



**صورة العرب والمسلمين في كاريكاتير الصحف الأجنبية
”دراسة تحليلية لصحيفتي شارلي إيبندو وكوس استوتمان“**

اعداد

د. رباب جلال البصراي

مدرس علم الاجتماع بكلية التربية جامعة عين شمس

المستخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على صورة العرب والمسلمين في كاريكاتير الصحف الأجنبية من خلال التعرف على أهم القضايا العربية والإسلامية التي يعرضها الكاريكاتير في الصحف الأجنبية، وكذلك أساليب تناول ومعالجة الصحف الأجنبية للقضايا العربية والإسلامية من خلال الرسوم الكاريكاتيرية المقدمة عنهم، والأيديولوجيات الكامنة وراء ذلك. واعتمدت الدراسة على التحليل الكيفي للرسوم الكاريكاتيرية من خلال استخدام أسلوب التحليل الدلالي، ومنهج المسح الاجتماعي بالعينة لبعض الصحف الأجنبية التي تناولت صورة العرب والمسلمين خلال مرحلة الدراسة الممتدة من 2012، وحتى 2019، وقد تم اختيار الرسوم الأكثر إثارة للجدل، والأكثر تفاعلاً، والأكثر انتشاراً على محركات البحث على جوجل، وتوصلت الدراسة إلى أن صورة العرب والمسلمين في الكاريكاتير الغربي جاءت مختلفة من دولة إلى أخرى حسب النظام السياسي وعدد اللاجئين العرب والمسلمين هناك، أما فيما يتعلق بأهم القضايا العربية والإسلامية التي تناوها كاريكاتير الصحف الأجنبية فكانت السخرية من الدين الإسلامي، والنظر للمسلمين على أنهم متخلفين وقتلة، والنظر للإسلام كدين يدعو للعنف والقتل والإرهاب، ورفض سياسات الدولة الألمانية تجاه قبول لجوء العرب والمسلمين، ورفض ممارسات العرب والمسلمين داخل المجتمع الألماني، وكذلك رفض وجود العرب والمسلمين داخل ألمانيا، والنظر للأمن الفرنسي على أنه قاتل للمسلمين.

الكلمات المفتاحية

العرب؛ المسلمون؛ كاريكاتير؛ الصحف؛ الأجنبية

Abstract

The study aims to recognize the image of Arabs and Muslims in foreign newspaper caricatures by identifying the most important Arab and Islamic issues presented by caricatures in foreign newspapers, as well as the methods of addressing and handling foreign newspapers of Arab and Islamic issues through caricatures provided about them, and the ideologies behind it. The study relied on quantitative analysis of cartoons by using the semantic analysis method and the sample social survey curriculum for some foreign newspapers that dealt with the image of Arabs and Muslims during the study phase from 2012, Until 2019, the most controversial, most interactive fees were selected The study found that the image of Arabs and Muslims in Western caricature came from one country to another, depending on the political system, the number of Arab refugees and Muslims. As for the most important Arab and Islamic issues dealt with by the caricature of foreign newspapers, it was to ridicule the Islamic religion, To view Muslims as backward and murderous, to view Islam as a religion that claims violence, murder and terrorism, rejecting the German State's policies towards accepting Arab and Muslim asylum, and rejecting the practices of Arabs and Muslims within German society, It also rejected the presence of Arabs and Muslims within Germany and viewed French security as a killer of Muslims

Keywords

Arabs; Muslims; Caricature; newspapers; Foreign



مقدمة :

يمكن التأريخ للحرب الإعلامية الغربية على العرب والمسلمين بأحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١، حيث أدى ضرب برج التجارة العالمي في الولايات المتحدة الأمريكية، وإعلان تنظيم القاعدة مسؤوليته عن الحادث - وهو تنظيم إرهابي دولي إتخذ من الإسلام ستاراً له- حيث نشأ برعاية أمريكية أثناء الحرب الباردة بين الولايات المتحدة والإتحاد السوفيتي السابق، بدعوى مواجهة المد الشيوعي على الأرض الأفغانية، ثم اتخذت الولايات المتحدة أحداث ١١ سبتمبر ذريعة لغزو العراق وأفغانستان، واستمر الصراع العربي الإسرائيلي، ثم انطلقت شرارة الربيع العربي في تونس ومصر وليبيا واليمن وسورية، تنفيذاً لمخطط الشرق الأوسط الجديد، ومن هنا اشتعلت حروب الدعاية الإعلامية الغربية المضادة للعرب والمسلمين من خلال الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب.

وفي ظل تطور فنون الصحافة الأجنبية استخدمت تلك الصحف فن الكاريكاتير في الهجوم على العرب والمسلمين ضمن حملات الدعاية المضادة التي تستهدف تشويه الصورة في ذهن الرأي العام العالمي، حيث قامت الصحف الأمريكية



والبريطانية بحملات دعائية ممنهجة للإساءة للعرب والمسلمين، حيث تميزت هذه الحملات بتسليط الضوء على تناول المسائل الشخصية والخلقية بشكل مكثف، لتشويه الصورة العربية في نظر الرأي العام، كبدائية وأساس يمكن بعد تحقيقه الالتفات لنقاط أخرى من الإساءة، فتجد صدى وقبول لدى الرأي العام العالمي، الذي تكونت لديه خلفية سيئة عن العرب بشكل عام.

ف نجد مثلاً الإعلام الأمريكي المشحون ضد العرب، والذي يقف في صف اليهود كأفراد وكأمة على المستوى الشخصي والمحلي، حيث استغلت الصحافة الأمريكية الإعلام في وضع العرب في صورة سيئة ومشوهة في ذهن المواطنين الأمريكيين، وذلك باتباع أساليب متعددة، يحكمها بالأساس فهم ووعي إعلامي بكيفية توجيه الرأي العام، فالصحافة الأمريكية تختار الوقت المناسب تماماً للترويج لأي فكرة، كما أن الصياغة الصحفية تخدم الفكرة من حيث إختيار الألفاظ السلبية والمسيئة في مقابل إختيار العبارات والصفات الإيجابية بالنسبة لليهود عامة، وإسرائيل خاصة.

هذا بالطبع إلي جانب إستخدام الكاريكاتير كأسلوب عميق التأثير يعتمد على التشهير بالعرب، والإساءة إليهم في شئونهم الشخصية والسياسية، وما يمس تقاليدهم ومقدساتهم، فتتشر الصحف الأمريكية كل ما يوحي بعظمة اليهود وعظمة الدولة الصهيونية عسكرياً وسياسياً، وكل ما من شأنه إثارة التعاطف مع اليهود، وحصولهم على التأييد العالمي، وذلك برسم صورة جديدة لهم مقابل الصورة المشوهة عن العرب، واستخدامهم مصطلحات إرهابي - متطرف - متخلف - جماعة متشددة(1)، ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة، لتلقي الضوء على صورة العرب والمسلمين في كاريكاتير الصحف الأجنبية، خاصة الصحف الفرنسية والألمانية الأكثر انتشاراً وتأثيراً على المستوى العالمي في هذا الشأن.

أولاً: مراجعة التراث النظري:

تعرض الباحثة فيما يلي لبعض الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وتنقسم إلى ثلاثة محاور أساسية يتناول المحور الأول الدراسات التي اهتمت بدراسة



الكاريكاتير، أما المحور الثاني فيتناول الدراسات التي تناولت صورة العرب والمسلمين في وسائل الإعلام الغربية، أما المحور الثالث فيتناول موقع الدراسة الراهنة على خريطة الدراسات السابقة.

المحور الأول: الدراسات التي اهتمت بدراسة الكاريكاتير:

1- دراسة Kate Allison (2015) بعنوان:

A Comparative Study Of the Boer War Conveyed in 1901 political cartoons of Edward Linley: Sambourne In Punch & Jean Veber in L'Assiette au Beurre:(2)

هدفت الدراسة إلى تحليل وتفسير صور ونصوص الكاريكاتير السياسية المتعلقة بحرب البوير (الحرب التي اندلعت نتاج استعمار بريطانيا للأراضي الأفريقية)، واعتمدت الدراسة على منهج تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج كان أهمها غلبة الأعمال الوحشية والإساءة - التي ارتكبتها الجيش البريطاني في جنوب إفريقيا- على الرسوم الكاريكاتيرية، كما اتسمت الرسوم بالتركيز على استخدام الشكل الأنثوي، الذي يرمز للحرب والمعاملة الغير آدمية للمرأة في المجتمع.

2- دراسة رانيا مراد(2014) بعنوان: التوظيف السياسي للصور والرسوم في

الصحافة المصرية: دراسة تحليلية على عينة من الصحف المصرية (3):

هدفت الدراسة إلي رصد وتحليل آليات توظيف الصحف المصرية للصور والرسوم في تغطيتها للأحداث السياسية في مصر، والبحث عن مدى الإتفاق والتعارض في توظيف كل صحيفة للصور الصحفية والرسوم من حيث المساحة والألوان المستخدمة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها تركيز الكاريكاتير على دور مواقع التواصل الاجتماعي في إنجاح ثورة 25 يناير، وحشد الجماهير المشاركة في صنع القرارات في مصر.

3- دراسة Bahadur ucan (2013) بعنوان :

The Effects of Digitalization on Turkish Caricature:(4)

هدفت الدراسة إلى تحليل استخدام التكنولوجيا الرقمية على الكاريكاتير والمجلات في تركيا واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة باستخدام أداة تحليل المضمون، واثبتت الدراسة أن رقمنة الكاريكاتير والفكاهة خفضت من مبيعات المجلات والصحف، خاصة مع زيادة عدد قراء المجلات الإلكترونية على الإنترنت ووسائل الإعلام.

