

السخرية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتصورات الجمهور للواقع

أسماء عبد العزيز مصطفى أحمد (*)

مقدمة:

لا جدال في أن شبكة الانترنت كوسيلة اتصال حديثة تختلف عن وسائل الاتصال التي سبقتها سواء من حيث الاستخدامات، الخدمات، عدد مستخدميها، وانعكاساتها وتأثيراتها على مختلف المجالات، فقد قامت باختزال كل الوسائل الإعلامية والاتصالية الأخرى، فضلاً عن أنها شكّلت مجالاً عاماً افتراضياً للتعبير الحر والنقاش العام وتبادل الخبرات والمعارف وما إلى ذلك من ساحات للأنشطة السياسية والاجتماعية والثقافية والترفيهية والتعليمية...إلخ.

فاتسع تبعاً لذلك مجال الاهتمام الأكاديمي لبحث أنواع الخطابات والمحتوى الإعلامي الإلكتروني المقدم في سياقات اجتماعية وتفاعلية مختلفة، جزء من هذا الاهتمام البحثي اتجه للمحتوى الساخر، فالسخرية على الانترنت تتعلق بطبيعة الإنسان نفسه في عصر الذكاء الاجتماعي الصناعي، فإذا كانت وسائل الاعلام التقليدية هي امتداد لحواس الانسان، فأجهزة الكمبيوتر والتكنولوجيا الرقمية هي الإنسان في حد ذاتها، لأنها "تفكر" بطريقة مشابهة له، لذلك لا تعتبر فقط امتداد لحواس الانسان بل لعقله وفكره أيضاً، وأصبح الويب ٢.٠ وسيط اعلامي هام ولاعب مهم في انتاج وتوزيع السخرية بمختلف أشكالها وموضوعاتها بعدد لا يحصى من المواقع الاليكترونية الساخرة، التي تعبر العالم بشكل يومي بمختلف اللغات واللهجات.

واحدة من المواضيع الهامة في هذا السياق أن الرسالة(السخرية) أصبحت هي الوسيلة بمعنى أن التكنولوجيا الرقمية كناقل للمحتوى الساخر المتدفق عبر شبكة الانترنت بالنصوص اللفظية والبصرية وصانعيها ومستخدمها يقف بشكل متكامل مع انتشارها داخل المجتمعات الافتراضية، وبالتالي يضيف

(*) هذا البحث من رسالة الماجستير الخاصة بالباحثة، وهي بعنوان: [السخرية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتصورات الجمهور للواقع دراسة للمضمون والجمهور]، تحت إشراف: أ.د. عزة عبد العزيز عبد اللاه عثمان & عميد كلية الإعلام بجامعة فاروس بالإسكندرية & د. صابر عبد ربه - كلية الآداب - جامعة سوهاج..

الويب ٢.٠ بعدًا جديدًا وفريدًا، فقديمًا كانت السخرية المطبوعة تنتشر عبر التلغراف في الصحف المقروءة والكتب، أما حاليًا تنقل السخرية عبر الانترنت مشحونة بخصائص انعكاسية فريدة من نوعها تبرز التفاعل الإنساني مع الموضوعات والأشخاص والأخبار والمعلومات وبمستوى أعمق.

تم بحث السخرية منذ زمن بين علماء الاجتماع والنفس واللغويين على حدٍ سواء ومع هذا التداخل لا نجد باحثين عرفاها بالطريقة نفسها؛ وأفضل ما يمكن فعله هو النظر في جملة الاعمال المقبولة على أنها ساخرة حيث أننا لا نتحدث بالضرورة عن التطابق التام، وعلينا أن نقبل معرفة أشكالها وطرق صياغتها والتأثير الذي تسعى إلى نقله للغير، وتكمن أهمية السخرية في قدرتها التشخيصية؛ نظرًا لأن الجمهور غالبًا ما يعبر بتورية عما لا يجرؤ على قوله صراحةً، فهي تعكس المعتقدات الحقيقية للمستخدمين وتمثل أيديولوجياتهم في القضايا ذات الصلة، كما توفر القراءة العلمية للنصوص الساخرة نظرة ثاقبة عما يكمن داخل العقل الاجتماعي، ولا نغفل الوظائف العديدة التي يمكن للسخرية أن تقدمها في العلاقات والتصورات الاجتماعية، ف وراء كل واجهة للضحك والدعابة والفكاهة تتجلى التوقعات والتصورات الاجتماعية.

حقيقة أن ما يصطلح عليه بالسخرية يمتد لأنشطة إنسانية ويستند لمعايير اجتماعية وأخلاقية تكون رغبة في التعبير عن الذات أكثر منها رغبة في الإصلاح، تحت الناس على الوعي بالحقيقة والتذكير دومًا بأن ما يحدث داخل المجتمع يمكن قبوله واستيعابه، فالسخرية مرتبطة بشكل أساسي وجوهري بالوعي، فالسخرية لا تكتسب قيمتها وحيويتها إلا من توافر الإدراك وفهم الواقع والوعي به، وفي اللحظة التي يغيب فيها الوعي والإدراك نجد السخرية عديمة المعنى ومفقودة التأثير وتفقد جوهرها (طه، حسن يوسف، ٢٠١٣، ص: ١٦).

إن السخرية موجودة لأن هناك حاجة إليها، واستمرارها في الوجود يعود لتقدير الناس لحيويتها وديناميتها، وجاذبية السخرية ترتبط بالتألق والحس الفكاهي وبالذلاله والمحاكاة الساخرة لبناء تصور خاص للواقع الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

ركزت العديد من الدراسات الأجنبية في المقام الأول والعربية على دراسة السخرية بمختلف أشكالها وأنواعها خاصة مع الاستخدام المطرد لمواقع التواصل الاجتماعي، كما قدمت دراسات أخرى في هذا المجال إطاراً مماثلاً لفهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع التواجد على شبكات التواصل الاجتماعي والخروج بنتائج هامة لفهم طبيعة الاستخدام، وفيما يتعلق بآثار التواجد داخل المجتمعات الافتراضية على تصورات الجمهور، تناولت دراسات أخرى البحث في هذه الآثار، وفيما يلي عرض لأهم الدراسات التي أثرت في هذا المجال بالعديد من الاسهامات العلمية في إطار الابعاد التي سبق ذكرها والتي أمدت الدراسة الحالية بالثوابت العلمية التي ساعدت الباحثة في تحقيق أهداف الدراسة، ويمكن تقسيم هذه الدراسات في الاتجاهات البحثية الآتية:

- دراسات تناولت السخرية على مواقع التواصل الاجتماعي كشكل من

أشكال المحتوى المنتج من قبل الجمهور:

تتحول البيانات الرقمية إلى مجتمعات افتراضية محفزة على "تكاثر" وتداول أشكال السخرية المختلفة، وتسليط الضوء على السياقات الاجتماعية التي تخرج منها النكتة الساخرة والمفارقة المضحة، فاهتمت الدراسات بالبحث في وظائف السخرية والآثار الاجتماعية لها من حيث الترابط الاجتماعي وتكوين رأى عام موحد كشكل من أشكال التواصل الاجتماعي، أشارت لذلك دراسة Bore, Inger-Lise Kalviknes, and Grace Reid 2014 أن السخرية سلاح لنقد الأفكار والسلوكيات من خلال اشراك الجمهور في توليد مناقشات تسهم في تغيير المناخ العام، من خلال المنهج المسحي بأداة المقابلة والاستبيان لتحليل استخدام السخرية، كانت النتائج تبرهن على أن السخرية أداة للمشاركة العامة مقابل هيمنة النخبة، اتفقت معها Taecharungroj, V., & (Nueangjamnong, P, 2015)، في أن ميمات الانترنت أو "الميمات الفيروسية" كانت أكثر مظاهر السخرية انتشاراً على مواقع التواصل الاجتماعي غير أنواع أخرى من السخرية مثل الفكاهة، المفارقة، الدعابة، التورية، التجسيد، المبالغة، وغيرها وأثرها في تطوير الاتصالات عبر الثقافات المختلفة.

بينما تقترح دراسات أخرى أن السخرية قد تساهم في الانقسامات الاجتماعية وتهميش الجماعات والأفراد وهو ما أشارت إليه (Gal. N, 2018) أن الساحات الافتراضية قد تخلق إمكانية كبيرة للتفسير الخاطئ لاستخدام السخرية مما يؤدي إلى تعميق الفجوات الاجتماعية والعزلة الاجتماعية والتمييز، وكانت من أهم توصيات الدراسة إجراء المزيد من البحوث التي تركز على تصورات الجمهور والتفاعل الاجتماعي مع المحتوى الساخر وبحث المزيد من استخدامات السخرية داخل سياقات وفئات اجتماعية مختلفة.

