدب العربي

صورة النبي ﷺ في الخطاب الإشهاري الغربي
-مجلة «شارلي إيبدو» أنموذجا-

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر (ل.م.د)
تخصص: أدب عربي حديث ومعاصر

إعداد الطالبتين
- نورة داودي
- سعيدة بوقطوف

إشراف الدكتورة
- جنات زراد

أعضاء لجنة المناقشة

الإسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة في البحث
مكي سعد الله	أستاذ محاضر –ب–	رئيســـــا
جنات زراد	أستاذ محاضر –ب–	مشرفـــا ومقـــررا
سليمة بالنور	أستاذ محاضر –ب–	ممتحنـــــا

السنة الجامعية: 2021/2020

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي التبسي - تبسة
كلية الآداب واللغات
قسم اللغة والأدب العربي

صورة النبي ﷺ في الخطاب الإشهاري الغربي
-مجلة «شارلي إيبدو» أنموذجا-

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر (ل.م.د)
تخصص: أدب عربي حديث ومعاصر

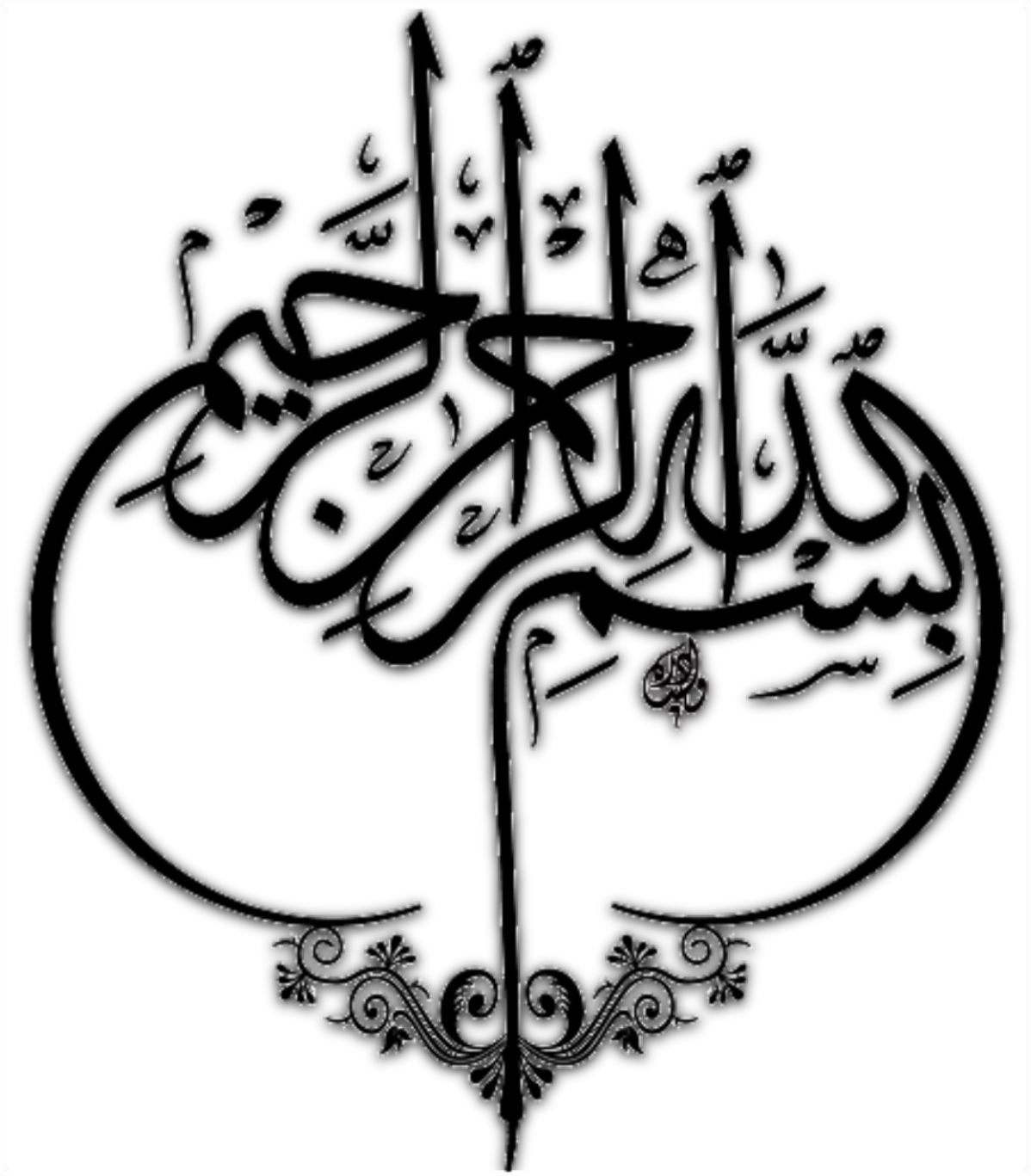
إعداد الطالبتين
- نورة داودي
- سعيدة بوقطوف

إشراف الدكتورة
- جنات زراد

أعضاء لجنة المناقشة

الإسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة في البحث
مكي سعد الله	أستاذ محاضر – ب–	رئيســـــا
جنات زراد	أستاذ محاضر – ب–	مشرفـــا ومقـــررا
سليمة بالنور	أستاذ محاضر – ب–	ممتحنـــــا

السنة الجامعية: 2021/2020


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

نحمد الله سبحانهُ وتعالى ونشكره على توفيقنا وتسديد خطانا لإنهاء بحثنا لهُ النعمة ولهُ الحمد ولهُ الثناء الحسن أو ليس هو القائل وإذ تأذن ربكم لئن شكرتم لأزيدنكم ولإن كفرتم إن عذابي لشديد

سورة إبراهيم الأية 07

ثم نتوجهُ بالشكر لمشرفتنا الأستاذة: "جنات زراد" لما قدمتهُ لنا من نصائح وتوجيهات ساعدتنا وأفادتنا في تخريج البحث بحلتهُ الأخيرة ونشكر دون استثناء كافة أساتذة وموظفي قسم اللغة العربية في جامعة العربي التبسي ممن جمعتنا بهم علاقة طيبة كطيبة نفوسهم منذ بداية مشوارنا الدراسي كما نتمنى التوفيق لزملائنا في مناقشاتهم ولكافة الطلبة الذين يكدون في طلب العلم

مقـــدمـــة

مقدمة

أخذ الخطاب البصري بفرض نفسه كما لو أنه إنتاج فني أو أدبي في خدمة أهدافه النفعية كنتاج بشري له تأثير في الوعي الجمعي وهنا اكتسب أهميته الحضارية في مجالات الحياة المختلفة التي أضحت بكل ما فيها صورة، فأغلب المعلومات التي نتلقاها ونعيد انتاجها وفقا لمدركاتنا وقدراتنا مصدرها صورة.

شهد هذا الخطاب تطورات متلاحقة جعلت منه أداة النفوذ والهيمنة والسيطرة بفعل إمكاناته في إنتاج المعرفة وامتلاك المعلومة والتحكم بها، فمن غير الممكن لأي خطاب بصري أن يوصل رسالته للمتلقي دون الولوج ضمن تكوينات الصورة بكل جزئياتها ونسيجها الإبداعي.

إذن فالصورة إحدى المصادر الحيوية المتجددة والمنتجة للمعارف على مر التاريخ وأكثر وسئل الاتصال انتشارا، فشأنها شأن القدم والمعرفة العلمية، فالثقافة نفسها تتسع لتبلغ المستوى العالمي ثم تنحصر لتعبر عن محليتها.

استطاعت الصورة أن تتداخل مع التكنولوجيا فتكون وسيطا في توجيه الجماهير لتؤدي عدة وظائف من بينها توثيق الأحداث ورصدها، وإثارة الاحاسيس والمشاعر ومساعدة المرء في استدعاء ذكريات الماضي ومعايشته، وكإشهار يعرض علينا بكرة وعشية وفي الآن نفسه ينبغي تبغي على النفوس والعقول معا فيأمره وما على المتلقي إلا التنفيذ، ومن أجل كشف الحقائق ومحو التزييف كان موضوعنا صورة النبي ﷺ في الخطاب الاشهاري الغربي مجلة شارلي إيبدو أنموذجا، ومما لا ريب فيه أننا نعيش عصر الصورة وأمام سرعة انتشار الخطاب البصري وشيوعه، وتغلغلت في شتى المجالات ولما يمتاز به من قوة تأثيرية، وسرعة إبلاغية وهو ما يضعنا وجها لوجه أمام مسالة كيفية قراءة الصورة ثابتة أو متحركة.

وعليه نطرح السؤال التالي:

كيف ساهم الكاريكاتير كخطاب بصري إشهاري ثابت على مخاطبة غرائزنا قبل عقولنا؟ وما هي محركاته التعبيرية التي يحويها؟ وهل نجح في ذلك؟

ولقد كان اختيارنا للدراسة صورة محمد ﷺ في الخطاب الاشهاري الغربي نابعا من رغبة ذاتية وحاجة فكرية يستجيب لميولاتنا واطلاعنا على سيرة محمد ﷺ ولما تمثله من أهمية

في فهم القرآن الكريم، وتجسيدا لتعاليم الإسلام، والاقتداء برسولنا الكريم وتكوين هوية مسلمة ثم الوقوف على الشبهات والافتراءات التي أثيرت حول السيرة العطرة لرسول الله ﷺ.

وعلى غرار الأسباب الموضوعية المتعددة: اقتحام هذا الموضوع الحساس والخطير الذي يمس بالعقيدة ومقدساتها، والرغبة في إضافة الجديد، وإبراز الدور المهم لوسائل الإعلام في التأثير على الرأي العام والرد بطريقة سليمو ومنهجية على الإساءة التي تروجها الرسالة الإعلامية الرهيبة للفضاء الغربي، تحفيز من هم غيرنا من الطلبة لتناول مثل هذه المواضيع التي تمتاز بنوع من الدقة واللذة والفضول العلمي.

خصصنا بحثنا هذا للخطاب البصري الثابت بالبحث كمجال معرفي معاصر ومسايرا لوتيرة الحياة وتفوقه الذي يفرضه علينا وسائل الاعلام والاتصال والتكنولوجيا المعاصرة وكشف الغطاء عن البنيات المشكلة لهذا النمط التصويري، أي أن المنتوج الإعلامي يتطلب قارئا حذقا قادرا على استقبال وفهم رسائله، ولأنه يطرح عديد الإشكالات الأدبية والمعرفية التي لم يتناولها البحث الأدبي كون وظيفة الأدب هي إبانة جمالية الخطاب واساليبه ومدى قدرته على التأقلم مع الأنماط الثقافية الجديدة.

إذ تطرح الصورة موضوعات مختلفة حسب توجه كل من يرسمها والسياق المحيط به، وتتجادل في مدى قوتها التأثيرية لما تحمله من بنيات لسانية وغير لسانية، وكتوجيه للمجتمع بعد نقده.

وضمن هذا الإطار وجب علينا أن نركز على نسق من الأسئلة التي نلخص الإشكالية الأم والتي تحاول الإجابة قدر الإمكان في موضوع بحثنا هذا ومنها:

- كيف تم توظيف الخطاب البصري في عملية الإبلاغ والتواصل؟
- ما دلالة الصورة الكاريكاتورية وسلطتها على جمهور الرأي العام؟
- كيف ساهم الكاريكاتير كفن في تشويه حقيقة الإسلام والإساءة إلى الرسول ﷺ؟

يتميز كل فصل بطرح أسئلة ملائمة بالغرض الذي لا يخرج عن الإشكالية الرئيسية وحتى لا تتشعب بنا الخطى وحتى أمواج المعلومات المتوقفة تبنينا خطة ممنهجة وملائمة تسير على هديها وتتكون هذه الخطة من ثلاث فصول تسبقهم المقدمة وتتلوهم الخاتمة.

تناول الفصل الأول الموسوم بـ: الصورة والخطاب حيث تم تقسيمه إلى ثلاثة أقسام: ماهية الصورة والصورولوجيا والصورة المرئية والصورة انثروبولوجيا، تم للصورة في الخطاب

الاشهاري المتضمنة الخطاب الاشاري والصورة الإشهارية ومكونات الصورة الاشهارية وعلاقة الصورة بالإشهار، ثم حددنا الهوية في الخطاب البصري الذي بدوره يحوي الخطاب البصري وسلطة الصورة على خطاب الهوية.

تطرقنا في الفصل الثاني الموسوم بـ: تجليات الخطاب في الصورة الكاريكاتيرية الذي ينقسم بدوره إلى ثلاثة أقسام: الكاريكاتير نشأته وتطوره الذي يضم مفهومه، الصورة الكاريكاتيرية والكاريكاتير تاريخيا وأيضا القيم الجمالية في الكاريكاتير، ثم بنية الخطاب الكاريكاتيري ودلالته والمنقسم إلى خصائص ومميزات الكاريكاتير ووظائف الكاريكاتير وأنواعه، وأخيرا تأثير الكاريكاتير كفن ساخر والمتضمن الكاريكاتير سيميائيا والبناء الفني للصورة الكاريكاتيرية والكاريكاتير بين النقد والسخرية والكاريكاتير في الصحافة، الكاريكاتير نكتة مرسومة وأخيرا المشهد الكاريكاتيري.

أما بالنسبة للفصل الثالث الموسوم بـ: صورة محمد ﷺ في الخطاب الإشهاري الغربي والفرنسي، حيث تم تقسيمه إلى ثلاثة أقسام وهي: الاعلام والإسلاموفوبيا الذي تضمن الإسلاموفوبيا وحقيقتها وأسباب تناميها والخطاب الاستشراقي في وسائل الإعلام الغربي والأنا. أما في الخطاب الاستشراقي في وسائل الإعلام الغربي حيث تضمن المؤلفات والكتب والمناهج المدرسية وكذلك في أجهزة وسائل الإعلام، الصور والرسوم الكاريكاتورية وأخيرا الرؤية الاستشراقية للنبي ﷺ. وأخيرا القراءة التحليلية للرسوم المسيئة للنبي ﷺ في الإعلام الفرنسي (مجلة شارلي إيبدو) وتضمنت خمسة فروع وهي التعريف بجريدة شارلي إيبدو، شارلي إيبدو والآخر وخطابات شارلي إيبدو ضد الإسلام والنبي ﷺ. والقراءة التحليلية لنماذج من الرسوم المسيئة لرسول الله ﷺ. وأخيرا الصور المغايرة للنبي محمد ﷺ في الإعلام الغربي.

لنصل في الأخير إلى وضع قائمة رصدنا فيها أهم النتائج المتوصل إليها من خلال سيرورة هذا البحث ولنتمكن من ضبط العناصر التي يتمركز حولها الخطاب البصري الكاريكاتيري الثابت وطرحها من وجهات نظر مختلفة، وسعيا منا لتحقيق هذا كله ونظرا لطبيعة موضوعنا الذي اعتمدنا فيه على المنهج المقارن المبني أساسا على التفسير والتشخيص للظاهرة اللغوية، لأنه حينما يتعلق الأمر بالجانب التنظيري لتقنيات الصورة والخطاب الإشهاري يكون هناك تدرج معرفي معين لكل عنصر من فصول البحث ودعّمنا بحثنا هذا بمنج ثاني للتحليل وهو المنهج السيميائي للتعمق في الدلالات الخفية والمعاني الباطنية للرسوم الكاريكاتورية محل

النمذجة وكونه منهجا حداثيا يتماشى مع سياق البحث حتى نوضح أهمية الصورة كخطاب مرئي به جوانبه السلبية والايجابية.

إن الخطاب البصري كبناء أصبح في غاية الخطورة والتحقيد كأحد المصادر الحيوية المنتجة والمتجددة يعمل على آلية استنفار الطاقات الانفعالية واستمالت هذه الذات وهذا ما يستدعي فهم لطبيعة الخطاب كصورة مرئية.

أما الدراسات السابقة فهي تكاد تكون منعدمة في هذا المجال، إلا من بعض الأفكار والدراسات المتناثرة في ونذكر منها:

أحلام محمود مطالقة: السيرة النبوية في المواقع الالكترونية الغربية وسبل التصحيح، دراسات علوم الشريعة والقانون، مج 43، ملحق 04، 2016.

الصادق رابح: تجليات خطاب الكراهية في الوسائط الإعلامية الفرنسية، كلية الاتصال، جامعة السارقة، الإمارات العربية المتحدة.

وكأي بحث لا يخلو من الصعوبات والعراقيل فقد واجهتنا بعضا منها:

- نقص المراجع الأدبية كموضوع أدبي يتحاشى الكثير لخوض في أغواره خاصة الإسلاموفوبيا وكذا نقص المراجع في جزئها التطبيقي عدا البعض المقالات التي تطرح هذه القضايا بإيجاز وسطحية وتداخل الموضوع مع تخصيصات أخرى كعلم الاجتماع والاتصال والسياسة ضف إلى ذلك تعقد المقالات باللغة الأجنبية التي تحتاج إلى الترجمة الصحيحة هذا إلى جانب حداثة الموضوع في جانب الرسوم المسيئة للرسول وكثافة المادة التي فاضت عن حدود البحث وصعوبة التحكم فيها.
- كما اننا استندنا إلى مجموعة من المصادر والمراجع ساعدتنا كثيرا في الوصول إلى النتائج المرجوة منها:
- الكاريكاتير بنياته ومضمراته: لكحل لعجال.
- مناهج تحليل الخطاب البصري: العربي بوعمامة؛ صفاح أمال فاطمة الزهراء
- سيميائيات الصورة الاشهارية السيميائيات وتمثلات الثقافة: سعيد بنكراد.
- الاشهار والصورة صورة الإشهار لدافيد فيكتروف ترجمة سعيد بنكراد.

وأخيرا وليس آخرا نحيل ثمرة هذا الجهد والعمل إلى من كانت لنا أستاذة وصاحبة وأخت لها كل الشكر والعرفان وفقها الله لخدمة العلم.

الفصل الأول

الصورة والخطاب:

I. ماهية الصورة

II. الصورة في الخطاب الإشهاري

III. الهوية في الخطاب الإشهاري

تمهيد

تتجذر الصورة في تاريخ الثقافات الإنسانية وهي أول صيغ التعبير وارتبطت بالمقدسات أولا ثم الإبداع الفني لاحقا، ملغية بذلك كل الفروق في الفهم بين الناس ومقلصة دور اللغة التي لطالما كانت رديفتها، مرتكزة على نسقها التعبيري السريع والمباشر في التبليغ وإذكاء عملية التواصل بين المخاطب وجمهور المتلقي، وسرعان ما انتقلت في عصرنا الحالي من الحضور الجزئي إلى السيادة على غيرها من العناصر الثقافية والمعرفية الأخرى حيث فرضت اكتساحا ملفتا بتجلياتها، واشكالها المختلفة في حياتنا اليومية في الجرائد والمجلات والمؤسسات والأسواق والبيوت وغيرها.

I. ماهية الصورة:

1. مفهوم الصورة:

درج القول أن الصورة ابلغ ابناءا من الكلمة، والغرض من ذلك إيضاح قوة الصورة وقدرتها على نقل العديد من المعاني والأفكار التي تنتجها في ذهن المتلقي من خلال الإيحاءات والرموز المستنبطة بحيث تكون طبيعية لغوية أو بصرية مرئية.

أ. لغة:

يرى ابن منظور في معجمه لسان العرب أن الصورة تشتق لغة نم الجذر صوّرن وفي هذا القول صوّر في أسماء الله تعالى: المُصَوّر، وهو الذي يصور جميع الموجودات فأعطي كل شيء منها صورة خاصة، وهيئة منفردة، يتميز بها على اختلافها.

"ابن سيدة": الصورة في الشكل ...، والجمع صُوَرٌ، صَوَرٌ وصِوَرٌ، وقد صوره فتصور.

"الجوهري": الصور بكسر الصاد، لغة في الصور، جمع صورة، وصَوَرَة الله صورة حسنة فتصور، وبصورة الشيء، توهمت صورته فتصور لي، والتصاوير: التماثيل.

وفي الحديث: "أناتي الليلة في أحسن صورة".

قال "ابن الأثير": «ترد الصورة في كلام العرب (لغتهم) على ظاهرها وعلى معنى حقيقة الشيء، وهيئته وعلى معنى صفته يقال صورة الفعل: كذا وكذا أي هيئته، وصورة الأمر: كذا أو كذا صفته يقال فيكون المراد بها جاء في الحديث أنه أتاه في أحسن صفة»[1]. فالصورة

1- ابن منظور: لسان العرب: مج 08، دار صادر، بيروت، لبنان، ط 1، د.ت، ص 303-304.

في اللغة لا تخرج عن كونها حقيقة الشيء، وصفته، وشكله. على غرار قاموس المحيط للفيروز أبادي: «فالصورة بالضم الشكل (ج) صُوَرٌ، صِوَرٌ، كعنب ...، وتستعمل الصورة بمعنى النوع والصفة»[1]. وهنا تنحو المعاني اللغوية العربية القديمة نحوا واحدا في تحديد دلالات صور مما جعلها لا تختلف في كونها تدل على الصفة والهيئة والحالة والتمثال والوهم والتخييل وحقيقة الشيء. بينما أضافت المعاجم العربية الحديثة دلالات جديدة مثلها ورد في معجم الوسيط حيث يقول صاحبه: الصورة، الشكل والتمثال المجسم. وفي التنزيل العزيز قوله تعالى: «ٱلَّذِى خَلَقَكَ فَسَوَّىٰكَ فَعَدَلَكَ ۝ فِىٓ أَىِّ صُورَةٍ مَّا شَآءَ رَكَّبَكَ ۝» [الإنفطار؛ الآية: 07-08]

والصورة: المسألة أو الأمر، يقال: «هذا الأمر على ثلاث صور وصورة الشيء ماهيته المجريدة، وخياله في الذهن والعقل»[2]. الملاحظ من هذا التعريف أنه أضاف التركيب والخلق والإبداع والتشكيل. أما الصورة في معجم اللغة العربية لأحمد مختار عمر فهي: صورة (مفرد): ج صورات، وصُوَرْ وصِوَر: شكل تمثال مجسم، كل ما يصور، كتاب مزيف بالصور، صورة مصغرة/مكبرة شمسية.

صورة الأمر: «صفته، قدم الموضوع بصورة واضحة بصورة المسألة مشى بصورة جيدة»[3]. يوضح لنا أحمد مختار أن الصورة هي الهيئة، وما دامت هناك هيئة سنجد دوما شيئا ما، والصورة تتكون من أجزاء وأقسام ويرجع ذلك إلى الخبرة البصرية كم خلال ما يتكون في أذهاننا وليست صورة العمل الفني أكثر من هيئة أو صفة.

كما يتفق الفرآن الكريم مع المعاجم السالف ذكرها، حيث وردت في خمس مواضع، وبصيغ متعددة، لقوله تعالى: «...وَصَوَّرَكُمْ فَأَحْسَنَ صُوَرَكُمْ...» [غافر؛ الآية: 64] يقول الزمخشري: «فأحسن صوركم قرئ بكسر الصاد والمعنى واحد، قيل: لم يخلق حيوانا أحسن صورة من الإنسان، وقيل: لم يخلقهم متكدسين كالبهائم»[4]. ودلالة هذا القول الشكل والهيئة والصفة، أيضا قوله تعالى: «وَلَقَدْ خَلَقْنَـٰكُمْ ثُمَّ صَوَّرْنَـٰكُمْ ...» [الأعراف؛ الآية: 11]

1- محي الدين محمد يعقوب الفيروز أبادي: القاموس المحيط، ج 2، دار الحسنية المصرية، القاهرة، مصر، ط 2، 1304هـ، ص 73.

2- معجم اللغة العربية: المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مصر، ط 4، 2004، ص 528.

3- أحمد مختار عمر: مجم اللغة العربية المعاصرة، مج 2، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط 1، 2008/1429، ص 1334.

4- الزمخشري: الكشاف، دار الكتاب العربي، بيروت، لبنان، ط 3، 1407، ص 76.

قال أبو السعود: «خلقنا أباكم آدم طينا عبر مصور ثم صورناه أبدع تصوير، وأحسن تقويم سار إليكم جميعا»[1]. يعيدنا أبو السعود إلى خلق آدم وفكرة التركيب والتشكيل وكذلك الإبداع الإلهي وكذلك في سورة آل عمران: «هُوَ ٱلَّذِى يُصَوِّرُكُمْ فِى ٱلْأَرْحَامِ كَيْفَ يَشَآءُ ۚ لَآ إِلَٰهَ إِلَّا هُوَ ٱلْعَزِيزُ ٱلْحَكِيمُ ٦» [آل عمران؛ الآية: 06]، فيفصل ابن كثير قائلا: «يخلقكم في الأرحام كيف يشاء من ذكر وأنثى من حسن وقبيح ومن شقي وسعيد»[(2)].

ويقول الله تعالى في موضع آخر: «هُوَ ٱللَّهُ ٱلْخَٰلِقُ ٱلْبَارِئُ ٱلْمُصَوِّرُ ...» [الحشر؛ الآية: 24]، أي الذي أراد شيئا فإنما يقول له كن فيكون على الصفة التي يريد[(3)]. «فِىٓ أَىِّ صُورَةٍ مَّا شَآءَ رَكَّبَكَ ٨» [الإنفطار؛ الآية: 08]، «أي شكلك وقال مجاهد أي في شبه أب أو أم أو خال أو عم»[(4)]. يحيلنا هذا التعدد في مادة "صور" لمتنفس دلالي يرسخ تراكيبها ويطور معانيها، كما أنها لا تقتصر فيما يتعلق بالإنسان وإنما جاءت على صيغ أخرى لتدل على قدرة الخالق. ومما يتقدم عرضه يتراءى لنا وجود علاقة متواجهة بين المعنوي واللغوي والاصطلاحي للصورة.

ب. اصطلاحا:

ارتبطت الصورة بالمهد البشري، وقبل أن يُدوّن بالتاريخ بآلاف السنين، فكانت رفيقة درب الإنسان وموثقة قصة عصره وبدون لغة. ويعد مصطلح الصورة من الاصطلاحات البلاغية والنقدية الأوفر حظا من حيث الاهتمام، فقد تنأوله جمع غفير من الباحثين في حق الدراسات الأدبية، تماما كما قام به النقاد الغرب قد فطنوا لأهميتها في الشعر، وأدركوا أنه لا غنى عنها في قصائدهم. لأنواع جزئية منها مثل فهمهم البلاغي للاستعارة والتشبيه والكناية ونظرا للتباين المرجعيات والبيئات المعرفية لم يتفق الباحثون والدارسون على مفهوم جامع مانع لها لا يستقر عند حد معين، فنحن بإزاء تعدد وتباين مفاهيمها من باحث لآخر. الصورة جوهر الفنون البصرية، حيث جعلت لنسقها لغة خاصة تستقطب المتلقين بمختلف أعمارهم، فقد

1- أبو السعود: إرساء العقل السليم إلى مزايا الكتاب الكريم، تج: عبد القادر أحمد عطا، ج 2، مكتبة الرياض الحديثة، ص 325.

2- ابن كثير: تفسير القرآن العظيم، ج 4، دار الفكر، بيروت، لبنان، ص 45.

3- ابن كثير: المرجع نفسه، ج1، ص 46.

4- ابن كثير: المرجع نفسه، ج 4، ص 482.

اتسعت دلالتها نتيجة تعدد استعمالاتها، فيعرفها بشري موسى صالح بقوله: «أنها تمثيلا جديدا أو مبتكرا، بما يحيلنا إلى صور مرئية معبرة، وذلك الصوغ المتميز والمنفرد»[1].

وهذا يعني أن الصورة في الأدب مرتبطة بالمعاني التي تشكلها اللغة: فالصورة تخدم اللغة واللغة توضح مقصدية الصورة. ويرى مصطفى ناصف أن مصطلح الصورة حد يصطلح للدلالة على كل ما له صلة بالتعبير الحسي، وتطلق أحيانا مرادفة للاستعمال الاستعاري للكلمات[2]. ويعني أن الدراس النقدي العربي القديم كان يحصر الصورة مجالات البلاغة المختلفة كالاستعارة والمجاز والتشبيه ولم يتعمق في حقيقة علاقتها بالشاعرية، ولذلك يوجز ماهية الصورة في قوله: «الصورة منهج فوق المنطق لسان الحقائق للأشياء»[3].

يشير إلى أن الصورة تحتاج إلى نمط معين مع الإبراز المنطقي لسير أغوار الحقائق. ويعرفها جابر عصفور بأنها: «الجوهر الثابت والدائم في الشعر لذا تتغير مفاهيم الشعر، ونظرا بأنه يتغير بالتالي يتغير مفاهيم الصورة الفنية ونظرا بأنها ولكن الاهتمام بها يظل قائما ما دام هناك شعراء يبدعون ...»، ويقصد هنا الصورة الفنية روح الإبداع وقلبه النابض في الشعر بغض النظر عن التعبيرات التي تطرأ على الشعر والتي تنعكس حتما على الصورة[4].

أما جميل حمداوي فيظهر دلالة أخرى لمصطلح الصورة فيقول: «حتى المعروف أن الصورة في مفهومها العام تمثيل للواقع المرئي ذهنيا وبصريا، وإدراك مباش للعالم الخارجي الموضوعي تجسيدا فحس ورؤية»[5]. يشير "جميل حمداوي" إلى التمثيل الواقعي الذي يختزن التكثيف والتخييل والاختزال والتضخيم والتهويل ويتمايل عنصر المحاكاة مباشرة مع الانعكاس الجدلي. يشير هنا إلى صعوبة تمثيل الصورة إذ راح يتأرجح بين استخدامات شيء ذاع لاصطناعها دون تبصرة منها الصورة البيانية، والصورة الشعرية والأدبية، والفنية، والبصرية في حد ذاتها "فرانسوا مورو" François Moro بقوله: «ينبغي تعريف الصورة أنها توضيح

1- بشرى موسى صالح: الصورة الشعرية في النقد العربي الحديث، المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان، ط 1، 1404، ص 3.

2- مصطفى ناصيف: الصورة الأدبية، دار الأندلس، ط 3، 1983، ص 3.

3- مصطفى ناصيف: المرجع نفسه، ص8.

4- جابر عصفور: الصورة الفنية في التراث النقدي البلاغي عند العرب، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط 03، 1992، ص 07.

5- قدور عبد الله ثاني: سيميائية الصورة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ط 01، ص 24-26.

وفي حالة التشبيهات فقط تقريب شيئين ينتهيان إلى مجالات متباعدة إلى حد ما»، فالصورة تقوم بوظيفتين توضيح المعاني بصورة فنية وجمالية، والتقريب بين طرفين أصل كل منهما مختلف عن الآخر. ويقول جاكوبسون «أن مفهوم الصورة يتسع ليشمل التكرارات والتوازنات الصوتية والرؤية القافية (...) (وهي صورة صوتية)، وتكرار البيانات النحوية كالمؤنث والجمع، وأزمان الفعل (...) وهي مجازات أو صور نحوية. فمهمة الشعر هي الاكتشاف المستمر من خلال الصور، والقدرة على خلق علاقات جديدة وإعادة وتحديد العلاقات القديمة»[1].

للصورة معنى رحيب يشمل الصور الصوتية والبيانات النحوية وغيرها من الصور البلاغية، فطالما وجد إبداع شعري تتواجد الصور التي لها القدرة على خلق علاقات جديدة، وبعث أخرى قديمة فيختصرها جاكوبسون أنواع الصور البيانية في محوري الاستعارة والمجاز المرسل، ويرى على أن الشعر هو التعبير بالصور. كما يضيف جون كوهين John Cohin أن: «الصور البلاغية والتي هي في البلاغة القديمة الاستعارة والتجنيس المجاز الحقيقة الأنعات (...)، ليست مجرد زخرف زائد، بل إنها لتكون جوهر الفن الشعري نفسه، فهي التي تفك إسار الحمولة الشعرية التي يخفيها العالم، تلك الحمولة التي تحتفظ بها البشر أسيرة لديه»[2]. يؤكد على أن الصورة الشعرية هي جوهر في القصيدة وأساسها.

أما "ميديلتون موري" Meddilton Mory: «ينصح باستعمال الصورة كاصطلاح يشمل التشبيه والمجاز، وإن كان يجدر أن علينا أن نستبعد من أذهاننا ما يفيد بأن الصورة بصرية، وقد يكون سمعية أو قد تكون بكاملها سيكولوجية»[3]. إن الأنماط البلاغية لا تتسع لتشمل مصطلح الصورة وأنه لا يجب لما كان أن تكون الصورة دائما بصرية فقد يكون عن طريق قوانين أخرى. نشير هنا إلى صعوبة تحديد مفهوم الصورة إذ راح يتأرجح بين استخدامات شيء ذاع صيته دون تبصر في العصر المعاصر منها الصورة البيانية، والصورة الشعرية، والأدبية والفنية والبصرية. ووفقا للاشتقاق اللغوي والمعاني الاصطلاحية التي ذكرناها يتجلى

1- فاطمة برشة الطبال: الألسنة عند رومان جاكبسون، دراسة ونصوص، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، د.ط، د.ت، ص 80.

2- جان كوهين: بنية اللغة الشعرية، تر: محمد الولي ومحمد العمري، دار اقبال، ط 1، 1986، ص 46.

3- رينية ويليك وواستن وارين: نظرية الأدب، تر: محي الدين صبحي، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ط 3، لبنان، 1983، ص 24.

لنا أنها وسيلة تعبيرية كباقي الوسائل التي استخدمها البشر كالقص والرسم والنحت وغيرها من الفنون.

2. الصورولوجيا:

مصطلح يعود أصله إلى لفظة image اللاتينية التي تعني "الصورة أو انعكاس النمط"، ونستدل من ذلك أن الصورة image هي الناتج النهائي للانطباعات النفسية التي تكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو شعب أو جنس بعينه أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان. وتسمى الصورولوجيا الصورائية أو علم الصورة وتعد دراسة صورة الآخر من الدراسات الأدبية حيث شغل هذا المبحث الصورولوجيا حيزا في الأدب المقارن. أدى تعدد الترجمات إلى تعدد التسميات لهذا المصطلح فمجال بحث علم الصورة «هي الصورة السردية أو البلاغة النوعية لأنها مرتبطة بالجنس أو النوع الأدبي»[1].

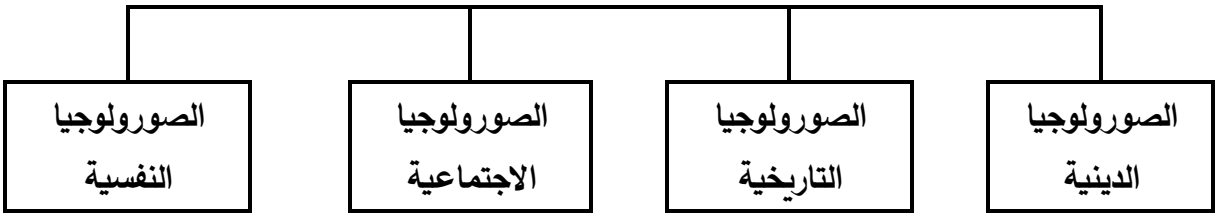
لطالما كانت الصورولوجيا موضع اهتمام دراسات الأدب المقارن فقد عدها بعض الباحثين «ميدانا أساسيا من ميادين البحوث المقارنة كما أطلقوا على الدراسات التي تتخذ من الصورة موضوعا لها تسميه الصورولوجيا»[2]. واستعمل للدلالة على: «علم دراسة الصورة الدبية أو الصورولوجيا imageologie. وهذا المصطلح ظهر في الأدب المقارن لدراسة تكوين الصور عن شعب لدى شعب آخر، وتعتمد على مفاهيم تدرس السيكولوجي والسوسيولوجي والأنثروبولوجي لتكون في نهاية المطاف عبارة عن تداخل آخر العلوم الإنسانية بالأدبية»[3]. عبر ما تقدم يمكننا استخلاص بأن تعريف الصورولوجيا imageologie بأنها علم دراسة صور الشعوب في آداب الأمم الأخرى والصورة الأدبية للآخر، وهي باختصار صورة يرسمها شعب لشعب آخر يعده عدوا له، وتتمظهر مرحلة التشويه السلبي على اعتبارات الآخر هو الند والضد المخالف للأنا فتحأول هذه الذات اقصاء الآخر وتهمسه وإلغاؤه.

1- مسلك ميمون: الصورة السردية في قصص شريف عابدين، ص 93.

2- بير برونيل وآخرون: الوجيز في الأدب المقارن، تر: غسان السيد، لبنان، 2001، ص 200.

3- سعيد علوش: معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، ص 176.

الشكل رقم 1: أنواع الصورولوجيا[1]



3. الصورة المرئية:

الصورة من أقوى مستويات الخطاب البصري وأكثرها أداء ونخص منها المرئية والبصرية، وهي تلك الصورة التي ندرك أبعادها بحاسة البصر، «أنها أكثر الاستخدامات الغائية الملموسة، المحسوسة، للمصطلح ويشير هذا الاستخدام بشكل خاص إلى انعكاس موضوع ما، على مرآة، أو على عدسات أو غير ذلك من الأدوات البصرية، ويجرى الامتداد بالاستخدام السابق فنتحدث عن الصورة البشرية التي هي الصورة التقريبية لجميع ما ينعكس على شبكة العين عندما ينكسر الضوء على جهاز الأبصار بشكل مناسب»[(2)].

بالنظر للصورة المرئية هي الصورة الحسية تخاطب العين عبر انعكاس الضلال والدلالات الواصفة للمخيلة بواسطة الإدراك فتكون بصرية أيقونية فهي إذا نمط من أنماط التواصل ينتج رسائل متعددة، «الصورة واقعة بصرية تدرك في الفضاء»[(3)].

يمكننا القول إن التمثيل البصري يقع بين عمليتي الإدراك وإنتاج المعنى. ينقل لنا الشعر بوصفه ديوان العرب سرديات كثيرة شعرا، ويبدع في توظيف حنكتها الفنية، بيد أنه يصعب علينا إيجاد ترجمة لصورة مرسومة إلى لغة شعرية، وتعد نموذج لعبقرية الشعرية العربية. يقول البحتري: في الصورة التي وجدها على جدار إيوان كسرى بالمدائن الواقعة حوالي 30 كلم جنوب بغداد:

فإذا ما رأيت صورة انطا عية ارتعت بين الروم والفرس
والمنايا مواثل، وأنوش روان يرجى الصفوف تحت الدرفس

1- كاظم نادر: تمثيلات الآخر صورة السود في المتخيل العربي الوسيط، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 2004، ص 101. بتصرف.

2- عبد الحميد ساكر: عصر الصورة بين السلبيات والايجابيات، عالم المعرفة، الكويت، ط 1، 2005، ص 20.

3- سعيد بنكراد، السيميائيات ومفاهيمها وتطبيقاتها، دار الحوار للنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، ط 2، 2001، ص 144.

في اخضرار من اللباس على أصفر يختال في صيغة ورس
وعراك الرجال بين يديه في خفوت منهم وإغماض حرس
من مشيح يهون بعامل رمح وصليح بين الأسنان بترس[1].

يوقفنا "البحتري" في سينيته كنموذج للصورة المرئية المشاهدة بإسقاط ظلال الكلمة الواصفة على المخيلة عبر عملية الإدراك كما ذكر آنفا، وما أحدثته تلك الجدارية المرسومة على الحائط من انفعال وإثارة بهرت عين الشاعر فأعاد تشكيلها بالحروف اللغوية لا بالخطوط والألوان.

4. الصورة أنثروبولوجيا:

أ. الصورة والطقوس الدينية:

نشأ منذ القدم أساسيات في بناء الممارسات الطقسية، لأنه منذ وجد الإنسان نفسه في خضم بيئته تعج بالظواهر والحوادث التي تصيبه بالذعر والخوف التي لم يجد لها تفسير يجعله قادرا على التعايش مع الغيبيات كيفما يتضح له، إذ بدأ يطيل النظر في الكون الفسيح باحثا فيه عن إجابات عن عديد التساؤلات التي تساوره، فكان لزاما عليه أن يعطي تلك الظواهر تكوينا له أبعاد مرئية يكون مصدرا للكل تلك الأحداث، ويمنحه السكينة والسلام تلك القوى يرمز لها الآلهة التي تقيه شر المخاطر، حال ما يقدم لها القرابين والأضاحي. ولما كانت الصورة البصرية تعكس نظام حياة المجتمعات في مختلف المجالات وعلقتها بالأفكار والأيديولوجيات يقول أحد الدارسين: «الإنسان البدائي حينما رسم على جدران المغارات والكهوف لم يكن يقصد بذلك تخليد صور لها علاقة بالذوق والفن بمفهومه المعاصر بقدر ما كان لعمله يعد سحريا وتعبديا»[2].

هنا نجد أن الإنسان الأول حأول رسم صورة مرئية للإله الذي ينشد استئناسه وحمايته حتى وإن كانت من خياله فترسمه على شكل ثور عظيم أو شيء أسطوري له أجنحة وهو يبكي أو يضحك أو يغضب وغير ذلك حتى يرضي فضوله وفكرة الله القابعة في لا وعيهم

1- ديوان البحتري، تح: حسن الصيرفي، دار المعارف، مصر، مج 5، ط 3، 2009، ص 25-27.

2- ساعد ساعدة وعبيدة الضبطي: الصورة الصحفية دراسة سيميولوجية، دار الهدى، عين مليلة، ط1، الجزائر، 2015، ص 37.

تنفعهم بالفطرة، والتوق للبحث عنه ويتعافون به، وهذا ما يترجم كل فعل سلوكي فكري أو عملي ثم تشكل منطلقا ثقافيا وتظهر الصورة مع اسمها منطلقا فكريا. يقول الله في كتابه العزيز: «وَإِذْ أَخَذَ رَبُّكَ مِنۢ بَنِيٓ ءَادَمَ مِن ظُهُورِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ وَأَشْهَدَهُمْ عَلَىٰٓ أَنفُسِهِمْ أَلَسْتُ بِرَبِّكُمْۖ قَالُواْ بَلَىٰ شَهِدْنَآۚ أَن تَقُولُواْ يَوْمَ ٱلْقِيَٰمَةِ إِنَّا كُنَّا عَنْ هَٰذَا غَٰفِلِينَ ١٧٢» [سورة الأعراف: 172]

نجد أن النصرانية «حأولت تجسيد صورة العذراء والمسيح عليهما السلام مما يثبت عجز الإنسان عن الارتقاء بعقله لإله غائب يعبده فرسم بريشته الكنيسة البيزنطية هي التي ظلت وفية للنماذج القديمة حيث كان المسيح يصور في جلاله أي باعتباره حاكم الجميع ... أي باعتباره حاكم الجميع ... كانت ثقافة أيقونات مرسومة للمسيح والعذراء والقديسين»[1].

يحيلنا هذا الكلام إلى أن الإنسان حأول جاهدا ربط عالمه المادي الروحي بالمحسوس وبمحيطه وبذلك يكتشف محيطه وتقوى مشاهداته البصرية وأمام عجزه عن إدراك حقيقة القوة الخفية نحى إلى أشكال الصور المرئية المتحركة حية أو جامدة أو منحوتة معتقدا فيها خيره ودفع شره. لقد أفاض القرآن الكريم في قصص الأنبياء عن ظاهرة عبادة الأوثان التي لم تكن سوى صور التماثيل مجسدة وكان الإنسان إذا عرف ارتباطه البصري في الوثنية وشكلت الصورة معتقده وصعب عليه الالتفات إلى غيرها وكأنه لا يثق ولا يرض إلاّ في مجسم أمامه «وكذلك كان ود وسواع ويغوث ويعوق ونسر قوما صالحين ماتوا في شهر فجزع عليهم أقاربهم فقال رجل من بني قابيل: يا قوم هل لي أن أعمل لكم خمسة أصنام من صورهم، غير أني لا أقدر أن أجعل فيها أرواحا قالوا: نعم، فنحت لهم»[2].