4- دراسة غادة عطية (2013) بعنوان: استخدام طلاب الجامعة للكاريكاتير على موقع الفيس بوك، وعلاقته بالوعي السياسي لديهم: (5)

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدام طلاب الجامعة للكاريكاتير على موقع الفيس بوك في تأثيره على الوعي السياسي لديهم، والتعرف على أهم الرسوم الكاريكاتيرية المتداولة، والأكثر مشاركة وتعليق بين طلاب الجامعة على الفيس بوك، بالإضافة إلى رصد أكثر الشخصيات الكاريكاتيرية التي يفضل متابعتها، ومدى ثقة الطلاب في المضمون السياسي، ودور الكاريكاتير في تفعيل المشاركة في الأنشطة لطلاب الجامعة، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي من خلال أداة تحليل المضمون الكمي والكيفي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان أهمها تصدر الكاريكاتير الساخر المرتبة الأولى في رسوم الكاريكاتير على الفيس بوك، من أجل إيصال رسائل وأفكار معينة تعبر عن توجهات وآراء مسئول الصفحة.

5- دراسة ثروت فتحي كامل (2013) بعنوان:

القائم بالإتصال في مجال الكاريكاتور في الصحف المصرية: دراسة ميدانية (6)

هدفت الدراسة إلى التركيز على القائم بالإتصال في مجال الكاريكاتير، والكشف عن مدى تفريغه بالإتصال للرسم الكاريكاتوري، والعمل الصحفي، والبحث عن طبيعة الضغوط والقيود التي يعاني منها، واعتمدت الدراسة على أداتي الإستبيان والمقابلة البحثية المتعمقة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها إبراز الضغوط المهنية التي يعاني منها القائم بالإتصال، وخاصة القيود الدينية على حرية التعبير، كذلك المضايقات الأمنية التي يتعرضون لها.



6- دراسة Abdulla Iro Sani, MardziahHayati Abdullah ,Faiz Sathi (2012): بعنوان:
**Political Cartoons as a Vehicle of setting social agenda
newspaper example:(7)**

هدفت الدراسة إلى توضيح كيفية استخدام وتوظيف الرسوم السياسية كوسيلة لترتيب أولويات الصحف النيجيرية، إلى جانب توجيه وتشكيل الرأي العام من خلال تصوير القضايا الاجتماعية والسياسية المتكررة، وتوصلت الدراسة إلى أن هذا النوع من الكاريكاتير يمثل وسيلة هامة في الإتصال، وربط أهم الأحداث والقضايا، كما أن له دور أساسي في تشكيل وعي الناس بالقضايا السياسية.

7- دراسة Leticia Neria (2012) بعنوان:
**Humour as political Resistance, & social Criticism: Mexican
Comics & cinema:(8)**

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على قضايا المجتمع المكسيكي، وإبراز أهمية لغة الفكاهة في ترجمة الإهتمامات السياسية والاجتماعية المعاصرة، وترجمة بعض آراء المجتمع والقضايا الشائكة على شكل دعابة وحس فكاهي، وأظهرت الدراسة أن وسيلة الدعاية أو النكتة هي اللغة الرئيسية التي يمكن من خلالها التعبير عن الأفكار والقضايا المتنوعة، مثل القمع وسوء المعاملة والظلم، وتوصلت الدراسة إلى أن تجربة الفكاهة عملت على إيقاظ الوعي والمعرفة في فهم الواقع وبداية تغييره.

8- دراسة Samued Stephen Hyde (2009) بعنوان:
**Political newspaper: cartooning & socialist & Labour politics
in Britain:(9)**

الكاريكاتير السياسي، والقضايا في الصحف الفلسطينية اليومية، وتعد دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح الإعلامي باستخدام أدوات تحليل المضمون واستمارة

الإستيبيان، وتوصلت الدراسة إلى أن الكاريكاتير الفلسطيني يتعرض لرقابة مشددة بسبب ضغوط الإحتلال، ولكن في نفس الوقت عبر الكاريكاتير الإسرائيلي عن موقفه من الأحداث السياسية والإنفلات الأمني والإقتتال الداخلي، وفي نفس الوقت إستخدم الجيش الإسرائيلي الكاريكاتير كأسلوب للتحريض ضد المقاومة الفلسطينية وقيادتها.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت صورة العرب والمسلمين في وسائل

الإعلام الغربية:

1- دراسة QM Falah, AA Ziani, MB Al-Rajih, AF Al- Matrouk (2016) بعنوان:

The Mental Image Of Armed (Terrorist) Orangization in the New Bulletind Daish a Model: A Field study on the Media Professors of the Arab Universities: (10)

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على الصورة الذهنية للمنظمة الإرهابية المسلحة "داعش" من خلال تسليط الضوء على أفعالها المتوحشة كالقتل والحرق والذبح، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، وقامت بإجراء استقصاء على عينة من أساتذة الإعلام العربي، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها إتفاق العينة على تسمية داعش بالمنظمة الإرهابية، وأن الوسيلة الأمثل للحد من مخاطر داعش يجب أن يتم من خلال توفير المعلومات الصحيحة عن جرائمهم في المواقع والنشرات.

2- دراسة Ehsan Bakhshandeh (2012): بعنوان

Politics of Iran-West relations within the context of Iranian Occidentalism; Image of the:west in the Iranian press during reformism(1997-2001):(11) هدفت الدراسة للتعرف على أسباب عداء

الصحافة الإيرانية للغرب في فترة ما بعد الثورة الإيرانية عام 1979، وخاصة خلال فترتي حكم محمد خاتمي، وأحمدي نجاد، كذلك التعرف على أسباب عداء الصحافة الإيرانية للغرب في تلك الفترة، وهي دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة الإيرانية، وعلاقتها بالغرب في فترتين مختلفتين للحكم الإيراني أحدهما يمثل التيار الإصلاحية، وآخر يمثل التيار المحافظ، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحف الإيرانية ذات الإتجاه



الإصلاحي مالت إلى تحسين العلاقات السياسية بين إيران ودول الغرب، في حين رفضت صحف التيار المحافظ إقامة أي علاقات مع الغرب.

3- دراسة ميرال مصطفى عبد الفتاح (2011) بعنوان:

صورة العرب كما تعكسها القنوات الفضائية الإخبارية، وعلاقتها باتجاهات الجمهور الأجنبي نحوها (12) :

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل سمات الصورة المقدمة عن العرب والدول العربية في القنوات الفضائية الإخبارية ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، من خلال تحليل مضمون عينة من النشرات والبرامج الإخبارية، وتوصلت الدراسة أن أكثر السمات الإيجابية التي تناولتها القنوات هي إهتمام الدول العربية بإقامة علاقات طيبة مع الغرب، بينما كانت أكثر السمات السلبية هي وجود العديد من الحركات المتطرفة، كما اتضح من خلال نتائج الدراسة سيطرة الأخبار السلبية على إتجاه التناول الإخباري للقضايا والموضوعات العربية.

4- دراسة RiemSpielhaus (2010) بعنوان:

Media making Muslims the construction of a Muslim community in Germany through media debate (13):

هدفت الدراسة إلى رصد الأنشطة التي يشارك فيها المسلمين، والتحديات التي تواجههم في تمثيل أنفسهم أمام الجهات الفاعلة المهيمنة في وسائل الإعلام والسياسة من خلال الإعتماد على عينة من الشباب المسلم، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، كان أهمها ظهور عدااء الألمان بعد الهجمات الإرهابية الحاسمة في سبتمبر 2001، والتي سلطت الضوء على المسلمين، كما طالب المسلمون من خلال وسائل الإعلام

فصل شعار الدين الإسلامي والمسلمين عن مرتكبي الجرائم والمتشددين، من خلال تصحيح صورة الإسلام، ومطالبة صناع القرار بالتوقف عن التمييز ضد المسلمين.

5- دراسة (2010) Daniel Martin Varisco بعنوان :

Muslims The Media In the blogosphere (14)

هدفت الدراسة للكشف عن المشكلات المنهجية التي طرحت في المدونات الإسلامية بداية من الأفراد إلى علماء الدين، من خلال تحليل عينة من الصحف والمجلات الإلكترونية، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج كان أهمها أن عينة الدراسة لم تركز على خطورة الإحتلال الأمريكي للعراق، بل اكتفت بالإشارة البسيطة لما سببه الإحتلال للعراق وشعبه من مأس، كما أوضحت عينة الدراسة أن قوات أمن العراق لا ترقى إلى مستوى النزاهة والأمانة والنجاح في أداء مهمتها لقلّة كفاءة عناصرها.

6- دراسة (2010) Liz Jacksona بعنوان:

Image Of islam in US & Their Educational implications(15) :

هدفت الدراسة إلى بيان تأثير وسائل الإعلام الأمريكية المعاصرة على عقول الشباب من خلال ما تبثه هذه الوسائل، كما هدفت إلى تزويد الطلاب بالمزيد من المعرفة الموضوعية التحليلية لتعديل صورة الإسلام في بعض وسائل الإعلام الناقدة له، وتوصلت الدراسة إلى أن تمثيل وسائل الإعلام الأمريكية عن الإسلام والمسلمين يتسم بالسطحية، حيث أظهرت وسائل الإعلام الغربية صور غير صحيحة عن الإسلام بوصفه دين يحرض على الإرهاب والصراع والعنف واللاعقلانية.

7- دراسة ندى نصر الدين عامر(2009) بعنوان:

صورة المسلمين في عينة من الصحف الأمريكية والفرنسية: دراسة مقارنة بين صحيفتي نيويورك تايمز الأمريكية ولومند الفرنسية:(16)



هدفت الدراسة إلى تحديد صورة المسلمين بشكل علمي دقيق كما رسمتها جريدتي نيويورك تايمز الأمريكية ولوموند الفرنسية في أذهان المجتمع الأمريكي والغربي والوقوف على طريقة تناول تلك الجريدتين للقضايا المختلفة المتعلقة بالمسلمين، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحيفتين صورت المسلمين بشكل العدو الخطر الذي يجب التصدي له، وأوضحت الصحيفتين أنه لا أمل للمسلمين ولا لعلمهم الإسلامي في التطور الاقتصادي والسياسي والاجتماعي، إلا عن طريق إتخاذ النمط الثقافي الغربي الأوروبي والأمريكي كقدوة تتبع.

