

اتجاه الشباب الجامعي نحو الكاريكاتير الساخر على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي

إعداد: أميمة أحمد رمضان (*)

ملخص البحث:

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على مدى تعرض عينة الدراسة للكاريكاتير الساخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودراسة تأثير هذا التعرض على رؤيتهم للأحداث الجارية وذلك باستخدام عينة عمدية من الشباب المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة ومستخدمي الفيسبوك بصفة خاصة ، واستعانت الباحثة بالمنهج الوصفي في الدراسة ، وتم استخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات المطلوبة على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة موزعة بالتساوي على جامعتي (القاهرة والمنيا) ، وأشارت نتائج الدراسة إلى:-

- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين تعرض المبحوثين للكاريكاتير الساخر على مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل اتجاهاتهم ومعارفهم ، بينما ثبت وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الإناث والذكور في مستوى تعرض المبحوثين للكاريكاتير الساخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، ويعنى ذلك تساوى نسب التعرض للكاريكاتير الساخر على مواقع التواصل الاجتماعي لكلا الجنسين ، كما توجد فروق دالة إحصائياً بين الريف والحضر في درجة متابعة الكاريكاتير الساخر عبر صفحات الفيسبوك وفي اتجاه الحضر .

* المدرس المساعد بكلية التربية النوعية - قسم الإعلام التربوي - جامعة المنيا

مقدمة:

لقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منذ قيام ثورة ٢٥ يناير وحتى التوقيت الحالي منبراً للتعبير عن الأفكار والآراء ووجهات النظر المختلفة نحو قضايا وأحداث المجتمع المصري ، إذ يمثل هذا الموقع فضاءً اتصالياً لطرح الأفكار والآراء المختلفة وتبادل وجهات النظر بحرية تامة دون قيد أو رقابة ، مما يعكس ذلك الدور الخطير لهذه المواقع في التأثير على المستخدمين والمتابعين لها ، ولكن يمكننا التحدث عن دور مواقع التواصل الاجتماعي لا سيما الفيسبوك دون أن نذكر تأثيره ودوره العظيم في ثورة الخامس والعشرون من يناير فقد لعبت رسائل ومنشورات الفيسبوك وتغريدات تويتر دوراً كبيراً في التمهيد للثورة، والتحريض عليها والتحفيز على مواصلتها، وجاءت تسمية الثورة المصرية باسم (ثورة الفيسبوك) كي تعكس قناعة قويّة بالدور المحوريّ لوسائل التواصل الاجتماعيّ في إشعالها .

إن الفيس بوك والذي هو من مواقع التواصل الاجتماعي، شأنه شأن أي وسيلة إعلامية تقدم محتوى يتعرض له الجمهور، بل ويتفاعل معه، وقد يتأثر به معرفياً أو وجدانياً أو سلوكياً ومن ثم قد يساهم هذا المحتوى في أن تتشكل عند أفراد الجمهور الذي يتعرض له صورة ذهنية عن العالم لخارجي المحيط بهم ذات طابع ساخر وهدف سياسي ، كما تعددت الصفحات الساخرة الناقدة للوضع السياسي والاجتماعي ولكل أحداث المجتمع عبر مواقع التواصل الاجتماعي الذي تعايشه مصر قبل وبعد ثورة ٢٥ يناير، وابتكرت شخصيات رمزية وأخرى حقيقية لتوصيل الفكرة أو المفهوم، وازداد تأثيرها على مستخدميها من خلال انتقالها من العالم الافتراضي المجتمع الواقعي بين أوساط الشباب.. الذي يتأثر بالقضايا السياسية المطروحة على الساحة في المجتمع المصري ويتناولها بشكل ساخر .

ومن هنا تهتم هذه الدراسة ببحث ظاهرة انتشار الكاريكاتير الساخر على صفحات الفيسبوك ، باعتبارها ظاهرة إعلامية جديدة، يتوجب بحثها ودراستها، فضلا عن خطورة وأهمية الوسيلة التي برزت هذه الظاهرة من خلالها ، ومحاولة دراسة الصورة المنعكسة لأحداث المجتمع المصري في إطار تعرض الشباب للرسومات الساخرة على صفحات الفيسبوك ودراسة دورها في التأثير على المتابعين من خلال توجيههم والتأثير في اتجاهاتهم نحو الأحداث الجارية.

مشكلة الدراسة :

تعد مواقع التواصل الاجتماعي ساحة للتواصل بين جماهير الشعب المصري على اختلاف أماكنهم وتجمعاتهم ومن هنا يكمن خطورتها في التأثير على الرأي العام ، كما ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي مثل "الفييس بوك" و"تويتز" بشكل كبير في سرعة انتقال وانتشار السخرية، فأصبحت النكتة تنتشر بشكل سريع ، خاصة إذا كانت تتعلق بأمر يهتم به أفراد المجتمع، غير أن النكتة أو روح الفكاهة بشكل عام لا بأس بها، لكن المشكلة تكمن إذا أصبحت النكتة عبارة عن سخرية أو استهزاء أو انتقاداً لشخص آخر أو لجهة معينة ، هنا تُصبح سلبيةً ولها مساوئ كثيرة ، منها ما قد يؤدي إلى تكوين "Negative Stereotype" أي صورة نمطية سلبية عن الشخص الآخر أو عن موضوع معين ، فمثلاً عندما يسخر الفرد من مجتمع معين، فإن تكرار عرض هذه السخرية سيشكل انطباعاً سلبياً عن ذلك المجتمع، لافتاً إلى أن كثرة الإحباط والفشل والشعور باليأس قد يؤدي إلى أن يسخر الفرد من الآخرين أو من المجتمع بأكمله ، ويبدأ في نقد كل ما حوله من أحداث ، حتى الأحداث الجدية والهامة تؤخذ من قبل البعض على محمل الاستهزاء مما يقلل من قيمة وأهمية هذه الأحداث والقضايا ويبدأ المتابعين في تكوين صورة سلبية عن هذه القضايا

والأحداث وتهميشها بدلاً من التوصل إلى حلول والإندماج مع أحداث المجتمع المصري.

وقد لاحظت الباحثة أن دراسة الكاريكاتير الساخر عبر صفحات الفيسبوك بشكل عام لم ينل حظه في البحث والدراسة الكافيين، بما يتناسب مع أهميته والنتائج التي يمكن أن تترتب عليه، حيث يمكن أن تساهم الكاريكاتير الساخر المنشورة عبر الفيسبوك في تغيير أفكار المستخدمين، أو يساهم في توعيتهم، أو يقوم بالتنفيس عن آرائهم من خلال التعبير عن موضوعات معينة لا يمكن التعبير عنها من خلال الفنون الأخرى بل بالسخرية فقط، كوسيلة لتفريغ شحنات السخط لديهم.

وبناء على الطرح السابق فقد استشعرت الباحثة أهمية التعرف على الكاريكاتير الساخر ودرجة متابعة الشباب لها ومدى تأثيرها على اتجاهاتهم المعرفية والوجدانية والسلوكية، لذا تتلخص مشكلة هذه الدراسة في قضية محددة هي:

اتجاه الشباب الجامعي نحو الكاريكاتير الساخر على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي

تساؤلات الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

ما اتجاه الشباب الجامعي نحو الكاريكاتير الساخر على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي

وينبثق من مشكلة الدراسة عدة تساؤلات فرعية:

١- ما مستوى تعرض الشباب للكاريكاتير الساخر على مواقع التواصل الاجتماعي؟

٢- إلى أي مدى تؤثر المتغيرات الديموغرافية على تعرض الشباب للكاريكاتير الساخر على مواقع التواصل الاجتماعي؟

٥- كيفية تأثر عينة الدراسة بالكاريكاتير الساخر على مواقع التواصل الاجتماعى ؟

٦- ما دوافع تعرض عينة الدراسة للكاريكاتير الساخر على مواقع التواصل الاجتماعى ؟

٨- إلى أى يؤثر الكاريكاتير الساخر على اتجاهات الشباب الذين يتعرضون له؟

فروض الدراسة:

كما تسعى الدراسة للتحقق من صحة الفروض التالية:

١ الفرض الأول : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للكاريكاتير الساخر ودرجة مساهمته فى تشكيل الإطار المعرفى لديهم حول الأحداث الجارية.

الفرض الثانى: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للكاريكاتير الساخر عبر مواقع التواصل الاجتماعى وكلاً من :

• اتجاه المبحوثين نحوه

• درجة ثقة المبحوثين به

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة احصائية فى مستوى تعرض المبحوثين للكاريكاتير الساخر حسب الخصائص الديموغرافية (النوع - محل الإقامة) .

أهمية الدراسة: Significance of the study

- التعرف على دور الكاريكاتير الساخر فى نقل المعرفة والمعلومات ومدى قدرتها الفعالة فى الاستقطاب خاصة فى الأحداث المثارة عليها جداً فى الرأى العام.

- التركيز على دراسة الكاريكاتير الساخر وخاصة بعد التحول الديمقراطى عقب ثورة ٢٥ يناير وما تلاها من أحداث ، خلقت الكثير من الحرية فى التعبير

والفكر في عرض أحداث المجتمع في صورة ساخرة سيطرت على عقول الكثير من مستخدمي هذه المواقع.

- إن أغلب الدراسات السابقة في هذا المجال تناولت السخرية في البرامج التليفزيونية والسخرية في الصحف التقليدية كدراسة الكاريكاتير وتأثيراته المختلفة ، ولذا تعد دراسة الكاريكاتير الساخر المقدمة عبر صفحات الفيسبوك إضافة جديدة في هذه الدراسة ؛ إذ تتيح فرصة رصد التغيرات التي طرأت على تفكير واتجاهات الشباب من خلال التعرض لهذه الكاريكاتير الساخر.

- أهمية المرحلة العمرية التي تتناولها الدراسة حيث يُعدُّ قطاع الشباب من القطاعات المهمة في المجتمع لدوره من ناحية ونسبته الكبيرة في المجتمع من ناحية أخرى؛ كما يقع علي عاتقها عبء التحديث والتنمية، كما أنه مصدر التجديد والتغيير من خلال ما يتعرض له ويتأثر به من أفكار ومبادئ وقيم جديدة، مما يجعل الشباب شريحة بالغة الأهمية للتغيير الثقافي والاجتماعي في المجتمع كافة.

أهداف الدراسة

وتهدف الدراسة إلى ما يلي:

- ١-تحديد معدل تعرض المبحوثين للكاريكاتير الساخر على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٢-قياس اتجاهات الشباب نحو الأحداث الجارية في ضوء التعرض للكاريكاتير الساخر على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٣-التعرف على أشكال الكاريكاتير الساخر التي يفضل المستخدمون عينة الدراسة متابعتها.
- ٤-التعرف على دوافع تعرض المبحوثين للكاريكاتير الساخر على مواقع التواصل الاجتماعي.

نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن إطار البحوث الوصفية Descriptive التي تركز علي وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين، أو موقف أو جماعة أو فرد معين، وتكرارات حدوث الظواهر المختلفة، وتعتمد البحوث الوصفية علي جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها، لاستخلاص دلالتها وتصل عن طريق ذلك إلي إصدار تعميمات بشأن الظاهرة التي تقوم الباحثة بدراستها^(١)، وتتمثل الظاهرة محل الدراسة في الكاريكاتير الساخر المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، من حيث مضمون هذه المواد وتأثيرها على جمهور مستخدميها.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية على منهج المسح الإعلامي ، حيث يُعد الطريقة والأسلوب الأمثل لجمع المعلومات ؛ وعرض البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها ، ويعرف منهج المسح بأنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم^(٢) ، لذا تستخدم الدراسة الحالية منهج المسح الإعلامي بشقيه الميداني والتحليلي ، حيث يعد الأنسب لجمع المعلومات، حيث تقوم الباحثة بعمل مسح لعينة من الشباب الجامعي مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعي.

مجتمع وعينة الدراسة:

نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث ، قامت الباحثة باختيار أسلوب العينة ، ونظراً لاقتصار العينة على مستخدمى موقع الفيسبوك دون غيرهم فقد تم اختيار العينة العمدية وهي التي تقوم فيها الباحثة

(١) ربحى مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، " مناهج وأساليب البحث العلمى : النظرية والتطبيق ، ط١ ، (

عمان : دار الصفاء للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٠) .

(٢) محمد عبد الحميد ، " البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية " ، ط٢ ، (القاهرة: عالم الكتب ، ٢٠٠٤) ، ص١٥٧ : ١٥٩ .

باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة ، ولذلك تم اختيار عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة موزعة بالتساوي على جامعتي (القاهرة والمنيا) ، أى بواقع (٢٠٠) مفردة لكل جامعة وزعت على الذكور والإناث.

أدوات الدراسة:

تعتبر استمارة الاستبيان أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستخدم في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة ، وبناءً على فروض الدراسة التي تحدد المتغيرات المختلفة الواجب قياسها، وفي إطار المنهج الوصفي استخدمت الباحثة أداة الاستبيان للحصول علي المعلومات المطلوبة من عينة الدراسة.

تطبيق اختباري الصدق والثبات:

أولاً . اختبار الصدق:

للتحقق من صدق أداة البحث قامت الباحثة بعرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين^٣ ، لاختبار مدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة وقياس صدقها، وبناءً على رأى المحكمين تم إجراء التعديلات المطلوبة وعرضها مرة أخرى على السادة المشرفين لتصبح الاستمارة فى صورتها النهائية صالحة لقياس ما وضعت لقياسه. وقد قامت الباحثة بإجراء اختبار قبلى Pretest

^٣ تم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين وهم :-

- أ.د/ محمد معوض أستاذ الإعلام /كلية الدراسات العليا للطفولة /جامعة عين شمس
- أ.د/بركات عبد العزيز أستاذ الإذاعة بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.م.د/سلام عبده مدرس الصحافة بكلية التربية النوعية جامعة عين شمس
- أ.د/محمد كامل / أستاذ علم النفس التربوي - كلية التربية جامعة المنيا
- أ.م.د/محمود حمدى مدرس الصحافة المساعد ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا.
- أ.م.د/ الأميرة سماح فراج - أستاذ الإذاعة المساعد -كلية الإعلام -جامعة القاهرة
- أ.م.د سلوى أحمد أبو العلا مدرس الصحافة بكلية الآداب جامعة المنيا

للاستمارة على عينة قوامها (٢٠) مفردة، وقد قامت الباحثة بتعديل الاستمارة وفقاً للملاحظات التي أبدتها المبحوثون بشكل يضمن فهم المبحوثين لأسئلة الاستبيان ويؤكد ذلك على صلاحية الاستمارة للتطبيق النهائي.

ثانياً . اختبار الثبات:

تم إجراء اختبار الثبات لقياس مدى ثبات الاستمارة بطريقة Test . Retest ولذلك لمعرفة مدى اتساق إجابات المبحوثين على أسئلة الاستمارة بعد فاصل زمني قدره أسبوعان، وذلك بإعادة تطبيق الاستمارة للمرة الثانية على عينة قوامها (٢٠) مفردة أي بواقع (١١%) من إجمالي عينة الدراسة التي كانت قد أجريت معهم مقابلات قبل أسبوعين وجرى عليهم التطبيق لأول مرة، وقد بلغ معامل الارتباط بين التطبيقين الأول والثاني مقدار ٩٤% وهو ما يشير إلى درجة عالية من الارتباط والثبات.

الدراسات السابقة:

دراسة سلوى أحمد محمد أبو العلا (٢٠١٧) بعنوان: "تصميم الرسوم الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على علاقة المرأة بالرجل : دراسة تطبيقية على صفحات الفيس بوك". وهدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع اهتمام عينة الدراسة بالرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك التي تتناول علاقة المرأة بالرجل. التعرف على نشأة الصفحات الكوميديّة الساخرة عبر الفيس بوك الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل وأهدافها ، والتعرف على أهم التطبيقات والتقنيات الحديثة المستخدمة في تصميم الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك محل الدراسة ، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية ، وقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني ، وتوصلت

^٤ سلوى أحمد محمد أبو العلا ، "تصميم الرسوم الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على علاقة المرأة بالرجل : دراسة تطبيقية على صفحات الفيس بوك" ، دراسة تطبيقية على صفحات الفيس بوك ، "منشور بالمجلة المصرية لبحوث الرأي العام" ، المجلد (١٤) ، العدد (٣) ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠١٥)

الدراسة إلى: ارتفاع حرص الباحثين على متابعة الرسوم الساخرة عبر الفيس بوك بنسبة ٩٢%، وهو ما يؤكد ما يتميز به الرسم الساخر من سهولة الاستيعاب مما كان سبباً من أسباب انتشاره ، كما جاءت أهم صفحات الرسوم الساخرة الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل عبر الفيس بوك التي يفضلها الباحثون صفحة "يوميات زوجة مفروسة" في مقدمة هذه الصفحات بنسبة ٣٥% من إجمالي التكرارات، ثم صفحة "يوميات زوج".

-دراسة نورهان مصطفى الجوهري ٢٠١٧ بعنوان^(٥): "السخرية السياسية علي موقع اليوتيوب علي شبكة الانترنت وعلاقتها باتجاهات مستخدمي الموقع نحو القوي السياسية في مصر".

هدفت الدراسة إلى التعرف علي السخرية السياسية علي موقع اليوتيوب وعلاقتها باتجاهات مستخدمي الموقع نحو القوي السياسية في مصر ومدى تأثير السخرية السياسية علي اتجاهاتهم نحو القوي السياسية في مصر، وهدفت الدراسة أيضاً إلي التعرف علي الصلة بين العوامل المحددة لتشكيل الاتجاهات نحو القوي السياسية في مصر واتجاهاتهم الفعلية نحو السخرية السياسية علي موقع اليوتيوب حيث ، وتستخدم الدراسة الشق الميداني من المنهج المسحي علي عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من مستخدمي موقع اليوتيوب، وتم استخدام استمارة الاستبيان لجمع البيانات ، وتوصلت الدراسة إلى:- أن غالبية أفراد العينة (٥٩,٥%) لديهم دوافع وظيفية قوية للتعرض للسخرية السياسية علي موقع اليوتيوب، كما أن (٨٥,٧%) لديهم دوافع طقوسية قوية للتعرض للسخرية السياسية .

^٥ نورهان مصطفى محمد الجوهري ، "السخرية السياسية علي موقع اليوتيوب علي شبكة الانترنت وعلاقتها باتجاهات مستخدمي الموقع نحو القوي السياسية في مصر" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة المنصورة. كلية الآداب. قسم الإعلام. ٢٠١٧.

دراسة هنادى غريب زينهم (٢٠١٦) بعنوان^٦ : "صورة الحاكم فى الكاريكاتير المنشور بالصحف المصرية "ودورها فى تشكيل الصورة الذهنية له لدى الجمهور"

هدفت الدراسة إلى الكشف عن صورة الحاكم فى عينة من رسوم الكاريكاتير المنشورة بالصحف المصرية المختلفة (القومية، والحزبية، والخاصة)، ومدى تأثير هذه الصورة الإعلامية على الصورة الذهنية لدى الجمهور العام عن الحاكم، والعوامل المؤثرة على القائم بالإتصال للقيام بهذا التأثير ، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التى تستخدم منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي. واعتمدت هذه الدراسة على عينة تحليلية من الرسوم الكاريكاتورية المعنية بالحاكم المصرى فى ثلاث صحف ذات أنماط ملكية مختلفة ، وتوصلت الدراسة إلى:- غلبة الاتجاه السلبي على صورة الحاكم فى رسوم الكاريكاتور بصحف الدراسة، بنسبة أكبر فى صحيفة المصرى اليوم، حيث جاءت صورة الحاكم بها شديدة السلبية ، تليها صحيفة الوفد،

وفى المؤخرة صحيفة الأخبار. كما أوضحت نسبة ٥٥,٥ % من أفراد العينة أنهم يتابعون الكاريكاتور المنشور بالصحف بصورة منتظمة. كما ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لكاريكاتير الحاكم وبين الصورة الذهنية للحاكم.

٣- دراسة سارة محمود عبد العزيز (٢٠١٦) بعنوان^٧ : "التعرض للسخرية السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بصورة المسؤولين السياسيين فى مصر : بالتطبيق على بعض الصفحات الساخرة على موقع

^٦ هنادى غريب زينهم ، " صورة الحاكم فى الكاريكاتير المنشور بالصحف المصرية ودورها فى تشكيل الصورة الذهنية له لدى الجمهور"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان ، ٢٠١٦

^٧ سارة محمود عبد العزيز سلام ، التعرض للسخرية السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بصورة المسؤولين السياسيين فى مصر : بالتطبيق على بعض الصفحات الساخرة على موقع بوك " ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة حلوان ، كلية الآداب ، قسم الإعلام) ، ٢٠١٦ .

الفيس بوك ، وهدفت الدراسة إلى رصد وتحليل ملامح صورة المسؤولين السياسيين كما تعكسها المواد الساخرة التي يبثها الافراد ويتبادلونها علي موقع الفيس بوك ، ودراسة الافكار والاساليب الاقناعية المتضمنة في المواد السياسية الساخرة المتعلقة بالمسؤولين السياسيين علي موقع الفيس بوك ورصد اساليب السخرية السياسية من المسؤولين السياسيين كما تعكسها المواد السياسية الساخرة علي موقع الفيس بوك ، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح الإعلامي ، واستخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون ، واستمارة الاستبيان ، وعينة من الدراسة الميدانية بلغ قوامها ٤٠٠ مفردة ، وتوصلت **الدراسة إلى**:- تنوعت اساليب عرض المواد السياسية الساخرة عبر موقع الفيس بوك ما بين اسلوب تقديم عنوان مع وضع مادة مكتوبة او مصورة واسلوب وضع مادة مكتوبة او مصورة.

دراسة نورهان محمد أحمد ٢٠١٦ بعنوان^(٨): "دوافع تعرض الشباب الجامعي للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع تعرض الشباب الجامعي للمضامين السياسية الساخرة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة من هذا التعرض ، وتم تطبيق هذه الدراسة على عينة عمدية من الشباب الجامعي المصري قوامها ٤١١ مفردة ، بالإضافة إلى تحليل بعض الرسومات السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي ، وقد **توصلت الدراسة إلى**:- أن الصفات التي عكستها الرسومات السياسية الساخرة موضع الدراسة أغلبها صفات سلبية، بالإضافة إلى أن نسبة ٥٥ % من

^٨ نورهان محمد أحمد. ، " دوافع تعرض الشباب الجامعي للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان ٢٠١٦.

المبوهين عينة الدراسة يحرصون على متابعة الرسومات السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي.

دراسة ريهان محمد أحمد عمران (٢٠١٥) بعنوان^٩: "العناصر الإخراجية في البرامج التلفزيونية الساخرة وعلاقتها بإدراك المراهقين للقضايا السياسية"، وهدفت هذه الدراسة التعرف على العناصر الإخراجية المستخدمة في البرامج السياسية الساخرة المعروضة بالقنوات الفضائية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح بشقيه الميداني عن طريق المسح بالعينة مستخدمة في ذلك استمارة الاستقصاء لعينة قوامها ٤٠٠ مفردة، وتحليل المضمون لأربعة من البرامج التلفزيونية الساخرة وهم برنامج البرنامج - برنامج بنى آدم شو - برنامج الليلة مع هانى - برنامج زلطة شو - برنامج حدوتة بعد النوم"، وتوصلت الدراسة إلى - أن نسبة اهتمام الذكور بمتابعة البرامج التلفزيونية الساخرة جاءت في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٤٩% مقابل ٣٤,٣% للإناث.

دراسة الشيماء صبحي (٢٠١٥) بعنوان: معالجة المحتوى الكوميدي في الفضائيات المصرية الخاصة للقضايا الاجتماعية وتأثيراتها النفسية والاجتماعية علي المراهقين (). هدفت الدراسة إلي التعرف علي مدي معالجة المحتوى الكوميدي في الفضائيات المصرية الخاصة للقضايا الاجتماعية وتأثيراتها النفسية والاجتماعية علي المراهقين، التعرف علي الفروق بين المجموعات التجريبية فيما يتعلق بإدراك ما يقدم داخل كل برنامج ومدي قناعتهم به وتأثير ذلك علي حالتهم المزاجية، رصد الفروق بين المجموعات التجريبية فيما يتعلق بمدي الثقة في المعلومات التي تقدمها برامج الكوميديا الساخرة،

^٩ ريهان محمد أحمد عمران، "العناصر الإخراجية في البرامج التلفزيونية الساخرة وعلاقتها بإدراك المراهقين للقضايا السياسية" رسالة ماجستير غير منشورة"، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠١٥)

التعرف علي أبرز القضايا التي علقت بذهن المبحوثين وانطباعاتهم عنها عقب التعرض لها والمقارنة بين المجموعتين التجريبيتين، واستخدمت الباحثة المنهج المقارن والمنهج التجريبي، وقد طبقت علي عينة من المراهقين من طلاب المدارس الثانوية قوامها ١٢٠ مفردة ، وتوصلت الدراسة إلي: قدرة البرنامج الكوميدي الساخر علي جذب الجمهور والعمل علي تعديل حالتهم المزاجية.

دراسة (Martin Jon (2012) بعنوان^(١٠): تأثير المحتوى الساخر المقدم من المستخدمين علي الإنترنت علي المواقف السياسية للشباب

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير المحتوى الساخر على المواقف السياسية للشباب، كما هدفت إلى دراسة تأثير المحتوى الساخر على تقييم الشباب للمرشحين الذين يمثلونهم، وأيضاً معرفة تأثير المحتوى الساخر تجاه النظام الانتخابي، وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٥٠٠ طالب وطالبة من طلاب الجامعات تتراوح أعمارهم ما بين ١٦ : ٢١ عاماً، وقد استخدمت المنهج الوصفي بأدواته الاستبيان وتحليل المضمون ، وتوصلت الدراسة إلي: قدرة المحتوى الساخر في التأثير على الطلاب بالنسبة لتقييمات المرشحين وذلك من خلال المواقف السياسية للمرشح وعدم شعبيته، في حالة انتخاب الرئيس التنفيذي عام ٢٠١٢م في هونغ كونغ، أدى عدم شعبية المرشحين والعديد من الفضائح المتعلقة بالمرشحين بانتشار النقد الساخر المقدم من المستخدمين على الإنترنت.

دراسة إسلام أحمد عثمان (٢٠١٤) بعنوان "السخرية السياسية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية بين الحرية والمسئولية: دراسة تحليلية"^(١١) ، وهدفت

(¹⁰) Martin Jon: "The impact of on line user-generated satira on young people's political attitudes: testing the moderating role of knowledge and discussion". (University of Zagreb, 2012).

الدراسة إلى التعرف على أساليب السخرية السياسية على موقع الفيسبوك، وحدود هذه السخرية، واتجاهاتها، والقيود المفروضة عليها، وذلك للكشف عن إطار الحرية المتاح للسخرية السياسية على الفيسبوك، واعتمدت الدراسة على منهج المسح في مستوييه الوصفي والتحليلي، من خلال تحليل مضمون عينة من المواد السياسية الساخرة المنشورة على موقع الفيس بوك خلال الفترة ١-١-٢٠١٤ وحتى ٨-٤-٢٠١٤ باعتبار هذه الفترة تمثل البداية الفعلية لمرحلة التحول الديمقراطي في مصرن باستخدام أسلوب الأسبوع الصناعي، وتوصلت **نتائج الدراسة إلى:** - أن نسبة ٦٠,٥% من المواد السياسية الساخرة موضع التحليل عكست مستوى متوسطاً أو واضحاً من الالتزام الأخلاقي. كما كشفت نتائج التحليل عن اتساق أهداف النسبة الأكبر ٦٥,٧% من المواد السياسية الساخرة المنشورة على موقع الفيسبوك مع الصالح العام.

دراسة إسلام أحمد عثمان (٢٠١٣) بعنوان^(١٢) "التعرض للسخرية السياسية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بإدراك الواقع السياسي في مصر: دراسة تطبيقية". وهدفت الدراسة إلى بحث العلاقة بين التعرض للسخرية السياسية على مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وبالتحديد شبكة الفيسبوك، وإدراك الواقع السياسي في مصر من جهة أخرى؛ وذلك للتعرف على ما يتم تقديمه على الموقع من أفكار وعناصر وأبعاد تجسد الواقع السياسي في مصر وترسم ملامحه لدى مستخدميه؛ وتم إجراء هذه الدراسة من خلال تحليل مضمون عينة من المواد السياسية الساخرة المنشورة على موقع الفيس بوك خلال الفترة من ٤-٧-٢٠١٣ وحتى ٩-١٠-٢٠١٣ باستخدام أسلوب الأسبوع

^{١١} إسلام أحمد عثمان، السخرية السياسية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية بين الحرية والمسئولية: دراسة تحليلية، (المؤتمر العلمي الدولي العشرون: مستقبل الإعلام المصري في ظل دستور ٢٠١٤، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٤)، ص ص ١٩٥-٢٥٣.

^{١٢} إسلام أحمد عثمان، "التعرض للسخرية السياسية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بإدراك الواقع السياسي في مصر: دراسة تطبيقية"، مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد الأول، ٢٠١٣، ص ص ٩٢-١٥٧.

الصناعي ، فضلاً عن استبيان رأى ٤٠٠ من مشاهدي هذ المواد ، وتوصلت **الدراسة إلى:-** أن غالبية المواد السياسية الساخرة على الفيسبوك يتم عرضها من خلال وضع مضمون دون تقديم عنوان معبر عنه ، وأن قالبى "المحاكاة الساخرة" ، والمضاهاة أو المفارقة" هما الأكثر استخداما فى عرض هذه المواد والتي تربط الأفكار التي تروج لها ، والعناصر التي تتناولها بالأحداث الجارية فى المجتمع المصرى.

الإطار النظرى للدراسة:

يرتبط الكاريكاتير بالسخرية ارتباطاً وثيقاً حتى اطلق عليه تسمية "الفن الساخر" وعده البعض وجهاً آخر للسخرية والهزاء ، كونه يحمل في ثناياه نقداً لاذعاً للسلوك الانسانى المنحرف. وإذا كان الكاريكاتير هو رسم يغالى في ابراز العيوب ، فإن الكاريكاتير السياسى اليوم يعد أكثر الأنواع شيوعاً كونه يقوم بمهمة تحريضية لنقد الواقع السياسى أو الأداء الحكومى محلياً أو دولياً ، كما أصبح الكاريكاتير اليوم فناً مهماً في الصحافة العربية والعالمية واحدى الوسائل الدقيقة للتعبير عن كثير من الأبعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

والكاريكاتير في أبسط تعريفاته هو "مقال تحل الخطوط فيه محل الكلمات"، فهو تعبير عن حدث أو فكرة باستخدام موهبة الرسم والتفكير المنطقى القادر على تحويل الأفكار إلى رموز مكتوبة ومفهومة بقصد لفت الانتباه إلى أمر محمود ينبغى دعمه أو تسليط الضوء على امر مذموم ينبغى معالجته^(١٣)، والكاريكاتور فن تعبيرى ساخر وهازل ، وفن مشاغب، ومزعج فى الوصف الإعلامى الشعبى ، يعبر من خلاله رسام الكاريكاتير عن الشخصيات السياسية والعامّة والتي تستأثر باهتمامات الرأى العام ، وتعد الفكاهة أو السخرية

^{١٣} حمدان خضر سالم، "الاتجاهات السياسية للكاريكاتير في جريدة الشرق الأوسط"، مجلة الباحث العلمى، العدد الرابع، ٢٠٠٨، ص ٦٩

الدعامتين الأساسيتين لرسوم الكاريكاتير، وعادة ما تتضمن هذه الرسوم جملة أو شبه جملة تعبيرية موجزة^(٤).

مفهوم السخرية:

السخرية هي طريقة من طرق التعبير ، يستعمل فيها الشخص ألفاظاً تقلب المعنى إلى عكس ما يقصده المتكلم حقيقة .وهي النقد والضحك ، وغرض الساخر هو النقد أولاً والإضحاك ثانياً ، وهو تصوير الإنسان تصويراً مضحكاً: إما بوضعه في صورة مضحكة بواسطة التشويه-الذي لا يصل إلى حد الإيلام -أو تكبير العيوب الجسمية أو العضوية أو الحركية أو العقلية أو ما فيه من عيوب وكل ذلك بطريقة خاصة غير مباشرة ، عندما تستعمل السخرية بنية عدوانية جدا تسمى التهكم.

فإن كل ما يضحك ، فهو هزل ، ولكنه ينقسم قسمين: أحدهما ليس له غرض أو هدف إلا الإضحاك فقط وهو ما يطلق عليه الفكاهة ، والآخر له غرض هادف واضح - سواء أكان معنياً أو غير معنى حين إلقاء النكتة - وهو السخرية .النكات التي يمكن أن تكون لمجرد الإضحاك فحسب حينئذ هي الفكاهة ، وقد تكون بقصد اللذع والإيلام فهي السخرية ، وقد تجمع بين الغرضين^(٥)، ومن ثمة يمكن أن نقسم السخرية إلى قسمين: أحدهما: ذات روح فكهة خفيفة ، لا تعتمد الإيذاء ، ولا تصل إلى درجة الإيلام ، تحمل في طياتها بواعث الابتسامة ، والضحكة والإعجاب بقائلها ، وهي أخف وطأة وأقل شراً من

^٤ أمينة عبدالله سالم على ، " ثقافة السخرية من الحاكم في ظل مجتمع المعرفة" ، مرجع سابق ، ص ٤٤ .
^٥ وردشان عبد المطلب حسن ، " دوافع تعرض المراهقين للبرامج السياسية الساخرة بالفضائيات العربية والإشباع المتحققة منها " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الطفل ، ٢٠١٤) ، ص ٤٤ .

القسم الثاني ، ثانيهما: هو ذلك الصنف من السخرية المرة اللاذعة التي تجعلنا نضحك بمرارة ونأسى ونبكي ربما ، ونشعر بعظم المصيبة ، وقسوة الوقعة^(١٦) . وتلتقى السخرية مع الفكاهة في منبعهما لكن السخرية تختص بالقصدية ، ووجود هدف من وراء القول؛ والسخرية في اللغة من مادة سخر، وأصل التسخير التذليل ، والساخر في الحقيقة يحاول إخضاع خصمه له ، وفي هذا-بتعبير الدكتور نعمان أمين- ما فيه من تشف عميق وإراحة للنفس المتعبة المكدودة^(١٧) .

الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك :

يعتبر الرسم الساخر فن إعلامي وصحفي . بالدرجة الأولى . فهو فن الرأي الساخر، وهناك من يصفه بأنه فن البسمة أو السخرية، أو الفن الأقرب إلى الجماهير بمختلف مستوياتهم .

ويُعد الرسم الساخر من الفنون البصرية القديمة حيث وجدت رسوم هزلية على الآثار المصرية القديمة، وتعود بدايات استخدام الرموز إلى الفراعنة الذين استخدموا الحيوانات كرموز، فصوروا الأشخاص في صورة حيوانات وصوروا الحيوانات في أنشطة إنسانية، واتخذ الإغريق ومن بعدهم الرومان فكرة وضع الحيوانات في صورة إنسانية بل ودمجوا بين الإنسان والحيوان في فعل واحد، وفي زمن الرومان كان الأقزام بأجسامهم الضئيلة مادة أساسية في الرسوم الساخرة، وتتميز الحضارة المصرية بالكثرة والتطور في مجال الرسم الساخر؛ إذ امتاز تراثها الحضاري باعتماد الرسوم على موضوعات واقعية، عبرت عن قوة الملاحظة وحسن التصوير للكثير من مشاهد الحياة اليومية التي يعيشها ويمر بها الإنسان في مصر آنذاك.^{١١}

^{١٦} منتصر عبد القادر الغضنفرى ، خير الدين قاسم العبادى ، السخرية السياسية في شعر بشار بن برد ، "مجلة التربية والعلم" ، (جامعة الموصل ، المجلد الثالث عشر، العدد العاشر ، ٢٠٠٦) ، ص ص ٢٢٧-٢٥٧ ، ص ٢٢٩ .
^{١٧} إبراهيم محمد حمزة ، "مستويات السخرية فى المشى للخلف" ، (مجلة أدب ونقد : مصر ، المجلد ٢٥ ، العدد ٢٨ ، ٢٠٠٩) ، ص ١١٠ .

ثم دخلت الرسوم الساخرة إلى الصحافة في القرن العشرين من أوسع أبوابها، وزاحمت المقال المكتوب، إذ أن هذا الأخير يتطلب جهداً في قراءته وفهم معانيه، بينما الرسم لا يحتاج لجهد أو عناء، فهو يتطلب من القارئ الصمت والتركيز عند متابعة الخطوط البسيطة التي تحمل معاني كثيرة لا تحدها أعمدة مقال طويل؛ فالرسوم الساخرة تعالج الأوضاع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ... إلخ في قالب مضحك، وتقدم وخبزاً مؤلماً لمن يحتاج الردع في شكل هزلي غير جاد، وأصبحت بذلك سلاحاً هاماً في أيدي الرسامين؛ إذ أن رسماً واحداً يستطيع أن يشيع السخط أو الرضا بين الناس، ويؤثر فيهم تأثيراً بالغاً بسبب مبالغته في رسومه وتعليقاته وقدرته الفائقة على جذب القارئ نحو تعليقاته الهزلية على الرسومⁱⁱⁱ.

شبكات التواصل الاجتماعي:

يُوصف القرن الحادي والعشرون بأنه عصر الشبكات Networks التي أصبحت عصب الحياة في مجتمعاتنا الحديثة، التي باتت تؤثر في مجمل الحياة العامة والخاصة لكل فرد في هذه المجتمعات، فقيم المجتمع الأساسية في طور التغيير المستمر بسبب الثورة الاتصالية والتقنية التي دخلت إلى العالم^(١٨).
ويُعد مصطلح الإعلام الاجتماعي مفهوماً جديداً نسبياً حيث يحاول الخبراء والمهتمون بالوسائل الإعلامية الجديدة وضع تعريف متفق عليه لوسائل الإعلام الاجتماعية ولكن يبدو أن ذلك مستحيل نظراً لتعدد الأغراض التي تستخدم هذه الوسائل، حيث تتعدد تعريفات هذه الوسائل بتعدد الاستخدامات، فهناك من يعرف "وسائل الإعلام الاجتماعية" على أنها مجموعة من الأنشطة والممارسات التي تتم عبر الإنترنت بغرض تبادل المعلومات والمعرفة والآراء ووجهات النظر وذلك باستخدام خدمات الدردشة والمحادثات الجماعية، وهناك

(١) سعد بن عبيد السبيعي، "مرجع سابق"، ص ٤٠.

من يرى أن وسائل الإعلام الاجتماعية هي عبارة عن تطبيقات للإنترنت تهدف إلى تسهيل التعاون والتفاعل وتبادل وتوزيع المحتوى الذي يتم إنشاؤه من قبل الجمهور^(١٩).

وكان أول مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت في الولايات المتحدة على شبكة الإنترنت، في شكل تجمعات هو موقع Theglobe.com عام ١٩٩٤، تلاه موقع Geocities في العام نفسه، وتلاها موقع Tripod بعام بعد ذلك، حيث ركزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة، وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر صفحات، وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات^(٢٠).

وخلال الفترة ما بين ٢٠٠٢ و ٢٠٠٤ بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاثة مواقع اجتماعية تواصلية، فكان أولها موقع Friendster عام ٢٠٠٣، ثم تلاه موقع My Space وموقع Bebo عام ٢٠٠٥، حيث كان موقع My Space الأكثر شعبية من بينهما، كما برز موقع Facebook، وأصبح بسرعة من أهم هذه المواقع الاجتماعية لا سيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة^(٢١).

وبصفة عامة فإن مواقع التواصل الاجتماعي يطلق عليها "مواقع التواصل الإعلامي" وتدخل في نطاق الإعلام البديل الذي ترك آثاراً واضحة على تراجع انتشار الصحافة المطبوعة وغيرها من وسائل الإعلام التقليدي،

(19) Perdue, David J. *Social Media Marketing, Gaining a Competitive Advantage by Reaching the Masses*, Honors Program of Liberty University, Thesis is accepted in partial fulfillment of the requirements for graduation. Spring 2010, p.p. 8-9.

(٢) عبدالكريم على الديبسي وزهير ياسين الطاهات ، " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية" ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، (الجامعة الأردنية : المجلد ٤٠، العدد الأول ، ٢٠١٣)، ص ٧٠.

(١) عبدالكريم على الديبسي وزهير ياسين الطاهات ، " نفس المرجع السابق" ، ص ٧٠.

وبخاصة بعض هذه المواقع مثل: فيسبوك، وتويتر، ويوتيوب حيث يتمثل دورها الإعلامي فيما يلي:

أولاً: أنها تعد وسيلة إعلام بما تنشره من أخبار ومعلومات ينتجها الأعضاء لأحداث وقعت في محيطهم، وكثيراً ما تجمع بين خصائص وسائل الإعلام كلها (النص، الصورة، الصوت).

ثانياً: أنها وسيلة تجميعية لما تنشره كثير من وسائل الإعلام حيث يتطوع بعض أعضاء المواقع بنقل هذه الأخبار، والمعلومات كاملة أو من خلال رابط الوسيلة الإعلامية مما يوفر الوقت والجهد والمال في البحث عن هذه الأخبار في مصادرها الأصلية.

ثالثاً: أصبحت مصدراً من مصادر وسائل الإعلام التي تتهافت على تصريحات المسؤولين، والشخصيات العامة من السياسيين، والمفكرين، والعلماء وغيرهم من خلال تدويناتهم في "الفيس بوك" أو تغريداتهم في "تويتر".

رابعاً: السرعة والآنية التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي، فقد تداولت هذه المواقع على سبيل المثال حادث وفاة زعيم القاعدة أسامة بن لادن فجر الأثنين ٢ مايو ٢٠١١م قبل بث الخبر في وسائل الإعلام التقليدية بما فيها الفضائيات بحوالي عشرين دقيقة، وهو فارق زمني كبير جداً فيما يتعلق بالسبق الصحفي والمقاييس الإعلامية^(٢٢).

. الفيس بوك:

يعتبر موقع "الفيس بوك" واحداً من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعياً فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء^(٢٣)، وتعد شبكات التواصل الاجتماعي بصفة

(٢) عبدالصبور فاضل، "الصحافة والثورة الرقمية"، مرجع سابق، ص ١٢٦.

(٢) عباس مصطفى صادق، "الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، الشروق، ص ٢١٨.

عامة والفييس بوك بصفة خاصة من أهم الوسائل التي اكتسحت العالم الافتراضي منذ ابتكارها، وهي إحدى تقنيات الويب ٢,٠ فقد ألغت هذه الشبكات الاحتكار الذي كان مفروضاً في مجال بث المعلومة^(٢٤).

ويشترك على موقع الفيس بوك ما يقرب من ٦٠% من الشباب وينتمي الكثير منهم للمجموعات والجروبات التي يتم تكوينها عبر الشبكات الإجتماعية^(٢٥)، كما يوجد عدد كبير من الإعلاميين والأخصائيين وأساتذة الجامعات والمشاهير الذين وجدوا في موقع الفيس بوك عالماً آخر لهم ينشرون من خلاله أعمالهم، ويبحثون عن قرائهم ومعجبيهم^(٢٦)

المعاملات الإحصائية المستخدمة:

بعد جمع البيانات وترميزها تم تحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss" من خلال اللجوء إلى المعاملات الإحصائية التالية: (التكرارات والنسب المئوية . الوزن النسبي . معامل الارتباط . المتوسط الحسابي Average اختبار ت لدلالة الفروق T. Test . اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه One . way anova . اختبار أقل فرق معنوي L.S.D . اختبار المقارنات البعدية Post Hock .

(٣) طاهر عبدالقادر، " تراث ٢,٠، تكنولوجيا الاتصالات والتراث بالجزائر: مدينة تلمسان كنموذج"، "مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية"، (الجزائر: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، العدد الخامس والعشرون، ٢٠١٣)، ص.ص ٣١٨.١.

(٤) سماح عبدالرازق الشهاوي، "علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجهة لهم على شبكة الإنترنت، دراسة ميدانية على الجمهور والقائم بالاتصال"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٩)، ص.ص ١٤٥.

(٥) حسن شحاته، "التعليم الإلكتروني وتحرير العقل"، ط١، (القاهرة: دار العالم العربي، ٢٠١٠)، ص ١٩٥.

نتائج البحث:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للكاريكاتير الساخر ودرجة مساهمته في تشكيل الإطار المعرفي لديهم حول الأحداث الجارية.

جدول (1) معاملات الارتباط بين كثافة تعرض المبحوثين للمضامين الساخرة ودرجة مساهمتها في تشكيل الإطار المعرفي لديهم حول الأحداث الجارية (ن = 400 =

درجة مساهمته في تشكيل الإطار المعرفي لديهم حول الأحداث الجارية		المتغيرات
مستوي الدلالة	قيمة ر	
0,01	0,13**	كثافة تعرض المبحوثين للكاريكاتير الساخر

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة $(0,05) = 0,098$ $(0,01) = 0,128$

يتضح من جدول (1) ما يلي:

- توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض المبحوثين للكاريكاتير الساخر ودرجة مساهمته في تشكيل الإطار المعرفي لديهم حول الأحداث الجارية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للكاريكاتير الساخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكلاً من:

- اتجاه المبحوثين نحوه

• درجة ثقة المبحوثين به

جدول (٢) معاملات الارتباط بين كثافة التعرض للكاريكاتير الساخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكلاً من اتجاه المبحوثين نحوه ودرجة ثقة المبحوثين به (ن = ٤٠٠)

كثافة التعرض للمضامين الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي		المتغيرات
مستوي الدلالة	قيمة ر	
٠,٠١	**٠,١٥	اتجاه المبحوثين نحوه
٠,٠١	**٠,٢٠	درجة ثقة المبحوثين بها

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,٠٩٨ (٠,٠١) = ٠,١٢٨
يتضح من جدول (٥٥) ما يلي :

تحقق الفرض ، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كثافة التعرض للكاريكاتير الساخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاه المبحوثين نحوه ، وكذلك وجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة التعرض للكاريكاتير الساخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة ثقة المبحوثين به . وهذا يعني أنه كلما زادت كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة للكاريكاتير الساخر على مواقع التواصل الاجتماعي ، كلما زاد اتجاه المبحوثين نحوه ، وهو ما يدل على ان كثافة التعرض تؤثر على اتجاه المبحوثين نحو ما يتعرضون له ، وهو ما يتفق مع دراسة (سارة محمود عبد العزيز ٢٠١٦) التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة التعرض للمواد السياسية عبر موقع الفيسبوك وبين الاتجاه نحو المواد السياسية الساخرة ، كما تتفق هذه النتائج أيضا مع دراسة (رضوى الجابري ٢٠١٤) التي

توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية بين كثافة المشاهدة والتأثير بالمحتوى المعروض فكثفوا المشاهدة هم الأكثر تأثراً مقارنة بضعيفي المشاهدة .

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى تعرض المبحوثين للكاريكاتير الساخر حسب الخصائص الديموغرافية (النوع - محل الإقامة) .
جدول (٣) دلالة الفروق بين الاناث والذكور في مستوى تعرض المبحوثين للرسومات الساخرة (ن = ٤٠٠)

مستوي الدلالة	قيمة (ت)	الإناث		الذكور		المتغيرات
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
غير دال	٠,٨٤	٤,١٦	١٩,٧٩	٤,٠٧	١٩,٥٦	درجة متابعة الكاريكاتير الساخر عبر صفحات الفيسبوك

قيمة (ت) الجدولية عند مستوي معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦ (٠,٠١) = ٢,٥٨

يتضح من جدول (٣) ما يلي :

لم يتحقق الفرض ، حيث ثبت وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الاناث والذكور في مستوى تعرض المبحوثين للكاريكاتير الساخر عبر صفحات الفيسبوك ، ويعنى ذلك تساوى نسب التعرض للرسومات على موقع الفيس بوك لكلا الجنسين ، وقد يرجع ذلك إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لا سيما صفحات الفيسبوك أصبحت الآن متاحة للجميع الذكور والإناث ، كما أن الإناث تسعى إلى المشاركة والتفاعل مثل الذكور ولا فرق بينهم في نسبة التعرض.

جدول (٤) دلالة الفروق بين الريف والحضر في مستوى تعرض المبحوثين للكاريكاتير الساخر (ن = ٤٠٠)

مستوي الدلالة	قيمة (ت)	الحضر		الريف		المتغيرات
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
٠,٠٥	*٢,١٣	٤,٣٠	٢٠,١١	٣,٨٧	١٩,٢٤	درجة متابعة الكاريكاتير الساخر عبر صفحات الفيسبوك

قيمة (ت) الجدولية عند مستوي معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦ (٠,٠١) = ٢,٥٨

يتضح من جدول (٣) ما يلي :

تحقق الفرض حيث ثبت وجود فروق دالة إحصائياً بين الريف والحضر في درجة متابعة الكاريكاتير الساخر عبر صفحات الفيسبوك وفي اتجاه الحضر، أى أن مستوى متابعة عينة الدراسة المقيمين بالحضر أكثر تعرضاً واستخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي ، ومن ثم الكاريكاتير الساخر من المبحوثين الذين يقيمون بالريف.

جدول (٥) مدى الثقة فى الآراء والمعلومات التى يقدمها الكاريكاتير الساخر على مواقع التواصل الاجتماعى

الإجمالي		العينة				مدى الثقة
		القاهرة		المنيا		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
9.25	37	16.00	32	2.50	٥	أثق بدرجة كبيرة
34.50	138	30.50	61	38.50	٧٧	أثق بدرجة متوسطة
37.25	149	33.00	66	41.50	83	أثق بدرجة قليلة
19.00	76	20.50	41	17.50	35	لا أثق بها على الإطلاق
%١٠٠	٤٠٠	%١٠٠	٢٠٠	%١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

جاءت نسبة الثقة فى الآراء والمعلومات التى يقدمها الكاريكاتير الساخر على مواقع التواصل بدرجة كبيرة (٩,٢٥%) بالنسبة للعينة الكلية ، فى حين جاء نسبة الثقة بدرجة متوسطة (٣٤,٥٠%) ، فى حين جاء نسبة الثقة بدرجة قليلة (٣٧,٢٥%) ، فى حين جاء نسبة عدم الثقة على الاطلاق (١٩,٠٠%)، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة (سارة عبد العزيز ٢٠١٦) حيث أشارت إجابات أفراد عينة الدراسة إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين تنفق إلى حد ما فى المواد الساخرة مثل الكاريكاتير ، حيث بلغت نسبتهم (٦١,١%) ، وهو ما يزيد عن نصف عينة الدراسة ، يليها المبحوثين الذين لا يتقون بالكاريكاتير الساخر بنسبة (٣٣,٣%) ثم الذين يتقون فى المواد الساخرة بنسبة (٥,٥%) من عينة الدراسة ، كما اتفقت أيضاً هذه النتائج مع دراسة (

إسلام أحمد عثمان (٢٠١٣) التي توصلت إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يتقنون إلى حد ما بمضمون المواد السياسية الساخرة عبر موقع الفيسبوك. مدى مساهمة الكاريكاتير الساخر في تشكيل الإطار المعرفي لدى عينة الدراسة حول الأحداث الجارية.

جدول (٦) مدى مساهمة الكاريكاتير الساخر في تشكيل الإطار المعرفي لديك حول الأحداث الجارية

الإجمالي		العينة				مدى المساهمة
		القاهرة		المنيا		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
26.00	104	36.00	72	16.00	32	تساهم بدرجة كبيرة
58.75	235	45.50	91	72.00	144	تساهم بدرجة متوسطة
15.25	61	18.50	37	12.00	24	تساهم بدرجة ضعيفة
%١٠٠	٤٠٠	%١٠٠	٢٠٠	%١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

تصدرت في البداية نسبة المساهمة بدرجة متوسطة بالنسبة لنتائج العينة الكلية ، حيث بلغت (٥٨,٧٥%) يليها المساهمة بدرجة كبيرة وذلك بنسبة (٢٦,٠٠%) ، بينما تأتي في النهاية درجة التأثير بنسبة ضعيفة والتي بلغت (١٥,٢٥%). وهو ما يشير إلى أهمية الكاريكاتير الساخر في تشكيل معارف واهتمامات المتابعين وعلى الرغم من الطبيعة الساخرة والفكاهية للكاريكاتير إلا أن تناوله للأحداث

والموضوعات بشىء من السخرية والكوميديا جعلها تخطف الأضواء من بين وسائل الإعلام الأخرى وتجذب الجمهور والمتابعين حوله، حيث أنهم يعتمدون عليها بقدر ليس بقليل فى التعرف على أحداث المجتمع.

جدول (٧) تفضيل تقديم المادة الإعلامية والإخبارية لبعض القضايا التى يتم متابعتها

الإجمالي		العينة				تفضيل تقديم المادة الإعلامية والإخبارية لبعض القضايا التى يتم متابعتها
		القاهرة		المنيا		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
29.25	117	31.00	62	27.50	55	تقديمها فى إطار جاد
25.50	102	25.50	51	25.50	51	تقديمها فى إطار كوميدي ساخر
45.25	181	43.50	87	47.00	94	تقديمها فى إطار كوميدي ذات مضمون جاد
%١٠٠	٤٠٠	%١٠٠	٢٠٠	%١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

- تصدرت فى الترتيب الأول من حيث وجهات نظر العينة الكلية من حيث الأسلوب المفضل لديهم حول تقديم المادة الإعلامية والإخبارية عبارة (تقديمها فى إطار كوميدي ذات مضمون جاد) ، وذلك بنسبة مئوية بلغت 45.25% ، وهو ما يشير إلى ضرورة التنوع عند عرض المحتوى الإعلامى بين السخرية والجدية حتى لا يفقد المحتوى تأثيره ويصعب وصول أهدافه ، حيث أن الاعتماد على الجانب الكوميدي فقد فى تقديم المادة الإخبارية يجعل القارئ

ينغمس في الضحك واللهو ليتناسى بذلك الهدف الحقيقي وراء المنشور كما تفقد المحتوى أهميته ، كما أن الإفراط في استخدام الكلمات الجافة والجادة قد تؤدي إلى نفور المتابعين وعدم اهتمامهم ومشاركتهم لتلك القضايا والأحداث ، بينما جاءت في الترتيب الثاني من حيث الأساليب التي يفضلها المبحوثين عند تقديم المادة الإعلامية عبارة (تقديمها في إطار جاد) بنسبة 29.25% ، في حين جاءت في الترتيب الأخير عبارة (تقديمها في إطار كوميدي ساخر) وذلك بنسبة مئوية بلغت 25.50%.

مراجع البحث:

١. إبراهيم محمد حمزة، "مستويات السخرية فى المشى للخلف"، (مجلة أدب ونقد : مصر ، المجلد ٢٥ ، العدد ٢٨٤ ، ٢٠٠٩).
٢. إسلام أحمد عثمان ، السخرية السياسية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية بين الحرية والمسئولية: دراسة تحليلية، (المؤتمر العلمى الدولى العشرون: مستقبل الإعلام المصرى فى ظل دستور ٢٠١٤، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ٢٠١٤)، ص ص ١٩٥-٢٥٣ .
٣. إسلام أحمد عثمان، "التعرض للسخرية السياسية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بإدراك الواقع السياسى فى مصر: دراسة تطبيقية"، (مجلة بحوث العلاقات العامة ، الشرق الأوسط ، الجمعية المصرية للعلاقات العامة ، العدد الاول، ٢٠١٣) .
٤. حسن شحاته ، "التعليم الالىكترونى وتحرير العقل"، ط١، (القاهرة : دار العالم العربى، ٢٠١٠).
٥. حمدان خضر سالم، "الاتجاهات السياسية للكاريكاتير فى جريدة الشرق الأوسط"، مجلة الباحث العلمى، العدد الرابع، ٢٠٠٨ .
٦. ربحى مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، " مناهج وأساليب البحث العلمى : النظرية والتطبيق، ط١، (عمان : دار الصفاء للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٠) .
٧. ريهان محمد أحمد عمران، "العناصر الإخراجية فى البرامج التلفزيونية الساخرة وعلاقتها بإدراك المراهقين للقضايا السياسية" رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الطفل ، ٢٠١٥)

٨. سارة محمود عبد العزيز سلام ، التعرض للسخرية السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بصورة المسؤولين السياسيين في مصر : بالتطبيق علي بعض الصفحات الساخرة علي موقع بوك " ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة حلوان ، كلية الآداب ، قسم الإعلام) ، ٢٠١٦ .
٩. سلوى أحمد محمد أبو العلا ، "تصميم الرسوم الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على علاقة المرأة بالرجل : دراسة تطبيقية على صفحات الفيس بوك" ، دراسة تطبيقية على صفحات الفيس بوك ، منشور بالمجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد (١٤) ، العدد (٣) ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠١٥)
١٠. سماح عبدالرازق الشهاوى، "علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجهة لهم على شبكة الإنترنت، دراسة ميدانية على الجمهور والقائم بالاتصال"، رسالة ماجستير غير منشورة ، (القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، ٢٠٠٩).
١١. طاهر عبدالقادر، "تراث ٢,٠، تكنولوجيا الاتصالات والتراث بالجزائر: مدينة تلمسان كنموذج" ، "مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية" ، (الجزائر: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، العدد الخامس والعشرون، ٢٠١٣).
١٢. عبدالكريم على الدبيسي وزهير ياسين الطاهات ، " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية" ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، (الجامعة الأردنية : المجلد ٤٠، العدد الأول ، ٢٠١٣)
١٣. محمد عبد الحميد ، " البحث العلمي في الدراسات الإعلامية " ، ط ٢ ، (القاهرة: عالم الكتب ، ٢٠٠٤) ، ص ١٥٧ : ١٥٩ .

١٤. منتصر عبد القادر الغضنفرى ، خير الدين قاسم العبادى ، السخرية السياسية في شعر بشار بن برد ، "مجلة التربية والعلم" ، (جامعة الموصل ، المجلد الثالث عشر، العدد العاشر ، ٢٠٠٦) .
١٥. نورهان محمد أحمد. ، " دوافع تعرض الشباب الجامعي للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها" ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان ٢٠١٦ .
١٦. نورهان مصطفى محمد الجوهري ، "السخرية السياسية علي موقع اليوتيوب علي شبكة الانترنت وعلاقتها باتجاهات مستخدمي الموقع نحو القوي السياسية في مصر" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة المنصورة. كلية الآداب. قسم الإعلام. ٢٠١٧ .
١٧. هنادى غريب زينهم ، " صورة الحاكم فى الكاريكاتير المنشور بالصحف المصرية ودورها فى تشكيل الصورة الذهنية له لدى الجمهور" ، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان ، ٢٠١٦ .
١٨. وردشان عبد المطلب حسن ، " دوافع تعرض المراهقين للبرامج السياسية الساخرة بالفضائيات العربية والإشباع المتحققة منها " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الطفل ، ٢٠١٤) .

19. Martin Jon: "The impact of on line user-generated satira on young people's political attitudes: testing the moderating role of knowledge and discussion". (University of Zagreb, 2012).

20. Perdue, David J. *Social Media Marketing, Gaining a Competitive Advantage by Reaching the Masses*, Honors Program of Liberty University, Thesis is

accepted in partial fulfillment of the requirements for
graduation. Spring 2010, p.p. 8-9