- دراسات اهتمت بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمنصة لبناء تصورات الجمهور:

واحدة من الخصائص المميزة لمواقع التواصل الاجتماعي أنها وسيط في عملية التواصل الاجتماعي، ومن المهم التعرف على دوافع استخدام تلك الوسائط الإعلامية والتواجد عليها، وأنماط استخدامها من منظور الإشباع للكشف عن دوافع التعرض والتعرف على مستوى التصورات المتوقعة منها، وفيما يتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كان البحث عن المشاركة الاجتماعية، والتأثير الاجتماعي، والترفيه، والدعم الاجتماعي، أهم الإشباعات لمستخدمي الفيس بوك وانستجرام، لمشاركة الصور عبر التطبيقين، بناء على ما ذكرته دراسة Dhir, A., Chen, G. M., & Chen, S. (2017) بالاعتماد على المنهج المسحي لعينة من مستخدمي موقعي الفيس بوك وانستجرام لمعرفة الإشباع المتحققة من مشاركة الصور الفوتوغرافية، تدعم النتائج بشكل أكبر كيفية فهم استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي، والرضا المتحقق منه، وفي سياق تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور، وبناءً على دراسة سهام بقلوف (٢٠١٨) التي أشارت للتأثير الواضح لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الأخلاقية من خلال تحليل كمي واستخدام الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين، النتائج تشير للأثر البارز لاستخدام الفيس بوك على منظومة القيم الأخلاقية والاجتماعية، ودوره المتصور في تغيير سلوكيات المستخدمين خاصة الشباب منهم.

- دراسات متعلقة بالمجتمعات الافتراضية وتكوين تصورات الجمهور:

اتجهت الدراسات الحديثة الخاصة بوسائل الاعلام الاجتماعي لدراسة المجتمعات الافتراضية التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الاجتماعية، وتكمن أهمية دراسة تلك المجتمعات في دورها في بناء تصورات جديدة لفهم الآليات الاجتماعية المؤثرة في التفاعل الاجتماعي داخلها، فعلى المستوى الفردي تؤثر التصورات الاجتماعية المكونة لدى المستخدم على ممارساته وتفاعله داخل البيئة الافتراضية، أما على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر التصورات على نية الأفراد في التواجد ودرجة الإحساس بالمجتمع الافتراضي خاصة مع الحضور القوي لها وتداخلها مع ادراك الأفراد ووعيهم، لم يعد من الممكن فصل الافتراض عن الواقع، ومع وتيرة الاستخدام المستمر والتواجد يتقاطع الافتراض مع الواقع، لذا اتجهت الدراسات لبحث لماذا ينضم الأفراد لها، وفي هذا النطاق تم الكشف عن أهم دوافع الانضمام للمجتمعات الافتراضية على الانترنت وهي تبادل المعلومات، الدعم الاجتماعي، اهتمت دراسة عبوب محمداًمين (٢٠١٠) بألية تداول المحتوى الإعلامي داخل المجتمعات الافتراضية، وهدفت للكشف عن الدور الإعلامي لها، من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي بالإضافة إلى منهج أثنوجرافيا السبير (الافتراضية)، لرصد الميول الإعلامية لمستخدمي هذه المجتمعات خاصة موقع الفيس بوك، وتوصلت الدراسة إلى اعتبار الشبكات الاجتماعية من أكبر المجتمعات الافتراضية على الانترنت، وأن عدد كبير من مستخدميها يولدون المحتوى عبر هذه المواقع المفتوحة عبر استخدام أشكال عديدة من طرق إنتاج المحتوى.

كما اهتمت دراسة Berard, A. A., & Smith, A. P.

(2019) بدور موقع أنستجرام Instagram كمجتمع افتراضي ساهم في تدعيم رأس المال الاجتماعي لمرض "الفيبروميالغيا" من خلال تقديم توصيف كمي سيميائي لعينة من منشورات الأنستجرام، كشفت الدراسة

الدور الداعم للمجتمع الافتراضي المتمثل في موقع انستغرام وتزويد المستخدمين بمعلومات عن المرض والتشجيع العاطفي لهم.

التعليق على الدراسات السابقة:

- بالرغم من وجود العديد من الدراسات الأجنبية التي تطرقت إلى السخرية على مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن هناك القليل بل النادر من الدراسات العربية الذي تناول المحتوى الساخر على مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يستدعي منا كباحثين توسيع نطاق الدراسة في هذا الموضوع.
- أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل أهم أشكال المجتمعات الافتراضية على الانترنت، فهي بيئة خصبة للتداول الحر للمعلومات، والآراء، وجهات النظر، وهو ما يوضح انتشار المحتوى الساخر المولد من قبل الجمهور حيث أنه مجتمع داعم وصحي لتنفيس المشاعر والتعبير عن النقد وفتح نقاشات في قضايا عديدة.

مشكلة الدراسة:

تعتبر مصر الأولى من بين ٢٢ دولة عربية من حيث أعداد مستخدمي الفيس بوك بنسبة (٣٧%) من السكان، يليه موقع تويتر بعدد مستخدمين يصل لأكثر من ١,٧ مليون مستخدم بنسبة (١,٨%) من السكان، ثم موقع انستغرام ب ٨٠,٠٠٠ مستخدم، وتحتل مصر الصدارة كذلك في ترتيب الدول العربية من حيث مقدار الزيادة في عدد مستخدمي الفيس بوك بمعدل زيادة (٤١) مليون مستخدم، وفقاً لتقرير كلية دبي للإدارة الحكومية ٢٠١٧، كما ذكر التقرير أن (٢٣%) من مستخدمي الفيس بوك في البلدان العربية يتوزعون في مصر، وهي بذلك تصدر المرتبة الأولى عربياً في نسب توزيع استخدام الفيس بوك (تقرير كلية دبي للإدارة الحكومية، ٢٠١٧).

تكشف هذه الأرقام أهمية مواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة الفيس بوك في مصر، وهو التأثير الذي يظهر في أن المواطن يستقى الكثير من معلوماته ومعارفه بواسطة وسائل الاعلام، ومن المهم الإشارة إلى أن وسائل الاعلام الاجتماعية أحدثت تحول من إنتاج المحتوى التعاوني مثل ويكيبيديا، إلى توليد محتوى رقمي من قبل الجمهور، التحدي هنا هو إنتاج محتوى على الانترنت بناءً على المشاركة المستنيرة، فكل الأشياء التي يمثلها الويب ٢.٠ من

مشاركة وجماعية ومجتمعات افتراضية ومحتوى منتج من قبل الهواة، هي إشعارات للمضي قدماً نحو مجتمع أكثر استنارة، لكن السؤال هل هو حقاً كذلك؟

نما الانترنت مؤخراً من ظاهرة ثقافية هامشية إلى موقع للإنتاج والتحول الثقافي، تقوم ثقافة الانترنت على اللغة والهوية وتوفر إطار داعم للعالم الافتراضي ولآثار الهجرة الجماعية الحالية للتواجد عليه، فثقافة الانترنت قائم على مبدأ التغيير الدائم، فهناك المزيد من القوانين الجديدة، والتقنيات المتطورة، والتطبيقات الحديثة، والديناميكية والمعاصرة والحداثة، ومثلما الأفكار هي ناقل للثقافة فإن الطرق التي تتجلى بها الأفكار ويستخدمها البشر في نقل الأفكار لا تقل أهمية عنها، ولكل مجتمع طريقه في نقل الأفكار الخاصة به، فالسخرية كطريقة للنقل الثقافي محملة بالأفكار وهيكل مفتوح لعناصر عديدة وتطور عناصر وإعادة تركيب عناصر أخرى لتوليد ردود على أحداث قائمة، ولإيجاد حالات جديدة من التماثل الثقافي بين أعضاء المجتمع، تنتج من حرارة الوضع الاجتماعي والثقافي القائم، فالسخرية على الفيس بوك لا تولد بالضرورة التغيير المباشر، لكن يمكن أن تخلق تصور عام للواقع الاجتماعي نحو قضية ما، فالسخرية على الفيس بوك استجابة مباشرة لطابع الحياة المعاصرة من خلال تسليط الضوء على التناقضات وتوليد النقد والمعارضة، فتختفي على الصفحات الساخرة مركزية وسائل الاعلام ويبرز دور السخرية المولدة من قبل المستخدمين، وبالتالي يكون التركيز ليس فقط على المنشورات والنصوص الساخرة ولكن أيضاً على تفاعل الجمهور ورجع الصدى الخاص به، وبناءً عليه تتبلور المشكلة البحثية حول دور السخرية على موقع الفيس بوك وعلاقتها بتصورات الجمهور للواقع من حولهم.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة بشكل رئيسي إلى " التعرف على دور السخرية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتصورات الجمهور للواقع"، وينبثق من الهدف الرئيسي عدد من الأهداف الفرعية كالآتي:

- ١- رصد مدى التعرض للسخرية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٢- التعرف على أنواع السخرية المنشورة على الصفحات الساخرة على الفيس بوك.