المحور الثالث: موقع الدراسة الراهنة على خريطة الدراسات السابقة:

من خلال العرض السابق للدراسات السابقة يتضح ما يلي:

- ندرة الدراسات العربية التي تناولت الكاريكاتير بشكل نقدي، وقد يكون ذلك بسبب القيود المفروضة على تناول المضامين السياسية في رسوم الكاريكاتير في المجتمعات العربية عموماً.
- قلة الدراسات التي تهتم بتأثير الكاريكاتير على القراء مقارنة بالدراسات التحليلية لفن الكاريكاتير.
- حظى الكاريكاتير السياسي بجانب كبير من الدراسة في كل من الدراسات الأجنبية والدراسات العربية أكثر من أنواع الكاريكاتير الأخرى.
- هدفت معظم الدراسات الأجنبية تشويه صورة المسلمين من خلال تعزيز الروايات العدائية لهم.

ولكن على الرغم من توافر دراسات عديدة عن صورة العرب والمسلمين إلا أن هذه الدراسات جاءت أغلبها في مجال علوم الإتصال والإعلام، في حين كانت هناك ندرة شديدة في مجال علم الاجتماع الإعلامي وهو الفرع الذي يتناول القضايا الإعلامية من منظور سوسيولوجي، لذلك تأتي الدراسة الراهنة لسبر أغوار صورة العرب والمسلمين كما يعكسها كاريكاتير الصحف الأجنبية، ذلك بهدف سد فجوة معرفية في



مجال دراسات علم الاجتماع الإعلامي بحيث تأمل الباحثة أن تكون هذه الدراسة نواة لدراسات قادمة في هذا المجال.

وبشكل عام مثلت الدراسات السابقة رصيذاً معرفياً استفادت منه الباحثة في تحديد الهدف الرئيسي من الدراسة، وصياغة مشكلة البحث، وصياغة التساؤلات، وكذلك تحديد النظرية المناسبة لموضوع الدراسة، أملاً في أن تسهم هذه الدراسة في بيان الصورة الذهنية عن العرب والمسلمين في كاريكاتير الصحف الأجنبية.

ثانياً: مشكلة الدراسة (الأهداف والتساؤلات):

في ضوء الدراسات السابقة التي عرضت لها الباحثة، والنتائج التي تشير إلى عدم الإهتمام بفن الكاريكاتير في الصحف العربية من حيث ضيق مساحات الكاريكاتير، وعدم التقدير المعنوي لرسامي الكاريكاتير في مسألة الرقي الوظيفي، وكذلك نقص الإمكانيات التكنولوجية والتقنية في عرض الكاريكاتير، وعدم وجود أطر إخبارية واضحة المعالم للكاريكاتير العربي في معالجة القضايا المحلية والدولية، على خلاف الصحف الأجنبية التي تهتم بالفن الكاريكاتيري من جميع جوانبه، وبذلك تتبلور مشكلة الدراسة في تناول ومعالجة فن الكاريكاتير في الصحف الأجنبية لصورة العرب والمسلمين، من حيث سمات تلك الصورة وكذلك الشخصيات والجوانب الفاعلة فيها من خلال التعرف على القضايا العربية والإسلامية التي يتعرض لها الكاريكاتير، وسوف تعتمد الباحثة على تحليل المضمون الكيفي والدلالي للتعرف على هذه الصورة، وبذلك يتحدد الهدف الرئيسي للدراسة الراهنة في:

التعرف على صورة العرب والمسلمين في كاريكاتير الصحف الأجنبية.

ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية على النحو التالي:

1- التعرف على أهم القضايا العربية والإسلامية التي يعرضها الكاريكاتير في الصحف الأجنبية.

2- التعرف على أساليب تناول ومعالجة الصحف الأجنبية للقضايا العربية والإسلامية من خلال الرسوم الكاريكاتيرية المقدمة عنهم.



- 3- التعرف على الأيديولوجيات الكامنة وراء إستخدام فن الكاريكاتير، لرسم صورة محددة عن العرب والمسلمين في ذهن الرأي العام العالمي.
- 4- التعرف على الصورة النهائية التي يرغب الكاريكاتير الغربي في رسمها وتصديرها عن العرب والمسلمين.

ووفقاً لهذه الأهداف تحاول الدراسة الإجابة على سؤال رئيسي هو:

ما هي صورة العرب والمسلمين في كاريكاتير الصحف الأجنبية؟

ويندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:

- 1- ما هي أهم القضايا العربية والإسلامية التي يتعرض لها كاريكاتير الصحف الأجنبية؟
- 2- ما هي أساليب تناول ومعالجة الصحف الأجنبية للقضايا العربية والإسلامية من خلال الرسوم الكاريكاتيرية المقدمة عنهم؟
- 3- ما هي الأيديولوجيا الكامنة وراء إستخدام فن الكاريكاتير في الصحف الأجنبية، لرسم صورة محددة عن العرب والمسلمين في ذهن الرأي العام؟
- 4- ما هي الصورة النهائية التي يرغب الكاريكاتير الغربي في رسمها عن العرب والمسلمين؟

ثالثاً: مفاهيم الدراسة:

1- مفهوم الصورة: Image

باتت ثقافة الصورة طاغية على ثقافة الكلمة، حيث أن المثيرات البصرية والإيحاءات الرمزية المتوافرة في الخطاب الصوري تعد أكثر تأثيراً و إثارة من الدلالات التي يتضمنها الخطاب المقروء أو المسموع ، وجاءت أهمية الصورة في الرسوم الكاريكاتيرية من الدور الذي تؤديه نتيجة حزمة من المواصفات والمقومات، التي توفر للمتلقي فضاء يساعده على التأمل الذي يتسع لكل الوقائع التي تعبر عنها، مما يخلق

تفاعل بين المتلقي والصورة ، لما تحمله من محاكاة ورموز بسيطة معبرة وذات مدلولات وجدانية وعقلية متنوعة ومؤثرة .

وتعرف الصورة بأنها التمثيل البصري لأي مجسم سواء كان إنسان أو حيوان أو جماد، يمكن رؤيته بالعين المجردة، وذلك من خلال مجموعة من التقنيات المختلفة مثل الصور الفوتوغرافية أو الفيديو أو الرسوم.(17)

واختلف التعريفات اللغوية للصورة باختلاف النواحي العلمية المرتبطة بالصورة التي يراد تفسيرها، لذلك سوف تركز الباحثة على مفهوم الصورة الإعلامية لأنها تعتبر من أكثر أنواع الصور إنتشاراً وتأثيراً على الجمهور المتلقي، كما أنها تتطور بتطور آلية تعامل وسائل الإعلام مع الموضوعات المختلفة.

وتتعدد الصور الفنية، وكل منها يخدم الرسالة بشكل مختلف عن الآخر، وتتمثل أنواع الصور في الصور الذهنية، التي تمثل الصور الحالية والصور المرغوبة، والنوع الثاني هو الصور الخطية وتتمثل في الرسوم الساخرة والكاريكاتير والكارتون، والصور اليدوية والتعبيرية، والنوع الثالث صور شخصية أو موضوعية.(18)

وتشير الصورة إلى "الناتج النهائي للإنطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب أو جنس بعينه، أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية، أو مهنة معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الإنطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها.(19)

وتتضمن الصورة عمليات تكنولوجية معقدة في تأثيرها على نظام ثقافي معقد لصناعة رموز الرسالة الإعلامية وتظهر هذه العملية الصناعية بوصفها أحد مخرجات المضامين الإعلامية كالأخبار، والمواد الترفيهية والأفلام، وغيرها من المضامين الإعلامية، كما أنها تعبر عن مجموعة السمات والخصائص التي ترسمها وسائل



الإعلام للأفراد والجماعات والشعوب والأحداث والقضايا، بفضل ما تقدمه من معالجات إعلامية مختلفة تعكس رؤية النخبة الإعلامية القائمة على وسائل الإعلام ولا تعكس بالضرورة رؤية جماهيرية لهذه الخصائص والسمات.(20)، فهي الرؤية الخالصة للواقع التي تقدمها وسائل الإعلام في إطار مجتمع معين، بكل ما يتضمنه من أنظمة ومؤسسات تؤثر على وسائل الإعلام.(21) وتشير الصورة الذهنية كذلك للإدراك والتصورات والمعرفة والفهم والتمثيلات العقلية المستمدة مباشرة من الإدراك للواقع، فهي إنطباع أو تصور عام لشخص أو مؤسسة أو وطن، يتم تخيله ويبيث للجمهور من خلال وسائل الإعلام.(22)

التعريف الإجرائي للصورة:

هي مجموعة من الرموز والدلالات التي تكون موجه بهدف معين عن قضية ما أو حدث ما، وهي تعكس في الغالب أهداف الجهات التابعة لها، كما أنها متنوعة من حيث الشكل والمضمون والرسوم والألوان.

2- مفهوم الكاريكاتير: Caricature

يعبر الكاريكاتير عن تصوير شاذ غريب مثير للسخرية لأشخاص أو لأشياء عن طريق المبالغة في ملامحهم، وجعلها بارزة، وهو أيضاً رسم ساخر أو محاكاة ساخرة للواقع.(23)، كما يعبر الكاريكاتير عن رسم تمثيلي أو رمزي يعبر عن رأي ساخر هجائي، وعادة ما تظهر هذه الرسوم في المطبوعات الدورية والتي تستخدم في الشؤون السياسية والعادات الاجتماعية(24).

