

**استخدام الصحفي لفن الكوميكس
في معالجة القضايا السياسية ومدى تأثيره
على المشاهدين من الأبناء**

أعداد

الباحث / بشير كامل شفيق فرح

إشراف

أ. د / عايدة إبراهيم السخاوي

أستاذ الإعلام

كلية الآداب - جامعة المنصورة

المجلة العلمية لكلية رياض الأطفال - جامعة المنصورة

المجلد الخامس - العدد الثاني

أكتوبر ٢٠١٨

استخدام الصحفي لفن الكوميكس في معالجة القضايا السياسية ومدى تأثيره على المشاهدين من الأبناء

أ/ بشير كامل شفيق فرج *

مقدمة

يعتبر الاتصال سواء شخصي أو جماهيري، هو السمة الأساسية التي تميز الإنسان عن غيره من المخلوقات سواء كان الاتصال في صورة إشارات أو أصوات أو صور أو أي شكل من أشكال التعبير التي يستخدمها الإنسان ليوصل رسالة معينة. ولذلك لا يقوم أي مجتمع متطور إلا بوسائل الاتصال المختلفة التي تعمل على تأصيل المجتمع وتنقيفه وغرس الأخلاقيات به.

ومن هذا المنطلق قام العلماء المتخصصون في أفرع العلوم المختلفة بوضع ميثاق شرف بحيث يلتزم كل شخص يعمل في مهنة معينة بأخلاقيات هذه المهنة ليقدم رسالة ذات أخلاقيات لكل متلقى. وتعد وسائل الاتصال من أساسيات المجتمعات المتقدمة، ولذلك يجب على هذه الوسائل أن تحافظ وتلتزم بقيمة وثقافة وتقاليد المجتمع وأخلاقياته.

ونشهد اليوم عصرًا جديدًا يطلق عليه عصر المعلومات حيث تحولت المجتمعات الحديثة من مجرد الاهتمام بإنتاج السلع والخدمات إلى توجيه اهتمام متزايد إلى قطاع المعلومات. وذلك من خلال وسائل اعلام جديدة تقوم على الاتصال الشخصي بصفة اساسية وذلك عكس ما تقوم به وسائل الاعلام التقليدي

* باحث

التي تقوم على صفة الجماهيرية. إلا أن الاعلام الجديد ينفرد بتحويل الاتصال الشخصي إلى جماهيري من خلال منصات الفضاء الافتراضي.

يشكل الفضاء الافتراضي أهم انجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي شهدتها العالم. فالتطور المذهل لشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وانتشار التقنيات الحديثة للاتصال. وتزايد تطبيقاتها في مجال الاعلام والاتصال ساهم في ظهور الاعلام الالكتروني والذي يعتبر ظاهرة اعلامية جديدة تتميز بسرعة الانتشار والوصول إلى عدد من الجمهور وبأقصر وقت ممكن وأقل تكلفة.

وفي ظل الدور الذي قامت به وسائل الاعلام الجديدة في السنوات الماضية ووصول ذلك الدور إلى ذروته قبيل ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ واستمرارها لليوم، وما ترتب على ذلك من تحولات كبيرة في الخريطة السياسية من حيث هيكلها ونطاقها الجغرافي فقد تزايد الاهتمام بدراسة دور هذه الوسائل في استخدامها للأنواع الجديدة من الفنون الصحفية (فن الكوميكس) للتأثير على الحياة السياسية.

وقام مجموعة من الصحفيين والكتاب والمفكرين والرسامين... الخ من العاملين بحقل الاعلام بتحويلها من مجرد كونها منصات للتواصل الاجتماعي أو آلية تستخدمها وسائل الإعلام اعتماداً على ما توفره من قدرات كبيرة من الاتصال بين أفراد الجماهير إلى مواقع تستخدم في العمل السياسي، ومناقشة الرؤى المشتركة بين الجماهير ومطالبهم من النظام السياسي الحاكم. وبذلك أصبحت هذه المواقع منصات لقياس التنبؤ بحركة الشارع مؤدية بذلك دوراً إيجابياً في دعم وإثراء الجدل السياسي في المجتمع.

وفرت مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين بيئة تفاعلية وافترضية احتلت مساحة واضحة من وقت وفكر واهتمام ووجدان وعقول الشباب وخاصة بعد نجاحها في جذب واستقطاب العديد من الفئات العمرية دونما اعتبار للفوارق الجغرافية والدينية والعرقية والجنسية والسياسية الاقتصادية ليمتزج الاتصال الذاتي والشخصي والجمعي والجاهيري في بيئة واحدة لإعادة تشكيل الحياة الاجتماعية والاتصالية للفرد وساهمت في التأثير على منظومة القيم والأخلاق التي تكون سلوك الفرد.

وتظهر أهمية الصحفي في تلك الرسالة التنويرية والتثقيفية التي تنمي وعي الإنسان بمجريات الأمور في عصره، وتحافظ على فكره من التشتيت والضياح والتحجر ورسالة رفيعة من هذا الطراز لا بد أن تكون لها من المواصفات والخصائص ما يجعلها تحافظ على هذه الرفعة.