تعددت طقوس الآلهة «فمردوخ أو بعل ارتقى من إله الفصل إلى إله الشمس والمطر، وعشتار من تمثيلها للربيع إلى إله الحب والجمال ثم آلهة الزهرة»[3]. كل هذه الأسماء وغيرها لأصنام عبدت في بلاد العرب وانتشرت عبادتها أكثر في سوريا واليمن وخاصة عشتار ومردوخ. كما أن جهل العرب بالفنون منعهم من نحت التماثيل ومن وجد من أصنام منحوتة جلبت من تاريخ البلاد العربية ويتجلى ذلك من خلال أسمائهم الأعجمية مثل: هُبَل وغيرها. وهذه التماثيل والأصنام ما هي إلا صورة رسمت في اذهن تم تجسيدها لذلك كان الأنبياء عليهم

1- ساعد ساعدة وعبيدة الضبطي: مرجع سابق، ص 40.

2- المرجع نفسه، ص 37.

3- المرجع نفسه، ص 40.

السلام يدعون إلى إدراك فكرة الله المجريدة الباطنية الظاهرة من خلال وجوده، بصورها المتجسمة والابتعاد عن فكرة تقديس الصور، التي جعلوها تارة واسطة لتقربهم من الله وتارة أخرى إله حقيقي يعبد.

يقول امرؤ القيس:

فَغَنَّ لَنَا سِربُ كَأَنَّ نِعَاجَهُ عُذَارَى دُوَّارٌ فِي بِلاَدِ هَذِيلُ

شبه الشاعر الفتيات وهو يراهم رأي العين بنعاج الصيد بعد انتظار طويل، «وهنا يبدأ برسم لنا صورة مشهدية بديعة تنقل للسامع هذا المنظر الذي مثله بامتياز تلك العذارى الحسناوات وهن يتراقصن في طواف»[1]. يمكننا أن نقرن متعة الرائي – الشاعر – بمتعة ذاك التعبد. تنقل اللغة الصورة المرسومة المثبتة على جدار الإبوان عبر وصف جزئياتها إلى مشاهديه، تخترق الزمن وتعود تصور تلك المعركة. فالصورة المرئية أمام العين تتسلل إلى الخيال تنتقل إلى الحركة رغم جمودها فترسم مشهدا كاملا في الادراك، وما تتصوره بذلك الصراع من خلال الوصف.

ب. الصورة وعلاقتها بالطوطم:

وجد الطوطم أو الطوتم لملء فراغ في الروح ويقودنا إلى الحديث عن المعتقد، فالإنسان أكثر تصديقا لما تراه العين، فالمشاهدة هي عين اليقين، وكل ما هو مرئي يحيط بنا لا يكون إلا صورة مادية مجسمة، قيل عن الطوطم: «أنه كائنات تحترمها بعض القبائل المتوحشة»[2].

حأول الإنسان الأول التفريق بينه وبين الموجودات في الطبيعة في الصور، والأشكال لذا خلق لنفسه صورا وهمية اعتقد أنها جسد الإله وروحه المتكيفة كاشفا عما يشغل تفكيره من خلال الخرافات التي تسرد لنا أهواءه، يقول محمد عبد المعيد خان: «وقد عبر الإنسان عن حالاته وكشف عن نمط تفكيره، من خلال الأساطير متواجدة عند القبائل الافريقية»[3]. الطوطمية كلمة أبجدية "Objeway" من هنود أمريكا، دخلت في اللغة الإنجليزية سنة 1971 على يد الأستاذ "جي لانج" J. Lang الذي كان يقوم بوظيفة الترجمان بين البيض والهنود

1- ساعد ساعدة وعبيدة الضبطي: مرجع سابق، ص 87.

2- محمد عبد المعين خان: الاساطير والخرافات عند العرب، دار الحداثة، لبنان، ط 1، 1986، ص 65.

3- المرجع نفسه، ص 53.

الحمر في أمريكا الشمالية[1]. يعتقد أن الطوطم كان وحشا، ووجد تلقائيا في الحياة وهو وجدهم أما آخرون تدل الطوطمية على نتاج التعاون في الأعمال الجماعية بين أفراد القبيلة الواحدة وعن بعض القبائل تدل على أسماء الأسلاف التي اختلط أسماء الطبيعة لذلك وجب عليهم احترام كل ما فيها وتقديسه وعدم الخوف منها حتى وإن كان حيوانا مفترسا كالأسد أو الحية. وأخيرا وليس آخرا يبحث الإنسان عن التوازن والاستقرار النفسي حتى يتغلب على فضوله، وسعيه للمعرفة، ودحر عجزه القسري بمواجهة أهوال الطبيعة لذلك فهو دائم البحث عن معادل موضوعي لصفي الخوف والضعف حتى يحصل على الحماية، ويتمكن من الإجابة عن جميع استفهاماته.

1- محمد عبد المعين خان: الاساطير والخرافات عند العرب، ص 64.

II. الصورة في الخطاب الاشهاري:

لطالما كان الإشهار حاضرا ومنذ بعيد الازمان وخاصة بالمعنى التجاري فقد عرفته الحضارة البابلية واليونانية والرومانية، كما عرفه العرب القدامى من طرف التجار المتجولين في المدن، للإعلان عن بضاعتهم، وفي القرن 16 ميلادي، بدأت تظهر الرسومات المطبوعة لتجسيد المنتوج وصولا ابتداءا الماركات لتجسيد المنتوج.

1. الخطاب الإشهاري:

يمثل الخطاب الاشهاري: «نوعا من أنواع الخطابات بعامة لاتصاله بالحياة الإنسانية، بشكل مباشر فيؤسس للقيمة والأخلاقية والحضارة ناهيك عن التجارية، فهو وان ارتبط ارتباطا وثيقا بالدعامة كمفهوم عام، إلا أنه يبطن في الممارسات اللغوية والأيقونية قيمة ثقافية ذات قيمة أيديولوجية غالبا تحأول أن ترسخ لدى المستقبلين»[1]. الإشهار كخطاب نشاط تواصلي وتدأول اجتماعي، اقتصادي حضاري، مجاله الدعاية والإعلان، إلا أنه قد يأخذ بعد أيديولوجي لاستمالة المتلقي وتمرير رسائل مبطنة.

أ. الإشهار:

الإشهار مصطلح اعلامي، وتتوزع الآراء حول تسميته فهناك من يستعمل الإعلان مرادفا للإشهار، ويرجع الدارسين هذه الإشكالية إلى اختلاف التسميات. كذلك وقبل الولوج إلى مفهومه علينا وتحديدا التداخل بين الاشهار والاشهار والإعلان، ذكرت منى حديدي: «أنه على مستوى اللغة العربية هناك تعبيران يستخدمان في مجال الحديث عن الإعلان» على المستوى المهني (الممارسة)، وعلى المستوى الأكاديمي التعليمي والبحثي حيث تستخدم كلمة الإعلان في دول المشرق العربي (مصر، الأردن، ...) في حين تستخدم كلمة الإشهار للتعبير عن نفس المعني دول المغرب العربي (الجزائر، تونس، ...) ويقابل ذلك في اللغة الفرنسية Publicité وفي اللغة الإنجليزية Advertising، وفي اللغة الألمانية Anzieny، وفي اللغة الإيطالية Publicita»[2].

1- حافظ إسماعيل علوى: الحجاج (مفهومه – مجالاته) دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة، الحجاج والمراس، عالم الكتب الحديث، أربد، عمان، 2010، ص 286.

2- منى الحديدي: الإعلان، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 1، 1990، ص 15.

تجدر بنا الإشارة إلى: أن بعض المصطلحات تخضع لاختلاف البيئات والمجتمعات، حيث تتعامل مع الإشهار والإعلان بمعنى واحد ويشيع تدأول مصطلح الإشهار نسبة لبيئتها. يعتبر الاشهار أحد الأنشطة الاتصالية واللغوية المدمج في السياق الثقافي، ويعرف الإشهار في اللغة لا يتعدى الإفصاح عن الشيء ليكون واضحا أو ذائع الصيت، مسموع الوجود معروف بمزايا وخصال تدفع الطرف الآخر للتعلق به. تحصي لنا الأدبيات الكثيرة عديد التعريفات الخاصة بالإشهار والإعلان والتي تتناقض فيما بينها في معظم الأحيان «حيث يميز لويس كويسنال Louis Quiesnel في دراسته الموسومة بالإشهار وفلسفته بين سبعة تصورات لهذه الكلمة الاشهار نسق تواصل يجمع بين متتبعين ومستهلكين بواسطة وسائل التواصل الجماهيري، وأنه نشاط فكري يجمع بين مبدعين أدبيين فيبين في أفق انتاج وسائل سمعية بصرية، وهو صناعة ثقافية الغاية منها إشاعة ثقافية جماهيرية (معناه أنها رديئة) وهو سلاح للبيع موضوع في خدمة استراتيجيات تجارية للمقأولات، وهو أيضا يشكل رأسمال للدعاية واستغلال المستهلكين»[1].

يتأتى لنا من هذا تنوع الظاهرية الاشهارية أنها ذات طابع معقد، لذلك صنفت ضمن الاقتصاد والقانون والثقافة واللغة والإعلام. ويرى «أن الإشهار يخبيء في مضمونه مجموع من خلال تعداد محاسنه ووظائفه، أنه يقوم بأكثر من ذلك ولا يقول الحقيقة، إنه يكتفي بالعرض باستخدام الحواس الخمس، وما يعود على الدين والأخلاق والعادات، وما يشير لذات الجسد وعوالمه وما يستخدمه من أدوات بلاغية لتسهيل التسلل إلى المناطق المظلمة في وجدان المستهلك، وتكليفها وفق غايات الإشهار ليوجه قوته الضاربة إلى المستهلك فيتحول إلى حدث حقيقي من خلال استدراج المستهلك إلى الشراء»[2]. يتوقف نجاح الإشهار أو فشله على مضمونه المتعدد ومدى تأثيره في المستهلك وخاصة إذا وظفت آلياته كما يجب حتى يتمكن منتج الاشهار من استيلاب فكر المتلقي وذوقه.

1- دافيد فيكتروف: الإشهار والصورة – صورة الإشهار، تر ونقد: سعيد بنكراد، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2005، ط 1، ص 98.

2- المرجع نفسه، ص 12.

2. الصورة الإشهارية:

تعرف الصورة الإشهارية على أنها: «تلك الصورة الإعلامية والإخبارية التي تستعمل لإثارة المتلقي ذهنيا، والتأثير عليه حسيا وحركيا ودغدغة عواطفه لدفعه قصد اقتناء بضاعة أو منتوج ما، ويعني هذا أن الاشهار بمثابة بث واخبار وتبليغ بمنتوج أو خدمة ما، وذلك بغية إيصالها إلى المتلقي»[1]. وكل إشهار حسب "رولان بارت" Rolan Barth "رسالة إنه يتضمن بالفعل مصدرين نحو الشركة التي ينتمي المنتوج المسهر أو المنتوج متلقيا، وقناة إبلاغ وهو ما يسمى تجديد ركن الإشهار[2]. أما "السعيد بنكراد" فيبرهن أن الصورة الاشهارية تتحدد على خلاف أشكال التمثيل البصري الأخرى بكونها صريحة في التدليل والتأويل والغاية، إنها هنا التي تدل على الإشهار ومدلولها النهائي لا يمكن أن يكون إلا إشهاريا، أي دلالة الصورة الاشهارية ودلالة قصدية فمن بعض خصائص المنتوج تتشكل مدلولات الارسالية الاشهارية[3].

إن الصورة الإشهارية لا تمثل إلا نفسها ومرة واحدة ولا تقبل الانشطار بين دالها (الصورة) ومدلولها (المضمون) اهتم رولان بارث بصفة خاصة بالصورة الاشهارية كما اهتم بالدلالية عبر اللسانية في تحليله السيميولوجي وخاصة في بحثه عن بلاغة الصورة.

3. مكونات الصورة الاشهارية:

إذا دققنا في مكونات الصورة من حيث هي إشهار بصري ففي الواقع الصورة الاشهارية «خطاب استهوائي إقناعي يتكون من ثلاثة خطابات رئيسية: «الخطاب اللغوي اللساني، الخطاب البصري الأيقوني، الخطاب الموسيقي الإيقاعي. تتضمن الدال والمدلول، كما تتكون من ثلاث عناصر تواصلية المرسل، الرسالة الإشهارية، المتلقي.

- المرسل: مصدر المعلومة المطلوب نقلها للمستهلك.
- الرسالة الإشهارية: المضمون المطلوب توصيله.
- الوسيلة: تحمل مضمون الرسالة للمستهلك.

1- رولان بارت: المعاصرة السيميولوجية، تر: عبد الرحيم جدل، دار تيمل للطباعة والنشر، مراكش، المغرب، ط 1، 1993، ص 29.

2- المرجع نفسه، ص 29.

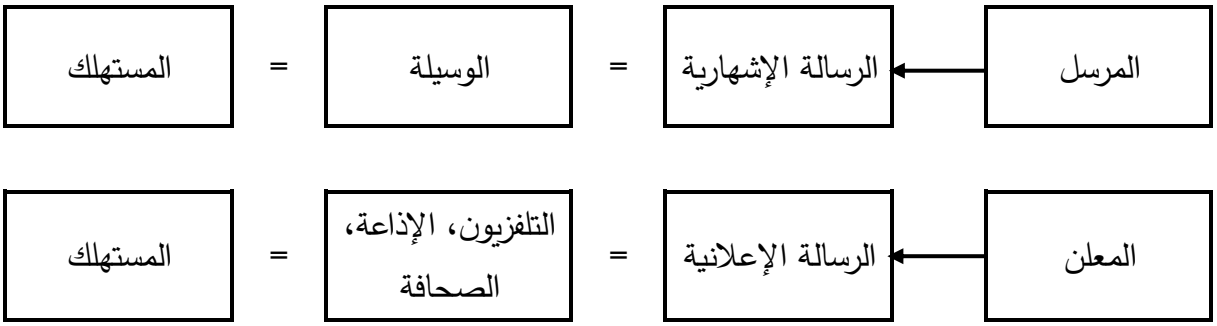
3- سعيد بنكراد: سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثلات الثقافية، إفريقيا المشرق، المغرب، ط 1، 2006، ص 39.

- المتلقي: المستهلك المراد توصيل المضمون إليه.

وعند اكتمال جميع الأطراف يتحقق المراد وهو الإشهار»[1].

لذا يتضح لنا جليا أن عمليتي التركيب الداخلي والتنظيم الجمالي للصورة من أهم العناصر المكونة لها فهي النافذة البصرية لاستثارة الحس لمداهمة الوجدان والتأثير المباشر.

الشكل رقم 2: توضيح مكونات الصورة الإشهارية[2]



4. علاقة الصورة بالإشهار:

جعل الإشهار من الصورة مرتكزا يبني عليه ويؤطره في سعيه للتعريف بأدوات أشغاله وآليات الاقناع وحججه التي يستعين بها في ظل توظيفه للصورة باعتبار سلطتها التي يمارسها كأقوى مكون للخطاب الاشهاري «لقد كانت الصورة مصدرا للكثير من الكتابات وعادة ما بوأتها الكتب التي تنأولت الاشهار موقعا هاما، وقد أصبح هذا الموقع الذي كان صغيرا منذ عشرين سنة خلت بالغ الأهمية، وتخصص اليوم بعض الأعمال المهتمة بالإشهار أبحاثها لدراسة الصورة»[3].

اهتم الدارسون بدراسة الصورة كونها لب الصناعة الاشهارية بالنظر لدورها الأساسي في إنجاح الإشهار وتدأوله المستمر وتأثيرها في المتلقي المستهلك واستمالة أذواقه في الحصول على الخدمات وشراء ما لا يستطيع رده. ويضيف دافيد فيكتروف قائلا: «إن الصورة تلعب في بعض القطاعات الهامة منذ هذا النسق دورا كبيرا، والحال إن ما يوجد في مقدمة هذه

1- علي برغوث، دليل التصميم والإنتاج الفني، الدار المصرية، ط 1، 2001، ص 11.

2- ينظر: علي برغوث، دليل التصميم والإنتاج الفني، ص 12.

3- المرجع نفسه، ص 11.

القطاعات دون منازع هو التواصل الاشهاري، وهذا مصدر الأهمية التي يوليها المهنيون للإشهار وأيضا أولئك الذين يودون معرفة مختلف استعمالات الصورة الخاصة بعصرنا»[1].

من الواضح أن الكاتب يؤكد على الموقع الاستراتيجي الذي تحتله الصورة في القطاعات الهامة وعلى رأسها «الخطاب الإشهاري الذي يوليه المتخصصون أهمية كبيرة وكل من يريد أن يطلع على استعمالات الصورة في العصر الحالي». نستخلص أن الصورة أقوى مكون تغييري في الإشهار بمختلف تمظهراتها فنجدها في المجلة والجرائد والتليفزيون واللوحة التشكيلية، وكذا الجرائد وعلى الجدران في صفحات الكتب لذا فرضت علينا التعامل معها كخطاب يتماثل مع الخطاب اللغوي لتؤدي عرضها التأثيري لعبت أبيات سعيد الدرامي دور الإشهار وحولت البضاعة الكاسدة إلى ماركة مرغوب فيها: «قديما كان سلعة كاسدة عند العرب من ثم أصبح مرغوبا فيه ومطلوبا بعد أن أنشد فيه الدرامي أبياته»، والمقصود هنا اللون الأسود الذي كان يرمز للحزن لذلك تعزف العرب عن اقتناءه فأنشد يقول:

«قُل لِلمَلِيحَةِ فِي الخِمَارِ الأَسوَدِ مَاذَا فَعَلتِ بِنَاسِكِ مُتَعَبِّدِ
قَد كَانَ شَمَّرَ لِلصَّلاَةِ ثِيَّابِهِ حَتَّى وَقَفْتِ لَهُ بِبَابِ المَسجِدِ
رُدِّي عَلَيهِ صَلَاتَهُ وَصِيَّامَهُ لاَ تَقتُلِيهِ بِحَقِّ دِينِ مُحَمَّدِ»[2].

فهذه الأبيات على عذوبتها كانت أول إعلان تجاري ومن يومها توالت الإعلانات إلى عصرنا الحالي وما آلت إليه. إن قصة الدارمي تبرز ما يعمل عليه الخطاب الاشهاري في كل زمان ومكان فقد يعجز النسق الثقافي من كره اللون إلى حبه حيث اتخذ اللون الأسود منذ القدم مسارات ثقافية يصعب تغييرها إلا إذا سخر له خطابا آخر أو صورة أخرى مخالفة للأولى وهكذا تبنى الصورة النمطية للشعوب، وهذه الصورة الأدبية لا تظهر إلا بالإبداع الذي يتطلب منا معرفة آلياته وأدواته.

تبوأت الصورة مكانة هامة حيث انتقلت من الهامشية إلى المركز لدورها التأثيري الكبير للحد الذي جعلها بديلا عن الخبرات الشخصية التي يمر بها الفرد ولا شك أن التطور التكنولوجي الذي نقدسه ساهم في تقنية نقل الصورة وتدأولها، ألغى تركيز المعرفة على ثقافة الأذن والسمع

1- دافيد فيكتروف: الإشهار والصورة، ص 42-43.

2- ابن عبد ربه (أبو عمر أحمد بن محمد): العقد الفريد، شرحه وطبعه وصححه وعنون موضوعاته ورتب فهارسه أحمد أمين وآخرون، مطبعة لجنة التأليف والترجمة للنشر، د.ط، القاهرة، 1949، ص 18-19.

وأضاف عنصر آخر يتكامل مع الأول وهو عالم الصورة اللازمة للإنسان منذ الأبد. فتعددت مفاهيمها فهي ثابتة ومتحركة ذهنية وبصرية فقد تحمل فكرة أو حتى أيديولوجيا وقد تكون ذكرى لا تنسى فهي الخطاب الأكثر فاعلية في عصر هيمنة وسائل الاتصال فاستطاعت سلعتها ومكانتها في ظل التحولات السوسيوثقافية للمجتمعات أن تسلب عقول المتلقين.

III. الهوية في الخطاب البصري:

تعبر الفنون البصرية بشكل خاص عن وجود الإنسان وكل تفاصيله واقعه، انتصاراته وإنجازاته وحتى إنتماءه وهويته وتماسه بالكامل مع الآخر. فالصورة وما يحيط بها من إمكانيات تكنولوجية في عصرنا الحالي، اجتازت البعد الجغرافي مقلصو بذلك المسافات وجعل العالم أشبه بقرية صغيرة خالفت بتعبيره عن التراث والهوية بشكل توازن بصري يجمع الذاكرة بالفكرة لتقديم مادة إبداعية، يرسم الفنان لوحته من الواقع فتخاطب الجمهوري، بحيث يتمكن مستقبل الصورة من فهم الرسالة الفنية بما يتلاءم مع مستواه الفكري فتقوم بدور الاتصال فيعرف من خلال ذلك هوية هذا الآخر، المغاير لذلك نستشكل الآتي:

ما دور الخطاب البصري في تمثلات الهوية؟

وللإجابة على هذا الإشكال علينا أولا معرفة مفهوم الخطاب البصري.

1. الخطاب البصري:

من البديهي أن مصطلح الخطاب عابر للتخصصات فهو من المصطلحات المتدأولة في الحقل الأدبي والمعرفي منذ الأزل ارتبط بفن الخطابة والخطبة قديما لذلك نجد التعريفات والمفاهيم في شتى المعاجم والقواميس. ارتبط بشكل مباشر مع الصورة، مما أنتج مصطلحا نقديا معاصرا وهو خطاب الصورة أو الخطاب البصري الذي اختلف الباحثون في تحديد مفهوم جامع مانع له، خاصة مع تطور النظريات النقدية الحديثة فالمنتج لمعاني الخطاب يجده يجسد مجموع أو «جملة من المنطوقات أو التشكلات التي تنتظم في سلسلة معينة لتنتج على نحو تاريخي دلالة ما، وتحقق أثرا متعينا ويخلق الخطاب تفاعلا حواريا مع المجال الاجتماعي الذي يعد مهدا لتلقي موضوعه فيتجادل مع غيره من الخطابات ويشتبك مع وعي المخاطبين في محاولة لدفعهم إلى حقل قناعته»[1]. إذا فالخطاب مرتبط بالتلفظ، وهو يكون مرئيا (كالإشارات) يهدف إلى إنتاج عدة معاني لترك الأثر في المتلقي، كما أنه يتعالق مع الثقافات السائدة في مجتمعاتنا بغرض إقناعهم والتأثير فيهم.

يعد الخطاب البصري من الخطابات التي تندرج ضمن الممارسات الثقافية فهو يؤسس لفضاءات يومية، إلى جانب بعده الاجتماعي والثقافي فهو «الاتصال الحادث بين المرسل

1- وليد منير: النص القرآني من الجملة إلى العالم، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، مصر، ط 1، 1997، ص 17.

المستقبل عبر وسيط مرئي بهدف تبليغه برسائل تنطوي على مضمون معين فخطاب الصورة هو عملية تبليغ الآخر برسائل معينة عبر الصورة»[1]. كما تبين لنا أن الخطاب البصري هو عملية تبليغ الآخر عبر الصور مستعينا بالمؤثرات البصرية ي العين، فهو كل ما يقع على العين كالصور الثابتة أو المتحركة، فهذه الأنساق الغير لغوية هي الأكثر ذيوعا.

أ. أنواع الخطاب البصري:

حظي الخطاب البصري باهتمام الدارسين والباحثين في مختلف المجتمعات المتطورة لما يميزه من قدرة عالية على نشر الثقافة وتوجيهها في أبعادها المختلفة، ولذلك تتفرع منه عدة أنواع نذكر منها ما يلي:

ب. الخطاب الإشهاري:

يدخل هذا النوع في الصناعة الإعلامية لتحقيق غاية مادية أو خدماتية أو معلوماتية وهدفه الأساسي الحقيقة والترويج. «يمثل الخطاب الاشهاري خطاب سوسيو–اقتصادي يعتمد على استثمار المعطيات البصرية واللسانية، وكذا التركيز على المعطيات السيكولوجية للدفع بالمتلقي (المستهلك) إلى القيام بفعل الشراء، وتحقيق هذا الفعل باعتباره المبتغى الأسمى للتواصل الاشهاري»[2]. فالخطاب الإشهاري يمكن ان يكون تواصلي منفعي فيؤسس لقيمة اجتماعية إنسانية من ناحية ويبطن تحقيق القيمة التجارية، مبدأه الترويج للسلع وما يتصل بها من خلال عرض خصائصها المميزة مستثمرا المعطيات البصرية اللسانية وترتبط بالقيم السوسيو–اقتصادية لذلك يعتمد على الإقناع والاستلاب لبصر المتلقي وفكره مرتكزا على ما يعده التأثيري في الزبون.

ج. الخطاب الفني:

ويعرف منذ تواجد الإنسان على هذه الأرض، ولأن الفن يربط بينه وبين هواجسه وخوفه الدائم من الغيبيات عبر عن ذلك من خلال رسوم وخط خطوط يبحث عنها عن تفسير لهذه الظواهر لكن سرعان منا نمى هذا الخطاب البسيط وابتكر وسائل جديدة في نفسه سواء بالتعبير المباشر أو التجريدي، وظهرت له مذاهب توجه أعماله ومن بينها المذهب الكلاسيكي أو

1– شمال محمد حسن: الصورة والإقناع دراسة تحليلية لأثر خطاب الصورة في الإقناع، دار الآفاق العربية، القاهرة، ط 1، 2006، ص 11.

2– عبد المجيد العابد: مباحث في السيميائيات، دار القروين، المغرب، ط 1، 2008، ص 47.

التجريدي ذو النزعة العقلانية، فغاية الفنان وفق هذا الاتجاه هو تجسيد أعمال الخالص المجرد، دون التعبير الفني، فالجمال حسب هذه المدرسة هو جمال هندسي لأنه يستخدم الخطوط الحادة والبناء المحكم. فهذا الفن ينطوي على مكنونات الإنسان وما يختلجه من هو أحس ومشاعر، كما أنه كان محاكاة للطبيعة بتشكيل بعض الأيقونات والخطوط على جدران الكهوف، ولكن لاحقا أصبح عنوانا للإبداع الفني الجمالي حتى أنه ظهر له مذاهب عقلانية توجهه.

د. الخطاب الفوتوغرافي:

يختزل هذا الخطاب في مشهد التقط عن طريق آلة كاميرا أو هاتف نقال أو حتى كاميرا سينمائية فيقول الكثير من الألفاظ محاكيا الواقع بكونه لغة عالمية يمكنه قول كل ذلك في مشهد واحد مستخدما حاسة واحدة البصر فالخطاب الفوتوغرافي «هو وسيلة ساخنة لأنه يعد في جلسة واحدة من حواس الإنسان وهي حاسة البصر بدرجة عالية من الشدة ولا يترك له شيئا يكمله، فهو لا يتطلب الكثير من المشاركة لكنه يتطلب تقنيات خاصة في إنجازه كاختيار الزوايا، وكلمات تسطر أسفله وتشرح عناصره وربما معانيه»[1]. يحمل الخطاب الفوتوغرافي مقومات الخطاب التكوينية والتأثيرية، فيسرد أحداثا كما تسردها الجثة، ويحكي حقائق ويظهر مشاعر الفرح أو الحزن من خلال ذلك المشهد الواحد.

هـ. الخطاب الكاريكاتيري:

«يخضع الخطاب الكاريكاتيري لسنن أيقونية من شأنها أن تجعل منه نسقا وألا ينسج علاقة وطيدة بينه وبين الخطاب البصري إذا سلمنا بأن الثاني يمثل خطابا مجرد عن هيئة خبر الذي يخضع إلى اجراء حدثي فيختلق لنفسه شخصيات حكائية ثنائية ثابتة أحيانا ومتميزة في أحيانا أخرى حيث يخضع في إنتاجه لقوانين التجريد السيمي على نحو يتحول فيه من مجرد رسم يدوي إلى خطاب معبر يقوى على إظهار التناقضات الموجودة في الواقع اليومي»[2]. يتكون الرسم الساخر عادة من خطوط وأشكال تمليها شروط الرسم الساخر لتكون علامات أيقونية حاملة لطيف من خصوصيات التعرف، كما تظهر براعة الرسام في ربطه

1- محمد نبهان: التصوير والحياة، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والألوان، عدد 75، 1984، ص 130.

2- فهيم الشيباني عبد القادر: الصورة والصورة الكاريكاتيرية بحث في السيميائيات والخطاب، عالم الكتب الحديث، د.ط، 2009، ص 70.

المادة المرسومة (الرسالة) بالنص اللساني حتى لا يكون المتن جافا يساير فن الكاريكاتير الآنية مثله مثل الخطاب الإعلامي.

2. سلطة الصورة على خطاب الهوية:

ما فتئت الصورة أن تلازم حياتنا حتى صارت تؤثر في مدركاتنا بمختلف أشكالها، فتهيمن على عالمنا، بل إنها تعكس تمثلا ذهنيا عن الفرد أو عن موضوع أو عن شيء آخر، أو لشخص مختلف عنه، انبعاثا من المؤثرات البصرية أو اللغوية أو الثقافية قد تخص مجتمع بعينه، أو تجمعا بين شعبين مختلفين، وهو ما يفرض علينا التساؤل التالي: ما تأثير الصورة البصرية على علاقتنا بهويتنا وكيف ترسم الآخر؟ ويمكن للصورة أن تحمل دلالات أو تعبر عنها بعمق وبوظيفة تأثيرية أسرع ونلمس ذلك في الخطاب الاشهاري «فألف كلمة لا يمكن أن تتحدث ببلاغة كما تتحدث صورة واحدة، فهذا الامبراطور الصيني طلب من كبير الرسامين في الفصل أن يمحو صورة الشلال المرسومة على الجدار لأن خرير المياه كان يمنعه من النوم»[1].

للصورة سلطتها المطلقة ما دامت تحرك الانفعالات الوجدانية والعواطف وبالتالي تكون الأقرب إلى الإنسان منها إلى الكلمة، فنجد أحيانا صورا تكلمنا ونكلمها أو تثير فينا مشاعر الفرح كذكريات الطفولة أو الحزن كموت عزيز علينا. «ورد في كتاب "مكونات الأدب المقارن" في العالم الغربي قول "دانيال هنري بناجو" Daniel Henry Bnaguo في مؤلفه الصورة الثقافية من منظور الدراسات الأدبية المقارنة كل صورة كربط نوعي كيفما كان حجمها وكذا بـ"الأنا" في علاقتهما "بالآخر" و"الهنا بـ"الهناك" وتصبح النتيجة بعد ذلك بين واقعتين ثقافيتين، كما تمثل الصورة واقعا ثقافيا أجنبيا يكشف عبره الفرد أو الجماعة المكونة له أو مروجته ومتقاسمته عن الفضاء الأيديولوجي الذي يتموضع داخله»[2].

هنا يسلط الضوء على جانب مهم هو أن الصورولوجيا أو علم الصورة نسيج من التعتيم وعلينا تخليصه من تهمة الإنحصار في جدلية الأنا والآخر وبالتالي خلق نوع من التنافر التلقائي وإعاقة التقدم والإبداع الذي لا يكون إلا بالتعايش مع الحضارات، والانفتاح على نظرية التلقي وعندها من النظريات النقدية الحديثة. كما يوضح موضع الهوية في الثقافة البصرية

1- السعيد بنكراد: السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها، منشورات الزمن، الرباط، ط 1، 2003، ص 24

2- سعيد علوش: مكونات الأدب المقارن في العالم العربي، الشركة العالمية للكتاب، ط 1، 1987، ص 483.

الذي يفرض نفسه بقوة. تناظر الصورة ضمن ثنائية الأنا والآخر مما يفرض وجود تحديد لهوية الأنا وعلاقته بالآخر، وما ينتج عنها من تأثير وتأثر وتسهم فيها الرؤية التي تقدمها الصورة. انطلاقا من الصورة يمكننا تحديد هوية مرسلها وما هي نوعية الرسالة الموجهة للآخر، نجد «إن العلاقة تبدو أكثر وثوقان فهناك ما يقترب من التطابق والمفهوم الذي تحدده الهوية»[1]. الراجح أن هناك تطابقا كبيرا بين الهوية والثقافة البصرية باعتبارها مصطلحا شاملا يجمع كل شيء يمكن أن تتلقاه حاسة البصر فتسهم في التأثير على الفكر الإنساني.

أ. مفهوم الهوية:

يعد البحث عن مفهوم الهوية ضربا من ضروب المغامرة المجهولة عواقبها، ويرجع ذلك إلى الغموض الذي يشوب المصطلح ومفهومه وطبيعته الزئبقية، نظرا لتداخله مع بعض المصطلحات الأخرى على غرار ما طرح «بأن ثمة تكافؤ بين الهوية والذات والأنا»[2]، إن هذا التعدد المصطلحي يؤدي إلى تعدد مفاهيمي بالطبيعة، وهذا ما يصعب تحديد مفهوم واضح للهوية «فنجدها لا تمثل بصفة عامة عامل التكيف الاجتماعي الذي يسعى الفرد إلى الحصول عليه من خلال العملية المستمرة لبنائها بهدف التواصل مع الآخر من خلال التفاعل مع الآخر ضمن النسق الكلي الذي يجمعون من خلالها هوياتهم»[3].

فالهوية لا تقتصر على الفرد فقط بل تتعداه إلى الجماعة التي بإمكانها أن تمثل الهوية نفسها فتميزهم عن غيرهم، ويعبر ذلك عن انتمائهم يبدو مفهوم الهوية يعبر عن الذات كما أنه يمكن أن يعبر عن مجموع الصفات الثقافية العامة المشتركة بين الأفراد، «تمثل الهوية الوطنية مجموع الصفات أو السمات الثقافية العامة التي تمثل الحد الأدنى المشترك بين جميع الأفراد الذين ينتمون إليها والتي تجعلهم يعرضون ويتميزون بصفاتهم تلك عن سواهم من أفراد الأمم الأخرى»[4]. فالهوية لا تخرج عن إطار التعبير عن الانتماء إلى وطن أو مجموع أفراد الذين يعيشون في رقعة جغرافية واحدة ويحملون نفس الجنسية ربما، فالهوية كما تمثل الفرد تمثل

1- محمد العربي ولد خليفة: المسألة الثقافية وقضايا اللسان والهوية، ديوان المطبوعات، الجزائر، د.ط، 2003، ص 108.

2- محمد مسلم: في مواجهة الاندماج عند الجيل المغاربي الثاني بفرنسا، دار قرطبة، وزارة الثقافة الجزائرية، الجزائر، ط 1، 2009، ص 86.

3- أحمد بن نعمان: الهوية الوطنية الثقافية، الحقائق، المغالطات، دار الأمة للطباعة والنشر، الجزائر، د.ط، د.س، ص 23-25.

4- المرجع نفسه، ص 482.

المجموعة. حأولنا من خلال هذه التعريفات أن نتعرف على المفاهيم الأساسية التي تمحورت حول الصورة والهوية وكيف للصورة أن تشارك في إبراز الهوية.

ب. الصورة وتمثلات الآخر:

تظطلع الصورة بعدة وظائف جمالية ونفسية إقناعية والأهم كل ذلك الأيديولوجية فتستهدف المتلقي وتدفع له إلى تأسيس علاقات ثقافية تربط بين ثقافتين أو حضارتين. يشكل الآخر بؤرة الصورة ومحورها من خلال ما يبثه الفنان من رسالة أو يرسمه من لوحة تقوم بدور الاتصال لمعرفة هوية الآخر، يقول "كلود بيشوا" "Claud Bichoi" "وروسوا اندري" في كتابهما Le Littérature Compare «فالصورة التمثيلية فردية أو جماعية حيث تدخل عناصر ثقافية وعاطفية موضوعية وذاتية فلا أحد من الأجانب يرى أبدا شعبا كما يريه هذا الشعب نفسه أي أن العناصر العاطفية تتغلب على العناصر الموضوعية»[1]. يتأتى لنا في هذا القول أن النظرة إلى الآخر تتحكم فيها نزعة الذات، ويدخل أحكامها في تشكيل الوعي بقيمة هذا الآخر الفكرية والاجتماعية.

ج. الصورة حجة على الذات:

تمثل الصورة حجة وإقناعا لاستدلال على النظرة التي تتوقف عليها تعاملنا مع الغير، حتى لو اقتضى الأمر نسج صورا من عالم الخيال والأساطير لبيان وضع شعب معين، كما استعمل ذلك المستشرقين في رسم صورة متخيلة عن الشرق، ونجد ذلك في أدب الرحلات. نجد أن ثنائية الأنا والآخر، الشرق، الغرب، الأنا والهو تحتل صدر الفكر العربي الحديث وهي بحق معضلة الذات فكيف للذات أن تدرك هويتها مقابل ما يبثه الآخر عنها؟ فالعلاقة بين العالم الذي ينتمي إليه العربي (المسلم) والذي يصطلح عليه عادة بالشرق، وذلك الذي يقابله وينافسه في هذا الجزء من العالم والمصطلح عليه بالغرب (الأوروبي) يكتبها الأقوى الآخر كما كتب التاريخ واستولى على التراث وزيف الحقائق وليس وحده مسؤول عن كل هذه التجاذبات لوكن التخاذل والتوقف عند نقطة محددة هو من رسم هويتنا التي لا نكاد نتعرف عليها.

تطرح الصورة مسألة الذات أو الهوية في ظل ثنائية تأثير وتأثر «ذلك بأن الانصهار في الآخر وليس معه يؤدي إلى المسخ الثقافي وهو ما ستشغل عليه في كثير الأحوال على

1- السعيد علوش: مكونات الأدب المقارن في العالم العربي، الشركة العالمية للكتاب، ط 1، 1987، د.م، ص 480.

تغيير نمط العيش في الكل واللباس والتواصل بل تؤدي إلى ترسيخ قيم لا تتوافق مع واقعها ويعمل على تجريدنا من هويتنا الثقافية فتسلك بعدا ثقافيا، ولذلك فإن التعامل مع الصورة يحتاج إلى نوع من القراءة الخاصة»[1].

يمكننا قراءة خطاب الصورة ضمن المنظومة اللسانية وتحليل الخطاب لأنها تعتمد على البصري الايقوني كخطاب وما يحمله من مدلول تقريري (الصورة المرئية)، وإيحائي ما يفرزه من رد فعل (استجابة) لدى الآخر والتي تمثل وسيلة تعبير ناجحة يتبادر إلى ذهننا أن صورة الذات هي نتاج الذات عن نفسها وصورة الآخر هي اختراع الذات عما يخالفه، بل هي صورتنا عنه إن ارتباط الذات بالآخر والأناب بالهو يسمى شغفا لأن الأساس الذي تقوم على أركانه الحضارة الإنسانية لا يعدو إلا جدلية الأنا والآخر الذي تفرض نسقا معينا من الترادف والتجاذب الحضاري.

1 محمد جابر الولي: الصورة وتأثيراتها النفسية والاجتماعية والتربوية، مركز البحوث التربوية والنفسية، بغداد، 2007.

الفصل الثاني:
تجليات الخطاب في الصورة الكاريكاتورية

I. الكاريكاتير نشأته وتطوره
II. بنية الخطاب الكاريكاتيري ودلالته
III. تأثير الكاريكاتير كفن ساخر

في العقود الأخيرة لفتت الرسوم الساخرة التي تنشرها الصحف والمجلات العالمية انتباه المحللين والمراقبين وجمهور القراء في بلدان العالم، واستطاع عديد الفنانين أن يقدموا قضايا شعوبهم بشكل ساخر، لاذع وناقد في نفس تلك الرسوم المستوحاة من هواجس الشعوب وثقافتهم، وحتى معاناتهم في معالجة وتصويب أخطائهم، فالكاريكاتير صورة تحمل رسالة يقوم ببثها الفنان أو المرسل إلى المتلقي/المرسل إليه.

نجحت الصورة الكاريكاتيرية في تخطي الحدود الجغرافية عن طريق تدأولها وسرعة انتشارها، فكانت لسان حال المجتمعات، والبوح بما لا يمكن قوله وكسرها عديد الطابوهات الدين، السياسة، الجنس، المرأة، وغيرها.

I. الكاريكاتير نشأته وتطوره:

1. مفهوم الكاريكاتير:

يرجع أصل كلمة الكاريكاتير إلى اللغة اللاتينية، وأن للكلمة أربع معان: يملأ، يعبئ، يشحن، يبالغ ولهذا الرأي تصيب من الوجاهة وفي هذا الصدد أن «كلمة Caricature هي الأصلح لأن معناها له عدة مترادفات تتوافق مع الطابع الذي يعتبر أهم العناصر التي يقوم عليها الكاريكاتير كما أن كلمة طابع يمكن اعتبارها تعني كلمة أخلاق، وهو ما يعني كون التسمية خاصة بالإنسان وحده فطابع الحيوان لا يعني أن له أخلاقا، كذلك الرياح والبراكين لا يمكن وصفها وصفا أخلاقيا، أي أن Character هي الأكثر صلاحية للكشف عن الوظيفة الأساسية للكاريكاتير وبالذات عن مضمون الجوهر الموضوعي، وليس الاختفاء بالشكل الظاهري»[1].

وهذا ما يقودنا إلى القول إن لكلمة كاريكاتير محصورة في طبائع الإنسان دون غيره من المخلوقات الأخرى ويحمل المعنى مترادفات عديدة، والتي تتطابق مع أهم العناصر التي يقوم عليها الكاريكاتير، «كما أن الكلمة صالحة تماما لتعبر عن جوهر المضمون، لذا هو أصلا وظيفة من وظائف الرسم الكاريكاتيري وليس الآخر بما يلفظه العنصر»[2]. كما نجدها

1- شوقية هجرس: فن الكاريكاتير، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 1، 2005، ص 30.

2- حمادة محمود الخضر: فن الكاريكاتير من جدران الكهوف إلى أعمدة الصحافة، دمشق، سوريا، دار عشرون للطباعة والنشر، ط 1، 1999، ص 43.

أيضا لفظه مشتقة من اللغة الإيطالية من الفعل "غاريكار"Caricar" «وتعني يبالغ أو يحمل الشيء أكثر من طاقته أي المبالغة، وهذا يعني أو يؤكد الغرض الأساسي للرسم الكاريكاتيري الذي بالغ في إظهار عيوب الجسم بغرض إبراز الطابع الهجائي له»[1].

ويؤكد الغرض الأساسي للرسم الكاريكاتيري لنشوء الكاريكاتير، مما يعني ذلك أن الكاريكاتير فن يبالغ في إبراز العيوب وبالتالي هو اصطلاح فني للرسم والضحك الساخر، «وهو نوع نجده في الفنون البصرية في الرسم الموضوعي المحدد في أفراد، تنظيمات، تفكير ويحمل العديد من الصفات والطباع بطريقة مضحكة وساخرة، كما يستخدم التصوير الكاريكاتيري الكلامي في الأدب، ويعرف في الوصف ويمتاز بالسخرية بنفس الوسائل في الرسم ويحمل العديد من المعاني ويستطيع إلغاء الشكل القديم، بإنتاج نموذج آخر بنظرة "السيمولاكر" ويعني الخيال التي يصنعها للميت حتى تمنحه حياة جديدة»[2].

