

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد الكلية.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعد رئيس التحرير:

أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير: د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ / محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد السابع والخمسون - الجزء الثاني - شعبان ١٤٤٢هـ - أبريل ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د/ محمد فياض (العراق)  
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د/ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- ٥٠٣ الأطر المعرفية والمنهجية للمكون الإعلامي والاتصالي للسلم والتماسك المجتمعيين: تحليل من المستوى الثاني  
أ.م.د. الأميرة سماح فرج عبد الفتاح
- ٥٧١ توظيف الأنفوجراف في التعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية عبر مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية مقارنة  
أ.م.د. أيمن محمد إبراهيم بريك
- ٦٣١ القيم الإسلامية بمجلة الشباب وعلاقتها بمنظومة القيم لدى الشباب المصري في أوقات الأزمات: دراسة تحليلية وميدانية  
د. أسماء أحمد أبو زيد علام
- ٦٧٣ تقييم الأداء الإعلامي لبعض المواقع الدينية والإخبارية حول وثيقة الأخوة الإنسانية  
د. كريمة كمال عبد اللطيف توفيق
- ٧١٩ العلاقة بين مستوى المواطنة الرقمية لدى الشباب الجامعي وإدراكهم للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي  
د. السيد لطفي حسن زايد
- ٧٦٧ شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب  
السيناوي «دراسة ميدانية»  
د. صبري خالد عبدالهادي
- ٨٠٧ المعالجة الصحفية لوثيقة الأخوة الإنسانية في المواقع الإلكترونية  
«دراسة تحليلية»  
د. مها مصطفى بخيت

٨٥٥ ■ دور الكاريكاتير في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو تعزيز السلم  
المجتمعي ومكافحة التطرف (دراسة شبه تجريبية)  
د. هبة محمد شفيق عبد الرازق

---

٨٩٧ ■ دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية وعي الشباب المصري بوثيقة  
الأخوة الإنسانية «دراسة تطبيقية» د. عبد الله أحمد مصطفى محمد

---

٩٥١ ■ استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تحقيق الأخوة الإنسانية  
والتعايش السلمي «التجربة الكينية» ياسر عبد الله طبت (كينيا)

---

٩٧٧ ■ Emotional Public Sphere: Sentiment Analysis of Tweets  
after New Zealand Mosque Shooting  
DR \ Islam Abdelkader- DR \ M. A. El-dosuky

---

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة (مارس 2020)	نقاط المجلة (يونيو 2020)	ISSN- O	ISSN- P
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأهرام	6.5	7	2682-292X	1110-9297
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	7	2314-873X	2314-8721
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية	5	6	2636-9393	2636-9393
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إحداث الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	Cairo University	4	4	2366-9891	2366-9891
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي	3.5	3.6	2636-9237	2636-9237
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	اكاديمية الشروق	3.5	6.6	2367-0407	2367-0407
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9131	2366-9131
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-914X	2366-914X
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9168	2366-9168
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	1110-6836	1110-6836
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	Cairo University, Center of Public Opinion Research	3	6.6	1110-6844	1110-6844

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستشتر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس 2020 مطبقاً على كل الأبحاث التي ستشتر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



**دور الكاريكاتير في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي  
نحو تعزيز السلم المجتمعي ومكافحة التطرف  
(دراسة شبه تجريبية)**

- **The role of caricature in shaping the attitudes of university youth towards promoting societal peace and combating extremism:  
A quasi-experimental study**

● د. هبة محمد شفيق عبد الرازق

مدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام ، كلية الآداب، جامعة عين شمس

heba.shafik@art.asu.edu.eg

## ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى تحديد مجموعة التأثيرات المعرفية والوجدانية للأبعاد الوظيفية لرسوم الكاريكاتير بموقعي الصحيفتين الإلكترونيتين الخاصتين محل الدراسة (المصري اليوم- اليوم السابع) لدى مستخدميهما من طلاب الصحافة، المنشورة عقب أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام، بالتركيز على عمليات التمثيل المعرفي للمبجوهين وانعكاساته على فهمهم للمضمون المقدم بدلالاته اللفظية وغير اللفظية، ومدى إسهام الكاريكاتير في تكوين اتجاهاتهم نحو مكافحة التطرف وتعزيز السلم المجتمعي.

وهي دراسة شبه تجريبية اعتمدت على نظرية تمثيل المعلومات، وطُبقت على عينة قوامها 58 مبحوثاً قُسموا إلى مجموعة تجريبية وأخرى ضابطة. وقد توصلت الدراسة إلى عددٍ من النتائج، منها: اعتماد المبحوثين على موقعي (المصري اليوم) و (اليوم السابع) في الحصول على المعلومات بشكل عام، ومتابعة الكاريكاتير على وجه التحديد. وقد عدَّ المبحوثون فن الكاريكاتير إبداعاً فنياً يمكن من خلاله متابعة الأحداث بتكوين رأي عام تجاهها وتجاه أطرافها من خلال التحليل والنقد الذي يساعد في توسيع المدارك وإشباع الاهتمامات، كما عدَّت المجموعة التجريبية التطرف سلوكاً يُنتهج لتحقيق أهداف جماعات وصورته الإرهاب، بينما اعتبرت المجموعة الضابطة التطرف في الأساس قواعد فكرية وأيديولوجية. لقد ساعد الكاريكاتير في تعزيز السلم المجتمعي ومكافحة التطرف حيث ساعد على زيادة الوعي بخطورة التطرف وتكوين اتجاه نحو الأطراف المحرّضة، وخاصة خلال الأحداث والقضايا الحالية المتعلقة بالتطرف، حيث أوضح المبحوثون من خلال المقابلات التجريبية أن تعرضهم للكاريكاتير جعلهم أكثر قلقاً على المجتمع من المتربصين به، كما أصبحوا أكثر تقديرًا لجهود الدولة والأجهزة الأمنية والإعلام في مكافحة التطرف. الكلمات المفتاحية: الكاريكاتير، السلم المجتمعي، مكافحة التطرف، تمثيل المعلومات.

## Abstract

The study aimed to identify a group of cognitive and emotional effects of the functional dimensions of caricature in the websites of the independent electronic newspapers represented in Al-Masry Al-Youm and Al-Youm Al-Sabea, among its users of journalism students. The study has focused on the caricature published after the crisis of Macron's anti-Islam statements, concerning the cognitive processes of the respondents and its implications on their understanding of the content presented in its verbal and non-verbal connotations. Also, to what extent the caricature contributes formation of the respondents' attitudes towards combating extremism and promoting societal peace?

A semi-experimental study relied on the Information Processing theory and it was applied to a sample of 58 respondents who were divided into an experimental and a control group. The study reached several results, including The respondents' dependent on Al-Masry Al-Youm and Al-Youm Al-Sabea, websites to get information in general, and to follow caricature specifically. The respondents considered the caricature as an artistic tool, with creative interest which has the power of shaping the public opinion towards different issues and its parties through analysis and criticism, that helps expand the respondents' perceptions and satisfy their interests. The experimental group considered extremism as a behavior pursued to achieve the goals of groups and represented in terrorism, while the control group considered extremism as an intellectual and ideological base.

Key Words: Caricature, Societal Peace, Combating Extremism, Information Processing.



لا شك أن الصورة تُغني عن ألف كلمة، وإذا كانت الرسوم لا تقل قيمة وأهمية عن الصورة الصحفية، فلا شك أيضًا أن فن الكاريكاتير أكثر ثراءً وقدرةً على التعبير عن الموضوع والتأثير في المتلقي بشكل أكبر من الصورة الفوتوغرافية. إن فن الكاريكاتير يتميز بعددٍ من السمات التي تجعل استخدامه فعالاً في طرح الأفكار ووجهات النظر وتقديم المعنى والهدف من الرسالة الاتصالية في شكل بصري وتكوين فني غني بالألوان والرموز والدلالات المباشرة وغير المباشرة، الأمر الذي يوجه المتلقي ويحدث التأثير النفسي بسرعة ووضوح وفاعلية، حيث يتعامل فن الكاريكاتير مع عين القارئ، وبإمكانه التعاطي مع الأحداث ومعالجة مختلف القضايا.

إن قضايا تحقيق السلم المجتمعي ومكافحة التطرف وما يشمله هذا المصطلح من جوانب متعددة أصبح مؤخرًا أحد أهم القضايا التي برزت في المعالجة الإعلامية خلال عدة أعوام مضت. وقد سعت الدولة وأجهزتها بجانب المؤسسات الدينية والمنصات الإعلامية المختلفة نحو إحراز تقدم على هذا الصعيد. إن محاربة خطابات الكراهية المتصاعدة تتطلب تكاتف عدة جهات ومؤسسات، وإذا كان من الأهمية المجتمعية والقومية معالجة تلك القضايا ورفع وعي جمهور المتلقين بأساليب مواجهة الرسائل المتطرفة ووسائل الإعلام المضللة، فإن فن الكاريكاتير استطاع معالجة مختلف تلك القضايا وتبصير عقول المتلقين من أجل دعم السلم المجتمعي وتحقيق المصلحة الوطنية.

إن التساؤل الرئيس الذي تطرحه الباحثة يتمثل في: ما الكيفية التي تم من خلالها توظيف الصحف الإلكترونية المصرية لفن الكاريكاتير في معالجة قضايا التطرف والإرهاب وتحقيق السلم المجتمعي؟ وإلى أي مدى أحدث الكاريكاتير تأثيرًا في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو تلك القضايا؟ من خلال استخدام الرسوم والألوان واللغة والرموز في تكوين فني يخدم الهدف من تقديم المحتوى الساخر، حيث إنه تزامنًا مع حادث مقتل المدرس الفرنسي وتصريحات ماكرون المعادية للإسلام نشرت الصحف المصرية رسوم الكاريكاتير التي تدعو إلى مكافحة التطرف والعنصرية، وتعزز

من السلم المجتمعي، وتؤدي دورًا في رفع مستوى الوعي تجاه مثل تلك القضايا وما وراءها من خلفيات سواء سياسية أو أيديولوجية.

وتركز الدراسة على اتجاه صحافة السلام، ففي عام 1997 اجتمع عدد قليل من الصحفيين وخبراء الإعلام بالمملكة المتحدة في المدرسة الصيفية لصحافة الصراع والسلام، لمناقشة الطبيعة المتطورة للصحافة في وقت النزاع، وترأسهم يوهان جالتونج (Johan Galtung) الخبير الرائد في دراسات السلام. درست هذه المجموعة دور الصحافة والإعلام في حالات الصراع وإمكانية الإسهامات الصحفية الإيجابية في تنمية السلام. وقد أصبحت فكرتهم تُعرف باسم "صحافة السلام"، وكانت اقتراحاتهم للصحفيين في سيناريوهات الصراع جريئة ومباشرة وتتضمن الآتي<sup>1</sup>:

1. تتبنى صحافة السلام Peace Journalism - عن وعي - أجندة للسلام لإيمانها بأنها البديل الحقيقي الوحيد لأجندة الحرب.
2. ترسم خريطة الصراع قبل العنف، وتحديد من هم الأطراف، والوقوف على العديد من الأسباب، وعليه فتح مسارات غير متوقعة نحو الحوار وصنع السلام.
3. تعمل صحافة السلام على إضفاء الطابع الإنساني على جميع أطراف النزاع، وهي مستعدة لتوثيق كل من الخداع والمعاناة، وكذلك مبادرات السلام من جميع الأطراف. إن صحافة السلام -أو كما يطلق عليها كيث سباير (Keith Spicer) الدعاية من أجل السلام "propaganda for peace" - تُستخدم في خطاب تقنيات تحليل الصراع، لكن تركيزها بشكل عام أكبر من تلك التي يستخدمها الخطاب الأمني. ويوسع تحليل الصراع نطاق الجهات الفاعلة وأصحاب المصلحة، ويأخذ في الوصف الأسباب الجذرية والاحتياجات الأساسية، ويفترض أن الحلول يجب أن تستند إلى أهداف مشروعة؛ عليه يقدم خطاب السلام المزيد من الفهم الكامل للواقع. بالإضافة إلى ذلك، تُظهر الأبحاث في علم الأعصاب بشكل متزايد أن البشر "مرنون للتعاطف"، وهو عنصر أساسي في صحافة السلام. ويمكن لمثل هذه الاستراتيجية أن تحرك الخطاب العام بعيدًا عن التركيز على المضامين العنيفة، لإيجاد آليات إبداعية في تغطية الصراع، وعليه يمكن وصفها شكلاً من أشكال التمثيل المفضل للمعلومات؛ لأنه يبدو أكثر مصداقية وتلبية لاحتياجات القراء وغرائزهم<sup>2</sup>.

وقد أشار (Vladimir Bratic) إلى أن المعضلة الأساسية التي تعوق تطبيق صحافة السلام تكمن في الاختلافات النظرية حول التقارير الإخبارية في بيئة الصراع. وهناك مدرستان فكريتان رئيستان ومقاربات مرتبطة بهذه القضية. من ناحية، يوجد

مؤيدو صحافة السلام، بحجة أن الإجراءات الصحفية القياسية تسهم فقط في تصعيد النزاع، وأن هناك حاجة إلى نهج مختلف للصحافة في حالة النزاع. ويذهبون إلى أبعد من ذلك ليشيروا إلى أن وسائل الإعلام في حالة الصراع لا ينبغي أن تطمح إلى أن تكون محايدة، بل أن تتماشى مع قوى السلام. على الجانب الآخر، هناك دعاة نهج الصحافة المهنية، ويدعون إلى أن المعايير الصحفية العالية والالتزام بالموضوعية كافيان وأن الإجراءات المناسبة الوحيدة التي يجب أن يتخذها الصحفيون أنهم يعترضون على الآثار المترتبة على أن الصحفيين يجب أن يعلنوا حتى تحيراً طفيفاً، بغض النظر عن مدى نُبل القضية<sup>3</sup>.

### الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة التراث العلمي لموضوع الدراسة يمكن تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين:

#### • المحور الأول: الدراسات التي عُنيت بمعالجة الصحافة لقضية التطرف وأساليب

مكافحته:

سعت دراسة (هبة شفيق، 2020)<sup>4</sup> إلى الكشف عن مدى وعي الشباب المصري بمفهوم خطاب الكراهية واستراتيجياته المتبعة عبر وسائل الإعلام الرقمية، ومدى إدراكهم لدور تلك الوسائل في مواجهة خطاب الكراهية والتطرف، وذلك من خلال تطبيق دراسة ميدانية، باستخدام أداة الاستبيان وبالاستفادة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، من أجل الخروج بنتائج تفيد في كيفية تصنيف خطابات الكراهية عبر الوسائل الرقمية، وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي، وتقدم تصور حول آليات مكافحة التطرف وخطاب الكراهية. وقد توصلت الدراسة إلى الآثار الناجمة عن انتشار خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة؛ وتمثلت في "إثارة الفتن بين مكونات المجتمع" في المرتبة الأولى من بين الآثار بوزن مئوي بلغ 65.31٪، وفي المرتبة الثانية "المساعدة على انتشار التطرف بين الشباب" بوزن مئوي بلغ 64.06٪، وجاءت "المساعدة في نشر العنف المجتمعي اللفظي والسلوكي" في المرتبة الثالثة بوزن مئوي بلغ 63.87٪. كما أظهرت النتائج اتفاق أفراد العينة من المبحوثين على متابعة "صفحة دار الإفتاء على موقع الفيسبوك"، في مقابل عدم متابعتهم لباقي الصفحات والمواقع المناهضة لخطاب الكراهية، وجعل نسبة كبيرة من عينة الدراسة بوجود مرصد للفتاوى التكفيرية يعمل على دحض الأفكار المتطرفة.

حاولت دراسة<sup>5</sup> (Diana Rieger, 2020) معرفة كيفية قيام المتطرفين اليمينيين والمتطرفين الإسلاميين بتجنيد أتباع جدد من خلال مخاطبة هويتهم الاجتماعية القومية، على سبيل المثال (الألمانية) أو الدينية (الإسلامية) عبر مقاطع الفيديو الدعائية على الإنترنت. وهي دراسة شبه تجريبية من خلال تعرض الباحثين لمقاطع الفيديوهات الدعائية للجماعات المتطرفة والإرهابية؛ لمعرفة مدى وجود تأثير في الاستجابة العاطفية والمعرفية تجاه الدعاية المتطرفة. وطُبقت الدراسة على مجموعتين من الباحثين، وبلغ عدد المشاركين في الدراسة 235 مبحوثًا من الطلاب، اشتملت المجموعة الأولى على ألمان غير مهاجرين، والأخرى من المهاجرين المسلمين، حيث شاهدوا مقاطع فيديو متطرفة يمينية وأخرى إسلامية، ثم تم تقييم التأثيرات العاطفية والمعرفية. وقد أظهرت نتائج الدراسة تقييمًا سلبيًا عامًا لمقاطع الفيديوهات المتطرفة. وأدت الدعاية الجماعية الأكثر صلة لكل مجموعة إلى استجابة عاطفية أكبر في كلتا الدراستين. ومع ذلك، ظهرت فروق ذات دلالة إحصائية اعتمادًا على المستوى التعليمي؛ حيث أكد الطلاب على إحساسهم بمزيد من المشاعر السلبية والإدراك بدرجة أعمق بعد مقاطع الفيديو الموجهة داخل المجموعة. فمن منظور التواصل، إن الرسائل المتطرفة التي تستهدف الهوية الاجتماعية للفرد يمكن أن تسهم في التطرف؛ لأن هذا القرب المتصور من التطرف يتم التعامل معه من خلال السلوك المعادي للمجتمع.

اهتمت دراسة (Philip Baugut and Katharina Neumann, 2019)<sup>6</sup> ببحث كيفية الوعي باستخدام المتطرفين اليمينيين في التغطية الإعلامية الإخبارية. وتُظهر النتائج المستخلصة من المقابلات النوعية مع القادة السابقين للجماعات اليمينية المتطرفة في ألمانيا، الذين عملوا كمصادر أساسية لوسائل الإعلام، أن التقارير المتعلقة بالتطرف اليميني تُستخدم لإثارة مشاعر الثأر الشخصي. وعليه، من خلال اختبار فروض نظرية الشخص الثالث، يُظهر المتطرفون اليمينيون الذين يتعرضون لوسائل الإعلام المعادية تأثير تصورات الشخص الثالث في كل من المشاعر والسلوكيات بين المتطرفين اليمينيين. على سبيل المثال، تجعل القادة اليمينيين يراقبون وسائل الإعلام بشكل استراتيجي واستغلالها لتحقيق أهداف سياسية. واعتمدت الدراسة على جمع البيانات من المتطرفين اليمينيين، وشملت استطلاعات الرأي التابعين الأقل مرتبة من القادة، بالإضافة إلى مقابلات مع قادة أعلى مرتبة، بالإضافة إلى تحليل وسائل الإعلام التي تعتمد عليها المنظمات اليمينية المتطرفة المختلفة بوصفها الأكثر أهمية. وأشارت الدراسة إلى أن هناك حاجة إلى مزيد من التعليم والوعي بين الصحفيين؛ حيث يمكن أن

يساعد تدريب الصحفيين على أيديولوجيات وممارسات المتطرفين أيضًا في تمكينهم من فهم التأثير المحتمل لتقاريرهم بشكل أفضل في إطار مفهوم الصحافة المسؤولة.

وركزت دراسة (Shradha Sahani, 2018)<sup>7</sup> على معرفة تأثيرات تعرض الأفراد بالولايات المتحدة الأمريكية للمحتوى العنيف المتطرف نتيجة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث تقوم الجماعات المتطرفة بإنشاء مجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي لعرض المحتوى المتطرف وجذب الأفراد لصفوفها، بحيث تمكن الأفراد المتطرفين من التفكير والتواصل مع بعضهم البعض. واعتمدت الدراسة على نظرية التعلم الاجتماعي من أجل اختبار فروضها في العلاقة الارتباطية بين التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي وميل الأفراد نحو العنف والتطرف، حيث تزيد فرص تجنيدهم وفقًا للفئة العمرية والسلوك المتطرف للأفراد. وأوضحت نتائج الدراسة أن عددًا من الأفراد الذين انتموا لتلك المجموعات قد انخرطوا في نوع من الفكر الأيديولوجي المتطرف والسلوك العنيف، حيث ارتكب عدد من هؤلاء الأفراد جرائم قبل انتمائهم لتلك الجماعات. ووجدت الدراسة صعوبة في التفريق بين قرارات انخراط الأفراد في سلوك متطرف ذي دوافع أيديولوجية (سلوك مدفوع أيديولوجيًا) وغيرهم ضمن مجموعة الدراسة، وأوصت الدراسة بضرورة تقديم فهم أشمل لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير السلوك المتطرف، ودراسة الأفراد الذين يبحثون عن المحتوى المتطرف عبر شبكات التواصل، وما إذا أدت تلك الشبكات دورًا مساعدًا لهم.

بحث دراسة (Leticia Anderson, 2015)<sup>8</sup> في الكيفية التي قامت من خلالها وسائل الإعلام الأسترالية في تقديم صورة المسلمين، والتي أثرت سلبًا في صورة الإسلام وفي أسلوب معاملة الأستراليين غير المسلمين للمسلمين، حيث فشلت وسائل الإعلام في التعبير عن تنوع الأصول والتوجهات والتطلعات للأستراليين المسلمين. واعتمدت الدراسة على تحليل المحتوى لخطاب الصحف الأسترالية، حيث ارتبطت المستويات المنخفضة من الإسلاموفوبيا الظاهرة في المواد الخبرية ضمن العينة بتوجه "صحافة السلام". إن صحافة السلام تعزز وضع سياق محدد لقصاص الصراع وتتحدى الأعراف الإخبارية السائدة، مثل التركيز على مصادر النخبة السياسية والبيروقراطية. لذلك، اقترحت الدراسة أن الاستراتيجيات التي يحتمل أن تكون مثمرة لمكافحة الإسلاموفوبيا في وسائل الإعلام يمكن أن تشمل اعتماد معايير لمعالجة أحداث النزاعات وتوسيع الفرص لصحافة السلام في تغطية القضايا المتعلقة بالمسلمين والإسلام، وعليه يجب تشجيع الصحفيين على الابتعاد عن استخدام نموذج "الصراع المستعصي". وأكدت

نتائج الدراسة أن قصص أحداث الصراع العنيف كانت ذات تأثير كبير في تصعيد وترسيخ تصورات الإسلاموفوبيا، وذلك ضمن المواد الصحفية عينة الدراسة التحليلية. إن مثل هذه الأساليب في المعالجة الإعلامية حول أحداث النزاعات ستكون خطوات إيجابية نحو مكافحة الصور النمطية المعادية للإسلام.

#### ● المحور الثاني: الدراسات التي عُنيت بدور فن الكاريكاتير في معالجة قضايا الصراع:

حاولت دراسة (محمد عثمان، وأحمد رفاعي، 2020)<sup>9</sup> التعرف على معالجة الكاريكاتير لقضية سد النهضة في الصحف المصرية، باستخدام نظرية التحليل الدلالي من أجل التحليل الكمي والكيفي لعينة قوامها 416 كاريكاتيراً بصحف (الأهرام- الوفد- المصري اليوم). وكشفت نتائج الدراسة عن تفوق المساعي الدبلوماسية لاحتواء الأزمة، حيث أظهرت الصحف تدويل الأزمة والجهود الدبلوماسية المبذولة، بالإضافة إلى تفوق موقف الحكومة المصرية بصحف الدراسة من إجمالي موضوعات الكاريكاتير المنشور. وجاءت مصر كقوة فاعلة بالمرتبة الأولى من إجمالي القوى الفاعلة في قضية سد النهضة المستخدمة في الكاريكاتير، الأمر الذي يعكس التطورات التي قدمتها المعالجة في سياق تأطير الموقف الرسمي من القضية.

فسرت دراسة (Deepa Kumr, 2020)<sup>10</sup> التي حملت عنوان "الإرهاب: الإمبراطورية وصنع التهديد الإرهابي العنصري" العلاقة بين تاريخ صناعة الإرهاب وتقديم الصور النمطية العنصرية المقدمة عبر رسوم الكاريكاتير. وأشارت الدراسة إلى أن ارتباط العرب والمسلمين وسكان جنوب آسيا بالإرهاب واسع الانتشار لدرجة أن ذلك أصبح حقيقة. لقد انتقل ذلك إلى الثقافة كمعرفة نادرًا ما يتم التشكيك فيها ويتم وصفها ببساطة أمرًا مسلمًا به. فقبل أواخر الستينيات من القرن الماضي، لم تكن الولايات المتحدة تستهدف العرب بشكل منهجي كتهديد أمني، لكن استمرار الصور النمطية في الرسوم الكاريكاتيرية العنصرية كان لفترة طويلة جزءًا من الثقافة الشعبية الأمريكية. وحتى في الوقت الحالي، لم تركز اللغة حصريًا على العرب والمسلمين. كما يُظهر الباحثون في الدراسات النقدية، فإن "الإرهاب" كمصطلح متعدد الاستخدامات تستخدمه الولايات المتحدة لتحديد مجموعة متنوعة من الأعداء، إلا أن الحادي عشر من سبتمبر كان لحظة تغير محورية، بل كانت "نقطة تحول" في تطور مصطلح "الإرهابي العربي المسلم"، حيث عملت أحداث الحادي عشر من سبتمبر على بلورة هذه العلاقة، فقد أسهمت الرسوم الكاريكاتيرية العنصرية في ظهور هذا المشروع العنصري الجديد.

قدمت دراسة (سلطان الرويلي، 2016)<sup>11</sup> عرضًا لدور فن الكاريكاتير في مواجهة الإرهاب بالمجتمعات المعاصرة، من خلال تحليل الرسوم التي عالجت ظاهرة الإرهاب خلال الفترة من 2010-2016، وأشارت نتائج الدراسة إلى قيام الكاريكاتير بتشكيل الوعي المعرفي والعاطفي بظاهرة الإرهاب، والمساعدة في التحرر من الاتجاهات والقناعات السلبية التي قد تشكل أساسًا للتطرف والقيام بأعمال إرهابية. وأوصت الدراسة بأهمية حث رسامي الكاريكاتير للاستمرار بتقديم رسوم تعالج تداعيات الإرهاب على المجتمعات، والابتعاد عن طرح ما يُوَجِّح الفتن والنعرات الطائفية التي تتعلق بالهوية الوطنية أو الدينية.