- ٣- رصد أهم سمات مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مجتمعات افتراضية موازية للمجتمع الواقعي.
- ٤- رصد الأبعاد والعناصر التي تعكسها المنشورات الساخرة على الفيس بوك عن الواقع الفعلي.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ١- ما أهم الصفحات الساخرة على الفيس بوك التي تتواجد بها وما هي دوافعك للانضمام لعضويتها؟
- ٢- ما عادات وأنماط استخدام الفيس بوك لدي عينة الدراسة؟
- ٣- ما أنواع المحتوى الساخر المنشور على الفيس بوك؟
- ٤- ما دور المجتمعات الافتراضية مثل الفيس بوك في التأثير على تصوراتك للواقع؟

التعريف بمصطلحات الدراسة:

١- السخرية:

تعددت تعاريف السخرية عند المختصين والباحثين في مختلف التخصصات اللغوية والأكاديمية، إلا أن جميع هذه المفاهيم تصب في زاوية ومفهوم واحد، ومن أهم التعريفات التي ذكرها جي مايزيفتش (٢٠١٥) بأنها استراتيجية بلاغية توظف المفارقة والتهكم الساخر وغيرها من الوسائل لتقديم النقد الاجتماعي ويحتمل أن تؤدي الي تحسين الأفراد والمجتمعات، وينظر اليها على أنها قوة قادرة على تحدي الوضع الراهن والتشكيك ضمناً في القواعد والتقاليد.

(Miazhevich, G,2015, p:452).

- التعريف الاجرائي للسخرية:

تعرفها الباحثة على أنها "موقف تجاه قضية أو مجموعة قضايا على أساس الاعتقاد بأنها وسيلة يستخدمها الانسان للتعبير عن آرائه، تصاغ كعمل فني عن طريق التلاعب بالألفاظ والتنظير التهكمي على الواقع الاجتماعي والسياسي والثقافي والديني، فهو نهج ضاحك تهكمي من خلال القصص المرسومة والتعبير اللفظي أو الممزوج ما بين الصور

والكلمات أو مقاطع فيديو على الانترنت أو أي أساليب أخرى تجاه أي قضايا اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية قائمة بالفعل.

٣- التصورات الاجتماعية:

عرف أحمد زكي بدري التصورات الاجتماعية: بأنها التصور الذهني أو العقلي، وهو نشاط عقلي يرجع إلى إدراك شيء محسوس عن طريق شكل، رمز، أو إشارة وترتيبه ضمن المعارف والأفكار وترتيبها وتحليلها حتى تجعل الفرد قادرًا على تفسير الظواهر المحيطة به، ابتكر هذا المصطلح "ايميل دوركايم" للدلالة على الرموز التي لها قيمة فكرية مشتركة ومعنى عاطفي لدي جميع أعضاء الجماعة، وتعكس الاجتماعية تاريخ الجماعة أي تجاربها خلال الزمن كما تعبر عن المشاعر الاجتماعية والأفكار التي تزود الجماعة بوحدها وصفتها الفريدة وبذلك تعتبر عاملاً هاماً يساهم في تضامن المجتمع (أحمد زكي بدوي، ب ت).

التعريف الإجرائي:

مفهوم يضم أثر الأفكار والنظريات والآراء والمشاعر والعادات والتقاليد وهي متميزة حسب محتوى الأفكار والوعي بالقضايا الثقافية والاجتماعية والأخلاقية والسياسية، تعمل كدافع أساسي تنتج التصورات والآليات المعرفية عن الواقع الاجتماعي ويتأثر بمحتوى وسائل الاعلام، بذلك نستطيع القول أن إدراك الجمهور للواقع المتصور هو مجموعة المعلومات والاعتقادات والخبرات المدركة لدي الجمهور الإلكتروني المصري التي يحصل عليها من خلال المنشورات الساخرة على الفيس بوك ويستخدمها في إصدار احكامه حول الواقع الاجتماعي ومدى إدراكهم لواقعية هذه المنشورات.

الإطار النظري للدراسة:

الإدراك وفهم الواقع وتحليله عامل مهم للجمهور في تعامله مع المحتوى الإعلامي، وفي خضم السياقات الإعلامية الاجتماعية، ومحتوى وسائل الاعلام الاجتماعي، ظهرت تأكيدات على التأثيرات المهمة لمحتوى وسائل الاعلام الاجتماعية، على الجمهور ونشاطه الاجتماعي، وقد تباينت المسارات البحثية في تفسير ظواهر وتأثيرات وسائل الاعلام الاجتماعية، ما بين مسار

يسعى لاستكشاف الأفاق النظرية التي يمكن أن تساعد في تفسيرها ودراستها، واستكشاف أدوات بحثية ومنهجية جديدة تتلاءم مع هذه الظواهر في البيئة الإعلامية الاجتماعية، وما بين مسارٍ ثانٍ يطبق ذات المنهج والمفاهيم والمداخل النظرية التقليدية على دراسة وسائل الاعلام الاجتماعي مع محاولة إحداث تطوير في طرق توظيفها واستجلاب مفاهيم جديدة، لذلك تحاول الباحثة الاستعانة بعدد من المقاربات النظرية الموجودة في علم الاعلام وعلم الاجتماع لتقديم نهج متكامل عن الدراسة واختبار معظم الأفكار والفروض النظرية الموجودة ولذلك ارتأت الباحثة تضمين العناصر الآتية في الإطار النظري للدراسة:

أولاً: نظرية الاستخدامات والاشباع كمدخل لفهم الجمهور (Uses & Gratification) وتطبيق النظرية في تفسير الموضوع.
ثانياً: تنظير خاص بالمجتمع الافتراضي (Virtual community) والمقاربة النظرية للمجتمع الافتراضي في تفسير الموضوع.

١- تطبيقات نظرية الاستخدامات والاشباع على وسائل الاعلام الاجتماعي:

على الرغم من أن نظرية الاستخدامات والاشباع مستمدة من أبحاث وسائل الاعلام التقليدية، لكنها توفر إطاراً لدراسة وسائل الاعلام الاجتماعية الحديثة، مثل التواصل عبر الانترنت، ناقش كلا من ستنافورد و شيكادي Stanford & Sehkade (٢٠٠٤) بشكل جيد إمكانية تطبيق النظرية على وسائل الاعلام الاجتماعي، في سياق الشبكات الاجتماعية، ذلك لأنها تُمكن المستخدمين باتصال ثنائي الاتجاه بينهم وبين الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل، كما أن عدد كبير من المستخدمين من منشئين المحتوى الإعلامي وبذلك يصبح الجمهور مستقبل ومرسل ومشاركين بنشاط في الأنشطة الإعلامية، وتطوير الأفضليات، وبذلك يمكن التنبؤ بمواقف المستخدمين والأهمية المتصورة والألفة مع وسائل الاعلام، افترض الباحثان أن الدوافع يمكن أن تتنبأ باستخدام وسائل الاعلام، استناداً على اختيارات المستخدمين لوسائل الاعلام والوقت الذي يقضونه في استخدامها (Wang, 2018. p: 11).

تساهم هذه الدراسة في فحص الاشباع المتحققة بشكل خاص_ في بيئة الفيس بوك ذلك لأنه لا يوجد سبب منطقي لافتراض أن الناس سيكون لديهم

نفس الاشباع المتحقق من المنشورات الساخرة على وسائل الاعلام الأخرى خاصة مع وجود مميزات إضافية للوسيلة الإعلامية (الفييس بوك) مثل التفاعل والمشاركة وكتابة تعليق والربط (التاج Tag).

٣- مفاهيم أساسية في النظرية:

بالرغم من الانتقادات التي وجهت لنظرية الاستخدامات والاشباع من اعتمادها على الجانب الوظيفي، ومن ثم صعوبة قياس الحاجات وقدم المدخل كون فردية منهجه لا تصلح للتعميم، إلا أن ارتباطه بثلاث نقاط مفاهيمي مع موضوع الدراسة كان السبب وراء استخدام الباحثة لنهج النظرية، وهي :

١-٢- طبيعة الجمهور النشط، فوسائل الاعلام الاجتماعية هي أداة لا غني عنها لمشاركة المحتوى، والتعليق والمشاركة في استطلاعات الرأي وغيرها من الخيارات التفاعلية التي لا حصر لها للمستخدم، ويعرّف "التفاعل" بأنه المقدار الذي توفره وسائل الاعلام للمستخدمين للتحكم والتأثير في المحتوى الإعلامي (Antonacci, A. 2014)، وبالتالي في هذه الحالة النشاط هو سمة المستخدم وليس سمة وسيلة الاعلام، فالبشر لديهم شعور أساسي بالانتماء الذي يقودهم للحفاظ على العلاقات الشخصية والبحث عنها في مكان يمكنهم من تلبية احتياجاتهم من خلال استخدام الخدمات والأنشطة، مثل الاتصال والبحث وتبادل المعلومات، وإنشاء صداقات جديدة، هذه السلوكيات التعاونية تبرز في وسائل التواصل الاجتماعي، مثل السلوكيات التفاعلية على الفيس بوك، وتعتمد على المحتوى المنشأ من قبل الجمهور من مشاركة المعلومات والمعرفة.

٢-٢- التوجهات الاجتماعية وتأثير الوساطة الاجتماعية في اشباع الاحتياجات من وسائل الاعلام، فالتعرض للوسائط الإعلامية الاجتماعية جزء لا يتجزأ من حياة الناس، التأثير سيتحقق في الوجود الافتراضي على تلك المواقع لبناء تصور ما للواقع بعد استكشاف المحتوى باتصاله وتفاعله مع الآخرين، وقدرتها على التحول لمزيد من التعرض والأنماط الروتينية وبالتالي نتبع الحجج النظرية القائلة بأن العادات شكلاً من أشكال السلوك، بمعنى دوام استمرارية استخدام الصفحات الساخرة على الفيس بوك تتحول إلي عادة، هذه العادة قد تؤثر على تصورات المستخدم، ويبدأ في تبني أفكار أو وجهات

نظر تطرحها هذه الصفحات، ومع استمرار التعاطي بشكل يومي متكرر يحولها من مجرد تصفح يومي إلي تواصل روتيني، وتصبح تلك الصفحات ذات أثر على المستخدم من حيث أنه قد يعيد النظر في تصوراته أو البدء في تغييرها وبناء تصورات جديدة عن واقعه.