وهو صورة بسيطة تظهر ملامح موضوع ما بطريقة سهلة أو مبالغ فيها، وهو رسم توضيحي ساخر من شخص ما أو شيء ما بغرض النقد السياسي، أو بغرض المرح والتسلية.(25)

والكاريكاتير الصحفي هو مذهب في الفن يظهر الأشخاص والأشياء بالمبالغة في بعض صفاتهم بصورة تحمل مضموناً ساخراً أو ناقداً، ويعتبر الكاريكاتير من أكثر



المواد الصحفية وصولاً إلى القارئ بما يحمله من رسالة موجزة لها من الرموز ما يفهمه القارئ، بالإضافة إلى إرتباطه بالدعابة، فالكاريكاتير بمثابة عملية رصد لحركات المجتمع بكل اتجاهاته السياسية والاجتماعية والثقافية، ويتخطى ذلك إلى العادات والتقاليد.

فالصورة الكاريكاتيرية هي رسالة من الفنان إلى المتلقي من خلال سياق مشترك مرتكز على بنية الواقع الذي يعيشونه معاً، ويظن الكثيرون أن الكاريكاتير هو الرسم فقط دون غيره من الفنون التشكيلية الأخرى والحقيقة أن الكاريكاتير قد يكون رسماً وقد يكون نحتاً أو غيرهما من فروع التشكيل، بل قد يكون الكاريكاتير أدباً وشعراً ونثراً أو قصصاً، فالكاريكاتير إذن هو تركيبة لمعادلة رياضية تعبر عن وجهة نظر خاصة يستخدم الشكل الظاهري بالتحوير والتعديل حتى يتناسب أجزاءه، فالكاريكاتير يبدأ بفكرة يتذوقها الرسام ويبدأ في ترتيب أفكاره، وتأتي مرحلة التنفيذ من حيث المساحة والخط وعناصر الرسم ويتم تطوير ذلك كله حتى تكتمل الرؤية، ونستخلص من ذلك أن الكاريكاتير هو رسم ساخر يحمل أفكاراً ومعاني ومفاهيم متعددة خاصة بموضوع معين أو شخص محدد، وهذا الرسم وهذا المعنى يحدثان أثراً لدى المتلقي وهذا الأثر غالباً ما يكون ضحكاً أو ابتساماً ومن المعروف أن مهمة الرسم الساخر ورسالته هو أن يتم كشف المسكوت عنه، وهو نابع من الواقع ناقداً تفصيله، ويصبح تعبيراً اجتماعياً ونفسياً وسياسياً في آن واحد، ويجد فيه المشاهد العادي متعة خاصة عندما يعبر عن قضايا معاشية له. (27)

ونستخلص من ذلك أن للكاريكاتير عدة خصائص:

- 1- يعتمد الكاريكاتير على السخرية، وهو بذلك يثير الضحك: نتيجة لما هو مرسوم أو مكتوب أو كلاهما معاً.
- 2- يشكل التبسيط في الكاريكاتير عنصراً مهماً في نقل المعلومات للقارئ والتأثير فيه.



3- يوجه الكاريكاتير خطابه إلى طبقات المجتمع المختلفة.

4- القدرة على كشف العيوب سواء كانت هذه العيوب تتعلق بالأشخاص أو السياسات أو غيرها.

5- يتميز الكاريكاتير بالمبالغة في التعبير من خلال الرسم عن الخصائص الفريدة المميزة للشخصية. (28)

التعريف الإجرائي للكاريكاتير:

تقصد الباحثة بالرسم الكاريكاتيري مجموعة الرسوم التي تعبر عن واقع ما، وهي تثير الجدل أو تسلط الضوء على قضايا المجتمع المختلفة، وهي رسوم يدوية تجسد القضايا في تصميم فني ينتقد القضية بأسلوب بسيط يغلب عليه الطابع الساخر.

رابعاً: الإطار النظري للدراسة:

تفيد النظرية الباحث في تقديم إطار تفسيري للظاهرة التي يقوم بدراستها، حيث توصف وتشرح العلاقات والمتغيرات المتضمنة في إطار الظاهرة وتفسر تفاعلاتها المختلفة، ونظراً لتعدد النظريات في مجال علم الاجتماع، فالباحث غالباً ما يختار النظرية التي قد تساعده في تفسير الظاهرة التي يقوم بدراستها، وقد يضطر الباحث في موضوعات وقضايا بعينها أن يلجأ إلى النظريات التي تمت بلورتها في مجال العلوم البينية، وفي هذا الإطار تأتي النظريات التي تبلورت في مجال الإتصال والإعلام، فمن المعروف أن نظرية الإتصال هي الأساس أحد النظريات المشتقة من علم الاجتماع، وبما أننا أصبح لدينا فرع من فروع علم الاجتماع يسمى علم الاجتماع الإعلامي، فيمكننا الإعتماد على النظرية البينية بين العلمين في تفسير بعض الظواهر التي نقوم بدراستها.

ومن هنا اعتمدت الباحثة على نظرية التحليل الدلالي Semantic analysis Theory وهي إحدى النظريات المشتقة من نظرية التفاعلية الرمزية الشهيرة في مجال علم الاجتماع والأنثروبولوجيا، وتعد دراسة المعنى هو الموضوع الأساسي لعلم الدلالة



Semantic وهى تشير إلى الارتباط بين الرموز الإتصالية من صور وكلمات، وما تشير إليه من معاني، ويأتي اختيار الفرد للرموز إنطلاقاً من دلالتها الضمنية وقدرتها على نقل المعنى الذي يؤثر في الآخرين، وعلى الجانب الآخر لا يتم فقط استقبال هذه الرموز، وإنما يتم تفسيرها للوصول إلى دلالاتها، والإستجابة التي تتفق وهذه الدلالة.

ويعتبر علم الدلالة كل كلمة علامة، وكل رسمة أو صورة أو شكل علامة، حتى مفردات الإتصال غير اللفظي مثل الإشارة أو حركات الجسد وتعبيرات الوجه تعتبر علامة، ويعتبر كذلك أن كل علامة هي دال وعملية الفهم للعلامة هي المدلول، فالإشارة مكونة من عنصرين الأول هو الدال، والثاني هو المدلول، ويتم تفسير المعنى الدال في سياق الثقافة الخاصة بالمجتمع المتواجد فيه، فالأصل أن المعنى الدلالي يحمل بين طياته وثناياه الأحكام الاجتماعية للأشياء. (31)

وتختلف دلالة الأشياء من مجتمع إلى آخر، ومن ثقافة إلى أخرى، حيث يرى ديسوسير Desaussure أن دراسة العلامات The study of Sign تنقسم إلى قسمين، الأول تاريخي Diachronic وهو يعني دراسة تغيير المعاني الخاصة بالشيء الواحد عبر الزمن، وكذلك تغيير الإيحاءات والدلالات الخاصة بهذا الشيء عبر التاريخ، أما الثاني Synchronic وهو يبحث عن معنى العلامة في الوقت الحالي، وفي سياقها الثقافي والاجتماعي الحالي. (32)

ويمكن النظر إلى التحليل الدلالي باعتباره علماً للحياة والوجود، وذلك لأن حياتنا مليئة بالعلامات على كل المستويات مثل الصور والرسوم والإيحاءات، وحتى لغة الجسد أنها علامات تشكل العالم الذي نعيش فيه، فمعظم تجاربنا تتعلق برموز ممثلة في أفكارنا ومشاعرنا وذكرياتنا، حيث أننا لا نستطيع أن نتعامل مع عالمنا المادي بمعزل عن الرموز التي تعلمنا أن نقرأها بتجاربنا، ويستخدم التحليل الدلالي لتحليل الرسوم الكاريكاتيرية السياسية مستنداً إلى تفسير نظام العلامة بالإعتماد على دلالات عناصر الرسوم والنصوص واستخدام الكارتون كوحدة أساسية للتحليل، ومعرفة كيف



يتم تحليل المحتوى لفرز الرسوم الكرتونية، وتحليلها إلى المواضيع الرئيسية التي تعكس القضايا والأحداث الراهنة، وتحليل محتويات وسائل الإعلام. وتبرز أهمية التحليل البصري، وهو تحليل المعنى الصحيح للرسوم الكاريكاتيرية مع السياق الثقافي المعبر عن رأي المرسل أو رأيه السياسي في الخبر، عن طريق تعيين إشارة رمزية دلالية وتبرز أهمية التحليل التفسيري، وهو تحليل من منظور دلالي يبدو مثالياً للجمع بين نظرية الفكاهاة والسياق التاريخي في وصف وتحليل المصادر، واستخلاص أهمية المعلومات حول إستخدام الفكاهاة والتعبير عن المعارضة الاجتماعية، فإذا أردت تحليل مشهد معين والحصول على الكثير من المعلومات التي لها علاقة وصلة بهدفك، فعن طريق فتح وحدة الدلالي من الممكن اكتشاف كيفية إستخدام الفكاهاة لكسر لحظات التوتر حتى عندما تكون الفكاهاة ليس لها علاقة وصلة بالموضوع.(34)

وفي إطار نظرية التحليل الدلالي قدم العديد من العلماء بعض النماذج لتفسير العلامة ومكوناتها والآلية التي تعمل بها، وسوف تعتمد الباحثة في الدراسة الراهنة على نموذج ديسوسير والذي يعتمد على عنصرين أساسيين:

١- الدال: وهو المكون المادي العلامة Physical Element مثل الكلمة أو الصورة أو الصوت.

٢- المدلول: وهو المفهوم العقلي Mental Concept أي الشيء أو المعنى الذي تعبر عنه العلاقة، والعلاقة بينهما هي ما يطلق عليه الدلالة.(35) ويعتمد نموذج ديسوسير على مفاهيم أساسية وهي:

١- إصطلاحية العلاقة:

وذلك لأنه لا يشترط أن توجد صلة وراثية أو ضرورية أو طبيعية بين الدال والمدلول أو بين الكلمة ومعناها.