يذكرنا القول إن الكاريكاتير ساخر وهو جزء لا يتجزأ عن ثقافة الصورة، له القدرة على رسم صور معينة مع إضافة العديد من التغييرات والتحويلات لتصبح وسيلة مشوهة وغير حقيقية، كما يدخل في تعريف الكاريكاتير «التصوير الفني الساخر في الأدب الذي ينطوي على درجة عالية من الوصف والخيال، مثله في الرسم الساخر وذلك بإعادة انتاج وصياغة الأفكار وطرح يتماشى، البنية الجديدة عبر نسخة مظللة مخادعة، كمحاولة لبعث الروح في الميت من جديد»[3]. ويعني أيضا "الحشو" أو يقوم بإضافات إلى الواقع «أي موضوعات الرسومات الكاريكاتيرية، ويرى بعضهم مصدر هذه اللفظة اشتق من اللقطة التي تعني الوجه، وعلى كل حال يبدوا أن وجه الإنسان قد عد لدى أغلبية الرسامين الكاريكاتوريين الوسيلة الأكثر تعبيرا لمضامين الرسوم الكاريكاتيرية وموضوعاتها»[4].

فن الكاريكاتير رسالة بصرية تعتمد على الحشو، فعل، حدث، فكرة شخصية. ويعمل على تجسيد الملامح المصورة للوجه وهذا التعريف هو التعريف الإعلامي لهذا الفن.

1- لكحل لعجال: الكاريكاتير بنيانه ومضمراته، تأليف مجموعة من الباحثين الأكاديميين، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، ط 1، 2020، ص 70.

2- المرجع نفسه، ص 70.

3- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط 1، 2004، ص 438.

4- حمادة محمود الخضر: فن الكاريكاتير من جدران الكهوف إلى أعمدة الصحافة، ص 44.

2. الصورة الكاريكاتيرية:

هي صورة تهدف لنقل رسالة أو وجهة نظر في الأشياء وحوادث ومواقف وتتميز بالمبالغة الرمزية بحيث يكون لها تأثير انفعالي. «لأن الصورة بمجرد الانتهاء من رسمها تتحول الى خطاب له وصفة معينة، على أساس انه ينطلق من فكرة معينة في زمن الرسام، فيجسدها وفق رؤيته الخاصة»[1]. الصورة الكاريكاتيرية علامة سيميائية فبالعودة الى موضوعها تجده يرمي الى اظهار الدلالات المتنوعة داخل إطار الذي تشكله، «فنجدها ترتهن في أغلب الأحيان إلى مرجعية المتلقي طاقتها الكاملة وفي هذه الحالات بفضل تقنية الخط العريض لأنها تقوم بدور المغناطيس النصري ومن جهة تعطي عيوب الطباعة»[2].

وبكلام مختصر على الرسام الكاريكاتيري ان يراعي استخدامه للعناصر التي يمكن ان تؤدي الى المضحك لكن يراعي الموضوعية وتتصف بالحيوية والوضوح ولا يختار عناصر غريبة عن التركيبة النفسية والاجتماعية لدى الفئة التي يتوجه اليها من القراء كما لا يفوته الاهتمام بالجانب التقني الذي ينفذ بواسطتها هذا الرسم.

3. الكاريكاتير تاريخيا:

شكلت الأعمال الفنية والملحمية التي جسدتها عبقرية البشرية في الحضارات القديمة ارثا إبداعيا وفنيا هائلا، فحين سرى الوعي في تفكير الإنسان الأول عبر عن البيئة ومحيطه برسومات ومنحوتات تظهر خوفه الدائم بين المجهول الذي يشعر به، فأضحت الاشكال الساخرة متنفسا لما يخالجها من أفكار ووجهات نظر.

وفي المجال الأدبي والجمالي وهي أول نص اعلامي بشري ولعل أول ما تركه من رسوم على الجدران المظلمة في ضرب من ضروب الإعلام المكتوب ووفقا لمعايير عصرنة المنشأة والتطور. للكاريكاتير جذوره الضاربة في أعماق التاريخ، لذلك يمكن العثور على الرسوم الساخرة في الفن المصري والفن السومري والاشوري. «فالفنان الأول الذي ترك لنا اثاره على جدران الكهوف مثلا بالغ في النسب والتكوينات، وصولا الى تمثيل الفنان في الحضارات الأولى

1- سعيد بنكراد: السيميائية مفاهيمها وتطبيقاتها، ص 133.

2- المرجع نفسه، ص 26.

لكل ما يعتقد تهدد حياته واستقراره من خلال الأرواح الشريرة او الظواهر الطبيعية فمن العراق عثر على وجوه نحتية تمثل اشخاص بوضعيات ساخرة مختلفة منجزة بشكل ساخر»[1].

أ. الحضارة الفرعونية:

اشتهرت الحضارة الفرعونية بعديد الابداعات الفنية وعلى رأسها الرسوم والمنحوتات حتى يتمكن الفراعنة من التعبير عما يجري في حياتهم اليومية من أحداث وذلك بتوثيق تلك اللحظات كطقوس دفن الموتى وتنصيب الملك وغيرها. «بالعودة الى ما اكتشفه علماء التنقيب المهتمون بفنون الحضارات القديمة نجد انه قد برع في هذا الفن الى الوجود منذ ازمان عابرة في التاريخ متلازما مع الحضارة الفرعونية حيث يقول الفنان الكاريكاتيري عدنان بهجت أن فن الكاريكاتير قديم حديث، وان بدايته قديمة جدا بدءا من أيام الفراعنة" فحسب ما سجلته البرديات والحفريات المنسوجة التي تدل على استخدام المصري القديم رموز للتعبير كالحيوانات والطيور للتعبير عن الحياة او السخرية او نقد الأوضاع القائمة»[2].

صور الفن الفرعوني الساخر صور الأوضاع المعكوسة والرؤى العربية والاحوال اللامعقولة في مصر، «أي انه حينها كان بمثابة القطرة التي افاضت الكأس عند الرسامين، فرسموا على بردية كاريكاتير لفأر يجلس مرتديا ملابس الملوك وجالس على كرسي في عظمة وقطط تقدم له العناية وكأنها خادمة، هذه الصورة فكاهية تحمل الكثير من المعاني والدلالات المعبرة عن الذل، الاستسلام والخضوع، القط امام سيده الفأر ويعبر هذا الموقف عن انقلاب الأوضاع في ذلك العصر الذي يسمح لفئة الفئران والتي تعرف بجبنها وخوفها بالتحكم في افراد، الشعب الذين اعتادوا على الوضع»[3]. لقد كان قدماء المصريين يعنون بتصوير الحالات النفسية وتصوير عظمائهم بأوجه حيوانات صغيرة وكبيرة، جميلة وقبيحة بحسب أخلاقهم وميولاتهم، وطبائعهم وتقنياتهم، وكانوا يمثلون بتصوير الهزلي الموت والحياة وما تزال هذه الصور الكاريكاتيرية ماثلة في معابدهم الى اليوم.

1- لكحل لعجال: الكاريكاتير بنيانه ومضمراته، ص 29.

2- عاطف سلامة: دور الكاريكاتير في التعريف بالقضية الفلسطينية ونصرتها، وزارة الإعلام الفلسطيني وأعمال المؤتمر الدولي الثالث عشر قضية وحق، طرابلس، 02-03 ديسمبر 2016، ص 04.

3- المرجع نفسه، ص 05.

ب. عند الآشوريين:

شاع هذا النوع من الرسم عند الآشوريين حيث أكد بعض النقاد والباحثين في تاريخ الكاريكاتير والسخرية «رغم ان أكثرها كان يمتاز بالجدة»[1]. مثالا على ذلك منحوتة وجد فيها رسم يمثل صراع الآشوريين مع أعدائهم فيصور محاربا اشوريا جميلا وقويا متناسق الجسد يحمل بيده رمحا يوشك ان يطعن به ملك الأعداء المهزوم، اما الملك فنراه راكعا على قدميه، يداه مرفوعتان بالرجاء وانفه متصل بجبهته، شفتاه ممطوطتان الى الامام وفمه شبه افواه القردة، وخلفه اثنان من اتباعه بنو سلان ولهما ملامح متشابهة فبغض النظر عن تغييب المضمون الكوميدي تقصد الفنان الاشوري في المبالغة في رسم الملامح وكان هدفه الأساسي هو السخرية من الأعداء والتقليل من شأنهم[2]. نجد هذا الفن قد ازدهر من الآشوريين إلى اليونانيين «حيث وردت كتابات ارسطو وارسطوفان بعض أعمال رجل يدعى بوسطن، رسم رسومات لأهل زمانه مما عرض حياته للقتل في أعماله الكاريكاتيرية»[3].

ظهر هذا الفن في القرون الوسطى ابان الحروب الدينية في أوروبا وكان رجال الدين هدفا للسخرية الرسام، «بل ان استخدام الرسم الساخر في الشؤون الدينية يرجع الى ظهور المسيحية في أوروبا، فقد كان الرسام الروماني يرسم المسيحيين في صورة هزلية متهكما على رجال الكنيس والذين انصرفوا إلى حياة الابتذال»[4]. سيطر رجال الكنيسة على كل المجالات حتى المجال الفني وكان القتل والتنكيل عقاب كل من يتجرأ ويقدم إبداعا فنيا مكتوبا أو مرسوما أو منحوتا حتى ثار الفرد الغربي ودحر سيطرة رجال الكنيسة وفك قيوده التي وثق بها.

ج. في عصر النهضة: أوروبا

ج.أ. في فرنسا وإيطاليا:

أفرزت الثورة الفرنسية واقعا سياسيا واجتماعيا جديدا مما فرض على الكاريكاتير حضورا بارزا، حيث استثمر رسامو الكاريكاتير ومؤيدو الجمهورية وأزاحوا المحظورات، وبهذا أظهروا للعالم عهد الصحافة الساخرة، «وكان ذلك مع الفرنسي "شارلي فليبون" CHARLIE PHLIBON

1- حمدان خضر السالم: الكاريكاتير في الصحافة، ص 57.

2- ممدوح حمادة: فن الكاريكاتير في الصحف والدوريات، ص 38-39.

3- مجد الهاشمي: كاريكاتير فن الحياة، دار المناهج للنشر، عمان، الأردن، 2002، ص 32.

4- عبد الكريم السعدون: الكاريكاتير النشأة والتاريخ، موقع www.wao-acadim.org بتاريخ: 2008/06/01.

الذي يعتبر مؤسس الصحافة الساخرة، حيث أصدر أول صحيفة تهتم بالسخرية وتستخدم الكاريكاتير عنصرا أساسيا في تحريرها اسمها كاريكاتير عام 1830م ونشر رسوم كاريكاتيرية سياسية من توصية وإصدار بعد ايقافها عام 1835 جريدة أخرى تحت اسم (شاري فاري) وهذه الجريدة كان لها تأثير على الصحافة في بلدان أوروبا المختلفة»[1]. ومن هذا التاريخ بدأت العلاقة بين الكاريكاتير والصحافة بشكلها العصري تقوى وتنتشر في كل دول العالم.

«أما في إيطاليا أظهر أنيبال كراتشي ANNIBAL CARCHI كفنان كاريكاتيري في القرن 16 توصيف لبعض لوحاته الفنية الساخرة ومن قبله "جبروم بوش" الذي رسم بتفصيلات مضحكة ... ويصنف الكثير من المؤرخين "ليوناردوا دافينشي" LEONARDO DAVINCI إلى أبا للفن الكاريكاتيري في إيطاليا من هذا المنطلق بدأت العلاقة بين الكاريكاتير والصحافة تتولف عراها ويزداد التقارب بينهما في معظم الصحف العلمية والأسبوعية والمجلات في العالم، ولا تكاد صحيفة أو مجلة تخلوا من الرسوم الكاريكاتيرية ثم تزايد الكاريكاتير عالميا وصارت تجري عملية توثيقية في العديد من دول العالم وأصبحت دراسة الكاريكاتير دراسة قائمة بذاتها»[2].

أما في أمريكا ظهرت مدرسة بحد ذاتها مختصة في فن الكاريكاتير وهي مدرسة الكاريكاتير الأمريكي «وفيها استخدم الرسامون طريقة جديدة في استخدام التعليق وهي وضعها في بالون متصل بفم الشخصية وهذه الطريقة وضعت التعليق في صلب الرسم وجزء منه وبذلك يكسر المتلقي إلى الرسم بدلا من أشغاله بالتعليق المنفصل عنه والموضوع أسفله»[3]. وهذه الطريقة انتشرت واستخدمها الرسامون في أنحاء العالم المختلفة، «وفيها أيضا أول ابتكار للشخصيات الكاريكاتيرية الوطنية مثل شخصية العم سام الهزلية سنة 1909». وهذا مرحلة من مراحل تطور الفن الكاريكاتيري في العالم الغربي أوروبا وأمريكا بإلغاء النص التعليقي وترك المساحة للصورة كي تعبر عن نفسها.

1- صياد الحجار: الكاريكاتير في الصحافة العراقية، ص 115.

2- المرجع نفسه، ص 27.

3- على منعم القضاة: فن الصحافة البحرينية اليومية، المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 20/02/08، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ص 145.

د. في العالم العربي:

يعد تطور الكاريكاتير في الصحافة العربية كفن ساخر بداية من المشرق العربي «حيث صدرت مجلة "الدبور" الهزلية الكاريكاتيرية لصاحبها يوسف مكرز وفي عام 1943 أصدرت مجلة الصياد الهزلية الكاريكاتيرية لصاحبتها "سعيد فريحة" ولازالت تصدر الآن بأسلوب صحفي جديد ومتطور، ومن أشهر رسامي الكاريكاتير في لبنان "خليل الأشقر" "بران" "بيار الصادق"... أما في سوريا عرفت دمشق الفكاهة ولم تكن صحف السخرية والفكاهة بعيدة عن المواطن فقد كان لمجلات البارودي الصادرة في موضوع السخرية والضحك وهو ألف مجلة سابقا "خط بالخزح" ومن بعده جاء عميد الصحافة الساخرة الأستاذ "حبيب كخالة" صاحب مجلة "المضحك المبكي" التي أنشأها سنة 1929، أيام الانتداب الفرنسي، وكان يسخر من السياسيين تارة ويهاجمهم بأسلوبه الضاحك وظلت "المضحك المبكي" على سخريتها معتمدة على رسم الكاريكاتيري وزاويتها الرائعة، وظهرت صحيفة أخرى باسم ظهرك بالك عام 1909، وظهر عدد من الرسامين أمثال توفيق طارق، عبد الوهاب أبو السعود، أمين خلف»[1].

ولا تزال البصرة رائدة في مجال الفن «حيث يذكر التاريخ بات الجاحظ 159 من القرن الثامن مثالا كان من رجال السخرية والهزل قبل الدكتور حمدان خضر سالم: أستاذ بكلية العلوم في جامعة النصر عن ظهور جريدة هزلية في البصرة اسمها موقعة الهند ظهرت في 1909/11/12 وهي فاتحة الصحافة الساخرة في العراق»[2].

وبعدها صدرت في عام 1931 مجلة جيربون وظهر أول رسام كاريكاتيري عراقي الرسام غازي عبد الله في مجلة فرندل الأسبوعية فهؤلاء مارسوا الرسم الكاريكاتيري من باب الهواية. أما أول صحيفة تعني بالكاريكاتيري قد ظهرت في 1931/03/29 أصدرها هانوري ثابت وقد برز عديد الأسماء منهم عبد القادر الوسام، والحاج محمد سليم ومحمد صالح زكي وغيرهم ولم تنشر تلك الرسوم لعدم وجود معامل "النتغراف"[3].

استعاد الكاريكاتير ظهوره أكثر بعد فترة الستينات المعروفة بالانقلابات واهم الرسامين: مؤيد نعمة، عبد الرحمان ياسر، عدنان عباس. وفي منطقة الخليج العربي فنذكر بان

1- محمد الهاشمي: الكاريكاتير فن الحياة، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، د.ط، 2003م، ص 81.

2- كاظم شمهود: لمحات عن تاريخ فن الكاريكاتير، ص 108.

3- عبد الكريم سعدون: الكاريكاتير النشأة والتاريخ، موقع www.acadimi.org بتاريخ: 2018/05/28.

الكاريكاتير بدا مع. وظف العرب قديما الصور الساخرة في اشعارهم التي لم تخلو من روح الدعابة والفكاهة والهجاء، ومع مرور الزمن وتطور الحياة انتشر في الكاريكاتير في الوطن العربي، ومن ثم توالى الكاريكاتيريين واسو لفن عربي قائم على بنية ثقافية عربية، وأبدعوا في هذا المجال الواسع وخاصة بعد ظهور الطباعة والصحافة الورقية.

تعتبر مصر أول دولة عربية ظهر فيها هذا الفن، حيث تميزت قديما بان الرسوم الفرعونية، المتواجدة على جدران القصور في وادي الملوك في الأقصر واسوار، وحديثا فقد عرفت هذا الأخير مع الصحافة. بدأت تقتبس هذه الرسوم من الصحف الأجنبية وخاصة الفرنسية، وكانت البداية مع مجلة "الو نظارة" التي صدر أول عدد منها في 5 أفريل 1878م على يد الكاريكاتيري "يعقوب صنوع" وانتشرت بعدها مجموعة من الصحف الساخرة كمجلة "الكشكول" 1919م لصاحبها "سليمان فوزي" واحتوت رسومات بديعة للفنان الاسباني "جوان سانتير" كانت تصدر كل أسبوع حتى عام 1924م ظهرة مجلة "خيال الظل" جاء منافسة لها، كانت المجلتين تعالجان القضايا الحزبية[1].

وفي القرن العشرين برز "صاروخان" Sarokhan الأوروبي الأصل الذي استقر في مصر حيث عمل في عدة مجلات منها "زور اليوسف" "اخر الساعة" وغيرهما، ومن رسامي الفكاهة والهزل الذين ساهموا في إرساء دعائم هذا الفن في مصر "صلاح جاهين" 25 ديسمبر 1930م، 21 أفريل 1986م المعروف بصلاح الدين بهجت احمد جلمي الذي درس الفنون الجميلة، تميز بموهبتين الأولى الشعر والثانية الرسم واستفاد كثيرا من شعره في تطبيقه للكاريكاتير، فاعتمد على المبالغة والخيال، فكان يتميز بأسلوب جديد بعيدا عن التقاليد ومن المجلات التي احتوت رسوماته صباح الخير[2].

تعد مصر رائدة في هذا الفن التشكيلي من البداية لاجتماع عدة عوامل كالطباعة ومعامل الزنكغراف، وبروز نخبة جديدة من رسامي الفكاهة والهزل. نحأول ان نستعرض مسيرة الرسوم الساخرة نجدها تعرف الصحافة بداية عقد الستينات ويعتبر الفنان عبد الله حرفي أوائل

1- رانية صالح: الكاريكاتير السياسي منذ ثورة عرابي حتى ثورة 25 يناير، مكتبة الوراق، الجزائر، 2013، ط 1، ص 515.

2- المرجع نفسه، ص 516.

الرسامين الخليجيين والذي يرسم في تلك الصحيفة المذكورة[1]. إن العهد العثماني يعتبر فقيرا في هذه الناحية فقد عرفنا عناية العلماء بالعلوم الشرعية والأدب والتواريخ المحلية والتصوف ولكن عنايته بتدوين الطب والحسابات والفلك والرسوم والعمارة والموسيقى قليلة. وأردف أبو القاسم سعد الله قائلا: «ولم تستأنف المسيرة الفنية نشاطها المحدد إلا في أواخر القرن الماضي، القرن التاسع عشر»[2].

وبهذا وجدنا أن الفنان الجزائري تأثر بالحركة الفنية التشكيلية عبر تاريخها الحديث والمعاصر وأيضا بجميع الحضارات المتعاقبة عليه من الرومان والعرب والأتراك وأكثر الفرنسيين، وهنا تأسست مدرسة الفنون الجميلة بالعاصمة école des beau arts بالجزائر العاصمة 1830، وتعد من أقدم المدارس الفنية في الوطن العربي والعالم الثالث، ومن أبرز هؤلاء الفنانين نجد "محمد راسم 1975". ولا يخفى علينا أن فترة الاستعمار كانت فترة مظلمة أحاطت بظروف صعبة ظهرت أول صورة كاريكاتيرية بعد الاستقلال بجريدة المجاهد El Moudjahid في 20 أكتوبر 1962م العدد 98 من إمضاء الكاريكاتير الفرنسي سيني. أما أول ظهور كاريكاتيري جزائري فقد بدأ من طرف محمد آسيا خمر ومنذ عام 1963 ظهرت أول صورة كاريكاتيرية أحمد هارون بتاريخ 1965/7/20 العدد 75 صفحة 07. وبعد أحداث 05 أكتوبر 1988م وقع تحول كبير في الصحافة الجزائرية إثر إقرار حرية التعبير في دستور 1989[3]. إذ يكفي أن نشاهد ميلاد أول صحيفة هزلية ساخرة بتاريخ 08 ماي 1992 باسم المنشار[4].

وتقالتا بعدها الجزائر. ومن أهم الكاريكاتير من الجزائريين نجد: باقي بوخالفة (الشروق)، ومصطفى عبد العالي (الجزائر اليوم) والتي انتشرت أيضا وتسابق الرسامون على ابتكار شخصياتهم الوطنية وكما رأينا شخصية المصري أفندي ورفيعة هانم وبهجا توس وغيرها في مصر وأبو خليل في لبنان والبغدادي في العراق وحنظلة في فلسطين. «أما ما يثير الدهشة

1- كاظم شمهود: لمحات عن تاريخ فن الكاريكاتير، ص 86-87.

2- أبو القاسم سعد الله: تاريخ الثقافي 1500-1830، ج 1، دار المغرب الإسلامي، لبنان، ط 1، 1998، ص 401.

3- شادي عبد الرحمن: الأبعاد الرمزية للصورة الكاريكاتيرية في الصحافة الوطنية، دراسة تحليلية سيميولوجية، نماذج من صحيفتي اليوم والخبر، 2001/2000، ص 29.

4- المرجع نفسه، ص 31.

فهو تلك الرسوم الساخرة المنقوشة على الصخور في صحراء الجزائر والتي حملت موضوعات جديدة وغير مألوفة كالجنس».[1] لا زالت كهوف كامبيل في فرنسا، وكهوف جنوب الجزائر تحتفظ ومنذ ثلاثين سنة مضت بالعديد من رسومات انسان العصر الحجري ذالت النزعة الكاريكاتيرية الواضحة. من خلال تتبعنا لمسار الفن الكاريكاتيري لاحظنا أنه يعود إلى أزمان سحيقة، وشأنه شأن الفنون الأخرى تتطور بتطور المجتمعات حيث حوت عديد الكهوف والمغارات عبر العالم رسومات ذات نزعة ساخرة من حيث الشكل متحدية الزمن وعامل الطبيعة.

4. القيم الجمالية في الكاريكاتير:

لا يعني أن القيم الجمالية تكمن فقط في المحاكاة والموضوع كما هو عند الناقد والمفكر الإنكليزي راسكين، وأن الحظ والألوان وطاقاتهما الجمالية ليس لها دورا في الفن، «حيث يؤكد كثير من النقاد على أن هناك ما لا ينضب معانيه من القيم الجمالية النوعية التي تقوم على الانحراف والمبالغة سواء كان في التخطيط، والتلوين، والتشكيل، والعفوية فما يختلف عن أوضاع أشكال الطبيعة، والمحاكاة ونجد فيها أحيانا متعة روحية ساحرة نابعة من الذات قد تفوق أعمال المحاكاة وبالتالي نجد القيم الجمالية النوعية موجودة في كل ركن من أركان الفن سواء كان عن الكاريكاتير أو المحاكاة»[2]. وكما كان فن الكاريكاتير والسخرية في الرسم فهو أيضا موجود في الأدب والشعر «فالأول يرسم صورة منظورة على الورق والآخر يرسمها على الخيال عبر الكلمات والمعنى والهدف وآخر وكانت بحث الأدب العربي مليئة بالنوادر الهزل والسخرية والفكاهة يقول الحطيئة وهو يهجو زوج أمه.

أَرَى ثَمَّ وَجهًا شوَهَ الله خَلقَهُ فَقُبِّحَ مِن وَجهٍ وَقُبِّحَ حَامِلُهُ»[3].

تتجلى الصورة البصرية كمشهد في هذه الابيات بوضوح كما تم ذكره في هذه الأبيات فشبه الوجه بالقبح لحاجة في نفسه وهو كرهه لزوج أمه.

1- شادي عبد الرحمن: الأبعاد الرمزية للصورة الكاريكاتيرية في الصحافة الوطنية، ص 27.

2- حمود عبد الحليم: الكاريكاتير العربي والعالمي، دار الأنوار، ط 1، تونس، 2004، ص 10.

3- المرجع نفسه، ص 10.

II. بنية الخطاب الكاريكاتيري ودلالته:

1. خصائص ومميزات الكاريكاتير:

أ. خصائص الكاريكاتير:

يتميز الكاريكاتير بمجموعة من الخصائص نذكرها فيما يلي:

أ.أ. المبالغة والتفرد: بما أن الكاريكاتير مبالغة في العبير من خلال الصور عن الخصائص الفريدة المميزة للشخصية، «وهناك مغالاة في تجسيد بعض الخصائص الفردية الخاصة بشخص معين حيث تلتصق به وتميزه عن غيره وعندما نتذكره ونتذكرها، ونتذكرها فنتذكره ومعنى الكاريكاتير أن يتسع أحيانا بحيث لا يتعلق بالصورة الشخصية للإنسان فقط بل يمتد له بعض الفنانين والنقاد إلى أي تعبير مسخي لبعض الأمم، وأنماط الشخصيات أو بعض الرموز السياسية وهناك ما يقول إن الكاريكاتير مبالغة متوسطة ولكن سخريته أكبر وفكاهية أعمق»[1].

أ.ب. القدرة على كشف العيوب: للكاريكاتير قدرة فائقة على كشف مزايا بعض الشخصيات لكن اهتمامه الأكبر موجه نحو كشف العيوب «فهو يلقي الضوء على جوهرهما الحقيقي، فيعمد الكاريكاتير إلى خلق ملامح من الشخصية ليس مضحكا بذاته فيبالغ في تصويره»[2].

أ.ج. الفكاهة: من أهداف الكاريكاتير الأساسية أن تجعل المتلقين يبتسمون أو يضحكون ويفكرون أيضا من «خلال تأملهم لهذا التجسيد النقدي الساخر التي يعرفوها، وكذلك المواقف والأحداث التي يدركوها في المعاني الأخرى للأحداث والشخصيات»[3].

أ.د. تصرف المظهر إلى الجوهر: الكاريكاتير لغة بصرية أخذت للتدليل والايضاح عند الحاجة، «فالمنتظر من الكاريكاتير ليس ما يعيد انتاجه من الواقع، فإمكانياته بالتعرف على الصورة يعتمد على الأقل على التشابه بين الموضوع وتمثيلاته من التعادل»[4].

1- إبراهيم فؤاد الخصاونة: الصحافة المتخصصة، دار المسيرة، الأردن، ط 1، 2012، ص 224.

2- حاتم حميد عودة: معالجة فن الكاريكاتير في الصحافة الفلسطينية للعدوان الإسرائيلي على غزة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2015، ص 64.

3- شاكر عبد الحميد وآخرون: تراث التعبير الاجتماعي، الفكاهة وآليات النقد الاجتماعي، الكتب العربية، مصر، ط 1، 2004، ص 61.

4- عبواج عذراء: محاضرات فن فنون التحرير الصحفي، ألفا الوثائق، الجزائر، ط 1، 2019، ص 156.

أ.هـ. وسيلة تعبير وإثارة العقل: الكاريكاتير يخاطب العقل قبل العاطفة فهو عملية عقلية تنطوي على الفهم والادراك والعقل.

أ.و. البلاغة والمدأولات المنتشرة: «تعتمد بلاغة الصورة الكاريكاتيرية على انتاج الرمز للإنشاء الرسالة غير المرئية»[1].

أ.ز. عملية إعلامية موجهة: الكاريكاتير مادة إعلامية تعبيرية تحمل دلائل قوية تعبر عن رأي ما، كما تحمل دلائل السنية ترتبط بسابقتها ارتباطا وثيقا.

ب. مميزات الكاريكاتير:

يتميز الكاريكاتير عن غيره بالفاعلية وسرعة تداوله وانتشار لذلك يصبح الرسام مستشرفا لما قد يحدث ولا يكتفي بنشر حدث ما وإنما يعالج ما يقع ويتوقع ما يمكن حدوثه مستعينا بحدسه. يلخص عبد الكريم سعدون مميزات الكاريكاتير على النحو الآتي:

«القدرة على إيصال رسالة بسهولة، يمتاز الكاريكاتير بقدرته على إيصال رسالته بسهولة، لاعتباره الوسيلة الغرافيكية البصرية الأكثر تقشفا وهي الخط، حتى في حالة استخدام نسق لوحي فيه. ويصنف الكاريكاتير ليس وسيلة للتعليق على الحدث إنما يتوقعه ويساهم فيه، فالفكرة المستقلة بالضرورة من انتاج الرسام ولا تخضع لتدخل الآخرين وإلا أصبح وسيلة إيضاح شأنها شأن الرسومات التوضيحية المرافقة لقصص الأطفال. وأب الرسامون على شخصية خاصة لهم تميزهم عن بعضهم البعض وأداتهم في تحريك الحدث وإثارته وتتحرك وفق الفكرة المرسومة والتي يريد الرسام ايصالها»[2].

يقول أيضا: «الحرص على أن تكون اللغة المستخدمة في الكاريكاتير على لغة عالمية تعتمد على الإشارة والتلميح لضمان وصولها إلى أكبر عدد ممكن من المتلقين وهو كذلك يشكل قاموسا لغويا فنيا مقروء منهم»[3]. يبرر عبد الكريم سعدون من خلال ما قاله حرصه على اللغة ودورها الرئيسي في المنجز الكاريكاتيري لضمان وصول الرسالة إلى طوائف كبيرة من الجماهير.

1- عبواج عذراء: محاضرات فن فنون التحرير الصحفي، ص 157.

2- عبد الكريم سعدون: ملاحظات في طبيعة الرسم الكاريكاتوري، مجلة تموز، الجمعية الثقافية العراقية، العدد 54، 2012، ص 19.

3- المرجع نفسه، ص 20.

2. وظائف الكاريكاتير:

يؤدي الكاريكاتير وظائف مهمة في مجالاته المختلفة فنجد منها ما يلي:

أ. الوظيفة الاتصالية:

الكاريكاتير خطاب ايصالي «يتحدث عن موقف أو انفعال أو حدث أو ظاهرة معينة، إنه يقول لهم شيئا، ولكن بلغة الكاريكاتيرية، فهو إذا يتصل لهم بلغة خاصة دون أن ننسى أن الكاريكاتير في الأصل نمط من الاتصال وبالتالي فهو يؤدي دورا اتصاليا»[1]. من البديهي أن الخطاب البصري الثابت كالكاريكاتير يحأول ربط اتصال مباشر مع المتلقي، والمخاطب عبر بث رسائل إذن فالكاريكاتير يؤدي وظيفة اتصالية بينه وبين المتلقي ولكن بلغته الخاصة.

ب. الوظيفة الخبرية:

يتحدد وجود هذه الوظيفة من عدمها بمقومات الخبر «فالخبر هو مادة الصحيفة مكونة من معلومات تجيب عن أسئلة كثيرة ماذا حدث؟ أين حدث؟ من هو بطل الحدث؟ فالخبر يقوم على تقديم المعلومات عن حدث معين ومحدد زمانه ومكانه وأبطاله، وهذا الخبر البسيط الخالي من التعليق والإضافة فهل يمكن للكاريكاتير تنفيذ هذه المهمة وهو يحمل في طياته مقومات الخبر»[2]. وفي هذا الشأن فإن "Agmes Geves" يعتبر الكاريكاتوري رجل الأحلام ذو القدرات والحس والخيال، يصور بطريقته ما هو ممنوع للصحفي وهذه المقولة تؤكد الوظيفة الخبرية للفن الكاريكاتيري[3]. ومثل ذلك «خبر خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي هو عملية الاستقالة التي بدأت ألغام الماضي بعد أن احتجت المملكة المتحدة بالمادة 50 من معاهدة الاتحاد الأوروبي والتي تشير إلى الحرية الفردية لكل دولة في السحب من الاتحاد عندما ترى ذلك مناسبا». يظهر لنا الرسم الحامل للعلامة الايقونية المشاشة الاتحاد الأوروبي ويمكن خروج أي عضو منه. وفي قراءة لهذا الخطاب نلاحظ أنه يوضح من الممكن أن تكون ألمانيا البلد التالي التي تنسحب من الاتحاد والتي تتمتع باقتصاد أقوى من اقتصاد الدول الأخرى. تم نشر الكاريكاتير بواسطة شبكة الأخبار في يونيو من العام الماضي على BBC بعد ظهور أخبار Breacst Movement 2016[4] وهو رسم كاريكاتيري يجسد الوظيفة الإخبارية.

1- ممدوح حمادة: فن الكاريكاتير في الصحافة الدورية، دار عشرون، دمشق، ط 1، 1999، ص 79.

2- لكحل لعجال: الكاريكاتير بنيته ومضمراته، ص 209.

3- Yve Agnès, manuel de journalisme nouvelle édition. Média plus. Constantine 2008. p : 360.

4- BBC News, Breacst Movement, 2016, www.bbc.com vue le: 24/05/2021 à 03 :00.

ج. الوظيفة الجمالية:

ينتسب الكاريكاتير إلى الفنون التشكيلية كونه يعتمد التقنيات التشكيلية، فبطبيعة الحال لابد له أن يؤدي هذه الوظيفة فيقوم بتنفيذها باتجاهين داخلي وخارجي فيضفي جمالية على صفحات المجلات والجرائد «لان بناء الصفحة له هندسيته التي تعتمد على العناوين وأنواع الخطوط والاطارات، وتقسيم وتوزيع الاعمدة والصور والرسوم، فاذا كان هذا البناء غير موفق تكون النتائج سلبية، وبدون شك فان الكاريكاتير مكانا هاما في هذا البناء باعتباره ينفذ دورا جماليا كبيرا، بالاعتماد على الانعكاس البصري يولده النظر الى صفحة الجريدة بالإضافة انه يقدم موضوعا يختلف عن باقي الموضوعات في الصحيفة من حيث أسلوب التقديم والتأخير، فهو يعتمد السخرية بينما تعتمد الموضوعات الأخرى أساليب أخرى، اما الاتجاه الخارجي يستخلص بتنمية الذوق الجمالي»[1].

لا يخلوا أي عمل ابداعي فني من الاشتغال الجمالي، ويعد الفن الكاريكاتيري فن الجمال، فلذلك يجب عليه ان يؤدي هذه الوظيفة والاشكال والخطوط التي يتميز بها لها قيمة جمالية عالية.

د. الوظيفة الإبداعية والاثارة:

وتتلخص هذه الوظيفة في ان الرسم الكاريكاتيري شكل عام يشكل مجموعات كبيرة من الرسوم التي تعالج «موضوعا واحد من زوايا مختلفة، وبكلمة أخرى فان وظيفة الاثارة الإبداعية يمكن تسميتها، وظيفة الإيحاء حيث يقوم رسم ما بالإيحاء، انتاج رسم اخر، وهذا الرسم الجديد يوحي هو الاخر برسم جديد وهكذا دواليك الا ان هذا الكلام لا يعني بالطبع ان كل الرسم يجب ان يقوم بعملية الإيحاء، وان كل رسم مستوحى من رسم اخر»[2]. تأخذنا هذه الوظيفة الى الإيحاء وتوليد رسم من رسم اخر او صورة من صورة أخرى.

يبدو ان هذا الامر ينطبق على جميع الرسوم الكاريكاتيرية فهناك من تتحفظ بتميزها وتفردها عن باقي الرسوم وبالتالي لا يمكن توليد رسم اخر منها.

1- ممدوح حمادة: فن الكاريكاتير في الصحافة الدورية، ص 68-78.

2- المرجع نفسه، ص 79؛ 86.

هـ. الوظيفة المعلوماتية:

تستند الرسوم الساخرة الى المعلومات وتتوكأ على الطاقات الذاتية المعرفية لصياغة المعلومة بطريقة هزلية وتهكمية والبعث بها الى الجمهور، فعلى سبيل المثال الخطاب الكاريكاتوري الذي نشر أثناء الحملة الانتخابية لتشريعات 2014 ويتضح من خلاله بث المعلومة الخاصة بهذا الحدث السياسي المهم ولكن بطريقة هزلية ومضحكة حتى تتمكن من ترسيخ الفكرة سواء لدى الشعب او الطبقة السياسية. إن الصورة الكاريكاتيرية وجدت لتقوم بوظائف صعبة فكل ما لا نستطيع التعبير عنه بالقلم، والكلام نعبر عنه بالريشة والرسم.

و. الوظيفة الإعلانية (الإشهارية):

إن الإشهار من حيث هو مجموعة من الوسائل التقنية لإعلام الجمهور، واقناعه بضرورة استعمال واستهلاك منتوج معين أو خدمة ما﴿فهو يعتمد على الكاريكاتير باعتباره وسيلة من هذه الوسائل فنجد العديد من النصوص الإشهارية تستعين برسوم كاريكاتيرية هزلية لتمرير رسائلها الإشهارية وانجاحها وهذا ما يؤكده الباحث "John Barnicoat" حيث قال: «إن الهزل عنصر أساسي في الحياة وكثيرا ما استعمل في تقديم المنتوج لأنه يصنف نوعا من الطرافة على الصورة الإشهارية ويجعله ذا قابلية الاستهلاك عالميا فالهزل يوفر الاسترخاء إضافة إلى ذلك فإن التلاعب بالكلمات وتشويهها يسهل عملية الاستيعاب».[1] يؤدي الرسم الوظيفة الإعلانية، ويرتبط مضمونه بشكل أساسي باسم البضاعة المراد تصريفها والمقصود بها الإعلان وخاصة التجاري منه بشكل واسع.

ز. الوظيفة التعليمية:

يوظف الكاريكاتير أيضا لخدمة أغراض تربوية في المدارس والمؤسسات العمومية، وهذا لحاجة الأطفال خاصة إلى الضحك حتى لا يتسلل الملل إلى النفوس فيضعف اهتمامهما ويشتت انتباههما ومثال ذلك الصورة المضحكة مع كتب السنوات الابتدائية. للصورة الكاريكاتيرية القدرة الاقناعية التي تتميز بها وتؤهلها لأن تكون ناقلة للواقع ومعبرة عنه، فأصبحت كاشفة عن مضامينها ومعانيها، فارضة حضورها في جميع الوسائل الإعلامية وبكافة وظائفها التي تئدي عدة مهام في مجال الصحافة المكتوبة خاصة. تعددت الوظائف

1- ممدوح حمادة: فن الكاريكاتير في الصحافة الدورية، ص 211.

في الصور الكاريكاتيرية والهدف هو إيصال الفكرة ومعالجة ما يمكن علاجه قدر الإمكان وكذلك تنوير الرأي العام فالخطاب الكاريكاتيري يختلف عن غيره من الخطابات العادية فهو لا يخضع لشروط ولا تقيده لغة ويعتبر من أهم الوسائل التبليغية المختلفة الشكل والمتحدة في الهدف، استثمرها الإنسان لغرض التواصل والتأثير في الملتقى من حيث هو حطاب اشهاري ثابت له القدرة على تجاوز المعنى وفتح باب التأويلات أمام القارئ واشراكه في وضع حلول للأزمات.

3. أنواع الكاريكاتير:

يبنى الخطاب الكاريكاتيري على عدة أنساق لذا يمكن تقسيمه إلى عدة أنواع حسب معايير مختلفة.

أ. حسب الموضوع:

أ.أ. الكاريكاتير السياسي:

يتطلب ثقافة واسعة وواعيا بالمواقف، السياسية، الداخلية، والخارجية وإحاطة شاملة بالأحداث التاريخية قديمة وحديثة، يستهدف النقد السياسي على غرار الانتخابات، العدوان الإسرائيلي على غزة، وغيرها. «والكاريكاتير السياسي هو ذلك الكاريكاتير الدي يعالج موضوعا سياسيا مباشرا ويلمح بشكل غير مباشر إلى موضوع له علاقة بالسياسة هذا النوع من الكاريكاتير غالبا ما نجده في الساحة السياسية له سلطة التأثير في صنع القرار السياسي أو راجح صاحب الرسوم في تحريك الرأي العام حول قضية معينة»[1]، يمكننا القول إن له مهمة تحريضية تحفيزية.

أ.ب. الكاريكاتير الاجتماعي:

يهدف هذا النوع إلى نقد المجتمع وظواهره المختلفة، وهو الرسم الذي ينهل أفكاره ومضامينه من الواقع الاجتماعي وكذا نقد السلوكيات المعيبة ومحاولة تقويمها، «وهو النوع الذي يتنأول سلوكيات الأفراد في ضوء ما يحكم المجتمع من عادات وتقاليد وأحداث السالب منها والموجب»[2]. ويتلخص دوره في محاربة الفساد والرشوة والمحسوبية وغيرها من الظواهر

1- لكحل لعجال: الكاريكاتير بنياته ومضمراته، ص 132.

2- المرجع نفسه، ص 132.

الاجتماعية غير السليمة ويسمى أيضا بالكاريكاتير الإنساني لأنه يرسم الإنسان سلوكيا وإنسانيا.

أ.ج. الكاريكاتير الاقتصادي:

وهو نوع يتطرق «للمواضيع والأفعال الاقتصادية ويقدمها في خبر اقتصادي مطبوع بالسخرية والهزل، من هذه المواضيع ارتفاع الأسعار، حصحصة البنوك، وغيرها من المواضيع الاقتصادية التي يمكن أن يتنأولها الرسام الكاريكاتيري مع شكل من الشعرية والتهكم»[1]. يكون هذا النوع مقترنا بحدث اقتصادي كالأزمات الاقتصادية العالمية، وانهيار أسعار البترول ومهمته الإشارة إلى الحدث وعرضه على الخبراء الاقتصاديين والمتحدين أيضا وتنبيه مرتفعات هذه الأزمات والمساهمة في حلها أحيانا وكل هذا يعرض في أسلوب ساخر[2].

أ.د. الكاريكاتير الفكاهي:

ويعتمد على النكتة والإضحاك لكنه لا يمنع من أن يكون خطاب له مغزى.

أ.هـ. الكاريكاتير التسجيلي:

يتركز في تصوير شبه طبيعي لحركات وأوضاع ذات دلالة مهمات محددة وقد لا تكون واقعية «إلا أنها تدل على حدوث أمر هامو قد يكون الرسام الكاريكاتيري مصور الحادث ما أو ظاهرة ما وقعت أو ستقع أي أنها ليست خيالية أو مستبعدة، بل أنها قد تحدث في أي وقت وبالصورة التي رسمها ذاتها»[3].

ب. حسب الشكل:

ب.أ. الكاريكاتير الحيواني المقنع:

يستعين الرسام الكاريكاتيري بالحيوانات لغرض جعل الشخصيات مقنعة «فيستعين بصفات الحيوانات مع رسم ما يرمز لشخصية الإنسان وهو يستعمل كثيرا عندما نريد إعطاء حكم على شخصيته وإعلام جمهوري بنوعية تلك الشخصية المرسومة سلوكها»[4].