٣-٢- الجمهور انتقائي في استخدامه لوسائل الاعلام تبعًا للحاجات الاجتماعية المتوقعة منها، من خلال مدخل النظرية يدرك العلماء بأن الجمهور يختار بعناية ووعي لإحدى وسائل الاعلام على منافسيها، للحصول على اشباع محدد، فلا يمكن تجاهل الفردية المطلقة التي توفرها التقنيات الحديثة في وسائل الاعلام الجديدة والتقنيات الرقمية في الكمبيوتر والانترنت (Kearney,A.2018,p:9)، اختيار الشخص لوسيلة معينة يعتمد عليها كمصدر للمعلومات أو التفاعل الاجتماعي مع الآخرين، فالعديد من الباحثين اتفقوا على استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي لاستهلاك الأخبار والتفاعل مع الآخرين بشكل إيجابي، تبادل ومشاركة المنشورات الساخرة يعتبر عامل في زيادة تفاعل الاجتماعي علي الفيس بوك، فالتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي حفزت على المشاركة العامة للجمهور في استخدام ودخول عالم الانترنت، بالإضافة إلى الديناميكية والمرونة والتداولية التي لم يتم استيفائها في أي وسيلة إعلامية تقليدية جعلت التركيز على دراسة الأشكال المستحدثة من الاستخدام والتعرض لتلك الوسائط الإعلامية، جنباً إلى جنب مع تحديد الاستخدامات والإشباع الواردة من التفاعل مع محتوى الفيس بوك القائم على السخرية، في الأساس لا نستطيع تبرير عضويتنا لأي صفحة ساخرة إلاّ عن طريق أنها تعكس رغبة ما داخلنا، بل ونبحث من خلالها على إشباع محددة، فالانتقائية معيار قياس ووعي المستخدم لاختياره صفحة ما بعينها دون أخرى لتلبية احتياجاته.

٣- حدود تفسير النظرية لموضوع الدراسة:

في سياق ما سبق ذكره من أبعاد نظرية الاستخدامات والإشباع، وما تحويه من مفاهيم أساسية، اجتهدت الباحثة في تفسير العلاقة بين متغيرات الدراسة الحالية في ضوء الفروض الأساسية للنظرية، والقيام بتوظيفها بما يتلاءم مع مجال تطبيق الدراسة على وسائل الاعلام الاجتماعية، وذلك من أجل

تحقيق أهداف الدراسة، والإجابة على تساؤلاتها؛ حيث تمثل تطبيق النظرية على موقع الفيس بوك كأبرز موقع تواصل اجتماعي يوجد الصفحات الساخرة _ عينة الدراسة_ يتعدى عدد أعضائها مئات الآلاف من المستخدمين، بحيث تحتوي على:

- الجمهور النشط؛ حيث أن الجوهر الأساسي للنظرية هو فكرة الجمهور الاجتماعي النشط، فيخلق الجمهور القيمة عندما يشاركون في المناقشات عبر الانترنت، ومع تنامي أعداد مستخدمي الفيس بوك في مصر وارتفاع كثافة استخدامه لدي الكثيرين من ناحية، وزيادة مساحة المواد والمضامين الساخرة عليه من ناحية، كمصدر للمعلومات تساهم في تشكيل صورة ذهنية وتصور عام للواقع، وفق ما يطرح فيها من رؤى قد تكون صادقة أو كاذبة، واقعية أو خيالية، محايدة أو متحيزة، هذه الأشكال المختلفة من التجمعات البشرية على مواقع التواصل الاجتماعي جعلت الجمهور أكثر تحدثاً وتعبيراً عن الرأي بل ومنتج للمعلومات والمضمون، أصبحت هذه التجمعات جزءاً لا يتجزأ من حياتنا الاجتماعية، وكثير من الناس خاصة الشباب يستخدمون هذه المنصات والتجمعات يومياً لأغراض مختلفة، مما ينشأ عنه قضية اجتماعية مثيرة للاهتمام وهي القيمة وأنماط السلوك والاستخدام داخل هذه المجتمعات.
- التفاعلية؛ التفاعلية على الفيس بوك أكثر من أي وسيلة أخرى، ويعزز ذلك الحجة القائلة بأن الحوسبة الاجتماعية تحولت من مرحلة معالجة المعلومات إلى مرحلة الذكاء الاجتماعي، القابل للتنفيذ بأشكال مختلفة من التفاعل الاجتماعي على منصات وسائل الاعلام الاجتماعي، وكون الفرد انتقائي في تصفحه يجعل من المهم بشكل متزايد الحصول على فهم أفضل حول العوامل التحفيزية التي تدفع جمهور الفيس بوك للتفاعل مع المحتوى الساخر، بالإضافة إلى أن السخرية يولدها مستخدمون عاديون لإحداث تأثير غير ممنهج كما الحال في وسائل الاعلام الرسمية التي تنتج محتوى لإحداث تأثير مقصود وممنهج.
- الدوافع النفسية للتعرض؛ نهج النظرية يحلل ما يدفع المستخدمين للانخراط في الاستخدام العادي المتعمد أو المعتاد لوسائل الاعلام، وربط

سمات وسائل الاعلام الاجتماعية على الانترنت واشباع المستخدمين لرغبة أو حاجة نفسية، حيث أن افتقار الفرد لإحدى الحاجات النفسية قد يدفعه لتبني سلوك إيجابي مع الوسيلة، فاستخدام السخرية الاجتماعية كمنفعة للفرد في مناقشاته مع الآخرين، يعكس هذا الاستخدام التزام الشخص المعني وحاجاته لمعلومات لتدعيم وجهه نظره للآخرين، أو محاولة دحض آراء الآخرين في المناقشات الاجتماعية، الأمر الذي يعود على المستخدم بالاتزان النفسي.

- إدراك الدوافع والتوقعات من وسائل الاعلام؛ يدور مفهوم النظرية حول ما يحققه المحتوى "السخرية مثلاً" من إرضاء كلي أو جزئي لحاجات ودوافع المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، نعني في دراستنا الجانب النفسي الذي يتحقق من خلال التعرض للمحتوى الساخر والنفعية هنا يقصد بها النفعية المعنوية، ومن هنا فإدراك الواقع المتصور في الدراسة يشير إلى الدرجة التي يعتقد فيها المستخدم أن تعرضه لمضمون معين وتفاعله معه يعكس تصوره للواقع الاجتماعي الفعلي، يتم اعتبار الواقع المتصور كدافع اشباع ومحفز لاستخدام السخرية على الفيس بوك، بما يمكننا من التنبؤ بالكيفية التي تؤثر بها السخرية على تصورات الجمهور للواقع.

- وسائل الاعلام تصبح في منافسة مع غيرها؛ اختيار الفرد لاستخدام وسيلة معينة يعتمد عليها مثل الفيس بوك كمصدر لمعلوماته، يظهر أهمية الموقع في حياة المستخدم، وتصبح مميزات الوسيلة دافع ومحفز للاستخدام، لذلك اتسع نهج النظرية ليشمل مجموعة أكبر من الدوافع وأشكال مختلفة من الاستقطاب للوسيلة، لفهم وتفسير سلوك المستخدم عليها مما يجعل تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباع يبدو مبرراً.

- الجمهور هو المعني بالحكم على جودة المحتوى؛ يبرز نشاط الجمهور في أوضح صورته عند استخدامه وسائل الاعلام الاجتماعية، نظراً لما تمنحه للمستخدم باستكشاف وتقييم المحتوى الإعلامي بحرية عليه، وتوفير رجع الصدى المتزامن وغير المتزامن؛ حيث يوفر موقع الفيس بوك بعض التطبيقات التكنولوجية مثل التعليقات، المشاركة، الإعجاب

بالنقر، والدردشة الفورية والتي تمثل رجوع صدى فوري مباشر من قبل المستخدمين أو أي زائر للصفحة نحو المنشورات الساخرة؛ كما تسمح صفحات الفيس بوك للمستخدمين بتوظيف الصورة ومقاطع الفيديو والذاكرة والرموز التعبيرية المميز لإنتاج محتوى وشكل من أشكال الخطاب متعدد الوسائط، مع العرض الانتقائي للمحتوى الذي يتوافق _غالبًا_ مع حاجات الجمهور ووجهات نظره، فيصبح كنافذة ثقافية لتصور اجتماعي سائد ومشارك تجاه القضايا الاجتماعية المختلفة مما يسهم في معرفة الانطباعات والتصورات التي يتركها الجمهور أسفل كل منشور في تقييم جودة المحتوى المقدم ومعرفة آرائهم بدون جهد أو تكلفة.