ظهر بعد ثورة ٢٥ يناير فنون صحفية وفنية تعتمد على صورة جديدة ومنها فن الكوميكس أو ما يسمى بالفن التاسع يقوم على رسومات مثل اللوح وتنتج تأثيراً بتتابعها مثل السينما. ولأن كل هذا العمل موضوع في قالب إبداعي أدى إلى اعتباره فناً مستقلاً بذاته وهو له لغته البصرية بالوان وإطارات ومسافات بين الإطارات وأيقونات ورموز) تعطي إحساس بمرور الزمن بين اللقطة والأخرى. والكوميكس بدأ كفن ضحل المستوى في نظر النقاد ولكن أصبح في القرن الواحد والعشرين واحد من الفنون التي تعكس ذوق الشعب وتكلمه بطريقته في عالم الرموز والإشارات التي تملأ الشوارع، وفي عالم تقدم فيه الدراسة بالصوت والصورة فلا بد أن تكون القراءة مختلفة.

وانطلاقاً من هذا الإطار تعد دراسة أولويات الصحفي في موضوع فن الكوميكس للقضايا السياسية من الدراسات الجديدة التي ترتبط بمتغيرات متعددة في طبيعة وسلوكيات الصحفي إزاء الأحداث السياسية المختلفة، وخاصة أنها ترتبط بقيم واتجاهات تتعرض في الكثير من الأحيان لمؤثرات تتحكم في أداء الصحفي. وبما أن الصحفي يعمل في بيئة إعلامية يتحكم فيها الكثير من المؤثرات سواء من داخل المؤسسة الصحفية أو خارجها لذلك عليه أن يجد أسلوب أو يتكيف مع أسلوب جديد لفهم واقع الأحداث التي ترتبط خلفياتها بالقضايا السياسية وهذا ما يجعله يفكر في واقع افتراضي بعيد عن الاصطدام بالقيم المؤسساتية أو الاجتماعية اللتان تمارسان ضغطاً على أداء قبل تحكمها في سلوكه.

وفي كل الأحوال فإن اليات التحكم التي تعمل على تشكيل الواقع الافتراضي بطبيعة تعامل الصحفي مع الأحداث يمكن أن ترتبط بدوافع شخصية يستطيع بها ترتيب أولوياته بالتركيز على قيم نسبية تحدد ما هو منفق في اتجاهاته وطرق سلوكه في معالجة القضايا السياسية بفن الكوميكس.

الدراسات السابقة

يُعتبر الاطلاع على التراث السابق الخطوة الأولى من الخطوات المنهجية اللازمة للبحث العلمي. حيث أن الدراسات السابقة تساعد على وضع حدود مباشرة وغير مباشرة للدراسة المُزمع إجرائها في ضوء نتائج هذه الدراسة.

كما أن مراجعة التراث العلمي لموضوع البحث أو الدراسة من الخطوات الأساسية المهمة التي يتحتم على الباحث القيام بها حيث تتيح هذه المراجع فرصة الاطلاع على تجارب الآخرين والاستفادة من خبراتهم في تعميق

موضوع هذا البحث أو هذه الدراسة وإضافة أبعاد جديدة لها مما يساعد على وضوح مشكلتها البحثية بحيث يمكن دراستها من خلال رؤية محدّدة جديدة.

كما تساعد هذه الخطوة إلى حد كبير في تحديد المناهج العلميّة المتّبعة ووضع التساؤلات أو صياغة الفروض وتحديد المفاهيم أو التعريفات الإجرائيّة واختيار أدوات جمع البيانات المطلوبة ومقارنة ما انتهت إليه تلك الدراسات مع الدراسات الحالية.

ولذلك يمكن بلورة الدراسات السابقة إلى محورين:

المحور الأول: دراسات تناولت المضامين الساخرة المقدمة في الاعلام الجديد (الإنترنت)

المحور الثاني: دراسات تناولت علاقة الصحفي بالمضامين السياسية الساخرة في الاعلام الجديد

المحور الأول: دراسات تناولت المضامين الساخرة المقدمة في الاعلام الجديد (الإنترنت)

١- دراسة: نها السيد عبد المعطي أحمد (٢٠١٧)، اتجاهات النخبة نحو تأثير الإعلام الجديد على القرار السياسي في مصر.

استهدفت الدراسة تحقيق هدف عام وهو قياس اتجاهات النخبة المصرية نحو تأثيرات الإعلام الجديد على القرار السياسي في مصر. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي وتحليل النظم من خلال أداء الاستبيان على عينة من النخبة المصرية قوامها ١٢٦ مفردة، والمقابلات والتحليل الكيفي لمحتوى موقع تويتر حول قرارات الدراسة.

نتائج الدراسة:

- ١- كشفت الدراسة كثافة استخدام النخبة المصرية لوسائل الإعلام الجديدة باعتبارها استراتيجية اتصال سهلة للوصول للجماهير، وهو ما يؤكد على أن النموذج لم يعد مجرد حالة ترفيحية أو أداة للتسلية بل أصبح في صلب العملية الإعلامية والسياسية، فقد اخترقت وسائل الإعلام الجديد كل وسائل الإعلام الأخرى في أوساط النخبة في المجتمع.
- ٢- أظهرت النتائج مؤشراً قوياً على دور وسائل الإعلام الجديد الفاعل في العملية السياسية وعلى مستوى الفاعلين والنخب وقادة الرأي، كوسائل يتم من خلالها الحوار والتخاطب والتفاعل، في مقابل تدني الطرح الإعلامي في القنوات الرسمية، وتركيزها على إظهار إنجازات النظام الحاكم، مما أفقده المصداقية والثقة لدى الجمهور بشكل عام.
- ٣- عكست النتائج حجم الاهتمام المتزايد الذي يحظى به النقاش السياسي للنخبة في وسائل الإعلام الجديد عبر خريطة المشهد السياسي المصري، مما يعد تحولاً في السلوك الاتصالي للنخبة المصرية، حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي أكثر طرق الاتصال التي تستخدمها النخبة المصرية في النقاش السياسي وذلك إيماناً بقدرتها على التأثير في العملية السياسية، في الوقت الذي تراجع فيه الاتصال الشخصي في مقابل الاتصال الافتراضي من خلال الشبكات.
- ٤- من خلال تحليل آراء النخبة حول تأثير وسائل الإعلام الجديد على صنع القرار السياسي ومدى نجاحها أو إخفاقها، اتضح أن التأثير نسبي متفاوت

يزداد في مرحلة قبل وأثناء صدور القرار أكثر منه في مرحلة بعد صدور القرار، ولكنه قد يختلف من قرار لآخر.

٢- دراسة نورهان مصطفى محمد (٢٠١٧)، السخرية السياسية على موقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت وعلاقتها باتجاهات مستخدمي الموقع نحو القوي السياسية في مصر.

استهدفت الدراسة التعرف على السخرية السياسية على موقع اليوتيوب وعلاقتها باتجاهات مستخدمي الموقع نحو القوي السياسية في مصر، وما مدي تأثير السخرية السياسية على اتجاهاتهم نحو القوي السياسية في مصر، واتجاهات هذه العلاقة، والعوامل المؤثرة عليها بما ينعكس إيجاباً أو سلباً على القوي السياسية في مصر.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة الذي ينتمي للدراسات الوصفية. وطبقت هذه الدراسة على عينة عمدية ٤٠٠ مفردة من مستخدمي موقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت، وممثلة لكل من الذكور والإناث ومن البيئة الريفية والحضرية. كما انها استخدمت صحيفة الاستبيان لجمع البيانات من عينة الدراسة.

أهم نتائج الدراسة:

١- تشير إلى أن كثافة تعرض مستخدمي مواقع اليوتيوب للموقع قليل الكثافة إذ أن غالبية افراد العينة (٤٢%) يستخدمون المواقع لمدة اقل من ساعة يوميا. وتمثلت المضامين التي يشاهدونها على موقع اليوتيوب جاءت

المضامين الساخرة في المرتبة الأولى والمضامين السياسية في المرتبة الثانية.

٢- أوضحت الدراسة أن غالبية أفراد العينة لديهم مكون وجداني متوسط نحو القوي السياسية في مصر.

٣- أشاره الدراسة إلى أن غالبية أفراد العينة (٤٩%) لديهم استعداد سلوكي متوسط نحو القوي السياسية في مصر.

٤- أوضحت الدراسة أن غالبية أفراد العينة (٥٦,٨%) لديهم مكون معرفي متوسط نحو القوي السياسية في مصر.

٣- دراسة: دعاء حامد الغوابي (٢٠١٧) ، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالعنف السياسي لدي الشباب المصري .

استهدفت الدراسة الكشف عن مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد على الطابع التخريبي والتحريضي للعنف السياسي والتأثير على الشباب، ومن أجل تحقيق هذا الهدف اعتمدت الباحثة على منهج المسح الاعلامي، واستمارة الاستبيان.

أهم نتائج الدراسة:

- ١- ضعف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الحشد والتعبئة السياسية.
- ٢- العزوف عن المشاركة السياسية من عينة الدراسة حيث تركز ما يقرب من ٦٠% في المشاركة السياسية المنخفضة.

٣- ارتفاع وعي الشباب عينة الدراسة بأحداث العنف السياسي، وبالرغم من ذلك نجد ان من الافراد أكدوا أن العنف من قبل قوات الامن هو عنف سياسي دون الاخذ في الاعتبار أنه رد فعل من قوات الامن لما يحدث ويثار في الشارع المصري من حالة الانفلات الأمني ومواجهة أعمال التخريب في ممتلكات الدولة.

٤- ارتفاع العنف السياسي لد الشباب الذي يتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ويستمد معلوماته السياسية من هذه المواقع.

المحور الثاني: دراسات تناولت علاقة الصحفي بالمضامين السياسية

الساخرة في الاعلام الجديد.

١- دراسة مريم محمد الشهاوي (٢٠١٦): دور الصحافة الالكترونية المصرية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو العلاقات المصرية الامريكية بعد ثورة ٣٠ يونية.

استهدفت الدراسة كشف دور الصحافة الالكترونية المصرية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو العلاقات المصرية الامريكية بعد ثورة ٣٠ يونية والتعرف على درجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد الشباب الجامعي (عينة الدراسة) على الصحف الالكترونية المصرية.

اعتمدت الدراسة على استخدام منهج المسح الاعلامي بشقه الميداني واستخدمت في ذلك أداة الاستبيان في جمع المعلومات. كما اعتمدت على عينة قوامها ٤١٦ مفردة من الشباب الجامعي المصري (جامعة القاهرة، المنصورة،

الازهر بالقاهرة وأخيرا جامعة السلاب-أكاديمية مصر) وتم اختيار العينة بطريقة عشوائية طبقية تمثل بالتساوي نسبة الذكور والاناث.