٢- قيمة العلامة:

حيث تتحدد معنى أو قيمة العلامة من خلال علاقتها بالعلامات الأخرى، وموقعها داخل أنظمة العلامات. (36)

٣- أنظمة العلامات:

فمن أهم خصائص العلامات أنها لا تأتي مفردة، وإنما تأتي في مجموعات وهذه المجموعات تحكمها قوانين التقابل والتعارض، وتتسق هذه المجموعات من العلامات فيما يعرف بأنظمة العلامات، ومنها اللغة ولغة الصم والبكم والعادات الاجتماعية والإجراءات القانونية، والإشارات الفكرية والأعلام، وأي نظام للعلامات هو وسيلة للتعبير متفق عليها، وينتج من عادات وأعراف اجتماعية. (37)

ويهتم التحليل الدلالي بتفسير النصوص الإبداعية، وتستخدم كلمة نص Text بدلاً من كلمة رسالة التي يستخدمها علماء وباحثي الإعلام، والنص كما يراه علماء الدلالة عبارة عن خليط من العناصر المتماسكة (كلمات- صور - إشارات- موسيقى- رسوم كاريكاتيرية) ولكنها وضعت في كود، وفي نظام معين يعبر عن معنى واحد أو معاني متعددة، ويتم تفسير النص Text على أساس تحويله إلى مجموعة من العناصر، والكشف عن نظام العلاقات التي تنظم بنيته، وكذلك العادات والأطر الثقافية التي تسهم في توضيح معناه، وفي هذه الحالة يمكن تفسير رسائل الإعلام واعتبارها كدال التي قد تكون برنامجاً إذاعياً أو تليفزيونياً أو مقالاً صحفياً أو إعلانات. (38)

ووفقاً لنظرية التحليل الدلالي، والإعتماد على نظرية ديوسير يمكن للباحثة أن تقوم بتحليل رسائل الكاريكاتير التي تقدمها الصحف الأجنبية عن صورة العرب والمسلمين، وذلك باعتبار الكاريكاتير رسالة ذات أسلوب عميق التأثير داخل المجتمعات الحديثة، ويمكن أن يؤثر بشكل كبير في الرأي العام العالمي خاصة في القضايا الكبرى التي تمس أمن المجتمعات. وهنا سوف تعتبر الباحثة الرسم أو الصورة الكاريكاتيرية هي الدال أو المكون المادي للعلامة، والمدلول هو المعنى الذي



يعبر عنه الرسم أو الصورة أو العلامة، وبالطبع ستكون الدالة هي العلاقة بين الصورة والمعنى، وهو المستهدف من هذه الدراسة، حيث تسعى الباحثة للكشف عن المعنى الذي تقدمه الصورة الكاريكاتيرية في الصحف الأجنبية عن العرب والمسلمين، لكشف طبيعة هذه الصورة، وهل هي ثورة إيجابية أم سلبية؟، وما هي الأسباب الدافعة لذلك؟

خامساً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

تتدرج الدراسة الراهنة ضمن نمط للدراسات الوصفية التحليلية في علم الاجتماع، ونظراً لأن دراستنا تسعى للتعرف على صورة العرب والمسلمين كما يعكسها كاريكاتير الصحف الأجنبية، فإن المادة العلمية الخاضعة لعملية الوصف، والتي سوف تستخدمها الباحثة هي مادة رمزية تتمثل في الرسوم الكاريكاتيرية، وهو ما يتطلب استخدام الأسلوب التحليلي لوصف الصورة، والكشف عن معانيها.

1- تعتمد الدراسة على التحليل الكيفي للرسوم الكاريكاتيرية من خلال استخدام منهج المسح الاجتماعي بالعينة للرسوم الكاريكاتيرية لبعض الصحف الأجنبية التي تناولت صورة العرب والمسلمين خلال مرحلة الدراسة الممتدة 2012، وحتى 2019، وقد تم اختيار الرسوم الأكثر إثارة للجدل، والأكثر تفاعلاً، والأكثر إنتشاراً على محركات البحث على جوجل، وبما أن منهج المسح الاجتماعي بالعينة يعد أحد المناهج الرئيسية التي تستخدم في البحوث الوصفية، لذلك تحاول الباحثة استخدام منهج المسح الاجتماعي بالعينة، مع المنهج المقارن للمقارنة بين رسوم الكاركاتير في الصحافة الفرنسية، والصحافة الألمانية، وإبراز الفرق بينهم.

2- وبناء على تحديد الباحثة لمصادر جمع البيانات بالرسوم الكاريكاتيرية، وهي أحد المصادر الرمزية والتي سوف تخضعها لعملية التحليل الكيفي عبر نموذج دي سوسير للتحليل الدلالي، فإن الأداة المستخدمة ستكون إستمارة تحليل المضمون الكيفي التي تتضمن عدد من البنود لرصد الدال والدلول والدلالة من خلال إصطلاحية العلامة وقيمة العلامة وأنظمة العلامات.

3- مجتمع الدراسة والعينة:



يقصد بمجتمع الدراسة كل مفردات الظاهرة موضوع الدراسة، والتي يمكن تعميم نتائج البحث عليهم، ويتمثل في دراستنا الراهنة في الصحف الأجنبية، أما العينة فهي بعض أفراد مجتمع الدراسة، وهي هنا عينة من الصحف الأجنبية، وهي عينة عمدية حيث تهدف الباحثة إلى إختيار عينة ذات سمات محددة، حيث قامت الباحثة باختيار عينة عمدية من مجتمع الدراسة التحليلية المتمثلة في الصحف الأجنبية، وهي صحيفة شارلي إيبدو Charlie Hebdo الفرنسية ، وصحيفة كلوس إستوتمان Klaus Stuttmann الألمانية.

وفيما يتعلق بمبررات إختيار عينة مواقع الصحف إختارت الباحثة هاتين الصحيفتين نظراً لأنهما من أهم صحف الكاريكاتير الأجنبية التي تناولت الرسوم الكاريكاتيرية التي تخص العرب والمسلمين، وأثارت جدل كبير داخل أوساط الرأي العام العربي والمسلم حول العالم.

4- الإطار الزمني للدراسة التحليلية:

قامت الباحثة بتحديد الفترة الزمنية من (1-1-2012 وحتى 31-12-2019)، حيث قامت بعمل حصر شامل للرسوم التي تتناول صورة والمسلمين في صحيفتي صحيفة شارلي إيبدو Charlie Hebdo الفرنسية ، وصحيفة كلوس إستوتمان Klaus Stuttmann خلال الفترة الزمنية المحددة، حيث تم إختيار الرسوم الأكثر إثارة للجدل، والأكثر إنتشاراً على محركات البحث، والتي عبرت في مجملها عن صورة العرب والمسلمين كما تراها الصحف الأجنبية.

سادساً: نتائج الدراسة:



تقوم الباحثة الآن بعرض نتائج الدراسة التحليلية عبر مجموعة من المحاور الأساسية، يتمثل المحور الأول في القضايا العربية والإسلامية التي تعرض لها كاريكاتير الصحف الفرنسية والألمانية الممثلة للصحف الأجنبية موضوع الدراسة، وتحاول الباحثة أولاً عرض الصورة الكاريكاتيرية باعتبارها الدال أو المكون المادي كما تحدد نظرية التحليل الدلالي عند دي سوسير، ثم تقوم ثانياً بعرض المدلول وهو المعنى الذي تعبر عنه الصورة الكاريكاتيرية وفقاً لنظرية التحليل الدلالي، وتأتي ثالثاً الدالة وهي العلاقة بين الصورة والمعنى والتي تعبر في النهاية عن الصورة التي يقدمها كاريكاتير الصحف الأجنبية للعرب والمسلمين كما تؤكد نظرية التحليل الدلالي.

وفيما يتعلق بالصورة الأكثر إثارة للجدل خلال مرحلة الدراسة والتي تناولتها صحيفة (شارل إيب دو) الفرنسية فقد جاءت على النحو التالي:

الصورة رقم (1)



تشير الصورة رقم (1) كدال إلى مدلول يسخر من النبي محمد، وأنه لا يحب العنف، والدالة هنا هي السخرية من الدين الإسلامي.

الصورة رقم (2)

LES TROIS QUARTS DES FRANÇAIS
ONT UNE MAUVAISE IMAGE DE L'ISLAM



Louis

تشير الصورة رقم (2) كدال إلى مدلول يسخر من الإسلام لرفضه الطابع الفرنسي، والدالة هنا هي السخرية من الدين الإسلامي.

الصورة رقم (3)

FILM ANTI-ISLAM
LA FRANCE INTERDIT LES MANIFESTATIONS





تشير الصورة رقم (3) كدال إلى مدلول يصور المسلمين بأنهم غير متحضرين، و هم بحاجة للعقاب الفرنسي، والدالة هنا النظر للمسلمين نظرة فوقية تصفهم بالتخلف.