ومن خلال هذا التفسير تسعى الباحثة في إطار هذه الدراسة إلي التعرف على أثر السخرية الموجودة على صفحات الفيس بوك _عينة_ الدراسة_ في إطار المعايير المحددة من (تحديد أنماط الاستهلاك من خلال رضا المستخدمين عن البيئة الإعلامية الاجتماعية، دوافع التعرض وتقييم المحتوى المنشور، التعرف علي مدى تلبية الاحتياجات والاشباع المتحققة من المنشورات الساخرة، وتحديد وتفسير آليات الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي)، من أجل معرفة الدور التفاعلي المؤثر للسخرية في بناء تصورات الجمهور وتحقيق فهم أكثر دقة من استخدامات واشباعات الوسائط الإعلامية الاجتماعية.

ثانياً: دوافع الانضمام للمجتمع الافتراضي:

إذا كان تأثير وسائل الاعلام التقليدية على الجمهور يشبه الحقن تحت الجلد فإن تأثير وسائل الاعلام الاجتماعية تعتبر "حقن داخل الدم مباشرة"، ومع الاتجاه الحالي نحو قضاء مزيد من الوقت على الانترنت، تحول الانتباه إلى دراسة التأثيرات التي يحدثها التواجد بصفة دورية على تلك المواقع الاجتماعية، وفحص تواصل و تفاعل الأفراد بعضهم مع بعض، خلال العقد الماضي، ازداد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مطرد، مواقع ذات شهرة عالمية مثل الفيس بوك والذي يتباهى بعدد مستخدمين يتجاوز مئات الملايين حول العالم، أصبح البحث عن دوافع استخدامه والتواجد على صفحاته بالغ الأهمية، نظراً لما يقدمه من الدعم الاجتماعي وتبادل المعلومات ومواكبة الاحداث وأمور أخرى أصبحت الحاجة الماسة لدراسة الدوافع والفوائد والمميزات الاجتماعية التي يتم الحصول عليها والتأثير الذي يحدثه هذا المجتمع الافتراضي على أعضائه.

الاتصالات في العالم الافتراضي عادة ما تفتقر إلى التفاعلات المباشرة بين أفراد المجتمع، في الواقع، معظم المجتمعات المعاصرة في العالم المتقدم لا تشبه قري ريفية أو حضارية يعرف فيها الجميع بعضهم البعض بشكل مكرر وجهاً لوجه، بدلاً من ذلك يعيش الأغلب على بعد مسافات طويلة يتواصلون بالهاتف مما أبعد الاتصال بشكل مباشر وجهاً لوجه، ومع استخدام الاتصالات عبر الانترنت وقبولها بشكل روتيني، تصبح طريقة للحفاظ على الروابط الحقيقية القائمة بالفعل في المجتمع الحقيقي الذي لا يستطيع فيه الناس مقابلة بعضهم وجهاً لوجه، فالمجتمع الافتراضي ليس مرادفاً للشبكة الاجتماعية، فالأول يركز على موضوع أو اهتمامات في حين يركز الثاني بجمع الأصدقاء وتبادل المعلومات الشخصية، يقول ريموند ويليامز **Reymond Williams** (١٩٧٦) عن المجتمع "مجموعة علاقات قائمة، أو كلمة مقنعة لوصف مجموعة بديلة من العلاقات"، فهناك عاملان مهمان في وصف كلمة "مجتمع" هما العلاقات بين الأعضاء المشاركين فيه، والجوانب

الإيجابية لهذا الشكل من التنظيم، لكن يبدو أنه لا يمكن أبداً منح المصطلح الإيجابية المطلقة أو السلبية المطلقة _على سبيل المثال_ نذكر مجتمع **Jons Twon** لم يشكّلوا مجتمعاً، كانت بيئة مدمرة في نهاية المطاف التي تم التلاعب فيها لمئات الأشخاص لارتكاب انتحار جماعي من قبل زعيم ديني متطرف، فيما بعد قدم باري ويلمان **Barry Wellman** (٢٠٠٥) تعريف آخر للمجتمع "على أنها شبكة العلاقات بين الأشخاص التي توفر الموازنة، والدعم والمعلومات، والشعور بالانتماء والهوية الاجتماعية"، ولهذا السبب نستطيع بأن نقبل مقولة جون مورفي (١٩٩٦) الشهيرة "لا يوجد شيء افتراضي عن الواقع الافتراضي"، من المنظور المتشائم، يتم داخله تكوين علاقات تحاكي المجتمع "الحقيقي" ومع ذلك قد لا تتشكل هذه العلاقات روابط صداقات "حقيقية"، من هذا المنطلق ينبغي فهم "الشبكة" ككيان يتفاعل مستخدموه فيما بينهم ويمنح قدرة أكبر للفرد من خلاله، ومن المنظور الأكثر تفاؤلاً، يمكن أن ينظر للمجتمع الافتراضي على أنه مجتمع من شأنه تعزيز العلاقات الإيجابية، وتعزيز القيم الحديثة، وتثقيف وتسليه وإعلام الناس في جميع أنحاء العالم، بغض النظر عن الجنس والجنسية، ويوفر الوعي والتفاهم الذي ربط الناس عبر مسافات شاسعة وجعل من العالم مكان أصغر، ونجح في التقريب بين الناس (Modzelewski, R,2013).

بالاستناد على الطرح السابق فيما يتعلق بخصائص المجتمع الافتراضي، فلقد أظهرت بحوث علم النفس الاجتماعي دوافع مختلفة للأفراد للانضمام إلى المجموعات الافتراضية، نلقي الضوء على أهم الدوافع للانضمام إلى المجموعة:

- تبادل الدعم الاجتماعي.
- تبادل المعلومات والتجارب والخبرات.
- التفاعلات الاجتماعية.
- السخرية والهروب والتنفيس الاجتماعي.

حدود تفسير المقاربة النظرية للمجتمع الافتراضي لموضوع الدراسة:

- التواجد المستمر داخل المجتمع الافتراضي؛ يأتي المستخدم للتواصل داخل المجتمع الافتراضي، ويتأثر بظروف هذا المجتمع ويتأثر تبعاً له إدراكه وتصوره، خاصةً أن الفيس بوك يسهل بيئة غنية لتبادل المنشورات الساخرة داخل هذه المساحة الافتراضية، ويمكن للأعضاء الانخراط والتفاعل، مثل هذا التفاعل يربط بين الأفراد ذوى التفكير المماثل ، والرؤى المتشابهة، ويسهل التواصل بين الأفراد المتباعدين جغرافياً، فالاستخدام واسع النطاق للمجتمع الافتراضي كبديل للمجتمع التقليدي، وتداول أعضاء المجتمع المنشورات الساخرة، وقضاء مزيد من الوقت بشكل روتيني، قد يتداخل التواجد مع تصورات المستخدمين عن الحياة الاجتماعية ويؤثر على اتجاهاتهم ومواقفهم، من حيث طرح آلية جديدة يمكنهم من خلالها بناء تصورهم الخاص عن قضايا معينة، وبالتالي كثافة التواجد المستمر بناء مهم في سياق المجتمع الافتراضي، فهو يعبر عن وتيرة الاستخدام وحصيلة الوقت الذي يقضيه المستخدم داخله.

- إشكالية الهوية؛ حيث أن المجتمعات الافتراضية تسمح بمزيد من السهولة في استكشاف الأفراد هويتهم الخاصة وإزالة الحواجز الاجتماعية عن أعضاؤه والتواصل بينهم دون توتر كما الحال في الحياة الاجتماعية الحقيقية، وتجنب عواقب حرية الرأي، بعيداً عن الضوابط والقيود الرسمية، وبذلك يمكن تكييف المجتمع الافتراضي والاستفادة من المزايا التي يقدمها لتمثيل الترابط بين الجمهور الإلكتروني بعضهم البعض، خاصة أنهم يدركون سلفاً ماهية مجتمعهم الافتراضي المتواجدين داخله، من هنا تتزايد المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية لتأثير السخرية على تصورات الجمهور، إن السخرية الاجتماعية في بعض الأحيان تكون كقوة تعبئة عاطفية للتحول الاجتماعي، إلا أن ما يظل حاسماً في هذا السياق، هو أن السخرية واقع اجتماعي سواء كان سخرية موجهة لتأثير إيجابي أو سلبي على هوية وتصورات المستخدمين.

- الدعم الاجتماعي؛ لا بد أن نتذكر دائماً بأن جميع المجتمعات افتراضية كانت أو حقيقية، تستند إلى أشخاص، وأن الأشخاص كائنات اجتماعية بطبعها، تحتاج إلى التفاعل والدعم الاجتماعي بين أعضاء المجتمع وتسهيل النقاش حول الأفكار للوصول إلى التفاهم وبناء تصور اجتماعي مشترك عن واقعهم وفي هذا الصدد أشارت الدراسات إلى العديد من الفوائد والمنفعة استخدام الفيس بوك بما في ذلك النقد الاجتماعي، والحد من العزلة الاجتماعية والشعور بالوحدة، والتخفيف من الملل، فإننا من الوضوح بمكان لأن يحتوي استخدام السخرية على العديد من الجوانب والمنافع منها "الجانب المظلم"؛ والذي يوصف بأنه نمط استخدام يمكن أن يؤدي لآثار سلبية على حياة الناس، أشياء مثل المنشورات السلبية والإشعارات والرسائل السيئة التي تؤثر في قيم ومعتقدات الأفراد، وبما أن السخرية على وسائل التواصل الاجتماعي أمر متنازع عليه؛ فبينما يقدمها البعض باعتبارها منصة تعبير عن الرأي بحرية وينظر إلى النقد الساخر على أنه أقل سلبية من النقد الحرفي المباشر، يحذر آخرون من أن مكاسب هذه الاستخدامات قد تؤدي لتأثير سلبي مثل تصدير الصور النمطية السلبية والتأثير على القيم الاجتماعية أو تداول مواد هجومية أو الدعوة لتبني أفكار وقيم أخرى.