بحث دراسة (Christopher J. Gilbert, 2015)<sup>12</sup> التأثير الثقافي للكاريكاتير ودوره في أوقات الحروب، فقد وُظف كخطاب بلاغي للرد على مخاوف المواطنين في وقت الصراعات بشأن الشخصية الوطنية للولايات المتحدة. تحفز الحرب أزمات الهوية الوطنية والمفاهيم المشتركة بأن المواطنين يجب أن يتحدثوا ويفكروا ويتصرفوا بطرق معينة خلال لحظات النزاع المسلح. ومن خلال تحليل الرسوم خلال فترات الحروب عينة الدراسة (الحرب الأهلية، الحرب العالمية الأولى، الحرب العالمية الثانية، حقبة الحرب الباردة، الحرب على الإرهاب)، بالاستناد إلى التحليلات الخطابية لمحتوى الرسوم الكاريكاتيرية، والجماهير المستهدفة، والسياقات التاريخية، وخصائص الرسوم الشكلية، ووسائل الإنتاج والتوزيع، وقد ساعد ذلك في تقديم قراءات عميقة للرسوم الكاريكاتيرية كنصوص ثقافية، تقود لتوصيف قضية القومية في ثقافات الحرب إلى ملاحظات حول علاقة الكاريكاتير بالحروب والنزاعات بوصفه أسلوبًا مبتدئًا للتواصل في الثقافة العامة الأمريكية المعاصرة. وتظهر النتائج إعلاء الكاريكاتير من الخطاب القومي الذي يعزز قيم الكبرياء والتحيز الوطني. في الولايات المتحدة، يميل الكاريكاتير إلى تمثيل أزمات الهوية الوطنية على أنها شيء يجب مكافحته، سواء لأغراض دعائية أو لمعارضة بؤادر الحرب أو عواقبها.

هدفت دراسة (حازم أبو حميد، 2015)<sup>13</sup> إلى التعرف على معالجة الكاريكاتير في الصحافة الفلسطينية للعدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014، وتعد دراسة وصفية اعتمدت على أداة تحليل المضمون بالتطبيق على صحف (القدس- فلسطين- الأيام- الحياة الجديدة). وتوصلت الدراسة إلى أن موضوعات المفاوضات والتهدة في رسوم الكاريكاتير التي تناولت العدوان الإسرائيلي جاءت في المرتبة الأولى ضمن الموضوعات التي عالجها الكاريكاتير، وقد اعتمد رسامو الكاريكاتير على شخصيات محورية رمزية،

ثم شخصيات سياسية لتصويرها داخل المعالجة. وأوصت الدراسة بضرورة التركيز على القصص الإنسانية والاجتماعية خاصة وقت الصراع والأزمات السياسية، والاهتمام بالموضوعات التي تدعم الجبهة الداخلية ورفع الروح المعنوية وتعزيز الصمود.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

1. يُلاحظ قلة الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت قضية مكافحة التطرف من خلال فن الكاريكاتير، كما ركزت أغلب الدراسات على توظيف الكاريكاتير في معالجة الصراعات السياسية.
2. قامت الدراسات السابقة بتحليل الكاريكاتير المنشور بالصحف المطبوعة، فيما لم تتطرق إلى الكاريكاتير المنشور بالصحف والمواقع الإلكترونية.
3. اهتمت الدراسات العربية والأجنبية بتناول قضية التطرف ومكافحته من خلال الأشكال الخبرية بوسائل الإعلام التقليدية، بالإضافة إلى دراسة اتجاهات الجمهور نحو التطرف عبر وسائل الإعلام الرقمية.
4. تناول عدد من الدراسات الأجنبية التطرف كظاهرة متنامية مع تزايد استخدام وسائل الإعلام الرقمية، وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك عبر اعتماد تغطية وسائل الإعلام التقليدية لمصادر قيادات متطرفة، وذلك من خلال تحليل مضمون المنشورات والأخبار، واستخدام استمارة الاستبيان لقياس اتجاهاتهم ومعارفهم وسلوكياتهم بوصفها أهم التأثيرات المتحققة نتيجة تعرضهم للمحتوى المتطرف.
5. حاول عدد من الدراسات الأجنبية تقديم مقترحات لاستراتيجيات إعلامية يمكن استخدامها من أجل الحد من شدة نبرة الصراع الظاهرة في تغطية أخبار التطرف والعنف القائم على أيديولوجية مجموعات دينية متعصبة، وذلك من أجل تفادي استخدام الصور النمطية وخاصة تلك المتعلقة بالإسلام والتطرف (الإسلاموفوبيا)، حيث تظهر الإشكالية ذاتها عند تقديم اليمينيين المتطرفين.
6. اعتمدت الدراسات السابقة التي عنيت بدراسة الجمهور على نظريات (الاعتماد على وسائل الإعلام- التعلم الاجتماعي- تأثير الشخص الثالث) بعضها دراسات وصفية وأخرى تجريبية، فيما كانت النظرية المستخدمة في تحليل مضمون دراسات الكاريكاتير هي نظرية التحليل الدلالي بوصفها دراسات تحليلية استخدمت منهج المسح الإعلامي للمضمون.



7. استندت الدراسات السابقة التي تطرقت لمكافحة التطرف ونشر السلام إلى الإطار النظري المتعلق باتجاه "صحافة السلام" وخصائصها ووظائفها وكيفية تعزيزها ضمن الأدوات الإعلامية في أوقات الصراع.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

أفادت الدراسات السابقة الباحثة في:

1. معرفة كيفية التطبيق العملي في تحليل الأبعاد الوظيفية لفن الكاريكاتير، وكيفية صياغة وتطبيق استمارة استبيان لقياس تأثير تلك الأبعاد في العمليات المعرفية والوجدانية لدى الجمهور.

2. معرفة كيفية تناول الدراسات السابقة لقضية التطرف وأساليب مكافحته، بما ساعد الباحثة في تحديد مفهوم التطرف وخطابات الكراهية وأساليب مكافحتها وتطبيق ذلك على فن الكاريكاتير، بوصفه أحد الفنون الصحفية التي اهتمت بتلك القضية.

3. بلورة مشكلة الدراسة ومنهجيتها والمتغيرات الخاضعة للتحليل وتساؤلات الدراسة وفروضها.

4. صياغة الإطار المنهجي والإجرائي للدراسة الحالية.

5. صياغة الإطار النظري والمعرفي للدراسة.

### الدراسة الاستطلاعية:

ولتحديد مشكلة الدراسة بدقة أجرت الباحثة دراسة استطلاعية تمثلت في الآتي:

1. قياس تفضيلات عينة عشوائية من طلاب الصحافة للصحف الإلكترونية المصرية.

2. رصد وتصنيف رسوم الكاريكاتير المنشورة بالمواقع الإلكترونية للصحف المصرية اليومية.

وأسفرت نتائج الدراسة الاستطلاعية التي طُبقت على عينة قوامها 20 طالبًا عن عدد من المحددات التي ساعدت في بناء مقاييس الدراسة:

1. تصدر موقعي المصري واليوم السابع المواقع الإلكترونية التي يتابعها طلاب الصحافة.

2. جاء فن الكاريكاتير في المرتبة الرابعة بعد الأخبار القصيرة، والفيديو، والإنفوجراف، وذلك من بين الأشكال الصحفية التي يتعرض لها طلاب الصحافة بمواقع الصحف الإلكترونية.

3. أتاحت المواقع الإلكترونية البحث عن الكاريكاتير وتخصص له تبويبا داخل الموقع الإلكتروني، الأمر الذي سهل إمكانية الاسترجاع من جانب طلاب الصحافة.

4. كان وعي طلاب الصحافة بظاهرة التطرف والإرهاب وتناوله عبر المواقع الإلكترونية التي يتعرضون لها مرتفعاً، حيث سجلت نسبة اتفاق بين عينة الدراسة الاستطلاعية 89% على اهتمام مواقع الدراسة بمعالجة قضايا التطرف وحوادث الإرهاب.

أما نتائج الدراسة التحليلية لرسوم الكاريكاتير المنشورة خلال أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام فقد توصلت إلى الآتي:

1. كان موقعا المصري اليوم واليوم السابع الأكثر اهتماماً بنشر الكاريكاتير المكافح للتطرف والعنصرية خلال أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام.

2. وظف موقعا الدراسة الرموز بشكل جيد حقق سهولة الفهم، ومن تلك الرموز (الدماء، الجمجم، أسلحة وذخيرة، سلاح أبيض، حمامة وخصن، الأيدي وإشارات)، واستخدمت ألوان محددة مع توظيف دلالاتها بشكل فعال (الأصفر، الأخضر، الأحمر، الأسود).

3. كانت أغلب المعاني والدلالات اللفظية المستخدمة واضحة ومباشرة، بعضها كان يحمل دلالات ضمنية، مع تنوع شكل التعليق ما بين حوار داخل الكاريكاتير، عنوان يعلو الكاريكاتير، وجملة داخل تكوين الكاريكاتير.

4. تمثلت الموضوعات التي شملتها معالجة الكاريكاتير في الآتي: التطرف والعنصرية، خطاب الكراهية والتحريض، ازدواجية موقف الإخوان من الرسوم المسيئة للأنبياء، استغلال تركيا السياسي لتصريحات ماكرون، التجارة باسم الدين، تشويه صورة الإسلام الحقيقي بيد المتطرفين، تصحيح صورة الإسلام الخاطئة، مقاطعة البضائع الفرنسية.

### مشكلة الدراسة:

يمكن بلورة المشكلة البحثية في: دراسة التأثيرات المعرفية والوجدانية للأبعاد الوظيفية لفن الكاريكاتير بالصحيفتين الإلكترونيتين الخاصتين موضع الدراسة (المصري اليوم- اليوم السابع)، لدى مستخدميها من طلاب الصحافة، بالتركيز على عمليات

التمثيل المعرفي للمبجوثين وانعكاساته على فهمهم للمضمون المقدم بدلالاته اللفظية وغير اللفظية، وعلى اتجاهاتهم نحو دور الكاريكاتير في مكافحة التطرف وتعزيز السلم المجتمعي.

#### أهمية الدراسة:

1. تأتي الأهمية العلمية للدراسة الحالية -بعد مراجعات التراث العلمي المنشور في تقصي جوانب توظيف فن الكاريكاتير- من قلة الدراسات التي اهتمت بالتعرف على دور الكاريكاتير في معالجة قضايا السلم المجتمعي ومكافحة التطرف من خلال استخدام المنهج التجريبي، وبالاعتماد على نظرية تمثيل المعلومات، حيث تتواكب الدراسة الحالية مع الاتجاه المتزايد نحو البحوث التجريبية المتعمقة في الدراسات الإعلامية.

2. أما من الناحية التطبيقية، فإن الدراسة الحالية تهتم بدراسة مدى فعالية رسوم الكاريكاتير في إحداث تأثيرات معرفية ووجدانية وعليه سلوكية في الجمهور، الأمر الذي يتعلق بأهمية هذا الفن الذي انتقل من الصحافة المطبوعة إلى فضاء الإعلام الرقمي والصحافة الإلكترونية، مما يستدعي الوصول إلى مجموعة من المحددات التي من شأنها التأكيد على أهمية الدور الذي تؤديه الرموز ودلالاتها خاصة عند معالجة فن الكاريكاتير لقضية أساليب التطرف ومكافحته من أجل تحقيق السلم المجتمعي.

#### أهداف الدراسة:

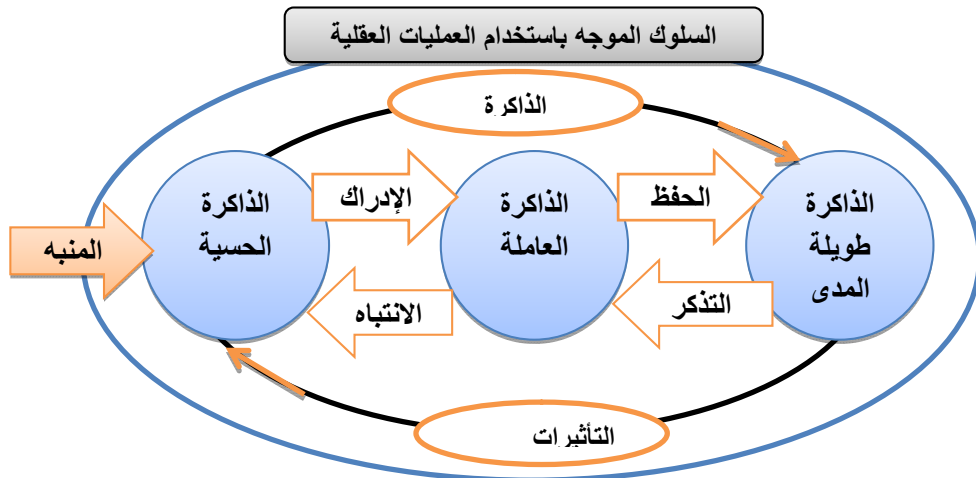
1. تحليل أساليب معالجة رسوم الكاريكاتير لقضايا السلم المجتمعي ومكافحة التطرف عقب أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام.
2. تحديد الأهداف التي طرحتها رسوم الكاريكاتير في معالجتها لقضايا السلم المجتمعي ومكافحة التطرف.
3. صياغة مجموعة من المحددات المتعلقة بتوظيف الدلالات الرمزية واللغوية برسوم الكاريكاتير.
4. معرفة اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو التطرف والسلم المجتمعي.
5. الربط بين تعرض المبجوثين لرسوم الكاريكاتير عقب أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام ودرجة تذكرهم لموضوعات الكاريكاتير والرموز المستخدمة.

6. تفسير التأثيرات المعرفية والوجدانية والتذكرية الناتجة عن تعرض المبحوثين لرسوم الكاريكاتير.