1- لكحل لعجال: الكاريكاتير بنياته ومضمراته، ص 132.

2- المرجع نفسه، ص 133.

3- حمدان خضر السالم: الكاريكاتير في الصحافة، ص 41.

4- المرجع السابق، ص 218.

ج. حسب النص الأدبي:

يقسم الدكتور عاطف سلامة الكاريكاتير على أساس وجود النص الأدبي فيه كالآتي:

ج.أ. كاريكاتير دون نص:

«يكتفي فيه الرسام بالصورة فقط للتعبير عن قضية معينة، ووصف شخصية ما دون ارفاقها بنص مكتوب أو جمل تعليقيه، توضح مضمون النص أو قد يرفق الرسام الصورة بجملة (دون تعليق) التي يؤكد بعض الرسامون أنها بمثابة التعليق الأدبي المناسب لها ليترك مجالات التأويل والقراءات واسعة أمام المتلقي الذي يحأول بدوره فك طلاسمها والقبض على دلالاتها»[1]. يعني خلو الصورة الكاريكاتورية من النص التعليقي وترك مساحة لتأويل المتلقي وفهم الخطاب.

ج.ب. الكاريكاتير مع نص تعليق:

ويعتمد فيه الرسام على نسق غير لغوي تمثله الصورة ونسق لغوي تمثله جملة تعريفية أو عناوين مرادفة للصورة، أو قد يشمل على بعض الجوازات التي تدور بين الشخصيات الكاريكاتيرية لتعمل كمؤشرات تساعد على إيضاح مضمون الخطاب وتقريبه للمتلقي بغية إيصال الرسالة كاملة له[2]. ويدخل أيضا في تقسيم خطاب الكاريكاتير معيار من هما.

ج.ج. الكاريكاتير بورتريه:

يتمثل هذا النوع في رسم وجه شخصية مشهورة في عالم السياسة او الفن او كرة القدم ويعتمد على تشويه بعض الملامح كإبراز الانف وتضخيمه او توسيع العينين او تعريض الجبهة وتكبير حجم الرأس بغية السخرية منه وفسيخ صورته «بمعنى رسم وجه الشخصية بشكل هجائي يعتمد المبالغات والتشويه مع انه قد يكتفي برسمها على حالها دون اللجوء لتغيير ملامح الشخصية»[3].

ج.د. الكاريكاتير الرياضي:

يسارع لتصوير الحدث في الساحة الرياضية فينشر بطريقة ساخرة الى مشاكل اللاعبين محليين كانوا او دوليين الاسرية او الرياضية التي تؤثر مباشرة على مستواهم الفني.

1- لكحل لعجال: الكاريكاتير بنياته ومضمراته، ص 218.

2- المرجع نفسه، ص 134-135.

3- المرجع نفسه، ص 133.

يهدف الى تقديم رسومات تعبر عن وجهة نظر الناقد الرياضي في قضية ما او موضوع معين يخص لاعب كرة القدم المشهور له ازمة مثلا مع ناديه او يعاني من مشاكل اسرية تؤثر على مشواره الفني[1].

د. حسب الإنجاز:

د.أ. الكاريكاتير الصامت:

وفيه يخلو الرسم عادة من الكتابة، سواء داخل مساحة الرسم او تحته، «ويعتمد على عرض الفكرة من خلال الرسم فقط ومثل هذا الكاريكاتير الذي لا يقبل تعليقا يعد من أرقى مراتب التعبير وهو استعمال شائع في الصحافة وهو يحتاج الى درجة عالية من الفكر لتلخص في أشكال تعطي النظرة الأولى وهو أشبه بالبانتوماتم في المسرح»[2].

د.ب. الكاريكاتير الرمزي:

غالبا ما يكثر استخدام هذا النوع في الصحافة ويعتمد على استخدام «الرمز الذي يستطيع التعبير عن المعاني التي يصحبها تصورها لذا الرمز يكون تكوين بسيط واضح ومرتبط بالمعاني المقصود بغصن الزيتون رمز السلام والأرز رمز البنان»[3].

د.ج. الكاريكاتير المباشر:

وهو يعتمد على «الدلالة الصريحة ولهذا فهو بسيط في تركيبه الفكري وقد يستعين بالأساليب الأخرى كعوامل مساعدة في بناء الفكرة ويعتمد على التحليق الذي يوافق النص»[4].

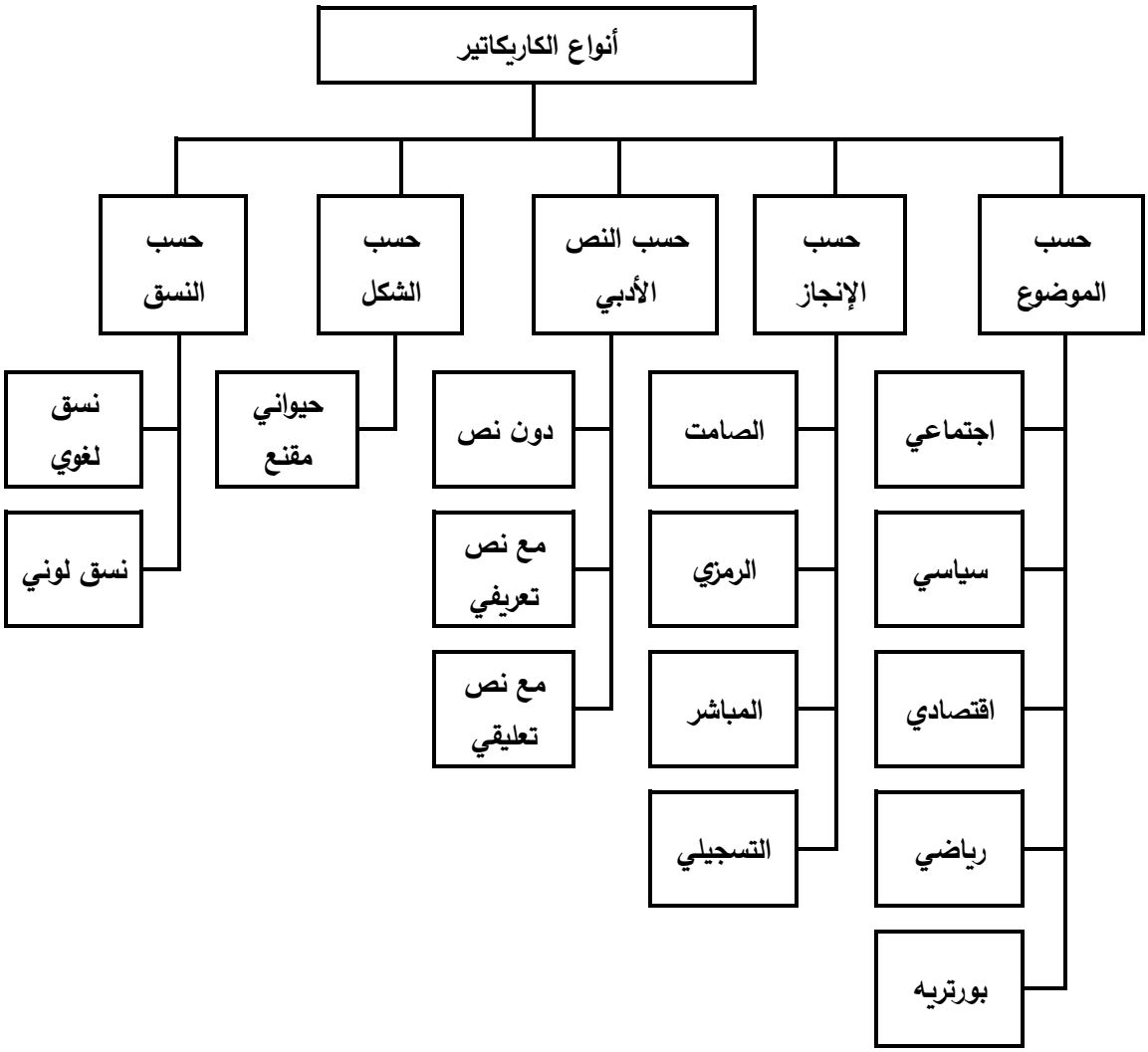
1- مجدي عبد العزيز: التحرير الصحفي علم وفن ومهارة، مجلة دراسات صحفية، العدد 4، المعهد الدولي العالمي للإعلام، 2010، ص 22.

2- حمدان خضر السالم: الكاريكاتير في الصحافة، ص 41.

3- المرجع نفسه، ص 41.

4- المرجع نفسه، ص 41.

الشكل رقم 3: أنواع الكاريكاتير[1]



1- ينظر: لكحل لعجال: الكاريكاتير بنياته ومضمراته، ص 220.

III. تأثير الكاريكاتير كفن ساخر:

1. الكاريكاتير سيميائيا:

إن حضور الصورة في الخطابات البصرية كالإشهار والكاريكاتير ليس حضورا احتياطيا ومجانيا هو مقصود من أجل تحقيق غاية محددة سابقا عند منتج الخطاب الساخر ذلك بأنه يختلف من خطاب إلى خطاب آخر فيعبر عن أشياء كثيرة.

أ. اللغة والصورة:

يقول "رولان بارت" «لا وجود للأيقون الأخريين أبدا» فعند حديثنا عن الصورة نقصد رسالة بصرية تشبه أخرى لغوية في أداء المعنى وتبليغ الفكرة، يقول عبد الله الغزامي «بإمكان المرء أن يشاهد أي صورة دون الحاجة إلى اللغة، ولا يحتاج إلى سياقات ثقافية ولا فكرية كي يفهم الصورة»[1]. ولهذا يفتح بالتأويلات ويوسع دائرة المتلقي لها.

ب. السنن اللغوي:

يرتبط السنن اللغوي عادة بالتكثيف والإنجاز، ويحضر في الصورة لتعم وتقوية المعنى، فيقوم بتوجيه عملية التأويل المرتبطة بالمتلقي لسنن ايقوني.

«فالصورة شأنها شأن الكلمات، والأشياء التي لا يمكنها أن تنفلت من لعبة المعنى كما لا يمكنها أن تخرج عن حدود الخطاطة التي يرسمها جاكسون لعملية التواصل»[2]. يحيلنا هذا القول إلى عملية الإنتاج تتوقف على إثبات الذي يبعث الرسالة البصرية إلى المتلقي. «ويرى بارث أن للصورة ثلاثة رسائل لغوية:

- **الرسالة الأولى:** اللغوية، الكتابية، الالسنية.
- **الرسالة الثانية:** الصورة التقريرية، الأجسام، الصور.
- **الرسالة الثالثة:** بلاغة الصورة»[3].

نستنتج مما سبق أن انتاج الصورة يتوقف على الباث الرسام، الذي يبث رسالته البصرية إلى متلق عبر وسيط أو قناة لأن الصورة تتجاوز المعنى أحيانا، لأن كل ما يحيط بنا عبارة عن مجموعة رسائل وخطابات موجهة للفهم والتأويل.

1- عبد الله الغذامي: الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة وبروز الشعب، المركز الثقافي، بيروت، 2005، ص 102.

2- شمس بوعزيزي: السيميولوجيا الاجتماعية، مركز الدراسات، الوحدة العربية، لبنان، ط 1، 2010، ص 112.

3- محسن عمار: الاشهار التلفزي، قراءة في المعنى والدلالة، مجلة علامات، العدد 18، المغرب، د.س، ص 103.

ج. المستوى التعييني:

في هذا المستوى نقرأ الرسالة التشكيلية والإيقونية والسانية وكل المعلومات التي تتوفر عن طريق الرؤية أي مجموع الدلائل التي توضح معنى الرسالة في الصورة الكاريكاتيرية.

ج.أ. الألوان:

تكتسب الألوان في الصورة الهزلية الساخرة إضافة إلى دلالاتها الطبيعية، «والحقيقية، دلالات اجتماعية نفسية جديدة، بفعل ترسبات را مركونة، أو أحداث مادية، أو نتيجة لما يملكه اللون ذاته من قدرات تأثيرية، وما تحمله من إيحاءات معينة تؤثر على الانفعالات الإنسان وعواطفه»[1].

لا تستغني الرسومات عن الألوان فهي مكملة لها، وتزيد من وضوح المعنى وتقريبه، فهي تحمل دلالات عديدة لها تأثير عالي التوتر على المشاهد لأنها مجموعة من الايحاءات التي تؤثر في نفسية الإنسان إما سلبا أو إيجابيا، وأقرب مثال: بقرة بني إسرائيل ولونها الأصفر الفاقع الذي بصفة علاجية تريح الناظر كما يقول في كتابه العزيز قال: «قَالُواْ ٱدۡعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّن لَّنَا مَا لَوۡنُهَاۚ قَالَ إِنَّهُۥ يَقُولُ إِنَّهَا بَقَرَةٞ صَفۡرَآءُ فَاقِعٞ لَّوۡنُهَا تَسُرُّ ٱلنَّٰظِرِينَ ٦٩» [سورة البقرة: 69] بالإضافة إلى ذلك فهذا اللون يبعث على المسرة والراحة النفسية، ولا يشترط في توظيف الألوان المعروفة الجمالية للرمز ودلالته.

غالبا ما ارتبط اللون عند الأمم العابرة بالأساطير، ولأنها في الأساس تطبع تاريخا للألوان مع معانيها المثقف عليها اللوم، ومع ذلك لا يمكننا استبعاد طابعها المحلي، المتعلق بالدين والعادات والتقاليد ... إلخ، لأن كل شعب أو مجموعة بشرية تحمل الألوان دلالاتها الخاصة، فاللون الأبيض عند المسلمين يعبر عن الصفاء والنقاء والفرح أما في بلاد الهند فيستعمل عند الموت كدلالته على الحزن وغيرهما من الاختلافات الثقافية لدى شعوب العالم منذ الأزل. «لا وجود لترسيمه جاهزة ومطلقة لتأويل الألوان، إن الأمر يتعلق بحساسية خاصة تجاه محيط المؤول، وتجاه ثقافته وتاريخه الآخرين أيضا»[2]. تخضع دلالة الألوان إلى التأويل النسبي ولا تخرج عن إطار الرؤية المسيطرة داخل المنجز الكاريكاتوري.

1- أحمد مختار عمر: اللغة واللون، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط 1، 1997، ص 199.

2- السعيد بنكراد: السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها، ص 105.

نأخذ مثلا قضية تجاوز اللونين الأسود والأبيض فسيطرة اللون الأسود على تلك الخطابات وعلى الخطوط المستعملة، والكتابات الموظفة، وما يحمله ذلك اللون من تشاؤم وحزن للدلالة على التوتر وقساوة الوضع في فلسطين وغيرها من الدول العربية.

ج.ب. الشخصيات والرموز:

تعتبر الشخصيات في الصور الهزلية عن الأيقون الفني في الصورة وتمثل دلالة معينة في الفن الكاريكاتيري فنختار بعناية من قبل الفنان. تمثل شخصية حنظلة في رسومات ناجي العلي الكاريكاتيرية علامة ايقونية ذات توجه سياسي وموظفة كرمز للمرارة التي يتجرعها الفرد الفلسطيني عامة والفنان خاصة يقول ناجي العلي «ولد حنظلة في العاشرة من عمره وسيظل دائما في العاشرة، ففي تلك السن غادر فلسطين، وحين يعود حنظلة سيكون بعد العاشرة، ثم يبدا في الكبر، فقوانين الطبيعة لا تنطبق عليه الا استثناءا، كما هو فقدان الوطن استثناء»[1].

يمكن ان نفهم ما يقصده الفنان انه اختار رمز القضية كما كان الحال في أسماء شخوص أخرى مثل "أبو نظارة" ومن الملاحظ ان حنظلة شاهد العصر الذي لا يموت فهو دائما مكتوف اليدين. ومن وجهة نظرنا انه قام بتكبيل يديه حتى يبدوا أولا انه بعد 1973 النكبة والعاتية السلام التي تحلت الفلسطيني، وبذلك أصبح عاجزا على الدفاع عن نفسه، او انه يرفض مشاركة في عملية السلام المزعومة والحلول المقترحة ويعطي الحرية لحنظلة لأنه شخصية ثائرة ترفض التطبيع. اما الرموز في الرسوم الساخرة فهي عديدة ومتعددة فالحجارة تدل على الانتفاضة والصمود، والمقاومة ولا نقف عند هذه العتبة فقط فهناك أيضا رموز عديدة اللباس، ورموز المرأة، وغيرها.

تخلق الصورة الكاريكاتيرية جو من المتعة والفرح أدى مشاهدتها ولو لبرهة، فتدعوا الى التفاعل، وتتيح للذهن ان يتابع مسار النكتة مع مسار الرسم الذي يهيئه لنا الرسام، لكن طابعها الهزلي لا يمنع من كونها تحمل زخما كبيرا من المعلومات والآراء.

بالرغم من ظهورها في رسوم تبدوا بريئة وبسيطة الا انها تحمل دلالات عميقة، فأصبحت تلك المربعات التي تحوي الألفاظ والخطوط فضاءا ساخرا جزئيا لكن ضمن رموز وشيفرات تخدم الموضوع الذي يعتبر «مأساة مدينة القدس وخاصة ما يحيط بها من اسلاك شائكة التي

1- محمد عتيق: ثقافة الصورة دراسة اسلوبية، مجلة جامعة القدس للأبحاث والدراسات، عدد 18، 2010، ص 5.

تظهر وراء صورة المرأة، لقد استعملت الفنانة بياض العينين والعبارة المكتوبة لتذكير القارئ بقصة سيدنا يوسف عليه السلام، الشكل تحشد الفنانة عددا من مقومات التراث الشعبي لتصوير الحدث، فكسر الجرار الفخارية وراء شخص يدل على الفرح برحيل ذلك الشخص والكراهية له وهو ما يدل حاليا في اللوحة التي يكسر الفلسطينيين الجرار الفخارية وراء الإدارة الإسرائيلية الامر الذي يليه تعبيرا عن رفضه لها»[1].

من المهم أن يمتلك الفنان آلية اختيار عبارات التناص التي تحدث وقعا وتأثيرا بالغا في نفسية القارئ المتلقي للصور. يعمل البناء الفني للرسم الكاريكاتيري على توظيف أشكال التناص القريبة إلى ذهن المتلقي ووجدانه، لأن دلالته تتسم بالشفافية والعفوية وخاصة في الموروث الشعبي.

ج.ج. الترميز (الرمز):

انطلاقا من كون الرسوم الهزلية بنية لغوية تصويرية موجبة ومكثفة يفرض عليها تشخيص التاريخ باستعمال الرمز «فيلجأ إلى الرمزية لكي يعبر لها على ظاهرة اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية، بصورة جذابة، تلخص عديد الأفكار الأخرى فالنكتة والكاريكاتير كفن ساخر وتهكمن يستدعي وجود عين لاقطة تستأثر بالإشارة المحيطة وتستلهم الأفكار الاجتماعية وغيرها، مما يلبي حاجة الرسوم والموضوعات وبالتالي المتلقي»[2].

يحيلنا هذا القول إلى أن الترميز أو الرمز أسلوب يدخل في البناء الفني للصور الساخرة، وغيره من الأساليب التي يستعملها الرسام شرط أن يكون الرمز واضحا ومستلهم مما يحيط بنا. «فالرمز هو أداة ذهنية أو مظهر من مظاهر فعالية العقل البشري، أنه شكل كلي متصل بذاته ... كل يحل محل الشيء بطريقة المطابقة الثابتة وإنما بالإيحاء بوجود علاقة متعارف عليها مثل: المصباح الأحمر في الطريق، تعارف الناس عليه أنه إشارة لمعنى (قف) وليس لمعنى آخر»[3]. تقدم رسوم تحوي رموز معينة: الشعار الذي صور رمز يميز مذهبا أو شعبا

1- محمد عتيق: ثقافة الصورة دراسة اسلوبية، ص 7.

2- عاطف سلامة: ثقافة النص في الرسم الكاريكاتيري وتأويلات المتلقي، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الدولي بغزة، 2014، متاح على الموقع www.alcornish.com.

3- عادل مصطفى: دلالة الشكل، دراسة في الاستطيقا الشكلية وقراءة في كتاب الفن، دار الهنداوي، ط 1، 2018، ص 27.

أو شخصا يصاع ويكون قصيرا وبليغا "الشكل" فالصورة للرسام محمد جلال تمثل شعارا متفق عليه.

2. البناء الفني للصورة الكاريكاتيرية:

يعتمد الرسام الكاريكاتيري في منجزه مجموعة من الرموز والأساليب الفنية المستمدة من الواقع، مما يثبت أنه يحمل ما يشبه محمل الجد، وأن للمتلقي تصورا مسبقا عما تتضمنه تلك الرسوم الهزلية، مما تجعله متطلعا إلى مكاشفة حقيقتها وعمقها. فبالرغم من بساطة الرسوم إلا أن ما تحويه من دلالات ومعاني عميقة لغامضة في بعض الأحيان عملية لها طابعها الخاص المغاير تماما عما يألفه القارئ الذي عليه التدقيق في اكتشاف ما يريد قوله الرسام وما يحسه أو يرمي إليه.

أ. التناص:

تبرز ظاهرة التناص في الصورة الهزلية كأسلوب فني يستخدمه الرسام من خلال استحضار التراث الذي يشتمل على المعتقدات التراثية، أو طلب الاستعانة بالقصص القرآنية، وتوظيفها في سياقات مختلفة ينسجم مع مضامين تلك القصص، أو جلب شخصيات وأحداث تاريخية في حقب زمنية مختلفة، وربطها بما يحدث في الزمن الحاضر، حيث تحل الصورة محل الحروف والمفردات والتركيب المنجز الكاريكاتوري، فهي نص بصري يحمل رسالة لها مكوناتها وعناصرها الخاصة، كالخطوط، والأشكال «التناص حسب توظيفه وظهوره نوعان، تناص ما هو (الوعي، الشعوري) يدخل ضمنه التضمين والاقتباس، وتناص لا شعوري (تناص الخفاء) فاللوحة المنجزة إنما هي مجموعة رسومات الآخرين بعد أن هضمت الرسوم التي سبقتها لتحويلها إلى منجز من جديد»[1].

يكون النص عادة في اللوحة الكاريكاتيرية هو المستهدف للتناص، ويمتاز بتقنية دمج عالية بين الصورة وعبارات التناص، وتسليط الضوء على بعض ثنائي الكاريكاتيريين استعملوا التناص في أعمالهم. قدمت أمية جحا نصا بصريا قد استحضرت فيه بعض قصص الأنبياء والمرسلين، وعمدت مقارنة دلالية بين القصة القرآنية، وشخصيات الواقع الراهن ورموزه كونه ما تصوره اللوحة الآتية: التي تختزل مقارنة بين مأساة سيدنا يوسف عليه السلام، ومأساة

1- عادل عبد المنعم القضاة: تراث ابن عباس، تناص الشكل الفني فيما بعد الحداثة، كلية الفنون الجميلة، جامعة بابل، العراق، ط 1، ص 594.

الشعب الفلسطيني، إذ تحيلنا الصورة كما تقول إلى قوله تعالى: «وَتَوَلَّىٰ عَنْهُمْ وَقَالَ يَٰٓأَسَفَىٰ عَلَىٰ يُوسُفَ وَٱبْيَضَّتْ عَيْنَاهُ مِنَ ٱلْحُزْنِ فَهُوَ كَظِيمٌ ٨٤» [سورة يوسف: 84] يقول السعيد بنكراد: «تعتبر الصورة ارسالية بصرية تضم بين جنباتها علامات أو أيقونات يفهمها المتلقي مستعينا برصيد وخلفية اجتماعية، ثقافية، ومكتسبات فكرية منهجية»[1]. «وتأتي واقعية، تأخذ صورة مشهد وموقف، وشخصية، كما قد تأتي تجريدية تعبيرية صعبة على الفهم، وهذا التجريد والغموض ليس عيبا في ذاته بقدر ما هو من السمات الإيجابية التي ترسخ ثراء الصورة ومعناها المضموني لنستدعي بذلك جهادا تأويلا لأنها أيقونة تحمل إلى الشيء الذي تشير إليه بفضل صفات تمتلكها خاصة بها وحدها»[2].

بما أن الصورة خطاب بصري مستقل بالعلامات فهي ليست عصبية على المتلقي من النخبة فهي ثرية مضمونيا ويسودها الغموض ومتعددة التأويلات، «وبما أن الصورة الهزلية الساخرة كنوع من الصور فهي تستدعي أكثر من غيرها، جهادا تأويليا حتى يتمكن القارئ من فك شيفراتها والغوص في مميزاتها»[3]. تلخص الصورة الكاريكاتيرية المواقف الكبرى في لمحة ضيقة معبرة عن موقف أو حالة، وتختلف دلالاتها من مجموع لآخر.

3. الكاريكاتير بين النقد والسخرية:

يتحدى الرسم الساخر الوضع الراهن بالنكتة وهو من أهم الفنون الناقدة والاحتجاجية التي تتكلم الحقيقة بشكل رمزي وبأسلوب جريء، فيعتمد لهجة تهكمية، تحمل بداخلها مضامين قوية عن قضايا إنسانية مثل الهجرة، الأوبئة وغيرها فيخاطب أيديولوجيا معينة، فهو سلاح بين يدي حامله متحد بتلك العادات والتقاليد غير العادلة، سواء بأدوات مرئية أو سمعية أم حركية يستعمل الكاريكاتير أسلوب الرمز ليتكلم بجرأة ويتباهى مع قضايا المجتمع. هذا ما يقودنا إلى تساؤلات كثيرة منها: هل الكاريكاتير فن يتدرج ضمن النقد البناء أم مجرد إضحاك الناس أو السخرية ومنهم؟

1- عادل عبد المنعم القضاة: تراث ابن عباس، تناص الشكل الفني فيما بعد الحداثة، ص 133.

2- المرجع نفسه، ص 134.

3- حمادة محمود الخضر: فن الكاريكاتير من جدران الكهوف إلى أعمدة الصحافة، ص 45.

أ. الكاريكاتير والنقد:

الكاريكاتير إحدى وسائل النقد والهجوم معا، إذ تتعانق اللغة مع الصورة مشكلة خطابا واحد، هجائيا ناقدا، مركزا على المضمر والمسكوت عنه، متملصا من أعين الرقابة، ومستعينا بالاتحاد مع اللغة الرمزية ليفسح المجال لتقصي الأنساق المضمرة وفهم الخطاب الموجه إليه أمام القارئ.

أ.أ. نقد الظاهرة السلوكية:

تقوى الرسوم الساخرة نبرة نقدية متميزة وعالية تعمل على معالجة القضايا الجادة بأسلوب هزلي تام عن طريق «استخدام أساليب فنية مستوحاة من طبيعة الظاهرة، وهذا ما نجده في الصحف الجزائرية على سبيل المثال حيث اتجه الكاريكاتير الصحفي الجزائري خلال فترة الأحادية الحزبية نحو نقد الظواهر الاجتماعية التي كانت تعوق مسيرة التنمية المأمولة من قبل الدولة مركزا على توظيف تقنية l'hamochrenison الخاصة بنقد السلوكيات المواطن الجزائري البسيط نسبة قدرت ب 56.64% تنأولت تلك الرسوم عادات سلوكية وتصرفات سيئة مثلت في طابع هزلي ومضحك، بهدف لفت الانتباه إليها وكشف نقائصها إلى المتلقي، قدمت جميعها في شكل أحداث واقعية كما اصطلح على تسميته كاريكاتير الحالة»[1].

أ.ب. نقد الجسد:

يمثل الجسد بوصفه خطابا أولى عناصر النقد الكاريكاتيري لارتباط معانيه المنفتحة، بمدللات بحثية منها، الدينية والفلسفية والجمالية وغيرها. كما يوضح ذلك في الصحف الوطنية، «ركزت الرسوم الكاريكاتيرية التي نشرت في الصحافة الوطنية في ممارستها العملية النقد الاجتماعي والسياسي على توظيف تقنية المبلغة في عرض الخطوط الفيزيائية للجسم l'escagerationt من خلال إظهار عيوبه وتحريف خصائصه المادية عند عرضه للفكرة الكاريكاتيرية، هو أسلوب ارتبط باعتماد قديم مفاده أن ملامح الإنسان عبارة عن تحليات لروحه كلما مالت ملامحه الجسمية للمسخ»[2].

1- جنان سيد علي: الصورة الكاريكاتيرية في صحيفتي الخبر و2IIBERT أثناء الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009/04/09، دراسة تحليلية سيميولوجية، ص 65.

2- لكحل لعجال: الكاريكاتير بنياته ومضمراته، ص 263.

«ومع ذلك احتل هذا النوع من الكاريكاتير الصحفي الجزائري المرتبة الثانية بنسبة قدرت ب 28.3% الصورة. كما وظف الكاريكاتير في الجزائر إلى جنب تلك التقنية الكاريكاتير الحيواني المقنعles zoomorphismes ، في معالجة القضايا السياسية على وجه الخصوص، إن هذه التقنية لا تحتاج إلى تعليق، وإطلاق نكتة ما بل هي تحسين مطاع لسمات الشخصية»[1]. تعد هذه التقنية من أقوى التقنيات الموظفة لأنها، نابعة من تحليل النفس البشرية المنتقدة لاستخلاص وجه الشبه بين الشخصية والحيوان بغرض إقامة الحجة عليها وتحقيق الانتقاص منها.

أ.ج. نقد الوجه:

يقوم الرسام الكاريكاتيري بنقل تفاصيل الوجه الخاصة بالشخصية المرسومة بأمانة ودقة متناهية حتى يتمكن المتلقي من التعرف عليها مع التركيز على بعض التغيرات لممارسة النقد المطلوب «يعتبر الوجه مكانا مناسبا جدا لاحتجاز الرهينة عن طريق ابتكار أساليب تشويهية متخذة من طبيعة تكون بمثابة لسان حال الشخصية السياسية المنتقدة»[2]. فنقد الوجه يعتمد على حدس الرسام وذكاءه وجرأته لتجسيد هذا النقد الذي يكمن أصلا في إبراز تقاطيع وملامح الوجه مع المبالغة والتضخيم. «لم تسجل الصحف الجزائرية مثل هذه النماذج التي تحاكي هذا النوع من الرسوم حيث قدرت نسبتها الاجمالية ب16.3% تتأولت شخصيات معروفة على الساحة السياسية»[3].

إن ثمة علاقة بين النقد وقت الساخر لأن الفنان جبل على الثورة والتمرد على الواقع وعدم رضاه عما هو سائد لا حوله، فيلجأ إلى مخاطبة الشعور ويقوم بشحذه باستمرار ليبقى في قمة توهجه وحيويته.

ب. الكاريكاتير والسخرية:

بما أن الشعر ديوان العرب ولسان حالهم لم يخلوا البتة من عنصر الفكاهة والسخرية، فعند ربطهما بالأشكال الفنية التي تتضمن صيغا كاريكاتيريا. يصر الشعر العربي على إعطاء صورة مضحكة مليئة بالدعاية والفكاهة، والعمل على إراحة النفس والترويح عنها، فيعمد إلى

1- لكحل لعجال: الكاريكاتير بنياته ومضمراته، ص 264.

2- المرجع نفسه، ص 264.

3- المرجع نفسه، ص 265.

السخرية المرة والجارحة، في جانب معين أو تضخيم العيب لتكون الضحكات قهقهات عالية وكجلجلة لدى السامع ولتوضيح هذا الأمر يمكن أن نقف عند شعر المتنبي وهو يقول:

«لَقَد أَصبَحَ الجُرذُ المُتَغَيّر أَكثَرَ الحَنَايَا صَرِيعَ العُطبِ
رَمَاهُ الكِنَانِيُّ والعَامِرِيَّ وَتَلاَهُ للوَجهِ فِعلَ العَرَبِ
كِلَا الرَّجُلينِ اتلَا قَتلَهُ فَأَيُّكُمَا غَلَّ حُرَّ السَّلَبِ
وَأَيُّكُمَا كَانَ مَن خَلفِهِ فَإِنَّ بِهِ عَضَّةً فِي الذَّنَبِ

يضعنا المتنبي أمامك صورة تصل في سخريتها إلى حد كبير وخاصة في البيت الأخير عندما سأل: أيكما كان من خلف هذا الجرذ لأن به عضة في الذنب»[1]. هذا الرسم بالكلمات تركته ريشة المتنبي حيث مر برجلين من بني كنانة والأخر من بني عامرو هما يصيدان فأرا ويصرعانه ويتفاخرا بفعلهما. «كما لم يخلوا النثر العربي من المواضيع الهزلية والساخرة حيث نجد من أبرزها المقامات»[2]. التي انتشرت في العهد العباسي منها مقامات بديع الزمان الهمذاني التي تزخر بالحس الفكاهي والأسلوب الساخر من الحياة الاجتماعية في ذلك العصر، وتضفي لمسة كاريكاتيرية بالمفهوم الحديث على واقع الحياة في تلك الفترة. فحديثنا عن الكاريكاتير في الشعر لا يعني تداخله مع فن الكاريكاتير وإن ما يجمعهما السخرية بمعناها المصر على إعطاء صورة مضحكة.

ب.أ. شروط نجاح الرسم الكاريكاتيري:

تبدو السخرية في تاريخ الفن تقنية أساسية تدفع العقل إلى التفكير والمساءلة، وبالتالي إلى الوعي والاختيار، ومن هذه الفنون النقدية فن الرسم الساخر أو الكاريكاتوري، وإن توفر السخرية في الرسم الكاريكاتيري لا يكفي لنجاحه، ولهذا يجب توفر الشروط الملائمة ومنها:

الموضوعية: أي أن الرسام عند ما يبحث عن المفارقات فإنه يبحث عنها في موضوعه بالذات وليس خارجه فمثلا «عندما يقوم برسم كاريكاتير ما عن رجل سياسة فإنه يجب أن يثبت في نقاط ضعفه لا عن نقاط قوته بمعنى أن الرسام يستطيع الحفاظ على الموضوعية في رسمه بتصوير المفارقات الموجودة في الموضوع مهما كان الأمر معقدا دون اللجوء إلى الاختلاف

1- الواحدي: شرح لديوان المتنبي، تح: ياسين الأيوبي وقصي الحسين، دار الرائد العربي، بيروت، لبنان، د.ط، 2018، ص 34.

2- مصطفى الشكعة: بديع الزمان الهمذاني رائد القصة العربية والمقالة الصحفية، عالم الكتب، ط 1، 1983، ص 368.

والمغالطة»[1]. من المعيب أن نتهم أشخاص بالاختلاس مثلا، وقد اتسموا بالشرف والنزاهة، فعلى الرسام البحث في الطباع والسلوك إذا أراد النقد. ونأخذ أيضا معالجة بعض الظواهر في مجتمعات وغائبة في مجتمعات أخرى مثل ظاهرة الإدمان في مجتمع لا يعاني منها أساسا.

الحيوية: وهي من أهم الشروط الواجب توفرها في الكاريكاتير ويمكن تلخيصه «باختيار الموضوع الذي لم يخرج عن التدأول والذي يحظى باهتمام القراء، وليس الموضوع الذي عفي عنه الزمن ولم يعد موضوعا هاما مثلا: فن الكاريكاتير الاجتماعي ومعالجة موضوع غلاء الأسعار مباشرة وليس بعد فترة زمنية طويلة لأن الجمهور سوف يتفاعل مع هذا الرسم ويتفهمه لأنه في مرحلة الصدمة لارتفاع الأسعار»[2].

ومن الرسوم الكاريكاتيرية أيضا التي ظهرت في الجزائر يمكننا أن نلاحظ رسوما عن أزمة انقطاع الزيت والدقيق فالرسم يحتاج لموضوع آني وحي. وألا يتأخر الرسام الكاريكاتيري عن موضوع الساعة وألا ينتقي لرسومه موضوعات قد عولجت وتنأولها الناس بشكل كاف كموضوع الوباء الناحي كورونا الذي مر عام على ظهوره.

الوضوح: أي عدم الجنوح إلى الخيال والالتزام بالواقع والشفافية واستخدام الرمز الذي يفضي إلى الدغمائية هو عنصر أساسي في كل الرسوم ولا تشد عن هذه القاعدة «إلا تلك رسوم الكاريكاتير الفلسفي أو النفسي حيث تهدف إلى إثارة تفكير القارئ، أما باقي الأنواع، فالوضوح أمر مهم، وأما الرمز فإنه يجب أن يستخدم بشكل يدفع القارئ إلى التفكير لكي يتوصل إلى اكتشاف أمر واضح، أي أن الغموض هنا يخدم الوضوح ولا يعقيه أو يخفيه، ويمكن القول إن الرسم الكاريكاتيري يجب أن يكون واضحا لا موضحا ومفهوما وليس مفهما»[3].

على الرسام أن يكون سلبا في طرح انشغاله حتى يوصل فكرته بوضوح لعامة القراء فالغموض وضوح كأنه لا يعيق الوضوح. ففي التلميح ما يعني عن التصريح.

العامل النفسي والاجتماعي: المفروض أن يعمل الرسام على اختيار الجمهور الموجه إليه الخطاب أو الرسم، فالكاريكاتيري يحقق فاعلية إذا أحسن اختيار اللغة المناسبة للجمهور المناسب الذي يسعى للاتصال به، وكذلك عليه اعتماد تركيبته بدقة. «فمثلا: الفلاحين والعثور

1- ممدوح حمادة: فن الكاريكاتير في الصحافة الدورية، ص 106-112.

2- المرجع نفسه، ص 115.

3- المرجع نفسه، ص 116.

على المفارقات التي تضحكهم فما هو مضحك للفلاحين ليس مضحكا لغيرهم، فهم الرموز المتستر في الرسم لأن اختلاف التركيبة الاجتماعية والنفسية تتأثر بمؤثرات كثيرة عرقية وقومية، وحسية وبينية وغيرها من المؤثرات التي تحظى وتصل إلى درجة المؤثرات العائلية في بعض الأحيان»[1]. التراث الشعبي كالقصص والحكايات والأمثال الشعبية وغيرها من المؤثرات هي مرمى ريشة الفنان الكاريكاتيري فما عليه إلا التصويب السديد.

العامل التقني: حيث يلعب دورا كبيرا في وصول الكاريكاتير إلى الجمهور، «التقنية التي تنفذ بواسطتها هذه الرسوم لن تتوقف هنا كثيرا عند عملية التلوين لأن هذه العملية مرتبطة إلى درجة كبيرة بعوامل أخرى متعلقة بتقنيات الطباعة والفترة الزمنية المتوفرة أمام الرسام لتنفيذ رسمه»[2]. تتعدد التقنيات المستخدمة في اللوحة الكاريكاتيرية وأهمها على الاطلاق التلوين يحدث فارقهما في الفهم لدى القراء.

الرمزية: الرسوم الكاريكاتيرية تنتقي العناصر الرمزية الإيحائية التي لها القدرة على توجيه مشروحا وتفاسيرا وتخدم المعنى المراد لأن الصورة أحيانا تتجاوز المعنى وتحتاج للنخبة حتى يتم تفكيك شيفراتها كرسالة غير لغوية. يتحقق شرط المصداقية والثقة بين الرسام والمتلقي القارئ إذا تمكن الرسام من توثيق الحدث لحظة وقوعه لذلك هو في ترقب عالميا وهو شعار بحث الانترنت، اما الشكل الثاني فهو للرسام الخيري شارة استعمل رمزين، الأول يتمثل في إشارة المرور، والأخر في صفحة الفيسبوك.

4. الكاريكاتير في الصحافة:

لعبت الصحافة دورا كبيرا في تطوير فن الكاريكاتير بتطورها فأصبح الهدف من الكاريكاتير يسمو على السخرية والاضحاك يقول عبد المنعم القضاة في دراسته: «فلو كان هدفه كذلك فقط، لما قبل الكبار من النعماء والملوك ان يصبحوا مادة لهذا الفن، تظهر صورهم الكاريكاتيرية يوميا على صفحات الصحف وفي المجلات وينتظر الناس مفارقتهم التي تظهر في الرسم ولا يغضبون او يتذمرون»[3]. إن الرسوم اليدوية بأنواعها المختلفة سبقت الصور

1- كاظم شمهود: عظمة وجمال فن الكاريكاتير مقاربات فنية وحضارية، صحيفة المثقف، العدد 26، العراق، أكتوبر 2017، ص 26.

2- كاظم شمهود: عظمة وجمال فن الكاريكاتير مقاربات فنية وحضارية، ص 26.

3- عبد المنعم القضاة: فن الصحافة البحرينية، ص 155.

الفوتوغرافية في الظهور على الصفحات الصحف، «حيث كان على الصحف ان تنقل الى قرائها، صور بعض الاحداث والوقائع المهمة من خلال ريشة الرسام قبل اختراع التصوير الفوتوغرافي»[1].

يتضح لنا كيف كان الكاريكاتير في بداياته اذ أنه لا يختلف عن باقي الفنون في التنفيذ «حيث يقوم الرسامون بتجسيد لوحاتهم بتقنية الزيت والماء وغيرها من التقنيات المعقدة والتي تتطلب جهدا كبيرا ولهذا لابد من إيجاد منفذ اخر وتقنيات تلائم طبيعة الرسم الساخر وتوفير الجهد والوقت لإنتاج أعمال فنية أكبر ولهذا اعتمد تقنية الجرافيك فهو اذن ابن الجرافيك الشعبي كما يقولون، فهو استخدمها حين ظهورها ولازال حتى عصرنا هذا وباعتباره هذه التقنية أصبح يكتسب الطابع الشعبي وأصبحت أماكن العرض بالنسبة للكاريكاتير الجدران وجذوع الأشجار والحانات وواجهات الدكاكين وما شابهها من الأماكن التي تشهد تجمعات جماهيرية ما وهكذا امنت هذه التقنيات رغم توفرها للانتشار الا انها كانت قادرة على تأمين الانتشار خارج حدود البلد او المدينة او حتى قرية محددة في بعض الأحيان»[2].

تعددت أسباب عدم انتشار الكاريكاتير في البداية وتعذر وصوله الى خارج الحدود ومن هذه الأسباب على سبيل الذكر لا الحصر ان هذه الرسوم كانت تستخدم في معظم الأحيان في الحروب والصراعات وتحمل مواضيع سياسية محرمة خارج البلاد حيث يسيطر الخصم، وكذلك استخدام "الكليشيهات" التي لا توفر طباعة عدد كبير من تلك الرسوم وحسب اعتقادنا محدودية عملية التوزيع في الصحافة، ومن أجل هذه الأسباب وغيرها اتخذ الكاريكاتير من الصحافة منفذا يساعده في الانتشار أكثر.

وبالعودة إلى البدايات فإننا نجد عزوفا عن ارتباط الرسوم بالصحافة، لاعتمادها على تقنية الطباعة الحجرية في النظام المطبعي الذي كان سائدا لوقت غير قليل، فكان ظهور الصحافة الأدبية والسياسية مرافقا تقريبا لمبدأ وجود هذه التقنية الحجرية النيتوغرافية في الأنظمة المطبعية، فكان ظهور محتشم للصور الساخرة، وأول ظهور على الصحف البريطانية مثل: The Crentelkens Magazine والمجلة الجامعية University Magazing ومجلة الرحالة Magazing Travels أما فرنسا فكانت مجلة اسمها الكاريكاتير Caricature سنة

1- عبد المنعم القضاة: فن الصحافة البحرينية، ص 194-195.