من اهم النتائج:

١- وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين معدل تعرض المبحوثين للصحف الالكترونية المصرية وبين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتمادهم على تلك الصحف.

٢- وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين درجة اعتماد المبحوثين على الصحف الالكترونية المصرية، فيما يتعلق بالعلاقات المصرية الامريكية بعد ٣٠ يونية وبين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد.

٣- وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين درجة اعتماد المبحوثين على صحف الكترونية مصرية معينة، وبين درجة مصدقيه هذه الصحف لديهم.

٤- وجود فروق ذات دالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو الولايات المتحدة الامريكية وسياستها تجاه مصر؛ وفقا لتفضيلهم للصحف الالكترونية المصرية؛ سواء التي رأت الموقف الامريكي مؤيدا أو التي رآته معارضا ل ٣٠ يونية.

٢- دراسة: مصطفى قيس العزاوي (٢٠١٦) اعتماد الشباب الجامعي العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة النشرات الاخبارية وتأثيرها على متابعة التلفزيون.

استهدفت الدراسة رصد اعتماد الشباب الجامعي العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة النشرات الاخبارية وما مدي تأثيرها على متابعة النشرات الاخبارية في التلفزيون

اعتمدت الدراسة على منهج المسح العلمي، واستخدمت أداة الاستبيان في جمع البيانات معتمدة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي، وذلك من كلية الاعلام جامعة بغداد، وكلية الاعلام الجامعة العراقية، ومن الجنسين الذكور والإناث المعتمدين فعليا على مواقع التواصل الاجتماعي.

أهم نتائج الدراسة:

- ١- الغالبية العظمي من الشباب الجامعي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الاخبار دائماً.
- ٢- من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بين الشباب هو موقع الفيس بوك.
- ٣- معظم أفراد العينة يعتمدوا على المواقع الإخبارية للقنوات المتواجدة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٤- الموضوعات الاخبارية السياسية هي أكثر الموضوعات التي يقبل الشباب على مناقشتها في مواقع الشبكات الاجتماعية.
- ٥- يعتمد الشباب الجامعي لمتابعة الاحداث الجارية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات والبحوث الوصفية التي تستهدف وصف الموقف أو الظواهر أو الأحداث وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكمالها أو تطويره بغرض الوصول إلى استنتاجات تمثل فهما للحاضر يستهدف توجيه المستقبل. ولا تقف هذه الدراسات الوصفية عند حدود الوصف المجرد للظاهرة فهي تقوم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهره أو موقف أو مجموعه من الناس أو مجموعه من الأحداث، أو الاوضاع وهي بذلك تتجه الى وصف ما هو كائن وتفسيره.

وانطلاقاً من هذا الإطار اعتمد الباحث على هذا المنهج لتحليل عينة تشمل عدد من المواقع الإلكترونية وبعض القائمين بالاتصال المنتمين لهذه المواقع للتعرف على توجهات الصحفي المصري في توظيف صفحات الكوميكس للقضايا السياسية.

منهج الدراسة:

المنهج هو فن التنظيم الصحيح للأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة لدينا أو من أجل البرهنة على الحقيقة التي لا يعرفها الآخرون. ولذلك تعتمد الدراسة على منهج المسح الاعلامي لأنه يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات واضحة تساعد في تفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو بيئة معينة ويهدف للوصول الى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة منها في المستقبل.

من خلال هذا الإطار اعتمد الباحث على منهج المسح بطريقة العينة ويشمل عدد من المواقع الالكترونية ومجموعه من القائمين بالاتصال العاملين في هذه الصحف للتعرف على كيفية ادائهم في صياغة القضايا السياسية من خلال صفحات الكوميكس.

أدوات جمع البيانات

تعتمد دراسة توجهات الصحفي المصري نحو توظيف صفحات الكوميكس للقضايا السياسية في جمع بياناتها على أداة رصد المضمون بشقيه الكمي والكيفي المتبع في الدراسات المسحية الإعلامية. ورصد المضمون يسعى إلى رصد المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد رصدها من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث وفروضه. طبقاً للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث وبهدف استخدام هذه البيانات في وصف المادة الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تتبع منها الرسالة الإعلامية وإظهار أهداف القائمين بالاتصال. وذلك من خلال أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة ووفق أسس منهجية ومعايير موضوعية وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية.

ومما تقدم يعتمد الباحث في جمع البيانات على استمارة استبيان، واستمارة المقابلة.

مجتمع وعينة الدراسة:

تستهدف الدراسة التعرف على توجهات الصحفي المصري (الصحفي) لتوظيف صفحات الكوميكس لمعالجة القضايا السياسية وذلك في المواقع الالكترونية.

عينة الدراسة: اعتمدت الدراسة على عينة عمدية من الصحفيين.

الإطار الزمني للدراسة

تم اختيار الفترة الزمنية للدراسة من بعد ٢٥ يناير ٢٠١١ بشكل عمدي لإجراء الدراسات الرصدية وذلك للأسباب الآتية:

١- شهدت فترة ما بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ نمو وازدهار بعض الفنون الصحفية ومنها فن الكوميكس فتحول من قصص مصورة للأطفال إلى قصص مصورة تسخر من بعض الأوضاع في المجتمع المصري ومنها القضايا السياسية.

