



الجمهورية العربية السورية

جامعة دمشق

كلية الإعلام

قسم الصحافة والنشر

الأوضاع العربية وأساليب تناولها في الكاريكاتير العربي

دراسة تحليلية مقارنة على الكاريكاتير في الصحافة العربية

خلال الفترة (2011-2020م)

رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام قسم الصحافة والنشر

إعداد:

ريم هشام دلالة

إشراف:

د. محمد خليل الرفاعي

2023

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على أساليب تناول الكاريكاتير العربي لأوضاع العربية منذ عام 2011م وحتى عام 2020م في الصحافة العربية، من خلال الكشف عن أنواع الكاريكاتير، ووظائفه، واتجاهاته، وأساليبه الفنية، وشخصياته الفاعلة، وكذلك تحديد القوى السياسية المؤثرة وأدوارها، والرموز غير اللغوية ودلالاتها، والأساليب اللغوية والإقناعية المستخدمة في التعبير عن الأوضاع العربية بعد عام 2011م في كاريكاتير الصحافة العربية. استخدمت الدراسة منهج المسح، وتحليل المضمون، والمقارنة، والمنهج السيميائي. وجمعت بيانات الدراسة عن طريق استمارة تحليل مضمون، واستمارة تحليل سيميائي لعينة سُحبت بأسلوب الشهر الصناعي لتحليل المضمون من أعداد صحف (تشرين . الجزيرة . المصري اليوم . الشروق) الصادرة من عام 2011م حتى عام 2020م، وعينة عمدية للتحليل السيميائي تتضمن الرسوم التي تناولت الأوضاع العربية بعد عام 2011م.

أظهرت النتائج أن الصحف العربية المدروسة نشرت 1734 رسماً كاريكاتيرياً خلال فترة الدراسة، توزعت ما بين كاريكاتيرات عامة بنسبة 83,1%، وأخرى خاصة بنسبة 16,8%، وتصدر الكاريكاتير السياسي المرتبة الأولى، وتقدم أسلوب الإنجاز المباشر وأسلوب العرض الساخر معاً، بينما تحدد أسلوب الرسم الرمزي أولاً في الكاريكاتير، كما غطى الكاريكاتير النطاق المحلي بالدرجة الأولى، وهيمن عليه الاتجاه السلبي، وتمثل هدف المعالجة للموضوعات بالسخرية. وتركزت الأساليب اللغوية المستخدمة في كاريكاتير صحف تشرين، والجزيرة، والشروق بمزج اللغات والتلاعب بالألفاظ، بينما وظفت المصري اليوم التلاعب بالألفاظ بالمقام الأول، واستخدمت تشرين القياس كأسلوب إقناعي، بينما لجأت كل من الجزيرة والشروق للاستعارة، وركزت المصري اليوم على المبالغة والمفارقة.

الكلمات المفتاحية: الكاريكاتير، الأوضاع العربية، الصحافة العربية.

Abstract

The study aimed to identify the techniques of Arab Caricature dealing with the Arab situations from 2011 to 2020, by revealing the types of caricature, its topics functions, trends, artistic methods, and personalities, as well as identifying the influential political forces, non-linguistic symbols and their connotations, and techniques linguistic and persuasive used in expressing Arab situations after 2011 in Arab Journalism caricature.

The study used the survey method, content analysis, comparison method, and semiotics, the data of the study were collected through a content analysis form, and semiotic analysis form, for a sample drawn using the industrial month method, to analysis the content of the issues of (Tishreen–Al Jazeera–Almasry Alyoum– Alshorouk) newspapers issued in 2011 to 2020, and a purposive sample for semiotic analysis that includes caricature that dealt with Arab situations after 2011.

The results showed that Arab newspapers published 1,734 caricatures distributed between general caricatures at rate of 83,1% and private ones at rate of 16,8%. Political caricature is presented in private caricature, the direct and sarcastic style of presentation are presented in private caricatures, while the symbolic is presented in private caricature. The caricature also covered the local scope first, and was dominated by the negative trend, and the goal of addressing the topics was with sarcasm. The linguistic methods used in the caricatures of Tishreen, Al–Jazeera, and Al–Shorouk newspapers focused on mix codes and word play, While Al–Masry al–Youm relied on word play, and Tishreen used analogy as a persuasive method, while Al–Jazeera and Al–Shorouk resorted to metaphor, and Al–Masry Al–Youm focused on exaggeration and irony.

Keywords: Caricature, Arab Situations, Arab Journalism.