### الإطار النظري للدراسة:

#### نظرية تمثيل المعلومات Information Processing Theory

تُعد إحدى النظريات المستخدمة في تفسير عمليات الإدراك وكيفية استيعاب المعلومات من خلال العمليات الإدراكية. وقد أسهمت في تقديم تفسير علمي دقيق لكيفية بناء المعاني والدلالات الرمزية التي يتعرض لها الفرد يوميًا وبشكل متزايد، وكذلك في وضع عدد من التحليلات والتفسيرات المتعلقة بالتدفق المعرفي<sup>14</sup>. إن وجود المنبهات متضمنًا في عملية الإدراك قد أسهم في تفسير المشاعر، والمعاني التي تستند إلى خبرات الفرد. فنظرية تمثيل المعلومات تفترض أن هناك عمليات مختلفة في الذاكرة تؤثر في الاستجابات الإدراكية للمثير، حيث تحدث هذه العمليات الإدراكية قبل استجابة الفرد للمنبهات، فجميع الوظائف الإدراكية مرتبطة بالخبرات السابقة والاتجاهات والمعتقدات والتفضيلات، وتمر جميع تلك العمليات بأخرى مثل الانتباه والإدراك والتذكر<sup>15</sup>. وفقًا لما أشار إليه إنتمان (Robert M. Entman) في دراسته حول: "تأثيرات وسائل الإعلام: ما يفكر به الجمهور"، أوضح أن وسائل الإعلام تؤثر فيما يفكر فيه الناس ويعتقدونه وليس فيما يفكرون به، كما تؤثر في تفضيلاتهم وتقييماتهم للموضوعات والقضايا خاصة القضايا ذات البعد الاجتماعي والسياسي<sup>16</sup>.



شكل (1): يوضح تفسير عملية الاستجابة للمنبهات في نظرية تمثيل المعلومات

إن التعرض لمضمون وسائل الإعلام "هو عملية معالجة معرفية يحددها التركيب العقلي (Mental Structure) للفرد والذي يتكون من المعرفة المجردة"، بحيث تعكس الخصائص الأصلية والسمات العامة للتجربة الذاتية الفرد. وعليه فإن التعرض للوسيلة يؤثر في معالجة المعلومات<sup>17</sup>. ومن خلال وصف نيومان (Neuman) فإن هذا الجانب من المعالجة المعرفية يتم من خلال تنشيط المهارات، وعليه فإن إدراك الأفراد قد يتأثر بالاستراتيجيات الإقناعية والرموز المستخدمة في وسائل الإعلام، وإن البيئة المحيطة بالفرد لديها القدرة على إثارة عمليات انتباه عامة معينة تخزنها ذاكرة الفرد لتصبح بمثابة "مخطط فكري" يؤثر في معالجة المعلومات<sup>18</sup>.

في ضوء ما سبق توظف الدراسة الحالية نظرية تمثيل المعلومات من خلال اختبار العلاقة بين التعرض لرسوم الكاريكاتير التي تعالج قضايا السلم المجتمعي ومكافحة التطرف بالمواقع الإخبارية موضع الدراسة، ومدى فهم وإدراك الدلالات والرموز التي تحملها.

تساؤلات الدراسة:

1. ما أهم المواقع الإلكترونية التي يتعرض لها الباحثون؟
2. ما مدى تعرض الباحثين للكاريكاتير بمواقع الصحف الإلكترونية؟
3. ما دوافع تعرض الباحثين للكاريكاتير بمواقع الصحف الإلكترونية؟
4. ما عوامل جذب الكاريكاتير للباحثين بمواقع الصحف الإلكترونية؟
5. ما درجة اعتماد الباحثين على الكاريكاتير بمواقع الصحف الإلكترونية في الحصول على المعلومات؟
6. ما مدى مناقشة الباحثين للمعلومات ووجهات النظر المقدمة بالكاريكاتير مع الآخرين؟
7. ما درجة متابعة الباحثين لقضايا التطرف وأساليب مكافحته برسوم الكاريكاتير المنشورة بمواقع الصحف الإلكترونية؟
8. ما اتجاهات الباحثين نحو قضايا السلم المجتمعي ومكافحة التطرف؟
9. ما درجة تذكّر الباحثين للموضوعات التي تناولتها رسوم الكاريكاتير عقب أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام؟
10. ما درجة تذكّر الباحثين للرموز المستخدمة في معالجة قضايا التطرف والسلم المجتمعي برسوم الكاريكاتير؟

11. ما اتجاهات الباحثين نحو وظيفة الكاريكاتير عقب أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام؟

12. ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والتذكيرية الناتجة عن تعرض الباحثين للكاريكاتير عقب أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام؟

فروض الدراسة:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين بعينتي الدراسة في درجة الاعتماد على الكاريكاتير بالصحف الإلكترونية.

2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينتي الدراسة (الضابطة والتجريبية) في درجة تذكرهم لدلالات رسوم الكاريكاتير.

3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينتي الدراسة (الضابطة والتجريبية) في درجة تذكرهم للموضوعات التي عالجتها رسوم الكاريكاتير.

4. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للكاريكاتير واتجاهات الباحثين بعينتي الدراسة نحو قضايا السلم المجتمعي ومكافحة التطرف.

5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين بعينتي الدراسة في التأثيرات المعرفية والوجدانية.

**الإطار المنهجي والإجرائي:**

1- نوع الدراسة:

تعد الدراسة الحالية دراسة شبه تجريبية، تهتم بدراسة ووصف العلاقة بين التعرض لفن الكاريكاتير الصحفي الذي يعالج قضية السلم المجتمعي ومكافحة التطرف، والتأثيرات المعرفية والوجدانية الناتجة عن العمليات الإدراكية لدى الباحثين، من أجل التوصل إلى براهين علمية ونتائج يمكن تعميمها والتنبؤ بها في دراسة الظاهرة الحالية.

2- منهج الدراسة:

اعتمدت الباحثة على المنهج التجريبي، والذي يساعد على التحكم في متغيرات الدراسة والقياس الدقيق للفروض، حيث تعد تلك الدراسة من الدراسات شبه التجريبية. وقد تم تطبيق المنهج التجريبي باستخدام مجموعتين، إحداهما تجريبية، وأخرى ضابطة؛ لاختبار تأثيرات التعرض لفن الكاريكاتير بالصحف الإلكترونية موضع الدراسة المعرفية والوجدانية نحو تعزيز السلم المجتمعي ومكافحة التطرف، ولتحديد المتغيرات المؤثرة في وجود فروق في تمثيل المعلومات بين الذين تعرضوا للتجربة والذين لم يتعرضوا.

### 3- أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة على استمارة الاستبيان لتسجيل المبحوثين إجاباتهم عن أسئلتها، بهدف قياس متغيرات الدراسة في إطار توظيف منهج المسح الإعلامي للجمهور للتحقق من فروض الدراسة.

تم تصميم استمارة الاستبيان للجمهور وتقسيمها إلى عدد من المحاور:

#### أ. إجراءات الصدق والثبات:

سعت الباحثة للتحقق من صدق أداة الدراسة من خلال عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين الأكاديميين<sup>19</sup>، وأجريت التعديلات المطلوبة بناءً على توجيهاتهم. كما طبقت إجراءات الثبات من خلال استخدام أسلوب إعادة الاختبار من خلال التطبيق الأولي Pre-Test للاستمارة على عينة عشوائية ضمت 20 مبحوثاً، وذلك بعد أسبوع من التطبيق الأول للاستمارة على نفس المبحوثين، ثم مقارنة نتائج المقابلتين. وكانت قيمة معامل الثبات هي 0,90، وهي قيمة تدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين في استمارة الاستبيان رغم مرور فترة زمنية على إجاباتهم الأولى، وهي قيمة تشير إلى ثبات المقياس.

وبجانب استمارة الاستبيان اعتمدت الدراسة على أداة المقابلة للتحقق من صحة النتائج والفروض، ولإيجاد تفسيرات لمتغيرات الدراسة والعلاقة التي تحدها من خلال إجراء مقابلة مع المبحوثين.

#### ب. المنهجية المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة:

1. إدراك المعلومات (تأثيرات معرفية): ويقصد بها إدراك الجمهور للمعلومات المقدمة برسوم الكاريكاتير عن التطرف وأساليب مكافحته، وذلك باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي: موافق إلى حد كبير 3 درجات، إلى حد ما درجتان، غير موافق درجة واحدة، وقُسمت درجات المقياس بعد "إدراك المعلومات" إلى معرفة منخفضة (من صفر-3 درجات)، وتراوحت درجات المعرفة المتوسطة (من 4 - 6 درجات)، وتراوحت درجات المعرفة المرتفعة (من 7 - 9 درجات).

2. الذاكرة الحديثة (التأثيرات الوجدانية): ويُقصد هنا التأثيرات الوجدانية المخزنة بالذاكرة الوجدانية التي تعبر عن مشاعر الفرد. وقُسمت درجات مقياس بعد الذاكرة الحديثة باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي: موافق إلى حد كبير 3 درجات، إلى حد ما درجتان، غير موافق درجة واحدة. وقُسمت درجات مقياس بعد "الذاكرة الحديثة" إلى معرفة منخفضة (من صفر-3 درجات)، وتراوحت

درجات المعرفة المتوسطة (من 4 - 6 درجات)، وتراوحت درجات المعرفة المرتفعة (من 7 - 9 درجات).

3. الذاكرة الدلالية (تمثيل المعلومات): وفيها تخزن المعلومات والرموز والدلالات في عقل الفرد بالذاكرة طويلة المدى لتخلق تصوره للعلاقات والصور المتضمنة في المعلومات المتدفقة عبر تعرضه للوسيلة، وقسمت درجات مقياس بعد "تمثيل المعلومات" إلى معرفة منخفضة (من صفر - 3 درجات)، وتراوحت درجات المعرفة المتوسطة (من 4 - 6 درجات)، وتراوحت درجات المعرفة المرتفعة (من 7 - 9 درجات).

#### المتغيرات البحثية:

- المتغير المستقل: رسوم الكاريكاتير بالصحف الإلكترونية التي تعزز من السلم المجتمعي ومكافحة التطرف وأساليبه.
- المتغير التابع: التأثيرات المعرفية والإدراكية والتذكيرية للكاريكاتير لدى مستخدميه من الطلاب.

#### مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي دارسي الصحافة، بوصفهم أكثر فئة استخدامًا للإنترنت، والأكثر تعرضًا لمختلف الأشكال الصحفية.

#### عينة الدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية على عينة عمدية متمثلة في الشباب الجامعي من طلاب الفرقة الثالثة شعبة الصحافة بقسم علوم الاتصال والإعلام كلية الآداب جامعة عين شمس قوامها (58) مبحوثًا، واستخدمت الدراسة مجموعة تجريبية وأخرى ضابطة، وتم عرض كافة رسوم الكاريكاتير على أفراد المجموعة الضابطة، والتي شملت 18 رسمًا كاريكاتيرًا منشورًا بالموقع الإلكتروني لصحيفتي (المصري اليوم، واليوم السابع)، وأجريت المقابلات التجريبية خلال الفترة من 1 - 10 ديسمبر 2020.

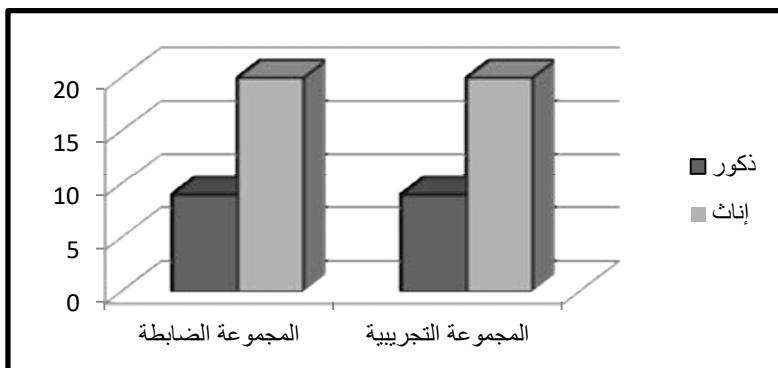
#### مبررات اختيار العينة:

- السهولة النسبية للوصول إلى شريحة الطلاب وتوزيعهم في مجموعات تجريبية، بالإضافة إلى ملاءمة القاعات الجامعية لإجراء دراسة ميدانية تجريبية.
- كثافة تعرض الطلاب للصحف الإلكترونية وتصفحها للمواقع الإخبارية، وارتباط مجال تخصصهم بتطبيق جميع أشكال الفنون الصحفية.



- لارتباط دراستهم لأحد مقررات الصحافة بفن الكاريكاتير الصحفي، ومن ثم قدرتهم على استيعاب المتغيرات البحثية وأسئلة استمارة الاستبيان، ومن ثم الإجابة عليها لوجود معرفة سابقة بطبيعة فن الكاريكاتير.

الخصائص الديموغرافية للمبحوثين:



شكل (2): توزيع أفراد العينة بالمجموعة الضابطة والمجموعة التجريبية وفقاً لمتغير النوع

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة تم ترميزها ومن ثم إدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ Statistical Package For the Social Sciences، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- الأوزان المرجحة والأوزان النسبية.
- معامل التوافق Contingency Coefficient الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من  $2 \times 2$ ، وعدت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة معامل التوافق أقل من 0.30، ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30-0.70، وقوية إذا زادت عن 0.70.

- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة العلاقة الارتباطية واتجاهها بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)، وعدت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة معامل التوافق أقل من 0.30، ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30-0.70، وقوية إذا زادت عن 0.70.
- اختبار T-Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

#### التعريفات الإجرائية:

- السلم المجتمعي: هو التعايش السلمي والوثام الإنساني والإخاء بين المواطنين، الناتج عن التفاهم والحوار المشترك، وإرساؤه يعد عنصر قوة في بناء وتطور المجتمع.

#### نتائج الدراسة:

تستعرض الباحثة فيما يأتي النتائج العامة للدراسة:

المحور الأول: بيئة الاتصال الخاصة بالمبحوثين.