2- المرجع نفسه، ص 194-195.

1830م وغيرها من الصحف التي نشرت تلك الرسوم رغم قلتها. «وعلى العموم فإن وقتنا الحالي لا يمكن أن نتصور كاريكاتير بدون صحافة، أو صحافة بدون كاريكاتير وحتى تلك الصحف المتخصصة بمواضيع لا علالقة لها بالفن والسخرية مثل: الصحف الاقتصادية وغيرها أصلحت تنشر رسوما كاريكاتورية وبعض منها ينشر هذه الرسوم مع المقالات الافتتاحية أو مكانها أحيانا أما في الصحافة العربية فإن الكاريكاتير في البداية لم يلقى الاهتمام الكافي إلا أنه أخذ يقترب من الصفحة الأولى في الكثير من الصحف ويشغل جزءا من الصفحة الأولى في بعضها، أما تلك الصخف التي تخلوا من الكاريكاتير فإن ذلك يعود لنقص في تلك الصحيفة وليس لأمر آخر»[1]. يشكل تواجد الكاريكاتير في الصحافة أهمية قصوى في تدأول الخبر كما أن للصحافة دورا كبيرا في تطوير فن الكاريكاتير وتدأوله على نطاق واسع.

أ. أشكال الكاريكاتير في الصحافة:

يتواجد الرسم الهزلي بأشكال مختلفة تبعا للأهداف المحددة تخدم الصحيفة والمحظور.

أ.أ. الزاوية المستقلة:

تمثل شكل أرقى من بين أشكال الرسوم الهزلية في الصحافة الدورية ويعمل هذا الشكل على توفير وصول الفكرة إلى القارئ بدون تدخلات من قبل مواد صحفية أخرى، يوازي في مضمونه وعناصره التركيبية مواد صحفية أخرى، وبهذا يكون بحد ذاته مادة صحفية مستقلة تتوفر فيه كل عناصر (الخبر، الحدث، البطل، الزمن، المكان) وتعتبر عناصر أولية. «إن عملية نشر زاوية الكاريكاتير في الجريدة في مكان دائم لها إيجابيات وسلبيات، فالناحية الإيجابية تتلخص بأن الجريدة تعود القارئ وتهيئه نفسيا للالتقاء بالكاريكاتير في المكان نفسه مما يوفر عملية البحث أما الناحية السلبية فتتلخص في أن تعود القارئ على الاطلاع في نفس المكان مما يغنيه عن البحث في صفحات الجريدة وهذا يؤدي إلى عدم الاطلاع القارئ على مواد كثيرة أخرى»[2].

تتواجد هذه الزاوية في معظم صحف العالم وفي بعضها أكثر من زاوية مستقلة مخصصة للكاريكاتير، ولذلك تحجز مكانا في الصفحات الأولى أو الأخيرة من الجريدة مثل صفحة الرياضة أو الأدب.

1- ممدوح حمادة: فن الكاريكاتير في الصحافة الدورية، ص 97.

2- المرجع نفسه، ص 16-18.

أ.ب. الكاريكاتير المنشور مع زاوية صحيفة أخرى:

تمثل الرسوم مستقاة من المادة المنشورة والتي تم الاطلاع عليها من طرف هيئة التحرير ورسام الكاريكاتير وطلبت منه رسما يتطابق مع المواد الإخبارية أو الأدبية بغرض التوضيح أو التشويق، وفي حالة أخرى قد تكون الرسوم مستقلة يتشابه موضوعها مع المقالة الصحفية المنشورة، لخلق توازن نفسي وتوازن جمالي وبالتالي تظهر بمظهر جذاب يشكلها من عنصرين الجملة الكتابية والرسم.

أ.ج. الكاريكاتير المنقول عن صحيفة أخرى:

إن أسلوب النقل متبع بشكل خاص في مجال الكاريكاتير ولطالما صادفنا ونحن نقرأ الجريدة ومما مرفوق بجملة (نقل عن جريدة كذا) وهذه الظاهرة تحمل جوانب إيجابية، وأخرى سلبية. فالجانب الإيجابي مثلا: أن تمكن القارئ من الاطلاع على تلك الرسوم بحكم أن الصحيفة التي تنقل عنها الرسم ليست بمتناول أيديهم مثلا: إذا كانت بلغة أخرى، أو في بلد آخر. أما السلبية قد تكون تكرار للموضوع وبالتالي يأخذ القارئ نظرة سلبية مسبقا من تلك الجريدة، أو تعرض المسؤولين للمساءلة القانونية حول حقوق التأليف والنشر.

أ.د. الرسم الكاريكاتيري رمزا للصحيفة:

ترافق بعض الصحف رسوم على أغلفتها وأحيانا في جميع صفحاتها، «ولذلك تعتمد كثير من الصحف الرسم الكاريكاتيري والحديث هنا يبعد الصحف ذات الطابع الهزلي فمنه يشكل الكاريكاتير أساسيا في نشاطهما إلا أن الكثير من وسائل الإعلام الجادة تحمل مثل هذه الرسوم وعلى سبيل المثال "نورت" مجلة الناقد تحمل رسما كاريكاتوري يحمل تحت إبطه كتابا نشر إلى جانب العنوان ومثل هذه الرسومات تحمل دلالة محددة»[1]. فقد يكون إشعارا لا يرمز لشيء أو بمثابة توقيعا لهذه المجلات والصحف.

5. الكاريكاتير نكتة مرسومة:

إذا سلمنا فرضا أن الكاريكاتير هو النكتة المرسومة، والنكتة هي الكلمة المضحكة نتيجة التخيل والمفاجأة في طريقة الطرح، هل هذا يعني أن هناك علاقة بين الصورة السمعية والبصرية؟ للإجابة على هذا التساؤل علينا بداية معرفة أن الكاريكاتير والنكتة هما أساسا بنيتين

1- ممدوح حمادة: فن الكاريكاتير في الصحافة الدورية، ص 19-20.

الأولى لغوية والأخرى تصويرية موحية ومكثفة «فالنكتة تعد من المراحل الأولى للإبداع القصصي لما فيها من الكلام الذكي المعتمد على سرعة الخاطر أو الحدث الجارح أو العبارة اللاذعة»[1]. بما أن الكاريكاتير هو فن الإضحاك والسخرية، فإذا نظرنا إليهما من زاوية البلاغة نجد أن جوهر النكتة يتجلى في التفاعل السمعي، بينما يبرز الكاريكاتير في التفاعل البصري المرئي. فالنكتة تلجأ إلى التلاعب العقلي بالأفكار والالفاظ بالغية الإضحاك وكذا الكاريكاتير يعمد إلى التشويه والتضخيم، وتغيير منحى الفكرة عن طريق التلاعب البصري.

أ. مواطن الاتفاق:

يجمع الباحثون على ان هناك مشترك بين الكاريكاتير والنكتة ناهيك عن كونها إدانة غير مباشرة لواقع مؤلم، يسلطان الضوء على خباياه للكشف عن حقيقته بطريقة مضحكة.

أ.أ. أسلوب الإضحاك:

أول ما يشترك فيه النكتة مع الكاريكاتير بطبيعة الحال سواء تلقى الموضوع المضحك عبر حاسة السمع أو عن طريق النظر إلى الصورة «فإذا كان الكاريكاتير في أغلب تعريفاته هو فن الإضحاك فإن من أهداف النكتة إضحاك السامع، بغض النظر عن مغزاها وردود الفعل عليها، وكلاهما لا يتوقفان على المعيش بل يرغبان بتغييره بطريقة خاصة تاركين مساحة للحوار العقلي من خلال المواضيع السمعية والبصرية»[2].

يمكن القول إن تخيل المفارقة الساخرة يلامس أحد التجارب التي عايشها شخص ما أو إنها قريبة من واقعه فأحيانا بعض المواقف السمعية التي تسرد عن طريق حكاية أو قصة معينة تتطابق مع تجربة حياته واقعية وهذا ما يجعلنا نضحك منهما إذ تكررت أمامنا عن طريق السمع أو البصر. «كلا منهما فن تهكمي تلميحي يركز على المبالغة في التعبير والوصف من خلال رسم ملامح والتفاصيل، –بالصورة أو الكلمة– لدرجة تحويرها أو تحويلها إلى رسمة ساخرة أو تصوير الحدث وتجسيد الخصائص المميزة للشخصية المقصودة»[3].

1– رابح العوبي: أنواع النثر الشعبي، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، د.ط، د.ت، ص 128.

2– وائل دبوب: النكتة والكاريكاتير، تكامل السمعي والبصري، يومية الثورة، مؤسسة الوحدة للصحافة والطباعة والنشر، سوريا، 2009/07/02.

3– عاطف سلامة: الجذور التاريخية لفن الكاريكاتير، الحياة الجديدة، جيوبوليتيك الكاريكاتير، مجلة توابل، العدد 2، الكويت، 1999، ص 16.

الكاريكاتير والنكتة وفق مفهومهما أدوات غير مباشرة تقوم على المبالغة لنقد الواقع، ويعكسان مواقع الفساد من خلال السخرية وإثارة الضحك في أغلب الحياة، فيلجأ رسام الكاريكاتير إلى التحوير والتحويل في رسم الحدث وراوي النكتة إلى التحوير والتغيير في الكلمات من أجل إضحاك المتلقي السامع أو البصري.

أ.ب. البساطة في الطرح:

التلقائية والعفوية والابتعاد عن الفبركة والتصنيع هكذا تبرز البساطة في الأداء، والبراعة في الإيحاء التي يتفق على مبدئها كلا من الكاريكاتير والنكتة «قد تختلف وسيلة التجسيد لكن الهدف واحد، والاسس القاعدية نفسها نلمس تزاوج البساطة والإثارة والإدهاش والمفاجأة عند تقديم الشخصية ما أو نسق من القيم والأفكار، فكلاهما يختزل الواقع بأسلوبه»[1]. يتبين لنا أن التكنة والكاريكاتير يستعينان بالواقع لرسمه بشفافية وبساطة الكلمة المستعملة في النكتة والخطوط المرسومة في الكاريكاتير.

أ.ج. المزج بين الواقع والخيال:

يملك الراوي القدرة على ابتكار اللاواقع واستحضاره للواقع وعليه فإن كل عمل متخيل يعتبر فنيا وإبداع، ويسقط الأمر على الرسم الكاريكاتيري، «يعمد كلهما إلى المزاوجة بين الواقعي والمتخيل بهدف الإغراق في التصوير وتجسيد الهدف المنشود اقترنت الفنية والجمالية عند جون "بول سارتر" Jhonn Paul Sarter بالخيال إذ يرى أن العمل الفني هو شيء لا واقعي[2]. فالخيال من أهم الركائز التي تقوم عليها الفنون القولية والبصرية النكتة والكاريكاتير.

ب. مواطن الاختلاف:

رغم اتفاقهما في عديد النقاط إلا أنه وجد مواطن اختلاف بين الرسم البصري والكلام السمعي لأن فضاءهما واسع ومتنوع يلجأ إليهما الناس للإفصاح عما يدور بداخلهم من أهم نقاط الاختلاف:

1- لكحل لعجال: الكاريكاتير بنيته ومضمراته، ص 286.

2- سعيد توفيق: الخبرة الجمالية دراسة في فلسفة أعمال الظاهرتية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، ط 1، 1992، ص 171.

ب.أ. من حيث النشأة:

تعتمد النكتة أكثر على المشافهة وإن كانت معاصرة الكترونيا «فهي مروية ترفيهية شعبية قديمة قدم الإنسانية بينما ارتبط الكاريكاتير بفن الرسم في العصر الكلاسيكي وخاصة بعد ظهور المجلات والجرائد. النكتة وليدة لحظة تلقائية، الكاريكاتير وليد لحظة تفكيرية وتخيل، وانتقاء وربط بالأحداث المستجدة»[1].تسبق النكتة الكاريكاتير من حيث نشأتها فهي جرت على لسان الإنسان منذ أمد بعيد، وقبل بداية التدوين واعتماده على السرد.

ب.ب. من حيث الإنتاج

يحتاج الفنان لأن يكون مثقفا ومطلعا، ذكيا وملما بجميع الأحداث من حوله بحكم أن راوي النكات ورسام الكاريكاتير لا يختلفان عن الناقد الاجتماعي أو السياسي وغيرهما، كما يستحب أن يكون «قارئا لكل العلوم الإنسانية (تاريخ، أدب، فن) بالإضافة أن يكون اجتماعيا، أما منتج النكتة فهو يحتاج إلى التأمل والتعمق في فهم المجتمع وليس مشروط عليه التكوين علميا وإن ذلك يكمل قدراته»[(2)].

من خلال ما تقدم عرضه عن علاقة النكتة بالكاريكاتير أنهما يصبان في نهر واحد مع احتفاظ كل منهما بخصوصيته وجماليته التي تكمن في تلك المسحة الساخرة لأحزاننا وهمومنا يتحسسانها دون إيلامنا مباشرة ويتخذ أن من البساطة في الداء والبراعة في الإيحاء مرتكزا لإيصال الرسالة والترفيه عنا في الوقت ذاته حيث يملكان مفعولا تحريضيا ينفعنا للمشاركة في جل قضايانا وعلى تأسيس قناعات معينة، رغم عدم قدرتها على تغيير واقع فاسد أو تقليد سائد.

ب.ج. من حيث التدأول

النكتة أكثر أشكال التعبير الأدبي والثقافي تدأولا بين الناس في كل مكان وزمان تبعث على الضحك والمرح أصبحت مؤخرا سلاح الشباب الراغب في التمرد على أوضاع بلدانهم فهي «أهم التعابير الثقافية انتشارا في المجتمع لأن الرغبة في الضحك من الخصائص النظرية الإنسانية، ولا يتوقف التصوير الكاريكاتيري عند حدث معين بل العكس له القدرة على كشف الأساس والمراوغة واستظهار ما وراء القناع، حيث ينتقل من البنية السطحية إلى البنية العميقة

1- سعيد توفيق: الخبرة الجمالية دراسة في فلسفة أعمال الظاهرتية، ص 290.

2- المرجع نفسه، ص 291.

لنص النكتة تصويرا أو رسما ودلالة، فالتخيل الأدنى يقول على هذه النقطة الرئيسية التي تسخر من سلوك ثقافي أو سياسي أو اجتماعي»[1]. تقدم النكتة نفسها كقصة ساخرة تبعث على الضحك لأن الفطرة البشرية تتطلب ذلك، أما الكاريكاتير ينتقل من البنية السطحية إلى البنية العميقة ويغوص في أغوار الحدث محأولا كشف حقيقته من خلال النكتة تصويرا أو رسما.

ب.د. من حيث التلقي والتأويل

الملاحظ أن النكت تعد سلاحا جديدا للناس للتعبير عن كل ما يزعجهم مثل غلاء الأسعار أو استبداد السلطات أو التعصب الديني وقد تشابه النكت من حيث القصة والتركيب والشخصيات ومكان الأحداث تختلف من بلد لآخر، فتلك اللحظة التي نتلقى فيها النكتة سمعا أو الكاريكاتير بصرا يحدث وقعا غريبا يختلف باختلاف الحاستين «وقد يختلف وقع الرسم الكاريكاتيري عن سرد النكتة بالرغم من تصويرها للموضوع نفسه وذلك راجع على بلاغة إيصال الفكرة أو تصويرها والقدرة على كشف مميزات النكتة بالتفرد والتبسيط»[2].

يختلف تلقي النكتة عن تلقي الرسم الكاريكاتوري، تبقى النكتة متميزة متفردة في طرحها ويرجع ذلك إلى «تدخل البلاغة في طرح الفكرة وتصويرها على سبيل المثال تدأول بعض الشخصيات مثل شخصية "أبو العربي" في مصر وفي بور سعيد و"أبو العربي" في عدد من دول الخليج، أو السعيد العماني في المغرب، ويبقى جحا هو الشخصية الموحدة في كل نكت الدول العربية أما بالنسبة للكاريكاتير تبقى شخصية حنظلة الفلسطيني هي الأشهر والكثر تدأولا على الاطلاق».

تعددت التسميات لشخصية واحدة كرمز هزلي أو بطولي يميز هذه المنطقة أو تلك ويحيلنا ذلك إلى الروايات الشعبية وأبطالها رغم تشابه أحداثها وأبطالها إلا أن لكل بلد اسم يستخدم في مثل هذه المرويات.

6. المشهد الكاريكاتيري:

يمثل المشهد عنصرا أساسيا في العمل الدرامي وكذا تلجأ الرواية إلى أسلوب العرض حيث تقدم الشخصيات في حالة الحوار المباشر، فحينما نتتبع أثر الكاريكاتير في الأدب نجده

1- لكحل لعجال: الكاريكاتير ومضمراته، ص 291.

2- المرجع نفسه، ص 291.

وصفا لغويا ساخرا، يعكس أفكارا رائجة في المجتمع سخرية الناقد للمواقف والشخصيات وبحكم تراكم التجارب ممارسته أدى إلى انتشاره في جل المجالات السمعية والبصرية وتداخله مع فنون أخرى كالسينما والمسرح، ومطبقا نفس التقنية فيتغلغل أولا في السينما بحكمها العمود الفقري للصورة المتحركة فنجده في عديد الملصقات السينمائية للأفلام الكوميدية والكارتونية ومشهدا في لوحة هزلية وربما في عرض مسرحي.

أ. المشهد الكاريكاتوري في السينما:

توجد الرسوم الكاريكاتورية مساحة بصرية تصنع مشهدا يفي بمتطلبات الخطاب الكاريكاتيري الذي يتكون من عناصر بصرية يتوصل القارئ أو المتلقي بواسطتها إلى فك الرسالة المتضمنة «يستفيد الكاريكاتير من الدراما بتصوير المشاهد الدال والمكتمل، فالمشاهد الحوارية ومشاهد التعليق على الأحداث تتسع لتستوعب عددا أكبر من الأشخاص حسب قدرة الرسام على تقديم عالم المشهد وتنظم توالي حضور الشخصيات لتقول كلمتها أو تطرح سؤالا، وهو ما تدعمه الخطوط والعلامات الدالة على الحركة كأن يصور المشهد الكاريكاتيري شخصا يجري وراء شخص يرقص أو شخصا في حالة انفعال»[1]. بالطبع الكاريكاتير جزء لا يتجزأ من الثقافة وهو كغيره من أجناس الفنون لذلك إمكانية تداخله مع تلك الفنون وارد جدا وخاصة في الفنون البصرية فبعضها يكمل بعض، ويقدم إضافة تزيد من جمالية كل فن، فالمشهد السينمائي يمكن أن يتمثل في الصور الكاريكاتيرية والعكس صحيح.

ب. المشهد الكاريكاتيري في المسرح:

تتأسس علاقة المسرح والكاريكاتيري من خلال "السينوغرافيا" أو بمعنى أدق "خشبة المسرح" والرسم والكاريكاتيري ويكفي الإشارة إلى «عنصر اللون أو منظور توزيع الأشياء وما يتجلى عبر سيميائية الأبيض والأسود، الأبيض هو الصفحة في طبيعتها، حين شبه الطبيعة في براءتها قبل أن تمسها الخيوط فالأبيض مقيم دائم والأسود طارئ على الصفحة، الأسود خطوط غير منتظمة أولها لها انتظامها الخاص على سطح منتظم الإيقاع، أن تمرر النظر على الصفحة البيضاء يعني مرور لإيقاع منتظم خلال المرور البصري على المشهد

1- داليا جمال محمد: العلاقة بين اتجاهات محتوى الكاريكاتير وبريد القراء خلال الأزمات، دراسة تحليلية لفترة التسعينات في الصحافة المصرية، رسالة ماجستير، منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة عين شمس، 2009، متاح على الموقع: www.alnodom.com

الكاريكاتوري يأخذك إلى إيقاع خاص له داخل الإيقاع العام للمطبوعة»[1]. يرى أن السيمياء تربط بين الكاريكاتير والمسرح فكلما طغت هذه الآلية تصبح المشاهد إبداعا قائما بحد ذاته، ولعل أقدم علاقة للكاريكاتير بالمسرح تعود إلى حقبة المسرح اليوناني القديم عندما يرتدي الممثلون أقنعة مرسومة بشكل كاريكاتيري مضحك.

نستخلص مما تقدم دراسته أن: فن الكاريكاتير ابتكار إنساني وجزء لا يتجزأ من ثقافات الشعوب، متحديا الزمن والطبيعة، يتعمد لهجة تهكمية وساخرة تحمل بداخلها تمردا وثورة ضد قرارات مجحفة أو مواقف تحتاج إلى التغيير أو نستطيع القول أنه فن احتجاجي ناقد يتكلم عن السلطة وصناع القرار بشكل رمزي وأسلوب جريء، ولا يكون بالضرورة خادشا أو مؤذيا يتعاتق مع عدة فنون سواء سمعية كانت كالنكتة أو بصرية كالسينما ولذلك نجده متعدد الأنواع، ومتفردا بخصائصه ومميزاته، لذلك اتسعت رقعة الكاريكاتير كفن ساخر يمكنه من خلاله خلق فضاء أو متنفس لهموم الإنسان، فترتكز على الوصف، الخطوط والرموز وغيرها لينجز إبداعا مسليا للمتلقي يرسم رسمة على شفاهه رغم حزنه، وفن الكاريكاتير يمثل حيزا للسخرية الجريئة والتقاء كل ما هو ممنوع.

1- مصطفى الضبع: خطاب الصورة الكاريكاتورية أنموذجا، موقع الكتابة الثقافي، متاح على الموقع: www.sialkitaba.com، تاريخ الزيارة: 2021/05/28 الساعة: 04:21.

الفصل الثالث:

صورة محمد ﷺ في الخطاب الإشهاري الغربي والفرنسي

I. الإعلام والإسلاموفوبيا

II. الخطاب الاستشراقي في وسائل الإعلام الغربي

III. قراءة تحليلية للرسوم المسيئة للنبي ﷺ في الإعلام الفرنسي

I. الإعلام والإسلاموفوبيا:

تغلغلت ظاهرة الإسلاموفوبيا في المجتمع الغربي لتبدأ معالم الخوف والتوجس والعداء من الوافد الجديد، ذلك الزائر الغير مرغوب في الذي أضحى ينافس الكنيسة في عقر دراها، ويصرف عنها من هم غير لينقادوا إليه، نعم إنه الإسلام ذلك الدين الذي ينتشر كانتشار النار في الهشيم، ويرسي قواعده ويسلب الناس بتعاليمه السمحة، وهذا ما تسبب في نمو علاقة التوتر والصراع والتدافع بيت الغرب والإسلام، فكانت البداية منذ الحروب الصليبية في القرون الوسطى إلى غاية أحداث الحادي عشر سبتمبر ويزال السيناريو مستمرا حتى وقتنا الحالي.

1. الإسلاموفوبيا:

كلمة مستحدثة تتكون من كلمتين، الإسلام وفوبيا بمعنى الخوف الغير عقلاني من شيء يتجاوز خطره الفعلي المفترض، أو الرهاب من شيء عادي فالإسلاموفوبيا «بوصفه شكلا من العنصرية المنهجية المستقرة في البنية الإشاعية الموجهة نحو المسلمين»[1].

ابتكر هذا المصطلح الغربيين الناقضين لهذا الدين لأنه يحمل في جوهره حسب اعتقادهم دين التطرف والعداء للآخر، وإرهاب وينفون عنه أنه دين روحي يحمل في طياته عديد القيم الإنسانية كالسلم والتسامح، فأصبح أي عمل إسلامي هو عبارة عن عمل إرهابي وأضحت كل أعمال العنف في العالم ليقة بالمسلمين في أي مكان في هذا العالم، وهذا مما أثر سلبا على صورة الإسلام والمسلمين عند غيرهم. كما يتوافق مع تعريف أكسفورد Oxford الإنجليزي بـ: «الخوف والكراهية الموجهة ضد الإسلام كقوة سياسية تحديدا، والتحامل والتسيير ضد المسلمين»[2].

يذكرنا هذا المفهوم بالنزعة المركزية والنظرة الاستعلانية للغربية نحو العرب بشكل خاص التي تغذي ذلك الحقد الدفين وترفع من مستوياته إلى الكراهية والعداء. وهذا ما تؤكده دراسة بعنوان: "الإسلاموفوبيا وعواقبها على الشباب"، «أصدرها مجلس أوروبا في 2005 باعتبارها شعور بالخوف وحكما مسبقا على الإسلام والمسلمين وكل القضايا ذات الصلة بهم، وسواء اتخذت شكل ظواهر يومية من العنصرية والتمييز أو أعمال العنف فإنها شكل من

1- آرون كوناندي: المسلمون قادمون، تر: شكري مجاهد، قطر، ط 1، 2015، ص 19.

2 Oxford University, D fess Oxford, Dictionary Islamopgobi.

أشكال انتهاك الحقوق وتهديد التماسك الاجتماعي»[1]. فمن خلال هذه الدراسة يتضح لنا أن تنامي ظاهرة الإسلاموفوبيا وإطلاق الأحكام المسبقة على المسلمين لتشكل خطرا على حياة الأفراد والجماعات وتهديد حقيقي للتماسك الاجتماعي في العالم. «كما أسهمت دراسة أصدرتها المؤسسة البريطانية غير الحكومية "رينهد تراست" في عام 1997 في بلورة تعريف محدد لماهية الإسلاموفوبيا في الرؤية العربية وقد استندت في ذلك إلى معايير بما فيه هي:

- اعتبار الإسلام جسما أحاديا جامدا يندر أن يتأثر بالتغيير؛
- يتسم بالتميز عن الآخر وليس له أي قيم مشتركة مع الثقافات الأخرى وهو لا يتأثر بها ولا يؤثر فيها؛
- الإسلام عنيف وعدواني ومصدر خطر مفطور على الإرهاب والصدام مع الحضارات؛
- الرفض التام لأي نقد يمكن أن يقدمه طرف إسلامي حيال الغرب؛
- يحتل مرتبة دونية بالنسبة إلى الغرب وذا نزعة بربرية وغير عقلانية؛
- اعتبار مشاعر العداء تجاه المسلمين هو أمر عادي وطبيعي؛
- استعمال العداء تجاه الإسلام لتبرير أي مماسة تمييزية تجاه المسلمين وإبعادهم عن المجتمع وعزلهم وتهميشهم.
- اعتبار الإسلام أيديولوجية سياسية لتحقيق مصالح عسكرية سياسية»[2].

نقف هنا على طبيعة الصراع الأيديولوجي والديني المستغل من الغرب الذي يريد رسم صورة نمطية عن الإسلام والمسلمين وهو شيطنة الآخر العربي وتشويه الإسلام لهذه الاتهامات عند جهل وسوء وفهم لما جاء به هذا الدين. وكما ذكر آنفا أن الإسلاموفوبيا خطرا حقيقي إذ تطور ليكون عنفا تجاه الأقليات المسلمة وخاصة في البلدان الأوروبية فعلى سبيل المثال في عام 2010 حظرت فرنسا أغطية الوجه بما في ذلك ارتداء النساء المسلمات النقاب وأبلغت الجمعية الفرنسية ضد الإسلاموفوبيا عن انفجار وازدياد كبير في عدد الاعتداءات على النساء اللاتي ترتدين النقاب. قالت منظمة بريطانية غير حكومية: «إن مقال بوريس جوسون

1- حافظ الكرمي: التمييز والإسلاموفوبيا، المركز الأوروبي لمراقبة العنصرية والأجانب في الاتحاد الأوروبي، ط1، 2006، ص 61.

2- محمد يونس: الإسلاموفوبيا تحد يواجهنا جميعا، إنجلترا، 1997، ص 15. متاحة على الموقع: https://gate.ahram.org.eg/News/2535709.aspx

Boariss Jonsson رئيس الوزراء الحالي ببريطانيا الذي كتبه قبل نحو عام عن المرأة المسلمة التي ترتدي النقاب، سبب في ارتفاع حوادث الخوف من الإسلام بالبلاد سنة 375 في المئة. وذكرت منظمة "تيل ماما" Till Mama المعنية بمراقبة حوادث الإسلاموفوبيا في تقريرها السنوي: «هناك واقعتين أحدثتا طفرة في حوادث كراهية الإسلام في بريطانيا خلال عام 2018، فالواقعة الأولى ترتبط بإطلاق حملة نوم "معاقبة المسلم" في أبريل نيسان 2018، حين شهدت شوارع بريطانيا 37 حادث غير مسبوق ذي صلة بظاهرة الإسلاموفوبيا، والواقعة الثانية وحسب تصنيف "تيل ماما" فتعود إلى كتابة جونسون Johnson مقالا ضد المسلمات اللاتي يرتدين النقاب في أغسطس/آب 2018 بأنهم يشبهن صناديق البريد ولصوص البنوك.

ووفقا لنفس المنظمة البريطانية فإن تلك الواقعة أدت على زيادة حوادث الإسلاموفوبيا من 08 حالات المقال إلى 38 في الأسبوع التالي لمقاله»[1].

أ. الإسلاموفوبيا الإعلامي:

يستمد كل منا ثقافته من الإعلام، فالثقافة الإعلامية بكل ما تحمله من زوايا أخلاقية، دينية، وسلوكية تساهم بشكل أو بآخر في تنشئة الأجيال أو تقويم سلوكهم، وتكوين صورة إيجابية عن المجتمعات المختلفة عنهم، إلا أن ما لاحظناه في الإعلام الغربي عكس ذلك تماما عن ماهية الشعوب الإسلامية. «إن التغطية الإعلامية للإسلام تتركز حول توريد بلد أنهم للنفط وأنهم إرهابيون يهددون الغرب».[2]

يسخر الغرب كل ما يملك من وسائل تكنولوجية إعلامية سمعية كانت أم بصرية لقولبة المسلمين وتصوير الإسلام من خلال رموز بصرية كرسوم "الكوميكس، الكاريكاتير" تحمل في ثناياها تغييرات وإيحاءات مهنية ومتشنجة بحق المسلمين ومشبعة بالأحقاد وتبدو لغة الترميز حاضرة في بعض الخطابات الاعلانية السياسية والرسوم الكاريكاتيرية الساخرة من الشخصية العربية. «تمتاز الرسوم النمطية المخصوصة التي يجري تقديم الإسلام بصريا من خلالها بالافتراق عن التسميات المشتركة في الحضور الديني بين المسلمين وغيرهم إذ يجري منح الأولوية للمئذنة أو المسجد أو العمامة أو غلاف المصحف الشريف أو السيف مقطع

1- www.tellmamauk.org, vue le : 25/04/2021 à 20:45.

2- تركي خالد الظفيري: الاستشراق عند إدوارد سعيد، مركز التأصيل للدراسات والبحوث السعودية، ط 2، 2015، ص 77.

السلام ونحوها، كما رسم في رسوم الكاريكاتير الدانماركية 2005م أنها وضعت الغلاف الزخرفي المألوف للمصحف الشريف»[1]. سيتحمل الرسام الكاريكاتيري لغة ترميزية لإيصال فكرة ما وهنا يتجلى حقيقة الصراع الأيديولوجي وتقصد الإساءة لمقدسات المسلمين، واستخدام رموزهم الدينية عن وعي، ودون مراعاة شعورهم، ويحدث كل هذا تحت مسمى حرية التعبير.

ب. الكاريكاتير والإسلاموفوبيا:

عبرت الإسلاموفوبيا عن نفسها في رسوم الكاريكاتير لأن هذا الفن يلائمها من حيث مما يحظى به من سعة الانتشار في أوساط الشباب واعتماده على التهكم والسخرية الممزوجة بالتنميط وإبراز التناقضات «من حيث ما يحظى به من انتشار واعتماده على التنميط والقولبة وإبراز التناقضات أساسا، بل إن النزعات العنصرية قد اتخذت لها من فن الكاريكاتير منصة أساسية عبر مراحل تاريخية متعددة كما في مطبوعات النازية والفاشية الأوروبية في النصف الأول من القرن العشرين»[2].

في نظرنا الموضوع ليس فقط الإهانة وتعمد الإساءة، ولكن الأخطر هو تلك النظرة العنصرية والعدوانية للمسلمين واتخاذ ذرائع لفشل سياسات حكامهم تجاه بلدانهم. ونرى أن نشر هذه الاساءات في الصحف وأغلفة المجلات او حتى رسوم مضحكة مقصود وممنهج ولاذع يدل على علم تام بأن أعراضنا ومقدساتنا خط أحمر «فمثال ذلك تصويرهم للمرأة المحجبة والمنقبة بطريقة باعثة على القلق أو الرهبة أو تقدم المرأة من خلف رأس محجب ولا ترى صفحة الوجه السافر كما يتكرر هذا التشويه في تصوير المسلم في هيئة الملثم ويحجب هذا التوظيف فرص المشاهدة والالتقاء البصري ومن ثم يحول دون إحساس بالإنسان أو فرصة التعاطف معه»[3].

إن للصورة تأثير قوي حين النظر إليها يتشكل لدينا فكرة عامة عن الموضوع لذلك كان الإعلام الغربي المكتوب ذكي باختيار الكاريكاتير بالذات فهو خطاب يسلي ويروح عن النفس ويبث أفكاره السيئة كدس السم في الدسم ويرسم حالة المسلم دون الذهاب إلى بلاده وهكذا

1- حسام شاكر: لغة الإسلاموفوبيا وتعبيراتها الإعلامية في الواقع الأوروبي، مجلة رؤية، 2016/12/01، العدد 4، يوم 2021/04/25.

2- المرجع نفسه.

3- المرجع نفسه.

تتكون لدى الفرد الغربي تلك النظرة الاستعلائية ويعتريه الرهاب والخوف، وهنا يتضح لنا قوة الصورة ووقعها على المشاهد.

ج. الصور والرسومات في المجلات الغربية:

لقد كانت ملامح الشخصية العربية والإسلامية في تلك الرسوم النمطية تعبر عن بناء فكري مركب، نمى وتكون عبر تاريخ الاحتكاك العنيف بين الشرق والغرب «والأنوف المعقوفة والعيون ذات نظرات شرهة تطفح بالشر، واللباس دائما عبارة عن عباءة خليجية، وشماع أحمر وهو –أي العربي– بطبيعة الحال حافي القدمين لأنه بدوي وليس متحضرا، أما وطنه فهو عبارة عن صحراء جرداء»[1]. هكذا رسمت صحيفة بولاندس بوسط في 2005م الدنماركية المسلم العربي كما قامت الصحيفة النرويجية Magazinet ماغازينات والصحيفة الألمانية دي فيلث Dy–phylthe والصحيفة الفرنسية France Soire وغيرها من المجلات بإعادة نشر هذه الصور التي «استهزأت بالنبي محمد ﷺ، حيث جسدته وهو يلبس عمامة مليئة بالمتفجرات، وفي ثلاثين من شهر أيلول عام 2005 نشرت صحيفة بولاندز بوسطن اثنا عشرة رسما للنبي محمد ﷺ واقترن معها مقال لرئيس تحرير الصحيفة يدعو إلى التحلي بالشجاعة والإقدام على كسر ذلك "التابوه" عن طريق فضح التاريخ المظلم لصاحب الرسالة الإسلامية وإبراز حقيقته للرأي العام العالمي»[2].

حسب رأينا أنهم يرسمون صورة نمطية عن المسلم وكما أرادت الكنيسة وروجت له منذ عصور قديمة، بالإضافة إلى ما حصل في الحروب الصليبية والحملات باسم الدين والذي أنجر عنها موت العديد من الأرواح، ومن هنا شكلت هذه الصراعات الدينية عقدة بالنسبة للإنسان الغربي، وتلك النظرة الاستعلائية وهذا الحقد الدفين الذي يكنه رجال الكنيسة لكل ما هو عربي. «كما قامت مجلة شارلي إيبدو بنشر الرسومات أخرى مسيئة للنبي ﷺ، وهو ما جعل رسامي الصحيفة يدفعون غالبا ضريبة الإقدام على الإساءة والسخرية من المقدسات الاسلامية»[3].

1– سامي مسلم: صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط 2، 1986، ص 61.

2– فهيم هريدي: إهانة نبي الإسلام تحدد السؤال من يكره من؟، جردة الشرق الأوسط، العدد 9913، 18 كانون الثاني/جانفي 2016.

3– قناة فرانس 24: شارلي إيبدو: الحياة بعد الموت، برنامج في فلك ممنوع، 2017/01/05

وهذا منا أراد لما الإعلام أن نستوعبه لأن المسلم ليس إرهابيا، ولا قاتلا، ربما هو ترويج إعلامي حتى تتأكد تلك الصورة السلبية عن المسلم العربي والإسلام، وتنطوي هذه الاساءات تحت دعاوي حرية التعبير، المكفولة دستوريا عند الغرب.

د. المؤثرات النصية للمجلات والصحف:

من المهم جدا أن نفكر لما فعلته القنوات الإعلامية التلفزيونية من أجل تغذية هذا العداء، وخلق فجوة عميقة بين العالمين الشرقي والغربي، «ففي إحدى القنوات الفرنسية سعت إلى تجهيز سيناريو أدى إلى موقف سلبي تجاه الإسلام وتفعيل الكراهية بشكل ملحوظ القناة الفرنسية TF1 لموضوع الإرهاب كمرادف للإسلام السياسي فأنجزت 1151 شريط وهذا الجدول ضمن إحصاء آراء الجمهور انطلاقا من هذه الأشرطة»[1].

الجدول رقم 1: يوضح آراء الجمهور عن الإسلام[2]

آراء الجمهور عن الإسلام	عدد الأشرطة	النسبة
الإسلام السياسي كمرادف للغنى والتطرف	420	%33
الإسلام مرادف للإرهاب	154	%13
دين التمامية		%67
يربطونه بالخضوع والاستسلام		%51
يرفض القيم الغربية		%36

جدول سبر آراء عينة من جمهور الفرنسي لبعض الحصص التلفزيونية الإسلام السياسي كمرادف للإرهاب والعنف TF1، ففي هذا الإحصاء لآراء بعض الجمهور وخاصة الفرنسي منه تؤكد ما اقترفه الإعلام في حق الإسلام والمسلمين عن طريق الفتنة والأكاذيب المفتعلة كما ننوه أنها ليست القناة الوحيدة أو البلد الوحيد تقريبا معظم دول أوروبا وحتى الولايات المتحدة الامريكية. كما أشرنا سابقا إلى أن هذا المصطلح صورة من الهلع الثقافي قد يحدث إثر إطلاق موجات من الحذر من وسائل الإعلام تجاه دولة أو حركة سياسية أو جماعة دينية

1- محمد عابد الجابري: مسألة الهوية العروبة والإسلام والغرب، منشورات مركز دراسات الوحدة العربية، د.م، 1997، ص 176.

[2] ينظر: القناة التلفزية TF1.

ومثال ذلك ما حدث في أحد الاحياء الأمريكية. «ويعتبر الانفجار الذي وقع في أوكلاهوما سنة 1993م مثالا معبرا عن طبيعة الإدراك الأمريكي الثقيلة مثل New York Time نيويورك تايمز، BBC بي بي سي المركز التجاري العالمي ثم نادت بضرورة إعلان حرب مقدسة ضد الإرهاب الشرق الاوسطي وسجل 200 حادث عنيف ضد أمريكيين مسلمين، كما قامت مؤسسة فورد جويس Ford Joys بعملية سبر الآراء سنة 1993 أي نفس السنة وصلت إلى نتيجة 50% من الأمريكيين يعتبرون أن المسلمين معادون للغرب عامة والولايات المتحدة الأمريكية خاصة»[1].

وسنعرض عينة أخرى من صحيفة أمريكية تظهر توصلها إلى نفس النتيجة «وهي مجلة نيوزويك News Week في مارس 1998 حيث أن أغلبية الأمريكيين يعتبرون الإسلام كدين أجنبي والمسلمين كأصوليين نشطين، إرهابيين لا يمارسون إلا لغة العنف، كما وصفت جريدة لوموند ديبلوماتيك Le Monde Diplomatique المسلمين في أوروبا بأنهم يشكلون قنبلة موقوتة ضد الغرب»[2].

تغير الصراع الفكري وأصبح أيديولوجي المبتغى منه أن أمريكا قوة عظمى أو إقناع الفرد الغربي أو لا يمكن أن يسمح للفرد الإسلامي بأن يصبح قادر على منافسة الغرب لأنه يشكل قوة روحية قادرة على غزو العالم، وهذا ما شكل تهديدا له فاخترع فكرة الإسلاموفوبيا وصدقها ولقيت هذه الفكرة رواجا خاصة في المجال الإعلامي أثرت على الرأي العام العالمي رجحت الكفة لصالح الغرب والولايات المتحدة الأمريكية.

«كما يرى الباحث الفرنسي فرنسوا يروغا Françios Yourga أن الإعلام الأوروبي يسعى دائما لإبراز الوجه السيء للإسلام بدلا من إبراز الوجه الإيجابي كما يركز على العناصر والحركات غير المنضبطة ويبينها دائما للإسلام «فعلى سبيل المثال نشرت صحيفة صنداي تيليغراف Sunday Telegraphe البريطانية تحقيقا حول سيدة أهدر زوجها دمها بعد هروبها منه بسبب الخلافات التي بينها، كما أذاعت البي بي سي BBC نفس الخبر»[3]. وهنا تجدر الإشارة إلى اعتراف بعض الصحف الأوروبية بتقديمها الصور مغلوطة عن المسلمين في

1- محمد عابد الجابري: مسألة الهوية العروبة والإسلام والغرب، ص 108.

2- بشاري محمد: صورة الإسلام في الاعلام الغربي، دار الفكر، دمشق، ط 1، 2004، ص 123.

3- المرجع نفسه، ص 28.

الإعلام الغربي، «ففي مقال نشرته صحيفة ذو أوبسرفر The Observer البريطانية بعنوان من البيت الأبيض إلى هوليوود ذكر فيه تصوير المسلمين والجماعات الإسلامية بصفة خاصة وهم يتآمرون للسيطرة على العالم وميلهم للعنف وحمل السلاح»[1].

يدخل كل هذا ضمن قولبة الإعلام Stéréotypes الوسيلة التي الإعلام الغربي حتى ينفرد بالمركزية وحده فنجد أن الإسلاموفوبيا أكبر أغلوطة فادحة ارتكبها ضد الإنسانية أولا والإسلام والإسلاميين ثانيا لأنها في رأينا ما بني على بطل فهو باطل سينجلي كل هذا ولا يصح إلا الصحيح حتى وإن كان المشهد ضبابيا نوعا ما. وقالت كنزا دريدر وهي متظاهرة محتجة ضد القانون: «أنه يتم تعرضها للإهانة من ثلاث إلى أربع مرات في اليوم ويقول معظمهم "عودي إلى ديارك" ويقول بعضهم "سنقتلك"، لقد حدث ذلك بعد إطلاق النار في جريدة شارلي إيبدو في يناير جانفي 2015، كانت هناك تقارير عن هجمات على المساجد والمواطنين المسلمين في جميع أنحاء البلاد»[2].

