

## التقنيات الرقمية- المرحلة الثانية- المحاضرة الثالثة - الكاريكاتير الصحفي

الرسوم الكاريكاتورية الصحفية: هي تعبيرات مصورة عن أفكار وآراء مُنشئها، بالإضافة إلى ذلك تعكس الرسوم الكاريكاتورية التحريرية وجهة نظر جهة النشر كما أنها تستند إلى الأحداث الجارية، ويتم إنتاجها في مدة زمنية محددة، ويحمل الكاريكاتير الصحفي هدفاً تعليمياً أو التعبير عن قضية سياسية تشغل الرأي العام، وتُنشر الرسوم الكاريكاتيرية من خلال وسيلة إعلامية لها جمهور واسع كالصحيفة اليومية أو المواقع الإخبارية الإلكترونية ويعد الكاريكاتير الصحفي عملية اتصالية لها هدف محدد وهو إحداث التأثير في المتلقي.

يرتبط الكاريكاتير الصحفي بالوسيلة الإعلامية التي تنتجه، فإذا كانت مطبوعة سيؤثر حجمه ووقت النشر ومكانه سواء كان في الصفحة الأولى أو الأخيرة على استجابة القراء، كما أن إضافة الألوان يلعب دوراً كبيراً في التأثير على الجماهير.

نشأة الكاريكاتير الصحفي ظهرت سلسلة من الرسومات في إنجلترا عام 1843 في مجلة بانش التي سخرت من الرسوم الجدارية المقدمة لتزيين مجلسي البرلمان الجديد، وبهذه الطريقة اتخذت الرسوم الكاريكاتورية الطابع الصحفي، وقد ظهرت أول رسوم كاريكاتورية سياسية في ألمانيا خلال القرن السادس عشر حيث أصبح هذا الفن سلاحاً دعائياً نشطاً وله آثار اجتماعية، وتم تنفيذ الكثير من الرسوم الكاريكاتورية بشكل مبتذل وملحوظ، مثل Holbein's German Hercules، وكانت رسومات متميزة أنتجت من قبل أفضل الفنانين حينها.

يرجح الكثير من المؤرخين أن هذا الفن نشأ في إيطاليا وانتقل إلى ألمانيا وأميركا وإلى مختلف دول العالم في أواخر القرن الثامن عشر وأوائل القرن التاسع عشر، ويعد الفنان الإيطالي ليوناردو دافنشي أبرز رواده، وعربياً دخل الكاريكاتير الصحفي من خلال الفنان يعقوب صنوع في مجلة أبو نظارة في مصر سنة 1878 ولحقه بعد ذلك الفنان صاروخان، واقتصر عرضه على المجلات الأسبوعية حتى قامت صحيفة الأهرام المصرية بكسر هذا التقليد وبدأت في أوائل الستينيات بعرض رسوم كاريكاتيرية للفنان صلاح جاهين، ثم انتقلت الصحف اللبنانية والعراقية لإدخال هذا الفن حتى انتشر بشكل واسع في جميع الدول العربية حتى وقتنا هذا، وفي الأردن لم تكن الصحافة بمنأى عن استخدام هذا الفن حيث أدخله الفنان رباح الصغير والذي عمل في صحيفة الدفاع ثم انتقل إلى صحيفة الرأي عام 1971 وتلاه الفنان جلال الرفاعي من صحيفة الدستور وأخذت رسوماته مكاناً ثابتاً في أواخر الستينيات وبداية السبعينيات.

الأدوات المستخدمة في الكاريكاتير الصحفي يلجأ الفنان في الرسم الكاريكاتيري إلى مجموعة من الأدوات لتوصيل الفكرة إلى القراء بطريقة مختلفة عن الفن الصحفي المكتوب أو المسموع، ويتجلى بذلك جوهر العمل الكاريكاتيري، ومن هذه الأدوات ما يأتي: المبالغة في رسم ملامح الشخصيات الرسوم الكاريكاتورية هي رسومات لشخصيات عامة يتم فيها المبالغة في بعض الملامح المادية، فقد تعبر على سبيل المثال عن رئيس دولة أو شخصية عامة بحاجة إلى الحلاقة. استخدام قوالب نمطية القوالب النمطية هي صور تمثل مجموعات معينة بصور قريبة لمشهد حقيقي، كأن ترسم أم مع طفلها وهي ترتدي معطفًا

والطفل يصرخ بين ذراعيها. استخدام الرموز وهي صور ترتبط مثلاً بالتقاليد كاستخدام الحمامة رمزاً للسلام.

المقارنات حيث يلجأ الفنان إلى استخدام شيء مشابه لشيء آخر، كأن يصور عنوان أغنية أو فيلم مشهور للتعليق على حدث سياسي جاري. الفكاهة وهي جوهر الرسم الكاريكاتيري وقدرته على التعبير عما هو مضحك أو إدخال الفكاهة لحدث اجتماعي أو سياسي لزيادة تقبله من الجمهور. أهداف الكاريكاتير الصحفي وأهميته يوفر الكاريكاتير نافذة على ما قد يفكر به الناس والحديث العام الجاري، وليس بالضرورة أن يطغى الحس الفكاهي على الكاريكاتير، فهناك رسوم فعالة بشكل كبير لكنها غير فكاهية على الإطلاق، وتبرز أهمية الكاريكاتير الصحفي بكونه أكثر التصاق بالأحداث والقضايا العامة إلى جانب امتلاكه لتأثيرات جمالية للأخبار والموضوعات.

### أهداف الكاريكاتير الصحفي:

يمكن تلخيص أهداف الكاريكاتير الصحفي بما يأتي:

- 1- إيصال فكرة أو موقف نقدي من خلال الرسوم. عرض قضية جادة وحقائق بطريقة فكاهية أو ساخرة. إبراز سمات وسلوكيات الشخصيات العامة والسخرية منها.
- 2- جعل القارئ ينتبه أكثر للقضايا المتعلقة به وبيئته.
- 3- توجيه النقد والاحتجاج عبر تعليق بسيط ويسهل فهمه. يلجأ للموضوعية في الطرح ويسعى للتأثير على القارئ، كما يمكن أن يؤدي دور التعاطف وهذا يعود إلى درجة التقارب مع القضية المطروحة أو الرسالة وطرق التعامل معها.