- الإحساس بالمجتمع الافتراضي؛ مقارنة بالمجتمع الحقيقي، فإن الإحساس بالمجتمع الافتراضي يخلق بيئة أكثر ارتياحيه لإنتاج محتوى من قبل الجمهور ومع عدم وجود آلية رسمية للرصد والرقابة داخل الصفحات الساخرة تشكل هذه الصفحات نوعاً خاصاً من المجتمعات الافتراضية على الانترنت، حيث يتجمع العديد من أصحاب الآراء المتماثلة للحصول على دعم الأعضاء وتبادل وجهات النظر المشتركة، ونظراً لسهولة إنشاء صفحة على الفيس بوك، وسهولة التفاعلات الاجتماعية عليها وعرض ومشاهدة المحتوى من قبل آخرون، تطمس وتتماهى الحدود بين أعضاء الصفحة ويحدث التأثير الاجتماعي، ويخلق افتراضات حول السلوك وتصورات الأفراد المعنية والمنفعة الذاتية لتعاطيهم مع المحتوى الساخر، وبالتالي يصبح هذا التفاعل إيجابي

عندما يتقاطع التأثير على المستخدم في المجتمع الفيزيائي الحقيقي مع المجتمع الافتراضي، ومع وتيرة الاستخدام والوقت الذي يقضيه المستخدم داخل المجتمع يصبح الإحساس بالمجتمع الافتراضي مزيج من الرأي والشعور والانطباع والشعور بالانتماء يسمح بالتأثير في قرارات المستخدم وتصورات، ونظرًا لاختلاف الدوافع للتعرض للصفحات الساخرة والتواجد فيها، تتوقع الدراسة أن نحصل على مستويات مختلفة من السلوك والتفاعل مع المحتوى المنشور.

من خلال هذا التفسير تصبح أبعاد المجتمع الافتراضي أداة لتحليل صفحات الفيس بوك الساخرة نظرًا لأهمية هذه الأبعاد كأدوات مهمة لإدارة العلاقات بين الجمهور وتقديم الدعم الاجتماعي والمعلومات، وتقديم تحليل للطرق التي يدمج بها المستخدمون هذه الأبعاد في حياتهم اليومية والحصول على فوائد استخدام من الأفكار المطروحة، وتحويل الأفراد إلى موضوعات اجتماعية ذات توجه عام، والنتيجة تكوين رأي عام يمكن أن يؤثر على توجهات ومواقف وتصورات الأفراد.

التصميم المنهجي للدراسة:

١- نوع الدراسة:

تنتمي دراستنا لحقل الدراسات الاستكشافية التي تعتمد على المنهج الوصفي، التي تستهدف بشكل أساسي إلى الوصول لنتائج يجهلها الباحث، وذلك من أجل معرفة الإجابات المناسبة للتساؤلات المطروحة بعد دراسة أهم المتغيرات المتعلقة بالموضوع أو الإشكالية الرئيسية، وتعرف البحوث الاستكشافية بأنها التي تهدف إلى التعرف على الظواهر أو زيادة التعرف عليها، ويرجع سبب تسميتها بالبحوث الاستكشافية إلى أنها تكشف عن الأفكار أو تزيد التعرف عليها، وتصميم هذه البحوث يحتاج إلى مرونة تسمح بدراسة الجوانب المختلفة من الظاهرة التي تكون معرفتنا بها معدومة أو قليلة مما يتعدى معه رسم خطة محكمة تأخذ في اعتبارها كل التوقعات (محمد منير حجاب، ٢٠٠٧، ص ٢٦).

وفي هذه الحالة البحثية تكون الصفحات الاجتماعية الساخرة على الفيس بوك باعتبارها نوع من أنواع المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت، ومحاولة معرفة طبيعة التفاعلات الاجتماعية داخل هذه الصفحات.

٣- منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي Survey Method، و"يستهدف منهج المسح الإعلامي تسجيل، وتحليل، وتفسير الظاهرة، في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات، ومصدرها وطرق الحصول عليها" (محمد عبد الحميد، ١٩٩٢، ص ٩٣)، كما اعتمدت الدراسة على منهج الإثنوغرافيا الافتراضية لتحليل مضمون وتعليقات المنشورات الساخرة، وهي طريقة لاكتشاف الطرق الديناميكية للمجموعة الاجتماعية داخل الصفحات التي تكون ممكنة عبر الملاحظة، أو الملاحظة بالمشاركة، والمقابلات، ومجموعات التركيز والاستبيانات، والإثنوغرافيا واحدة من المنهجيات التي تم اقتراحها لمعالجة قضية دمج البحوث عبر المساحات الافتراضية على الانترنت، والتي يتم فيها توليد البيانات والتقاط ديناميات الممارسات عبر الانترنت.

٣- أدوات جمع البيانات:

تم جمع بيانات ومعلومات الدراسة طبقاً للمناهج المستخدمة من خلال:

- استثمار استقصاء، كأداة لجمع البيانات الميدانية، كما راعت الباحثة عند تصميم الاستمارة ما يلي:
- وضوح الأسئلة من خلال صياغتها بشكل مفهوم ومناسب لتنوع فئات عينة الدراسة.
- تم ترتيب الأسئلة بطريقة منهجية؛ بحيث تساعد المبحوث على سهولة الاجابة، والتفكير والمترايط أثناء الإجابة.
- وجود أسئلة تتعلق بثبات وصدق الاستمارة.

- راعت الباحثة وجود أسئلة تبحث تأثير بعض المتغيرات الوسيطة على المتغيرات الرئيسية للدراسة الميدانية والمتمثلة في: التواجد الافتراضي، طبيعة الدوافع، العوامل المؤثرة في التفاعل، الشعور بالاشباع نحو المواضيع الساخرة للصفحات بالفيس بوك.
- تم تحديد المتغيرات الوسيطة في ضوء الدراسات السابقة وأهداف الدراسة والتوجه النظري الخاص بها، وكذلك النموذج العلمي الذي اعتمدت عليه الباحثة في إجراء هذه الدراسة.
- راعت الباحثة تنفيذ التعديلات والملاحظات الخاصة بالمحكمين داخل الاستمارة، والتي أثرت الأسئلة وساعدت على وضوحها ومنطقيتها، وملائمتها لأهداف الدراسة.

وحدات القياس والعد:

- أ- وحدة التحليل: وحدة التحليل هي أسلوب القياس الذي تم استخدامه، وتعرف وحدات التحليل بأنها "وحدات المحتوى التي يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة ويعطي وجودها أو غيابها أو تكرارها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج" (سمير محمد حسين، ب ت، ص ٢٦٥)، وقد تمثلت البوستات "المنشورات" الساخرة كوحدة تحليل؛ حيث قامت الباحثة بتحليل الشكل العام للبوست الساخر المنشور داخل الصفحة، بالإضافة إلى مدي تواجد العناصر التفاعلية بأشكالها المختلف داخل البوست.
- ب- أسلوب العد والقياس: "بعد نظام التسجيل الكمي المنتظم لوحدات المحتوى وفناته ومتغيراته، بحيث يمكن من خلاله إعادة بناء المحتوى في شكل أرقام وأعداد، تساعد على الوصول إلى نتائج كمية، تسهم في التفسير والاستدلال وتحقيق أهداف الدراسة" (ماجد تريان، ٢٠٠٧، ص ٣٠٥)، وأسلوب العد والقياس المستخدم في هذه الدراسة هو التكرار في وحدات الفئات.

-تحليل ومناقشة نتائج الاستبيان الإلكتروني-

تتيح الدراسة الميدانية رؤى استباقية قد تمكّنا من التنبؤ باتجاهات الجمهور نحو القضايا المختلفة، وفيما يلي أهم المحاور لاستعراض نتائج الدراسة الميدانية:

١- ما أسباب متابعتك للصفحات الساخرة على الفيس بوك؟

جدول رقم (١)

النسبة المئوية (%)	التكرارات (ك)	الأسباب
٤٣.٧%	١٠٥	التسلية والضحك والترفيه
٢.٩%	٧	تتوافق مع ميولي الشخصية
٥.٤%	١٣	وسيلة للهروب من الواقع
١٧.١%	٤١	تعكس المواد الساخرة الواقع بجميع عيوبه ومزاياه
٧.٩%	١٩	تساعد في بناء تصوري عن الواقع
٢٢.٩%	٥٥	وسيلة بطريقة غير مباشرة للنقد
١٠٠%	٢٤٠	المجموع

من نتائج الجدول التالي جاء (التسلية والضحك) في مقدمة الأسباب لمتابعة الصفحات الساخرة على الفيس بوك بنسبة ٤٣.٧%، يليها (وسيلة بطريقة غير مباشرة للنقد) بنسبة كانت ٢٢.٩%، ثم في الترتيب الثالث (تعكس المواد الساخرة الواقع بجميع عيوبه ومزاياه) بنسبة ١٧.١%، وفي الترتيب الرابع (تساعد في بناء تصوري عن الواقع) بنسبة ٧.٩%، وفي المرتبة الخامسة كان (وسيلة للهروب من الواقع) أحد أسباب متابعة الصفحات الاجتماعية الساخرة بنسبة ٥.٤%، وفي المرتبة الأخيرة كان (تتوافق مع ميولي الشخصية) سبباً لمتابعة الصفحات بنسبة ٢.٩%.