كما تسبب استمرار سن القوانين والتشريعات المعادية للمسلمين والتي أبرزها تشديد الخناق على المساجد ومنع ترشيح الأئمة، وقانون نزع النقاب الذي تبناه معظم الدول في استباحة أعراض المسلمين وأمنهم، وبرر الاعتداء عليهم والمضايقات التي يتعرضون لها مما عطل اندماجهم السلس في المجتمعات الغربية بالاعتماد على مجموعة كبيرة من البيانات وجود زيادة كبيرة في مشاعر السخط «عدد موجة العداء ضد المسلمين بخروج مظاهرة معادية للإسلام والمسلمين علينا والتي تنظمها حركة نيغيدا واعتداءات على نساء محجبات بالإضافة إلى إشعال النار في مؤسسات إسلامية وفي هذا التقرير بحث الباحثون في مختلف مجالات الحياة وتساءلوا هل يتم التميز ضد المسلمين أثناء بحثهم عن العمل، وهل تحتوي المناهج والكتب المدرسية وغيرها من المواد في المؤسسات التعليمية على محتويات إسلاموفوبيا؟ وما هو الدور الذي تلعبه الإسلاموفوبيا في الانتخابات والبرامج الخاصة بالأحزاب؟ وكيف تبدو التغطية الإعلامية؟ وهل يتضمن النظام القانوني قوانين ولوائح تمنع المسلمين من ممارسة شعائرهم الدينية؟ نشر باحثون مختصون تقريرا يقدم لامرأة لمحة شاملة عن العنصرية ضد

1- زكرياء خنجي: الصورة النمطية للعرب والإسلام في الإعلام الغربي، جريدة أخبار الخليج، العدد 10780، 6 يونيو 2021 الموافق لـ25 شوال 1442.

2- كلاوديا ميندا: الإسلاموفوبيا في أوروبا، تر: رائد باش، موقع قنطرة، تاريخ الدخول 2021/05/14 الساعة 17:15.

المسلمين في 25 دولة أوروبية ومنذ عام 2015 زادت الهجمات على المسلمين ومؤسساتهم زيادة ملحوظة في أوروبا ولذلك فقد بات يجب على السياسيين والمجتمع المدني التطور على عمل الجد»[1]. التي تجريها الباحثين أو المنظمات الغير حكومية.

نلاحظ من هذه الدراسة والبحوثات أن الإسلاموفوبيا تلعب دور في الحياة الغربية الاجتماعية والسياسية ويستعمل متى أرادوا ذلك فهي كحصان طروادة يختبؤون وراءه لتحقيق مآربهم وأغراضهم.

2. حقيقة الإسلاموفوبيا:

ابتكر الغرب مصطلح الإسلاموفوبيا في إشارة قوية منه إلى رفض الإسلام كديانة، وكمنهج حياة ينتهج وكمشروع ثقافي تعتمده أمة أو مجموعة أو طائفة من السكان مع اختلاف التسميات والتعريفات عبر مرور الزمن، ونظر إليه على أنه رهاب وخوف يمنع، التواصل ويحمل الغرب المسلم كل النقائص في المجتمع، ومعارض لكل الاسهامات العلمية وعند تقصينا لحقيقة الظاهرة من حيث المفهوم وامتداده في العالم محأولين الكشف عن حقيقة تنامي الإسلاموفوبيا بهذا الشكل الفظيع كما نبحث عن إجابة لأسئلتنا التي تشغلنا هل ولد هذا المصطلح من رحم الصراعات السياسية أم غذته عوامل عقائدية؟ هل الإسلاموفوبيا خوف غير واقعي؟ أم فبركة إعلامية وصناعة غربية تصنعها أجندات خفية؟ وللإجابة عن هذه الأسئلة علينا معرفة جذور هذه الكلمة أولا وتطورها إلى خطر يهدد حياة المسلمين في الخارج كونها أصبحت خطاب ذات طبيعة دينية اقصائية بحتة. وما اصطدمنا به أنها محاولة لإحياء الأحقاد التاريخية والنزعة الصليبية وتهيئة الرأي العام بتقديم ذريعة الخوف من الإسلام لارتكاب أبشع الجرائم في حق المسلمين.

أ. الحروب الصليبية:

ساد التوتر علاقة أوروبا المسيحية والمشرق الإسلامية في العصر الوسيط، ومنذ بزوغ فجر الإسلام اعترى الدولة الرومانية خوفا وشكا وريبة غير مبرر من دين الحق فأصبح يهدد تواجدها كدولة عظمى بانتشاره وقوة الدولة الإسلامية حينئذ. يقول الله تعالى: «وَإِن تَدۡعُوهُمۡ إِلَى ٱلۡهُدَىٰ لَا يَسۡمَعُواْۖ وَتَرَىٰهُمۡ يَنظُرُونَ إِلَيۡكَ وَهُمۡ لَا يُبۡصِرُونَ ١٩٨» [سورة الأعراف: 198] لذلك لم يجد

1- كلاوديا ميندا: الإسلاموفوبيا في أوروبا، تر: رائد باش.

رجال الكنيسة وقساوستها إلا الكذب والتخفي وراء الإسلاموفوبيا قديما وحديثا حتى لا يظهر ويفهم وكذبهم على النصرانية والباباوات «ومع ازدياد نفوذهم في المجتمع الأوروبي استمر القساوسة في إشعال لهيب الخوف والكراهية من العرب والمسلمين، وأصبح الباباوات قوة ضخمة سيطرت على سدة الحكم، وأصبحت توجه الملوك الرومان والبيزنطيين وتحثهم على شن الحروب المقدسة على الإسلام وهو ما دعى إليه البابا سيلفيستر الثاني Silvestre وبذلك تفشت حمى الكراهية التي أنهكت الوعي واللاوعي الأوروبي ما غرز تأزم العلاقة بين الشرق الإسلامي والغرب المسيحي أكثر فأكثر»[1].

تبين لنا استمرار الرؤية المعادية للإسلام في المرحلة المعاصرة نتيجة التراكمات التاريخية في الحروب الصليبية، وهذا ما تبلور في الخطاب الإعلامي المعادي، كما شكلت هذه العوامل سببا قويا لظهور مصطلحات كالإسلاموفوبيا وغيرها فهي كلمة أو لفظة قديمة حديثة كم صنع الإعلام الغربي. الحروب الصليبية هي الحروب التي قام بها الأوروبيين ضد المسلمين والسيطرة على أراضيهم وإخراجهم منها، ووقع اختيارهم على بيت المقدس الذي يحتل مكانة مهمة في قلوب المسلمين ويمثل قطب أساسي وقضية توحد كل العالم الإسلامين فالحروب الصليبية هي: «حروب الفرنجة هي حملات قامت في العصور الوسطى خلال القرن 11م حتى آواخر القرن 13م تحت إقرار كنيسة الروم الكاثوليك ففي عام 1095م قام البابا أوربان Ourbann الثاني جاء إطلاق حملة صليبية من مدينة كليرمونت الفرنسية بهدف فك سيطرة المسلمين على أراضي مقدسة وإرجاعها إلى قبضة الصليبيين حملت الشعار الديني وتبعتها ستة حملات أخرى»[2].

يقول الله تعالى في كتابه العزيز: «يَٰٓأَهۡلَ ٱلۡكِتَٰبِ لِمَ تَلۡبِسُونَ ٱلۡحَقَّ بِٱلۡبَٰطِلِ وَتَكۡتُمُونَ ٱلۡحَقَّ وَأَنتُمۡ تَعۡلَمُونَ ٧١» [آل عمران: 71] نظرا لأهمية بيت المقدس بالنسبة للأديان الثلاثة وما يشابه لهم من قدسية فكلنا نعلم انه المكان الذي حدثت فيه ليلة الاسراء والمعراج لنبي المسلمين، وأنه يقوم على هيكل سليمان كما يزعم اليهود في أساطيرهم، وهو مكان صلب فيه اليسوع

1- آصف حسين: صراع الغرب مع الإسلام، استعراض للعداء التقليدي، تر: مازن مطبقاني، دار الوعي للنشر والتوزيع، الرياض، ط 1، 2013، ص 25؛ 28.

2- أحمد مؤنس عوض: الحروب الصليبية، علاقات بين المشرق والمغرب، دار عين الجامعة للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، الإسكندرية، ط 1، 1999، ص 19.

حسبما يقوله المسيحيين أي أن هذه الأرض أرض رسالات فهي مطمع للغربيين بعدما كانت للعرب. إن الخداع الذي استخدمه الغرب بتصويره لنا أن الحروب الصليبية دينية ما هو إلا مؤامرة مدبرة حتى يخلق طريقة للدخول والتوغل في العالم العربي الإسلامي وإضعافهن وقد نجح الغربيين في ذلك. ومن هنا اشتعلت الحروب وقد خلفت عددي الخسائر المادية والبشرية واختلافات بين الباحثين والمفكرين في طبيعتها وحقيقتها ولحد الآن لازال الصراع قائما ولم ينجح أي طرف في السيطرة عليها وهي متواجدة ولكن ليس بشكلها القديم. يقول الله تعالى: «لَّا يَنْهَىٰكُمُ ٱللَّهُ عَنِ ٱلَّذِينَ لَمْ يُقَٰتِلُوكُمْ فِى ٱلدِّينِ وَلَمْ يُخْرِجُوكُم مِّن دِيَٰرِكُمْ أَن تَبَرُّوهُمْ وَتُقْسِطُوٓاْ إِلَيْهِمْ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُقْسِطِينَ ۝» [الممتحنة: 08]

ب. أحداث 11 سبتمبر 2001:

كانت هذه الواقعة بمثابة المنطلق الحقيقي لكره الغربيين للإسلام ولذيوع مصطلح الإرهاب الإسلامي وربط أي حادثة عنف تحدث بالدين الإسلامي فالجالية المسلمة إثر تلك الأحداث أصبحت تحت ضغط المعاناة والمضايقات والتهديدات فخسروا وظائفهم وطردوا أو هجروا من أماكن إقامتهم عنوة مع نعتهم بالمخربين والمتطرفين والهمجيين والإرهابيين. «تمثل الاعتداءات التي وقعت على برجي التجارة العالمية في سبتمبر 2001 نقطة تحول في العلاقات بين الدول الغربية والدول الإسلامية المتهمة بضلوع أفرادها في تلك الاحداث مما سنح للولايات المتحدة الأمريكية الحق التاريخي للرد على تلك الهجمات من خلال استراتيجية الحرب ضد الإرهاب مستعملة الحرب الاستباقية (الوقائية) كوسيلة تحول دون تكرار مثل هذه الهجمات في المستقبل»[1].

ففي يوم 11 سبتمبر 2001 هوجمت أمريكا صباحا باصطدام طائرتين في برجين شمال وجنوب نيويورك في مركز التجارة العالمي مما خلف أضرارا جسيمة في مختلف المجالات فقد تجاوز عدد القتلى الآلاف بالإضافة إلى حالات الفزع والخوف الهستيري، فقد قلبت أمريكا وفرضت حالة الطوارئ. ونقول أنه شاركت عديد العوامل في تطور هذه الظاهرة وبروز هذا المصطلح، وذلك بافتعال حوادث القتل لاستعطاف الرأي العام وتشويه صورة الإسلام، فحتى أحداث الحادي عشر سبتمبر مشكوك فيها فربما تكون سيناريو من السيناريوات الهوليودية

1- مشري مرسي: جدلية العلاقة بين الإسلاموفوبيا وحوار الحضارات، مجلة دراسات الشرق الأوسطية، الأردن، 2011، ص 12.

حتى تحط من قيمة الإسلام وتضعف الشخصية العربية المسلمة وتصبح محاصرة من جميع الجنسيات في العالم وإجباره على الانسلاخ من الدين الإسلامي. وبالمناسبة هناك من يقول أن الثورة الإيرانية ساهمت في تطور الظاهرة وامتداد المصطلح.

3. أسباب تنامي الإسلاموفوبيا:

تأججت ظاهرة الإسلاموفوبيا من خلال تلك المنظمات الغير حكومية بخطر الرموز الدينية والتمييز العرقي ضد المسلمين، وكنتيجة لتراكمات عدائية سابقة بين الإسلام والمسيحية ويتواصل مسلسل الإرهاب الإسلامي في الخطاب الغربي مع الرئيس الأسبق دونالد ترامب الذي صرح بأن الإسلام هو عدو الشعب الأول.

أ. سوء طبيعة فهم الدين الإسلامي:

حسب الغرب طبيعة الدين الإسلامي هي السبب القوي في تنامي الخوف منه ففي فهمهم السطحي للدين أنه يقوم على بزور العنف ويستشهدون بالآيات القرآنية والأحاديث الشريفة وخاصة تلك التي تحث على الجهاد. يقول هامينغتون في كتابه صراع الحضارات أن «مشكلة الغرب ليس مع الأصولية الإسلامية بل مع الاسلام»[1].

فهذا ما يتأكد لدينا ويزيدنا ثقة بأن الدين الإسلامي قادر على قيادة العالم رغم تخوف الغرب منه وأنهم يجهلون حقيقة هذا الدين نتيجة زرع المستشرقين للأفكار المظللة والمغالطات في كتاباتهم حيث يقول أحدهم في وصفه للمسلمين «إن المسلمين وحوش ضاربة وحيوانات مفترسة كالفهد والضبع كما يقول المسيوكيمون وأن الواجب إبادة خمسهم كما يقول والحكم على الباقي بالأشغال الشاقة وتدمير الكعبة ووضع ضريح محمد في متحف اللوفر»[2].

يقول الله تعالى: «ٱلَّذِينَ ءَاتَيۡنَٰهُمُ ٱلۡكِتَٰبَ يَعۡرِفُونَهُۥ كَمَا يَعۡرِفُونَ أَبۡنَآءَهُمۡۖ وَإِنَّ فَرِيقٗا مِّنۡهُمۡ لَيَكۡتُمُونَ ٱلۡحَقَّ وَهُمۡ يَعۡلَمُونَ ١٤٦» [البقرة: 146] وهذا ابسط مثال لسوء فهم الإسلام والعمل على تعتيم الحقائق ونعت المسلمين بصفات لا تليق بهم، كما ساهم الإعلام بنشر هذه الصورة المشينة وتسخير كل وسائل التكنولوجيا والاتصال لتثبيت هذه الرؤية الاستشراقية المجحفة.

1- هامينغتون: صدام الحضارات إعادة صنع النظام العالمي، تر: طلعت السايب، سطور للنشر، القاهرة، ط 2، ص 352.

2- محمد عبده: الإسلام بين العلم والمدنية، كلمات عربية للنشر، الرياض، ط 1، 2010، ص 23.

ب. سلوك المسلمين:

بعض السلوكيات التي قام بها بعض المسلمين لا يبرر أبدا حيث تمثل فئة من المسلمين والذين يدعون الانتساب للدين فيقوم الإسلامي بحكم أنه لا يقصي أحد عربيا كان أو أعجمي صورة سلبية عن حقيقة الإسلام فنجد من منهم يجاهر بالفعال المنافية للشريعة الإسلامية، كالزنا والتخنث وعباد الشياطين وغيرها، كثيرنا ناهيك عن تبني الخداع في المعاملات وقد نهانا الإسلام عن فعل ذلك، فمعظم الدراسات العربية تؤكد سلمة الإسلام، وسمو المسلم الحق ونبل أخلاقه وتعاملاته اليومية «لاشك أن سلوك المسلمين وأوضاعهم العامة وما يمرون به من تخلف شديد هو أسوأ شيء في تشويه الإسلام وحتى الوجود الإسلامي في الغرب على تعاظمه البشري ما زال يقيم صورة عن الإسلام لا تتصف بالحضارة كما ينبغي»[1].

يثبت هذا الكلام أنه من أهل الإسلام من شارك في ترسيخ هذه الظاهرة وتناميها إما سلوكه الخاطئ أو يتبنى الأفكار الغربية وحمايتها، والخوض مع الخائضين ومهاجمة من هم من بني جلدتهم وهذا ما يعمق في عذاباتهم ويطلقون عليهم المتغربين، وهناك فئة أخرى من صنع غربي تستعمل كقنابل موجهة للتدمير والقتل بل مهمتهم تمثيل المسلمين أسوأ تمثيل والإغراق في الإساءة بهذا الدين.

فالفرد المسلم لا يقبل التخلف ويسعى لمواكبة الركن الحضاري والتطور وهذا ما انعكس سلبا عليه فترجم سلوكه الخاطئ إلى إساءة لدينه. يقول الله تعالى: «قُلۡ يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ إِنِّي رَسُولُ ٱللَّهِ إِلَيۡكُمۡ جَمِيعًا ٱلَّذِي لَهُۥ مُلۡكُ ٱلسَّمَٰوَٰتِ وَٱلۡأَرۡضِۖ لَآ إِلَٰهَ إِلَّا هُوَ يُحۡيِۦ وَيُمِيتُۖ فَـَٔامِنُواْ بِٱللَّهِ وَرَسُولِهِ ٱلنَّبِيِّ ٱلۡأُمِّيِّ ٱلَّذِي يُؤۡمِنُ بِٱللَّهِ وَكَلِمَٰتِهِۦ وَٱتَّبِعُوهُ لَعَلَّكُمۡ تَهۡتَدُونَ ١٥٨» [الأعراف: 158]

ج. تهديد المصالح الغربية:

الإسلام هو الجدار الذي يحول دون انتشار المسيحية الشيوعية والصهيونية وغيرها من الديانات المبتكرة وحتى الإلحاد وبالتالي يشكل خطرا حقيقي يهدد وجودها وامتدادها في أوروبا لستة قرون يقول أحد المبشرين: «إن القوة الكامنة في الإسلام في التي وقفت سدا منيعا في وجه انتشار المسيحية وهي التي أخضعت البلاد التي كانت خاضعة للنصرانية»[2].

1- زكي ميلاد: الإسلام والمدنية، دار العربية، بيروت، لبنان، ط 1، 2007، ص 45.

2- جلال العالم: قادة الغرب يقولون دمروا الإسلام أبيدوا أهله، دار الفكر للنشر، بيروت، ط 1، 1975، ص 32.

من البديهي بالنسبة لنا أن الدين الإسلامي هو الدين المكمل لباقي الديانات الأخرى له تأثير أوسع منها، فهو يتميز بقوة الإقناع والعقلانية وأنه دين واقعي يوازن بين متطلبات الجسد وتطلعات الروح فهو دين متوازن بالنسبة لكل بشر سواء أعجمي أو عربي. ويقصد بالتهديد أنه يضبط الفرد ويجمع أطباعه وخاصة في احتلال البلدان الأخرى والاستيلاء على ثرواتها، وكذلك دون أن ننسى سلم الإسلام فالفرد الغربي لا يتفعل مع الأفكار التي لا تخدم مصالحه الخاصة والاقتصادية بالتحديد ويعتبر الإسلام مظهر من مظاهر التخلف الحضاري الذي يحد من التقدم حسب تصورهم.

4. الخطاب الاستشراقي الإعلامي الغربي والأنا:

تعتبر الفضائيات الإعلامية امتداد للاستشراق الكلاسيكي، وفي ظل العولمة التي أصبحت مصدرا للمادة الإعلامية حيث أصبح الاستشراق الإعلامي أكثر خطورة في الاستشراق التقليدي الذي انحصر على النخبة والمتخصصين في حين ان المادة الاستشراقية الإعلامية في متناول الجماهير مباشرة عبر وسائل الإعلام ومتاحة لكل الفئات العمرية في أي مكان، حتى «لا تزال الصور الاستشراقية القديمة سائدة في الخطاب الاستشراقي الغربي الذي يقدم المسلمون والعرب بشكل يفتقد إلى التوازن والإدراك والعمق»[1].

لا شك أن الاستشراق التقليدي لم يتراجع أمام الاستشراقي الإعلامي المعاصر بل فقط بدل ثوبه وظل هو الأساس، نعم هكذا تعلم الإعلام من الاستشراق. يرتدي الخطاب الاستشراقي لحاف الأكاديمي وهو في حقيقته استعلاء، وما جعله وسيلة في يد السياسيين لكن في أغلبه لم يكن مهيأ في طبيعته كالوقائع السيكولوجية والسياسية حالت دون الوصول إلى غايته وهدفه الحقيقي وهو الدراسة من أجل فهم الشعوب والاحتكاك الثقافي والانتفاع العام «الاستشراق كرؤية أكاديمية علمية للإسلام فهو تعبير فوقي يكشف لنا عقلية أصحابه أكثر منه تعبير عن حقيقة موضوعه لقد خصصت الكثير من كتابات الاستشراق للدراسة والنقد من بعض المفكرين المسلمين والعرب وبعض الغربيين أنفسهم، وأشهر المشاهير في هذا الصدد لتفكيك آليات الرؤية الاستشراقية ما قام به إدوارد سعيد في كتاب الاستشراق»[2].

1- أحمد بن راشد سعيد: قولبة الآخر التشويه الحضاري والاغتيال الإعلامي للمسلم والعرب، أبو ظبي، ط 1، 2001، ص 11.

2- إدوارد سعيد: الاستشراق الشرق مكتوب بالغرب، سيفيل، باريس، فرنسا، 1980، ص 353.

نجد أنفسنا أمام نقطة مهمة وهي ينفي عن الاستشراق صفة الأكاديمية والعلمية حتى ولو ظهر لنا غير ذلك فهو يخضع لنظام أيديولوجي يطبعه التعالي وفي معظم كتاباته عنصري تجاه الإسلام. يصنع الإعلام المواقف والآراء للرسائل الإعلامية المنشورة أو المبثوثة أو المسموعة وسيط هام بين الإعلام والمتلقي «الإعلام هو التعبير الموضوعي بعقلية الجماهير وكروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت»[1].

نفهم أن الإعلام هو خطاب تعبيري تحوي ميولات واتجاهات وأفكار تحتاج للترويج، «تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم»[2].

إن الوقائع والأحداث والأخبار هي الغذاء الأساسي للإعلام ووسائله كلما كان الغذاء صحي وكامل كان مفيد وكذلك الخبر. الصورة النمطية Stéréotype بأنها تلك المتشكلة الديناميكية لإنتاج آلاف الرسائل المتطابقة وهي تشبه عملية الطبع «استخدام الأنماط الفكرية السائدة أو الصور الذهنية السائدة عن الفرد أو جماعة أو شعب أو إلصاق مبادئ ونظم وأفكار بشكل يسهل قبولها لدى عامة الناس، والهدف الرئيسي من تسليط الأضواء على هذه الصورة النمطية الجامدة السلبية هو إثارة الضغائن والأحقاد والكراهية ضد صاحبها»[3].

عند الحديث عن الصورة النمطية نجدها تقوم على مجموعة من السمات التي تثير مشاعر الخوف والكراهية والنفور والاشمئزاز كالصورة النمطية التي رسمتها الصحافة الغربية للإسلام معتمدة على نتاج الأبحاث الاستشراقية التي روج لها المستشرقين أنفسهم. لعب الاستشراق دورا محوريا في نقل صورة سلبية عن دين المسلمين فأغلب المستشرقين عملوا على تدمير الإسلام وأهله، فافتقرت كتاباتهم إلى النزاهة والموضوعية وسعوا جاهدين إلى ترسيخ تلك الصورة النمطية فهم يرون أن المجتمعات العربية بدون هوية ولا تميزهم ثقافة ولا حضارة وكان التشكيك وسيلتهم لضرب المسلمين في مقتل، فهرعوا إلى البحث في التراث العربي والقرآن

1- عبد الله قاسم الوشلي: الاعلام الإسلامي في مواجهة الاعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، دار النشر للثقافة والعلوم الإسلامية، مصر ط 1، 1993، ص 10.

2- عبد اللطيف حمزة: الاعلام تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ط 1، 1965، ص 30.

3- علي خليل الشقرة نقلا عن: محمد جمال الفار: الاعلام والصورة النمطية (لصورة العرب والمسلمين انموذجا)، دار أسامة، عمان، الأردن، ط 1، 2015، ص 11.

والسنة، والشعر واللعب على الوتر الحساس حتى يعاد تشكيل العالم وجغرافيته على مقياس ما تسعى إليه النزعة الاستعمارية.

II. الخطاب الاستشراقي في وسائل الإعلام الغربي:

يتحول الاستشراق من إنتاج المعرفة عن الشرق إلى ترسيخ وتأكيد الصورة المشوهة عنه، ويتجلى ذلك في الخطاب الإعلامي المرئي خاصة، وآليات الدعاية والإشهار ومن قبلها والمؤلفات والمناهج المدرسية.

1. المؤلفات والكتب والمناهج المدرسية:

ما تزال أهم المصادر التي يستقي منها الغرب معلوماته مثقلة بكم هائل في المعلومات المغلوطة والمضللة عن الإسلام وتعود إلى ما كتبه المستشرقين في القرون الوسطى وما أهلته سلطة الكنيسة. «وتجدر الإشارة إلى أن القليل من انتاج المستشرقين الجدد وكثير في حد ذاته يذهب إلى صانعي السياسة والقرارات التي في الغرب بينما يذهب الكثير من إنتاجهم إلى الرأي العام ليؤكد صور نمطية أو يشوهها، إن الاستشراق الجديد الساعي قولا وفعلا إلى صدام حضاري مع الشرق الإسلامي حريص أيضا على فتح حوار على مستويات متعددة ليختلط فيها الدين بالسياسة والفاهمين بغير الفاهمين»[1].

نلمس في هذا القول أن عديد البحوث الاكاديمية التي انتجتها المدرسة الاستشراقية غذت الصورة السلبية عن الإسلام والملاحظ أن هناك وجود جهلا صارخا بحقيقة جوهر هذا الدين من قبل الفرد الغربي فأصبح يصدق ما تمليه عليه الكنيسة، فزجت بالكتب المدرسية والمناهج الجامعية في غياهب هذا الصراع الأبدي من بين الكتب «نذكر ما كتبه جاف آشلي Djeef Ashley، برنارد لويس Bernard Louis، يعقوب نويسر Yaakoub Nouisser، بروس شيلتون Bross Shelton، وغيرها كثير»[2].

ومن أبرز الكتب الإغارة على الإسلام لآل شاتيليه ويصف فيه كيف وضع العالم الغربي قيوده وأحكم حصاره عليه كي يحول دون تحركاته وفعاليته ببروتوكولات حكماء صهيون ظهر سنة 1902 فظل ممنوعا من الدخول إلى الشرق إلى غاية 1952، التعصب نشره

1- جميل مطر: حوار الحضارات السياسية أولا المستقبل العربي، العدد 325، مارس/آذار، 2006، ص 57.

2- John TOLAN, Mahomet l'Européen, histoire des représentations du Prophète en Occident, Albin 4 -Michel, Paris, 2018, p.441, ref 1, P 397.

التنويري فولتير في أواسط القرن الثامن عشر يصف النبي بأبشع النعوت. عملنا على تقديم هذه المؤلفات والكتب كعينة بسيطة فقط وما هي إلى فيض من غيظ لتظهر حجم المشكلة المتمثلة في موقف الاستشراق الموجه بالعداء نحو كل ما هو عربي، فاستغل كل ما يقع تحت يده من وسائل مادية وبشرية لزرع تلك الصورة المشينة على الإسلام والمسلمين حتى المناهج المدرسية والعلمية لم تسلم من تلك الأفكار الهدامة التي تحث على الكراهية وتعكير صفو النفسية بإلباس المور وتعتيم الحقيقة.

2. أجهزة ووسائل الإعلام:

ساندت وسائل الإعلام بعضها بعضا بطريقة أو بأخرى في هذا التدفق الإعلامي الهدام للثقافة الإسلامية، فالمتتبع لهذه الوسائل الغريبة من صحافة مكتوبة، وإذاعة مسموعة، والتلفزيون والسينما والأنترنت يجد أنها اشتركت مع الاستشراق في الجرم نفسه وموضع قوالب نمطية والترويج لها، ففي مجال الطباعة السيميائية وتأثيرها «لقد بدأت السينما منذ مراحلها الأولى في تشويه الشخصية العربية عندما ظهرت في العشرينيات أفلام سينمائية تصور العربي في صورة شيخ شبق جنسيا لا يعرف سوى النساء، وكانت صورة العربي مقترنة دائما بالجمل والصحراء أو البداوة وبعد قيام الكيان الصهيوني في فلسطين حفلت فترة الاربعينات والخمسينات بعدد من الأفلام السينمائية التي تصور العربي بأنه رجعي متعصب ماكر لا ذمة له وكسول، ومن أهم أفلام هذه المرحلة لص بغداد وكابتن سندباد»[1].

ننبه إلى ما حأولت الأفلام أيام هوليوود الأولى وحتى الأفلام الحديثة هو جعل ما لا نراه يبدو ومرئيا وكل الصور المصنوعة في المختبر الهوليوودي مكررة وأساطير كاذبة تماما عن العرب. نذكر أيضا ذلك الفيلم الكرتوني الموجه للأطفال "علاء الدين" وهو من أنجح أفلام ديزني حيث جاء في أغنيته الافتتاحية الفيلم: «لقد أتيت من بلاد، بلاد بعيدة جدا حيث تتجول قافلات الجمال حيث يقطعون اذنك إن لم يعجبهم وجهك، هذا وحشي لكن هذه هي بلادي»[2]. وتجسيد الغريزة الشهوانية الحيوانية عند العرب الجامعة بين متعة الجسد وبلورة الروح وحسنها والاستمتاع بالحريم. والجدير بالذكر أن مجلة العالم الإسلامي الفرنسية نشرت في عدد نوفمبر 1911م «إصدارا ضخما ليس فيه غير بحث واحد وهو بحث تبشيري يدور

1- عبد القادر طاش: صورة الإسلام في الاعلام العربي، الزهر للإعلام العربي، سوريا، ط 2، 1993، ص 97-98.

2- بشاري محمد: صورة الإسلام في الإعلام العربي، ص 23.

حول ما تقوم به ارساليات التبشير البروتستانتية في العالم الإسلامي، وما قيل في المؤتمرات التي عقدتها تلك الارساليات في أوقات مختلفة، وقد جعلت المجلة عنوان هذا البحث الغارة على العالم الإسلامي أو فتح العالم الإسلامي»[1]. والهدف من نشر هذا البحث الأكاديمي أنها تحث الجيل الجديد من المسيحيين الكاثوليك على مضاعفة جهودهم والبحث عن أساليب ليستفيدوا منها وإتمام ما بدأه سلفهم من البروتستانت.

أ. الإذاعة والتلفزيون:

لا يختلف الأمر كثيرا بالنسبة للإذاعة والتلفزيون الغربي في عرض صور الاخر وخاصة المسلم، وهذا ما نجده في تتبعنا لبعض البرامج في القنوات الإذاعية والتلفزيونية الغربية فنجد هذا التوجه حاضرا في معظم التغطية الإعلامية وخاصة الصراع الأيديولوجي الديني «الإسلام من خلال قناتي ZDF وARD يبدو في قمة العنف والصراع وما يعطي للمشاهدين الألمان انطباعا بأن الإسلام لا يعتبر دينا وشريعة بقدر اعتباره فكرا وايديولوجية سياسية مجتمعية تتعارض، تتصادم مع القيم والآداب العصرية»[2].

تلغي هذه القنوات صفة الدين عن الإسلام وتجعل منه توجها فكريا أو تيارا أيديولوجيا سياسيا، ويتعارض مع قيم الدول الأوروبية. وفي 01 نوفمبر 2010 بثت قناة France 24 برنامج تحت عنوان الإسلام والمسيحية الحوار إلى أين «حيث استهزأ أحد الضيوف بالإسلام وذكر بأن الدين الإسلامي لا يقر بالمساواة بين البشر وأنه دين الجهاد والقتل كما تعمد أيضا تعريف بعض الآيات القرآنية، وفي تموز 2005 أدلى مايكل جرام أحد مقدمي البرامج الحوارية في إذاعة "دابليو أم أه آل" WMAL الأمريكية في أحد برامجه بتصريحات قال فيها الإسلام منظمة إرهابية والإسلام في حرب مع أمريكا والمشكلة ليست في التطرف الإسلام هو المشكلة وأضاف: نحن في حرب مع منظمة إرهابية تدعي الإسلام»[3].

وتعمل على تنميط صورة الإسلام من طرف وسائل الإعلام الغربية الامريكية ويفسر هذا تكالب تلك الأمم على الأمة الإسلامية لتمزيقها وإذلالها وإضعاف أسسها، «وهكذا فإن

1- آل شاتيليه: الغارة على العالم الإسلامي، تر: محي الدين الخطيب ومساعد اليافي، المطبعة السلفية، القاهرة، مصر، ط 04، 1398هـ، ص 03.

2- وائل الأجهوري: يومية السبيل المغربية، العدد 20، 2007/03/10، ص 25.

3- عطية فتحي لويشي: الخواف الإسلامي بين الحقيقة والتظليل، مجلة دعوة الحق، العدد 210، المغرب، ص 136.

النشرات الإخبارية والتقارير الصحفية والأفلام الوثائقية والفقرات الإعلانية في القنوات الاذاعية والتلفزية في الغرب تأتي مليئة بالأوهام. في هذا السياق شكلت الصناعة الهوليودية مرآة عاكسة لحقائق مزيفة فمارس التضليل والتشويه الإعلامي بكل جدارة، وساعدت المستشرقين في نشر الافتراءات والكذب والتحريض غير المباشر ضد المسلمين عن طريق تلك الأفلام التي لاقت رواجا كبيرا عن جمهور المتفرجين وخاصة بعد أحداث 11 سبتمبر، فعملت على غسل الأدمغة الأمريكية والغربية بما سخر لها من وسائل تكنولوجية كبيرة مروجة لعديد الأزمات العالمية وفق سياسة ممنهجة لتدمير العالم الإسلامي.

ب. الصحف والمجلات:

إن الاساءات المنظمة التي يتعرض لها الدين الإسلامي ونبيه محمد ﷺ من قبل وسائل الإعلام وخاصة المكتوبة منها لم يسبق لها مثيل في تاريخ الأديان السماوية والثقافات أو حضارة من الحضارات فظهر عديد المقابلات والدراسات في الصحف والمجلات تدل على الإسلاموفوبيا والرهاب من الإسلام فجاءت طافحة بكل أشكال الازدراء والكراهية لكل ما هو إسلامي «فقد عمدت مجلة التايمز الأمريكية في عددها الصادر بتاريخ 1979/04/16 كانت صورة وموضوع الغلاف عبارة عن مؤذن وكأنه يدعو إلى الصلاة وقد كتب عنوان بخط لافت "عودة المجاهد" وقد تناول المقال بالداخل ظاهرة الصحوة التي تدب في العالم الإسلامي بأنها تمثل روح التعصب والعودة إلى همجية القرون الوسطى، إن هذا التوجه العدواني للصحافة الغربية المكتوبة تظهر أيضا على مستوى تغطيتها المنحازة للصراع العربي الإسرائيلي ففي دراسة قام بها الاتحاد العام للطلاب الفلسطيني، وضعت العناوين التي ظهرت بها الصحف الألمانية حول العرب كانت مختلفة عن تلك التي وصف بها الإسرائيليون، فمن العناوين الصحفية حول العرب "إن هنا يزيد حقدنا بالتأكيد" من أجل الإرهاب، القنابل في الأراضي المقدسة إرهابيو الجبهة الشعبية والبربرية تكتيك الفدائيين العرب»[1].

وعلى سبيل الذكر لا الحصر مثال جذور الغضب الإسلامي قنبلة والإسلام الموقوتة الصين أيضا قلقة من الإسلام.

1- سامي مسلم: صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط 2، 1986، ص 61.

برنارد لويس 1990 مقالة رئيسية في أتلانتيك تايمز. والتطرف والإرهاب وأن المسلمين غير جديرين بالثقة، نكتفي هنا بالإشارة إلى بعض الأفلام الوثائقية للدلالة على محتوياتها القنبلة الإسلامية، سيف الإسلام، الإسلام الملتهب، خنجر الإسلام، نار الإسلام. لا شك أن هذه القنوات التلفزية والإذاعية لم تكن منصفة أبدا في عدائها للإسلام، وذلك بتقول الاشاعات والافتراءات وإقحام الإعلاميين في هذه اللعبة القذرة، فمن الفضل لها أن تنقل صورة الاخر بحياته، ودون التحيز لأي طرف ولكن نعلم جيدا ان هذه القنوات تخدم أجندات معينة.

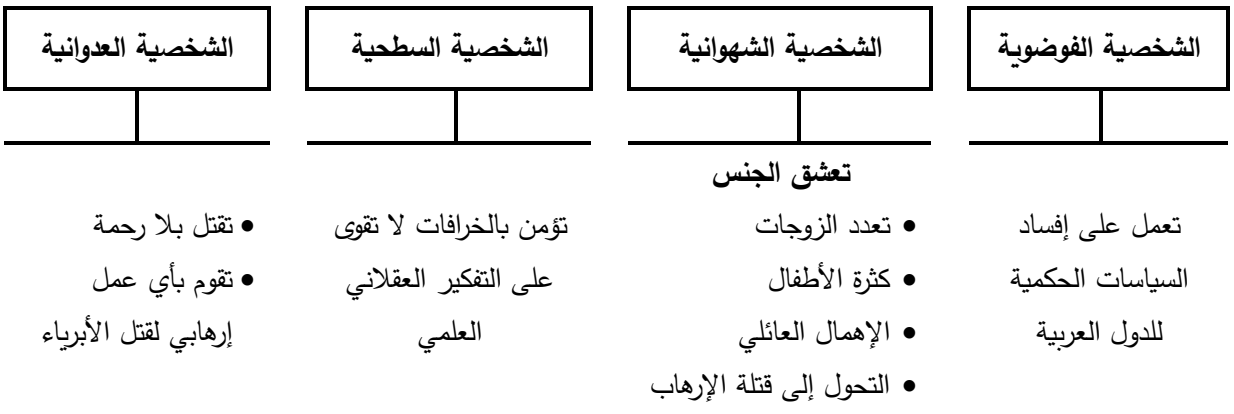
ج. الدعاية والإشهار:

لا تكاد تخلو وسيلة من وسائل الإعلام الغربية من السخرية والتهكم من دين الإسلام والمسلمين والمرأة المحجبة والرجل الملتحي والصحراء والحمل موضوعها. لم تقتصر الإساءة على المجلات والصحف إنما امتدت الايادي الآثمة إلى الاشهار وترويج السلع والخدمات، لذلك لم يعد يساورنا الشك أبدا لأنها حملة شرسة ومغرضة وغير بريئة متقصدة والإعلان أكثر تأثيرا من الأفلام، وبرامج التلفزيون ومدارات التحرير الصحفية لأنه يستخدم أسلحته الفتاكة، فيوظف الغناء والموسيقى، المؤثرات الصوتية، الخدع الحركية ويعتمد على نجوم مشهورين من عالم السينما وغيرها، ويحمل رسالة تتميز بالتكثيف والاختزال ومع التكرار عبر عديد القنوات أو الجرائد والمجلات حتى يتم غرسها في ذاكرة المتلقي، تنسب هذه الإعلانات لشركات ذات الوزن الثقيل وبطبيعة الحال لها فاعلية وتأثير أكبر، وربما يفضل المشاهد العربي عن تلك الإساءات المغلقة بإحكام أو حتى يضحك منها داخل ذلك الاشهار «فلا يلقي لها بالا أصلا فعلى شاشات التلفزيون مثلا عرض التلفزيون الأمريكي إعلان عن نوع من الصابون ظهر فيه رجل عربي قذر لكنه ما إن اغتسل بذلك الصابون حتى زالت عنه القذارة، وقال المذيع التلفزيوني معلقا: إن هذا الصابون معجزة لأنه نظف ذلك العربي القذر»[1].

تعد مثل هذه الإعلانات لترويج السلع من أجل زيادة الربح المادي للشركة المنتجة والمفاجأة أن هذه الإعلانات سواء معدة للربح المادي أولا فإنها ساهمت كثيرا في تنميط صورة الإسلام وتثبيت قيم العداء والكراهية، تقليص الحوار والتواصل بين المسلمين وغيرهم.

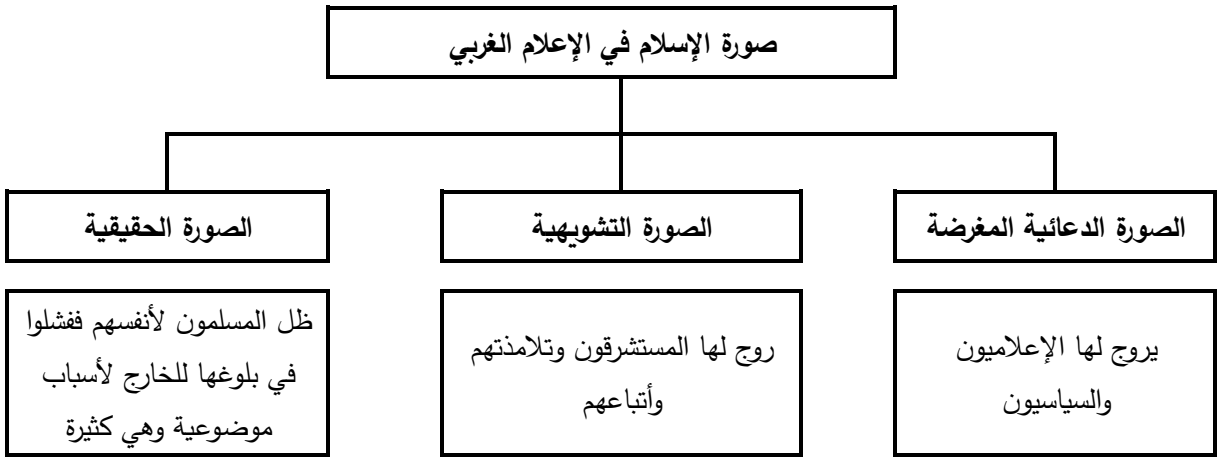
1 حسين نيازي صيفي: الإعلام الغربي وصورة الإسلام والمسلمين، مج 1، إلزاك للنشر والتوزيع، ط 1، 2011، ص 21.

الشكل رقم 4: دراسة لأنماط الشخصية المسلمة في الإعلام الغربي[1]



الملاحظ من هذه المخططات أن الدراسة للشخصية المسلمة غير عادلة وأن الوسائل الإعلامية تقولب بهذه الصورة بشكل لا يدعو للشك أنها غير حيادية ومتعصبة تبلورت صور الإسلام حسب الإعلام في المجتمع الغربي في ثلاث صور.

الشكل رقم 5: صورة الإسلام في الإعلام الغربي[2]



بالرغم من سماحة الإسلام ونقائه تبقى هذه الاحصائيات لا تخضع لأي معيار سوى معيار الكيل بمكيالين ودحر هذه الشريعة الإنسانية.

1- ينظر: عبد الرحمن بن بريك العصيمي: صورة النبي في الخطاب الاستشراقي وأثره في الإعلام الغربي، الإعلام الفرنسي نموذجا، مركز السلف للبحوث والدراسات، الرياض، ط 1، د.س، ص 26.

2- ينظر: المرجع نفسه، ص 28.

3. الصور والرسوم الكاريكاتورية:

وظف الرسم الكاريكاتوري منذ سنوات في عملية تشويه صور الإسلام ونبيه، فغالبا ما استلهم الرسامون الكاريكاتوريون أفكارهم من هذا الواقع الغربي الموجود والمشحون بمشاعر الكره والازدراء والذي لا يرى في الإسلام سوى خطرا يهدد أوروبا العظمى حيث ساهم في هذا الواقع الموروث الفكري الكنيسي منذ العصور الوسطى فأطلقوا أحكامهم على الدين ونبيه الأقرب إلى الخرافة منها إلى الواقع، وهذا ما بثته المدرسة الاستشراقية من سموم حول تاريخ هذا الدين وحضارته، وكانت وسائل الإعلام قطب داعم لبعث تلك الصورة وانتاجها كلما اضمحلت من العقول «وقد يتم الربط أحيانا بين العربي وديانته الإسلامية كما حصل إبان أزمة النفط عندما أراد بعض رسامي الكاريكاتير التعبير عن الارتفاع المعمول في أسعار النفط لمصلحة المصدرين والمنتجين تعمدوا إلى تصوير المؤذنين واقفين على المآذن وهم يتلون آخر أنباء انهيارات أسعار الأسهم في البورصة العالمية بدلا من كلمات الآذان»[1].