٢- التحول الذي حدث في مصر فيما بعد الثورة لفن الكوميكس من قصص خيالية وقصص رومانسية وقصص الرعب والإثارة إلى أداة يعبر بها الصحفي على ما يدور بداخل المجتمع سلبيات لغرس مفاهيم اجتماعية وسياسية واقتصادية في المتلقي.

٣- قلة الدراسات الإعلامية وبشكل خاص الصحفية التي عالجت توجهات الصحفي لتوظيف صفحات الكوميكس للقضايا السياسية.

مفاهيم الدراسة

١- الاتجاه:

تتعدد تعريفات الاتجاه ولا يتفق علماء النفس والاجتماع على تعريف واحد محدد ولذلك سأقدم أبرز هذه التعريفات:

- الاتجاه هو أسلوب منظم ومنسق من التفكير والشعور الإيجابي أو السلبي تجاه الناس والجماعات والقضايا الهامة المرتبطة ببيئة الفرد والمكونات الرئيسية للاتجاه هي الافكار والمعتقدات والمشاعر أو الانفعالات والنزعات ويمكننا القول: إن الاتجاهات قد تتشكل عندما تترابط هذه المكونات الى حد ترابط المشاعر والمحددات والنزعات وتكون رد فعل بصوره متسعة في موضوع الاتجاه.

- الاتجاه هو تكوين فرصه أو متغير كامن (يقع بين المثير والاستجابة) ويعرفه البورت allport بأنه حالة من الاستعداد أو التهيؤ والتأهب العقلي وتنظم من خلال خبره الشخص وتكون ذات تأثير توجيهي ديناميكي على استجابة الفرد نحو جميع الموضوعات والمواقف المرتبطة بهذه الاستجابة.

- يقصد بالاتجاه استجابة موجبة او سالبة للفرد نحو موضوع أو مؤسسة أو قضية معينة.

٢- **الصحفي:** هو أي شخص داخل فريق عمل ينتمي لإحدى المؤسسات الصحفية ويقوم بمسؤولية ما في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية بدء من وضع الفكر أو السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها واهتمامه

بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير. وهو شخص يقوم بالاتصال -أي ارسال المعاني والأفكار الى الأخرين سواء بطريقة مباشرة أو من خلال وسيلة تعنيه على ذلك. سلوكه يخضع في المقام الأول للقيود والضوابط التنظيمية المرتبطة بالمؤسسة التي يعمل فيها ويخضع للبناء الداخلي لها وفي اطارها الذي تفرضه البيروقراطية العاملة.

٣- القضية السياسية: هي موضوع جدلي يتسع للاختلافات في وجهات النظر وتباين الآراء والحلول المقترحة وتظهر القضية نتيجة تطور الخلافات حول القضية. - القضية السياسية هي التي تتعلق بالأحداث أو الوقائع التي تتصل بالشئون السياسية وحكومات الدول وتكون ذات تأثير مباشر أو غير مباشر على الواقع السياسي (المصري والعربي والدول) وبالتالي تشمل هذه القضايا السياسية المصرية الداخلية والخارجية والعلاقات الدولية على المستوي الاقليمي والدولي بعضها ببعض في الأسرة الدولية.

٤- فن الكوميكس السياسي: هو مساحة من الخيال يمزج فيها الصحفي الواقع الحقيقي بالخيال والوهم يظهروا على نفس المستوى من التعبير عن حدث أو شخص أو واقعة معينة في مجموعة من الصور والتعليقات ليقدّم قصة قضية سياسية محدده. ويعرفه موقع comics gate بأنه فن القصص المصورة ويتكون من مجموعه صور تروي أحداثاً متتالية مترافقة مع نص حوار للشخصيات المصورة. نص في دوائر أو بالونات محادثه. وتعرفه الموسوعة الحرة Wikipedia يطلق على فن الكوميكس هو الفن التاسع أو فن القصص المصورة وهي وسيط مصور يمزج بين الكتابة أو الرسم بسرد قصه ما ويمكن أن تقدم القصة عن طريق صور فقط دون كتابة كلمة واحدة

وهذا النوع من القصص يتخذ صور عالمية حيث يمكن أن يقرأ ويفهم في أي بلد مهما اختلفت اللغة.

٥- **مواقع التواصل الاجتماعي:** هي مواقع تقدم خدمة للجمهور حول العالم من خلال مجموعة من الشبكات المتداخلة والمتراصة مع بعضها البعض لتقديم المعلومات والبيانات للجمهور في أي وقت وأي مكان. كما أنها تتيح لهم إمكانية نشر وتبادل الموضوعات والأخبار والصور والفيديوهات.

٦- **الإنترنت Internet:** هي مجموعة متصلة من شبكات الحاسوب التي تضم الحواسيب حول العالم والتي تقوم بتبادل البيانات فيما بينها بواسطة تبادل الحزم بإتباع بروتوكول الإنترنت الموحدة.