جدول (1): مدى تعرض المبحوثين لمواقع الصحف الإلكترونية

المجموعة الضابطة		المجموعة التجريبية		درجة المتابعة
%	ك	%	ك	
69	20	44.8	13	دائماً
31	9	55.2	16	أحياناً

\*ن=58.

يتضح من نتائج الجدول السابق تباين درجة متابعة المبحوثين لمواقع الصحف الإلكترونية بالمجموعتين التجريبية والضابطة، فقد تمثلت درجة متابعة المبحوثين بالمجموعة التجريبية لمواقع الصحف الإلكترونية (أحياناً) بنسبة بلغت 55.2%، يليها المتابعة (دائماً) بنسبة 44.8%. بينما بلغت درجة متابعة المبحوثين بالمجموعة الضابطة لمواقع الصحف الإلكترونية: المتابعة (دائماً) بنسبة بلغت 69%، يليها المتابعة (أحياناً) بنسبة 31%. الأمر الذي يشير إلى حرص المبحوثين بالمجموعتين المتماثلتين في المتغيرات الديمغرافية (السن- المستوى التعليمي) على متابعة الصحف الإلكترونية بدرجة كبيرة.

جدول (2): مدى تعرض الباحثين لمواقع الصحف الإلكترونية

درجة المتابعة	المجموعة الضابطة						المجموعة التجريبية					
	نادراً		أحياناً		دائماً		نادراً		أحياناً		دائماً	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأهرام	12	41.4	10	35.5	7	24.1	7	24.1	18	62.1	4	13.8
الأخبار	14	48.3	10	35.5	5	17.2	11	37.9	8	27.6	10	34.5
روزاليوسف	19	65.5	7	24.1	3	10.3	16	55.2	6	20.7	7	24.1
المصري اليوم	10	35.5	13	44.8	6	20.7	8	27.6	11	37.9	10	34.5
اليوم السابع	6	20.7	11	37.9	12	41.4	5	17.2	6	20.7	18	62.1
الوطن	16	55.2	11	37.9	2	6.9	11	37.9	13	44.8	5	17.2
الوفد	21	72.5	7	24.1	1	3.4	20	69	6	20.7	3	10.3

\*ن=58.

يتضح من نتائج الجدول السابق أن موقع (اليوم السابع) و(المصري اليوم) و(الأخبار) الأعلى من حيث درجة متابعة الباحثين، وذلك بوزن نسبي بلغ 81.60%، و 68.96%، و 65.51% على التوالي بالمجموعة التجريبية لصالح المتابعة الدائمة، أما بالنسبة للباحثين بالمجموعة الضابطة فقد جاء موقعا (اليوم السابع) و(المصري اليوم) في صدارة مواقع الصحف الإلكترونية التي يتابعها الباحثون بوزن نسبي بلغ 73.56%، و 62.06% على التوالي لصالح المتابعة الدائمة.

مما يؤكد النتيجة التي توصلت إليها الدراسة الاستطلاعية من اعتماد الباحثين على موقعي (المصري اليوم) و(اليوم السابع) في الحصول على المعلومات بشكل عام، ومتابعة الكاريكاتير على وجه التحديد.

جدول (3): مدى تعرض الباحثين للكاريكاتير بمواقع الصحف الإلكترونية

المجموعة الضابطة	المجموعة التجريبية		التعرض للكاريكاتير
	ك	%	
3.4	1	10.3	دائماً
69	20	65.5	أحياناً
27.6	8	24.1	نادراً

\*ن=58.

يتضح من نتائج الجدول السابق فيما يتعلق بمدى تعرض الباحثين للكاريكاتير بمواقع الدراسة، متابعة الباحثين بالمجموعتين التجريبية والضابطة للكاريكاتير (أحياناً)

بنسبة 65.5%، و59% على التوالي، وفي المرتبة التالية التعرض (نادراً) لدى الباحثين بالمجموعة التجريبية بنسبة 24.1%، ثم (دائماً) بنسبة 10.3%. أما بالنسبة لتعرض الباحثين بالمجموعة الضابطة للكاريكاتير بمواقع الصحف الإلكترونية فجاء في المرتبة الثانية التعرض (نادراً) بنسبة 27.6%، وفي المرتبة الأخيرة التعرض (دائماً) بنسبة 3.4%. مما يشير إلى متابعة الباحثين للكاريكاتير المنشور بمواقع الصحف الإلكترونية بدرجة متوسطة لكل من المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة.

جدول (4): عوامل جذب الباحثين للكاريكاتير بمواقع الصحف الإلكترونية

المجموعة الضابطة		المجموعة التجريبية		عوامل الجذب
%	ك	%	ك	
15	11	6	5	إمكانية الاسترجاع
16.4	12	23	19	الحرية في طرح وجهات النظر
27.4	20	23	19	الإبداع في عرض الحدث أو القضية
19.2	14	19.2	16	أسلوب التقديم سهل الفهم
22	16	28.8	24	إمكانية المشاركة والتفاعل

\*ن أكبر 58 (يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل).

يتضح من نتائج الجدول السابق تباين آراء الباحثين عينة الدراسة بالمجموعتين التجريبية والضابطة فيما يتعلق بعوامل جذب الباحثين للكاريكاتير بمواقع الصحف الإلكترونية، حيث أجمع المبحوثون بالمجموعة التجريبية على أن (إمكانية مشاركة الكاريكاتير التي يتيحها الموقع الإلكتروني) و(إتاحة التفاعل) في مقدمة عوامل الجذب بنسبة بلغت 28.8%، يليهما كل من (الحرية في طرح وجهات النظر عبر فن الكاريكاتير) و(الإبداع في عرض الحدث أو القضية) بنسبة بلغت 23% لكل منهما، وفي المرتبة الأخيرة (إمكانية الاسترجاع) بنسبة بلغت 6%. أما عن المجموعة الضابطة فقد جاءت (الحرية في عرض الحدث أو القضية)، و(إمكانية المشاركة والتفاعل) بنسبة 27.4%، و22% على التوالي، وفي المرتبة الأخيرة (إمكانية الاسترجاع) بنسبة بلغت 15%. ومن ثم يمكن استنتاج أن عوامل الجذب لمتابعة الكاريكاتير المنشور بمواقع الصحف الإلكترونية تمزج ما بين سمات التفاعلية التي يتيحها الإعلام الرقمي وسمات فن الكاريكاتير المتعلقة بالحرية والإبداع وأسلوب عرض وتقديم القضية.

جدول (5): دوافع تعرض المبحوثين للكاريكاتير بمواقع الصحف الإلكترونية

المجموعة الضابطة		المجموعة التجريبية		دوافع التعرض للكاريكاتير
%	ك	%	ك	
27.3	9	20	6	متابعة الأحداث والقضايا
15.1	5	23.4	7	توسيع المدارك وإشباع الاهتمامات
12.1	4	6.6	2	لتكوين رأي عام تجاه الأحداث
45.5	15	46.6	14	للتحليل والنقد
-	-	3.4	1	للترفيه عبر السخرية التي يحملها الكاريكاتير

\*ن أكبر 58 (يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل).

يتضح من الجدول السابق فيما يتعلق بدوافع تعرض المبحوثين بالمجموعتين التجريبية والضابطة للكاريكاتير بمواقع الصحف الإلكترونية، أن (التحليل والنقد) جاء في مقدمة الدوافع لدى المبحوثين بالمجموعتين، وذلك بنسبة 46.6%، و 45.5% على التوالي. يليه (متابعة الأحداث والقضايا) بنسبة بلغت 20%، و 27.3% على التوالي، ثم دافع (توسيع المدارك وإشباع الاهتمامات) بنسبة بلغت 23.4%، و 15.1% على التوالي. فيما جاء (الترفيه عبر السخرية التي يحملها الكاريكاتير) بالمرتبة الأخيرة ضمن دوافع المبحوثين للتعرض لفن الكاريكاتير بالمواقع الإلكترونية. النتيجة التي تشير إلى نظر المبحوثين إلى فن الكاريكاتير بوصفه أسلوبًا إبداعيًا فنيًا يمكن من خلاله متابعة الأحداث وتكوين رأي عام تجاهها وأطرافها، وذلك من خلال التحليل والنقد الذي تتسم به معالجة فن الكاريكاتير للقضايا، والذي يساعد في توسيع المدارك وإشباع الاهتمامات.

جدول (6):

مدى اعتماد المبحوثين على الكاريكاتير بمواقع الصحف الإلكترونية للحصول على المعلومات

المجموعة الضابطة		المجموعة التجريبية		الاعتماد على الكاريكاتير
%	ك	%	ك	
10.3	3	10.3	3	إلى حد كبير
69	20	75.9	22	إلى حد ما
20.7	6	13.8	4	لا على الإطلاق

\*ن=58.

يتضح من الجدول السابق اتفاق عينة الدراسة بالمجموعتين التجريبية والضابطة على اعتمادهم بدرجة متوسطة على الكاريكاتير بمواقع الصحف الإلكترونية للحصول

على المعلومات بنسب بلغت 75.9٪، و69٪ على التوالي. مثلت نسبة عدم اعتماد الباحثين بالمجموعة التجريبية والضابطة ما نسبته 13.8٪، و20.7٪ على التوالي، فيما مثلت درجة الاعتماد الكبيرة على الكاريكاتير بالنسبة للباحثين بالمجموعة التجريبية والضابطة ما نسبته 10.3٪ لكل منهما. وتؤكد هذه النتيجة ما توصلت إليه النتيجة المتعلقة بدوافع اعتماد الباحثين على الكاريكاتير من أجل متابعة الأحداث والقضايا وتكوين رأي عام نحوها.

جدول (7): مدى مناقشة الباحثين للمعلومات ووجهات النظر التي يقدمها الكاريكاتير مع آخرين

المجموعة الضابطة		المجموعة التجريبية		مناقشة المعلومات حول القضايا
ك	%	ك	%	
1	3.4	3	10.3	دائمًا
17	58.7	15	51.7	أحيانًا
11	37.9	11	38	نادرًا

\*ن=58.

يتضح من الجدول السابق ما يتعلق بمدى مناقشة الباحثين بالمجموعتين التجريبية والضابطة للمعلومات حول القضايا التي يتناولها الكاريكاتير، فقد جاءت المناقشة مع الآخرين (أحيانًا) في المرتبة الأولى وذلك بنسب بلغت 51.7٪، و58.7٪ على التوالي. وبالنسبة للمجموعة التجريبية فقد جاء بالمرتبة الثانية المناقشة (نادرًا) بنسبة 38٪، وبالمرتبة الأخيرة المناقشة (دائمًا) بنسبة بلغت 10.3٪. وبالنسبة للمجموعة التجريبية فقد جاء بالمرتبة الثانية المناقشة (نادرًا) بنسبة 38٪، وبالمرتبة الأخيرة المناقشة (دائمًا) بنسبة بلغت 10.3٪. الأمر الذي يشير إلى اهتمام الباحثين بمناقشة القضايا التي تناولتها رسوم الكاريكاتير مع الآخرين إلى حد ما، عليه فإن الكاريكاتير مصدر للمعلومات ومناقشتها وتحليلها من أجل تبني اتجاه معين نحو القضايا والأحداث.

المحور الثاني: وعي الباحثين بمفهوم التطرف والسلم المجتمعي

جدول (8): مدى متابعة الباحثين لقضايا التطرف وأساليب مكافحته

المجموعة الضابطة		المجموعة التجريبية		درجة المتابعة
ك	%	ك	%	
9	31	15	51.7	أهتم بدرجة كبيرة
13	44.8	11	37.9	أهتم بدرجة متوسطة
7	24.1	3	10.3	أهتم بدرجة ضعيفة

\*ن=58.

يتضح من الجدول السابق اختلاف درجة اهتمام الباحثين بالمجموعتين التجريبية والضابطة بمتابعة قضايا التطرف وأساليب مكافحته، حيث اهتم الباحثون بالمجموعة التجريبية (بدرجة كبيرة) بمتابعة قضايا التطرف وأساليب مكافحته بنسبة بلغت 51.7%، وفي المرتبة التالية الاهتمام (بدرجة متوسطة) بنسبة 37.9%، وبالمرتبة الأخيرة الاهتمام (بدرجة ضعيفة) بنسبة 10.3%. بينما اهتم الباحثون بالمجموعة الضابطة (بدرجة متوسطة) بمتابعة قضايا التطرف وأساليب مكافحته بنسبة بلغت 44.8%، وفي المرتبة التالية اهتمام الباحثون (بدرجة كبيرة) بنسبة بلغت 31%، وبالمرتبة الأخيرة الاهتمام (بدرجة ضعيفة) بنسبة بلغت 24.1%. مما يشير إلى وجود تباين في درجة اهتمام الباحثين بالمجموعتين التجريبية والضابطة بمتابعة قضايا التطرف وأساليب مكافحته.

جدول (9): مدى ملاحظة الباحثين لمعالجة قضايا التطرف وأساليب مكافحته بالكاريكاتير بمواقع الصحف الإلكترونية التي يتابعونها

المجموعة الضابطة		المجموعة التجريبية		معالجة الكاريكاتير للتطرف
%	ك	%	ك	
24	7	93	27	نعم، عالج الكاريكاتير التطرف وأساليب مكافحته
75.9	22	7	2	لا، لم يعالج الكاريكاتير التطرف وأساليب مكافحته

\*ن=58

يتضح من الجدول السابق اختلاف الباحثين بالمجموعتين التجريبية والضابطة من حيث مدى ملاحظتهم لمعالجة الكاريكاتير لقضايا التطرف وأساليب مكافحته بمواقع الصحف الإلكترونية التي يتابعونها، حيث أجمع 93% من الباحثين بالمجموعة التجريبية أن الكاريكاتير قد تناول قضايا التطرف، فيما أجمع 76% من الباحثين بالمجموعة الضابطة أن الكاريكاتير لم يتناول قضايا التطرف. مما يشير إلى تباين الباحثين بالمجموعتين التجريبية والضابطة لدرجة تذكروهم مدى معالجة الكاريكاتير بمواقع الصحف الإلكترونية لقضايا التطرف.

جدول (10): تصور الباحثين لمفهوم التطرف

المجموعة الضابطة	المجموعة التجريبية	المفهوم
الوزن النسبي	الوزن النسبي	
82.75	89.65	تجاوز حد الاعتدال فكريًا وسلوكيًا
72.41	80.45	اتخاذ موقف متشدد في الاستجابة للمواقف الاجتماعية
79.31	79.31	الخروج عن القواعد الفكرية والقيم والمعايير السلوكية في المجتمع
72.41	82.75	الجمود العقائدي والانغلاق العقلي والتعصب
74.71	85.05	الإرهاب النفسي أو المادي أو الفكري بهدف تحقيق أهداف سياسية
70.11	75.86	عدم الاعتراف بالرأي الآخر ورفض الحوار
74.71	82.75	سلوك اندفاعي يحركه فكر ديني متشدد أو حركة سياسية

\*ن=58.

يتضح من الجدول السابق مفهوم التطرف لدى أفراد عينة المجموعة التجريبية، فقد جاء (تجاوز حد الاعتدال فكريًا وسلوكيًا) في صدارة التعريفات التي يتبناها الباحثون بوزن نسبي بلغ 89.65٪، يليه بالمرتبة الثانية (الإرهاب النفسي أو المادي أو الفكري بهدف تحقيق أهداف سياسية) بوزن نسبي بلغ 85.5٪، وبالمرتبة الثالثة كل من (الجمود العقائدي والانغلاق العقلي) و(سلوك اندفاعي يحركه فكر ديني متشدد أو حركة سياسية) بوزن نسبي بلغ 82.75٪، فيما جاء (عدم الاعتراف بالرأي الآخر ورفض الحوار) بالمرتبة الأخيرة بوزن نسبي بلغ 75.86٪، أما مفهوم التطرف لدى أفراد عينة المجموعة الضابطة فقد جاء (تجاوز حد الاعتدال فكريًا وسلوكيًا) في صدارة التعريفات التي يتبناها الباحثون بوزن نسبي بلغ 82.75٪، يليه بالمرتبة الثانية (الخروج عن القواعد الفكرية والقيم والمعايير السلوكية في المجتمع) بوزن نسبي بلغ 79.31٪، وبالمرتبة الثالثة كل من (الإرهاب النفسي أو المادي أو الفكري بهدف تحقيق أهداف سياسية) و(سلوك اندفاعي يحركه فكر ديني متشدد أو حركة سياسية) بوزن نسبي بلغ 74.71٪، وبالمرتبة الأخيرة (عدم الاعتراف بالرأي الآخر ورفض الحوار) بوزن نسبي بلغ 70.11٪. وعليه تتقارب المجموعتان التجريبية والضابطة من حيث تصوراتهم حول مفهوم التطرف، حيث اعتبرت المجموعة التجريبية التطرف سلوكًا يُنتهج لتحقيق أهداف جماعات وصورته الإرهاب، بينما اعتبرت المجموعة الضابطة التطرف في الأساس قواعد فكرية وأيديولوجية.



جدول (11): تصور الباحثين لمفهوم السلم المجتمعي

المفهوم	المجموعة التجريبية	المجموعة الضابطة
	الوزن النسبي	الوزن النسبي
التعايش السلمى والوثام الإنسانى	92.25	91.95
نشر الإخاء بين المواطنين	88.50	95.40
تعزيز التفاهم والحوار المشترك بين أطراف المجتمع المختلفة	91.95	94.25
السلام كحالة منافية للحرب	86.20	87.35
حفظ الأنفس والمعتقدات والحقوق بين مكونات المجتمع الواحد	91.95	86.20
الوحدة والتعاون لتحقيق المصلحة الوطنية	90.80	93.10

\*ن=58.

يتضح من الجدول السابق مفهوم السلم المجتمعي لدى أفراد عينة المجموعة التجريبية، فقد جاء (التعايش السلمى والوثام الإنسانى) في صدارة التعريفات التي يتبناها الباحثون بوزن نسبي بلغ 92.25%، يليه بالمرتبة الثانية (تعزيز التفاهم والحوار المشترك بين أطراف المجتمع المختلفة) و(حفظ الأنفس والمعتقدات والحقوق بين مكونات المجتمع الواحد) بوزن نسبي بلغ 91.95%، وبالمرتبة الثالثة (الوحدة والتعاون لتحقيق المصلحة الوطنية) بوزن نسبي بلغ 90.80%، وبالمرتبة الأخيرة جاءت عبارة (السلام كحالة منافية للحرب) بوزن نسبي بلغ 86.20%. أما مفهوم السلم المجتمعي لدى أفراد عينة المجموعة الضابطة فقد جاء (نشر الإخاء بين المواطنين) في صدارة التعريفات التي يتبناها الباحثون بوزن نسبي بلغ 95.40%، يليه بالمرتبة الثانية (تعزيز التفاهم والحوار المشترك بين أطراف المجتمع المختلفة) بوزن نسبي بلغ 94.25%، ثم (الوحدة والتعاون لتحقيق المصلحة الوطنية) بالمرتبة الثالثة بوزن نسبي بلغ 93.10%، وبالمرتبة الأخيرة جاءت عبارة (حفظ الأنفس والمعتقدات والحقوق بين مكونات المجتمع الواحد) بوزن نسبي بلغ 86.20%. وعليه تتقارب المجموعتان التجريبية والضابطة من حيث تصوراتهم حول مفهوم السلم المجتمعي، فهو التعايش السلمى والإخاء والتفاهم والحوار من أجل تحقيق الوحدة الوطنية.

## المحور الثالث: أثر تعرض المبحوثين للكاريكاتير عقب أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام

جدول (12): مدى تذكر المبحوثين للموضوعات الظاهرة في الكاريكاتير عقب أزمة تصريحات

### ماكرون المعادية للإسلام

المجموعة الضابطة						المجموعة التجريبية						المجموعة
مرتفعة		متوسطة		منخفضة		مرتفعة		متوسطة		منخفضة		درجة التذكر
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الموضوعات
31	9	31	9	38	11	51.7	15	41.3	12	7	2	التطرف والعنصرية
27.5	8	31	9	41.3	12	44.8	13	44.8	13	10.2	3	خطاب الكراهية والتحريض
31	9	20.7	6	48.3	14	31	9	31	9	38	11	ازدواجية موقف الإخوان من الرسوم المسيئة للأنبياء
27.5	8	38	11	34.5	10	41.3	12	48.3	14	10.2	3	استغلال تركيا السياسى لتصريحات ماكرون
34.5	10	41.3	12	24.1	7	44.8	13	41.3	12	13.8	4	التجارة باسم الدين
65.5	19	13.8	4	20.7	6	55.2	16	41.3	12	3.3	1	تشويه صورة الإسلام الحقيقي على يد المتطرفين
17.3	5	27.5	8	55.2	16	27.5	8	24.1	7	48.3	14	تصحيح الصورة الخاطئة عن الإسلام
38	11	24.1	7	38	11	34.5	10	27.5	8	38	11	مقاطعة البضائع الفرنسية

\*ن=58.

بلغ إجمالي درجات التمثيل والتذكر المرتفع لموضوعات رسوم الكاريكاتير المنشورة عقب أزمة تصريحات ماكرون لدى أفراد المجموعتين التجريبية والضابطة 82، 79 درجة على التوالي، مقابل 87، 66 درجة للتذكر المتوسط، 47، 87 درجة للتذكر المنخفض.

ويتضح من الجدول السابق ما يتعلق بمدى تذكر المبحوثين بالمجموعتين التجريبية والضابطة؛ للموضوعات التي تناولتها رسوم الكاريكاتير بمواقع الصحف الإلكترونية عقب أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام، فقد بلغت أعلى نسب تذكر لدى أفراد العينة التجريبية، فيما جاءت أقل معدلات التذكر للموضوعات لدى أفراد المجموعة الضابطة. وعلى مستوى الموضوعات جاءت قضية (تشويه صورة الإسلام الحقيقي على يد المتطرفين) في المرتبة الأولى من حيث تذكر المبحوثين بالمجموعتين التجريبية والضابطة بنسب بلغت 55.2%، و65.5% على التوالي، وفي المرتبة التالية جاء (التطرف والعنصرية)، و(التجارة باسم الدين) و(خطاب الكراهية والتحريض) بنسب بلغت

51.7%، و44.8%، و44.8% على التوالي لدى أفراد المجموعة التجريبية، وتمثل التذكر المتوسط للقضايا في (استغلال تركيا السياسي لتصريحات ماكرون) بنسبة 48.3%، وجاءت قضية (تصحيح الصورة الخاطئة عن الإسلام) في مقدمة القضايا من حيث التذكر المنخفض لدى أفراد المجموعة التجريبية بنسبة بلغت 48.3%. بينما جاءت قضية (التجارة باسم الدين) الأعلى ضمن نسب التذكر المتوسط للقضايا لدى أفراد المجموعة الضابطة بنسبة بلغت 41.3%، وجاءت قضية (تصحيح الصورة الخاطئة عن الإسلام) في مقدمة القضايا من حيث التذكر المنخفض لدى أفراد المجموعة الضابطة بنسبة بلغت 55.2%. مما يشير إلى وجود نسبة تذكر أعلى للموضوعات التي عالجتها رسوم الكاريكاتير عقب أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام، وذلك لصالح عينة المبحوثين بالمجموعة التجريبية، مما يؤكد أثر التعرض لرسوم الكاريكاتير محل الدراسة على مستويات بناء تمثيل المعلومات لدى المبحوثين.

جدول (13): مدى تذكر المبحوثين للرموز الظاهرة في الكاريكاتير عقب أزمة تصريحات ماكرون

#### المعادية للإسلام

المجموعة الضابطة		المجموعة التجريبية						المجموعة				
مرتفعة		متوسطة		منخفضة		مرتفعة		متوسطة		منخفضة		درجة التذكر
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الرموز
62.1	18	-	-	37.9	11	13.8	4	34.5	10	51.7	15	الدماء
3.4	1	27.6	8	69	20	34.5	10	24.1	7	41.4	12	الجمام
27.6	8	-	-	72.4	21	41.4	12	24.1	7	34.5	10	أسلحة وذخيرة
10.3	3	-	-	89.7	26	31	9	-	-	69	20	سلاح أبيض (خنجر/سيف)
10.3	3	24.1	7	65.5	19	44.8	13	20.7	6	34.5	10	ملابس وطلاء أسود
13.8	4	-	-	86.2	25	20.7	6	10.3	3	69	20	حمامة تحمل غصن الزيتون

\*ن=58.

بلغ إجمالي درجات التمثيل والتذكر المرتفع للرموز الظاهرة برسوم الكاريكاتير المنشورة عقب أزمة تصريحات ماكرون لدى أفراد المجموعتين التجريبية والضابطة 54، 37 درجة على التوالي، مقابل 33، 15 درجة للتذكر المتوسط، 76، 122 درجة للتذكر المنخفض.

ويتضح من الجدول السابق ما يتعلق بمدى تذكر المبحوثين بالمجموعتين التجريبية والضابطة للرموز الظاهرة برسوم الكاريكاتير المنشورة بمواقع الصحف الإلكترونية عقب أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام، فقد بلغت أعلى نسب تذكر لدى أفراد العينة التجريبية، فيما جاءت أقل نسب التذكر للموضوعات لدى أفراد المجموعة الضابطة. فقد

جاء رمز (الملابس والطلاء الأسود) الأعلى في درجة التذكر المرتفعة لدى أفراد المجموعة التجريبية بنسبة بلغت 44.8%، أما رمزا (حمامة السلام)، و(السلاح الأبيض) فسجلا أعلى نسبة في معدل التذكر المنخفض لدى أفراد المجموعة التجريبية بنسبة بلغت 69%، وأما (الدماء) كرمز فقد جاء ضمن أعلى نسبة للتذكر المتوسط حيث بلغ 43.5%. أما عن معدلات تذكر أفراد المجموعة الضابطة للرموز فقد كانت (الدماء) كرمز ظاهر في الكاريكاتير الأعلى بنسبة تذكر بلغت 62.1%، فيما انخفضت معدلات تذكر أفراد المجموعة الضابطة لباقي الرموز التي وظفها رسامو الكاريكاتير لدي معالجتهم للقضية. مما يشير إلى وجود نسبة تذكر أعلى للرموز الظاهرة في رسوم الكاريكاتير التي تناولت قضايا التطرف والسلم المجتمعي عقب أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام، وذلك لصالح عينة الباحثين بالمجموعة التجريبية، مما يؤكد أثر التعرض لرسوم الكاريكاتير محل الدراسة في مستويات بناء تمثيل المعلومات لدى الباحثين.

جدول (14): مدى تذكر الباحثين لسمات التعليق المصاحب للكاريكاتير

المجموعة الضابطة						المجموعة التجريبية						المجموعة
مرتفعة		متوسطة		منخفضة		مرتفعة		متوسطة		منخفضة		درجة التذكر
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	السمات
55.2	16	-	-	44.8	13	55.2	16	10.3	3	34.5	10	التعليق في حوار بين شخصيات الكاريكاتير
17.2	5	3.4	1	79.3	23	27.6	8	-	-	72.4	21	التعليق كونه عنواناً يعلو الكاريكاتير
34.5	10	31.0	9	34.5	10	41.4	12	24.1	7	34.5	10	التعليق هو جملة داخل تكوين الكاريكاتير
20.7	6	31.0	9	48.3	14	31.0	9	69	20	-	-	التعليق حمل دلالات لفظية مباشرة
75.9	22	-	-	24.1	7	51.7	15	34.5	10	13.8	4	التعليق حمل دلالات ضمنية
3.4	1	27.6	8	69.0	20	17.2	5	31	9	51.7	15	التعليق مزج بين الدلالات المباشرة والدلالات الضمنية معاً
-	-	72.4	21	27.6	8	55.2	16	-	-	44.8	13	لا يوجد تعليق

\*ن=58.

بلغ إجمالي درجات التمثيل والتذكر المرتفع للرموز الظاهرة برسوم الكاريكاتير المنشورة عقب أزمة تصريحات ماكرون لدى أفراد المجموعتين التجريبية والضابطة 81، 60 درجة على التوالي، مقابل 49، 48 درجة للتذكر المتوسط، 73، 95 درجة للتذكر المنخفض.

ويتضح من الجدول السابق ما يتعلق بمدى تذكر الباحثين بالمجموعتين التجريبية والضابطة لسمات التعليق المصاحب لرسوم الكاريكاتير بمواقع الصحف الإلكترونية عقب أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام، فقد بلغت أعلى نسب تذكر لدى أفراد العينة التجريبية، فيما جاءت أقل معدلات التذكر لدى أفراد المجموعة الضابطة. ومثلت عبارتا (التعليق في حوار بين شخصيات الكاريكاتير) و(بدون تعليق) أعلى نسب في معدل التذكر المرتفع لدى أفراد العينة التجريبية بنسبة بلغت 55.2٪، وتمثل التذكر المتوسط في (التعليق حمل دلالات لفظية مباشرة) بنسبة 69٪، بينما مثلت عبارة (التعليق كونه عنواناً يعلو الكاريكاتير) التذكر المنخفض بنسبة بلغت 72.4٪. ومثلت عبارتا (التعليق في حوار بين شخصيات الكاريكاتير) و(التعليق حمل دلالات لفظية مباشرة) أعلى نسب في معدل التذكر المرتفع لدى أفراد العينة الضابطة، وتمثل التذكر المتوسط في (بدون) بنسبة 72.4٪، فيما مثل (التعليق كونه عنواناً يعلو الكاريكاتير) في التدرج المنخفض بنسبة بلغت 79.3٪.

**المحور الرابع: اتجاهات الباحثين نحو دور الكاريكاتير عقب أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام**

جدول (15): اتجاه الباحثين نحو وظيفة الكاريكاتير عقب الأزمة

المجموعة الضابطة			المجموعة التجريبية			المجموعة الاتجاه
الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
74.70	0.4977	2.241	75.50	0.3619	2.265	سلبى
48.13	0.4214	1.444	45.60	0.1893	1.368	إيجابي

\*ن=58.

يتضح من الجدول السابق أن اتجاه أفراد العينة من الباحثين بالمجموعتين التجريبية والضابطة نحو دور الكاريكاتير عقب أزمة تصريحات ماكرون كان سلبياً بوزنين نسبين بلغا 75.50٪، 74.70٪ على التوالي. وقد أرجع أفراد عينتي الدراسة بالمجموعة التجريبية والضابطة ذلك إلى أن الكاريكاتير اعتمد فقط على النقد ولم يقدم حلولاً، وأن السخرية لم توظف بشكل فعال حيث اختلف تأويل الرموز وبعضها كان يصعب فهم دلالاته، ومن الجوانب الإيجابية التي اتفق عليها الباحثون بالمجموعتين التجريبية والضابطة أن الكاريكاتير كان مصدرًا للمعارف والمعلومات، كما ساعد في تكوين اتجاه نحو الأزمة من خلال التعريف بأطرافها وخلفياتها.

جدول (16): التأثيرات الناتجة عن التعرض للكاريكاتير

المجموعة الضابطة			المجموعة التجريبية			المجموعة
الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التأثيرات
44.23	0.5554	1.327	45.40	0.4411	1.362	معرفية
52.10	0.5125	1.563	45.96	0.4246	1.379	وجدانية

\*ن=58.

يتضح من الجدول السابق تباين التأثيرات الناتجة عن التعرض للكاريكاتير عقب أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام، حيث تساوت الأوزان النسبية للتأثيرات المعرفية والوجدانية لدى أفراد المجموعة التجريبية، بينما كانت التأثيرات الوجدانية الأعلى في الوزن النسبي حيث بلغ 55.10% لدى أفراد المجموعة الضابطة. مما يؤكد النتيجة السابقة المتعلقة باتفاق الباحثين حول أهمية الكاريكاتير بالنسبة لهم لاعتمادهم عليه كمصدر للمعلومات والمعارف حول أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام، حيث تناولت رسوم الكاريكاتير قضايا التطرف والسلم المجتمعي، ومن ثم الإسهام بدرجة كبيرة في تشكيل اتجاهاتهم نحو تلك القضايا.

تستعرض الباحثة فيما يلي نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بعينتي الدراسة في درجة الاعتماد على الكاريكاتير بالصحف الإلكترونية.

جدول (17): يوضح الفروق بين عينتي الدراسة ودرجة الاعتماد على الكاريكاتير بالصحف

## الإلكترونية

مستوى الدلالة	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعة	المتغير
0.000	30.0	0.49877	2.034	29	المجموعة التجريبية	الاعتماد على الكاريكاتير
		0.55709	2.103	29	المجموعة الضابطة	

يتبين من الجدول السابق الفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المجموعة التجريبية والضابطة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة اعتماد الجمهور على الكاريكاتير بالصحف الإلكترونية. وباستخدام اختبار T-Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين، فإنه توجد فروق دالة إحصائية بين المجموعتين التجريبية والضابطة عند مستوى معنوية (0.00) بالنسبة إلى

درجة الاعتماد على الكاريكاتير، حيث بلغت قيمة (ت) (30.0)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المجموعة الضابطة، حيث بلغ متوسط درجة الاعتماد على الكاريكاتير لدى المبحوثين بالمجموعة الضابطة (2.10) مقارنة بمتوسط بلغ (2.03) بالنسبة للمبحوثين بالمجموعة التجريبية، مما يعني أن المبحوثين بالمجموعة الضابطة هم الأكثر اعتمادًا على الكاريكاتير بالمواقع الإلكترونية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عيني الدراسة (الضابطة والتجريبية) في درجة تذكرهم لدلالات رسوم الكاريكاتير.

جدول (18): يوضح الفروق بين عيني الدراسة وفقًا لمتغير درجة تذكرهم لدلالات رسوم

#### الكاريكاتير

درجة التذكر	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
منخفضة	المجموعة التجريبية	29	0.4828	0.50855	0.90	0.037
	المجموعة الضابطة	29	0.6897	0.47082		
متوسطة	المجموعة التجريبية	29	0.2069	0.42225	1.08	0.030
	المجموعة الضابطة	29	0.1034	0.30993		
مرتفعة	المجموعة التجريبية	29	0.3103	0.47082	1.60	0.079
	المجموعة الضابطة	29	0.2069	0.41225		

يتبين من الجدول السابق الفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعًا لمتغير المجموعة التجريبية والضابطة لإجمالي العبارات الخاصة بقياس درجة تذكر المبحوثين لدلالات رسوم الكاريكاتير عينة الدراسة. وباستخدام اختبار T-Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين، فإنه توجد فروق دالة إحصائية بين المجموعتين التجريبية والضابطة عند مستوى معنوية (0.03) بالنسبة إلى درجة التذكر المنخفضة والمتوسطة للمعلومات والدلالات بالكاريكاتير وتمثيلها لدى المبحوثين. حيث بلغت قيمة (ت) (1.08) لدرجة التذكر المتوسطة، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المجموعة التجريبية، حيث بلغ متوسط درجة التذكر المتوسطة لدلالات الكاريكاتير لدى المبحوثين بالمجموعة التجريبية (0.20) مقارنة بمتوسط بلغ (0.10) بالنسبة للمبحوثين بالمجموعة الضابطة، مما يعني أن المبحوثين بالمجموعة التجريبية هم الأكثر تذكرًا لرموز الكاريكاتير ودلالاتها مقارنة بالمجموعة الضابطة، حيث بلغت قيمة (ت) (0.90) لدرجة التذكر المنخفضة، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المجموعة الضابطة، حيث بلغ متوسط درجة التذكر المنخفضة لدلالات الكاريكاتير لدى المبحوثين بالمجموعة الضابطة

(0.68) مقارنة بمتوسط بلغ (0.48) بالنسبة للمبحوثين بالمجموعة التجريبية. فيما أثبتت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المجموعتين التجريبية والضابطة وفقاً لدرجة التذكر المرتفعة لدلالات رموز الكاريكاتير، حيث بلغت قيمة (ت) (1.60) وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية أعلى من (0.05).

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينتي الدراسة (الضابطة والتجريبية) في درجة تذكرهم للموضوعات التي عالجتها رسوم الكاريكاتير.

جدول (19): يوضح الفروق بين عينتي الدراسة وفقاً لمتغير درجة تذكرهم للموضوعات التي عالجتها رسوم الكاريكاتير

درجة التذكر	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
منخفضة	المجموعة التجريبية	29	0.2069	0.41225	1.44	0.006
	المجموعة الضابطة	29	0.3793	0.49380		
متوسطة	المجموعة التجريبية	29	0.3793	0.49380	0.830	0.109
	المجموعة الضابطة	29	0.2759	0.45486		
مرتفعة	المجموعة التجريبية	29	0.4138	0.50123	0.533	0.305
	المجموعة الضابطة	29	0.3448	0.48373		

يتبين من الجدول السابق الفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المجموعة التجريبية والضابطة لإجمالي العبارات الخاصة بقياس درجة تذكر المبحوثين للموضوعات التي عالجتها رسوم الكاريكاتير عينة الدراسة عقب أزمة تصريحات ماكرون. وباستخدام اختبار T-Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين، فإنه توجد فروق دالة إحصائية بين المجموعتين التجريبية والضابطة عند مستوى معنوية (0.00) بالنسبة إلى درجة التذكر المنخفضة للموضوعات التي عالجتها رسوم الكاريكاتير عينة الدراسة لدى المبحوثين. حيث بلغت قيمة (ت) (1.44) لدرجة التذكر المنخفضة، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المجموعة الضابطة حيث بلغ متوسط درجة التذكر المتوسطة لدلالات الكاريكاتير لدى المبحوثين بالمجموعة الضابطة (0.37) مقارنة بمتوسط بلغ (0.20) بالنسبة للمبحوثين بالمجموعة التجريبية، مما يعني أن المبحوثين بالمجموعة الضابطة هم الأقل تذكراً للموضوعات التي تناولتها رسوم الكاريكاتير مقارنة بالمجموعة التجريبية. فيما أثبتت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المجموعتين التجريبية والضابطة وفقاً لدرجة التذكر المتوسطة والمرتفعة للموضوعات بالكاريكاتير، حيث بلغت



قيمة (ت) (0.83) و(0.53) وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية أعلى من (0.05).

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للكاريكاتير واتجاهات المبحوثين بعينتي الدراسة نحو قضايا السلم المجتمعي ومكافحة التطرف.

جدول (20): يوضح الفروق بين المجموعتين عينة الدراسة تبعاً لمتغير الاتجاه نحو قضايا التطرف والسلم المجتمعي

المتغير	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
الاتجاه نحو قضايا التطرف والسلم المجتمعي	المجموعة التجريبية	29	1.4187	0.32884	1.08	0.406
	المجموعة الضابطة	29	1.5197	0.38080		

يتبين من الجدول السابق الفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المجموعة التجريبية والضابطة لإجمالي العبارات التي تقيس الاتجاه نحو قضايا السلم المجتمعي ومكافحة التطرف. وباستخدام اختبار T-Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين، فإنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين المجموعتين التجريبية والضابطة عند مستوى معنوية (0.40) بالنسبة إلى اتجاه المبحوثين نحو قضايا السلم المجتمعي، حيث بلغت قيمة (ت) (1.08)، وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية أعلى من (0.05).

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بعينتي الدراسة في التأثيرات المعرفية والوجدانية.

جدول (21): يوضح فروق بين عينة الدراسة تبعاً لمتغير التأثيرات الناتجة عن التعرض للكاريكاتير عقب الأزمة

التأثيرات	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
معرفية	المجموعة التجريبية	29	1.3621	0.44111	0.262	0.690
	المجموعة الضابطة	29	1.3276	0.55543		
وجدانية	المجموعة التجريبية	29	1.3793	0.42468	1.48	0.794
	المجموعة الضابطة	29	1.5632	0.51257		

يتبين من الجدول السابق الفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المجموعة التجريبية والضابطة لإجمالي العبارات التي تقيس التأثيرات المعرفية والوجدانية الناتجة

عن تعرض المبحوثين لرسوم الكاريكاتير المنشورة بالمواقع الإلكترونية عقب أزمة تصريحات ماكرون. وباستخدام اختبار T-Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين، فإنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين المجموعتين التجريبية والضابطة عند مستوى معنوية (0.69) و(0.79) بالنسبة إلى التأثيرات المعرفية والوجدانية، حيث بلغت قيمة (ت) (0.26) و(0.79) على التوالي، وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية أعلى من (0.05).

#### خاتمة الدراسة:

توصلت الدراسة إلى عددٍ من النتائج يمكن بلورة أهمها فيما يأتي:

- ثبتت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بعينتي الدراسة في درجة الاعتماد على الكاريكاتير بالصحف الإلكترونية.
- ثبتت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينتي الدراسة في درجة تذكرهم لدلالات رسوم الكاريكاتير جزئياً، حيث لم يثبت وجود فروق بين مجموعتي الدراسة وفقاً لدرجة التذكر المرتفعة.
- ثبتت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينتي الدراسة في درجة تذكرهم للموضوعات التي عالجتها رسوم الكاريكاتير جزئياً، حيث لم يثبت وجود فروق بين مجموعتي الدراسة وفقاً لدرجة التذكر المتوسطة والمرتفعة.
- لم تثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للكاريكاتير واتجاهات المبحوثين بعينتي الدراسة نحو قضايا السلم المجتمعي ومكافحة التطرف.
- لم تثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بعينتي الدراسة في التأثيرات المعرفية والوجدانية.

ثمة عدد من النتائج التي توصلت إليها الدراسة، حيث أشارت في مجملها إلى الدور الذي يؤديه فن الكاريكاتير في معالجة الأزمات بشكل عام، ومحاولته الشرح والتفسير والنقد والتحليل واستخدام الرموز والألوان كلها مجتمعة من أجل إيصال الرسالة المستهدفة والمعنى المراد إيضاحه إلى القارئ أو المتصفح. لا شك أن الرسوم كما بإمكانها أن تُحدث حروباً وصراعات ونزاعات وتحدث صدوعاً في العلاقات الإنسانية والسياسية، فالوجه الآخر يشير إلى إمكانية استخدام الرسوم في تبصير العقول، وتوعية الجمهور بخطورة انتشار خطاب الكراهية بين المجتمعات، ورفض التطرف بكل أشكاله

سواء ديني أو يميني أو عنصري، حيث يجب مقاطعة الخطابات التحريضية والتآمرية من وسائل الإعلام المضادة، مع الالتزام بأخلاق الدين الإسلامي السمحة؛ فمن شأنها تصحيح الصورة الخاطئة عن الإسلام، كل ذلك من أجل تنشئة الجيل الجديد على قيم الإسلام، فالتطرف لا يمثل الإسلام الحقيقي.

لقد ساعد الكاريكاتير في تعزيز السلم المجتمعي ومكافحة التطرف، حيث ساعد على زيادة الوعي بخطورة التطرف وتكوين اتجاه نحو الأطراف المحرّضة وخاصة خلال الأحداث والقضايا الحالية المتعلقة بالتطرف، حيث أوضح المبحوثون من خلال المقابلات التجريبية أن تعرضهم للكاريكاتير جعلهم أكثر قلقاً على المجتمع من المتريصين به، كما أصبحوا أكثر تقديرًا لجهود الدولة والأجهزة الأمنية والإعلام في مكافحة التطرف. إن الكاريكاتير يمكن وصفه مصدرًا للمعلومات التي تساعد في تكوين الاتجاهات نحو قضايا الصراع. ويتسم فن الكاريكاتير بالجرأة ويتمتع بدرجة كبيرة من الحرية في معالجة قضايا التطرف والصراع ويعطيها أهمية وفقًا لدرجة تأثيرها. وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه دراسة كل من (سلطان الرويلي، 2016) و (Christopher J. Gilbert, 2015) من حيث التركيز على دور الكاريكاتير في قضايا الصراع وفي مقدمتها قضية الإرهاب والتطرف، والتأكيد على قيام الكاريكاتير بتشكيل الوعي المعرفي والعاطفي بظاهرة الإرهاب، والتركيز على أهمية تقديم رسوم تعالج تداعيات الإرهاب على المجتمعات.

وتعد الدراسة الحالية إضافة نوعية للبحوث التجريبية، حيث توصي الدراسة بضرورة التوسع في تطبيق الدراسات التجريبية في مجال الدراسات الإعلامية من أجل إثراء التراث العلمي وللخروج بنتائج يمكن الاستفادة منها في تحقيق فعالية العملية الاتصالية، كما يجب استغلال سمات فن الكاريكاتير في تقديم اتصال فعال يحقق تأثيرات مختلفة معرفية وتذكيرية، وتطبيقه على قضايا أخرى من خلال دراسات تجريبية أو شبه تجريبية، بجانب التطبيق على شرائح وقطاعات مختلفة من الجمهور.

## ملاحق الدراسة

نماذج من عينة الكاريكاتير المنشورة بموقعي (المصري اليوم) و(اليوم السابع) عقب أزمة تصريحات ماكرون المعادية للإسلام:



شكل (4): كاريكاتير المصري اليوم يتناول استغلال تركيا السياسي



شكل (3): كاريكاتير المصري اليوم يوضح ضحايا التطرف والعنصرية للإرهابيين والنازيين



شكل (6): كاريكاتير اليوم السابع يوضح ازدواجية موقف الإخوان من نشر رسوم الأنبياء بالمجلات الفرنسية والتركية



شكل (5): كاريكاتير اليوم السابع يؤكد على ضرورة تصحيح الصورة الخاطئة عن الإسلام باتباع أفعال النبي (ﷺ)

1 Bratic, Vladimir,” In search of peace media: Examining the role of media in peace developments of the post -Cold War conflict”, **Doctoral Dissertation**, Ohio University, 2005, p.98.

2 انظر ما يلي:

- Shaw , Ibrahim Seaga, Lynch, Jake, and Hacket, Robert A ,“**Expanding Peace Journalism: Comparative and Critical Approaches**”, Sydney University Press, 2011.
- De Fransius, Marianne Perez, “Peace journalism case study: US media coverage of the Iraq War”, **Journalism**, Vol. (15), No. (1), 2014, pp. 72–88.

3 Bratic, Vladimir, **Op.cit**, p.160.

4 هبة محمد شفيق، "محددات وعي الشباب المصري بمفهوم خطاب الكراهية واستراتيجياته بوسائل الإعلام الرقمية"، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، العدد (29)، أبريل-يونيو، 2020.

5 Rieger, Diana, “Dealing with the dark side: The effects of right-wing extremist and Islamist extremist propaganda from a social identity perspective”, **Media, War & Conflict**, 2020, Vol. (13), No. (3), 2020, pp. 280–299

6 Baugut, Philip and Neumann, Katharina, “How Right-Wing Extremists Use and Perceive News Media”, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol. (96), No. (3). 2019, pp.696–720.

7 Sahani, Shradha, “Examining The Association Between Social Media and Violent Extremism: A Social Learning Approach”, **Master Thesis**, the University of Maryland, 2018.

8 Anderson, Leticia,” Countering Islamophobic media representations: The potential role of peace journalism”, **Media and Communication**, Vol. (11), no. (3) 2015, pp.255–270.

9 محمد عثمان حسن، أحمد محمد رفاعي، "معالجة الكاريكاتير لقضية سد النهضة في الصحف المصرية: دراسة تحليلية"، **مجلة الدراسات الإعلامية**، العدد 55، ج (2)، أكتوبر 2020، ص.ص. 1181-1216.

10 Kumar, Deepka, “Terrorcraft: empire and the making of the racialized terrorist threat”, **Race & Class**, Vol. (6), No. (2), 2020, pp.34–60

11 سلطان معيل الرويلي، "دور فن الكاريكاتير في مواجهة الإرهاب في المجتمعات المعاصرة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، كلية الفنون الجميلة، 2016.

12 Gilbert, Christopher J., “An art of war: national character and the burden of caricature”, **Doctoral Dissertation**, Indiana University, 2015.

13 حازم حميد أبو حميد، "معالجة فن الكاريكاتير في الصحافة الفلسطينية للعدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014: دراسة تحليلية مقارنة"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية الآداب، 2015.  
 14 غادة عبد التواب اليماني، "التأثيرات المعرفية والتذكيرية للفيديوهات الصحفية المصاحبة للأحداث الإراهية"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، العدد الثاني، أبريل-يونيو، 2015، ص136.  
 15 انظر ما يلي:

- شيرين محمد عمر، "تأثير شكل ولون وحجم نصوص الأخبار في العمليات الإدراكية"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 16، العدد الثاني، أبريل-يونيو، 2017.
- أمل محمد خطاب، "استخدام تطبيقات الإعلام الغامر في المواقع الصحفية الإلكترونية وتأثيرها في تذكر وفهم القراء لمضمون القصص الإخبارية: دراسة شبه تجريبية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد 55، أكتوبر 2020، ص. ج (3)، ص1463.
- Deflur, Melivn L., "Mass Communication Theories, explaining origins, processes and effects", Routledge, New York, 2010.

16 Entman, Robert M., How the Media Affect What People Think: An Information Processing Approach", *The Journal of Politics*, Vol. (51), No. (2), 1989.

17 Merchel, Paulette Poslti Bzny, "Gavriel Salomon's theory of perceptions of media and amount of invested mental effort in processing information: A high school application with implications for learning from television", *Doctoral Dissertation*, Temple University, 1995, p.43.

18 Neuman, S., "Literacy in the television age: The myth of the TV effect", Ablex Publishing Corporation, 1991, pp.62.

19 مجموعة المحكمين (وفقاً للترتيب الأبجدي):

- أ.د/ ثروت فتحي، رئيس قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة القاهرة.
- د/ سهى عبد الرحمن، المدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس.
- د/ شيرين عمر، الأستاذ المساعد، بقسم علوم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس.
- أ.د/ محمد سعد، عميد المعهد الدولي للإعلام بأكاديمية الشروق.

## References

- 1- Bratic, Vladimir,” In search of peace media: Examining the role of media in peace developments of the post -Cold War conflict”, **Doctoral Dissertation**, Ohio University, 2005, p.98.
- 2- See the following:
  - Shaw , Ibrahim Seaga, Lynch, Jake, and Hacket, Robert A ,“**Expanding Peace Journalism: Comparative and Critical Approaches**”, Sydney University Press, 2011.
  - De Fransius, Marianne Perez, “Peace journalism case study: US media coverage of the Iraq War”, **Journalism**, Vol. (15), No. (1), 2014, pp. 72–88.
- 4-Shafiq, H. (2020). "mhadadat waeya alshabab almisrii bimafhum khitab alkirahiat waistiratijiaatih biwasayil al'ielam alraqamiata", almajalat alarabiat libihawth al'ielam walaitisali, (29).
- 5- Rieger, Diana, “Dealing with the dark side: The effects of right-wing extremist and Islamist extremist propaganda from a social identity perspective”, **Media, War & Conflict**, 2020, Vol. (13), No. (3), 2020, pp. 280–299
- 6- Baugut, Philip and Neumann, Katharina, “How Right-Wing Extremists Use and Perceive News Media”, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol. (96), No. (3). 2019, pp.696–720.
- 7- Sahani, Shradha, “Examining The Association Between Social Media and Violent Extremism: A Social Learning Approach”, **Master Thesis**, the University of Maryland, 2018.
- 8-Anderson, Leticia,” Countering Islamophobic media representations: The potential role of peace journalism”, **Media and Communication**, Vol. (11), no. (3) 2015, pp.255–270.
- 9-Hassan, M., Rifai, A. (2020). 'ahmad muhamad rafaai, "mealjat alkarikatir liqadiat sadi alnahdat fi alsuhuf almasriat: dirasat tahlilia ", majalat aldirasat al'ielamiati, 55(2), 1181- 1216.
- 10- Kumar, Deepka, “Terrorcraft: empire and the making of the racialized terrorist threat”, **Race & Class**, Vol. (6), No. (2), 2020, pp.34–60

- 11- Al-Ruwaili, S. (2016). "dwr fan alkarikatir fi muajahat al'iirhab fi almujtamaeat almueasr", risalat majstayr ghyr manshurat, jamieat alyarmuk, kuliyyat alfunun aljamilat.
- 12- Gilbert, Christopher J., "An art of war: national character and the burden of caricature", **Doctoral Dissertation**, Indiana University, 2015.
- 13- Abu Hamid, H. (2015). "mealjat fin alkarikatir fi alsahafat alfilastiniat lileudwan al'iisrayiyyii ealaa ghazat eam 2014: dirasatan tahliliat mqarn", risalat majstyr ghyr manshurat, aljamieat al'iislatmiat bighazat, kuliyyat aladabi.
- 14- Al-Yamani, G. (2015). "altaathirat almaerifiat waltadhkuriat lilfiduyuhat alsuhufiat almusahibat lil'ahdath al'iirhabia", almajalat aleilmiaat libihawth alsahaft, 2, 136.
- 15- See the following :
- Omar, S. (2017). "t'athir shakal walawn wahajm nusus al'akhbar fi aleamaliat al'iidrakiaata", almajalat almisriat libihawth alraay aleami, almujalad 16(2).
  - Khattab, A. (2020). "aistikhdam tatbiqat al'ielam alghamir fi albihwth alsuhufiat al'iiliktru watathiruha fi qira'at alqasas al'iikhbariat: dirasatan shbh tajribi" , majalat al'ielamiat , 55 (3) , 1463.
  - Deflur, Melivn L., "**Mass Communication Theories, explaining origins, processes and effects**", Routledge, New York, 2010.
- 16- Entman, Robert M., How the Media Affect What People Think: An Information Processing Approach", **The Journal of Politics**, Vol. (51), No. (2), 1989.
- 17- Merchel, Paulette Poslti Bzny, "Gavriel Salomon's theory of perceptions of media and amount of invested mental effort in processing information: A high school application with implications for learning from television", **Doctoral Dissertation**, Temple University, 1995, p.43.
- 18-Neuman, S.," Literacy in the television age: The myth of the TV effect", Ablex Publishing Corporation, 1991, pp.62.



# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

## Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

### Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof.Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

### Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ramy Gamal:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by: Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

## Correspondences

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 57 April 2021 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.