الصورة رقم (4)



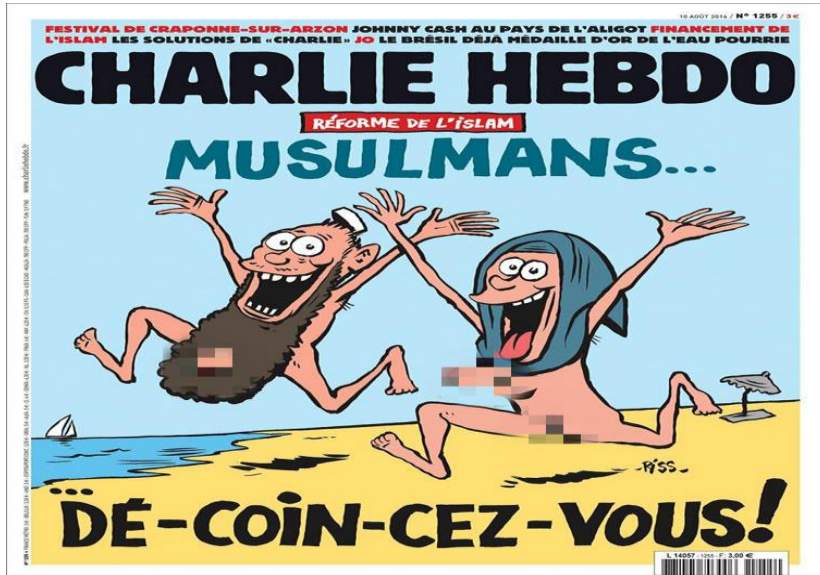
تشير الصورة رقم (4) كدال إلى مدلول يسخر من زيادة عدد المواليد عند المسلمين في فرنسا، والدالة هنا النظر إلى المسلمين نظرة فوقية تصفهم بالتخلف.

الصورة رقم (5)



تشير الصورة رقم (5) كدال إلى مدلول يصور الأمن الفرنسي يطلق النار على القرآن والمسلمين، والدالة هنا هي أن الأمن الفرنسي قاتل وظالم.

الصورة رقم (6)



وتشير الصورة رقم (6) كدال إلى مدلول هو السخرية من المسلمين في فرنسا وكتبهم للحريات، والدالة هنا هي السخرية من المسلمين وتخلفهم.

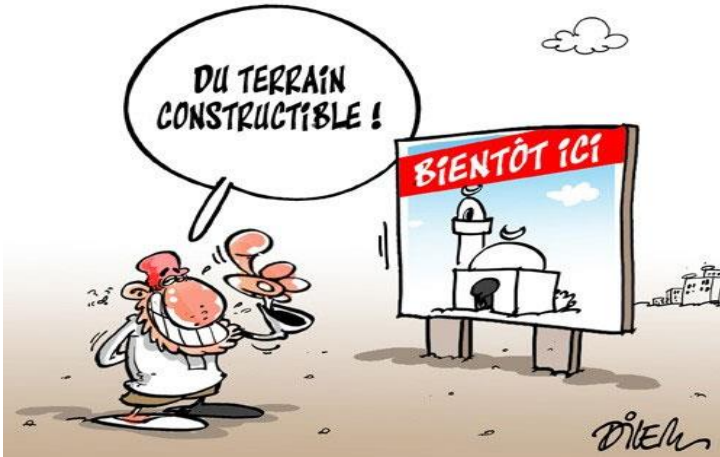
الصورة رقم (7)



وتشير الصورة رقم (7) كدال إلى مدلول يصور المسلمين وكأنهم قاتلين وهي رداً على أحداث شارل إيبدو، والدالة هنا هي النظر للإسلام كدين يدعو للعنف.

الصورة رقم (8)

L'ISLAM GAGNE DU TERRAIN EN FRANCE



تشير الصورة رقم (8) كدال إلى مدلول هو السخرية من بناء المسلمين للمساجد في فرنسا، والدالة هنا هي النظر للإسلام كدين يحاول فرض إرهابه على فرنسا.

الصورة رقم (9)



تشير الصورة رقم (9) كدال إلى مدلول هو تصوير الإسلام بعد حادثة شارل إيبدو أنه هو القاتل المباشر وليس الإرهابي، والدالة هنا هي النظر إلى الإسلام كدين إرهابي.

الصورة رقم (10)

L'IMAGE DE L'ISLAM SE DÉGRADE EN FRANCE





تشير الصورة رقم (10) كدال إلى مدلول يصور رفض المسلمين للمجتمع الفرنسي وعدم تقبلهم للقيم الفرنسية، والدالة هنا هي النظر للمسلمين كشواذ لرفضهم قيم المجتمع الذي يعيشون فيه.

الصورة رقم (11)



تشير الصورة رقم (11) كدال إلى مدلول يصور أحد الإرهابيين المسلمين يذبح نبيه سيدنا محمد، والدالة هنا هي النظر للإسلام على أنه دين عنف وقتل وإرهاب.

وفيما يتعلق بالصورة الأكثر إثارة للجدل خلال مرحلة الدراسة والتي تناولتها مجلة (كلوس ستوتمان) الألمانية فقد جاءت على النحو التالي:

الصورة رقم (12)



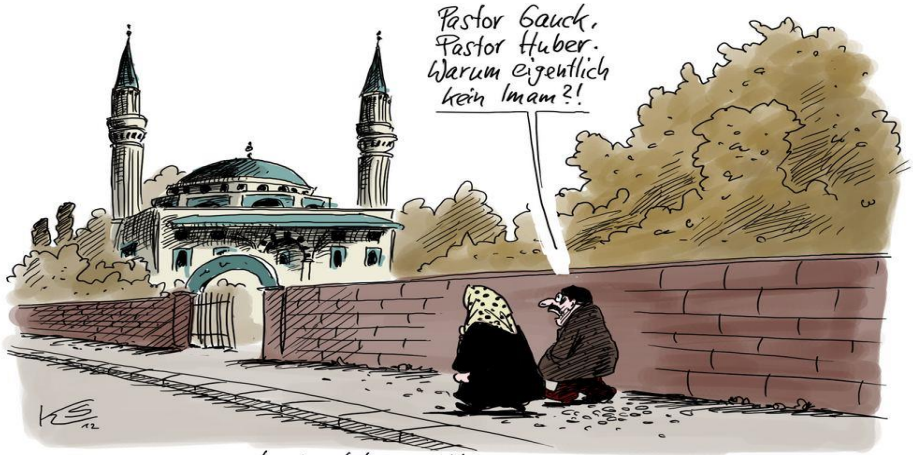
تشير الصورة رقم (12) كدال إلى مدلول هو الهجوم على سياسات ميركل تجاه العرب، والدالة هنا هي السخرية من سياسات الدولة تجاه العرب.

الصورة رقم (13)



تشير الصورة رقم (13) كدال إلى مدلول هو الهجوم على العرب والمسلمين في ألمانيا، وتصويرهم بالهجم والقتلة، والدالة هنا هي النظر للعرب والمسلمين على أنهم إرهابيين.

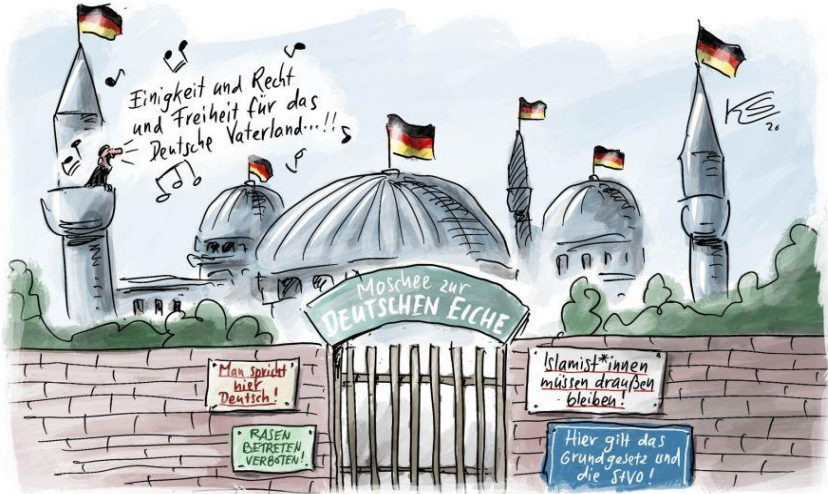
الصورة رقم (14)



Auch der Islam gehört zu Deutschland...

تشير الصورة رقم (14) كدال إلى مدلول هو الهجوم على انتشار المساجد في ألمانيا، والدالة هنا هي رفض تواجد وانتشار المسلمين في ألمانيا.

الصورة رقم (15)



Den Islam integrieren !

تشير الصورة رقم (15) كدال إلى مدلول هو الهجوم على انتشار المساجد في ألمانيا وفرض المسلمين لمعتقداتهم على بعض المناطق الألمانية، والدالة هنا هي رفض وجود المسلمين الذين يحاولون العبث بالديموجرافيا الألمانية وتغيير ثقافة المجتمع الأصلية.

الصورة رقم (16)



تشير الصورة رقم (16) كدال إلى مدلول هو الهجوم على التغول العربي والإسلامي في ألمانيا حتى الوصول للإعلام الألماني والسيطرة عليه، والدالة هنا هي رفض الوجود العربي والإسلامي الذي يفرض نفسه على المجتمع الألماني.

الصورة رقم (17)



تشير الصورة رقم (17) كدال إلى مدلول هو الهجوم على سياسة قبول اللاجئين في ألمانيا، وما جلبته من إرهابيين للداخل الألماني بإعطائهم حق اللجوء، والدالة هنا هي رفض سياسات الدولة تجاه العرب والمسلمين.

ويتضح من العرض السابق تنوع القضايا التي تخص العرب والمسلمين من خلال كاريكاتير الصحف الفرنسية والألمانية كممثلين للصحافة الأجنبية، ويمكن حصر أهم القضايا المطروحة في القضايا التالية:

- 1- السخرية من الدين الإسلامي.
- 2- النظر للمسلمين على أنهم متخلفين وقتلة.
- 3- النظر للإسلام كدين يدعو للعنف والقتل والإرهاب.

4- رفض سياسات الدولة الألمانية تجاه قبول لجوء العرب والمسلمين.

5- رفض ممارسات العرب والمسلمين داخل المجتمع الألماني.

6- رفض وجود العرب والمسلمين داخل المجتمع الألماني.

7- النظر للأمن الفرنسي على أنه قاتل للمسلمين.