نتائج الدراسة الميدانية:

(١) أشارت نتائج الدراسة الميدانية الى مدي تأثير صفحات الكوميكس على المعرفة التي تقدم للجمهور، ففي الترتيب الأول المعرفة بالأحوال السياسية بوزن نسبي ٧٣,٣% بإتجاه أحياناً وفي الترتيب الثاني إكساب معلومات جديدة بوزن نسبي ٧٢,٨% بإتجاه أحياناً وفي الترتيب الثالث أكساب خبرات بوزن نسبي ٦٧,٧% وبإتجاه أحياناً وفي الترتيب الرابع تشكيل الاتجاهات السياسية بوزن نسبي ٦٣,٢% بإتجاه لا وفي الترتيب الخامس المساعدة في التعامل مع الآخرين بوزن نسبي ٥٩,٥% بإتجاه لا وفي الترتيب السادس إتساع القيم والتقاليد المفيدة في الحياة بوزن نسبي ٥٧,٩% بإتجاه لا.

(٢) أكدت نتائج الدراسة الميدانية على أسباب نشر موضوعات الكوميكس على الإنترنت ، ففي الترتيب الأول تفسير القضايا بطريقة سخرية جذابة بنسبة ٧١,٢% وفي الترتيب الثاني المساعدة في الهروب من مشكلات الحياة بنسبة ٦٥,٦% وفي الترتيب الثالث نشر الأحداث السياسية بنسبة ٥٩,٢% وفي الترتيب الرابع نشر ايجابيات وسلبيات الكوارث السياسية بنسبة ٥٧,٦% وفي الترتيب الخامس المساعدة في قضاء وقت الفراغ بنسبة ٤٥,٦% وفي الترتيب السادس تكوين رأى حول الأحداث والقضايا المطروحة بنسبة ٣٤,٤% وفي الترتيب السابع نشر المعرفة والمعلومات عن القضايا المختلفة بنسبة ٣٢,٨% وفي الترتيب الثامن نشر معلومات عن شخصية عامة بنسبة ٢٠,٨% وفي الترتيب التاسع المساعدة في ترسيخ عادات وتقاليد جديدة بنسبة ١٧,٦% وفي الترتيب العاشر نشر معلومات عن شخصيات تاريخية بنسبة ١٣,٦%.

(٣) أكدت نتائج الدراسة الميدانية على أهم القضايا السياسية التي تعالجها صفحات الكوميكس ، ففي الترتيب الأول الفساد الاجتماعى والإدارى بمؤسسات الدولة بنسبة ٧٤,٤% وفي الترتيب الثاني الصراع السياسى بين تيارات المجتمع بنسبة ٦٤,٨% وفي الترتيب الثالث الإنتخابات الرئاسية والبرلمانية بنسبة ٣٧,٦% وفي الترتيب الرابع التطرف والعنف بين تيارات المجتمع بنسبة ٦٤,٨%. وفي الترتيب الخامس التحركات الرئاسية على المستوى المحلى والدولى بنسبة ٢١,٦% وفي الترتيب السادس العلاقات المصرية الخارجية بنسبة ٢٠,٠% وفي الترتيب السابع الحوار الوطنى بنسبة ١٥,٢%.

(٤) أشارت نتائج الدراسة الميدانية الى أسباب الإعتماد فى صفحات الكوميكس للقضايا السياسية عبر الإعلام الجديد، ففي الترتيب الأول لتناولها المعلومات والأحداث بطريقة ساخرة بوزن نسبي ٨٦,٩% وبإتجاه نعم وفى الترتيب الثاني لقوة جذبها للجمهور وانتشارها بينهم بوزن نسبي ٨٦,٧% بإتجاه نعم وفى الترتيب الثالث لجرأتها فى تناول الموضوعات الجادة بطريقة ساخرة بوزن نسبي ٨٥,٣% بإتجاه نعم وفى الترتيب الرابع لأنها تتفق مع ميول الجمهور بوزن نسبي ٨١,٩% بإتجاه نعم وفى الترتيب الخامس لإنفرادها بعرض تفاصيل الأخبار بإختصار بوزن نسبي ٨٠,٠% بإتجاه نعم وفى الترتيب السادس لتتوع القضايا التى تتناولها بوزن نسبي ٧٩,٧% بإتجاه نعم وفى الترتيب السابع لمتابعة الأخبار والأحداث العالمية البارزة بوزن نسبي ٧٢,٣% بإتجاه نعم وفى الترتيب الثامن لاعتمادها على أفكار كبار الكتاب والسياسيين والفنيين بوزن نسبي ٦٥,٣% بإتجاه أحياناً وفى الترتيب التاسع لتنمية الوعي السياسي بوزن نسبي ٦١,١% بإتجاه أحياناً وفى الترتيب العاشر لتقديم الأخبار والأحداث الجادة فى مصر بوزن نسبي ٦٠,٨% بإتجاه أحياناً وفى الترتيب الحادي عشر لتقديم أهم القضايا بوزن نسبي ٦٠,٣% بإتجاه أحياناً وفى الترتيب الثاني عشر لأنها تساعد فى تكوين الرأي العام بوزن نسبي ٦٠,٠% بإتجاه أحياناً.