وكنموذج آخر يدل على استخدام الكاريكاتير ورسومه في تدنيس المقدسات الإسلامية نجد أن «مجلة فرنسية L'événement du jeudi وقد نشرت رسما عبارة عن منارة جامع على شكل غطاء طنجرة ضغط قابلة للانفجار، وآخر يصور مسلما ملتحيا يحرث والنساء محجبات يجرون المحراث»[2]. ناهيك عما رسمته بولاندس بوسطن الدنماركية وغيرها من الصحف والمجلات الغربية شارلي إيبدو ومؤخرا بإعادتها نشر هذه الصور عن نبي الإسلام محمد ﷺ فجسدته أبشع تجسيد وهذا ما سنأتي على ذكره لاحقا.

4. الرؤية الاستشراقية للنبي ﷺ:

نرصد مؤخرا ظاهرة الإساءة للرسول ﷺ وحملات التشويه والقذع في حقه في مختلف وسائل الإعلام الغربية إذ تناولت شخصيته بالدراسة والتحليل فأضحت مطلبا مهما ومحوريا تدور في قلبه مواضيع وسائل الإعلام ورسومه، إذ تناولت بصورة نمطية دنيئة ووضيعة من خلال مواقف ترسم بالتشويه والتجرذح وهي بالتأكيد معرضة بقصد تثبيتها في عقول وأذهان

1- أنجمار كارسون: الإسلام وأوروبا تعايش أم مجابهة، تر: سمير البواتني، مكتبة الشروق، القاهرة، مصر، 2003، ط 1، ص 15.

2- عبد الكريم بوفرة: صورة النبي في الآداب العالمية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة محمد الأول، مجلة المشكاة، عدد 27 و28، 1998، ص 188.

الأجيال اللاحقة في أفراد المجتمع الغربي وبالتالي استمرار هذا الحقد والكراهية، تأخير تقدم هذا الدين الذي جاء به سيد المرسلين.

تظهر العدائية للإسلام في شخص حبيبنا محمد ﷺ منذ قرون خلت وعلى رسالته وتراكمت وتكلبت في كثير من ميادين الثقافة والفكر الإسلامي والأهم من ذلك في المنظومة الإعلامية الغربية وخاصة في الفترة المعاصرة، ولعل آخر ما تم توجيهه صورة وصوتا عرض ذلك الفيلم المسيء للرسول ﷺ برعاية حرية التعبير وتلك الرسوم التافهة والمسيئة التي ظهرت على صفحات المجلات والصحف ويتكرر نشرها في عدة بلدان وكأنهم لا يملكون غيرها.

تشكلت هذه النظرة للنبي ﷺ من سياق تاريخي استشراقي استمر تأثيره إلى يومنا هذا حتى مع محاولة بعض المستشرقين التراجع عما قالوه بعدما عرفوا من الحق والعمل على محو تلك الصورة وسننقل اهم هذه الأفكار التي رسمت بحبكة ستعرضين نماذج لكل عصر لأنه لا يسع الوقت ولا المكان لذكرها جميعا ولكن نكتفي بأهمها وأشهرها. «كتابات يوحنا الدمشقي 136م والأسقف تيدور أبو قرة إذ كان قد اتهم محمد ﷺ باختلاق الوحي فشباع رغبات دنيوية ولم يتوقف الأمر عند هذا الحال بل إن يوحنا جعل الإسلام برمته يهودي مسيحي لرجل "أريوسي" واسمه "محمد" نجح في خداع قومه بعد ادعائه نزول الوحي عليه»[1].

استمرت حملات التشهير والتشويه عن طريق القساوسة البيزنطيين في العصور الوسطى وكان لهم تأثير وكتابات «وفي العصر الوسيط ها هو طوماس الإكويني 1274م وهو أكبر فلاسفة عصره والذي لا يزال تأثيره كبيرا في الكنيسة الكاثوليكية وفي الفكر المسيحي بصفة عامة تصور الكنيسة الأوروبية رسول الله بأنه هو الذي أغوى الشعوب من خلال وعوده الشهوانية وقام بتحريف جميع الأدلة الواردة في التوراة والإنجيل من خلال الأساطير والخرافات التي كان يتلوها على أصحابه، ولم يؤمن برسالة محمد إلا المتوحشون من البشر الذين كانوا يعيشون في البادية»[2].

1- الأحمد غراب: مناهج المستشرقين وموقفهم من النبي صلى الله عليه وسلم، الاستشراق رؤية إسلامية، مركز البيان، د.ب، ط 1، د.ت، ص 33.

2- عبد الرحمن بريك العصيمي: صورة النبي في الخطاب الاستشراقي وأثره في الإعلام الغربي، الإعلام الفرنسي نموذجا، ص 10.

تشارك معظم الفلاسفة الكبار في هذه الكتابات المزيفة ونشرها وتصنيفها ولاقت دعما لوجستيا من قبل الامبراطوريات المتعاقبة العظمى المتعاقبة على الحكم آنذاك فقامت بتوظيفها لتدعيم أركان الدولة. ظلت الكنيسة الداعم الأساسي لهذه الافتراءات واستخدمتها الحكام في الغرب كأداة للبقاء في كرسي الحكم والشهرة أيضا واتقاء شر الكنيسة. «فالإيطالي دانتي اليغري من أدباء القرن الثالث عشر يتحدث عن النبي في كتابه الكوميديا الإلهية الجحيم وسماه موميت Momit وبعد حديث بشع ومنحط لا يليق إلا بأليغري نسه تتهم دانتي "موميتو" Momito بأنه اسير الشهوانية المقرفة وأنه يستحق العذاب، فمحمد موجود في الدائرة التاسعة»[1].

الملهاة الالهية والكوميديا بالإلهية شعر ملحمي ألفه دانتي أليغري ما بين 1803 حتى وفاته 1321 فيضع دانتي النبي عليه الصلاة والسلام في طبقة متأخرة من طبقات الجحيم «كون الخطاب دانتي بالفرنسية العالمية المستوى ليس موجها للعرب ولا المسلمين إنما هو في الأصل موجه لقراء الفرنسية، وأن المراد تشويه صورة محمد ﷺ بغية الخلاص كمما كانت تظنه الكنيسة ويظنه مفكرو الغرب حتى أعداء الكنيسة غزوا فكريا إسلاميا»[2].

فمثلها وغيرها من الأعمال الأخرى في اعتقادنا كانت تخاف من سلطان الكنيسة بالتقرب منها وكذا تسلق سلم السياسة واعتقادهم الذي زرع فيهم بأنهم دون خدمة لدينهم وأوطانهم. وكمثال آخر «أغنية رولاند أقدم مجموعة قصائد فرنسية فهي عبارة عن ملحمة شعبية حوالي عام 1000م تصور المسلمين الذين يبلغ التوحيد الديني للألوهية عندهم أرقى درجات التنزيه والتجريد تصورهم هذه الملحمة الشعرية الشعبية الأوروبية وثنيين يعبدون أبولين Apollin، تيرفاجانت Tervagent، محمد Mohamed وماحومات»[3].

إن إقحام مثل هذه الأعمال كالملاحم الشعرية والمسرحيات لنقل أيديولوجية معينة يقلل من قيمتها حتى وإن بقيت خالدة لنها تبقى حكرا على فئة معينة وليست في متناول الجميع بسبب عزوف الآخر عن قراءتها أو متابعتها لأنها تسيء إليه وتحط من قيمته كإنسان. من منظورنا هذا يمكننا القول أن هذه الابداعات الفنية وجب عيلها أن تكون خادمة للإنسانية بنقل

1- www.muslm.net/vb/showthread.php302751.

2- أكرم العمري: موقف الاستشراق من السنة والسيرة النبوية موقف دانتي من الرسول (ص)، ج 1، الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، السعودية، ط 1، 2004، ص 62.

3- ألو التراب سيد بن حسين العفاني: ومحمداه إن شانئك هو الأبتر، ج 03، دار العفاني، مصر، ط 1، 2006، ص 40.

الصورة كما هي دون هجاء أو تطأول ولا تلغي الآخر أبدا. وكإنصاف منا علينا أن نشير إلى أن الحالة الاستشراقية لم تخلو من نماذج إيجابية امتازت نوعا ما بالإنصاف والعدل في حق نبينا الكريم ﷺ بيد أنه حتى مع هذه الحالات القليلة فإن «الصورة العامة لم تتغير منذ الأدبيات الأولى للاستشراق في مرحلة العصور الوسطى وهذا بتصريح أكبر مستشرقين مونتيغمري في كتابه حياة محمد وتعاليمه»[1].

ووفق ما تقدم دراسته تبين لنا أن الصورة لبني الإسلام انتقلت إلى الإعلام بواسطة تأثير هذه الصورة الاستشراقية منذ العصور الوسطى. إن رصدنا لأهم الاحداث التاريخية للاستشراق يحيلنا إلى أن صورة محمد ﷺ جناية قديمة متجددة لمدة عشر قرون من إنتاج كنس استشراقي بالتعاون مع الحكام والأدباء والفلاسفة، فمحمد ﷺ بأفظع النعوت والأوصاف ويقبع في الوعي الجمعي لسكان أوروبا. قال الله تعالى: «ٱلَّذِينَ يَتَّبِعُونَ ٱلرَّسُولَ ٱلنَّبِيَّ ٱلۡأُمِّيَّ ٱلَّذِي يَجِدُونَهُۥ مَكۡتُوبًا عِندَهُمۡ فِي ٱلتَّوۡرَىٰةِ وَٱلۡإِنجِيلِ يَأۡمُرُهُم بِٱلۡمَعۡرُوفِ وَيَنۡهَىٰهُمۡ عَنِ ٱلۡمُنكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ ٱلطَّيِّبَٰتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيۡهِمُ ٱلۡخَبَٰٓئِثَ وَيَضَعُ عَنۡهُمۡ إِصۡرَهُمۡ وَٱلۡأَغۡلَٰلَ ٱلَّتِي كَانَتۡ عَلَيۡهِمۡۚ فَٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ بِهِۦ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَٱتَّبَعُواْ ٱلنُّورَ ٱلَّذِيٓ أُنزِلَ مَعَهُۥٓ أُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلۡمُفۡلِحُونَ ١٥٧» [الأعراف: 157]

أ. محمد ﷺ في وسائل الإعلام الغربية:

يحرص الخطاب الإعلامي وكل مكوناته وبكل ما بلغه من قوة على تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات القابلة للتصديق لكي يدخل ميدان انتاج الصور وغحياء القوالب النمطية الثابتة القديمة عن نبي الإسلام، يقول الله تعالى في كتابه العزيز وهو يأمر الشيطان «وَٱسۡتَفۡزِزۡ مَنِ ٱسۡتَطَعۡتَ مِنۡهُم بِصَوۡتِكَ وَأَجۡلِبۡ عَلَيۡهِم بِخَيۡلِكَ وَرَجِلِكَ وَشَارِكۡهُمۡ فِي ٱلۡأَمۡوَٰلِ وَٱلۡأَوۡلَٰدِ وَعِدۡهُمۡۚ وَمَا يَعِدُهُمُ ٱلشَّيۡطَٰنُ إِلَّا غُرُورًا ٦٤» [سورة الإسراء: 64] إن ما يقوم به الإعلام الغربي بحق نبينا ﷺ ما هو إلا محاولة فاشلة لمحو حقائق ثابتة وراسخة منذ خلق الله تعالى البشرية وحتى تنتهي أو تهلك. تتداخل لدينا المسائل حينما نفكر في هذا الإعلام وما يجنده من ترسانة رهيبة كجند لتزييف الحقائق لذلك يأخذنا الفضول لنتساءل لما كل هذا الجهد المادي والبشري للتسبب في أذية هذا النبي لكريم عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم؟ وكيف لمن يتشدقون بالحرية والعدالة

1- الأحمد غراب: مناهج المستشرقين وموقفهم من النبي صلى الله عليه وسلم، الاستشراق رؤية إسلامية، ص 303.

والمساواة والانفتاح على الآخر أن يسيئون لرجل مات منذ قرون؟ ولا يستطيع الدفاع عن نفسه؟ أمن غيرة وحقد من مكانته عند ربه أم من ذكره الطيب لسيرته العطرة التي تملأ الدنيا؟

ب. النبي ﷺ في الثقافة الأوروبية:

شهدت الثقافة الأوروبية انتظام تشويه صورة النبي ﷺ على يد المتنورين والفلاسفة كفولتير Volter ورغم انتقاده للتعصب الديني «فقد صور النبي كنموذج للتعصب والاحتيال واستغلال الضعفاء في 02 أكتوبر/تشرين الثاني 1808 التقى الأديب الألماني غوتا Gota بنابليون بونابرت في مدينة أيرفورت الألمانية التي احتلها الفرنسيون وناقش الرجلان السياسة وتحدث عن الأدب وعندما علم نابليون أن غوتا قام بترجمة مسرحية محمد للفيلسوف فولتير عقب قائلا غنها لم تكن مسرحية جيدة ورسمت صورة مشوهة لفاتح عالمي ورجل عظيم غير مجرى التاريخ»[1]. ومن باب الإنصاف علينا أن نشير إلى أن فولتير غير رأيه في مؤلفاته اللاحقة وأصبح يمتدح فيها الرسول. ويشتد البلاء على المسلمين ويتوالى النقد السلبي لنبيهم حتى مطلع الربع الأول من القرن العشرين، وثار المسلمون في الهند آنذاك مما حذى بالحكومة الهندية بإصدار قرارات احتجاج على تلك الصور، «كما شهدت بواكير القرن المنصرم والحالي الكثير من المطبوعات التي طعنت في شخصية الرسول ﷺ كان من أبرزها آيات شيطانية الهندي المرتد سليمان رشدي والذي طبعها ونشرها في لندن»[2].

مما أثارت حفيظة المسلمين وطالبوا بإهدار دمه وفي الحادي 11 سبتمبر 2001 يكون تصعيدا إعلاميا وهجوما شرسا وموجات إساءة وتهكم صوتا وصورة نتيجة لشعور الغرب بالحقد والغضب «ومن أشهر الكتاب كريك وين الذي وصف النبي بأنه قاطع طريق استعمل البطش والاغتيالات والخداع للوصول إلى السلطة المطلقة». هذه النماذج فيض من غيض مما رسم للنبي ﷺ من صور عند الغرب من طرف الإعلام الأوروبي. قال الله تعالى: «وَإِذْ قَالَ عِيسَى ٱبْنُ مَرْيَمَ يَٰبَنِيٓ إِسْرَٰٓءِيلَ إِنِّي رَسُولُ ٱللَّهِ إِلَيْكُم مُّصَدِّقًا لِّمَا بَيْنَ يَدَيَّ مِنَ ٱلتَّوْرَىٰةِ وَمُبَشِّرًۢا بِرَسُولٍ يَأْتِي مِنۢ بَعْدِى ٱسْمُهُۥٓ أَحْمَدُ ۖ فَلَمَّا جَآءَهُم بِٱلْبَيِّنَٰتِ قَالُوا۟ هَٰذَا سِحْرٌ مُّبِينٌ ٦». [الصف: 06]

1- صناعة الاسلاموفوبيا، أخر تحديث 19 أغسطس 2019، تاريخ الزيارة: 2021/05/30 الساعة 03:20، متاح على الموقع: www.trtarabi.com

2- زكرياء خنجي: الصورة النمطية للعرب والإسلام في الإعلام الغربي، جردة أخبار الخليج، العدد 10780، 6 يونيو 2021 الموافق لـ25 شوال 1442.

III. قراءة تحليلية للرسوم المسيئة للنبي ﷺ في الإعلام الفرنسي:

تصدرت الرسوم المسيئة للرسول المشهد الإعلامي الغربي وخاصة الفرنسي مع بداية الألفية الثالثة فمنذ أن قامت الصحف الغربية بنشر صور مخزية للرسول ﷺ وأتبعتها بمقالات تبرر ذلك استطاعت لفت الأنظار وتحويلها وهذا ما يثبت الدور الفعال للخطابات لتحديد المواقف واتخاذ القرارات.

1. شارلي إيبدو والآخر:

تأسست في عام 1970 من قبل فرانسوا كافانا والبروفيسور تشورون، تشارلي إبدو هي مجلة أسبوعية ساخرة. رمز الاستفزاز وحتى الإساءة للبعض، شعار حرية التعبير للأخرين، لم تتوقف الرسوم الكاريكاتورية التي تنشرها الصحيفة عن إثارة الجدل، خاصة فيما يتعلق بالقضايا الدينية في عام 2006، أدى نشر 12 رسم كاريكاتورية للنبي محمد، بعد صحيفة Jyllands Posten الدنماركية، إلى كسر أكبر فضيحة في تاريخ الصحيفة وأثار اندلاع أعمال عنف في العالم الإسلامي. اعتبارا من ذلك التاريخ، ستكون شارلي إبدو موضوعا لتهديدات مستمرة، وهجوم أول سيدمر مبانيها في حريق في نوفمبر 2011 في 7 كانون الثاني (يناير) 2015، استهدفت الهجمات الأولى والأكثر دموية في فرنسا خلال هذا الشهر هيئة تحريرها. جريمة القتل التي ارتكبها الأخوان شريف وسعيد كواشي، اللذان يدعيان أنهما جزء من تنظيم القاعدة الإرهابي الإسلامي في شبه الجزيرة العربية، خلفت 12 قتيلا – من بينهم رسامو الكاريكاتير كابو وشارب وولينسكي – وإصابة 11 بجروح خطيرة[1].

هذا المقال يبين تأسيس المجلة وأهم الأحداث التي رافقتها منذ طباعة الرسوم لا بل قبلها وهي في الأساس مجلة ساخرة من مجلات الدرجة الثانية الفرنسية.

عكست رسوم المجلة طبيعة علاقة الأنا والآخر عبر الخطاب البصري الاتصالي المكتوب حقيقة الواقع الذي يعيش فيه المثقف الغربي ورسامو مجلة شارلي إيبدو لتكون كمؤثر أو متأثر فسردت من خلال تلك الرسوم كل مظاهر العنف وأشكال الظلم التي ساهمت في تغريب الذات وفرض ما يتماشى معها من أفكار فلا تقر بالاختلاف ولا تعترف بالآخر بالنظر إلى ما تبثه من رسائل فهي لا تهاجم المسلمين فقط وجميع الأديان، ونستوضح ذلك في هذا الجدول الذي يوضح نظرة مجلة شارلي إيبدو للآخر

1- https://www.franceculture.fr/theme/charlie-hebdo

الجدول رقم 2: يوضح نظرة مجلة شارلي إيبدو للآخر[1]

تاريخ الرسوم المسيئة للآخر في المجلة	موضوع الرسوم
07 شباط 2007	يظهر على الغلاف ثلثا رجال دين وهم يطالبون بإسكات المجلة بالعنف لما ترسمه من استهزاءات ضدهم
07 كانون الأول 2011	رسم المسيح تحت عنوان عشاء الحمقى في إشارة إلى قصة العشاء الأخير للمسيح والحواريين
30 أيار 2012	رسم البابا الفاتيكان وبجانبه الخلد (علامة الجوسسة عند الغربيين في فضيحة تسريب وثائق من الكنيسة)
14 آذار 2013	رسم للسخرية من عادة ختان الأطفال عند المسلمين
18 تموز 2014	السخرية السياسة الإسرائيلية تجاه فلسطين
06 كانون الأول 2016	أصدرت عدد خاص تصور فيه الذات الإلهية بصورة شخص يحمل بندقية وغاضب ويحأول التصويب تجاه الناس

لم تتوالى المجلة في ربط العنف بالآخر وخاصة المسلم المختلف في العقيدة والآخر المغاير في التوجه السياسي عن طريق إظهار ما يشينه وتشويه صورته بطريقة استفزازية وساخرة.

2. خطابات شارلي إيبدو ضد الإسلام والنبي ﷺ:

يطالعنا موقع المجلة بتصريحات حادة تجاه الآخر وتحريضية على العنف والاستمرار في الإساءة بدعوى حرية التعبير التي لا تخضع لمعيار أخلاقي وماذا نقول في مجلة جسدت إلها لا تفقه عنه شيئا. نرصد في هذه العينة من مجموع المقالات المسيئة والاستفزازية عن النبي والإسلام ويعني هذا انها لم تكن محايدة لاستهدافها الآخر والتمادي في التهكم والسخرية دون هوادة. يشير رئيس تحرير المجلة أو المقال نشر على موقعها إلى إصراره على تكرار نشر الرسوم المسيئة لنبي الإسلام ﷺ «بمجرد أن يتجاوز الدين المجال الخاص تصبح معاملته مثل أي رأي انساني». يظهر هنا الانحياز السياسي وعدم التوقف عند حدود القيم

1- https://www.franceculture.fr/theme/charlie-hebdo

والأخلاق الإنسانية بل بالعكس يسقط كل مقدس ويتلاشى أمام هذه المهاطرات فيصبح الدين حسب رأيهم عبارة عن رأي أو وجهة نظر ويؤخذ على هذا الأساس.

4. قراءة تحليلية لنماذج من الرسوم المسيئة لرسول الله ﷺ:

«فالصورة الإشهارية على الرغم من أنها تتجه أساسا لبيع المرجع المنتوج)، إلا أنه يستغل على نفسه باعتباره معطى علاماتي، فيحرف الحقيقة أو يخفيها، ويستغل روح الجماعات الثقافية، يسيطر على وعيها ولاوعيها معا. ورولان بارت ROLAND BARTHES واحد من الأوائل الذين اختاروا الصورة الإشهارية أرضية للتحليل السيميائي ... إنها مليئ بالعلامات .. إنها مشكلة لتحقيق درجات عليا من القراءة، الصورة الإشهارية مباشرة (franche)أو على الأقل تتطابق بسرعة مع الآخر (emphatique)»[1].

للكشف عن محتوى ومضمون هذه المادة الإعلامية المراد تحليلها اتبعنا المنهج السيميائي لرولاند بارت ورولان جولي مارتن.

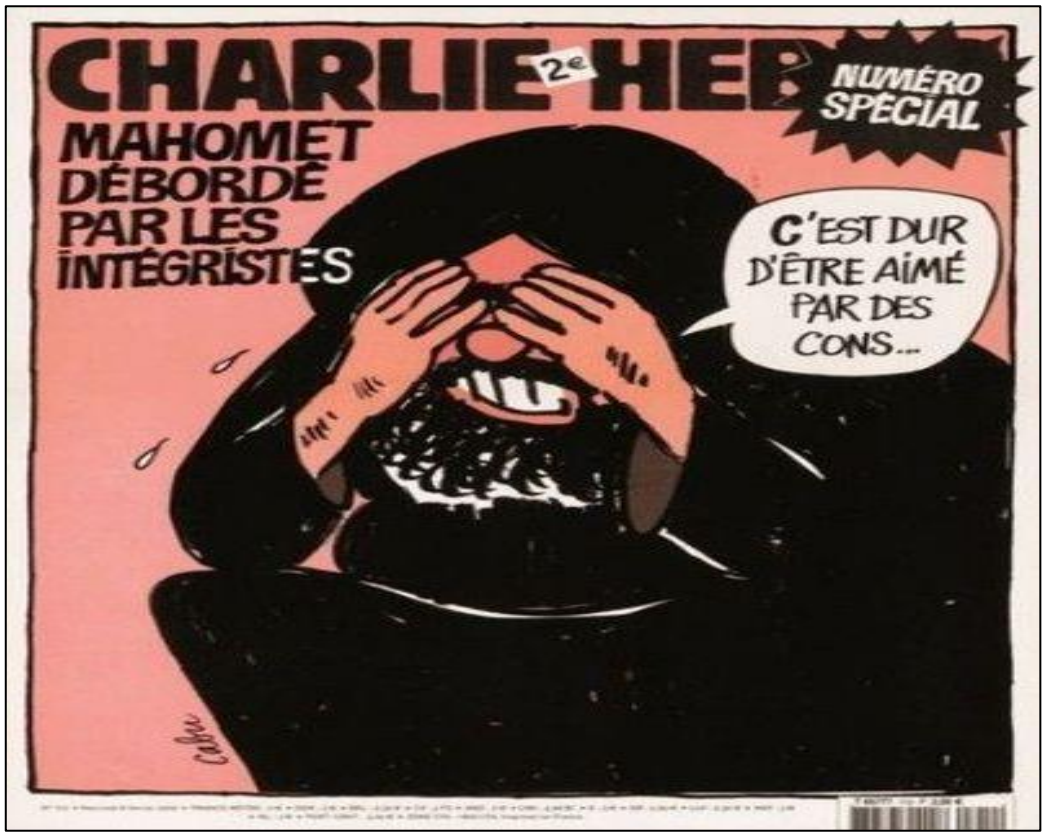
مجتمع البحث: ويتمثل في مجموعة من الصور الكاريكاتورية من إعداد صحيفة شارلي إيبدو الأسبوعية التي تصدر في فرنسا.

عينة البحث: مجموعة الرسوم المسيئة للرسول ﷺ في نفس المجلة.

1- Martine Joly, introduction à l'analyse de l'image, nathan université, France, 1998, p 61.

الصورة رقم (01)

(1)



الوصف: نلاحظ في هذه الصورة رجل يتخذ وضعية القرفصاء في جلسته بخطوط منحنية ومتعرجة يرتدي ملابس تبدو بالية نوعا ما يعتمر عمامة وجبة شديدة السواد على جهة اليمين وفوق رأسه مباشرة نص تعليقي MOHAMET DEBORDE PAR LES INTEGRISTES يضع يديه على عينيه لأنه يرفض أو يأبى النظر إلى المتطرفين ومتذمر منهم ويقول: c'est dur d'être aimé par des cons

المستوى التعييني

الحامل: جاءت الصورة في قلب الصفحة من الجهة العلوية.

التأطير: لقد ركز الرسام في صورته على تغطية العينين ورفض النظر من طرف الشخصية ووضعية اليدين على الجبهة دليل القلق.

زاوية التقاط النظر: جاءت زاوية اختيار المشهد من الجانب الايسر للصفحة.

1- https://www.franceculture.fr/theme/charlie-hebdo

فالتردد والخوف لا يكون غلا إذا وضع الإنسان في قلب الحدث والجبن والتراجع إلا إذا كنت في مواجهة الصعاب تحأول الانحراف قليلا أو الذهاب على جنب.

المستوى التضميني: أصدرت هذه الرسوم في 07 و08 و09 من جانفي 2015 في عدد خاص.

تعبر الصورة على عديد الدلالات والأفكار التي تندرج تحت ما يسمى بالإسلاموفوبيا وتمثل وضعا مزريا ومتأزما يعيشه المثقف الغربي خاصة والفرد المسلم نجد تحريفا واضحا في التهجئة لاسم محمد ﷺ Muhammet محمت وهو في الأصل محمد Mohammed وهذا يرجعنا على ما أطلقه مستشرقي العصور الوسطى على رسول الله ﷺ وينبهنا إلى أمر خطير أن الصحيفة مصدرها مستقاة من كتب المستشرقين.

الرسالة الألسنية الأولى: ظهرت من خلال أن الشخصية هي أيقونة الإسلام والمسلمين وهذه التصريحات المعادية اللاأخلاقية "كم هو قاس أن تكون محبوبا من طرف البهائم" (أكرمكم الله) في رسالة لأتباع محمد.

الرسالة البصرية: الشخصية المسلمة أيقونة العنف والدمار والخراب ورمز الإرهاب وتمثلت في قائد الأمة الإسلامية الرسول ﷺ حيث نلمحه في وضعية المتردد والخائف والمتقاعس.

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
شكل بشري	رجل بسيط يجلس وحده	الانعزال، التردد، التذمر، التقاعس
الأشكال الأخرى	لا توجد	انزعاج الرسول من مسؤوليته وتذمره من كثرة أتباعه
الرموز	لا توجد	لا توجد

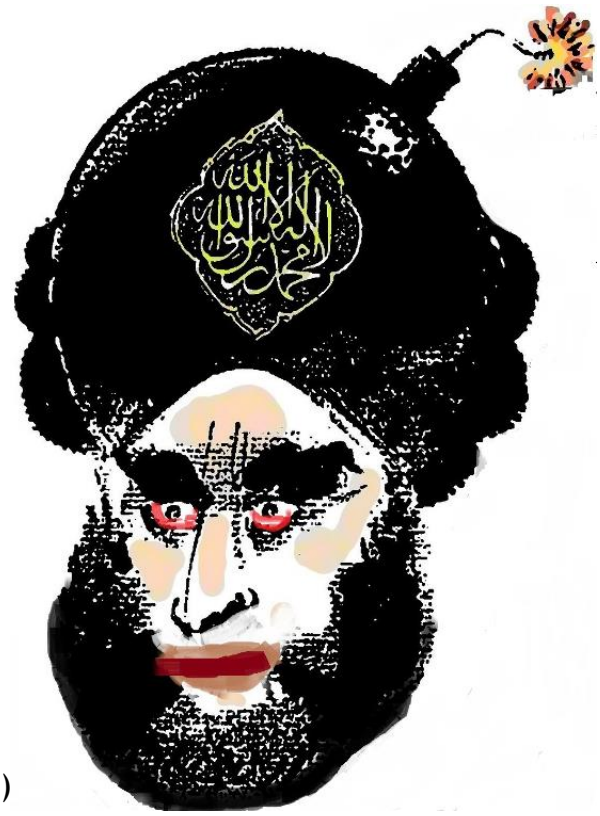
الأشكال والخطوط: خطوط منحنية ومتعرجة توضح لنا الشكل البشري وظله في الخلفية، خطوط منحنية ومائلة تمثل جلسة الرجل ولباسه، شكلين مستطيلين يمثلان الرسالتين الألسنيتين، خطوط مستطيلة تمثل الحركة.

الألوان: غلب على الصورة اللون الأسود الذي يمثل لباس الشخصية ولحيته وينعكس هذا على الدغمائية في داخل هذه الشخصية السواد والشر الذي يلبسها كما يعبر هذا عن اللون القاتم

أما الخلفية فجاءت باللون الزهري القاتم وهو دليل على الأشياء الغير جيدة في حياة المرء في الحضارة الغربية.

القراءة التأويلية للصورة: يرسم رسام هذه الصورة لمحمد ﷺ كشخصية كريهة تشعر بالملل والازدراء تجاه أتباعه الحمقى كما جاء على لسان الشخصية وكأنه يتعب من مواصلة رسالته أو مساره تصطك أسنانه في وضعية القلق ويمسك عينيه وجبهته كأنه يأبى الاستماع والرؤية ويؤلمه رأسه من كثرة أتباعه (البهائم) منذ 14 قرنا حتى الآن ولازال يتكاثرون وخاصة المتطرفين منهم، وهذا الإحساس يتملك الفنانين أو المشهورين جدا وكيفية تعبيرهم عن انزعاجهم من ملاحقة متابعيهم من الجماهير، هذا ما يراه الرسام الكاريكاتيري الذي رسم هذه اللوحة وشعورة بالغيرة ربما أن محمد ﷺ من أكثر الشخصيات المشهورة تاريخيا ولا زال يتمتع بهذه الشهرة رغم موته.

الصورة رقم (02)



(1)

1- https://www.franceculture.fr/theme/charlie-hebdo

الوصف: الصورة عبارة عن رجل ذو ملامح وحشية وقاسية يتطاير الشر من عينيه ويرتدي عمامة سوداء اللون كتب عليها باللون الأخضر لا إله إلا الله محمد رسول الله تمثل ركن من أركان الإسلام وخطاب يتبناه كل ما ينتهج الديانة الإسلامية، كثيف شعر اللحية والشارب مقطب الجبين.

المستوى التعييني

الحامل: جاءت الصورة في قلب الصفحة من الجهة السفلية.

التأطير: زاوية المشهد مركز الصفحة إلى الجانب الأيسر قليلا، ركز الرسام على تلوين أماكن معينة حاسة البصر والشاربين باللون الأحمر.

زاوية التقاط النظر: زاوية المشهد مركز الصفحة لأن الغضب مركزه القلب.

المستوى التضميني: أصدرت هذه الرسوم في 07 و08 و09 من جانفي 2015 في عدد خاص.

توحي هذه الصورة بعدة دلالات وأفكار تندرج تحت مسمى التشويه والإساءة وتمثل إظهار غضب وثورة الآخر المسلم وعبرت عن الاحتقان والضغط الذي يشعر به تجاه من هو أمامه وكأنه قنبلة تريد أن تنفجر، أما بالنسبة للقبول التي فوق رأسه فربما هناك خلط عند السام في الحقب التاريخية، فالرسول مضى على وفاته 14 قرنا لم تكن القنابل قد اخترعت بعد أما ملامحه الوحشية والقاسية تزرع الرعب في قلب كل من يراه وتكون حاجزا بعدم الاقتراب منها واعتزاله من الآخر المختلف عنه عقائديا أيديولوجيا، ولربما تدل على نفسية الرسام أصلا وما تحمله من بغض وكره الذي فجره في الصورة.

الرسالة الألسنية: خلو الصورة من النص التعليقي إلا من رمز العقدية الإسلامية "لا إله إلا الله محمد رسول الله" لعجز الرسام عن التعبير أو لتركه الصورة تقول ما لا يريد قوله.

الرسالة البصرية: الشخصية المسلمة بحكم النص الذي كتب على العمامة وذلك السواد الذي يغطي الشخصية يدل على التطرف والموت والاحتقان.

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
شكل بشري (الوجه)	رجل غاضب جدا لدرجة تطاير الشرارات من عينيه	جحوظ العينين وقسوة ملامح الوجه (المسلم المتطرف)
الأشكال الأخرى (قنبلة بها فتيل مشتعل)	النار التي يشعر بها المسلم ضد الاقصاء وعدم تقبله من الآخر الغربي	التطرف
الرموز	لا توجد	لا توجد

الاشكال والخطوط: خطوط منعدمة ونادرة توضح لنا الشكل البشري (الوجه فقط) وخطوط تحدد حواس معينة لأن أول ما يظهر على الإنسان في حالة غضبه العينين والحاجبين تظهر العلامة أكثر من خلال القنبلة القابعة فوق رأس الشخصية.

الألوان: غلب اللون الأسود والأبيض وغابت الألوان الأخرى إلا الأحمر لون الدم والغضب والهيجان والذي خص به الرسام العينين والشاربين وهذا الشر المطلق المرسوم على ملامح الشخصية من خلال هذا اللون الدامي كما نجد اللون الأخضر الذي لون به عبارة "لا إله إلا الله محمد رسول الله" دلالة على الدين والعبادة والروحانيات عند المسلمين والخسارة وكل شيء سيء عند الغربيين لذلك نجده في دور القمار أكثر، جاءت الخلفية بيضاء ربما يريد ان يقول الرسام أن المسلم أيقونة التخلف موجود على أرض ناصعة البياض أوروبا المتقدمة والمتحررة فكريا.

القراءة التأويلية للصورة: تأخذ هذه الصورة ملامح الوجه فقط ولم تعرف بالاسم كسابقتها ترسم تقاطيع الوجه عند الغضب مع استعمال نص بالعربية هذا مما لا يدعو للشك لناظر الصورة أنها موجهة للمسلمين كما وجود القنبلة فوق الرأس يبين أن كل ما يفكر فيه المسلم القتل والتفجير.

الصورة رقم (03)

(1)

الوصف: رجل يرتدي لثام اسود ولباس عسكري يحمل سيفا يضعه على رقبة آخر مقيد الدين ملتحي ويعتمر عمامة بيضاء يجلس في الرمال يضغط على رأسه الرجل ذو البزة العسكرية بقوة على رأسه ويقول Ta gueule infidèle! "اخرس أيها الكافر" ويرد عليه فيقول: Je suis le prophète abruti "أنا النبي الأحمق".

المستوى التعييني

الحامل: جاءت الصورة في مركز الصفحة (قلبها).

التأطير: كذلك بالنسبة لزاوية المشهد حيث ركز الفنان على ملامح الخوف التي تظهر على الرجل من القتل وكذاك ملامح القاتل.

زاوية التقاط الصورة: مركز الصفحة فثبات ان شارلي إيبدو ضحية الانتقام لرسول الله ﷺ وأنها قلب الحدث أي أن المتطرفين أزهقوا أرواح الرسامين لذلك أعادت تلك الرسوم.

المستوى التضميني: اعيد نشر هذه الرسوم بعد حادثة إطلاق النار على مقر الصحيفة وحالة الغضب والاستياء التي يشعر بها رسامو الجريدة وصحافييها في محاولة منه فظهار هذا

1- https://www.franceculture.fr/theme/charlie-hebdo

المسلم والتركيز على ديانته مستغلة الأحداث السياسية والحالة الراهنة، وأن هذا المسلم ينتمي إلى هذه الجماعات دون غيره من أصحاب الديانات الأخرى لإلصاق هذه الصورة النمطية، يضغط الرجل على رأس الآخر ويسكته قبل ذبحه كالشاة وهذا ما يجسده رسامو الجريدة لأن من يخالف المسلمين في الدين يذبح في إشارة لطريقة الدخول إلى الإسلام بالعنف ونفي عنه السماحة والاعتدال وعدم الاكراه في الدين.

الرسالة الألسنية الأولى: إذا رجع محمد ﷺ si mahomet revenait حتى ولو رجع محمد تبقى هذه الحالة كما كانت في السابق.

الرسالة الألسنية الثانية: جاءت على لسان الرجل المتخذ هيئة الذبح Je suis le prophète abruti "أنا النبي الأحمق".

الرسالة الألسنية الثالثة: ما جاء على لسان القاتل "اخرس أيها الكافر" Ta gueule infidèle! ويعني ذلك أنه لا يريد حتى إعطاءه الفرصة للتعبير عما يريده لآخر مرة.

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
رجلان	شخصين أحدهما يحأول ذبح الآخر	الجماعات المسلمة المتشددة وعنفها
الأشكال الأخرى	لثام الوجه، خنجر	الجبن، التخفي بغرض عدم تعرضه للمحاكمة، الترهيب، القتل
الرموز	لا توجد	لا توجد

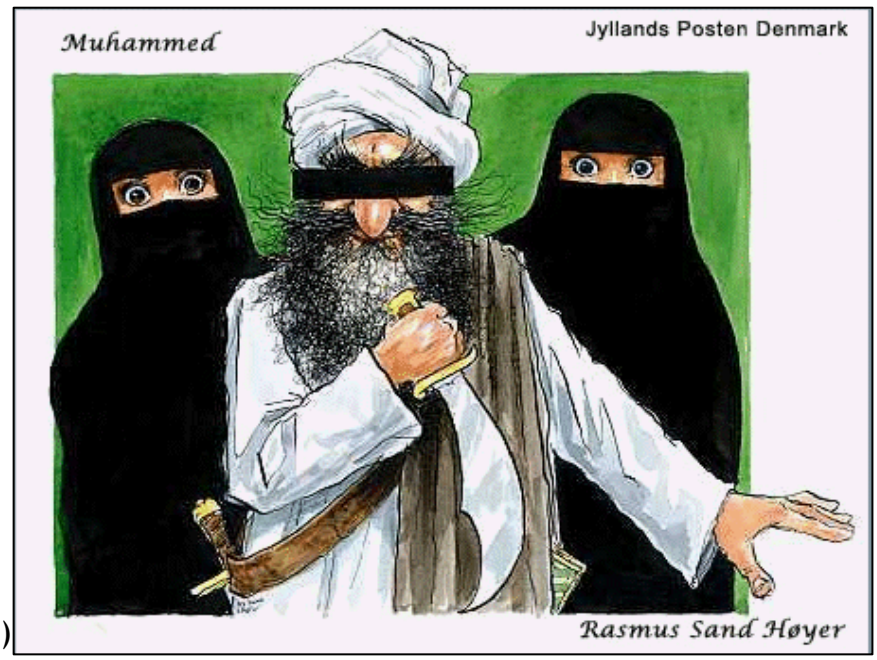
الأشكال والخطوط: خطوط منحنية ومستقيمة توضح الشكل البشري، انعدام الظلل في الخلفية أو بجانبها، الخطوط المستقيمة دلالة على الوقوف أما المنحنية فهي دلالة على هيئة الرجل وهو جالس على ركبتيه.

الألوان: استعمل مزيج من الألوان هذه المرة ربما للتخيير أو التمييز الأبيض لباس المسلمين (العمامة والجبة) الأسود غطاء لثام الوجه ولحية الرجل، الأصفر دليل الخوف والفزع وانخفاض الضغط وكذلك لون رمال الصحراء، الرمادي بزة الرجل المتشدد وكذا البني الذي يمثل الحذاء الذي ينتعله (هذه الألوان ميز بها لباس الرجل المتطرف دينيا).

القراءة التأويلية: يستفز الرسام بهذه الرسمة المسلمين بتهجمه على المسلمين وضوح الشمس في كبد السماء من خلال البيئة الصحراوية بيئة الإنسان العربي المسلم ثم اللباس الرسمي للمسلمين واللحية أيضا وإذا تجاهلنا كل هذا فاسم محمد ﷺ في أعلى الصفحة يريد الرسام أن يقول أن المسلمين إرهابيين ويقتلون دون تمييز حتى وإن رجع نبيهم قتلوه لأنهم دمويين مستغلين الجماعات المتطرفة المحسوبة على الأمة الإسلامية وهي في الأساس صناعة غربية.

كان الرسام ذميا في اختيار الألوان للتفريق بين أفراد المجتمع العربي لأن هذه المرة لا يتدخل الأجنبي في هذه الصورة وكل شخصياتها من ملة واحدة أهل الإسلام، استعمل الحوار حتى يضفي على المشهد حيوية وحركية تدل على القراءة الجيدة من قبل هذا الرسام للأحداث واستثمارها في تنميط الصورة عند أفراد مجتمعه.

الصورة رقم (04)



(1)

الوصف: رجل يتوسط امرأتان يحمل خنجر عربي ذو لحية طويلة وكثيفة مغمض العينين على أساس أنه محمد ﷺ يلبس عمامة وجبة بيضاء، يضع وشاح على أعلى الكتفين تتخذ يديه وضعية الحامي عن الامرأتان اللتان ترتديان الأسود وتغطيان الوجه والرأس ولا يظهر منهما إلا العينين في إشارة إلى لباس المرأة المسلمة الجلباب أو الحجاب.

1- https://www.franceculture.fr/theme/charlie-hebdo

المستوى التعييني

الحامل: تملأ الصورة قلب الصفحة من الجانبين.

التأطير: ركز الرسام على تغطية العينين وتغطية كل شيء إلا عينين المرأتان واللباس وركز أكثر على ذلك الخنجر الذي يحمله الرجل واستعداده للقتل لتفه الأسباب كالنظر إلى محارمه.

زاوية التقاط الصورة: جاءت زاوية اختيار الصورة من اليمين إلى الشمال استغل الرسام عادة الرجل العربي في حماية أهل بيته كما أمره الإسلام وبالغ في تصوير ذلك.

الرسالة الالسنية: خلو الصورة من النص التعليقي وترك مساحة للقارئ أو المتلقي بمختلف ثقافاته ودياناته لتفسير هذا التصرف وربما يستهجن الرسام هذه الأفعال من قائد الامة الإسلامية ورمزها.