وتشير القضايا في مجملها إلى صورة سلبية تجاه العرب والمسلمين، وإن كانت هناك صورة واحدة فقط هي التي صورت الأمن الفرنسي بصورة سلبية في تعامله مع العرب والمسلمين أثناء أحداث شارل إيبدو، وتبدو هذه المعالجة غير منصفة للعرب والمسلمين وتحاول النيل منهم، حيث تم تصويرهم بصورة غير حقيقية تسيء لمقدساتهم، حيث تم الخلط فيها بين الدين والمتطرفين الذين ينتمون لهذا الدين، على أن التطرف موجود بين المنتمين لكافة الأديان، وقد وضحت هذه الصورة في الرسوم الكاريكاتورية الفرنسية، وبالطبع هناك صورة سلبية أخرى عكسها الكاريكاتير الألماني، وهي محاولة تشويه صورة العرب والمسلمين حتى لا يغيرون التركيبة الديموغرافية الألمانية بكثافة تواجههم كلاجئين، ويتفق ذلك مع دراسة **Kate Allison** (2015)، ودراسة **Abdulla Iro Sani, Mardziah Hayati Abdullah** (2012)، ودراسة **Faiz Sathi** (2012) في غلبة الصورة السلبية لرسوم الكاريكاتير، وتشويه الصورة الذهنية لفئات المجتمع.

وفي محاولة التعرف على الأسباب الدافعة والإيديولوجيا الكامنة وراء هذه الرسوم فقد جاءت على النحو التالي:

انتشار ظاهرة الإسلاموفوبيا في أوروبا خاصة في دولة لا دينية مثل فرنسا، مما جعل الجميع متخوف من انتشار الإسلام لما يمثله من تغيير ديموغرافي في تركيبة هذه الدول، كما أن بعض المحسوبين على الجاليات العربية والمسلمة شاركوا في أحداث عنف وتعديات على القوانين الفرنسية، مما جعل المجتمع الأوروبي ككل-



وليس الصحافة فقط- في حالة رفض واستهجان للتواجد العربي والمسلم، ويتفق ذلك مع دراسة **QM Falah, AA Ziani, MB Al-Rajih, AF Al- Matrouk (2016)** التي تسلط الضوء على الصورة الذهنية للمنظمة الإرهابية المسلحة "داعش" من خلال تسليط الضوء على أفعالها المتوحشة كالقتل والحرق والذبح، وبالتالي تشويه صورة الإسلام ذاته على أنه دين يحض على القتل والحرق والذبح، وبالتالي إستهجان العرب والمسلمين.

وفيما يتعلق بذروة هذه الأحداث فقد جاءت على النحو التالي:

في ألمانيا : كانت ذروة الأحداث مابين عامي 2013 و 2014 رداً على زيادة أعداد اللاجئين السوريين في ألمانيا، وهو ما كان محل إستهجان من الأحزاب القومية الألمانية ومن غير المسيحيين (أنظر الصورة رقم 12 و 17) .

أما في فرنسا : فكانت ذروة الأحداث ما بين عامي 2015 وحتى 2019 وهي الفترة مابين حادثتي شارل إيبدو الأولى والثانية وما تبعهم من أحداث (أنظر الصورة رقم 8 و 11).

وبالنسبة لماذا فرنسا وألمانيا دون غيرهم ؟

يمكننا القول أن فرنسا وألمانيا من أكثر الدول الأوروبية إستقبالياً للاجئين، كما أن هناك انتشاراً كبيراً للجاليات العربية والمسلمة، ومع تزايد الوجود العربي والإسلامي زادت مشكلات العنف والإضطهاد ضد هذه الأقليات، ومع البحث وجدنا أن حالات العنف ضد العرب والمسلمين في هذه الدول أكبر من بريطانيا والولايات المتحدة.

وفيما يخص أوجه الإختلاف بين فرنسا وألمانيا فقد جاء على النحو التالي:

يعتبر النظام السياسي في هذه الدول من أهم المعايير التي تبين تقبل هذه المجتمعات للأقليات العربية والمسلمة، بالنظر إلى النموذج الفرنسي نجد أن الإضطهاد الذي



يواجهه المسلمين في فرنسا نابع من علمانية النظام الفرنسي، ورفضه لفكرة الأديان وهو ما نجده في أغلب الصحف الفرنسية من هجوم على فكرة الأديان بشكل عام وقد تناولتهم بالفعل الجرائد الفرنسية بالهجوم على المسيحية واليهودية وشخصيات دينية كبيرة لكن لم يكن هناك رد فعل إلا حين الهجوم على الإسلام زادت عمليات العنف بشكل كبير.

أما ألمانيا فتعتبر المشكلة هناك مشكلة قومية وليست دينية رغم أن الأجواء لا تخلوا من الهجوم على الإسلام، لكن بالأساس الهجوم على القوميات الغير ألمانية وهو مرتبط بتزايد موجات اللجوء في ألمانيا.

وفيما يتعلق بالصورة العامة للعرب والمسلمين في ألمانيا فقد جاءت على النحو التالي:

يرى أغلب رسامي الكاريكاتير في ألمانيا أن وجود العرب في ألمانيا يمثل خطراً على الهوية الألمانية، وتم تسليط الضوء على عدد من القضايا في هذا الشأن منها انتشار المساجد ولوحات المحلات العربية، كما تم انتقاد العادات العربية في المتنزهات بشكل كبير في بعض الضواحي الألمانية، كما وجد انتشار لجماعات إسلامية متشددة تقوم بأفعال تشبه أفعال جماعة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وسط الجاليات العربية والمسلمة، (أنظر الصورة رقم 13).

وفيما يخص الصورة العامة للعرب والمسلمين في فرنسا فقد جاءت على النحو التالي:

اختلف الوضع في فرنسا عن أغلب البلدان الأوروبية، حيث تعتبر فرنسا أولى الجمهوريات العلمانية في أوروبا، فهناك فصل كامل للدين عن الدولة، لذا يتم الهجوم على مظهر من مظاهر التدين في فرنسا، وهو ما رفضته الجاليات المسلمة، ووصل الأمر لعمليات عنف متكررة في عدد كبير من الأحياء الفرنسية في العاصمة باريس،



حيث صور فنان الكاريكاتير الفرنسي العربي والمسلم بأنه شخص همجي غير متحضر يضرب بالقوانين الفرنسية عرض الحائط، ويمارس نوع من أنواع البلطجة على المجتمع ، وطالب الكثير منهم بترحيل كافة العرب والمسلمين من فرنسا (أنظر الصورة رقم 2 و 3 و 8 و 10)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ندى نصر الدين عامر(2009) التي أوضحت أنه لا أمل للمسلمين ولا لعلمهم الإسلامي في التطور الاقتصادي والسياسي والاجتماعي، إلا عن طريق إتخاذ النمط الثقافي الغربي "الأوروبي والأمريكي كقدوة تتبع.

وأخيراً جاءت صورة العامة العرب والمسلمين في كاريكاتير الصحف الأجنبية بشكل عام على النحو التالي:

جاءت صورة العرب والمسلمين في الكاريكاتير الغربي مختلفة من دولة إلى أخرى حسب النظام السياسي وعدد اللاجئين العرب والمسلمين هناك، باستثناء ألمانيا وفرنسا فيتناول الإعلام الغربي المسلمين والعرب رداً على الأحداث السياسية وليس كنهج عام، وتتضاعف بالطبع الرسومات المسيئة للمسلمين بشكل خاص بعد كل حادث إرهابي، لكن سرعان ما تنخفض هذه الأصوات بعد التدخلات الحكومية لإحتواء الموقف، ففي الولايات المتحدة مثلاً نجد أن الصحف الكبرى لا تتناول المسلمين بأي موضوعات مسيئة، وتناولها للعرب يكون فقط لقضايا سياسية مثل الوضع في فلسطين، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (2009) Samued Stephen Hyde ، التي رأت أن الجيش الإسرائيلي يستخدم الكاريكاتير كأسلوب للتحريض ضد المقاومة الفلسطينية وقيادتها.

خاتمة:

لقد تبلورت مشكلة الدراسة في التعرف على صورة العرب والمسلمين في كاريكاتير الصحف الأجنبية، وتمت معالجة الموضوع في ضوء نظرية التحليل



الدلالي، كما قدمها دي سوسير، والتي تتلخص في إعتبار الكاريكاتير رسالة ذات أسلوب عميق التأثير داخل المجتمعات الحديثة، ويمكن أن يؤثر بشكل كبير في الرأي العام العالمي، خاصة في القضايا الكبرى التي تمس أمن المجتمعات، ويشكل الرسم أو الصورة الكاريكاتيرية الدال أو المكون المادي للعلامة، والمدلول هو المعنى الذي يعبر عنه بالرسم أو الصورة، أما الدالة فهي العلاقة بين الدال والمدلول، أي بين الصورة والمعنى، وهو ما تستهدف الدراسة الكشف عنه.

وجاءت نتائج الدراسة فيما يتعلق بالتساؤل الفرعي الأول الخاص بأهم القضايا العربية والإسلامية التي تناولها كاريكاتير الصحف الأجنبية هي السخرية من الدين الإسلامي، والنظر للمسلمين على أنهم متخلفين وقتلة، والنظر للإسلام كدين يدعو للعنف والقتل والإرهاب، ورفض سياسات الدولة الألمانية تجاه قبول لجوء العرب والمسلمين، ورفض ممارسات العرب والمسلمين داخل المجتمع الألماني، وكذلك رفض وجود العرب والمسلمين داخل ألمانيا، والنظر للأمن الفرنسي على أنه قاتل للمسلمين.