(٥) أكدت نتائج الدراسة الميدانية على أهداف الاعتماد على الانترنت فى نشر صفحات الكوميكس ، ففي الترتيب الأول المساعدة فى الترفية بنسبة ٧٣,٦% وفى الترتيب الثاني تقديم سلبيات وإيجابيات الكوادر المجتمعية بنسبة ٥٦,٨% وفى الترتيب الثالث المساعدة فى تقديم رأى ثابت غير

الرأى الرسمي بنسبة ٥١,٢% وفى الترتيب الرابع تقديم سلبيات وإيجابيات الكوادر السياسية بنسبة ٥٠,٤% وفى الترتيب الخامس المساعدة فى فهم وأدراك القضايا المطروحة بنسبة ٤٦,٤% وفى الترتيب السادس المساهمة فى المناقشة الحرة حول الأحداث الجارية بنسبة ٤٢,٤% وفى الترتيب السابع المساعدة فى اتخاذ قرارات اتجاه القضايا المطروحة بنسبة ٢٨,٠%.

(٦) أشارت نتائج الدراسة الميدانية الى مدى تأثير صفحات الكوميكس فى التأثيرات الوجدانية لدى الجمهور، ففي الترتيب الأول الشعور بالراحة والطمأنينة بنسبة ٣٩,٢% وفى الترتيب الثانى الشعور بالقلق بنسبة ٢٣,٢% وفى الترتيب الثالث الشعور بالعنف بنسبة ١٩,٢% وفى الترتيب الرابع الشعور بالأمان بنسبة ١٨,٤% وفى الترتيب الخامس الشعور بالعدوانية بنسبة ١٦,٨% وفى الترتيب السادس الشعور بالملل بنسبة ١٦,٨%.

(٧) أوضحت نتائج الدراسة الميدانية مدى مساعدة صفحات الكوميكس فى التأثيرات السلوكية لدي الجمهور ، ففي الترتيب الأول الاهتمام بالمهموم والمشكلات الواقعية على المجتمع بوزن نسبي ٨٢,٩% باتجاه نعم وفى الترتيب الثانى نقاش الموضوعات السياسية بوزن نسبي ٨٠,٥% باتجاه أحياناً وفى الترتيب الثالث مناقشة الموضوعات المهمة والمفيدة للوطن بوزن نسبي ٧٨,٢% باتجاه نعم وفى الترتيب الرابع المشاركة فى المظاهرات الاجتماعية بوزن نسبي ٧١,٥% باتجاه أحياناً وفى الترتيب الخامس الدعوة إلى المساواة فى المجتمع بوزن نسبي ٦٠,٨% باتجاه

أحياناً وفي الترتيب السادس زيادة الانتماء والولاء للوطن بوزن نسبي ٥٨,١% باتجاه لا وفي الترتيب السابع التقبل واحترام الآخرين بوزن نسبي ٥٦,٠% باتجاه لا وفي الترتيب الثامن الانضمام للأحزاب السياسية بوزن نسبي ٥٢,٨% باتجاه لا.

(٨) أشارت نتائج الدراسة الميدانية الى العوامل التي تؤدي إلى زيادة الإقبال على صفحات الكوميكس لمعالجة القضايا السياسية ، ففي الترتيب الأول تقديم معلومات سياسية بطريقة سخرية بنسبة ٦٨,٨% وفي الترتيب الثاني تظهر توجهات الحكومة بطريقة ساخرة بنسبة ٥٥,٢% وفي الترتيب الثالث تتناول قضايا وموضوعات معاصرة بنسبة ٤٩,٦% وفي الترتيب الرابع تظهر إيجابيات وسلبيات الكوادر السياسية بنسبة ٤٣,٢% وفي الترتيب الخامس تقدم الموضوعات التي تهم الجمهور بنسبة ٢٩,٦% وفي الترتيب السادس تنوع وجهات النظر المختلفة حول القضايا السياسية بنسبة ٢٨,٨% وفي الترتيب السابع تساعد عقل القارئ علي التفكير بنسبة ٢٨,٠% وفي الترتيب الثامن تزيد العلم بما يحيط بالفرد من أوضاع سياسية بنسبة ٢٦,٤% وفي الترتيب التاسع تزيد الرغبة في المشاركة السياسية بصور متعددة بنسبة ١٩,٢% وفي الترتيب العاشر مصداقية الموضوعات التي تقدمها بنسبة ١١,٢%.

(٩) أكدت نتائج الدراسة الميدانية على أسباب أختلاف صفحات الكوميكس عن باقي الفنون الصحفية الساخرة الأخرى ، ففي الترتيب الأول جرائتها في الحوار واستخدام صور ولغة بسيطة بنسبة ٨٤,٨% وفي الترتيب الثاني لأنها تكسر روتين الفنون الصحفية الأخرى بنسبة ٧٠,٤% وفي

الترتيب الثالث فى طريقة عرضها القصص المصورة بنسبة ٦٤,٨% وفى الترتيب الرابع لأنها ممتعة فى كسر الملل بنسبة ٦٠,٨% وفى الترتيب الخامس فى تنوع فقراتها المقدمة بنسبة ٢٧,٢%.