الرسالة البصرية: شخصية مسلمة بحكم اللباس والخنجر، اللباس الأبيض لأن الرسول ﷺ يحب ارتداءه كما يرتديه المسلمين في جميع مناسباتهم وخاصة في ممارساتهم اليومية (المشرق العربي) وهو في الأساس لباس تقليدي.

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
أشكال بشرية	ثلاثة أشخاص رجل وامرأتان	وضعية التعجب والاستغراب، التأخر الحضاري، الأفكار المتخلفة
أشكال أخرى	الانغلاق والخوف	عدم تقبل الآخر، الانزعاج من حضارته وافكاره المتحررة
الرموز	لا توجد	لا توجد

الاشكال والخطوط: خطوط منحنية ومستقيمة توضح الشكل البشري، انعدام الظلال والأطياف في الخلفية، خطوط مستقيمة تمثل الوقوف والبقاء في نفس المكان، خطوط منحنية تمثل وضعية اليد.

الألوان: اللون الأبيض والأسود والأخضر الذي يدل على الدين الإسلامي لأنه يعتمد كثيرا في دور العبادة والمساجد.

القراءة التأويلية: تدل الصورة في بدايتها على أن الرجل العربي يقف مدافعا عن نسائه (حريمه) الذين يمثلون شرفه وعرضه وهذه ميزة رائعة تخص الرجل المسلم عامة والعربي خاصة، أما

النساء للاتي يستترن بالحجاب أو اللباس الشرعي للدين الإسلامي الذي يأمره بفعل ذلك بيد أن الصورة تحمل دلالات أخرى كالتخلف الذي يعيشه المجتمع الإسلامي ووقوفه ضد الحضارة بتأخير دور المرأة وجعلها ايقونة لتعدد الزواج وكثرة الإنجاب وإشباع الرغبات والملذات الذكورية لأن تعدد الزوجات في أوروبا غير معترف به فيتخذ الرجل من ذريعة حماية حريمه كما يطلقون الغربيين على نساء المسلمين باسم الدين آلة لقتل كل من تسول له نفسه الاقتراب من نسائه ويتخذ دايما هيئة الهجوم لأنه متخلف وغير حضاري ولا يقبل النقاش، فحرية المرأة تعني الكثير لهؤلاء المجتمعات الغربية وإدماجها في المجتمع أمر ضروري فالرجل هنا انقلب دوره أصبح يعيق تقدم هذه المرأة وتعلمها ويحجب عنها حقوقها بداعي الحماية فيعرقل خطاها ويؤخر دورها الريادي، أما وقوف النساء وراء هذا الرجل يعني جهلهم وانعدام حيلتهم وهذا ما يريد قوله الرسام من وجهة نظره ودليله على ذلك نظرات النساء وهن يستغربن ويدققن النظر وكأنهن يخرجن لأول مرة من الكهوف.

الصورة رقم (05)

(1)

1- https://www.franceculture.fr/theme/charlie-hebdo

الوصف: رجل ذو لحية مرتد عمة وجلباب وجاء على لسان الشخصية التي هي على أساس سيدنا محمد ﷺ مائة جلدة إذا لم تمت بالضحك رسمت في 2011 بجعل النبي هو رئيس تحرير مجلة شارلي إيبدو وهذا العدد من المجلة هو أساس الهجوم على مقرها بقنبلة حارقة.

المستوى التعييني

الحامل: تحتل الصورة الصفحة مع ترك مساحة بين كل زاوية في وسط الصفحة.

التأطير: زاوية المشهد مركز الصفحة حيث ركز الرسام هذه المرة على الخطاب والرسالة.

زاوية التقاط النظر: تعدد زوايا النظر في هذا المشهد بأنه يحمل رسالة قوية من أهم شخصية محمد ﷺ الذي نصب رئيس تحرير المجلة حسب زعمهم.

المستوى التضميني

أصدرت هذه الصورة في 2011 وأعيد نشرها 07 و08 و09 من جانفي 2015 وقم في 2021 توحي الصورة لناظرها على أنها رجل ذو لحية يبتسم وفي نفس الوقت يريد تسليط العقاب الذي هو مائتا جلدة على من لا يضحك ويرفع السبابة اليمنى، وهذه الشخصية هي تمثيل لشخصية الرسول ﷺ.

الرسالة الالسنية: مائة جلدة لمن لم يمت من الضحك تدعو الشخصية إلى الضحك في ظاهرها ولكن تلك الكلمات هي نص تشريعي في القرآن الكريم وفي السنة النبوية فمائة جلدة لا تكون إلا للزاني أو لشارب الخمر أو غيره.

الرسالة البصرية: شخصية مسلمة بحكم ما تلبسه من لباس وخطاب ديني يعلو رأس الشخصية من الجهة اليمنى وعلامة الشهادة (السبابة اليمنى).

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
شكل بشري	وجه مبتسم، تظهر عليه ابتسامة خبيثة وماكرة	جحوظ العينين من فرط الضحك، استهزاء واستفزاز
الاشكال الأخرى	لا توجد	لا توجد
الرموز	لا توجد	لا توجد

الاشكال والخطوط: خطوط مستقيمة تظهر هيئة الوقوف للشخصية وأخرى منحنية (وضعية اليد).

الألوان: المزج بين لونين فقط، الأبيض لباس الشخصية والخلفية خضراء وهي تدل على العبادة والروحانيات عند المسلمين وعلى الخسارة في الوقت نفسه عند الحضارات الأخرى أما الأحمر استعمل لإبراز عنوان المجلة.

القراءة التأويلية

الشخصية هي أساسا لرئيس تحرير المجلة وهو يستهزئ بإحدى أحكام الشريعة الإسلامية في محاولة لإضحاك الناس والسخرية من هذه الاحكام التي اطلع عليها ولم يفهم الهدف منها فمن وجهة نظره أن محمد ﷺ يدعو أتباعه للضحك مما يتبناه، ومما فرض عليه تطبيقه بأمر من الله، كما ظهرت نفس الشخصية على صورة أخرى بنفس الخلفية والتي تحمل رسالة تقول Je suis Charlie ويعلو رأس الشخصية Tout est Pardon. وهنا يعني أن المجلة هي قلب الحدث ويريد رئيس تحريرها استغلال مشاعر المسلمين من أجل تأجيج الأوضاع ولفت الانتباه لأن الشخصية التي رسمت في أول مرة بقيت نفسها للنبي وكأنه هو، وهذا ما يسمى اللعب على مشاعر الآخرين، وفي حقيقة الأمر ما هي إلا تهويل سياسي وإعلامي لنشر مزيد من العداء أولا ولإلهاء الفرد الغربي وكذلك المصالح الخاصة، زيادة التوزيع للتشويق لما سينشر كأنه مسلسل درامي لا تنتهي حلقاته، يقول الله تعالى: «يُرِيدُونَ أَن يُطْفِـوا۟ نُورَ ٱللَّهِ بِأَفْوَٰهِهِمْ وَيَأْبَى ٱللَّهُ إِلَّآ أَن يُتِمَّ نُورَهُۥ وَلَوْ كَرِهَ ٱلْكَٰفِرُونَ ٣٢» [سورة التوبة: 32]

5. صور مغايرة للنبي محمد ﷺ في الإعلام الغربي:

ليس كل ما صورته لنا وسائل الإعلام الغربي المرئي والمسموع والمكتوب عن النبي الكريم هو كل ما يعرفه العالم عن النبي محمد ﷺ أو كل من طالب بحرية الرأي التي لا ترقب في مقدس ولا نبي إلاً ولا ذماً هي كل الطرق التي يتعامل معها العقلاء والمنصفون في رسم صورة للنبي محمد ﷺ فالتاريخ يشهد والواقع يعلن أن كثيرا من علماء الغرب وكتابهم ومفكريهم كان لهم رأي آخر فها هو "مايكل هارت" أستاذ علم الفيزياء الفلك من جامعة ترستون صاحل كتاب "الخالدون المائة" يضع النبي عليه أضل الصلاة وأزكي التسليم على رأس هذه القائمة «إن محمد كان الرجل الوحيد في التاريخ الذي نجح في شكل رسمي وأبرز في كلا المستويين الديني والدنيوي معاً يعتبر أعظم شخصيات أثرت في تاريخ البشرية»[1].

1- مايكل هارت: الخالدون المائة، تر: أنيس منصور، المكتب المصري الحديث، ط 1، مصر، 2010، ص 12.

تؤكد هذه الشهادة عمق أثر شخصية محمد ﷺ وتثبت عظمة الإسلام لأنه دين التسامح والعدل والمساواة، أما ليو توليستوي الكاتب الروسي الذي يعتبر من أعمدة الأدب «شرح كيفية صلاة النبي ﷺ وجعل في صفحات كتابه الأولى مجموعة من الأحاديث النبوية المذكورة في هذا الأخير إلا أنها لا تخالف عن شيء في تعاليم الديانات الأخرى تحت هذا العنوان ما هو بالحرف الواحد إن محمداً هو مؤسس ورسول الديانة الإسلامية التي يدين بها في جميع جهات الكرة الأرضية مائتا مليون نفس»[1].

هناك قناعة تامة بما جاء به الدين الإسلامي وتعاليمه وكذلك استشراف بعالمية هذا الدين. وفي عصرنا الحالي وبعد نشر رسوم مسيئة في الصحف الدنماركية والفرنسية كشارلي إيبدو وغيرها ينطق لسان الحق على أفواههم فها هو الباحث والمؤرخ جون طولان John V.Tolan الفرنسي من أصل امريكي يصدر مؤلفه الضخم عن منشورات ألبان بعنوان محمد الأوروبي تاريخ التمثلات الغربية للنبي نستحضر ما قاله الله تعالى في كتابه العزيز «وَمِن قَوۡمِ مُوسَىٰٓ أُمَّةٞ يَهۡدُونَ بِٱلۡحَقِّ وَبِهِۦ يَعۡدِلُونَ ١٥٩» [سورة الأعراف: 159] «وهو أيضا معد ومدير برنامج Relmin وهو مشروع ممول من الاتحاد الأوروبي ومن المجلس الأوروبي بغرض إرساء الباحثين الشباب وطلاب الدكتوراه إلى التغلب على التخصيصات والتقاليد العلمية والمذهبية لإثراء المناقشات الاجتماعية بمعرفة التاريخ الطويل للتعايش الديني».

فيأخذ هذا الباحث على عاتقه قول كلمة الحق في نبينا وشهد شاهد من أهلها. إن كتابه «لا يدور حول محمد نبي الإسلام وإنما الشخصية التي تخيلها كتّاب الأوروبيون غير المسلمين بين القرنين الثاني عشر والحادي عشر والعشرين يميز طولون في كتابه اسم محمد الذي يستخدمه لتنأوله في المصادر التاريخية والتقاليد الإسلامية وبين مختلف طرق الهجاء المشوش لاسمه الموجود في اللغات الأوروبية ماحومات Mahomet، Machomrt، Mathome، Mafometus، mouamed، mahoma موضوع هذه الصور البانورامية هو ماهومات وليس محمد». ويبدو الفارق دقيقا في الحقيقة أنه بالنسبة لنا فنقول أن الله سبحانه وتعالى يقول: «وَلَوۡ نَشَآءُ لَأَرَيۡنَٰكَهُمۡ فَلَعَرَفۡتَهُم بِسِيمَٰهُمۡۚ وَلَتَعۡرِفَنَّهُمۡ فِي لَحۡنِ ٱلۡقَوۡلِۚ وَٱللَّهُ يَعۡلَمُ أَعۡمَٰلَكُمۡ ٣٠»

1- ليو توليستوي: حكم نبي وشيء عن الإسلام، تر: سليم قبعين، المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 02، 1912، ص 87.

[سورة محمد: 30] ويقدم في مؤلفه عددا لصور محمد ﷺ وتمثلات منذ العصور القديمة والمشوهة عمدا من قبل المؤلفين الاسبان والأوروبيين للدفاع عن حملتهم الصليبية الجديدة ضد المسلمين المورسكيين. فالتشويه من أجل الاستعمار وتقسيم البلدان وغزوها من قبل الصليبيين كان هدفا أساسيا في رسم هذه الصورة. إن الاستغلال الديني والسياسي لصورة محمد ﷺ منذ القرن السادس عشر فمرة مصلح وأخرى مشرع ووسيط لدعم الحجج في النزاعات المسيحية كلها صور تظهر ماهومات المحتال في الجحيم مع كالفن فكان محمد كذريعة وليس موضوع للرفض[1].

وهنا يمكننا القول أنه تعددت صور محمد في كل الأزمنة حتى عصرنا الحالي ابتداء من رسمه كإله ثم رجل دين مسيحي وصولا إلى مسخ أو وحش ولا تزال هذه الصور مجسدة إلى غاية الآن فمثلا رسم من اللون المائي من القرن التاسع عشر محفوظ في متحف اللوفر في باريس. وغيرها من الرسوم حتى عصرنا الحالي في الصحف والمجلات الغربية. وأخيرا وليس آخرا لم تكن الصور المنشورة في مجلة شارلي إيبدو الفرنسية شطحة من شطحات إعلامية حاقدة إنما هي تعبير عن تصور سائد لدى الغربيين عن رسولنا الكريم أيقونة الإسلام والمسلمين توالت حملات التشويه والإساءة للنبي كما لم يسبق أن تعرضت له مثل ذلك ديانة من الديانات الأخرى (اليهودية والمسيحية) من تحريض واختلاق الافتراءات وإشاعة الشائعات حتى صار الأمر يشكل خطرا محدقا بالإسلام والإسلاميين فتنامت ظاهرة الرهاب من الإسلام أو بما يعرف بالإسلاموفوبيا حتى عادت حوادث واعتداءات يستعملها الغرب كضربات استباقية ضد من يعيش معهم ويحأول تأخيرهم حضاريا وفكريا، فالتشكيك وإثارة البلبلة وزرع الفتنة كلها أساليب تهدف إلى زعزعة ثقة المسلمين في دينهم وعقيدتهم والأهم من كل ذلك انه في كل مرة تنشر فيها هذه الرسوم المستمدة أساسا من أفكار المدرسة الاستشراقية يكون تصرفا فرديا ولكن هذه المرة جاء برعاية رسمية وتحت غطاء حرية التعبير التي لا حدود لها، ونحن نقول إن للبيت رب يحميه ولنبينا الكريم مقام يعليه وللغرب ثوب حرية يعريه.

1- John TOLAN, Mahomet l'Européen, op, cit ; p 151 ; 231

خاتمة

خاتمة

لله الحمد كله والشكر كله على أن وفقنا إلى هذه المحطات لإنجاز بحثنا هذا مستمتعين بما ورد فيه من جماليات الخطاب الإشهاري الكاريكاتوري، خائضين غمار رحلة ثرية بالمعلومات والحقائق التي أضاءت لنا طريقا لمعرفة صورتنا على الآخر المتجسدة في وسائل الإعلام. فالخطاب المرئي منذ كان خطوطا وأشكالا على جدران الكهوف والقصور الملكية والكنائس يعبر عما يدور بداخل الإنسان وما يحيط به من مخاوف إلى أبعد مع الإعلام في عصر التكنولوجيا وانفجار المعلومات، فصار ينقل الحقيقة تارة وتارة يزيفها وتارة يضفي عليها الجمال والسخرية. وفي ختام بحثنا هذا توصلنا إلى جملة من النتائج المهمة متمثلة فيما يلي:

- تحمل الصورة رسالات مختلفة وغنية بالمعاني والأحداث منذ العصر البدائي، ثم تطورت مع الحضارات الإنسانية الكبرى ساهمت في بناء أسس اتصالية، ثم تعاقب تطورها لتشهد إنجازات البشرية في كل مرحلة وتوثقها؛
- تعالت الصورة مع وسائل الإعلام التكنولوجية لتصبح أخطر أحد وسائله التي يخاطب بها الجماهير؛
- الخطاب الاشهاري حسب التقريب العام هو تعبير أنتج في مقام معين لغرض تواصلي نفعي لذلك تعدد عناصره تتعدد المواقف التواصلية وطبيعة الجمهور؛
- تمثل الهوية في الخطاب البصري نوع من أنواع الخطابات العامة لاتصاله بحياة البشر وذلك برسم صورة لملامح علاقة الأنا بالآخر؛
- الكاريكاتير فن يمتاز بسهولة وسرعة نقل الفكرة لأن الصورة الكاريكاتيرية من أهم الصنوف التعبيرية التي تعتمدها الصحف في تغطية ونشر مختلف الأحداث؛
- تصنف الصورة الكاريكاتيرية من الصور البصرية الثابتة الكثر رواجا وبالرغم من بساطتها في طرح الأفكار إلا أنها تتمتع بالجرأة في قول ما لا تستطيعه الكلمة؛
- أسهم الاختلال الحاصل من التدفق المعلوماتي لتكنولوجيا الإعلام والإعلام بين قطبي العالم الشرق والغرب في تعميق الفجوة الحضارية بين الشعوب؛
- انبثقت الخلفيات الأيديولوجية لرواد الصناعة الإعلامية دورها في تنميط الشعوب وإعادة تشكيل الرؤى والاتجاهات لتصل لغرس القيم والقيم المضادة؛

- الإسلاموفوبيا نتاج تراكمات تاريخية مشوهة ومغلوطة انطلقت من نظرة قاصرة للمدرسة الاستشراقية؛
- رسمت صورة محمد ﷺ من نسيج وخيال رجال الكنيسة السيحية من نسيج خيلا مستمدة من الأساطير والخرافات؛
- الدين الإسلامي لا يتعارض مع حرية التعبير التي ترتكز على الأخلاق ويقف مرصادا ضد الاستهزاء والإساءة لكل ما هو مقدس، ويدعو إلى احترام جميع الأديان؛
- أهمية إبراز الصورة الحقيقية للدين الإسلامي لشخصية الرسول محمد ﷺ في مختلف جوانبها لكل من يجهلها والحرص على فعل ذلك؛
- ينبغي علينا توجيه قضية الإساءة للرسول إلى الاتجاه المعاكس وجعلها سببا في نصرة محمد ﷺ؛
- وجب ممارسة سلوكيات توضح وسطية الدين واعتداله وسماحته وتعايشه مع الآخر؛
- لا تزال شمائل الرسول ﷺ مجهولة من طرف غير المسامين، وربما عرفت واشتهر أمرها لكان ذلك الأثر الكبر في تحسين صورته؛
- لا يمكن عزل السيرة النبوية عن العالم والدراسة الاكاديمية المعصرة كونها نصا منفتحا يرفض الانغلاق المنهجي أو النظري كبعض النصوص الأدبية، ولأن هدفها الأساسي خطاب يمثل الهوية المسلمة؛
- التعرف على السيرة النبوية ودراسة اسرارها وما دار فيها من أحداث تساهم في التنمية البشرية كدافع نفسي للاستمرار والتغلب على الصعوبات بما أنها تجربة إنسانية فريدة؛
- الخطاب النبوي مليء بالفجوات في أسلوبه الشيق الممتع يشرك المتلقي في إنتاج المعنى فيتفاعل معه تفاعلا يفتح من خلاله آفاقا قابلا للتحليل في كل مكان وزمان.

قائمة المصادر والمراجع

القرآن الكريم برواية ورش عن نافع.

قائمة المصادر والمراجع:

أولا- المصادر:

1. مجلة شارلي إيبدو.

ثانيا- المراجع:

1. المراجع باللغة العربية:

1. إبراهيم فؤاد الخصاونة: الصحافة المتخصصة، دار المسيرة، الأردن، 2012.
2. أبو السعود: إرساء العقل السليم إلى مزايا الكتاب الكريم، تح: عبد القادر أحمد عطا، ج 02، مكتبة الرياض الحديثة.
3. أبو القاسم سعد الله: تاريخ الثقافي 1500-1830، دار المغرب الإسلامي، ج 01، ط 01، لبنان، 1998.
4. أحمد بن راشد سعيد: قولبة الآخر التشويه الحضاري والاغتيال الإعلامي للمسلم والعرب، أبو ظبي، ط 01، 2001.
5. الأحمد غراب: مناهج المستشرقين وموقفهم من النبي صلى الله عليه وسلم، الاستشراق رؤية إسلامية، مركز البيان، ط 01. د.س.
6. أحمد مختار عمر: اللغة واللون، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1997.
7. أحمد مؤنس عوض: الحروب الصليبية، علاقات بين المشرق والمغرب، دار عين الجامعة للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، الإسكندرية، ط 01، 1999.
8. أكرم العمري: موقف الاستشراق من السنة والسيرة النبوية موقف دانتي من الرسول (ص)، الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، ج 01، ط 01، 2004.
9. ألو التراب سيد بن حسين العفاني: ومحمداه إن شانئك هو الأبتر، ج 03، دار العفاني، مصر، ط 01، 2006.
10. بشاري محمد: صورة الإسلام في الاعلام الغربي، دار الفكر، دمشق، ط 01، 2004.

11. بشرى موسى صالح: الصورة الشعرية في النقد العربي الحديث، المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان، ط 01، 1404هـ.
12. تركي خالد الظفيري: الاستشراق عند إدوارد سعيد، مركز التأصيل للدراسات والبحوث السعودية، ط 02، 2015.
13. جابر عصفور: الصورة الفنية في التراث النقدي البلاغي عند العرب، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط 03، 1992.
14. جلال العالم: قادة الغرب يقولون دمروا الإسلام أبيدوا أهله، دار الفكر للنشر، بيروت، ط 01، 1975.
15. حافظ إسماعيل علوى: الحجاج (مفهومه – مجالاته) دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة، الحجاج والمراس، عالم الكتب الحديث، أربد، عمان، 2010.
16. حافظ الكرمي: التمييز والإسلاموفوبيا، المركز الأوروبي لمراقبة العنصرية والأجانب في الاتحاد الأوروبي، 2006.
17. حسين نيازي صيفي: الإعلام الغربي وصورة الإسلام والمسلمين، إلزاك للنشر والتوزيع، مج 01، ط 01، 2011.
18. حمادة محمود الخضر: فن الكاريكاتير من جدران الكهوف إلى أعمدة الصحافة، دمشق، سوريا، دار عشرون للطباعة والنشر، ط 01، 1999.
19. حمدان خضر السالم: الكاريكاتير في الصحافة، دار النشر والتوزيع، الأردن، ط 01، 2004.
20. حمود عبد الحليم: الكاريكاتير العربي والعالمي، دار النوار، ط 01، 2004.
21. رابح العوبي: أنواع النثر الشعبي، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، د.ط، د.ت.
22. رانية صالح: الكاريكاتير السياسي منذ ثورة عرابي حتى ثورة 25 يناير، مكتبة الوراق، الجزائر، ط 01، 2013.
23. زكي ميلاد: الإسلام والمدنية، دار العربية، بيروت، لبنان، ط 01، 2007.
24. ساعد ساعدة وعبيدة الضبطي: الصورة الصحفية دراسة سيميولوجية، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، د.ط، 2015.

25. سامي مسلم: صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط 02، 1986.
26. سامي مسلم: صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط 02، 1986.
27. سعيد إدوارد: الاستشراق الشرق مكتوب بالغرب، سيفيل، باريس، فرنسا، 1980.
28. سعيد بنكراد: سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثلات الثقافية، إفريقيا المشرق، المغرب، ط 01، 2006.
29. سعيد بنكراد: مفاهيمها وتطبيقاتها، دار الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقية، سوريا، ط 03، 2012.
30. سعيد بنكراد، السيميائيات ومفاهيمها وتطبيقاتها، دار الحوار للنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، ط 02، 2001.
31. سعيد توفيق: الخبرة الجمالية دراسة في فلسفة أعمال الظاهرتية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، ط 01، 1992.
32. شاكر عبد الحميد وآخرون: تراث التعبير الاجتماعي، الفكاهة وآليات النقد الاجتماعي، الكتب العربية، مصر، ط 1، 2004،
33. شمس بوعزيزي: السيميولوجيا الاجتماعية، مركز الدراسات، الوحدة العربية، لبنان، ط 01، 2010.
34. شوقية هجرس: فن الكاريكاتير، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 01، 2005.
35. عادل عبد المنعم القضاة: تراث ابن عباس، تناص الشكل الفني فيما بعد الحداثة، كلية الفنون الجميلة، جامعة بابل، العراق، ط 1، د.س.
36. عادل مصطفى: دلالة الشكل، دراسة في الاستطيقا الشكلية وقراءة في كتاب الفن، دار الهنداوي، ط 01، د.ب، 2018.
37. عبد الحميد شاكر: عصر الصورة بين السلبيات والايجابيات، عالم المعرفة، الكويت، ط 01، 2005.
38. عبد القادر طاش: صورة الإسلام في الاعلام العربي، الزهر للإعلام العربي، ط 02، 1993.

39. عبد اللطيف حمزة: الاعلام تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ط 01، 1965.
40. عبد الله الغذامي: الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة وبروز الشعب، المركز الثقافي، بيروت، 2005،
41. عبد الله قاسم الوشلي: الاعلام الإسلامي في مواجهة الاعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، دار النشر للثقافة والعلوم الإسلامية، مصر، ط 02، 1993.
42. عبده عبود: الأدب المقارن مدخل نظري ودراسات تطبيقية، دار الكتاب، مصر، 1997.
43. عبواج عذراء: محاضرات فن فنون التحرير الصحفي، ألفا الوثائق، الجزائر، 2019.
44. علي برغوث: دليل التصميم والإنتاج الفني، الدار المصرية للنشر، مصر، ط 01، 2001.
45. علي خليل الشقرة نقلا عن: محمد جمال الفار: الاعلام والصورة النمطية (لصورة العرب والمسلمين انموذجا)، دار أسامة، عمان، الأردن، ط 01، 2015.
46. فاطمة برشة الطبال: الألسنة عند رومان جاكبسون، دراسة ونصوص، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، د.ط، د.ت.
47. فهيم الشيباني عبد القادر: الصورة والصورة الكاريكاتيرية بحث في السيميائيات والخطاب، عالم الكتب الحديث، الأردن، د.ط، 2009.
48. لكحل لعجال: الكاريكاتير بنيانه ومضمراته، تأليف مجموعة من الباحثين الأكاديميين، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، ط 01، 2020.
49. مجد الهاشمي: كاريكاتير فن الحياة، دار المناهج للنشر، عمان، الأردن، 2002.
50. محمد بشاري: صورة الإسلام في الإعلام العربي، دار الفكر، دمشق، ط 01، 2004.
51. محمد عابد الجابري: مسألة الهوية العروبة والإسلام والغرب، منشورات مركز دراسات الوحدة العربية، د.م، 1997.
52. محمد عبد المعين خان وسلمى الخماش: الاساطير والخرافات عند العرب، دار الحداثة، لبنان، ط 01، 1986.

53. محمد عبده: الإسلام بين العلم والمدنية، كلمات عربية للنشر، الرياض، ط 01، 2010.
54. محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط 01، 2004.
55. مصطفى الشكعة: بديع الزمان الهمذاني رائد القصة العربية والمقالة الصحفية، عالم الكتب، ط 01، 1983.
56. مصطفى ناصيف: الصورة الأدبية، دار الأندلس، ط 03، د.ب، 1983.
57. ممدوح حمادة: فن الكاريكاتير في الصحافة الدورية، دار عشرون، دمشق، ط 01، 1999.
58. منى الحديدي: الإعلان، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 01، 1990.
59. الواحدي: شرح لديوان المتنبي، تح: ياسين الأيوبي وقصي الحسين، دار الرائد العربي، بيروت، لبنان، 2018.
60. وليد منير: النص القرآني من الجملة إلى العالم، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، مصر، ط 01، 1997.

2. المراجع المترجمة:

1. آرون كوناندي: المسلمون قادمون، تر: شكري مجاهد، منتدى العلاقات العربية والدولية، قطر، ط 01، 2015.
2. آصف حسين: صراع الغرب مع الإسلام، استعراض للعداء التقليدي، تر: مازن مطبقاني، دار الوعي للنشر والتوزيع، الرياض، ط 01، 2013.
3. آل شاتيليه: الغارة على العالم الإسلامي، تر: محي الدين الخطيب ومساعد اليافي، المطبعة السلفية، القاهرة، مصر، ط 04، 1398هـ.
4. أنجمار كارسون: الإسلام وأوروبا تعايش أم مجابهة، تر: سمير البواتني، مكتبة الشروق، القاهرة، مصر، ط 01، 2003.
5. بير برونيل وآخرون: الوجيز في الأدب المقارن، تر: غسان السيد، لبنان، د.ط، 2001.

6. جان كوهين: بنية اللغة الشعرية، تر: محمد الولي ومحمد العمري، دار اقبال، ط 01، د.ب، 1986.
7. دافيد فيكتروف: الإشهار والصورة – صورة الإشهار، تر ونقد: سعيد بنكراد، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط 01، 2005.
8. رولان بارت: المعاصرة السيميولوجية، تر: عبد الرحيم جدل، دار تيمل للطباعة والنشر، مراكش، المغرب، ط 01، 1993.
9. رينية ويليك وواستن وارين: نظرية الأدب، تر: محي الدين صبحي، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، لبنان، ط 03، 1983.
10. ليو توليستوي: حكم نبي وشيء عن الإسلام، تر: سليم قبعين، المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 02، 1912.
11. مايكل هارت: الخالدون المائة، تر: أنيس منصور، المكتب المصري الحديث، مصر، ط 01، 2010.
12. هامينغتون: صدام الحضارات إعادة صنع النظام العالمي، تر: طلعت السايب، سطور للنشر، القاهرة، ط 02، د.س.

3. المراجع باللغة الأجنبية:

1. John TOLAN, Mahomet l'Européen, histoire des représentations du Prophète en Occident, Albin 4 -Michel, Paris, 2018.
2. Oxford University, D fess Oxford, Dictionary Islamopgobi.
3. Yve Agnès, manuel de journalisme nouvelle édition. Média plus. Constantine 2008.

ثالثا– المعاجم والقواميس:

1. ابن منظور: لسان العرب: مج 08، دار صادر، بيروت، لبنان، ط 1، د.ت،
2. أحمد مختار عمر: معجم اللغة العربية المعاصـــرة، مج 02، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط 01، 2008/1429.
3. معجم اللغة العربية: المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مصر، ط 04، 2004.

رابعا- المجلات:

1. مجلة المستقبل العربي، العدد 325، مارس/آذار، 2006، الكويت.
2. لغة الاسلاموفوبيا وتعبيراتها الإعلامية في الواقع الأوروبي، مجلة رؤية، العدد 04.
3. مجلة تموز، العدد 54، 2012، العراق.
4. مجلة المشكاة، عدد 27 و28، 1998.
5. مجلة تموز، الجمعية الثقافية العراقية، العدد 54، 2012.
6. مجلة توابل، العدد 02، 1999.
7. مجلة دعوة الحق، العدد 210.
8. المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 20/02/08، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف.
9. مجلة تموز، العدد 54، 2012.
10. صحيفة المثقف، العدد 26، العراق، أكتوبر 2017.
11. مجلة دراسات صحفية، العدد 04، المعهد الدولي العالمي للإعلام، 2010.
12. مجلة علامات، العدد 18، المغرب.
13. مجلة جامعة القدس للأبحاث والدراسات، عدد 18، 2010.
14. مجلة دراسات الشرق الأوسطية، الأردن، 2011.
15. مجلة رؤية، 2016/12/01، العدد 04، يوم 2021/04/25.

خامسا- الجرائد والصحف:

1. جريدة أخبار الخليج، العدد 10780، 06 يونيو 2021 الموافق لـ25 شوال 1442.
2. جريدة الشرق الأوسط، العدد 9913، 18 كانون الثاني/جانفي 2016.
3. صحيفتي اليوم والخبر الجزائرية، العدد 15، 2001/2000.
4. مسلك ميمون: الصورة السردية في قصص شريف عابدين.
5. يومية الثورة، مؤسسة الوحدة للصحافة والطباعة والنشر، سوريا، 2009/07/02.
6. يومية السبيل المغربية، العدد 20، 2007/03/10.

سادسا- الرسائل الجامعية:

1. جنان سيد علي: الصورة الكاريكاتيرية في صحيفتي الخبر وIIBERT2 أثناء الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009/04/09، دراسة تحليلية سيميولوجية.
2. حاتم حميد عودة: معالجة فن الكاريكاتير في الصحافة الفلسطينية للعدوان الإسرائيلي على غزة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2015.
3. داليا جمال محمد: العلاقة بين اتجاهات محتوى الكاريكاتير وبريد القراء خلال الأزمات، دراسة تحليلية لفترة التسعينات في الصحافة المصرية، رسالة ماجستير، منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة عين شمس.

سابعا- الملتقيات:

1. عاطف سلامة: دور الكاريكاتير في التعريف بالقضية الفلسطينية ونصرتها، وزارة الإعلام الفلسطيني وأعمال المؤتمر الدولي الثالث عشر قضية وحق، طرابلس، 02-03 ديسمبر 2016.

ثامنا- البرامج التلفزيونية:

1. قناة فرانس 24: شارلي إيبدو: الحياة بعد الموت، برنامج في فلك ممنوع، 2017/01/05.

تاسعا- مواقع الأنترنت:

1. https://www.muslm.net.
2. https://www.trtarabi.com
3. https://www.alcornish.com
4. https://www.wao-acadim.org
5. https://www.acadimi.org
6. https://www.franceculture.fr/
7. https://www.tellmamauk.org

فهرس
الموضوعات

فهرس الموضوعات

شكر وعرفان

مقدمة .....أ

الفصل الأول

الصورة والخطاب

I. ماهية الصورة: 5

1. مفهوم الصورة: 5

أ. لغة: 5

ب. اصطلاحا: 7

2. الصورولوجيا: 10

3. الصورة المرئية: 11

4. الصورة أنثروبولوجيا: 12

أ. الصورة والطقوس الدينية: 12

ب. الصورة وعلاقتها بالطوطم: 14

II. الصورة في الخطاب الاشهاري: 16

1. الخطاب الإشهاري: 16

أ. الإشهار: 16

2. الصورة الإشهارية: 18

3. مكونات الصورة الاشهارية: 18

4. علاقة الصورة بالإشهار: 19

III. الهوية في الخطاب البصري: 22

1. الخطاب البصري: 22

أ. أنواع الخطاب البصري: 23

ب. الخطاب الإشهاري: 23

ج. الخطاب الفني: 23
د. الخطاب الفوتوغرافي: 24
هـ. الخطاب الكاريكاتيري: 24
2. سلطة الصورة على خطاب الهوية: 25
أ. مفهوم الهوية: 26
ب. الصورة وتمثلات الآخر: 27
ج. الصورة حجة على الذات: 27

الفصل الثاني

تجليات الخطاب في الصورة الكاريكاتورية

I. الكاريكاتير نشأته وتطوره: 30
1. مفهوم الكاريكاتير: 30
2. الصورة الكاريكاتيرية: 32
3. الكاريكاتير تاريخيا: 32
أ. الحضارة الفرعونية: 33
ب. عند الآشوريين: 34
ج. في عصر النهضة: أوروبا 34
د. في العالم العربي: 36
4. القيم الجمالية في الكاريكاتير: 39
II. بنية الخطاب الكاريكاتيري ودلالته: 40
1. خصائص ومميزات الكاريكاتير: 40
أ. خصائص الكاريكاتير: 40
ب. مميزات الكاريكاتير: 41
2. وظائف الكاريكاتير: 42
أ. الوظيفة الاتصالية: 42
ب. الوظيفة الخبرية: 42

ج. الوظيفة الجمالية: 43
د. الوظيفة الإبداعية والاثارة: 43
هـ. الوظيفة المعلوماتية: 44
و. الوظيفة الإعلانية (الإشهارية): 44
ز. الوظيفة التعليمية: 44
3. أنواع الكاريكاتير: 45
أ. حسب الموضوع: 45
ب. حسب الشكل: 46
ج. حسب النص الأدبي: 47
د. حسب الإنجاز: 48
III. تأثير الكاريكاتير كفن ساخر: 50
1. الكاريكاتير سيميائيا: 50
أ. اللغة والصورة: 50
ب. السنن اللغوي: 50
ج. المستوى التعييني: 51
2. البناء الفني للصورة الكاريكاتيرية: 54
أ. التناص: 54
3. الكاريكاتير بين النقد والسخرية: 55
أ. الكاريكاتير والنقد: 56
ب. الكاريكاتير والسخرية: 57
4. الكاريكاتير في الصحافة: 60
أ. أشكال الكاريكاتير في الصحافة: 62
5. الكاريكاتير نكتة مرسومة: 63
أ. مواطن الاتفاق: 64
ب. مواطن الاختلاف: 65
6. المشهد الكاريكاتيري: 67

أ. المشهد الكاريكاتوري في السينما:..... 68
ب. المشهد الكاريكاتيري في المسرح:..... 68

الفصل الثالث:

صورة محمد ﷺ في الخطاب الإشهاري الغربي والفرنسي

I. الإعلام والإسلاموفوبيا:..... 71
1. الإسلاموفوبيا:..... 71
أ. الإسلاموفوبيا الإعلامي:..... 73
ب. الكاريكاتير والإسلاموفوبيا:..... 74
ج. الصور والرسومات في المجلات الغربية:..... 75
د. المؤثرات النصية للمجلات والصحف:..... 76
2. حقيقة الإسلاموفوبيا:..... 79
أ. الحروب الصليبية:..... 79
ب. أحداث 11 سبتمبر 2001:..... 81
3. أسباب تنامي الإسلاموفوبيا:..... 82
أ. سوء طبيعة فهم الدين الإسلامي:..... 82
ب. سلوك المسلمين:..... 83
ج. تهديد المصالح الغربية:..... 83
4. الخطاب الاستشراقي الإعلامي الغربي والأنا:..... 84
II. الخطاب الاستشراقي في وسائل الإعلام الغربي:..... 86
1. المؤلفات والكتب والمناهج المدرسية:..... 86
2. أجهزة ووسائل الإعلام:..... 87
أ. الإذاعة والتلفزيون:..... 88
ب. الصحف والمجلات:..... 89
ج. الدعاية والإشهار:..... 90
3. الصور والرسوم الكاريكاتورية:..... 92

4. الرؤية الاستشراقية للنبي ﷺ: 92
أ. محمد ﷺ في وسائل الإعلام الغربية: 95
ب. النبي ﷺ في الثقافة الأوروبية: 96
III. قراءة تحليلية للرسوم المسيئة للنبي ﷺ في الإعلام الفرنسي: 97
1. شارلي إيبدو والآخر: 97
2. خطابات شارلي إيبدو ضد الإسلام والنبي ﷺ: 98
4. قراءة تحليلية لنماذج من الرسوم المسيئة لرسول الله ﷺ: 99
الصورة رقم (01) 100
الصورة رقم (02) 102
الصورة رقم (03) 105
الصورة رقم (04) 107
الصورة رقم (05) 109
5. صور مغايرة للنبي محمد ﷺ في الإعلام الغربي: 111
خاتمة 120
قائمة المصادر والمراجع 123

الملحق

CHARLIE HEBDO
2€
SPÉCIAL PROCÈS
IL FAUT VOILER "CHARLIE HEBDO"!
T 05777 - 794 - F: 2,00 €

صورة رقم 01

CHARLIE HEBDO
PARCOURSUP C'EST DE LA MERDE
ILS M'ONT PRISE POUR DIRIGER L'UNEF.
-RISS-

صورة رقم 02

TUNISIE : L'ISLAMISME MENACÉ PAR DU RAP ET DES TÉTONS
CHARLIE HEBDO
JOURNAL IRRESPONSABLE
ÉCOLOGIE
BATHO, COMIQUE DE L'ÉTAT
RELIGION
VOYAGE DANS LE GRAND BAZAR ÉGYPTIEN
LE PEN, DASSAULT
L'IMMUNITÉ À GÉOMÉTRIE VARIABLE
LA VIE DE MAHOMET LE TOME 2 EN KIOSQUES
CHARLIE HEBDO
TUERIE EN ÉGYPTE
LE CORAN C'EST DE LA MERDE
ÇA N'ARRÊTE PAS LES BALLES
CORAN
Riss

صورة رقم 03

مقال مستفز من جريدة شارلي إيبدو عن الرسول (ص)

تشارلي إبدو تعيد نشر الرسوم الكاريكاتورية لمحمد الذي جعله هدفا للجهاديين

لن نذهب إلى الفراش أبدا. لن نستسلم أبدا "، يبرر مدير المجلة الأسبوعية الساخرة ريس، عشية بدء محاكمة الهجوم الذي وقع في 7 كانون الثاني (يناير) 2015. بقلم لو فيغارو مع وكالة فرانس برس نشر بتاريخ 09/01/2020 الساعة 11:06، محدث بتاريخ 09/02/2020 الساعة 11:46 صحيفة شارلي إيبدو تعيد نشر الرسوم الكاريكاتورية لمحمد الذي جعله هدفا للجهاديين، حسبما أعلنت الصحيفة يوم الثلاثاء، 1 سبتمبر / أيلول، قبل بدء محاكمة الهجوم الذي أسفر عن مقتل 12 في هيئة تحريرها في يناير / كانون الثاني 2015. إلى هذه الرسوم الكاريكاتورية الدنماركية، فإن الصفحة الأولى من شارلي إبدو التالية، تحت عنوان Tout ça pour، تتضمن أيضا صورة كاريكاتورية للنبي موقعة من قبل رسام الكاريكاتير كابو، الذي قتل في هجوم 7 يناير 2015. كثيرا ما طلب منا منذ كانون الثاني (يناير) 2015 إنتاج رسوم كاريكاتورية أخرى لمحمد. لطالما رفضنا القيام بذلك، ليس لأنه محظور، القانون يسمح لنا بالقيام بذلك، ولكن لأن هناك حاجة لسبب وجيه للقيام بذلك، سبب له معنى ويؤدي إلى شيء ما للنقاش"، شرح طاقم التحرير، في مقال نشر في نفس العدد. يضيف فريق شارلي إيبدو: "يبدو أن إعادة إنتاج هذا الأسبوع من بدء المحاكمة في هجمات يناير 2015 هذه الرسوم الكاريكاتورية ضرورية لنا".

Charlie Hebdo republie les caricatures de Mahomet qui en avaient fait la cible des djihadistes

«Nous ne nous coucherons jamais. Nous ne renoncerons jamais», justifie le directeur de l'hebdomadaire satirique, Riss, à la veille de l'ouverture du procès de l'attentat, survenu le 7 janvier 2015. Par Le Figaro avec AFP Publié le 01/09/2020 à 11:06, Mis à jour le 02/09/2020 à 11:46 Charlie Hebdo republie les caricatures de Mahomet qui en avaient fait une cible des djihadistes, a annoncé mardi 1er septembre le journal avant l'ouverture du procès de l'attentat qui a fait 12 victimes dans sa rédaction en janvier 2015. Outre ces caricatures danoises, la une du prochain Charlie Hebdo, sous le titre «Tout ça pour ça», reprend également une caricature du prophète signée par son dessinateur Cabu, assassiné dans l'attentat du 7 janvier 2015. «On nous a souvent demandé depuis janvier 2015 de produire d'autres caricatures de Mahomet. Nous nous y sommes toujours refusés, non pas que cela soit interdit, la loi nous y autorise, mais parce qu'il fallait une bonne raison de le faire, une raison qui ait un sens et qui apporte quelque chose au débat», a expliqué la rédaction du journal, dans un article publié au sein du même numéro. «Reproduire cette semaine de l'ouverture du procès des attentats de janvier 2015 ces caricatures nous a alors semblé indispensable», ajoute l'équipe de Charlie Hebdo.