أما بالنسبة للتساؤل الفرعي الثاني الخاص بأساليب التناول والمعالجة التي قامت بها الصحف الأجنبية للقضايا العربية والإسلامية من خلال رسوم الكاريكاتير، فقد جاءت أساليب التناول والمعالجة سلبية بإستثناء صورة واحدة فقط، بينما جاءت باقي الصور لتكريس صورة غير منصفة للعرب والمسلمين، فنالت منهم وأساءت لمقدساتهم وخطت بين المتطرفين الذين ينتمون إلى الدين الإسلامي والدين ذاته، هذا إلى جانب تشويه الصورة، نظراً لتواجد العرب كلاجئين يهددون التركيبة الديموغرافية في هذه البلدان.

وفيما يخص التساؤل الفرعي الثالث الخاص بالأيديولوجيا الكامنة وراء إستخدام فن الكاريكاتير في الصحف الأجنبية، لرسم صورة سلبية عن العرب والمسلمين في ذهن الرأي العام العالمي، فقد اختلفت الدوافع الأيديولوجية في كل من فرنسا وألمانيا، ففي فرنسا انتشرت ظاهرة الإسلاموفوبيا، وهي دولة لا دينية جعلت الجميع متخوف



من إنتشار الإسلام، وتغيير التركيبة الديموغرافية للدولة، أما في ألمانيا فالتواجد العربي مع ترحيب الدولة باللجئين أشاع حالة من الخوف أيضاً من تواجد العرب والمسلمين بكثافة قد تؤدي إلى تغيير ديموغرافي محتمل.

وفيما يتعلق بالتساؤل الفرعي الرابع، والخاص بالصورة النهائية التي يرغب الكاريكاتير الغربي رسمها عن العرب والمسلمين، فقد جاءت الصورة تختلف من دولة إلى أخرى حسب النظام السياسي وعدد اللاجئين العرب والمسلمين هناك، فالتناول الألماني والفرنسي جاء سلبياً كرد فعل الأحداث، ونتيجة إرتفاع نسبة اللاجئين، في حين أن دول مثل إنجلترا والولايات المتحدة الأمريكية لم تتناول صحفها العرب والمسلمين بأي موضوعات مسيئة، بل يتم تناول بعض القضايا السياسية مثل القضية الفلسطينية.

قائمة المراجع العربية والأجنبية:

1- عزة عزت، صورة العرب والمسلمين في العالم ، دار الحضارة العربية، الطبعة الثانية، القاهرة ، ٢٠٠٣، ص.ص ١٠٣ - ١٢٣ .

(2) A Comparative Study Of the Boer War Conveyed in 1901 political cartoons of Edward Linley Sambourne In Punch & Jean Veber in L'Assiette au Beurre,Un Published PHD,(England:Unyversity of Lincoln, College of Arts,school of English,2015.

(3) رانيا مراد عبد الرحمن مبروك: التوظيف السياسي للصور والرسوم في الصحافة المصرية- دراسة تحليلية على عينة من الصحف المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2014.

(4) The Effects of Digitalization on Turkish Caricature- International journal of Electronics; Mechanical & Mechatronics Engineering, vol.2 N0 (4).2013,p361.

(5) غادة عطية محمد، استخدام طلاب للكاريكاتير على موقع الفيس بوك وعلاقته بالوعي السياسي لديهم، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة: قسم إعلام وثقافة أطفال 2013.

(6) ثروت فتحي كمال، القائم بالإتصال في مجال الكاريكاتير في الصحف المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 43، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام 2013.

- (7) Iro Sani, MardziahHayatiAbdullah ,FaizSathi Abdulla, Political Cartoons as a Vechicle of setting social agenda newspaper example,Asian Social Science,vol.8 No(6),2012, PP.(124-156).
- (8) Humour as political Resistance, & social Criticism: Mexican Comics &cenima: ,Un Published PHD, (England: University of StAdrewes, 2012.
- (9) Samued Stephen Hyde Political newspaper: cartooning & socialist &Labour politics in Britain, C.1881.1926, Un Published PHD, (England: University of Liverpool for: School of history, 2009.
- (10) QM Falah, AA Ziani, MB Al-Rajih, AF Al- Matrouk The Mental Image Of Armed (Terrorist) Orangization in the New Bulletind Daish a Model: A Field study on the Media Professors of the Arab Universities, CROSS culture communication, Vol.12, NO.2,2016, PP.(1-12).
- (11) Politics of Iran-West relations within the context of Iranian Occidentalism; Image of the:west in the Iranian press during reformism(1997-2001)& conservatism (2005-2009), UN Published PHD, (England: University of Westminster, 2012.
- (12) ميرال مصطفى عبد الفتاح، صورة العرب كما تعكسها القنوات الفضائية الإختبارية الأجنبية، وعلاقتها باتجاهات الجمهور الأجنبي نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2011.
- (13) RiemSpielhaus Media making Muslims the construction of a Muslim community in Germany through media debate, Contemporary Islam (2010) 4:P.P
- (14) Damiel Martin Varisco, Muslims The Media In the blogosphere,Contemporary Islam (2010) 4:P.P.(157-177).
- (15) Liz Jacksona Image Of islam in US & Their Educational implications, Journal of the American Educational studies Association,Volume 46,Issue1,(2010) P.P (3-24).
- (16) ندى نصر الدين عامر، صورة المسلمين في عينة من الصحف الأمريكية والفرنسية: دراسة مقارنة بين صحيفتي نيويورك تايمز الأمريكية ولومند الفرنسية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الإتصال والإعلام، 2009.
- (17) آية أحمد زقزوق، تعريف الصورة والنص وأهميتها، 5 ديسمبر 2021
<https://www.almrsl.com/post/1144500>



(18) مروة محمد كمال سندوب، الصورة الفوتوغرافية في تصميم الطباعة الفنية، مجلة كلية التربية النوعية - العدد الثاني - يونيو 5.

(19) علي عوجة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة، عالم الكتب، الطبعة الثانية، 2014 ، ص 9 ، 10.

(20) <https://www.kachaf.com/wiki.php?n=5ed555b7b4d0a03c2a781c61>

(21) مي إبراهيم حمزة، صورة القضايا العربية في الكاريكاتير السياسي وتأثيرها على الصورة الذهنية لدى الشباب، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الإتصال والإعلام ، ص 159.

(22) حسين طارق إبراهيم، دور الصحف المصرية في تشكيل الصورة الذهنية لجهاز الشرطة قبل وبعد ثورة 25 يناير، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإسكندرية، كلية الآداب، 2014، ص 34.

(23) عاطف سلامة، ثقافة النص في الرسم الكاريكاتيري وتأويلات المتلقي، ورقة بحثية ضمن المؤتمر العلمي الدولي - جامعة الأقصى ، 2006، ص2.

(24) <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D9%88%D8%B3%D9%88%D8%B9%D8%A7%D9%86%D9%8A%D9%83%D8%A7>

(25) BahadirUcan, The Effects of Digitalization on Turkish Caricature, (International Journal of Electronics, Mechanical & Mechatronics Engineering, Vol.2 No(4) 2013, P.P 361-371.

(26) عماد الدين على أحمد جابر، التوظيف السياسي للكاريكاتير أثناء الحروب في الصحافة العربية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 11، العدد الثاني، القاهرة، 2012.

(27) أنظر كل من :

- ضحي محمد ضياء - رسوم صاروخان وأثرها في الكاريكاتير المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الجرافيك، كلية الفنون الجميلة ، ص7.

-Jean Pierre Cebe, (La caricature et la parodie), Editions Deboacard, Paris, 1966, P: 163.

(28) أسامة عبد الرحيم، تعرض قراء الصحف للكاريكاتير، وعلاقته باستجاباتهم المعرفية والوجدانية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثامن، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.

(29) أنظر كل من:

شريف اللبان، وهشام عطية، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2012، ص 78.

Em Griffin, A First look At Communication theory, 7thedition,(
Wheaton College, 2009. (30) أنظر كل من:

Gunter ,Barrie, Media Research Methods: Measuring Audiences ,London ,sage, publications, 2000,p87.

Mckee ,Alan, Textual Analysis :A Beginner's Guide, London: sage publication,2001,p1. (31) Xian Xiao, A Semiotic approach

to Dimensions of meaning in translation, Theory & Practice in language,Vol.6, No.3(2010), PP.(596-602).

(32) سوزان القليني، وغادة عبيدو، اللغة الإعلامية، القاهرة، دار النهضة العربية، 2009.

(33) أنظر كل من:

Deacon, David, etal, Researching communication: A Practical Guide to methods, In Media analysis, London, Arnold,1999,P310-312.

كريم زكي حسام الدين، التحليل الدلالي ومناهجه، القاهرة، دار الغريب للطباعة والنشر، 2000.

محمد شومان، إشكالية تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية، المجلة العلمية لكلية

الآداب ، جامعة المنيا، إبريل 2004، في:

<http://www.almaktab.net/vblshowthread.php?t=30263>

(34) أنظر كل من :

Teun A. van Dijk, Discourse Semantics and Ideology, Discourse & Society, Vol. 6, No. 2 , 1995, p53.

جميل حمداوي، الآليات السيميائية لتوليد الدلالة في النصوص والخطابات

<https://akhbarak.net/news/20558971/articles/1769/%D8%A7%D9%84>

<https://akhbarak.net/news/20558971/articles/1769/%D8%A2%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%AA->

(35) سوزان القليني، النقد الإعلامي، القاهرة، دار النهضة العربية، 2014، ص 73.

(36) حسن إدريس، الفكر اللغوي عند دي سوسير، مجلة الحوار المتمدن، العدد 4339، 1-2014.

<https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=395059>

(37) Ferdinand de sousure(1916):course de linguistiquegénéral , wade baskins translation ,p -p : 25-419.

(38) Xian Xiao, A semiotic approach to dimensions of meaning in translation, Theory & practice in language studies,vol.6,No.3(2010), PP. (596-602).