١٠) أشارت نتائج الدراسة الميدانية مدي إلتزام الصحفى المصرى فى تقديم صفحات الكوميكس للقضايا السياسية ، فى الترتيب الأول إلتزام اللياقة فى استخدام الألفاظ بوزن نسبي ٧١,٥% باتجاه ملتزم الى حد ما وفى الترتيب الثانى الحصول على المعلومات من مصادر موثوقة بوزن نسبي ٦٤,٨% باتجاه ملتزم الى حد ما وفى الترتيب الثالث عدم توجيه الجماهير لتبني وجهة نظر معينه بوزن نسبي ٦٢,٤% باتجاه ملتزم الى حد ما وفى الترتيب الرابع يحرص علي تقديم وجهة النظر المختلفة بوزن نسبي ٦٢,١% بإتجاه ملتزم الى حد ما وفى الترتيب الخامس يقدم وجهات النظر المختلفة فى القضية السياسية بوزن نسبي ٦٠,٣% باتجاه ملتزم الى حد ما وفى الترتيب السادس لا يحرص علي شخصيات سياسية أو عامة بوزن نسبي ٦٠,٠% باتجاه غير ملتزم وفى الترتيب السابع لا يفرض آراء الشخصية فى القضية السياسية بوزن نسبي ٥٩,٢% باتجاه ملتزم الى حد ما وفى الترتيب الثامن عدم الخلط فى الآراء السياسية المختلفة فى القضية بوزن نسبي ٥٤,٧% باتجاه غير ملتزم.

المراجع

- ١- محمود تيمور ومحمود علم الدين، الحاسب الإلكتروني وتكنولوجيا الاتصال، (القاهرة، دار الشروق، ١٩٩٧)، ص ٧
- ٢- جمال سند، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقلة؛ من القبلية إلى الفيس بوك ٢٠٠٦. edl.libraries.ae/node/695
- ٣- أحمد زيدان، المدخل النظري في دراسة القيم، (الدوحة، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية، ١٩٩٤)، ص ٥٢
- ٤- إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسة الصحفية، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٥)، ص ٢٣.
- ٥- ويكيبيديا. www.wikipedia.org
- ٦- محمد الوفاي، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية)، ١٩٨٩، ص ٤.
- ٧- إبراهيم عبد الله المسلمي، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٨)، ص ٢٦٢.
- ٨- نها السيد عبد المعطي أحمد، اتجاهات النخبة نحو تأثير الإعلام الجديد على القرار السياسي في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٧).
- ٩- نورهان مصطفى محمد شفيق، السخرية السياسية على موقع إديوتوب على شبكة الإنترنت وعلاقتها باتجاهات مستخدمي الموقع نحو القوي

- السياسية في مصر ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة، كلية الآداب ، قسم الاعلام ، ٢٠١٧)
- ١٠- دعاء حامد الغوابي، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالعنف السياسي لدي الشباب المصري، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠١٧).
- ١١- مريم محمد الشهاوي ابراهيم، دور الصحافة الالكترونية المصرية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو العلاقات المصرية الامريكية بعد ثورة ٣٠ يونية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الاعلام ، ٢٠١٦)
- ١٢- مصطفى قيس العزاوي، اعتماد الشباب الجامعي العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة النشرات الاخبارية وتأثيرها على متابعة التلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الاعلام ، ٢٠١٦)
- ١٣- سمير محمد حسين ، بحوث الاعلام الاسس والمبادئ، ط١(القاهرة، عالم الكتب ، ١٩٩٢) ، ص ٦٧
- ١٤- محمد منير حجاب، اساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية (القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣) ص ٩٧
- ١٥- محمد زيدان عمر، البحث العلمي: مناهجه وتقنياته (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٢) ص ٤٨

- ١٦- عبد الباسط محمد حسن، اصول البحث الاجتماعي ، ج٢، (القاهرة ، مكتبه وهبه، ١٩٩٨) ص ٢٢١
- ١٧- سمير محمد حسن، بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، (القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٩).
- ١٨- وليام لامبرت وولاس لامبرت: علم النفس الاجتماعي، ترجمه سلوى الملا، ط ٢ (القاهرة : دار الشرق ، ١٩٩٣) ، ص ١١٣
- ١٩- حسنى اليحالى، علم النفس الاجتماعي النظرية والتطبيق، (القاهرة: مكتبه الانجلو المصرية، ٢٠٠٣) ص ٢٣٧
- ٢٠- رجاء محمود ابو علام ، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية (القاهرة : دار النشر للجامعات ، ٢٠٠١) ص ٣٩٢
- ٢١- زهير حسين: السياسات التحريرية للصحف الخليجية والعوامل المؤثرة على الصحفي، مجله سحاة الدولية، البحرين مج ٢، ع ١ ، ٢٠١٤ ، ص ٧١-١٠١.
- ٢٢- محمد الجوهري واخرون، علم الاجتماع الإعلامي، ط ١ (القاهرة: دار القاهرة للنشر ، ٢٠٠١) ص ٤٣٨.
- ٢٣- حسن عماد مكاوي، الاعلام ومعالجته الازمات (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥) ص ٥٣
- ٢٤- فوزيه عبد الرحمن احمد، العوامل المؤثرة على مصدقيه الصحف المصرية، ودورها في توجيه اتجاهات ومعارف جمهور القراء نحو

القضايا ٢٥- السياسية دراسة تطبيقية ، رساله دكتوراه غير منشوره
(جامعه الزقازيق، كلية الآداب، قسم الاعلام ، ٢٠١٢) ص ٤٩

26- comics gate.net

27- Wikipedia.org

٢٨- فيصل أبو عيشة، الاعلام الالكتروني، ط١ ، (الأردن : عمان ، دار
اسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠) ، ص ٣٩