

" الرسوم الرياضية الساخرة على موقع فيسبوك وعلاقتها بنمو ظاهرة التعصب الرياضي لدى الجمهور"

دراسة تطبيقية

د. اسماعيل عبد الرازق الشرنوبلي*

المستخلص

شهدت شبكات التواصل الاجتماعي وبخاصة موقع فيسبوك انتشار الرسوم والصور الساخرة، وشكلت جمهوراً عريضاً من المتابعين والمتفاعلين مع هذه الرسوم، ونظراً للنمو المتزايد للرسوم الساخرة على موقع فيسبوك في السنوات الأخيرة، بالإضافة إلى تعدد أشكال ومضامين تلك الرسوم، والتفاعل المستمر والمتزايد من مستخدمي موقع فيسبوك مع هذه الصفحات، تسعى الدراسة الحالية إلى رصد وتحليل الرسوم الرياضية الساخرة عبر موقع الفيسبوك، والكشف عن العلاقة بين تعرض الجمهور لهذه الرسوم الرياضية الساخرة ونمو ظاهرة التعصب الرياضي، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي، بالإضافة إلى المنهج المقارن، كما استخدمت الدراسة أداتي تحليل المضمون والاستبيان على عينة قوامها "450" مفردة من جمهور المستخدمين لهذه الصفحات، وقد انتهت الدراسة إلى: أن الصفحتين محل الدراسة- استخدمتا المصطلحات التهامية والاستهزائية والألفاظ الخارجة في تعليقهما على الرسوم الرياضية الساخرة، كما أظهرت النتائج أن تأثيرات تعرض المبحوثين للصفحات الرياضية الساخرة جاءت أغلبها تأثيرات سلبية، وقد ظهر ذلك في تصدر شعور المبحوثين بالفرح بهزيمة الفرق المنافسة لفريقهم مقدمة تأثيرات تعرض المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة وغيرها من التأثيرات التي تعبر عن التعصب الرياضي لدى المبحوثين.

الكلمات المفتاحية: الرسوم الرياضية الساخرة، التعصب الرياضي، صفحات الفيسبوك، الجمهور

* مدرس بقسم الصحافة والنشر، كلية الإعلام، جامعة الأزهر

**Sports satirical cartoons on Facebook and its
relationship to the growth of sports fanaticism among
the public
"An Empirical Study"**

Dr. Ismail A. El- Sharnoby*

Abstract

Social networks, especially Facebook, have witnessed the spread of satirical cartoons, and formed a wide audience of followers and interacting with these cartoons, and due to the increasing growth of satirical cartoons on Facebook in recent years, in addition to the multiplicity of forms and contents of these cartoons, and the continuous and increasing interaction of Facebook users with These pages, the current study seeks to analyze sports satirical cartoons on Facebook, and to reveal the relationship between public exposure to these satirical sports cartoons and the growth of the phenomenon of sports intolerance. Content analysis and questionnaire based on a sample consisting of "450" individual from the audience of users of these pages. The study concluded to a number of results as follow: That the two pages under study - they used sarcastic and ridiculous terms and external words in their commentary on the sports satirical cartoons, The results also showed that the effects of the respondents' exposure to the satirical sports pages were mostly negative, and this was evident in the respondents 'feeling of joy in defeating their competing teams, introducing the effects of the respondents' exposure to the satirical sports drawings and other effects that express sports intolerance among the respondents...

Keywords: sports satirical cartoon, sports fanaticism, Facebook pages, audience.

*Lecturer, Department of Journalism and Publishing, Faculty of Mass Communication - Al-Azhar University

مقدمة

تأتي أهمية الشبكات الاجتماعية في كونها أحدثت تحولاً كبيراً في بيئة المستخدمين لمنصات الإعلام الجديد من حيث تصدرها مقدمة المنصات الإعلامية الجديدة استخداماً؛ حيث تشير الإحصائيات إلى أن هناك ما يقرب من 3,800 مليار يستخدمون الشبكات الاجتماعية في عام 2020م وذلك بزيادة 9% عن العام المنصرم 2019م، وقد احتلت مصر المرتبة 12 من حيث نمو عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية عن العام الماضي بنسبة بلغت 7,3%، كما بلغ متوسط عدد الساعات التي يقضيها مستخدمو هذه الشبكات يومياً حوالي 2,57 ساعتين وسبع وخمسون دقيقة يومياً، كما تشير النتائج إلى تصدر الفيسبوك مقدمة المنصات الاجتماعية الأكثر استخداماً؛ حيث بلغ مستخدمي موقع فيسبوك على مستوى العالم ما يقرب من 2,5 مليار مستخدم.⁽¹⁾

وقد شهدت شبكات التواصل الاجتماعي وبخاصة موقع فيسبوك انتشار الرسوم والصور الساخرة على كافة الأصعدة السياسية والاقتصادية والرياضية وغيرها، بل وشكلت جمهوراً عريضاً من المتابعين والمتفاعلين مع هذه الرسوم الساخرة سواء تلك الرسوم والصور الساخرة المعروفة بـ«الكوميكس» أو كما يطلق عليه بعض رواد السوشيال ميديا «الميمز»، ليعبروا عن مشاكلهم على طريقة الكوميديا السوداء.

وعلى الرغم من كون هذه الرسوم الساخرة تعد أداة من أدوات التنفيس لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية أو شكلاً من أشكال الفكاهة والمرح إلا أن هذه الرسوم والصفحات الساخرة قد تتعدى هذا الأمر فتصير شكلاً من أشكال النقد الاجتماعي أو السياسي من جانب المستخدمين، أو أداة من أدوات نشر ثقافة التعصب السياسي أو الرياضي وغيرها من أشكال التعصب جراء التعرض لهذه الرسوم والصور الساخرة.

ونظراً للنمو المتزايد للرسوم الساخرة على موقع فيسبوك في السنوات الأخيرة، بالإضافة إلى تعدد أشكال ومضامين تلك الرسوم، والتفاعل المستمر والمتزايد من مستخدمي موقع فيسبوك مع هذه الصفحات، تسعى الدراسة الحالية إلى رصد وتحليل الرسوم الرياضية الساخرة عبر موقع الفيسبوك، والكشف عن العلاقة بين تعرض الجمهور لهذه الرسوم الرياضية الساخرة ونمو ظاهرة التعصب الرياضي.

الدراسات السابقة:

قسم الباحث الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة إلى محورين أساسيين:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت الرسوم الساخرة:

اهتمت عدد من الدراسات برصد المضامين السياسية الساخرة على الفيس بوك: فسعت دراسة (سلامي أسعيداني 2020م)⁽²⁾ إلى التعرف على العلاقة بين المضامين السياسية الساخرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومتابعتها فيما تقدمه من معلومات على وعي الشباب وتصوراتهم إزاء الواقع السياسي العام، وانتهت إلى تأثر الشباب

بالمضامين السياسية الساخرة، وهي النتيجة ذاتها التي توصلت إليها دراسة (هنا جلال عبداللاه 2020م)⁽³⁾ بأن التعليقات على الرسوم الساخرة كانت شكلاً من أشكال المشاركة السياسية على الرسوم الساخرة من خلال عرض آرائهم ووجهات نظرهم حول الموضوعات السياسية، وهي النتيجة نفسها التي انتهت إليها دراسة (لمياء علي عبدالحميد 2019م)⁽⁴⁾ بأن أبرز دوافع تعرض شباب الصعيد للرسوم الساخرة التي تعرض القضايا السياسية أن هذه الرسومات تقدم لهم معلومات سياسية يريدون معرفتها، وأنها تعبر عن آرائهم السياسية بمنتهى الحرية، ومعرفة ومتابعة الأخبار والقضايا السياسية القومية والعالمية بشكل ساخر وخفيف، بينما سعت دراسة (Emeli Hakoköngäs et al 2020)⁽⁵⁾ إلى التعرف على دور "الميمز" في التواصل بين مجموعتين من اليمين المتطرف في فنلندا، وذلك من خلال تحليل 426 ميمز تم نشرها بواسطة Finland First و Soldiers of Odin بين عامي 2015 و 2017 على الفيسبوك لفهم المحتويات والأشكال والوظائف البلاغية التي يتم توصيلها عبر تلك الميمز، وأظهرت نتائج الدراسة أن محتويات تلك "الميمز" تدور حول ستة مواضيع: التاريخ، والفكاهة، والأساطير، والرموز، والأخبار، والشعارات، كما تهدف المجموعات إلى تفسير ماضٍ بطولي متخيل لإضفاء الشرعية للقضية القومية، ولإثارة الغضب الأخلاقي والكراهية تجاه اللاجئين، وتشجيع أتباع الحركات على القتال، في حين سعت دراسة (Mia Moody-Ramirez & Andrew B Church 2019)⁽⁶⁾ إلى تحليل الصفحات الساخرة على الفيسبوك خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016م للتعرف على صورة كلينتون وترامب على الفيسبوك، وانتهت الدراسة إلى أن صورة ترامب وكلينتون جاءت سلبية، كما كشفت نتائج التحليل أن الصفحات الساخرة التي تناولت كلينتون ركزت على فضيحة بريدها الإلكتروني وثورتها، بينما ركزت الصفحات الساخرة التي تناولت ترامب على وعود حملته الانتخابية ومظهره الجسدي - وغالبًا ما يركزون على تسريحة شعره وملامحه الجسدية ولون بشرته، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (نورهان محمد أحمد 2016م)⁽⁷⁾ والتي توصلت إلى أن الصفات التي عكستها الرسومات الساخرة أغلبها صفات سلبية، كما أظهرت نتائج الدراسة حرص عينة الدراسة على متابعة الرسومات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي، بينما اهتمت دراسة (أسماء مصطفى محمود أحمد 2018)⁽⁸⁾ بالتعرف على الدور الذي يؤديه فن الكاريكاتير في تشكيل فهم واستيعاب الشباب المصري للقضايا السياسية المتمثلة في قضايا الحريات وقضايا الديمقراطية، وتوصلت إلى تعدد الوسائط المستخدمة في عرض الأطروحات السياسية الساخرة بين الرسومات بيد الفنان والمزج بين الصور الفوتوغرافية والمركبة مع المضمون والنصوص المكتوبة فقط ومقاطع الفيديو، بالإضافة إلى تنوع مستوى اللغة المختلفة المستخدمة في عرض المضامين الساخرة على الفيسبوك، بالإضافة إلى جاذبية الصفحات السياسية لعينة الدراسة، وتفاعلهم مع مضامين صفحات الكاريكاتير الساخرة، كما أثبتت الدراسة تأثير مضامين تلك الصفحات على

وجهة نظر الشباب أو موقفهم من القضايا السياسية، وهي النتيجة ذاتها التي توصلت إليها دراستي (ساره محمود عبدالعزيز 2016م)⁽⁹⁾ والتي كشفت تنوع أساليب عرض المواد السياسية الساخرة عبر فيسبوك مابين أسلوب تقديم عنوان مع مادة مكتوبة أو مصورة وأسلوب وضع مادة مكتوبة أو مصورة، كما تعددت الوسائط المستخدمة في عرض المواد السياسية الساخرة من المسؤولين السياسيين بين الصور الفوتوغرافية والمركبة مع مضمون والرسومات مع مضمون والنصوص المكتوبة فقط، ودراسة (سلوى محمد أحمد أبو العلا الشريف 2015م)⁽¹⁰⁾ والتي كشفت تعدد طرق تفاعل الباحثين مع الرسوم الساخرة في هذه الصفحات، كما تنوعت لغة التعليق المستخدم في الرسوم الساخرة مابين استخدام اللهجة العامية، واستخدام اللغة العربية، واللغة الإنجليزية، والمزج بين العامية والإنجليزية، بينما رصدت دراسة (Vasiliki Plevriti 2018)⁽¹¹⁾ التعرف على دور "الميمز" في الهجاء والنقد من قبل المستخدمين واستخدامها كأداة فعالة في النقد السياسي وتأثيرها على عملية مشاركة المواطنين، وتوصلت نتائج الدراسة أن الشباب أكثر استخداماً "الميمز" وأنهم يستخدمونها كأداة للنقد السياسي، كما أظهرت النتائج أن منتجي "الميمز" هم من يقومون بمشاركتها وأنهم ينتجون بسبب دوافع التعبير عن الذات والتعبير عن الحياة الواقعية، وهي النتيجة ذاتها التي انتهت إليها دراسة (Marc Owen Jones 2018)⁽¹²⁾ بأن وسائل التواصل الاجتماعي سهلت ظهور أشكال جديدة من الهجاء في البحرين، كما أن الأشكال الساخرة جعلت الهجاء نوعاً مناسباً فيما يتعلق بالإنتاج الثقافي الثوري والمجال العام، وهي ذات النتيجة التي انتهت إليها دراسة (Roberto 2015)⁽¹³⁾ بأن الأخبار الساخرة تعمل على تعبئة وتحريك الجمهور، كما أظهرت أن تلك الأخبار تقدم تشخيصاً لأوجه القصور، بل وأصبحت مظلة تعبر عن التغيرات التقنية والثقافية والاجتماعية المحيطة بالمتلقين

بينما رصدت بعض الدراسات علاقة الرسوم الساخرة بتصورات الواقع والأحداث الجارية، فرصدت دراسة (رالا أحمد محمد عبدالوهاب 2020م)⁽¹⁴⁾ تصورات الشباب حول التأثيرات المدركة للتممر الإلكتروني على الذات وعلى الآخرين في ضوء نظرية الشخص الثالث، وتأثير الصفحات الساخرة على زيادة ظاهرة التمرر الإلكتروني، وانتهت الدراسة إلى أن الباحثين يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي أحد أسباب التمرر الإلكتروني، كما أنها ساعدت على نشر الشائعات، كما أظهرت تصدر القضايا السياسية مقدمة المنشورات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي، بينما استهدفت دراسة (أسماء عبدالعزيز مصطفى أحمد 2019م)⁽¹⁵⁾ التعرف على دور السخرية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتصورات الجمهور للواقع، وانتهت إلى استخدام الفيسبوك كم منصة معبرة في المقام الأول عن اهتمامات الجمهور وتطلعاتهم، وقاعدة مهمة لتبادل الأفكار مع جماهير كبيرة كانت معزولة في وقت ما، كما أظهرت الدراسة أن ثمة تكرار في طرح الصور النمطية عن فئات اجتماعية معينة، وتبنت الصفحة مواضيع متعددة وقضايا مختلفة، وعرضتها في العديد من

البوستات من مقاطع فيديو مصحوبة بتعليقات ساخرة (مميز)، في حين اهتمت دراسة (أميمة أحمد رمضان محمد 2018م)⁽¹⁶⁾ بالتعرف على مدى تعرض الشباب للرسومات الساخرة عبر صفحات الفيسبوك وتأثير هذا التعرض على رؤيتهم للأحداث الجارية، وانتهت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين تعرض المبحوثين للرسومات الساخرة على صفحات الفيسبوك وتشكيل اتجاهاتهم نحو الأحداث الجارية، كما انتهت الدراسة إلى وجود فروق بين الإناث والذكور في مستوى تعرضهم للرسومات الساخرة، بينما استهدفت دراسة (Li Huang 2015)⁽¹⁷⁾ تأثير التعرض للمادة الساخرة على الابتكار ومستوى الصراع بين الأشخاص، وانتهت الدراسة إلى أن المادة الساخرة تحفز التفكير المجرد لدى كل من صانعيها ومستقبليها، كما أنها تؤدي إلى زيادة مستوى الصراع بين المتلقين، كما أظهرت نتائج الدراسة أنه كلما كان مصدر السخرية موثقاً به من جانب المتلقي كلما تزداد الابتكارية.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت التعصب الرياضي :

اهتمت عدد من الدراسات برصد العلاقة بين التعرض للمواقع الإلكترونية الرياضية ووسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتعصب الرياضي فاستهدفت دراسة (أحمد عزت منصور السيد عبدالرحمن 2020)⁽¹⁸⁾ التعرف على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمظاهر التعصب الرياضي لدى مشجعي بعض أندية كرة القدم في مصر، وانتهت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أحد الطرق الناجحة في التأثير على الجماهير، كما أظهرت أنها من أهم أدوات حدوث التطورات في الأحداث الرياضية، بينما استهدفت دراسة (عليه هشام جمال الدين 2019م)⁽¹⁹⁾ التعرف على أسباب تعرض المراهقين للصفحات الرياضية، ورصد بعض مظاهر التعصب الرياضي التي يقوم بها المراهقون، وانتهت الدراسة إلى تصدر هدف "إثارة الجمهور المنافس" مقدمة أهداف نشر المعلومات بالصفحات الرياضية، كما أظهرت النتائج أن المنشورات المثيرة للجدل "جاءت في صدارة أسباب التعصب الرياضي التي ظهرت في الصفحات الرياضية، كما أثبتت النتائج أن "تعصب الإعلاميين الرياضيين" في مقدمة أسباب تفشي التعصب في الصفحات الرياضية من وجهة نظر المراهقين، في حين سعت دراسة (سامي السعيد أحمد النجار 2017)⁽²⁰⁾ إلى التعرف على رؤية الشباب الجامعي لدور صحافة المواطن تجاه ظاهرة التعصب الرياضي، وانتهت الدراسة إلى أن أهم مظاهر سلوك التعصب الرياضي عبر أشكال صحافة المواطن هي هجوم بعض الجماهير من خلال منشوراتهم عبر صفحاتهم الشخصية ضد الفرق الأخرى، كما أظهرت النتائج أن صحافة المواطن لم تسهم في خلق الوعي تجاه ظاهرة التعصب الرياضي بالشكل الكافي، بل أنها تتسبب في تضليل الجهات الأمنية من خلال مشاركة الأخبار غير الصحيحة عن حالات التعصب الرياضي، وهي ذات النتيجة التي انتهت إليها دراسة (2017 Young Name Chung)⁽²¹⁾ بأن وسائل الإعلام

الجديد كان لها دور كبير في انتشار التعصب، وممارسة الجماهير لأشكال مختلفة من التعصب الرياضي، بسبب تركيزها على الأحداث الرياضية التي تثير الخلاف والعنف بين الجماهير في البيئة الرياضية، ونشرها لفيديوهات تحتوي بعض أحداث العنف الرياضي، بينما استهدفت دراسة (أحمد فـاروق رضوان 2016)⁽²²⁾ التعرف على دور الإعلام في نشر ثقافة التسامح ونبذ العنف والتعصب، والتعرف على أبرز الإستراتيجيات الإعلامية لمواجهة هذه الظاهرة، وتوصلت الدراسة إلي وجود مظاهر للعنف والتعصب أبرزها: نشر خطاب الكراهية، وقولية المعلومات، الاهتمام بقضايا بذاتها وإغفال قضايا أخرى، التركيز على شخصيات تحض على العنف والتعصب، كما أشارت نتائج الدراسة إلي بعض الإستراتيجيات التي تحد من ظاهرة التعصب، كالضبط الذاتي للوسيلة الإعلامية، والالتزام بمواثيق الشرف الإعلامية، واحترام قوانين النشر وتداول المعلومات.

بينما اهتمت بعض الدراسات برصد العلاقة القوانين الرياضية والاستثمار الرياضي وعلاقته بالتعصب الرياضي، فسعت دراسة (سامح محمد عبدالغني 2020)⁽²³⁾ إلى التعرف على أبرز قضايا الاستثمار الرياضي العربي في مصر، ورصد العلاقة بين التعرض لهذه المضامين ونمو ظاهرة التعصب الرياضي لدى الجمهور، وانتهت الدراسة إلى أن تناول المواقع الإلكترونية لقضايا الاستثمار أدى إلى زيادة التعصب الرياضي، كما أظهرت النتائج أن من بين أسباب التعصب الرياضي قيام بعض المستثمرين العرب بالتدخل في شئون الأندية الرياضية، وأن الاستثمارات الرياضية العربية تؤثر على فوز فريقهم بالبطولات، بينما اهتمت دراسة (Heather Worth, Jing Jung and Karen Memillan 2019)⁽²⁴⁾ بالكشف عن آثار الحملة التي قامت بها الصين ضد الأشخاص الذين انتهكوا القوانين الرياضية وقاموا بممارسة الشغب، ومدى علاقة ذلك بالنظام الاجتماعي السائد، وقد انتهت النتائج إلى أن القوانين الرياضية تم تفعيلها من خلال اتخاذ مجموعة من الإجراءات ضد الممارسين للشعب والتعصب، كم أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة بين النظام الاجتماعي السائد ونمو ظاهرة الشغب والتعصب، في حين استهدفت دراسة (John Williams and Nicola 2019 Vannucci)⁽²⁵⁾ رصد ظاهرة التعصب الرياضي في إنجلترا، والتعصب الذي تسبب فيه بعض جماهير الألتراس في إيطاليا، وانتهت الدراسة إلى ظهور أشكال متعددة للتعصب الرياضي بين الجماهير الإنجليزية وبخاصة الأجيال الصاعدة، كما أظهرت نتائج الدراسة أن إيطاليا شهدت حالة من التعصب الرياضي عبر جامعات الألتراس الرياضية، بينما استهدفت دراسة (نيفن قاسم محمود 2016)⁽²⁶⁾ الكشف عن بعض المتغيرات الاجتماعية والنفسية المرتبطة بظاهرة التعصب الرياضي، وأسباب وآثار هذه الظاهرة وطرق علاجها، ورصد العلاقة بين التعصب الرياضي لدى الشباب وبعض المتغيرات النفسية كالعدوان والغضب والاضطرابات النفسية والأفكار التسلطية، ورصد الفروق بين

المبحوثين في مستويات التعصب الرياضي طبقاً لبعض العوامل الديموجرافية، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بالنوع والسن والحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي وبين التعصب الرياضي، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث المستوى الاجتماعي وظاهرة التعصب، بالإضافة إلى وجود علاقة بين الاضطرابات النفسية لدى بعض المبحوثين وظاهرة التعصب الرياضي، في حين سعت دراسة (Dorian Schaop, 2015 Marten Posma, Lisanne Jochem Tolsma) (27) إلى تقييم ظاهرة التعصب في التنافس الرياضي الذي أصبح ظاهرة منتشرة وغير مرغوب فيها في هولندا، من خلال دراسة تحليلية لتغطية محتوى بعض البيانات والمعلومات لـ 4331 مباراة في البطولات الرياضية التي أقيمت في الفترة من 2006 وحتى 2011م، وقد أشارت النتائج إلى تركيز هذا المحتوى على بعض المخاطر الخاصة بالتعصب، كما أوضحت النتائج أن المباريات التي تمت إقامتها في فترة الظهيرة شهدت تعصبا أكبر من المباريات التي أقيمت ليلاً.

التعليق على الدراسات السابقة:

أسفر اطلاع الباحث على التراث النظري العلمي المتعلق بالمحورين المرتبطين ارتباطاً وثيقاً بموضوع البحث والدراسة عن مجموعة من المؤشرات تتمثل في الآتي:

أولاً: من حيث الشق النظري.

الدراسات العربية والأجنبية: ندرة الدراسات التي تناولت الرسوم الرياضية الساخرة على الفيسبوك وعلاقتها بنمو ظاهرة التعصب الرياضي؛ حيث اقتصر بعض الدراسات علاقة المضامين السياسية الساخرة بالمشاركة السياسية وذلك مثل: دراسة (سلامي أسعيداني 2020م)، (هنا جلال عبدالله 2020م)، (أسماء عبدالعزيز مصطفى أحمد 2019م)، (ساره محمود عبدالعزيز 2016م)، (نورهان محمد أحمد 2016م)، (أسماء مصطفى محمود أحمد 2018)، (Vasiliki Plevriti 2018)، (Mia Moody-Ramirez & Andrew B 2018)، (Marc Owen Jones 2018) بينما سعت بعض الدراسات التي تناولت الصفحات الساخرة إلى علاقة الصفحات الساخرة بتصورات الجمهور للواقع مثل دراسة (أسماء عبدالعزيز مصطفى أحمد 2019م)، (أميمة أحمد رمضان محمد 2018م)، بينما تطرقت بعض الدراسات للكشف عن علاقة الصفحات الساخرة بالنقد الاجتماعي كدراسة (Roberto 2015)، (Li Huang 2015)، في حين اقتصر بعض الدراسات على تأثير الرسوم الساخرة على علاقة الرجل بالمرأة كدراسة (سلوى محمد أحمد أبو العلا الشريف 2015م)، بينما ركزت بعض الدراسات التي تناولت التعصب الرياضي على علاقة الاستثمار الرياضي بالتعصب الرياضي كدراسة (سامح محمد عبدالغني

2020)، بينما تطرقت أغلب الدراسات التي تناولت التعصب الرياضي على علاقة وسائل التواصل الاجتماعي بالتعصب الرياضي كدراسة (أحمد عزت منصور السيد عبدالرحمن 2020)، (عليه هشام جمال الدين 2019م)، بينما تطرقت بعض الدراسات حول علاقة صحافة المواطن والاعلام الجديد بالتعصب الرياضي كدراسة (سامي السعيد أحمد النجار 2017)، (2017 Young Name Chung)، (أحمد فاروق رضوان 2016)، بينما تناولت بعض الدراسات الكشف عن بعض المتغيرات الاجتماعية والنفسية المرتبطة بظاهرة التعصب الرياضي دراسة (نيفن قاسم محمود 2016)، بينما ركزت دراسة (Dorian Schaop, Marten) (2015 Posma, Lisanne Jochem Tolsma) حول تقييم ظاهرة التعصب في التنافس الرياضي، في حين لم تنطرق الدراسات التي استند إليها الباحث إلى الرسوم الرياضية الساخرة على الفيسبوك وعلاقتها بنمو ظاهرة التعصب الرياضي؛ مما يشير إلى إجراء دراسات إعلامية عربية تضيف إلى التراث المعرفي وتثري المكتبة العربية.

ثانياً: من حيث الشق المنهجي:

المنهج: اعتمدت بعض الدراسات التي استند إليها الباحث على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، والبعض الآخر اعتمد على منهج المسح بشقه الوصفي فقط، والبعض الآخر اعتمد على المنهج المقارن إلى جانب منهج المسح؛ في حين يعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي بالإضافة إلى المنهج المقارن.

العينة: اعتمدت بعض الدراسات - العربية والأجنبية- التي استند إليها الباحث على عينات تحليلية سواء كانت بوسنات موقع الفيسبوك، أو فيديو هات على موقع يوتيوب، والبعض الآخر اعتمد على عينة ميدانية سواء من المراهقين أو الشباب الجامعي أو الجمهور أو مقابلات متعمقة، بينما جمعت بعض الدراسات بين العينتين التحليلية والميدانية؛ في حين يعتمد الباحث في دراسته على العينتين التحليلية والميدانية (الصفحات الساخرة لرصد وتحليل الرسوم الرياضية الساخرة على هذه الصفحات، والجمهور الذين يتعرضون للرسوم الرياضية الساخرة على الفيسبوك).

الأدوات البحثية: تنوعت الأدوات البحثية التي استخدمتها الدراسات التي استند إليها الباحث ضمن التراث العلمي بين أداة تحليل المضمون في الدراسات التحليلية، وأداة الاستبيان في الدراسات الميدانية، بالإضافة إلى أداة المقابلة المتعمقة، وقد تنوعت الدراسات في استخدامها لهذه الأدوات: فبعض الدراسات استخدمت أداة تحليل المضمون فقط، والبعض الآخر اعتمد على أداة الاستبيان؛ في حين جمعت بعض الدراسات بين الأدوات "تحليل المضمون، الاستبيان" وذلك وفقاً لطبيعة وأهداف كل

دراسة على حدة، وترتكز هذه الدراسة على أدوات الاستبيان، وتحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات.

الإطار النظري المستخدم: تنوعت الدراسات التي استند إليها الباحث في توظيفها للنظرية العلمية، فبعض الدراسات التي اعتمد عليها الباحث ركزت على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والبعض الآخر ركز على نظرية الحضور الاجتماعي، وإدارة المزاج، بينما ركزت بعض الدراسات على نظرية الاستخدامات والشبكات، في حين وظفت دراسات أخرى نظرية ثراء الوسيلة، بينما يعتمد الباحث في دراسته على نظرية الاستخدامات والشبكات.

مشكلة الدراسة: في ضوء ما أشارت إليه نتائج الإحصائيات من ارتفاع نسبة مستخدمي الشبكات الاجتماعية (بصفة عامة وموقع فيسبوك بصفة خاصة) على مستوى العالم بصفة عامة وفي مصر بصفة خاصة؛ وعلاوة على تزايد اعتمادهم على مضامين هذه الشبكات، وفي ظل الانتشار الهائل للرسوم الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي التي تسلط الضوء على القضايا والمشكلات الخاصة بالمجتمع على اختلاف أشكالها السياسية والاجتماعية والرياضية، وما خلفته هذه الرسوم الساخرة من دوافع وتأثيرات متجددة ومتنوعة على كافة المستويات، فقد لاحظ الباحث أن الرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك أحد أبرز المشكلات التي لم تنل حظاً في البحث والدراسة بما يتناسب مع أهميته والنتائج المترتبة على تلك الرسوم سواء من خلال دوافع التعرض أو الآثار الناجمة عن تعرض مستخدمي تلك الرسوم الساخرة من نمو ظاهرة التعصب الرياضي، لذا يمكن تحديد المشكلة البحثية في: دراسة طبيعة الأفكار والتصورات التي تحملها الرسوم الساخرة وأساليب عرضها، والكشف عن العلاقة بين تعرض مستخدمي الرسوم الرياضية الساخرة على موقع الفيسبوك ونمو ظاهرة التعصب الرياضي، من خلال رصد دوافع تعرض الجمهور للرسوم الرياضية الساخرة على موقع الفيسبوك، ومدى تفاعلهم مع الرسوم الساخرة وأساليب تفاعلهم، بالإضافة إلى الكشف عن تأثير تعرض الجمهور للرسوم الرياضية الساخرة على نمو ظاهرة التعصب الرياضي.

أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من عدة جوانب أبرزها:

1. النمو المتزايد لاستخدامات هذه الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم بصفة عامة، حيث بلغت زيادة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في عام 2020م ما يقرب من 321 مليون مستخدم بزيادة قدرها حوالي 9% عن عام 2019م، وفي مصر بصفة خاصة حيث تشير الإحصائيات إلى تزايد عدد المستخدمين للشبكات الاجتماعية بما يقرب من 2,9 مليون مستخدم عام 2020م بزيادة قدرها 7,3% عن العام الماضي 2019م. (28)

2. تكتسب هذه الدراسة أهميتها من حيث تصديها لأحد الفنون الصحية وهي الرسوم الساخرة التي ظهرت وتطورت مع الصحف المطبوعة، ثم ما لبث أن ظهر هذا الفن على الشبكات الاجتماعية مع مطلع 2011م مع ظهور ما يعرف بالربيع العربي واتخذ أسماء "الكوميكس، الميمز"، مما يستدعي تسليط الضوء على هذا الفن.

3. تركز أهمية هذه الدراسة في كونها تعتمد تأثير تعرض مستخدمي الشبكات الاجتماعية (الفيسبوك) للرسوم الرياضية الساخرة على نمو ظاهرة التعصب الرياضي، وذلك في ظل التنامي السريع والمتزايد لهذه الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي في السنوات القليلة الماضية وارتفاع عدد المعجبين بها أو المتابعين لها، أو حتى أولئك المتفاعلين معها، وهو ما يستوجب الوقوف على هذه الظاهرة وذلك في ظل هذه البيئة الإعلامية الحديثة التي تخطت حدود القرية الكونية الصغيرة إلى حدود اللامكان واللازمان، وفي ظل تنامي ظاهرة التعصب الرياضي بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية.

4. تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها تمثل دليلاً استرشادياً يتيح للمسؤولين تأثير تعرض مستخدمي الشبكات الاجتماعية (الفيسبوك) للرسوم الرياضية الساخرة على نمو ظاهرة التعصب الرياضي، وتقديم المقترحات للحد من هذه التأثيرات.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في "التعرف على الرسوم الرياضية الساخرة عبر موقع الفيسبوك وتأثيرها على نمو ظاهرة التعصب الرياضي"، ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية التالية:

- تحليل الرسوم الرياضية الساخرة والتعرف على طبيعة الأفكار والمضامين الرياضية التي تحملها تلك الرسوم.
- الكشف عن المعاني التي تعكسها المضامين الرياضية الساخرة عبر تلك الصفحات.
- التعرف على دوافع استخدام الجمهور للرسوم الرياضية الساخرة على موقع فيسبوك.
- رصد أبرز المضامين التي يحرص الجمهور على متابعتها في الصفحات الساخرة.
- رصد مدى تفاعل الجمهور مع المضامين الرياضية الساخرة وأساليبهم تفاعلهم معها.
- الكشف عن تأثير تعرض الجمهور للرسوم الرياضية الساخرة على نمو التعصب الرياضي.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات الآتية، وتتمثل فيما يلي:

- ما الخصائص العامة لشكل ومضمون الرسوم الرياضية الساخرة في الصفحات - محل الدراسة؟
- ما طبيعة الأفكار والمضامين الرياضية التي تحملها الرسوم الرياضية الساخرة عبر الصفحات- محل الدراسة؟
- ما المعاني التي تعكسها المضامين الرياضية الساخرة عبر تلك الصفحات؟
- ما مدى استخدام الجمهور للرسوم الرياضية الساخرة على موقع فيسبوك؟
- ما دوافع استخدام الجمهور للرسوم الرياضية الساخرة على موقع فيسبوك؟
- ما المضامين الرياضية التي يحرص الجمهور على متابعتها في الصفحات الساخرة على موقع فيسبوك؟
- ما الأساليب التفاعلية التي يستخدمها الجمهور في حالة تفاعلهم مع المضامين المقدمة في هذه الصفحات؟
- ما تأثير تعرض الجمهور للرسوم الرياضية الساخرة على نمو ظاهرة التعصب الرياضي؟

فروض الدراسة:

طبقاً لأهداف البحث وتساؤلاته تتمثل فروض الدراسة فيما يلي:-

1. لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية.
2. لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية.
3. توجد علاقة ارتباطية بين معدل تعرض المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة وتأثيرها على نمو ظاهرة التعصب الرياضي.

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية **Descriptive Studies** التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، وتسعى الدراسة

الحالية رصد الرسوم الرياضية الساخرة عبر صفحات الفيسبوك وعلاقتها بنمو ظاهرة التعصب الرياضي.

منهج الدراسة:

- **منهج المسح Survey:** نظراً لطبيعة هذه الدراسة، والرغبة في الحصول على أكبر قدر من الدقة العلمية، فقد وُظفَ الباحث **منهج المسح Survey** بشقيه **الميداني والتحليلي** كونه إجراءً علمياً يستهدف الحصول على البيانات والمعلومات حول الظاهرة موضوع الدراسة، وفي إطار هذا المنهج قام الباحث بإجراء مسح على عينة من الصفحات الساخرة على الفيسبوك لتحليل مضمون عينة من الرسوم الرياضية الساخرة، بالإضافة إلى مسح عينة من الجمهور مستخدمي الصفحات الرياضية الساخرة على موقع الفيسبوك من المصريين لرصد تأثير تعرضهم لهذه الصفحات على ظاهرة نمو التعصب الرياضي.

- **الأسلوب المقارن:** اعتمد الباحث على هذا الأسلوب لإجراء مقارنة بين الصفحات الساخرة التي تحمل مضامين رياضية ساخرة - محل الدراسة- عن طريق تحليل شكل لتلك الرسوم والتعرف على السمات العامة.

أدوات الدراسة:

تجمع هذه الدراسة بين المجالين **التحليلي والميداني**؛ باستخدام الأدوات التالية:

1. **تحليل المضمون:** بشقيه الوصفي والاستدلالي لتحليل الرسوم الرياضية الساخرة المنشورة على الصفحات الساخرة عبر الفيسبوك، وسوف يقوم الباحث بتحليل الرسوم الرياضية الساخرة من خلال تقسيمها إلى فئتين رئيسيتين: فئات شكل الرسم الساخر (**كيف قيل؟**) وفئات مضمون الرسم الساخر (**ماذا قيل؟**)

2. **أداة الاستبيان:** قام الباحث باستخدام أداة الاستبيان في إطار منهج المسح؛ لاستطلاع عينة من الجمهور المتابعين للصفحات الساخرة، وقد قام الباحث بتصميم استمارة استبيان إلكترونية تضم عدداً من الأسئلة التي تسعى إلى تحقيق أهداف الدراسة الميدانية، وقام الباحث بإجراء اختبار قبلي **Pre- Test** للتحقق من صحتها وعرضها على الخبراء في مجال الدراسة، ومن ثم تطبيقها على المبحوثين عينة الدراسة.

مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في:

(1) مجتمع الدراسة التحليلية يتمثل في الرسوم الرياضية الساخرة المنشورة على صفحات الفيسبوك.

(2) مجتمع الدراسة الميدانية يتمثل في مستخدمي الفيسبوك من الجمهور المتابع للرسوم الرياضية الساخرة على الفيسبوك.

عينة الدراسة: اعتمد الباحث في الدراسة التحليلية على صفحتين من الصفحات الساخرة والتي تعتمد على نشر الرسوم الرياضية الساخرة بشكل كبير، وتمثل هاتان الصفحتين في "**Asa7be Sarcasm Society**" و "**فاصل مش إعلامي**" في الفترة الزمنية من 2020/9/1 إلى 2020/11/30م.

أسباب اختيار عينة الدراسة التحليلية:

- (1) جاءت الصفحتان الساخرتان- محل الدراسة- في مقدمة الصفحات الساخرة على الفيسبوك من حيث عدد المتابعين؛ حيث بلغ عدد المتابعين لصفحة "**Asa7be Sarcasm Society**" 15 مليون، 408 ألف، 474، بينما بلغ عدد متابعي صفحة "**فاصل مش إعلامي**" 6 مليون، 586 ألف، 496 متابع حتى إجراء الدراسة الحالية.
- (2) وقع اختيار الباحث على هاتين الصفحتين كعينة للدراسة التحليلية نظراً لما لاحظته الباحث أن هاتان الصفحتين من الصفحات الساخرة التي شهدت تفاعلاً واسعاً من مستخدمي الفيسبوك خاصة فيما يتعلق بنشر الرسوم الرياضية الساخرة، كما أن الرسوم الرياضية المنشورة بهاتين الصفحتين جاءت في مقدمة الرسوم الساخرة من حيث نشرها على هاتين الصفحتين، كما أن المنشورات الخاصة بالرسوم الرياضية الساخرة على هاتين الصفحتين قد شهدت تفاعلاً واسعاً من المستخدمين سواء من حيث الإعجاب أو التعليق أو المشاركة.

عينة الدراسة الميدانية: تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة قوامها (450) مفردة من الجمهور المصري المستخدم للصفحات الساخرة على موقع الفيسبوك من سن ١٨ عاماً فأكثر، باستخدام أسلوب كرة الثلج **Snow Ball Sampling**، وذلك لعدم إمكانية الحصول على بيان أو قوائم تفصيلية بمجتمع الدراسة من مستخدمي تلك الصفحات على موقع الفيس بوك من المصريين، حيث قام الباحث بإرسال رابط استمارة الاستبيان الإلكتروني في رسائل خاصة على حسابات بعض مستخدمي الصفحات الساخرة على موقع الفيسبوك، وقام بدعوة مستخدمي تلك الصفحات للإجابة على الاستبيان، وطلب الباحث ممن يجيب على الاستبيان إعادة إرسال الرابط الخاص به إلي مستخدمي آخرين، حتى تتم استكمال عدد الاستجابات الصحيحة المطلوبة، عندها قام الباحث بغلق الاستبيان وعدم السماح بالإجابة عليه، وتعتبر هذه الطريقة (**كرة الثلج**) أسلوباً منهجياً ذا اعتبار، إذ يلبي المتطلبات والمعايير المعنية والمحددة سلفاً في ضوء أهداف الدراسة وفروضها، ومن ناحية أخرى فإن الأسلوب المرجعي **The referrals method** في سحب العينة يشبه إلى حد كبير مفهوم إطار العينة الذي يتم توظيفه في سحب العينات العشوائية⁽²⁹⁾.

جدول رقم (1)

يوضح الخصائص الديموجرافية للمبحوثين

النوع	الخصائص الديموجرافية	ك	%
النوع	ذكر	283	62.9
	أنثى	167	37.1
	الاجمالي	450	100.0
السن	من 18 إلى أقل من 30 سنة	376	83.6
	من 30 إلى أقل من 45 سنة	57	12.7
	من 45 إلى أقل من 60 سنة	17	3.8
	الاجمالي	450	100.0
المستوى التعليمي	طالب	185	41.1
	مؤهل متوسط	29	6.4
	مؤهل جامعي	158	35.1
	مؤهل فوق الجامعي (ماجستير - دكتوراه)	78	17.3
	الاجمالي	450	100.0
محل الإقامة	ريف	195	43.3
	حضر	255	56.7
	الاجمالي	450	100.0
الإلتزام الرياضي	أنتمي لأحد الأندية	379	84.2
	لا أنتمي	71	15.8
	الاجمالي	450	100.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

- تصدر فئة الذكور مقدمة المبحوثين الذين يتعرضون للرسوم الرياضية الساخرة المرتبة الأولى بنسبة بلغت 62.9%، بينما جاءت فئة الإناث في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 37.1%
- تصدرت فئة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 18 إلى أقل من 30 سنة مقدمة الفئات العمرية التي تتعرض للرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك بنسبة بلغت 83.6%، بينما جاءت الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها من 30 إلى أقل من 45 في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 12.7%؛ في حين جاءت الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها من 45 إلى أقل من 60 سنة في المرتبة الثالثة من حيث تعرضهم لهذه الرسوم الرياضية الساخرة بنسبة بلغت 3.8%، ويرجع تصدر الفئات العمرية التي تتراوح أعمارها من 18- أقل من 30 سنة مقدمة الفئات العمرية الأكثر تعرضاً لهذه الصفحات باعتبار أن أغلب مستخدمي الفيسبوك تتراوح أعمارهم بين هذه الفئات العمرية، حسث تشير الإحصائيات أن أعداد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من المصريين الذين تتراوح أعمارهم من 18- 24 سنة يمثلون 12،1% من فئة الإناث، 17،8% من فئة الذكور، وذلك من مجموع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مصر، بينما

مَثَلت الفئة العمرية التي تتراوح بين 25- 34 سنة ما يقرب من 11،9% من فئة الإناث ، 21،2% من فئة الذكور، وذلك من إجمالي مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مصر، بينما مَثَلت الفئة العمرية التي تتراوح من 35- 44 سنة ما يقرب من 5،0% من فئة الإناث، 10،5% من فئة الذكور، وذلك من إجمالي عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مصر والبالغ عددهم 42 مليون مستخدم(30).

- تصدر فئة "طالب" مقدمة فئات المبحوثين الذين يتعرضون للرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك بنسبة بلغت 41.1% بينما جاء المبحوثون الحاصلون على "مؤهل جامعي" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 35.1%؛ في حين جاء المبحوثون الحاصلون على "مؤهل فوق الجامعي (ماجستير، دكتوراه)" في المرتبة الثالثة من حيث تعرضهم للرسوم الرياضية الساخرة على الفيسبوك بنسبة بلغت 17.3%؛ في حين حَلَّ المبحوثون الحاصلون على "مؤهل متوسط" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 6.4%.
- كشفت نتائج الدراسة أن المبحوثين الذين يقطنون "الحضر" جاؤوا في مقدمة المبحوثين – عينة الدراسة- الذين يتعرضون للرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك بنسبة بلغت 56.7%، بينما حل المبحوثون الذين يسكنون "الريف" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 43.3%.
- أظهرت نتائج الدراسة أن المبحوثين الذين ينتمون إلى أندية رياضية جاؤوا في مقدمة المبحوثين – عينة الدراسة- الذين يتعرضون للرسوم الرياضية الساخرة بنسبة بلغت 84.2%، بينما جاءت فئة المبحوثين الذين لا ينتمون إلى أندية رياضية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 15.8%.

إجراءات الصدق والثبات:

قام الباحث بإجراء الاختبارات الآتية للتأكد من صدق وثبات الاستمارتين، وتتمثل هذه الإجراءات فيما يلي:

أولاً: اختبار الصدق Validity: وهو أن يقيس الاختبار أو المقياس ما أُعد لقياسه(31)، وللتحقق من صدق أدوات الدراسة تم اعتماد أسلوب الصدق الظاهري، وذلك بعرض أدوات الدراسة (تحليل المضمون، الاستبيان) على مجموعة من أساتذة الإعلام وعلم النفس بالجامعات المصرية(32) لتقرير مدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة، واستيفائهما للأسئلة التي يتطلبها البحث، وقدرتهما على تقديم الإجابة على تساؤلاتهما، واختبار فروضها، ومن ثم القيام بإجراء التعديلات المطلوبة، في ضوء آراء السادة المحكمين، لتصبح الأدوات في صورتها النهائية صالحة للتطبيق.

ثانياً: الاختبار القبلي Pre Test: قام الباحث بإجراء اختبار قبلي لاستمارة الاستبيان على عينة من المصريين المستخدمين للصفحات الساخرة قوامها (45) مفردة بما يمثل 10% من إجمالي العينة، وذلك للوقوف على مدى فهم واستيعاب المبحوثين لأسئلة الاستمارة، وبناءً على نتيجة هذا الاختبار قام الباحث بتعديل صياغة الأسئلة التي شكّلت غموضاً عند المبحوثين حتى تصبح قابلة للتطبيق بما يخدم أهداف الدراسة.

ثالثاً: اختبار الثبات Stability: ويقصد به الموثوقية، ولفظ الثبات أساساً يشير إلى نفس الشيء بالنسبة للقياس، بمعنى الحصول على النتائج نفسها عند تطبيق الأداة أكثر من مرة على الأفراد أنفسهم⁽³³⁾، وفي هذه الدراسة استخدم الباحث في الدراسة التحليلية طريقة "الثبات عن طريق الاتفاق" من خلال اختيار باحث لإعادة تحليل مضمون الدراسة؛ حيث أجرى الباحث اختبار الثبات مع باحث آخر⁽³⁴⁾، وكانت نسبة الثبات تساوي 90,9%، وهي نسبة عالية تدل على وضوح المقياس بين المحللين، بينما اعتمد الباحث في الدراسة الميدانية على أسلوب إعادة الاختبار "Test and Re- test"، حيث قام الباحث بإعادة اختبار استمارة الاستبيان - محل الدراسة - "بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول" على عدد "45" مفردة التي أجريت عليهم الدراسة القبليّة وهي تمثل 10% من إجمالي العينة، وبإجراء معامل الارتباط بين نتائج الاختبارين "الأول، الثاني"، تبين وجود نسبة ارتباط بلغت 0.91 وهي قيمة عالية تظهر ثبات الاستبيان وصلاحيته للقياس، وتؤكد الاستقرار، وعدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين على استمارة الاستبيان، وبناءً عليه فإن نسبة التطابق في إجابات المبحوثين على استمارة الاستبيان تسمح بصلاحيّة الاستمارة للتطبيق بالإضافة إلى تعميم نتائجها.

مفاهيم الدراسة:

الرسوم الرياضية الساخرة: فن بصري ساخر يقوم بتوصيل فكرة بسيطة في الشكل عميقة في المضمون، ويجمع بين الخط واللون والظل إلى جانب التعليق، وإن كان هناك في بعض الأحيان رسم فقط دون وجود تعليق، وأحياناً أخرى يتم استخدام النصوص الطويلة مع الرسم الساخر، ومع التطورات التكنولوجية والبرامج الحديثة التي تتعامل مع الصور أصبحت الرسوم الساخرة عبر الفيسبوك لا تقتصر فقط على فن الرسم، وإنما امتدت لتشمل الصور فظهرت الرسوم الساخرة المصورة، فهو رسم ذا مضمون ساخر يوظف الصورة لخدمة أهدافه، والتي يطلق عليها المستخدمين عبر الإنترنت كلمة "الكوميكس" للإشارة إليها ويتم نشرها عبر صفحات الفيسبوك وتعتمد على السخرية وتثير الضحك لما هو مرسوم أو مكتوب أو كلاهما⁽³⁵⁾.

التعصب الرياضي: تتعدد التعريفات الخاصة بالتعصب الرياضي فذهب البعض إلى تعريف التعصب الرياضي بأنه مجموعة السلوكيات والتصرفات والأفعال سواء اللفظية أو غير اللفظية التي يقوم بها الشباب تجاه الآخرين من مشجعي الفرق المنافسة، بهدف الإساءة إليهم والتقليل والسخرية منهم، دون احترام لمشاعرهم.

36)، وبعضهم عرف التعصب على أنه اتجاه نفسي جامد مشحون انفعالياً ضد جماعة أو موضوع ولا يقوم على سند منطقي أو معرفة كافية أو حقيقة علمية، وهو يجعل الانسان يرى مايجب أن يراه فقط ولا يرى ما لا يجب أن يراه فهو يعمى ويصم ويشوه إدراك الواقع، ويعد الفرد والجماعة للشعور والتفكير والإدراك والسلوك بطرق تتفق مع اتجاه المتعصب. (37)

التعريف الإجرائي للتعصب الرياضي: حالة الانفعال التي تصيب الجماهير جراء تعرضهم للمضامين الساخرة تجاه الأندية التي يشجعونها أو ينتمون إليها، وما يصاحب تلك الحالة من حالات وجدانية تتمثل في نشر الكراهية تجاه الأندية الأخرى، أو القيام بسلوكيات تجاه الأندية الأخرى سواء من خلال العنف اللفظي أو احتقار وإزدراء الأندية الأخرى، وقد يصل الأمر إلى عمل شغب أو حرق وتدمير للمنشآت.

التحليل الإحصائي للبيانات:

اعتمد الباحث في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج (SPSS v.19)، حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية، وقد تنوعت المتغيرات بين متغيرات اسمية (Nominal)، ووزنية (Scale)، وعلى هذا فقد قام الباحث بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير على النحو التالي:

أولاً: المقاييس الوصفية وتشمل:

1. الجداول والتوزيعات التكرارية: حيث قام الباحث بعرض بعض المتغيرات في جداول تهدف إلى الكشف عن التكرارات Frequency والنسب المئوية Percent، وقد تم ذلك في وصف عينة الدراسة وخصائصها.

2. المتوسط الحسابي Mean. الانحراف المعياري std.Deviation.

ثانياً: الاختبارات الإحصائية:

أما على صعيد الاختبارات الإحصائية التي تقيس وجود فروق بين متغيرات الدراسة فقد كانت على النحو الآتي:

أ - المتغيرات الوزنية

- اختبار F (On Way Anova): وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين والمعروف اختصاراً ANOVA.
- اختبار T (Independent sample t Test): وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T-Test).

■ **معامل ارتباط بيرسون (person Correlation):** لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة: اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ (0,05) لا اعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 5% فأقل.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الاستخدامات والإشباعات.

تعد نظرية الاستخدامات والإشباعات واحدة من نظريات التأثير الإنتقائي لوسائل الإعلام، فهي تهتم بدراسة العلاقة التفاعلية بين الجمهور ووسائل الإعلام من خلال التحليل الوظيفي المنظم وهي تعبر عن التحول من رؤية الجماهير باعتبارها عنصر سلبي غير فعال في عملية الاتصال إلى عنصر إيجابي حيث تفترض النظرية أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصورة تلبي توقعاتهم وهم يختارون الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاتهم من بين وسائل عديدة متاحة وكان ذلك تحولاً من النظر إلى تأثير وسائل الإعلام على الجمهور من خلال مفاهيم بسيطة" مثير/استجابة" إلى مفاهيم مركبة تراعي المتغيرات الوسيطة والعوامل النفسية والاجتماعية التي تتدخل في تأثير وسائل الإعلام على الأفراد. (38)

ويعتمد نموذج "كاتز" للاستخدامات والإشباعات على العناصر التالية:

1. افتراض أن الجمهور نشط وفعال وإيجابي.

2. عوامل نفسية واجتماعية لدى الفرد. (39)

3. دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال: وتقسم إلى نوعين:

☒ دوافع منفعية **Instrumental motives**: وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات.

☒ دوافع طقوسية **Ritualized motives**: وتشبع رغبات الفرد في تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات. (40)

وقد صنف كاتز **Katz** وجيرفتش **Gurovtch** وهاس **Hass** الحاجات المرتبطة بوسائل الإعلام إلى خمس فئات رئيسية:

أ. **الحاجات المعرفية Gognitive needs**: وهي الحاجات المرتبطة بالمعلومات والمعارف ومراقبة البيئة.

ب. الحاجات الوجدانية: **Effective needs**: وهي الحاجات المرتبطة بالنواحي العاطفية والمشاعر.

ت. حاجات التكامل الشخصي **Personal integrative needs**: وهي الحاجات المرتبطة بتدعيم المصداقية والتقدير الذاتي وتحقيق الاستقرار الشخصي.

ث. حاجات التكامل الاجتماعي **Social integrative needs**: وهي الحاجات المرتبطة بالتواصل مع العائلة والأصدقاء والعالم وتقوم على رغبة في التقارب مع الآخرين.

ج. حاجات الهروب **Escapism needs**: وهي الحاجات المرتبطة بالترفيه والتسلية.⁽⁴¹⁾

4. التوقعات من وسائل الإعلام.

5. التعرض لوسائل الإعلام.

6. إشباعات وسائل الإعلام، وتنقسم إلى نوعين:

أ. إشباعات المحتوى **Content Gratifications**: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وتنقسم إلى نوعين: إشباعات توجيهية **Orientalional**: تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، والنوع الثاني: إشباعات اجتماعية **Social**: ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

ب. إشباعات العملية **Process Gratifications**: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل، وتنقسم إلى نوعين: النوع الأول: إشباعات شبه توجيهية **Para- Orientalional**: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة، والنوع الثاني: إشباعات شبه اجتماعية **Para- Social**: وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة الإحساس بالعزلة.⁽⁴²⁾

وقد ساعد انتشار استخدام شبكة الإنترنت في إحياء نظرية الاستخدامات والإشباعات وذلك للأسباب التالية: (43)

1. أن وسائل الاتصال الحديثة تحتاج إلى جمهور على قدر عال من النشاط والتفاعلية مقارنة بالوسائل التقليدية، حيث غيرت شبكة الإنترنت من دور المستخدمين من مستهلكين للرسائل إلى منتجين لها.

2. أن شبكة الإنترنت تتميز بالتفاعلية؛ حيث تُمكن المستخدم من التفاعلات التزامنية والالتزامنية مع غيرهم، وتبادل المعلومات مع الأفراد والمجموعات بشكل مستمر.

ويُوظف الباحث نظرية الاستخدامات والإشباعيات في هذه الدراسة من خلال التعرف على دوافع استخدام المستخدمين للرسوم الرياضية الساخرة على موقع فيسبوك، والإشباعيات المتحققة منها، بالإضافة إلى رصد مدى التفاعل مع هذه الرسوم الساخرة باعتبارها تعد وسيط اتصالي افتراضي.

نتائج الدراسة التحليلية:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على أداة تحليل المضمون الكيفي لرصد وتحليل عينة من الرسوم الرياضية الساخرة المنشورة على صفحتي "فاصل مش إعلامي"، "Asa7be Sarcasm Society" على الفيسبوك، وذلك للتعرف على طبيعة الأفكار والمضامين الرياضية التي تحملها تلك الرسوم، بالإضافة إلى أشكال عرض المضامين الرياضية الساخرة عبر تلك الصفحات والمعاني التي تحملها تلك المضامين الساخرة، بهدف ربط هذه نتائج هذه الدراسة بالنتائج الخاصة بالدراسة الميدانية، كما تسهم نتائج هذه الدراسة في الإجابة عن بعض تساؤلاتها، وقد اعتمد الباحث في أداة تحليل المضمون على فئتين رئيسيتين هما: فئات الشكل "كيف قيل" والتي تختص بشكل الرسوم الرياضية الساخرة، وفئات المضمون "ماذا قيل" والتي تختص بمضمون الرسوم الرياضية الساخرة، ويتفرع منها عدد من الفئات الفرعية تتمثل في التالي:

أولاً: فئات الشكل "كيف قيل":

1. شكل الرسوم الرياضية الساخرة: تستهدف هذه الفئة التعرف على نوع الرسوم الرياضية الساخرة المنشورة على الصفحتين – محل الدراسة- من حيث الشكل، وقد أظهرت نتائج التحليل وجود عدد من أشكال الرسوم الرياضية الساخرة المنشورة على هاتين الصفحتين على الفيسبوك تتمثل في التالي:

✘ شكل يجمع بين لقطات لأعمال درامية أو سينمائية وصورة حية والربط بينهما بتعليق ساخر، ومن أمثلة ذلك ما نشرته صفحة "فاصل مش إعلامي" لرسم يجمع بين صورة حية لخبر عاجل بعنوان "إصابة حكام مباراة الزمالك والرجاء بكورونا ويعقبها لقطة من عمل سينمائي وعليها شعار نادي الزمالك ومعلق عليها "اني زهاالجت".

✘ كوميكس قصصي وهو يتكون من رسوم مختلفة في شكل قصصي ذا نص تعليقي ساخر، ومن أمثلة ذلك: رسم ساخر يتكون من حوار بين رئيس أحد الأندية وشخصية سينمائية "الفنان حسن حسني" يدور الجزء الأول من الرسم على لسان رئيس النادي قائلاً "كارتيرون مدرب كبير وبشكره على حبه للنادي غيرنا مش عارف يجدد لمدربه"، ترد عليه الشخصية السينمائية: كابتن كاريترون واقف بره ومعاها الشرط الجزائي بتاعه وقرر يمشي"، يعقبه رسم آخر على لسان الشخصية السينمائية متعجباً "كارتيرون"، فيرد عليه رئيس النادي "ده راجل خمورجي"،

فترد عليه الشخصية قائلة "خمورجي" ليعقب عليه رئيس النادي قائلاً "خمورجي ومنصص فلوس الساعات مع الخطيب و عميل قطري".

✘ شكل يحتوي على تركيب صور من أعمال درامية أو سينمائية مع إضافة تعليق ساخر، ومن أمثلة ذلك الرسم المركب من أحد الأعمال السينمائية بين الفنان عادل إمام والفنان مصطفى متولي وعلى صورته شعار نادي الزمالك وهو يقول "شوفت بقا لما الأتوبيس بيوصل بيحصل ايه"، فيرد عادل إمام وعليه شعار النادي الأهلي قائلاً "بيركن في الحارة الثالثة".

✘ شكل يحتوي على مقطع من فيلم أو مسلسل أو إعلان أو أغنية مع تركيب نص أو صورة على هذا المقطع، ومن أمثلة ذلك: الرسم الذي احتوى على أغنية وتم تركيب صورة مدرب النادي الأهلي "موسيماني" وهو يتفاعل مع الأغنية رقصاً احتفالاً بتتويج الأهلي بالدوري.

✘ شكل مركب قصير من الصور لكنه يخلو من التصاعد الدرامي كما أن حيكته الدرامية مختصرة ومضغوطة، ومن أمثلة ذلك: الرسم الذي يحتوي على صور تجمع بين الفنان أحمد حلمي وعليه شعار نادي الزمالك وبجوار الصور مكتوب تعادل الزمالك وسموحه 3/3 يعقبة صورة للفنان خالد الصاوي وعليه شعار النادي الأهلي مكتوب عليها "برافو هايل يشباب كدا فاضلي 6 نقط بس على حسم الدوري، ويعقبه صورته للفنان خالد الصاوي ومكتوب عليها امممم جاري عصر المانجا ناااا".

✘ صورة حية عليها تعليق، ومن أمثلة ذلك صورة حية لإحدى المباريات يظهر فيها لاعب النادي الأهلي "حسين الشحات" وهو يمرر الكرة من خط دفاع الفريق المنافس بطريقة تعجب الجماهير ويكتب عليها نص تعليقي "حسين الشحات اخده على الزحليقة".

ولاحظ الباحث تصدر الشكل الذي يحتوي على تركيب صور من أعمال درامية أو سينمائية مع إضافة تعليق ساخر، بالإضافة إلى شكل المركب القصير من الصور، والشكل الذي يحتوي على مقطع من فيلم أو مسلسل أو إعلان أو أغنية مع تركيب نص أو صورة على هذا المقطع مقدمة أشكال الرسوم الرياضية الساخرة التي رصدها الباحث خلال الدراسة التحليلية، ويرجع ذلك إلى الوسائل التكنولوجية التي أتاحت للقائمين على تلك الصفحات سهولة القص والتركيب سواء للصور أو الفيديو مع إضافة التعليق الذي يتناسب مع الشكل الساخر، وهذه النتيجة تتفق مع ما انتهت إليه دراسة (أسماء مصطفى محمود أحمد 2018) (44) والتي أشارت إلى تعدد الوسائط المستخدمة في عرض الأطروحات السياسية الساخرة بين المرسومات بيد الفنان والمزج بين الصور الفوتوغرافية والمركبة مع المضمون والنصوص المكتوبة فقط ومقاطع الفيديو، ودراسة (ساره محمود عبدالعزيز 2016م) (45)، والتي كشفت تعدد

الوسائط المستخدمة في عرض المواد السياسية الساخرة من المسؤولين السياسيين بين الصور الفوتوغرافية والمركبة مع مضمون والرسومات مع مضمون والنصوص المكتوبة فقط.

وبإجراء الباحث مقارنة بين الصفحتين – محل الدراسة – حول أشكال الرسوم الرياضية الساخرة التي استخدمتها هاتين الصفحتين يمكن القول أن صفحة "فاصل مش إعلامي" تفوقت على صفحة "Asa7be Sarcasm Society" في استخدامها للشكل الذي يجمع بين لقطات لأعمال درامية أو سينمائية وصورة حية والربط بينهما بتعليق ساخر"، وشكل "الكوميكس القصصي"، والشكل المركب القصير، بينما تفوقت صفحة "Asa7be Sarcasm Society" على صفحة "فاصل مش إعلامي" في استخدامها للأشكال الساخرة التالية: "الشكل الذي يحتوي على تركيب صور من أعمال درامية أو سينمائية مع إضافة تعليق ساخر"، "والشكل الذي يحتوي على مقطع من فيلم أو مسلسل أو إعلان أو أغنية مع تركيب نص أو صورة على هذا المقطع"، "والشكل الذي يحتوي على صورة حية عليها تعليق".

ثانياً: فئات المضمون " ماذا قيل؟":

1. **النص المصاحب للنص الساخر:** وقد تنوع استخدام النص المصاحب للرسوم الرياضية الساخرة ما بين نص تعريفي ويعني عنوان الرسم الرياضي الساخر فقط، ونص تعريفي يوضح ليوضح مضمون الرسم الرياضي الساخر، والمزج بين النصين التعريفي والتعليقي داخل الرسم الساخر، وقد استخلص الباحث من خلال دراسته التحليلية مايلي:

☒ اتفقت الصفحتان – محل الدراسة- في المزج بين النصين التعريفي والتعليقي على الرسوم الرياضية الساخرة المنشورة بهاتين الصفحتين، حيث تصدرت هذه الفئة مقدمة الفئات الخاصة بالنص المصاحب للرسوم الرياضية الساخرة، وتفوقت صفحة "فاصل مش إعلامي" على صفحة "Asa7be Sarcasm Society" في اعتمادها على المزج بين النصين التعريفي والتعليقي على الرسم الساخر، ويرى الباحث أن تصدر المزج بين النصين التعريفي والتعليقي مقدمة النص المصاحب للنص الساخر إلى أن هاتين الصفحتين اعتمدتا بشكل كبير في رسومهما الساخرة على الأشكال المتمثلة في: الشكل الذي يحتوي على تركيب صور من أعمال درامية أو سينمائية مع إضافة تعليق ساخر"، "والشكل الذي يحتوي على مقطع من فيلم أو مسلسل أو إعلان أو أغنية مع تركيب نص أو صورة على هذا المقطع، وهذه الأشكال تحتاج إلى قدر من التعليق بجانب النص التعريفي وذلك من خلال وضع شعار الأندية – محل الرسم الساخر- على الشخصيات الموجودة في الرسم الساخر.

✘ اعتمدت الصفحتان – محل الدراسة- في تعليقهما على الشكل الساخر بشكل كبير على النص التعليقي فقط خاصة مع استخدامها صور حية عليها تعليق ساخر أو من خلال تركيب صورة لاعب أو مدرب وعليها نص تعليقي ساخر، أو من خلال استخدامها لشكل "الكوميكس القصصي" أو شكل "المركب القصير" وهما يحتاجان إلى تعليق مطول لتوصيل الفكرة إلى المتلقي بالإضافة إلى طبيعة هذا النوع من الرسم والذي يحتاج إلى تعليق مطول لإبراز الحكمة الدرامية وهو ماظهر في المرتبة الثانية.

✘ اعتمدت الصفحتان – محل الدراسة – على النص التعريفي فقط، وجاء في المرتبة الثالثة من حيث استخدامها للنص المصاحب للرسم الساخر، وهو ماظهر بشكل ضئيل خلال فترة التحليل، ويرى الباحث أن ذلك يرجع إلى أن طبيعة الرسوم الساخرة بشكل عام والرسوم الرياضية بشكل خاص تحتاج إلى نص تعليقي لتوصيل الفكرة، كما أن الرسوم الرياضية الساخرة تحتاج إلى نص تعليقي حتى لا يحدث لبس لدى المتلقي حول أي من الأندية أو اللاعب أو الجهاز الفني المقصود من هذا الرسم أو تشويش للفكرة المراد توصيلها.

2. لغة النص المصاحب للرسم الساخر: ويقصد بها اللغة المكتوب بها النص المصاحب للرسم الساخر، سواء كانت لغة عربية فصحي أو لغة عامية أو المزج بين اللغة الفصحى والعامية أو استخدام لغة الفرانكو أو استخدام اللغة الإنجليزية، وقد استخلص الباحث عدة ملاحظات تتعلق بلغة النص المصاحب للرسم الساخر وتتمثل فيما يلي:

✘ تصدرت اللغة العامية مقدمة اللغة المصاحبة للرسم الساخر في الصفحتين – محل الدراسة- ومن أمثلة ذلك: الرسم الساخر والذي يحتوي على شكل يحتوي على تركيب صور من أعمال درامية أو سينمائية مع إضافة تعليق ساخر للفنان "باسم سمره" وعليه تعليق " يانهار أزرق انت سعدت يازميلي"، وفي الجزء الثاني تعليق " ده حيبقى نهائي مدعكة ياشقيق"، ويرجع الباحث تصدر اللغة العامية مقدمة اللغات المصاحبة للنص الساخر في الرسوم الرياضية الساخرة إلى طبيعة هذه الرسوم والتي تستهدف في المقام الأول شريحة الشباب باعتبارهم أكثر الفئات اهتماماً بكرة القدم بالإضافة إلى استخدامهم الكثير من المصطلحات التي تحتويها هذه الرسوم في حياتهم اليومية، ومن ثم يعد استخدام هذه اللغة العامية نتيجة طبيعية تتوافق مع الفئة الأكثر استهدافاً من هذه الرسوم.

✘ جاءت اللغة التي تمزج بين العامية والفصحى في المرتبة الثانية من حيث استخدامها في النص المصاحب للرسم الساخر في الصفحتين – محل الدراسة – ومن أمثلة الرسوم التي تمزج بين اللغة العربية الفصحى واللغة العامية الرسم التي يحتوي على تركيب صورتين تشتمل الصورة الأولى على تعليق باللغة

العربية "حارس الوداد" يالهي ضربة جزاء" بينما تشتمل الصورة الثانية على تعليق باللغة العامية "محمد الشناوي"، "ماتيجي اصدهالك ياسط"، ولعل استخدام هذا المزج بين اللغة العربية والعامية في الرسوم الرياضية الساخرة يتناسب مع لغة الشباب خاصة وأن أغلب هذه النصوص المصاحبة للرسوم الساخرة مقتبسة من أقوال لفنانين مشهورين في أعمال درامية أو سينمائية، وهو ما حرص القائمين على أمر هذه الصفحات على توظيفه في صفحاتهم، بالإضافة إلى أن المزج بين اللغة الفصحى والعامية يستخدمها الشباب بكثرة في عملية التواصل فيما بينهم، ولعل هذا ما حرص على استغلاله القائمين على امر هاتين الصفحتين باعتبارهم أغلب فئات المجتمع استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة.

✘ جاءت اللغة العربية الفصحى في المرتبة الثالثة من حيث استخدامها في النص المصاحب للرسم الساخر في الصفحتين – محل الدراسة – ومن أمثلة ذلك: الرسم الذي يحتوي على تركيب صورتين تشتمل الصورة الأولى على تعليق للفنان حسين الجسمي قائلاً "علاقتي بجمهور الأهلي كعلاقة عيني اليسرى بعيني اليمنى وقريباً أغنية للنادي الأهلي بعد بطولة أفريقيا"، وفي الصورة الثانية "خذوا حذرکم ... خذوا حذرکم".

وبمقارنة النتائج التي كشفتها الدراسة التحليلية للصفحتين – عينة الدراسة- يمكن القول أن صفحة "Asa7be Sarcasm Society" تفوقت على صفحة "فاصل مش إعلامي" في استخدامها للغة العامية في التعليق على الرسوم الرياضية الساخرة، بينما تفوقت صفحة "فاصل مش إعلامي" على صفحة: "Asa7be Sarcasm Society" في جمعها بين اللغة الفصحى والعامية، بالإضافة إلى استخدامها للغة الفصحى في تعليقها على الرسوم الساخرة، ويرى الباحث أن الاختلاف بين الصفحتين في استخدام اللغة المصاحبة للرسم الرياضي الساخر يرجع إلى نوع هذه الرسوم التي قد تتوافق معها الجمع بين اللغة الفصحى والعامية أو الاعتماد على اللغة العامية أو استخدام اللغة الفصحى فقط، وهو ما ظهر خلال تحليل تلك الرسوم.

ويرى الباحث أن النتائج السابقة تتفق مع ما انتهت إليه دراسة (أسماء مصطفى محمود أحمد 2018)⁽⁴⁶⁾ حول تنوع مستوى اللغة المختلفة المستخدمة في عرض المضامين الساخرة على الفيسبوك، ودراسة (سلوى محمد أحمد أبو العلا الشريف 2015م)⁽⁴⁷⁾ والتي أظهرت تنوع لغة التعليق المستخدم في الرسوم الساخرة ما بين استخدام اللهجة العامية، واستخدام اللغة العربية، واللغة الإنجليزية، والمزج بين العامية والإنجليزية.

3. أشكال النص المصاحب للرسوم الساخرة: ويقصد به شكل النص المكتوب المصاحب للرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك، سواء تمثل هذا النص في شكل نكتة، أو في شكل عبارات وجمل مشهورة لفنانين، أو في شكل ألفاظ خارجة أو مصطلحات تهكمية واستهزائية، أو الاكتفاء بالنص التعريفي فقط، أو الجمع بين أكثر من شكل من هذه الأشكال، وقد استخلص الباحث عدداً من النتائج تمثلت في التالي:

⊗ أظهرت نتائج الدراسة التحليلية اعتماد الصفحتين – محل الدراسة- على استخدام عبارات وجمل مشهورة لفنانين في تعليقهما على الرسوم الرياضية الساخرة ، وقد جاءت في مقدمة أشكال النص المصاحب للرسوم الرياضية الساخرة، ومن أمثلة ذلك "الرسم الساخر الذي يتكون من جزأين: اشتمل النص المصاحب للجزء الأول على عبارة "بكارى جاساما حكماً لمباراة الزمالك والرجاء في القاهرة"، بينما اشتمل الجزء الثاني على عبارة "ودعه يالمبي" وهي عبارة مقتطفة من الأعمال السينمائية، ويرى الباحث أن اعتماد الصفحتين – محل الدراسة- على استخدام عبارات وجمل مشهورة لفنانين في تعليقهما على الرسوم الرياضية الساخرة يرجع إلى أن أغلب المتابعين والمتفاعلين لهاتين الصفحتين من فئات الشباب وهي ضمن الفئات التي تتأثر بالأعمال الدرامية والسينمائية تبعاً لمتغير السن والمستوى التعليمي بالإضافة إلى شيوع وانتشار بعض الجمل والعبارات المأخوذة من تلك الأعمال وهو ماتوظفه هاتين الصفحتين خلال تعليقهما على النص الساخر.

⊗ كشفت نتائج الدراسة التحليلية أن اعتماد الصفحتين – محل الدراسة- على استخدام مصطلحات تهكمية واستهزائية في تعليقهما على الرسوم الرياضية الساخرة جاءت في المرتبة الثانية ضمن أشكال النص المصاحب للرسوم الرياضية الساخرة، ومن أمثلة ذلك "الرسم الساخر الذي اشتمل على سخيرية من هزيمة فريق نادي بيراميدز بعبارة "فريق عرة مش عارف يكسب نادي مغربي زينا"، ويرى الباحث أن استخدام هاتين الصفحتين للمصطلحات التهكمية والاستهزائية قد يؤدي مع كثرة استخدامها وانتشارها وتفاعل المستخدمين معها إلى نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين المتابعين والمتفاعلين مع هذه الرسوم، وهو ما يعد أحد أبرز سلبيات تلك الرسوم الرياضية الساخرة على الفيسبوك.

⊗ أشارت نتائج الدراسة التحليلية أن اعتماد الصفحتين – محل الدراسة- على استخدام ألفاظ خارجة في تعليقهما على الرسوم الرياضية الساخرة جاءت في المرتبة الثالثة ضمن أشكال النص المصاحب للرسوم الرياضية الساخرة، ومن أمثلة ذلك "الرسم المشتمل على جزأين يشتمل الجزء الأول منه على عبارة "هو ده الوداد اللي مرعوبين منه" بينما اشتمل الجزء الثاني على عبارة "ده انا

فشخته"، ويرى الباحث أن استخدام الصفحتين لمثل هذه الألفاظ يغذي من روح العصبية بين جماهير الأندية، كما يخلق حالة من الاحتقان والعداء، وربما يصل إلى حالات عنف بين جماهير الأندية، وهذه هي إحدى سلبيات الرسوم الرياضية الساخرة على الفيسبوك.

✘ كما أظهرت نتائج الدراسة أن الصفحتين – محل الدراسة – اكتفيتا بالنص التعريفي للرسم الساخر فقط في بعض الرسوم التي قام الباحث بتحليلها خلال فترة التحليل، وجاءت في المرتبة الرابعة ضمن أشكال النص المصاحب للرسوم الرياضية الساخرة.

وبمقارنة الباحث النتائج التي كشفتها الدراسة التحليلية للصفحتين – عينة الدراسة- يمكن القول أن صفحة "Asa7be Sarcasm Society" تفوقت على صفحة "فاصل مش إعلامي" في استخدامها للعبارة والجمل التي اشتهر بها الفنانون، بينما تفوقت صفحة "فاصل مش إعلامي" على صفحة "Asa7be Sarcasm Society" في استخدامها للمصطلحات التهكمية والاستهزائية بالإضافة إلى الألفاظ الخارجة، بينما تقاربتا في استخدامهما للنص التعريفي فقط، ويرى الباحث أن زيادة اعتماد الصفحة على استخدام شكل من أشكال النصوص المصاحبة للرسم الرياضي الساخر يرجع إلى الخلفية الأيديولوجية الرياضية التي ينطلق منها مصممو تلك الرسوم والتي تنعكس بشكل كبير على استخدامه لشكل النص المصاحب.

ويرى الباحث أن نتائج هذه الدراسة تتفق مع دراسة (Mia Moody-Ramirez & Andrew B Church 2019)⁽⁴⁸⁾ والتي كشفت أن صورة ترامب وكلينتون جاءت سلبية، كما كشفت نتائج التحليل أن الصفحات الساخرة التي تناولت كلينتون ركزت على فضيحة بريدها الإلكتروني وثورتها، بينما ركزت الصفحات الساخرة التي تناولت ترامب على وعود حملته الانتخابية ومظهره الجسدي، ودراسة (نور هان محمد أحمد 2016م)⁽⁴⁹⁾ والتي انتهت إلى أن الصفات التي عكستها الرسومات الساخرة أغلبها صفات سلبية، ودراسة (Li Huang 2015)⁽⁵⁰⁾ والتي انتهت إلى أن المادة الساخرة تؤدي إلى زيادة مستوى الصراع بين المتلقين.

4. محور الارتكاز: ويقصد به محور الارتكاز الذي يدور حوله الرسم الرياضي الساخر، وقد تعددت وتنوعت محاور الارتكاز في الصفحتين – محل الدراسة – ما بين التركيز على النادي، اللاعب، الجهاز الفني، الجهاز الإداري، الجماهير، وقد استخلص الباحث من هذا المحور النتائج التالية:

✘ ركزت الصفحتان- محل الدراسة- في رسوماتهما الرياضية الساخرة على "النادي" كمحور ارتكاز للرسم الساخر حيث تصدر المرتبة الأولى، ومن أمثلة ذلك: الرسم الذي يحتوي على تركيب صور من سينمائية عليه شعار النادي الأهلي والزمالك وعليها تعليق بعبارة للفنان عمرو عبدالجليل "إديني اتعادلت مع بيراميدز ياكش تكسب الحرس وتحسم المكز الثاني"، وهو ما يرجع إلى أن النادي

يعد أهم الركائز الأساسية التي ينطلق منها مشجعوا الفرق الرياضية سواء من خلال متابعة ما يستجد من أحداث في النادي، أو من خلال متابعة المباريات الرياضية الخاصة بالفريق، ومن ثم يعد تصدر "النادي" مقدمة المحاور الارتكازية التي اعتمدت عليها الصفحتين – محل الدراسة- نتيجة طبيعية نظراً لكثرة الفعاليات والأحداث المرتبطة بالنادي والتي تتيح لمصممي الرسوم الرياضية الساخرة عملية الإبداع وتعدد وتنوع تلك الرسوم.

✘ أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن محور الارتكاز المرتبط باللاعبين جاء في المرتبة الثانية ضمن المحاور الارتكازية التي اعتمدت عليها الصفحتين – محل الدراسة- في تصميم الرسوم الرياضية الساخرة، ومن أمثلة ذلك "رسم يشتمل على صورة للاعب النادي الأهلي حسين الشحات ومعلق عليها "اخذه على الزحليقة" في إشارة إلى مهارة اللعب، ولعل تصدر هذا المحور المرتبة الثانية يعود إلى الأحداث التي شهدتها البيئة الرياضية المصرية في الفترة الأخيرة من دخول استثمارات عربية داخل الكرة المصرية سواء فيما يتعلق بتأسيس أندية رياضية أو الاستثمار في أشهر اللاعبين في الأندية المصرية مما جعل هذه الظاهرة محط أنظار مصممي الرسوم الرياضية الساخرة، بالإضافة إلى التأثير القوي للاعبين على جماهير الأندية الرياضية سواء بالإيجاب من خلال المساهمة في فوز الفريق أو السلب من خلال ضعف مستواهم وهذين السببين يجعل اللاعبين محور ارتكاز رئيس في الرسوم الرياضية الساخرة.

✘ كشفت نتائج الدراسة التحليلية أن محور الارتكاز المرتبط بالجهاز الإداري جاء في المرتبة الثالثة ضمن المحاور الارتكازية التي اعتمدت عليها الصفحتين – محل الدراسة- في تصميم الرسوم الرياضية الساخرة، ومن أمثلة ذلك "الرسم الذي يظهر فيه رئيس نادي الزمالك مرتضى منصور ومعه طارق يحيى، وقد اشتمل الجزء الأعلى من الرسم الساخر على مخاطبة رئيس النادي لطارق يحيى بعبارة "رحل الجميع ولم يتبقى إلا أنت يا صديقي"، بينما اشتمل الجزء الأسفل من الرسم على عبارة طارق يحيى مخاطباً رئيس نادي الزمالك "انا لست صديقك"، ويرى الباحث أن تصدر "الجهاز الإداري" المرتبة الثالثة ضمن المحاور الارتكازية التي اعتمدت عليها الصفحتين – محل الدراسة – يرجع إلى عدد من العوامل يأتي في مقدمتها دخول الاستثمارات العربية في الرياضية المصرية وما أحدثته هذه الاستثمارات من نمو حالة من الصراع داخل الأندية الرياضية جراء هذه الاستثمارات بالإضافة إلى تأثيره الأجهزة الإدارية لبعض الأندية الرياضية المصرية من أحداث أو قضايا تجعلها محط أنظار مصممي الرسوم الرياضية الساخرة.

✘ أشارت نتائج الدراسة التحليلية أن محور الارتكاز المرتبط بالجهاز الفني جاء في المرتبة الرابعة ضمن المحاور الارتكازية التي اعتمدت عليها الصفحتين – محل الدراسة- في تصميم الرسوم الرياضية الساخرة، ومن أمثلة ذلك: الرسم الذي يظهر فيه مدرب النادي الأهلي وهو

يلوح بيده إلى الكأس وعليه تعليق بعبارة "هي دي بقى البتاعه اللي عملكوا قلق تستاهل بعني القلق دا كله! متقلقش هجبلكوا وحده زيهنا ناو"، كما كشفت نتائج الدراسة أن محور الارتكاز المرتبط بالجماهير جاء في المرتبة الخامسة ضمن المحاور الارتكازية التي اعتمدت عليها الصفحتين - محل الدراسة- في تصميم الرسوم الرياضية الساخرة، ويرى الباحث أن حلول "الجماهير" في المرتبة الأخيرة ضمن المحاور الارتكازية التي اعتمدت عليها الصفحتين - محل الدراسة- في تصميم الرسوم الرياضية الساخرة يرجع إلى عامل غياب الجماهير عن حضور المباريات الرياضية في الفترة الأخيرة.

وبمقارنة الباحث النتائج التي كشفتها الدراسة التحليلية للصفحتين - عينة الدراسة- يمكن القول أن صفحة "Asa7be Sarcasm Society" تفوقت على صفحة "فاصل مش إعلامي" في اعتمادها على "النادي"، "اللاعب"، "الجماهير" كمحاور للارتكاز في الرسوم الساخرة، بينما تفوقت صفحة "فاصل مش إعلامي" على صفحة "Asa7be Sarcasm Society" في اعتمادها على "الجهاز الإداري"، "الجهاز الفني" كمحاور للارتكاز في الرسوم الساخرة.

4. المعاني التي يحملها النص المصاحب للرسم الساخر: ويقصد به المعاني التي يعكسها النص المصاحب للرسم الساخر، وقد تعددت وتنوعت المعاني التي يحملها النص الساخر في الصفحتين - محل الدراسة - ، وهي على النحو التالي:

- ✘ كشفت نتائج الدراسة تصدر "السخرية من النادي و أداء اللاعبين والأجهزة الفنية والإدارية" مقدمة المعاني التي عكسها النص المصاحب للرسم الساخر في الصفحتين - محل الدراسة- ، وقد جاء السخرية من النادي في المقدمة تلاه "السخرية من الجهاز الإداري" ثم "الجهاز الإداري" و"اللاعبين"، ومن أمثلة الرسم الرياضي الساخر الذي يحمل معنى يسخر فيه من النادي: الرسم الساخر الذي يحتوي على تركيب صور من عمل سينمائي يجمع بين الفنان علاء ولي الدين والفنان سامي سرحان وعليهما شعاري النادي الأهلي والزمالك وفي الجزء الأول يظهر الفنان سامي سرحان وعليه شعار الأهلي ومكتوب عليها "انا بكسب كل أسبوع في الدوري" بينما الجزء الثاني يظهر الفنان علاء ولي الدين وعليه شعار الزمالك ومكتوب عليها على لسان الفنان سامي سرحان "لكن احتمال متكملش الدوري خلي للفوز متعة ثانية ..أكاد من جمال صياحك أدوب"، ويرى الباحث أن تركيز الصفحتين - محل الدراسة - على ترسيخ هذه المعاني لدى المتابعين يعد أحد أبرز العوامل التي تؤدي إلى نمو التعصب الرياضي لدى الجمهور، كما أنه يخلق حالة من الاحتقان والعداء بين جماهير الأندية الرياضية.
- ✘ أثبتت نتائج الدراسة أن "إظهار الفرح بفوز الفريق" جاء في المرتبة الثانية ضمن المعاني التي يعكسها النص المصاحب للرسم الساخر في الصفحتين - محل الدراسة-، ومن أمثلة ذلك: شكل يحتوي على مقطع من أغنية مع تركيب صورة على هذا المقطع للجهاز الفني واللاعبين وهم يتفاعلون بالأغنية ابتهاجاً بفوز الفريق.

✘ أظهرت نتائج الدراسة أن "التقليل من شأن الفريق الآخر، والحط من معنوياته" جاء في المرتبة الثالثة ضمن المعاني التي يعكسها النص المصاحب للرسم الساخر في الصفحتين – محل الدراسة-، ومن أمثلة الرسم الرياضي الساخر الذي يحمل معنى يسخر فيه من النادي: الرسم الساخر الذي يحتوي على تركيب صور من عمل سينمائي يجمع بين الفنان أحمد مكي والفنان ماجد الكدواني وعليهما شعاري النادي الأهلي والزمالك وفي الجزء الأول يظهر الفنان أحمد مكي وعليه شعار الزمالك ومكتوب عليها "مش هتلاعب بيرامدز ماتش كمان" بينما الجزء الثاني يظهر الفنان ماجد الكدواني وعليه شعار الأهلي ومكتوب عليها على لسانه الفنان "يخربيتك مش عارف تكسب الحرس"

✘ كشفت نتائج الدراسة أن "اظهار التنافر والخلاف بين جماهير الأندية" جاء في المرتبة الرابعة ضمن المعاني التي يعكسها النص المصاحب للرسم الساخر في الصفحتين – محل الدراسة-، ومن أمثلة الرسم الرياضي الساخر الذي يحمل معنى التنافر بين الجماهير: الرسم الساخر الذي يحتوي على تركيب صور من عمل سينمائي يجمع بين الفنان خالد الصاوي والفنان أحمد السقا وعليهما شعاري النادي الأهلي والزمالك وفي الجزء الأول تظهر نتيجة مباراة الأهلي وبييراميدز بالتعادل بينما الجزء الثاني يظهر فيها الفنانان وهما يعانقان بعضهما ويظهر على وجهها علامات الاستياء"

✘ أظهرت نتائج الدراسة أن "اظهار الفرح بأداء اللاعبين" جاء في المرتبة الخامسة ضمن المعاني التي يعكسها النص المصاحب للرسم الساخر في الصفحتين – محل الدراسة-، ومن أمثلة الرسم الرياضي الساخر الذي يحمل هذا المعنى الرسم الذي يحتوي على صورة حية من المباراة لحارس مرمى الأهلي ومعلق عليها "بسم الله ماشاء الله عليك يا شنواي ربنا يحميك يابني".

بينما جاءت بعض المعاني التي عكستها النصوص المصاحبة للرسم الساخر بنسب ضئيلة مثل "التقليل من أداء الحكام"، "دعم الفريق وجهازه الفني" في الصفحتين – محل الدراسة، ويرى الباحث أن تصدر المعاني السابقة مقدمة المعاني التي تعكسها النصوص المصاحبة للرسم الساخر لها بالغ الأثر في نمو التعصب الرياضي بين الجماهير، كما أن هذه النصوص المصاحبة للرسوم الرياضية الساخرة تزيد من درجة العداء بين جماهير الأندية وتزيد من حالات العنف بين الجماهير.

وتتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة (عليه هشام جمال الدين 2019م)⁽⁵¹⁾ والتي توصلت إلى تصدر هدف "إثارة الجمهور المنافس" مقدمة أهداف نشر المعلومات بالصفحات الرياضية عينة الدراسة، ودراسة (2017 Young Name Chung)⁽⁵²⁾ بأن وسائل الإعلام الجديد كان لها دور كبير في انتشار التعصب، وممارسة الجماهير لأشكال مختلفة من التعصب الرياضي، بسبب تركيزها على الأحداث الرياضية التي تثير الخلاف والعنف بن الجماهير في البيئة الرياضية، ودراسة (أحمد فاروق رضوان)⁽⁵³⁾ والتي انتهت إلى وجود مظاهر

للغضب والتعصب أبرزها: نشر خطاب الكراهية، وقولبة المعلومات، الاهتمام بقضايا بذاتها وإغفال قضايا أخرى.
نتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم (2)

يوضح معدل تعرض المبحوثين لموقع الفيسبوك

معدل تعرض المبحوثين لموقع الفيسبوك	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
نادراً	40	8.9	2.5689	.65113
أحياناً	114	25.3		
دائماً	296	65.8		
الاجمالي	450	100.0		

تشير بيانات الجدول إلى تصدر فئة "دائماً" مقدمة تعرض المبحوثين- محل الدراسة - لموقع الفيسبوك بنسبة بلغت 65.8%، تلتها فئة "أحياناً" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 25.3%؛ في حين جاءت فئة "نادراً" في المرتبة الثالثة والأخيرة من حيث تعرض المبحوثين لموقع الفيسبوك بنسبة بلغت 8.9%.
وتعد تصدر فئة "دائماً" مقدمة تعرض المبحوثين لموقع فيسبوك نظراً لتصدر الفيسبوك مقدمة التطبيقات الاجتماعية استخداماً سواء على مستوى العالم أو على مستوى مصر بالإضافة إلى زيادة أعداد مستخدميه كل عام. (54)

جدول رقم (3)

يوضح دوافع استخدام المبحوثين لموقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"

دوافع استخدام المبحوثين لموقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"	ك	%
معرفة الأحداث التي تجري في المجتمع الذي أعيش فيه.	317	70.4
التواصل مع الأصدقاء والمعارف.	290	64.4
الحصول على معلومات جديدة.	191	42.4
متابعة أفكار وآراء الآخرين.	190	42.4
نشر آرائي وأفكاري.	170	37.8
مسايرة التطور التكنولوجي.	161	35.8
استفيد منها في مجال عملي.	160	35.6
ملء وقت الفراغ.	147	32.7
نشر ومشاركة الأخبار والصور والفيديوهات.	134	29.8
تخفف عني ضغوط الحياة.	119	26.4
التعرف على أصدقاء جدد.	113	25.1
لتعودي عليها	106	23.6
التعرف على واقع مختلف عن الواقع الملموس الذي أعيش فيه.	93	20.7
الحصول على متابعين ومعجبين جدد.	80	17.8
الهروب من الواقع.	62	13.8
ن = 450		

توضح بيانات الجدول أن معرفة الأحداث التي تجري في المجتمع الذي أعيش فيه في مقدمة دوافع استخدام المبحوثين لموقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" بنسبة بلغت 70.4%، بينما جاء "التواصل مع الأصدقاء والمعارف" في المرتبة الثانية بنسبة

بلغت 64.4%، بينما جاء " الحصول على معلومات جديدة"، " متابعة أفكار وآراء الآخرين" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 42.4%، في حين جاء دافع "نشر آراء وأفكار المبحوثين" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 37.8%، بينما جاء دافع "مسايرة التطور التكنولوجي" في المرتبة الخامسة بنسبة 35.8%؛ في حين جاء دافع "الاستفادة من موقع الفيسبوك في المجال العملي" في المرتبة السادسة بنسبة 35.6%، بينما جاء دافع " ملء وقت الفراغ" في المرتبة السابعة بنسبة بلغت 32.7%، في حين حل دافع "نشر ومشاركات الأخبار والصور الفيديوهات" في المرتبة الثامنة بنسبة بلغت 29.8%.

وتشير النتائج إلى تصدر الدوافع النفعية مقدمة دوافع تعرض المبحوثين – محل الدراسة – لموقع الفيسبوك، بينما جاءت الدوافع الطقوسية في المرتبة الثانية ضمن دوافع استخدام المبحوثين للفيسبوك، ويرجع تصدر الدوافع النفعية مقدمة دوافع تعرض المبحوثين إلى الدور المهم الذي اكتسبته مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في الأونة الأخيرة كونها إحدى الوسائل التي تبني أجندة وسائل الإعلام الأخرى بالإضافة إلى الوظيفة الإخبارية التي تؤديها تلك الوسائل لدى الجمهور، ومن ثم تصدرت الدوافع المنفعية مقدمة دوافع تعرض المبحوثين للفيسبوك.

جدول رقم (4)

يوضح حرص المبحوثين على متابعة الرسوم الساخرة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك

ك	%	حرص المبحوثين على متابعة الرسوم الساخرة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك
17	3.8	لا
433	96.2	نعم
450	100.0	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق أن المبحوثين يحرصون على متابعة الرسوم الساخرة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، حيث تصدرت فئة "نعم" مقدمة إجابات المبحوثين – عينة الدراسة- بنسبة بلغت 96.2%، بينما جاءت فئة "لا" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 3،8%.

ويرى الباحث أن حرص المبحوثين – عينة الدراسة – على متابعة الرسوم الساخرة على الفيسبوك ربما يأتي كنوع من أنواع المشاركة في المجالات (سياسية – أو رياضية أو اجتماعية،... الخ)، وربما يأتي كونه نوعاً من أنواع النقد الساخر لكافة المجالات الحياتية، وربما يكون متنفساً للبعض من أساليب النقد المباشر لكافة الأشكال السلبية الموجودة في المجتمع.

جدول رقم(5)

يوضح معدل تعرض المبحوثين للرسوم الساخرة

معدل تعرض المبحوثين للرسوم الساخرة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
نادراً	52	12.0	2.2494	.65451
أحياناً	221	51.0		
دائماً	160	37.0		
الاجمالي	433	100.0		

تشير بيانات الجدول السابق أن تعرض المبحوثين للرسوم الساخرة على موقع فيسبوك بصفة أحياناً جاءت في مقدمة معدل تعرضهم للرسوم الساخرة على الفيسبوك بنسبة بلغت 51.0%، بينما جاء معدل تعرضهم بصفة دائمة في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 37.0%؛ في حين جاء معدل تعرض المبحوثين - عينة الدراسة- للرسوم الساخرة على الفيسبوك بصفة نادرة في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة بلغت 12.0%. ويرى الباحث أن ارتفاع معدل تعرض المبحوثين للرسوم الساخرة على الفيسبوك يأتي نتيجة لارتفاع عدد مستخدمي الفيسبوك بصفة عامة بالإضافة إلى أن هذا الفن "الرسوم الساخرة، أو الميمز" يعد من الفنون التي لاقت اهتمام ومتابعة لدى مستخدمي الفيسبوك وهو ما ظهر بوضوح من خلال عدد المتابعين لهذه الصفحات الساخرة على الفيسبوك والتي يتجاوز عددهم الملايين من المتابعين والمتفاعلين معها، كما أن هذه الرسوم الساخرة تعد شكلاً مماثلاً للفن الصحفي الساخر وهو الكاريكاتير والذي كان يمثل أهمية كبيرة لقطاع عريض من جمهور قراء الصحف الورقية، ومن ثم يأتي معدل ارتفاع متابعي الرسوم الساخرة على الفيسبوك نتيجة لعزوف جمهور الصحف الورقية عن متابعة هذا الفن واستبداله بالرسوم الساخرة على الفيسبوك.

جدول رقم (6)

يوضح أبرز الرسوم الساخرة التي يهتم المبحوثون بمتابعتها على الصفحات الساخرة

أبرز الرسوم الساخرة التي يهتم المبحوثون بمتابعتها على الصفحات الساخرة	ك	%
الرسوم الرياضية الساخرة.	272	62.8
الرسوم التي تتناول الأحداث اليومية.	220	50.8
الرسوم السياسية الساخرة.	178	41.1
الرسوم الفنية الساخرة.	119	27.5
الرسوم الاقتصادية الساخرة.	61	14.1
ن=433		

توضح بيانات الجدول السابق أن "الرسوم الرياضية الساخرة" جاءت في مقدمة الرسوم الساخرة التي يهتم المبحوثون بمتابعتها على الصفحات الساخرة بنسبة بلغت 62.8%، بينما جاءت الرسوم التي تتناول الأحداث اليومية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 50.8%؛ في حين جاءت "الرسوم السياسية الساخرة" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 41.1%، بينما جاءت الرسوم الفنية الساخرة في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت

27.5%؛ في حين جاءت الرسوم الاقتصادية الساخرة في المرتبة الخامسة والأخيرة ضمن الرسوم الساخرة التي يهتم المبحوثون بمتابعتها على الصفحات الساخرة بنسبة بلغت 14.1%.

ويرى الباحث أن تصدر الرسوم الرياضية الساخرة مقدمة الرسوم الساخرة التي يهتم المبحوثون بمتابعتها على موقع الفيسبوك يرجع إلى أن أغلب مستخدمي الفيسبوك من فئة الشباب من عمر 25-34 ويمثلون النسبة الأكبر من مستخدمي الفيسبوك في مصر (55)، وتعد هذه الشريحة العمرية من أكثر شرائح المجتمع اهتماماً ومتابعة للشأن الرياضي، ومن ثم جاء تصدر الرسوم الرياضية الساخرة مقدمة الرسوم الساخرة، بينما يرى الباحث أن تصدر الرسوم التي تتناول الأحداث اليومية في المرتبة الثانية نتيجة لطبيعة الرسوم الساخرة والتي تعتمد على كسر الرتابة والملل ومعالجة الأحداث بشكل ساخر ومن ثم يعتمد المبحوثون على متابعة تلك الرسوم كنوع من التنفيس، بينما يرجع الباحث أن مجيء الرسوم السياسية الساخرة في المرتبة الثالثة ضمن الرسوم الساخرة التي يحرص المبحوثون على متابعتها نظراً لحالة الاستقرار السياسي التي شهدتها البيئة السياسية المصرية في الآونة الأخيرة، في حين مجيء الرسوم الفنية والاقتصادية الساخرة في المراتب الأخيرة يعود إلى أن تلك الرسوم ترتبط بالأحداث الفنية والاقتصادية الطارئة، والتي يترتب عليها اهتمام الرأي العام، ومن ثم ترتبط تلك الرسوم بتلك الأحداث بالإضافة أن المجالين (الفني، والاقتصادي) من المجالات التي تشغل اهتمام بعض الشرائح والتي تقل كثيراً عن الشرائح التي تهتم بالشأن الرياضي أو السياسي.

جدول رقم (7)

يوضح دوافع استخدام المبحوثين للرسوم الساخرة

%	ك	دوافع استخدام المبحوثين للرسوم الساخرة
65.8	285	التناول الفكاهي للأحداث.
43.9	190	للتسلية والترفيه.
36.7	159	لاهتمامها بالتركيز على قضايا ومشكلات تهتم المجتمع.
34.9	151	تعبير عن واقع الحياة بشكل ساخر.
33.7	146	الإبداع في الأفكار واستخدام الرسوم.
30.9	134	لأنها تناقش الموضوعات بصورة سهلة وبسيطة الفهم.
23.8	103	لأتعلم منها النقد الساخر للأحداث والمواقف.
17.6	76	لأن تعد متنفساً للضغوط اليومية.
16.2	70	تعبير عما بداخلي تجاه القضايا والأحداث.
13.2	57	التواصل والمشاركة مع الأصدقاء.
12.2	53	من باب الفضول.
10.4	45	لأعبر عن رأيي وأشارك الآخرين في المضمون المقدم.
8.5	37	أصبحت عادة لي.
8.1	35	لأنها تشعرني بحرية التعبير.
ن = 433		

تشير بيانات الجدول السابق أن التناول الفكاهي للأحداث جاء في مقدمة الدوافع التي يحرص المبحوثون علي متابعتهم للرسوم الساخرة بنسبة بلغت 65.8%، بينما جاء دافع "التسلية والترفيه" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 43.9%؛ في حين جاء دافع اهتمام المبحوثين بمتابعة الرسوم الساخرة لكونها تركز على قضايا ومشكلات تهم المجتمع في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 36.7%؛ في حين حل دافع " أن هذه الرسوم تعبر عن واقع الحياة بشكل ساخر " في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 34.9%؛ بينما جاء دافع "الإبداع في الأفكار واستخدام الرسوم" كأحد دوافع متابعة المبحوثين للرسوم الساخرة في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 33.7%؛ في حين أن هذه الرسوم الساخرة تناقش الموضوعات بصورة سهلة وبسيطة الفهم في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت 30.9%؛ في حين حل دافع أن المبحوثين يتعلمون منها النقد الساخر للأحداث والمواقف في المرتبة السادسة بنسبة بلغت 23.8%، بينما جاءت باقي الدوافع في مراتب متأخرة ومتقاربة من بعضها البعض.

وباستعراض النتائج السابقة يمكن القول أن دوافع متابعة المبحوثين للرسوم الساخرة تنوعت بين الدوافع النفعية والدوافع الطقوسية حيث تصدر دافع "التناول الفكاهي للأحداث" المرتبة الأولى وهو أحد الدوافع النفعية، بينما جاء الدافع الطقوسي في المرتبة الثانية وهو "التسلية والترفيه"، وهو يعكس اختلاف دوافع المبحوثين محل الدراسة نظراً لتنوع الرسوم الساخرة، حيث تركز بعض أنواع الرسوم لدى المبحوثين على عنصر التسلية والترفيه، بينما تستهدف رسوم أخرى دوافع نفعية سواء التناول الفكاهي للحدث أو التركيز على قضايا ومشكلات المجتمع، كما تختلف تلك الدوافع باختلاف المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين، بالإضافة إلى أن تصدر بعض الدوافع الطقوسية مقدمة دوافع متابعة المبحوثين للرسوم الساخرة يأتي ضمن أهداف تلك الرسوم الساخرة إلى جانب بعض الدوافع النفعية.

وتتفق نتيجة هذا الجدول مع ما انتهت إليه دراسة (لمياء علي عبد الحميد 2019م)⁽⁵⁶⁾، والتي كشفت أن أبرز دوافع تعرض شباب الصعيد للرسوم الساخرة التي تعرض القضايا السياسية معرفة ومتابعة الأخبار والقضايا السياسية القومية والعالمية بشكل ساخر وخفيف، ودراسة (Vasiliki Plevriti 2018)⁽⁵⁷⁾ والتي توصلت إلى أن الشباب أكثر استخداماً "للميمز" وأنهم يستخدمونها كأداة للنقد السياسي.

جدول رقم(8)

يوضح حرص المبحوثين على متابعة الرسوم الرياضية الساخرة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك

ك	%	حرص المبحوثين على متابعة الرسوم الرياضية الساخرة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك
16	3.7	لا
417	96.3	نعم
433	100.0	الإجمالي

توضح بيانات الجدول أن المبحوثين يحرصون على متابعة الرسوم الرياضية الساخرة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك حيث تصدرت فئة "نعم" مقدمة إجابات المبحوثين - عينة الدراسة- بنسبة بلغت 96.3%، بينما جاءت فئة "لا" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 3،7%.

ويرى الباحث أن حرص المبحوثين على متابعة الرسوم الرياضية الساخرة يأتي متوافقاً مع تصدر الرسوم الرياضية الساخرة مقدمة الرسوم الساخرة التي يحرص المبحوثون على متابعتها على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، كما أن حرص المبحوثين - محل الدراسة - على متابعة الرسوم الرياضية الساخرة يأتي نتيجة أن الفئة العمرية من 25-34 تأتي في مقدمة الفئات العمرية الأكثر استخداماً لفيسبوك في مصر وهي أيضاً أكثر الفئات اهتماماً ومتابعة للقضايا الرياضية، كما أن اهتمام المبحوثين بمتابعة الرسوم الرياضية الساخرة يأتي نتيجة للأحداث الرياضية التي شهدتها البيئة الرياضية المصرية في الأونة الأخيرة من تصدر عدداً من القضايا والأحداث الرياضية مقدمة الأحداث المصرية سواء تلك المتعلقة بالاستثمارات الأجنبية في الأندية الرياضية المصرية، أو مايتعلق بالقضايا المرتبطة ببعض الأجهزة الفنية في الأندية الرياضية، أو مايتعلق برؤساء الأندية، أو غيرها من الأحداث الرياضية والتي كانت محط اهتمام لدى القارئ على الصفحات الساخرة وكذلك محط متابعة من قبل المبحوثين.

جدول رقم(9)

يوضح معدل تعرض المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	معدل تعرض المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة
.68725	2.1990	15.6	65	نادراً
		48.9	204	أحياناً
		35.5	148	دائماً
		100.0	417	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق أن تعرض المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة على موقع فيسبوك بصفة "أحياناً" جاءت في مقدمة معدل تعرضهم للرسوم الرياضية الساخرة على الفيسبوك بنسبة بلغت 48.9%، بينما جاء معدل تعرضهم بصفة دائمة

في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 35.5%؛ في حين جاء معدل تعرض المبحوثين – عينة الدراسة- للرسوم الرياضية الساخرة على الفيسبوك بصفة نادرة في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة بلغت 15.6%.

جدول رقم (10)

يوضح دوافع استخدام المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة

%	ك	دوافع استخدام المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة
48.2	201	لأنها تعالج الأحداث الرياضية بشكل ساخر.
41.0	171	لأنها تعبر عما بداخلي تجاه الفريق المنافس.
36.9	154	للتسلية وقضاء وقت الفراغ.
29.5	123	لأنها ملفتة وجاذبة للانتباه.
28.3	118	لأدعم بها الفريق الذي أشجعه.
28.1	117	للتهكم والسخرية من الفريق المنافس (لاعبين- جهاز إداري- جهاز فني).
27.8	116	لأنها تتسم بالحرية في نقد القضايا والأحداث الرياضية.
26.9	112	لأنها تسلط الضوء على القضايا الرياضية التي تغفل عنها وسائل الإعلام الأخرى.
23.5	98	فهم واستيعاب الأحداث الرياضية.
17.3	72	تتيح لي فرصة التواصل مع أصدقاء جدد ينتمون للنادي الذي أشجعه.
14.1	59	لأعبر عن رأيي بحرية تجاه النادي الذي أشجعه.
11.5	48	الهروب من الواقع والمشكلات المجتمعية بي.
ن=417		

تشير بيانات الجدول أن دافع معالجة الأحداث الرياضية بشكل ساخر جاء في مقدمة دوافع متابعة المبحوثين – عينة الدراسة- للرسوم الرياضية الساخرة بنسبة بلغت 48.2%، بينما جاء دافع " أن هذه الرسوم تعبر عما بداخل المبحوثين تجاه الفريق المنافس " في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 41.0%؛ في حين جاء دافع " التسلية وقضاء وقت الفراغ" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 36.9%؛ في حين جاء دافع أن هذه الرسوم ملفتة وجاذبة للانتباه في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 29.5%؛ في حين جاء دافع متابعة المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة لدعم الفريق الذي يشجعه المبحوثين في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت 28.3%؛ في حين حل دافع التهكم والسخرية من الفريق المنافس (لاعبين- جهاز إداري- جهاز فني) كأحد دوافع متابعة المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة في المرتبة السادسة بنسبة بلغت 28.1%.

وباستعراض النتائج السابقة يمكن القول أن دوافع تعرض المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة تنوعت بين الدوافع النفعية والدوافع الطقوسية، كما أن نتائج هذا الجدول تتوافق مع نتائج الجدول رقم (7) الخاص بدوافع متابعة المبحوثين للرسوم الساخرة والتي كشفت تنوع دوافع متابعة المبحوثين للرسوم الساخرة بين الدوافع النفعية والدوافع الطقوسية.

وتتفق نتيجة هذا الجدول مع نتائج دراسة (عليه هشام جمال الدين 2019م) (58) والتي انتهت إلى تصدر هدف "إثارة الجمهور المنافس" مقدمة أسباب تعرض المراهقين للصفحات الرياضية.

جدول رقم (11)

يوضح مدى مناقشة المبحوثين حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك

%	ك	مدى مناقشة المبحوثين حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك
0	0	لا
100.0	417	نعم
100.0	417	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المبحوثين - عينة الدراسة - يتناقشون مع غيرهم حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 100%، وهذا يعكس مدى اهتمام المبحوثين - عينة الدراسة - بالقضايا والأحداث الرياضية وهو ما انعكس على مناقشتهم للمضامين التي تحملها الرسوم الرياضية الساخرة.

جدول رقم (12)

يوضح الأطراف الذين يتناقش المبحوثون معهم حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة

%	ك	الأطراف الذين يتناقش المبحوثون معهم حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة
76.5	319	مع أصدقائي من المنتمين للنادي الذي أشجعه.
40.0	167	مع الأصدقاء بصفة عامة.
38.4	160	مع أصدقاء في مجموعات افتراضية على الفيس بوك.
36.9	154	مع زملاء العمل.
36.5	152	مع الأهل.
ن = 417		

توضح بيانات الجدول السابق أن الأصدقاء المنتمين للنادي الذي يشجعه المبحوثين جاءوا في مقدمة الأطراف الذين يتناقش المبحوثون معهم حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة بنسبة بلغت 76.5%، بينما حل "الأصدقاء بصفة عامة" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 40.0%؛ في حين جاء أصدقاء المبحوثين في المجموعات الافتراضية على الفيسبوك في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 38.4%، بينما حل "زملاء العمل" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت 36.9%؛ في حين جاء "الأهل" في المرتبة السادسة والأخيرة ضمن الأطراف الذين يتناقش المبحوثون معهم حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة بنسبة بلغت 36.5%.

وباستعراض النتائج السابقة يمكن القول أن تصدر الأصدقاء المنتمين للنادي الذي

يشجعه المبحوثين، أصدقاء في مجموعات اقتراضية على الفيسبوك مقدمة الأطراف الذين يتناقش المبحوثون معهم حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة يرجع إلى أن موقع الفيسبوك يتيح لمستخدميه إنشاء مجموعات افتراضية ينتمون لنفس الأفكار أو الأيديولوجيات، وربما ذلك ما يحمل المبحوثين - محل الدراسة - إلى مناقشة مضامين الرسوم الرياضية الساخرة مع المنتمين لنفس النادي، بينما يرجع مناقشة المبحوثين للمضامين التي تحملها الرسوم الساخرة مع أصدقائهم إلى أنهم أحد الجماعات المرجعية التي تؤثر ويتأثر بها الفرد، بينما يرى الباحث أن مجيء زملاء العمل في المرتبة الخامسة ضمن الأطراف الذين يتناقش المبحوثون معهم حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة يرجع إلى أن الشريحة العمرية من المبحوثين - محل الدراسة- من الفئات العمرية التي لم تتأهل بعد لشغل الوظائف أو سوق العمل ومن ثم لا يمثل هذا الطرف جزءاً من الجماعات المرجعية للمبحوثين - محل الدراسة-، في حين يرجع الباحث حلول "الأهل" في المرتبة الأخيرة ضمن الأطراف الذين يتناقش المبحوثون معهم حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة يرجع إلى تأثير الإنترنت بصفة عامة ومواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية.

جدول رقم(13)

يوضح اتجاه من يتناقش المبحوثون معهم حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك

%	ك	اتجاه من يتناقش المبحوثون معهم حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك
43.4	181	الموافقة على ماتحملة الرسوم الساخرة من مضامين.
40.3	168	الموافقة على بعض ماتحملة الرسوم الساخرة ومعارضة بعضها.
16.3	68	معارضة ماتحملة الرسوم الساخرة من مضامين
100.0	417	الاجمالي

تشير بيانات الجدول السابق أن الموافقة على ماتحملة الرسوم الساخرة من مضامين جاءت في مقدمة اتجاه من يتناقش المبحوثون معهم حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك بنسبة بلغت 43.4%، بينما جاءت الموافقة على بعض ماتحملة الرسوم الساخرة ومعارضة بعضها 40.3%، في حين حل معارضة ماتحملة الرسوم الساخرة من مضامين في المرتبة الثالثة والأخيرة ضمن اتجاه من يتناقش المبحوثون معهم حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك بنسبة بلغت 16.3%.

وباستعراض النتائج السابقة يمكن القول أن تصدر الاتجاه الخاص بالموافقة على ماتحملة الرسوم الساخرة من مضامين من جانب من يتناقش معهم المبحوثين يمكن أن عاملاً من عوامل التأثير على المبحوثين بل يمكن أن يكون سبباً من أسباب التعصب الرياضي خاصة مع تصدر الأصدقاء الذين ينتمون لنفس النادي، أو الأصدقاء بصفة عامة، أو الأصدقاء في مجموعات اقتراضية على الفيسبوك، وهو ما ستوضحه الجداول التالية.

جدول رقم(14)

يوضح مدى تفاعل المبحوثين حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك

مدى تفاعل المبحوثين حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك	ك	%
لا	0	0
نعم	417	100.0
الإجمالي	417	100.0

تشير بيانات الجدول السابق أن المبحوثين - عينة الدراسة - يتفاعلون مع مضامين الرسوم الرياضية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 100%، وهذه النتيجة مترتبة على اهتمام المبحوثين - عينة الدراسة - بمناقشة للمضامين التي تحملها الرسوم الرياضية الساخرة، وهو ما انعكس على تفاعلهم معها.

جدول رقم(15)

يوضح مدى استخدام المبحوثين للأساليب التفاعلية الآتية مع الرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	دائماً		أحياناً		نادراً		مدى استخدام المبحوثين للأساليب التفاعلية الآتية مع الرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك
		%	ك	%	ك	%	ك	
.78077	2.4604	64.0	267	18.0	75	18.0	75	عمل إعجاب للمنشور (Like)
.73152	2.3837	53.2	222	31.9	133	14.9	62	عمل إشارات للأصدقاء في المنشورات (Mention)
.73321	2.3741	52.5	219	32.4	135	15.1	63	التعليق على مشاركات بعض المستخدمين الآخرين
.85239	2.1679	46.0	192	24.7	103	29.3	122	أقوم بوضع رسم ساخر آخر حول الموضوع المعروض.
.82925	2.0839	38.8	162	30.7	128	30.5	127	نشر نفس الرسوم الساخرة على وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى.
.80126	1.7986	24.0	100	31.9	133	44.1	184	مشاركة الخبر أو إعادة نشره (Share)
.81160	1.7602	23.7	99	28.5	119	47.7	199	التعليق على المنشور (Comment)

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن عمل إعجاب للمنشور جاء في مقدمة الأساليب التفاعلية التي استخدمها المبحوثين – محل الدراسة- خلال تفاعلهم مع الرسوم الرياضية الساخرة على الفيسبوك وذلك عند متوسط حسابي بلغ 2.4604، بينما جاء "عمل إشارات للأصدقاء في المنشورات (Mention) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 2.3837، بينما جاء "التعليق على مشاركات بعض المستخدمين الآخرين" في المرتبة الثالثة وذلك عند متوسط حسابي بلغ 2.3741؛ في حين حل الأسلوب التفاعلي الخاص بقيام المستخدم بوضع رسم ساخر آخر حول الموضوع المعروف في المرتبة الرابعة ضمن الأساليب التفاعلية التي استخدمها المبحوثين – محل الدراسة- خلال تفاعلهم مع الرسوم الرياضية الساخرة على الفيسبوك وذلك عند متوسط حسابي بلغ 2.1679، بينما جاء "نشر نفس الرسوم الساخرة على وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت 2.0839، في حين جاء "مشاركة الخبر أو إعادة نشره (Share)" في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي بلغ 1.7986، بينما حل "التعليق على المنشور (Comment)" في المرتبة السابعة والأخيرة ضمن الأساليب التفاعلية التي استخدمها المبحوثين – محل الدراسة- خلال تفاعلهم مع الرسوم الرياضية الساخرة على الفيسبوك وذلك عند متوسط حسابي بلغ 1.7602.

وباستعراض النتائج السالفة الذكر يمكن القول أن معدل تفاعل المبحوثين – محل الدراسة- مع الرسوم الرياضية الساخرة على الفيسبوك جاء في بعضها مرتفعاً وفي بعض الأساليب الأخرى متوسطاً، وهو ما يؤكد اهتمام المبحوثين بمتابعة تلك الرسوم، وهذا ما أكدت عليه الجداول السالفة المرتبطة بمعدل اهتمام ومتابعة المبحوثين للصفحات الرياضية الساخرة، كما أن التباين بين المبحوثين – محل الدراسة- في استخدامهم للأساليب التفاعلية يرتبط بعدد من العوامل تتمثل في اختلاف المتغيرات الديموجرافية بين المبحوثين بالإضافة إلى الإلتزام الرياضي للمبحوثين من عدمه وهو ما يشكل عاملاً فعالاً في اختيار المبحوث لأساليب التفاعل مع الرسوم الرياضية الساخرة.

وتتفق نتيجة هذا الجدول مع ما توصلت إليه دراسة (أسماء مصطفى محمود أحمد 2018)⁽⁵⁹⁾ والتي كشفت تنوع تفاعل المبحوثين مع مضامين صفحات الكاريكاتير الساخرة، ودراسة (سلوى محمد أحمد أبو العلا الشريف 2015م)⁽⁶⁰⁾ والتي كشفت تعدد طرق تفاعل المبحوثين مع الرسوم الساخرة في هذه الصفحات.

جدول رقم(16)

يوضح أثر تعرض المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		معارض		أثر تعرض المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك على نمو التعصب الرياضي
		%	ك	%	ك	%	ك	
.62986	2.5540	62.8	262	29.7	124	7.4	31	أشعر بالفرح بهزيمة الفرق المنافسة لفريقي.
.60255	2.5540	61.2	255	33.1	138	5.8	24	أقيم صداقات مع الأفراد المختلفين في الإنتماء الرياضي.
.77722	2.3237	51.6	215	29.3	122	19.2	80	أهاجم الحكام واللاعبين والمسؤولين في حالة هزيمة فريقي.
.76882	2.2902	48.2	201	32.6	136	19.2	80	أشارك بالتعليق الساخر على هزيمة الفرق المنافس لفريقي.
.78504	2.2710	48.0	200	31.2	130	20.9	87	أنقل هزيمة فريقي وأهنيء مشجعي الفرق المنافسة.
.78913	2.2542	47.0	196	31.4	131	21.6	90	أميل إلى احترام رأي المشجعين المنافسين.
.71497	2.1918	36.9	154	45.3	189	17.7	74	أنتضامن مع الفرق المنافسة لفريقي في حالة تعرضهم لهجوم غير مبرر.
.80098	2.0863	36.7	153	35.3	147	28.1	117	أشجع الفرق المنافسة المشاركة في البطولات غير البطولة المحلية.
.81085	1.8201	25.4	106	31.2	130	43.4	181	أشارك أصدقائي المنتمين لفرق منافسة دعمهم للاعبين أو مسؤولي الأجهزة الفنية والإدارية في حالة تعرضهم للآزمات.
.82680	1.7290	24.2	101	24.5	102	51.3	214	أسخر من جماهير ولاعبي ومسؤولي الفرق المنافسة في حالة تعرضهم للهزيمة.
.74471	1.6930	17.0	71	35.3	147	47.7	199	أشارك في الهاشتاجات التي تسخر من الفريق المنافس.
.72818	1.6811	15.6	65	36.9	154	47.5	198	أناقش بموضوعية مع جماهير الفرق المنافسة في حالة الفوز أو الهزيمة.
.69802	1.5612	12.0	50	32.1	134	55.9	233	أستهين بقدرات الفريق المنافس.
.71047	1.5252	12.7	53	27.1	113	60.2	251	اعبر عن استيائي من الفريق الذي أشجعه في حالة الهزيمة بتوجيه السباب والشتائم.

تشير بيانات الجدول أن شعور المبحوثين بالفرح بهزيمة الفرق المنافسة لفريقيهم، وإقامة صداقات مع الأفراد المختلفين في الإنتماء الرياضي " جاء في مقدمة تأثيرات تعرض المبحوثين - عينة الدراسة- للرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك بمتوسط حسابي بلغ 2.5540 ، بينما جاء التأثير المتعلق بمهاجمة الحكام واللاعبين والمسؤولين في حالة هزيمة فريق المبحوثين في المرتبة الثانية بنسبة بلغت

2.3237، في حين حل "مشاركة المبحوثين بالتعليق الساخر على هزيمة الفرق المنافسة لفريقهم" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 2.2902؛ في حين جاء "تقبل المبحوثين هزيمة فريقهم وتهنئة مشجعي الفرق المنافسة" في المرتبة الخامسة ضمن تأثيرات تعرض المبحوثين - عينة الدراسة- للرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك بمتوسط حسابي بلغ 2.2710، بينما جاء التأثير الخاص "بميل المبحوثين إلى إحترام رأي المشجعين المنافسين" في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي بلغت 2.2542، في حين حل "تضامن المبحوثين مع الفرق المنافسة لفريقهم في حالة تعرضهم لهجوم غير مبرر" في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي بلغ 2.1918، بينما جاء تشجيع المبحوثين للفرق المنافسة المشاركة في البطولات غير البطولات المحلية في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي بلغ 2.0863؛ في حين حل "مشاركة المبحوثين اصدقائهم المنتمين لفرق منافسة دعمهم للاعبين أو مسئولى الأجهزة الفنية والإدارية في حالة تعرضهم للأزمات في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي بلغ 1.8201، بينما حلت باقي التأثيرات في مراتب متأخرة وبنسب قريبة من بعضها.

وباستعراض النتائج السالفة الذكر يمكن القول أن التأثيرات التي أحدثتها تعرض المبحوثين للصفحات الرياضية الساخرة جاءت أغلبها وفي مقدمتها تأثيرات سلبية بل إنها تعد من مقدمات نمو ظاهرة التعصب الرياضي لدى الجمهور، وقد ظهر ذلك في تصدر شعور المبحوثين بالفرح بهزيمة الفرق المنافسة لفريقهم مقدمة تأثيرات تعرض المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة وغيرها من التأثيرات التي تعبر عن التعصب الرياضي لدى المبحوثين (بمهاجمة الحكام واللاعبين والمسئولين في حالة هزيمة فريق المبحوثين، مشاركة المبحوثين بالتعليق الساخر على هزيمة الفرق المنافسة لفريقهم)، غير أن تصدر هذه التأثيرات السلبية لم تكن هي السمة الأساسية لدى المبحوثين عينة الدراسة بل جاءت بعض التأثيرات الإيجابية في مقدمة تأثيرات تعرض المبحوثين للصفحات الساخرة والتي تدعوا إلى نبذ العنف والتعصب الرياضي وإرساء الروح الرياضية بين المبحوثين وهو ما ظهر خلال إجابات المبحوثين والمتمثلة في (إقامة صداقات مع الأفراد المختلفين في الإنتماء الرياضي، تقبل المبحوثين هزيمة فريقهم وتهنئة مشجعي الفرق المنافسة، إحترام رأي المشجعين المنافسين، تضامن المبحوثين مع الفرق المنافسة لفريقهم في حالة تعرضهم لهجوم غير مبرر)، ويرى الباحث أن التباين بين المبحوثين في تأثير تعرضهم للصفحات الرياضية الساخرة يرجع إلى التباين في الفئة العمرية، والمستوى التعليمي بين المبحوثين بالإضافة إلى الإنتماء الرياضي للمبحوثين وهي عوامل لها بالغ الأثر في التأثير على المبحوثين.

وبصفة عامة يمكن القول أن الصفحات الرياضية الرياضية الساخرة على الفيسبوك لها أثر في بروز ظاهرة التعصب الرياضي لدى المبحوثين - محل الدراسة - وهو ما ظهر خلال إجابات المبحوثين.

وتتفق نتيجة هذا الجدول مع ما انتهت إليه دراسة (سامي السعيد أحمد النجار 2017)⁽⁶¹⁾ من أن أهم مظاهر سلوك التعصب الرياضي عبر أشكال صحافة المواطن هي هجوم بعض الجماهير من خلال منشوراتهم عبر صفحاتهم الشخصية ضد الفرق الأخرى، ودراسة دراسة (John Williams and Nicola 2019)⁽⁶²⁾ والتي توصلت إلى ظهور أشكال متعددة للتعصب الرياضي بين الجماهير الإنجليزية وبخاصة الأجيال الصاعدة، ودراسة دراسة (عليه هشام جمال الدين 2019م)⁽⁶³⁾ والتي انتهت إلى تصدر هدف "إثارة الجمهور المنافس" مقدمة أهداف نشر المعلومات بالصفحات الرياضية عينة الدراسة، كما أظهرت النتائج أن المنشورات المثيرة للجدل "جاءت في صدارة أسباب التعصب الرياضي التي ظهرت في الصفحات الرياضية.

جدول رقم (17)

يوضح تأثير الرسوم الرياضية الساخرة على جماهير الأندية الرياضية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		معارض		مدى تأثير الرسوم الرياضية الساخرة على جماهير الأندية الرياضية
		%	ك	%	ك	%	ك	
.61613	2.6019	67.1	280	25.9	108	7.0	29	تساهم هذه الرسوم في استقزاز جماهير الأندية المتنافسة.
.65968	2.5540	64.7	270	25.9	108	9.4	39	تساهم هذه الرسوم في الشحن النفسي تجاه جماهير الأندية المتنافسة.
.63025	2.5492	62.4	260	30.2	126	7.4	31	تساهم هذه الرسوم في نمو ظاهرة العنف اللفظي بين جماهير الأندية المتنافسة في التعبير عن آرائهم.
.64626	2.4652	54.9	229	36.7	153	8.4	35	تساعد هذه الرسوم على الحشد وإثارة الحماس المفرط ضد الفرق المتنافسة.
.65940	2.4101	50.6	211	39.8	166	9.6	40	تساهم هذه الرسوم في خلق حالة من التوتر بين جماهير الأندية المتنافسة.
.71777	2.3621	50.4	210	35.5	148	14.1	59	زيادة الاحتقان والكراهية بين جماهير الأندية الرياضية.
.73543	2.3357	49.4	206	34.8	145	15.8	66	تساهم هذه الرسوم في انتشار الألفاظ والمصطلحات البذيئة.
.75051	2.3046	48.0	200	34.5	144	17.5	73	تساهم تلك الرسوم في نشر القيم السلبية بين جماهير الأندية.
.65693	2.2998	41.0	171	48.0	200	11.0	46	تساهم تلك الرسوم في إثارة سخط الجماهير تجاه اللاعبين أو الأجهزة الفنية والإدارية.
.67567	2.2686	39.8	166	47.2	197	12.9	54	تعمل هذه الرسوم على إذكاء روح العداء بين جماهير الأندية المتنافسة.
.74238	2.1942	39.1	163	41.2	172	19.7	82	تساعد هذه الرسوم على تشويه صورة الأندية والمؤسسات الرياضية.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن جُل تأثيرات الرسوم الرياضية الساخرة على جماهير الأندية الرياضية جاءت سلبية وبمعدل مرتفع حيث تصدر التأثير الخاص بأن الرسوم الرياضية الساخرة تسهم في استفزاز جماهير الأندية المتنافسة المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 2.6019، بينما جاء التأثير الخاص بأن الرسوم الرياضية الساخرة تسهم في الشحن النفسي تجاه جماهير الأندية المتنافسة بمتوسط حسابي بلغ 2.5540، في حين حل التأثير الخاص بأن هذه الرسوم تسهم في نمو ظاهرة العنف اللفظي بين جماهير الأندية المتنافسة في التعبير عن آرائهم في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ 2.5492، في حين جاء التأثير الخاص بأن هذه الرسوم تساعد على الحشد وإثارة الحماس المفرط ضد الفرق المنافسة في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 2.4652، في حين جاء التأثير الخاص بأن تلك الرسوم تسهم في خلق حالة من التوتر بين جماهير الأندية المتنافسة في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ 2.4101، في حين أكد الباحثون أن تلك الرسوم تؤدي إلى زيادة الاحتقان والكراهية بين جماهير الأندية الرياضية محتلاً المرتبة السادسة ضمن التأثيرات التي تحدثها الرسوم الرياضية الساخرة على جماهير الأندية الرياضية بمتوسط حسابي بلغ 2.3621، بينما جاءت باقي التأثيرات في مراتب متأخرة،

وتعقياً على النتائج السابقة يمكن القول أن هذه التأثيرات السلبية التي كشفتها نتائج هذا الجدول على جماهير الأندية الرياضية تأتي انعكاساً للمضامين التي تحتويها الرسوم الرياضية الساخرة والتي تحمل عبارات تشتمل على ألفاظ خارجة أو عبارات تحط من معنويات الفريق الخاسر أو عبارات تسخر من اللاعبين والجهاز الفني، وغيرها من العبارات التي تحمل معاني التعصب والعنف وتعزز من بث روح الفرقة والتنافر بين جماهير الأندية بدلاً من إرساء قواعد التسامح ونبذ العنف وترسيخ قيم الروح الرياضية بين جماهير الأندية الرياضية، وهي النتائج التي كشفتها الدراسة التحليلية للرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك.

وتتفق نتائج هذا الجدول مع نتائج دراسة **أحمد عزت منصور السيد عبدالرحمن (2020)**⁽⁶⁴⁾ والتي انتهت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أحد الطرق الناجحة في التأثير على الجماهير، كما أظهرت أن وسائل التواصل الاجتماعي من أهم أدوات حدوث التطورات في الأحداث الرياضية، ودراسة (**2017 Young Name Chung**)⁽⁶⁵⁾ بأن وسائل الإعلام الجديد كان لها دور كبير في انتشار التعصب، وممارسة الجماهير لأشكال مختلفة من التعصب الرياضي.

نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية.

وينبثق من هذا الفرض عدد من الفروض الفرعية التالية:

الفرض الفرعي الأول: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً للمتغير النوع.

جدول رقم (17)

يوضح الفروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً للمتغير النوع

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	النوع	نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة
.777	415	-	.39894	2.0194	258	ذكر	
						أنثى	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً للمتغير النوع، حيث بلغ معامل (T)(-0.284)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية بلغ (.777).

الفرض الفرعي الثاني: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً للمتغير العمر.

جدول رقم (18)

يوضح الفروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً للمتغير العمر

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	العمر	نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة		
.321	2	1.141	.40796	2.0346	347	من 18 إلى أقل من 30 سنة			
						من 30 إلى أقل من 45 سنة		54	1.9444
						من 45 إلى أقل من 60 سنة		16	2.0625
						الاجمالي		417	2.0240

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً للمتغير العمر، حيث بلغ معامل (F)(1.141)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية بلغ (.321).

ويرى الباحث أن عدم وجود فروق بين المبحوثين تبعاً لمتغير العمر يرجع إلى أن أغلب عينة الدراسة من جمهور الشباب من الفئة العمرية من 18 إلى أقل من 30 سنة وهي الفئة التي تتأثر بشدة بوسائل التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى أنها أكثر الفئات استخداماً لها، كما أنها وغيرها من الفئات العمرية الأخرى يتأثرون بشدة باتجاهاتهم وميولهم الرياضية بغض النظر عن فئتهم العمرية.

الفرض الفرعي الثالث: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي.

جدول رقم (19)

يوضح الفروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	المستوى التعليمي	نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة
.017	3	.4243	.38585	2.0994	171	طالب	
			.33134	2.0357	28	مؤهل متوسط	
			.44052	1.9583	144	مؤهل جامعي	
			.46737	1.9730	74	مؤهل فوق الجامعي (ماجستير- دكتوراه)	
			.42108	2.0240	417	الاجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث بلغ معامل (F) (3.424)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغ (0.017).

ويرى الباحث أن وجود فروق بين المبحوثين عينة الدراسة حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي يعكس تأثير متغير المستوى التعليمي على تعرض المبحوثين لهذه الرسوم الساخرة، وهو ما ظهر جلياً خلال الجداول السالفة الذكر سواء فيما يتعلق بدوافع تعرضهم لهذه الصفحات الساخرة أو من خلال تأثير تلك الصفحات على نمو ظاهرة التعصب الرياضي.

الفرض الفرعي الرابع: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير نوع الإقامة.

جدول رقم(20)

يوضح الفروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير الإقامة

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	الإقامة	نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة
.283	415	1.075	.36634	2.0489	184	ريف	
			.45955	2.0043	233	حضر	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير نوع الإقامة، حيث بلغ معامل (T)(1.075)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية بلغ(.283).

ويرى الباحث أن عدم وجود فروق بين المبحوثين تبعاً لمتغير نوع الإقامة يرجع إلى أن الجمهور المتابع لهذه الصفحات والمهتم بمتابعة الرياضة المصرية لا يتأثر بنوع محل إقامته فقد أذابت شبكة الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي العديد من الفوارق السابقة، وأصبح الجمهور منصهر في بوتقة واحدة اسمها شبكات التواصل الاجتماعي.

الفرض الفرعي الخامس: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير الإنتماء الرياضي.

جدول رقم(21)

يوضح الفروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير الإنتماء الرياضي

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	الإنتماء الرياضي	نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة
.414	415	.818	.40822	2.0312	353	أنتمي	
			.48770	1.9844	64	لا أنتمي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير الإنتماء الرياضي، حيث بلغ معامل (T)(.818)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية بلغ(.414).

وبناءً على ما سبق يتحقق صحة الفرض القائل عدم وجود فروق المبحوثين- عينة الدراسة - حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً للمتغيرات الديموجرافية ما عدا متغير المستوى التعليمي. وتختلف نتائج هذا الجدول مع النتائج التي انتهت إليها دراسة (نيفن قاسم محمود 2016) (66) والتي توصلت إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بالذوق والسن والحالة الاجتماعية والمستوي التعليمي وبين التعصب الرياضي، كما أظهرت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث المستوى الاجتماعي وظاهرة التعصب.

الفرض الثاني: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً للمتغيرات الديموجرافية.

وينبثق من هذا الفرض عدد من الفروض الفرعية التالية:
الفرض الفرعي الأول: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير النوع.

جدول رقم (22)

يوضح الفروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة نحو مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير النوع

نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة	النوع	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
	ذكر	258	2.1512	.74098	- .454	415	.799
	أنثى	159	2.1698	.70448			

تشير بيانات الجدول إلى عدم وجود فروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة نحو مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير النوع ، حيث بلغ معامل (T) (-.454)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية بلغ (.799).
الفرض الفرعي الثاني: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير العمر.

جدول رقم (23)

يوضح الفروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة نحو مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير العمر

نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة	العمر	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجة الحرية	مستوى المعنوية
	من 18 إلى أقل من 30 سنة	347	2.1441	.71885	.531	2	.588
	من 30 إلى أقل من 45 سنة	54	2.2037	.78619			
	من 45 إلى أقل من 60 سنة	16	2.3125	.70415			
	الاجمالي	417	2.1583	.72648			

تشير بيانات الجدول إلى عدم وجود فروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة نحو مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير العمر، حيث بلغ معامل (F) (.531)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية بلغ (588).

الفرض الفرعي الثالث: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي.

جدول رقم (24)

يوضح الفروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة نحو مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة	المستوى التعليمي	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجة الحرية	مستوى المعنوية
	طالب	171	2.1228	.72931	.728	3	.536
	مؤهل متوسط	28	2.0714	.71640			
	مؤهل جامعي	144	2.1667	.74796			
	مؤهل فوق الجامعي (ماجستير- دكتوراه)	74	2.2568	.68368			
	الاجمالي	417	2.1583	.72648			

تشير بيانات هذا الجدول إلى عدم وجود فروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة نحو مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث بلغ معامل (F) (.728)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية بلغ (536).

الفرض الفرعي الرابع: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير نوع الإقامة.

جدول رقم (25)

يوضح الفروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة نحو مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير نوع الإقامة

نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة	الإقامة	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
	ريف	184	2.0978	.79010	-1.512	415	.131
	حضر	233	2.2060	.66989			

توضح بيانات الجدول إلى عدم وجود فروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة نحو مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير نوع الإقامة، حيث بلغ معامل (T)(-1.512) ، وهي غير دالة عند مستوى معنوية بلغ(0.131).

الفرض الفرعي الخامس: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير الإلتناء الرياضي.

جدول رقم(26)

يوضح الفروق بين المبحوثين- عينة الدراسة – حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة نحو مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير الإلتناء الرياضي

نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة	الإلتناء الرياضي	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
حول مضامين الرسوم الرياضية الساخرة	أنتمي	353	2.1275	.72938	-	415	.042
	لا أنتمي	64	2.3281	.69132	-2.041		

توضح بيانات الجدول إلى وجود فروق بين المبحوثين- عينة الدراسة - حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة نحو مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً لمتغير الإلتناء الرياضي ، حيث بلغ معامل (T)(-2.041)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية بلغ(0.042).

ونتيجة لما سبق يمكن القول بصحة قبول الفرض القائل بعدم وجود فروق بين المبحوثين- عينة الدراسة – حول نوعية الأساليب التفاعلية المستخدمة نحو مضامين الرسوم الرياضية الساخرة تبعاً للمتغيرات الديموجرافية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين معدل تعرض المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة وتأثيرها على نمو ظاهرة التعصب الرياضي.

جدول رقم(27)

يوضح العلاقة بين معدل تعرض المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة وتأثيرها على نمو ظاهرة التعصب الرياضي

معدل تعرض المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة	تأثيرها على نمو ظاهرة التعصب الرياضي
	معامل الارتباط"
	بيرسون"
	الدلالة المعنوية
	العدد

توضح نتائج الجدول عدم وجود علاقة ارتباطية بين معدل تعرض المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة وتأثيرها على نمو ظاهرة التعصب الرياضي، حيث بلغ قيمة ارتباط بيرسون (0.071)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية بلغ 734.

ويرى الباحث أن عدم وجود علاقة ارتباطية بين معدل تعرض المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة وتأثيرها على نمو ظاهرة التعصب الرياضي يرجع إلى تأثير اتجاهاتهم وميولهم الرياضية على معدل استخدامهم وتصفحهم لهذه الصفحات الساخرة، وهو ما أوضحتها الجداول الخاصة بالفروق بين المبحوثين والتي أثبتت عدم وجود فروق بين المبحوثين تبعاً لمتغيراتهم الديموجرافية.

وبذلك يمكن القول عدم صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية بين معدل تعرض المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة وتأثيرها على نمو ظاهرة التعصب الرياضي.

مناقشة نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج تمثلت أبرزها فيما يلي:

1. أظهرت نتائج الدراسة تصدر الشكل الذي يحتوي على تركيب صور من أعمال درامية أو سينمائية مع إضافة تعليق ساخر، بالإضافة إلى شكل المركب القصير من الصور، والشكل الذي يحتوي على مقطع من فيلم أو مسلسل أو اعلان أو أغنية مع تركيب نص أو صورة على هذا المقطع مقدمة أشكال الرسوم الرياضية الساخرة على صفحات الفيسبوك.
2. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية تصدر استخدام الصفحتين لعبارات وجمل مشهورة لفنانين في تعليقهما على الرسوم الرياضية الساخرة، واستخدام مصطلحات تهكمية واستهزائية في تعليقهما على الرسوم الرياضية الساخرة، واستخدام ألفاظ خارجة في تعليقهما على الرسوم الرياضية الساخرة مقدمة أشكال النص المصاحب للرسوم الرياضية الساخرة.
3. كشفت نتائج الدراسة تصدر "السخرية من النادي و أداء اللاعبين والأجهزة الفنية والإدارية"، "إظهار الفرح بفوز الفريق"، "التقليل من شأن الفريق الآخر، والحط من معنوياته" مقدمة المعاني التي عكسها النص المصاحب للرسم الساخر.
4. أظهرت نتائج الدراسة تصدر دوافع " معالجة الأحداث الرياضية بشكل ساخر"، " أن هذه الرسوم تعبر عما بداخل المبحوثين تجاه الفريق المنافس"، "التسلية وقضاء وقت الفراغ" مقدمة دوافع تعرض المبحوثين للصفحات الرياضية الساخرة.
5. أثبتت نتائج الدراسة أن الأصدقاء المنتمين للنادي الذي يشجعه المبحوثين جاءوا في مقدمة الأطراف الذين يتناقش المبحوثون معهم حول مضامين الرسوم الرياضية

الساخرة تلاها "الأصدقاء بصفة عامة" بينما جاء أصدقاء المبحوثين في المجموعات الافتراضية على الفيسبوك في المرتبة الثالثة.

6. أظهرت نتائج الدراسة أن تأثيرات تعرض المبحوثين للصفحات الرياضية الساخرة جاءت أغلبها وفي مقدمتها تأثيرات سلبية، وقد ظهر ذلك في تصدر شعور المبحوثين بالفرح بهزيمة الفرق المنافسة لفريقهم مقدمة تأثيرات تعرض المبحوثين للرسوم الرياضية الساخرة وغيرها من التأثيرات التي تعبر عن التعصب الرياضي لدى المبحوثين (بمهاجمة الحكام واللاعبين والمسؤولين في حالة هزيمة فريق المبحوثين ، مشاركة المبحوثين بالتعليق الساخر على هزيمة الفرق المنافسة لفريقهم)

7. أثبتت الدراسة صحة الفرض القائل بعدم وجود فروق المبحوثين- عينة الدراسة - حول نمو ظاهرة التعصب الرياضي بين الجمهور جراء التعرض للرسوم الرياضية الساخرة تبعاً للمتغيرات الديموجرافية.

- (1) https://datareportal.com/digital-in-egypt?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2020&utm_content=Country_Link_Slide/ بتاريخ 2020/12/1 الساعة 8:00م
- (2) سلامي أسعيداني (2020)، اتجاهات الشباب الجزائري للعلاقة بين المضامين السياسية الساخرة على الفيس بوك والوعي السياسي: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الدراسات العليا بجامعة المسيلة، *المجلة العربية للعلوم الإنسانية*، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، المجلد 38، العدد 150، ص137-176
- (3) هنا جلال علي عبدالله (2020م)، معالجة صفحات الفيسبوك للرسوم الساخرة التي تدعم المشاركة السياسية، *مجلة دراسات الطفولة*، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، المجلد 23، العدد 86، ص143-152
- (4) لمياء علي عبدالحميد 2019م، تعرض الشباب بالصعيد للرسوم الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وأثره في إدراك القضايا السياسية لديهم: دراسة تحليلية وميدانية، *رسالة ماجستير*، غير منشورة، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام.
- (5) Eemeli Hakoköngäs, Otto Halmesvaara, and Inari Sakki, (2020), Persuasion Through Bitter Humor: Multimodal Discourse Analysis of Rhetoric in Internet Memes of Two Far-Right Groups in Finland, *Social Media + Society*, Available at: <https://081135vmd-1103-y-https-journals-sagepub.com.mplbci.ekb.eg/doi/pdf/10.1177/2056305120921575>.
- (6) Mia Moody-Ramirez and Andrew B Church, (2019), Analysis of Facebook Meme Groups Used During the 2016 US Presidential Election, *Social Media + Society*, Available at: <https://081135xal-1103-y-https-journals-sagepub.com.mplbci.ekb.eg/doi/pdf/10.1177/2056305118808799>
- (7) نورهان محمد أحمد (2016)، دوافع تعرض الشباب الجامعي للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، *رسالة ماجستير*، غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام.
- (8) أسماء مصطفى محمود أحمد (2018)، دور الكاريكاتير عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل إدراك الشباب المصري تجاه القضايا السياسية: تحليل خطاب ودراسة ميدانية، *رسالة ماجستير*، غير منشورة، جامعة القاهرة. كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون.
- (9) ساره محمود عبدالعزيز سلام (2016)، التعرض للسخرية السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بصورة المسؤولين السياسيين في مصر: بالتطبيق على بعض الصفحات الساخرة على موقع فيسبوك، *رسالة دكتوراه*، غير منشورة، (جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام).
- (10) سلوى محمد أحمد أبو العلا الشريف (2015)، تصميم الرسوم الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على علاقة الرجل بالمرأة: دراسة تطبيقية على صفحات الفيس بوك، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد 14، العدد 3، ص73-155

- (11) Vasiliki Plevriti,(2018), Satirical User-Generated Memes as an Effective Source of Political Criticism, Extending Debate and Enhancing Civic Engagement, **MA Global Media and Communication**, the University WARWICK.
- (12) Marc Owen Jones(2017), Satire, social media and revolutionary cultural production in the Bahrain uprising: From utopian fiction to political satire, **Communication and the Public**, Vol. 2, No.2, 136–153
- (13) Roberto Leclerc,(2015), Satirical News and Political Subversiveness: A Critical Approach to The Daily Show and The Colbert Report, **Thesis and Dissertation Repository**. 2996. <http://ir.lib.uwo.ca/etd/2996>
- (14) راللا أحمد محمد عبدالوهاب (2020)، تعرض الشباب الجامعي للصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بظاهرة التندر الإلكتروني: دراسة ميدانية في إطار نظرية الشخص الثالث، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، العدد 28، ص304-376.
- (15) أسماء عبدالعزيز مصطفى أحمد(2019)، السخرية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتصورات الجمهور للواقع: دراسة للمضمون والجمهور، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام
- (16) أميمة أحمد رمضان محمد(2018)، تعرض الشباب للرسومات الساخرة عبر صفحات الفيسبوك وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو الأحداث الجارية، **مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية**، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، العدد 14، ص142-175
- (17) Huang Li, et al,(2015), The highest form of intelligence: Sarcasm increases creativity for both expressers and recipients, **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, Vol. 131, p.p 162-177
- (18) أحمد عزت منصور السيد عبدالرحمن(2020)، وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمظاهر التعصب الرياضي لدى مشجعي بعض أندية كرة القدم، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية التربية الرياضية، قسم علم النفس الرياضي.
- (19) عليه هشام جمال الدين(2019)، استخدام المراهقين للصفحات الرياضية في شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستويات التعصب الرياضي لديهم ، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة عين شمس.كلية الدراسات العليا للطفولة.قسم الإعلام وثقافة الأطفال.
- (20) سامي السعيد أحمد النجار(2017)، رؤية الشباب الجامعي لدور صحافة المواطن تجاه ظاهرة التعصب الرياضي، **المجلد العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضية**، جامعة المنصورة، كلية التربية الرياضية، العدد 30، ص53-68.
- (21) Young Name Chung,(2017), “A Review On The Concepts, Types, Aspects And Activation Factors OF New Media Hooliganism” **Science Journal Of Business And Management**, Vol 5,NO.5.
- (22) أحمد فاروق رضوان(2016)، استراتيجيات توظيف الإعلام في مواجهة العنف والتعصب ونشر ثقافة التسامح، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، العدد

الثاني عشر والثالث عشر، السنة الرابعة، القاهرة، جامعة الأهرام الكندية،
2016م

(23) سامح محمد عبدالغني(2020)، التعرض لمضامين قضايا الاستثمار الرياضي العربي في مصر عبر المواقع الرياضية الإلكترونية وعلاقته بنمو ظاهرة التعصب لدى الجمهور، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 53، الجزء الثاني، ص 601-663

(24) Heather Worth, Jing Jung And Karen Mcmillan,(2019), "There Was no mercy at all: Hooliganism homosexuality And the Opening-up Of China"**International Sociology**, Vol. 34(1)38-57.

(25) John Williams And Nicola Vannucci,(2019), "English hooligans And Italian Ultras Sport,Culture And national Policy narratives"**International Journal Of Sports Policy And Politics**.

(26) نيفن قاسم محمود(2016)، المتغيرات الاجتماعية والنفسية المرتبطة بالتعصب الرياضي لدى الشباب، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة عن شمس، معهد البحوث والدراسات البيئية)

(27) Dorian Schaop, Marten Posma,Lisanne Jochem Tolsma,(2015), "CombatingHooliganism In The Netherland: An Evaluation Of Measures to Combat Hooliganism With Longitudinal Regisration Data" **Eur J Crime Policy Research** N.21 .2015.pp 83-97.

(28) https://datareportal.com/digital-in-egypt?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2020&utm_content=Country_Link_Slide بتاريخ 2020/3/12 الساعة 4:00م

(29) خالد صلاح الدين حسن (2006)، مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور: دراسة كمية/كيفية في إطار النموذج البنائي للمصداقية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 26 (، جامعة القاهرة: كلية الإعلام) ص 127:187، ص 14

(30)https://datareportal.com/digital-in-egypt?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2020&utm_content=Country_Link_Slide بتاريخ 2020/3/11 الساعة 8:00م

(31) بركات عبدالعزيز (2011)، **مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق**، ط1، (القاهرة: دار الكتاب الحديث)، ص195

(32) تم عرض الاستمارة على السادة المحكمين التالية أسماؤهم، مرتبة أبجدياً وفقاً لدرجاتهم العلمية:

1. أ. د/ بسيوني سليم أستاذ الصحة النفسية بكلية التربية بنين بالقاهرة- جامعة الأزهر.
2. أ.د/ عبد العزيز السيد عبدالعزيز عميد كلية الإعلام- جامعة بني سويف.
3. أ. د/ عزت عبدالله كواسية أستاذ ورئيس قسم الصحة النفسية بكلية التربية بنين بالقاهرة- جامعة الأزهر.
4. أ.م. د/ أحمد أحمد زارع أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام- جامعة الأزهر.
5. أ.م.د/ عبد العظيم إبراهيم خضر أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام- جامعة الأزهر.

6. أ.م.د/ ممدوح مصطفى أستاذ الصحة النفسية المساعد بكلية التربية بنين بالقاهرة- جامعة الأزهر.
7. أ.م. د/ علي حموده أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام- جامعة الأزهر.
- (33) بركات عبدالعزيز(2011)، مرجع سابق، ص-190 (*تم إجراء اختبار الثبات مع الباحث:
- د. سامح محمد عبد الغني - المدرس بقسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام جامعة الأزهر.
- (35) سلوى محمد أحمد أبو العلا الشريف(2015)، مرجع سابق، ص-78
- (36) باسم بكري إبراهيم،(2018)، العوامل المؤدية إلى التعصب الرياضي لدى الشباب وتصور مقترح لطريقة العمل مع الجماعات في التعامل معها، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الفيوم، العدد الثالث عشر، ص-78
- (37) خالد عبد العزيز الباحث(2013)، الأندية الرياضية ودورها في الحد من شغب الملاعب، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية، 2013، ص 184
- (38) حسن عماد مكاوي(2011م)، مراجعة الدراسات العربية لنظرية الاستخدامات والإشباعات خلال العشرين عاماً الأخيرة من 1991-2011م، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الدولي السابع عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة في الفترة من 19-20 ديسمبر 2011م، ص-449-450.
- (39) حسن عماد مكاوي(2011)، مراجعة الدراسات العربية لنظرية الاستخدامات والإشباعات خلال العشرين عاماً الأخيرة من 1991-2011م، مرجع سابق، ص-432.
- (40) عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد (2008)، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، ط-1، القاهرة: دار الفكر العربي)، ص-305-306.
- (41) Alexis S. Tan,(1985), **Communication Theories and Research**, New York, John Wiley and Sons,P.p235-236.
- (42) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد(2003)، مرجع سابق، ص-243
- (43) Deborah S. Chung,(2008), Blogging activity among cancer patients and their companions: Uses, gratifications, and predictors of outcomes, **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, Volume 59, Issue 2, P.298.
- (44) أسماء مصطفى محمود أحمد (2018)، مرجع سابق.
- (45) ساره محمود عبدالعزيز سلام (2016)، مرجع سابق.
- (46) أسماء مصطفى محمود أحمد (2018)، دور الكاريكاتير عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل إدراك الشباب المصري تجاه القضايا السياسية: تحليل خطاب ودراسة ميدانية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة. كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون.
- (47) سلوى محمد أحمد أبو العلا الشريف(2015)، تصميم الرسوم الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على علاقة الرجل بالمرأة: دراسة تطبيقية على صفحات الفيس بوك، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد 14، العدد 3، ص-73-155
- (48) Mia Moody-Ramirez and Andrew B Church,(2019), **Op. cit.**
- (49) نور هان محمد أحمد (2016)، مرجع سابق.
- (50) Huang Li, et al,(2015), **Op. cit.**
- (51) عليه هشام جمال الدين(2019)، مرجع سابق
- (52) Young Name Chung,(2017), **Op. cit.**

-
- (53) أحمد فاروق رضوان(2016)، مرجع سابق.
- (54) https://datareportal.com/digital-in-egypt?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2020&utm_content=Country_Link_Slide/ بتاريخ 2020/12/3 الساعة 8:00م
- (55) <https://datareportal.com/reports/digital-2020-egypt>, تاريخ الدخول بتاريخ 2020/12/9م في تمام الساعة 6:47م
- (56) لمياء علي عبدالحميد 2019م، مرجع سابق.
- (57) Vasiliki Plevriti,(2018), **Op. cit.**
- (58) عليه هشام جمال الدين (2019)، مرجع سابق.
- (59) أسماء مصطفى محمود أحمد (2018)، مرجع سابق.
- (60) سلوى محمد أحمد أبو العلا الشريف (2015)، مرجع سابق.
- (61) سامي السعيد أحمد النجار (2017) ، مرجع سابق.
- (62) John Williams And Nicola Vannucci,(2019), **Op. cit.**
- (63) عليه هشام جمال الدين (2019) ، مرجع سابق.
- (64) أحمد عزت منصور السيد عبدالرحمن (2020)، مرجع سابق.
- (65) Young Name Chung,(2017), **Op. cit.**
- (66) نيفن قاسم محمود(2016)، مرجع سابق.