وتفسر الباحثة هذه النتائج في ضوء تنظير المجتمع الافتراضي؛ حيث تمثل الصفحات الاجتماعية الساخرة بالنسبة لأعضائها أو المترددين عليها مجتمع افتراضي يندفع نحوه الأفراد، قد يكون كنزوة عابرة أو حالة نفسية خاصة في حالة الإحساس بالمجتمع الافتراضي، والدخول إلي صور متعددة من التواصل الاجتماعي استجابة لرغباته الدفينة المقصية في واقعها الحقيقي، تخلق لديه

حالة من الاستقطاب للعديد من الصفحات التي تشاركه نفس الاهتمام أو للترويج عن الذات، وهو ما يفسر أهم أسباب التواجد في الصفحات الاجتماعية لعينة الدراسة من البحث عن المتعة والترفيه، بجانب انعكاسية المجتمع الافتراضي في تقديم الواقع بجميع مزاياه وعيوبه.

٢- ما أهم القضايا المثارة من خلال المنشورات (البوستات) الساخرة؟
(يمكن اختيار أكثر من بديل)

جدول رقم (٢)

النسبة المئوية	التكرارات	القضايا الساخرة
٢٢.٣%	٥٣	أزمة الوقود
٢٢.٣%	٥٣	أزمة الكهرباء
٦٠%	١٤٤	أزمة ارتفاع الأسعار
٥٠.٨%	١٢٢	الأزمات السياسية
٢٣.٣%	٥٦	البطالة
١٥.٤%	٣٧	أزمة السكن
٥٣.٣%	١٢٨	أزمة التعليم
٣٠.٤%	٧٣	أزمات الصحة
٢٢.٩%	٥٥	أخرى

في هذا السؤال كان للمبحوثين أن يختاروا أكثر من اجابة

تشير نتائج الجدول السابق أن (أزمة ارتفاع الأسعار) كانت في مقدمة القضايا المثارة من خلال منشورات الفيس بوك الساخرة؛ حيث بلغت نسبتها ٦٠%، تليها في المرتبة الثانية (أزمة التعليم) حيث جاءت نسبتها ٥٣.٣%، ثم تليها (الأزمات السياسية) بنسبة ٥٠.٨%، ثم تليها (أزمات الصحة) بنسبة ٣٠.٤%، ثم تليها (البطالة) حيث بلغت نسبتها ٢٣.٣%، ثم تليها (أزمات أخرى) بنسبة ٢٢.٩%، ثم تليها كلاً من (أزمة الوقود)، و(أزمة الكهرباء) بنسبة متساوية لكل منهما حيث بلغت النسبة ٢٢.٣%، وأخيراً (أزمة السكن) حيث بلغت نسبتها ١٥.٤%.

وتفسر الباحثة نتائج هذا الجدول ضمن تزامن بث المحتوى على الصفحة مع أكثر الأوقات التي تظهر بها القضية أو موضوع المنشور، ففي

جميع الحالات تحاول الصفحات الساخرة وبشتى الطرق كسب المزيد من المتابعين، وزيادة عدد المستخدمين الذين يمكنهم رؤية المنشور، بل وزرع الحافز للمشاركة والتعليق، وهوم ما يدفعهم للاهتمام بالمحتوى وتقديمه في أعلى صورة من صور التفاعلية والآنية، باستحضار أكثر القضايا بروزاً لحظة بلحظة والتفاعل الساخر معها.

٣- وضح موقفك من العبارات الآتية باختيار الإجابة المناسبة لك:

جدول رقم (٣)

العبارة	أوافق	لا أعلم	غير موافق
استفيد من المنشورات الاجتماعية الساخرة على المستوى الشخصي	٤١.٢%	٢١.٢%	٣٧.٥%
ما تقدمه المنشورات الاجتماعية الساخرة يعكس الواقع الاجتماعي	٧٥.٨%	١٣.٣%	١٠.٨%
عندما تتناول المنشورات أزمة ما في المجتمع، يكون هناك أزمة بالفعل وأصدقها	٦٣.٣%	١٥.٨%	٢٠.٨%
عندما تتناول المنشورات الساخرة شخص أو مجموعة ما في المجتمع أكون من خلالها تصور اجتماعي تجاه هذا الشخص أو المجموعة	٣١.٦%	٢١.٦%	٤٦.٦%
المحتوى الإعلامي الساخر ذو مصداقية	٢٦.٦%	٤٠.٤%	٣٣%
أثارت بضمون المنشورات الاجتماعية الساخرة إيجاباً أو سلباً	٣٥.٨%	١٨.٧%	٤٥.٤%
تكشف المنشورات الساخرة عن المعالم الثقافية للمجتمع	٥٧.٥%	٢٢.٥%	٢٠%
تؤثر المنشورات الساخرة على تصوري لدوري الاجتماعي كأم/أب/زوج/زوجة/ابن/ابنة	٣٦.٢%	١٩.١%	٤٤.٧%
المنشورات الاجتماعية الساخرة تضعني في حالة من التمرد على الواقع	٢٤.٦%	١٩.٥%	٥٥.٨%
لم تؤثر المنشورات الساخرة عليّ أبداً	٤٥%	٢٠.٨%	٣٤.٢%
تسبب مشاركتك لمنشور ساخر على صفحتك الشخصية خلاف مع آخرون	٣٠.٤%	٢٤.٢%	٤٥.٢%

من نتائج الجدول السابق يتضح لنا أن أغلب أفراد العينة موافقون على أن (ما تقدمه المنشورات الاجتماعية الساخرة يعكس الواقع الاجتماعي) بنسبة ٧٥.٨%، ونسبة ١٠.٨% غير الموافقون، ونسبة ١٣.٣% من لا أعلم، تلتها نسبة ٦٣.٣% للموافقين على عبارة (عندما تتناول المنشورات أزمة ما في

المجتمع، يكون هناك أزمة بالفعل وأصدّقها) ونسبة ٢٠.٨% لغير الموافقين، و١٥.٨% من لا أعلم، وفي المرتبة الثالثة كانت (تكشف المنشورات الساخرة عن المعالم الثقافية للمجتمع) بنسبة موافقة ٥٧.٥%، و ٢٠% لغير الموافقين، ونسبة ٢٢.٥% من لا أعلم، وفي المرتبة الرابعة عبارة (لم تؤثر المنشورات الساخرة عليّ أبدًا) حيث كانت نسبة الموافقة عليها ٤٥%، ونسبة ٣٤.٢% لغير الموافقين، ونسبة ٢٠.٨% من لا أعلم، ثم تليها عبارة (استفيد من المنشورات الاجتماعية الساخرة على المستوى الشخصي) بنسبة موافقة ٤١.٢%، ونسبة ٣٧.٥% لغير الموافقين، ونسبة ٢١.٢% من لا أعلم، ثم تأتي بعدها عبارة (تؤثر المنشورات الساخرة على تصوري لدوري الاجتماعي كأم/أب/زوج/زوجة/ابن/ابنة) بنسبة موافقة ٣٦.٢%، ونسبة ٤٤.٧% لغير الموافقين، ونسبة ١٩.١% من لا أعلم، تليها عبارة (أُتأثر بمضمون المنشورات الاجتماعية الساخرة إيجابًا أو سلبيًا) بنسبة موافقة ٣٥.٨%، ونسبة ٤٥.٤% لغير الموافقين، ونسبة ١٨.٧% من لا أعلم، وتليها عبارة (عندما تتناول المنشورات الساخرة شخص أو مجموعة ما في المجتمع أكون من خلالها تصور اجتماعي تجاه هذا الشخص أو المجموعة) بنسبة موافقة ٣١.٦%، ونسبة ٤٦.٦% لغير الموافقين، ونسبة ٢١.٦% من لا أعلم، ثم تأتي بعدها عبارة (تسبب مشاركتك لمنشور ساخر على صفحتك الشخصية خلاف مع آخرون) بنسبة موافقة ٣٠.٤%، ونسبة ٤٥.٢% لغير الموافقين، و ٢٤.٢% من لا أعلم، ثم نسبة موافقة بواقع ٢٦.٦% لعبارة (المحتوي الإعلامي الساخر ذو مصداقية)، و ٣٣% لغير الموافقين، و ٤٠.٤% من لا أعلم، وأخيرًا عبارة (المنشورات الاجتماعية الساخرة تضعني في حالة من التمرد على الواقع) بنسبة موافقة ٢٤.٦%، و نسبة ٥٥.٨% لغير الموافقين، ونسبة ١٩.٥% من لا أعلم.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن جمهور الصفحات الاجتماعية الساخرة لديهم تصورات مماثلة حول تلك المشكلات التي تطرحها المنشورات، خاصة في واقعيتها، فالواقع الافتراضي لا يعكس دائمًا الواقع الاجتماعي، إلا أنه يعبر وبواقعية كبيرة عنه، لكن ليس معني هذا أنه لم يكن هناك أزمة بالفعل، حيث كان مقياس التكرار لمن يؤمنوا بوجود أزمة حقيقية ٦٣.٣%، فهناك تأكيد

ضمني للاعتقاد بثقة أكبر لهذه المنشورات، مما يعطينا صورة أكثر اكتمالاً حول مستوى الثقة في المحتوى الساخر المطروح، خاصة في القضايا التي ينبغي أن تأخذ ردود أفعال أكبر خاصة نقد العلاقات الاجتماعية، فمنتجي ميمات الانترنت الساخرة يعرفون كيف يثيرون مسألة سلبية عن الزواج مثلاً، التي تكون بمثابة "نشؤ" اجتماعي يخلق معه تصورات سلبية عن الزواج أو تأخذ ردود أفعال أكبر من حقيقتها، على سبيل المثال، عندما سُئل المبحوثين عن تأثير المنشورات الساخرة على تصورهم لدورهم الاجتماعي كأم /أب/زوج/زوجة، أجاب معظم بالموافقة بنسبة ٣٦.٢%، بينما قال ٤٤.٧% منهم بأن المنشورات الساخرة لا تغير شيئاً في تصوراتهم عن أدوارهم الاجتماعية، ولعل ما يلفت النظر في الاستبيان الاليكتروني هو مدي تشاؤم فئة كبيرة من العينة في تسبب مشاركة المنشور ساخر على صفحتهم الشخصية خلاف مع آخرون، الأمر الذي قد يجعل من السخرية أداة ومادة "قاتمة" للخلاف والصراع ، كما أن إجابة المبحوثين عن تناول المنشورات الساخرة شخص أو مجموعة ما في المجتمع يكونوا من خلالها تصور اجتماعي تجاه هذا الشخص أو المجموعة، يجعل من السخرية أداة لتشكيل توقعاتهم المستقبلية عن فئة ما، كما تزيد من ادراكهم لثقافة مجتمع ما كما تم توضيحه من إجاباتهم، وهو ما يتوافق مع (Lamb, C. (1996) حول تصورات مخرجي الصحف عن الرسوم الكاريكاتورية، وجدت الدراسة أن التغطية الإعلامية للقضايا التي ركزت عليها الرسوم الكاريكاتورية داخل الصحف كانت واقعية بدرجة كبيرة وأنها تصوير وانعكاس لأزمة حقيقية قائمة بالفعل.

٤- كثيراً ما كانت المنشورات الاجتماعية الساخرة سبباً في تغيير تصوراتي عن القضايا المطروحة بشكل كبير؟

جدول رقم (٤)

النسبة المئوية	التكرارات	
١٤.٢ %	٣٤	نعم
٤٧.٩ %	١١٥	أحياناً
٣٧.٩ %	٩١	لا
١٠٠ %	٢٤٠	المجموع

من بيانات الجدول السابق يتضح لنا أن نسبة (أحياناً) جاءت في مقدمة نسب تغيير التصورات عن القضايا بسبب المنشورات الاجتماعية الساخرة بنسبة بلغت ٤٧.٩ %، تلتها (لا) في المرتبة الثانية بنسبة ٣٧.٩ %، وفي المرتبة الأخيرة (نعم) بنسبة ١٤.٢ %.

تفسر الباحثة هذه النتيجة في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباع لفهم كيف ولماذا يختار المستخدمون المحتوى الساخر، فقد أوضح الباحثون تماهياً واضحاً بين ما يسعى إليه مستهلكو الوسائط لتلبية احتياجاتهم والإرضاء المتوقع، هذا التماهي بين التوقعات حول المحتوى الذي يشكل قبل التعرض والرضا في وقت لاحق من الاستهلاك هو جوهر بناء التصور، هذا التكيف لم يكن سهلاً، فالصفحة عينة التحليل قامت بالتوسع في النشر لإضافة محتوى يومي، والعثور على عدد أكبر من المستخدمين الذين يتحولون إلي متابعين للصفحة، كما أن الانتماء للصفحة، من منطلق أن الفيس بوك مجتمع افتراضي وتجمع سوسيوثقافي كما أشار "هوارد راينغولد" ١٩٩٥، حيث العلاقات الموجودة تحتم بقائها الاهتمامات والأهداف المشتركة، وينتج داخل هذا العالم الافتراضي مجموعة تصورات ورموز ومعايير وقوانين، التي تكون تمثيلاً موازياً لتصورات المستخدم خارج العالم الافتراضي، وامتداداً لها، ومن خلال فحص ردود أغلب أفراد العينة لاحظنا زيادة احتمالية تغيير تصوراتهم الخاصة والنتائج الإيجابية بتأثير المنشورات الساخرة عليهم، بالرغم من أنه لم يكن أفضل مكان في تغيير التصورات مقارنة بالتجارب الشخصية والممارسة الحياتية اليومية.

نتائج الدراسة العامة:

وفي ضوء التساؤلات الأربع التي طرحتها الدراسة في بداية البحث، وفي ضوء ما آلت إليه كلاً من نتائج الدراسة التحليلية وتحليل التعليقات والدراسة الميدانية، وفي ضوء أهداف الدراسة، وفي ضوء خيال الباحثة، يتم استعراض نتائج الدراسة ومناقشتها من خلال ٤ محاور مثلت تساؤلات الدراسة:

التساؤل البحثي الأول: يضم هذا التساؤل نقطتين أساسيتين عن أهم الصفحات الساخرة على الفيس بوك التي تتواجد بها وما أهم دوافع الجمهور للانضمام لعضويتها:

١- قدمت الدراسة لمحة عامة على الصفحات الاجتماعية الساخرة التي تتواجد على الفيس بوك، وفحص كيفية التعرض لها من قبل المستخدمين، وتوصلت الدراسة أن الصفحات الاجتماعية الساخرة تمكن المواطنين العاديين من تجاوز المعضلة التقليدية لنظرية "حارس البوابة" في مشاركة المحتوى الذي يتم إنشائه من قبل مستخدمي آخرين، نتائج الدراسة في هذا الصدد ذات أهمية خاصة بالنظر إلى شعبية الفيس بوك، فبإمكاننا التنبؤ بأن المحتوى المنتج من قبل الجمهور سيحل محل المحتوى التقليدي لوسائل الاعلام باعتبارها المنفذ الرئيسي للأخبار والمعلومات والترفيه، بل عملت تلك الصفحات على توجيه اهتمام الجمهور والتحكم بمواقفه.

وهو ما اتفق إلى حد ما مع Moody-Ramirez, & Church (2019)، التي سلطت الضوء على كيفية انتشار الميمات الساخرة الأمر الذي يؤثر على قرارات مستخدمي آخرين للانضمام للصفحة.

التساؤل البحثي الثاني: كان هذا التساؤل يدور حول عادات وأنماط استخدام الفيس بوك لدي عينة الدراسة، وهو محور هام يكشف مدي جاذبية الوسيلة الإعلامية وسهولة التعامل معها ونوع التعرض العرضي أو القصدي الذي يكشف لنا عن أسباب ودوافع الاستخدام:

١- أسفرت قراءة نتائج الدراسة التحليلية من خلال تحليل (٦٠) منشور على الصفحات الاجتماعية الساخرة، وتحليل المنات من التعليقات، وتطبيق الدراسة الميدانية على (٢٤٠) مفردة من مستخدمي الصفحات الساخرة، استخدام الفيس بوك كمنصة معبرة في المقام الأول

عن اهتمامات الجمهور وتطلعاتهم، وقاعدة مهمة لتبادل الأفكار مع جماهير كبيرة كانت معزولة في وقت ما، فمشاركة المنشورات على الفيس بوك له دلالة مهمة في فكرة مفهومنا عن الصحافة والاعلام الحر، والثقافة التشاركية التي أسست له مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام والفيس بوك بشكل خاص، فهو يتعلق بتطوير ثقافي واجتماعي في ممارسة استهلاك المعلومات بطرق جديدة، فأصبح الفيس بوك "منصة تشاركية" ذات تدفق حر نسبياً للمعلومات، ومن المهم اعتبار أن أنشطة المستخدم التفاعلية من مشاركة وتعليق وإعجاب هي جزء جوهري من آثار المشاركة على المستوى الكلي في المجتمع الحقيقي، ووجدت الدراسة نتائج إيجابية حول إمكانيات الفيس بوك التي ساعدت على توسيع فرص الوصول إليه من ردود فعل فورية أقامت تواصل بين مديري الصفحة وأعضائها والمترددین عليها، عبر محتوى متنوع.

٢- السؤال البحثي الثالث: يتناول هذا التساؤل أنواع المحتوى الساخر المنشور على الفيس بوك، حيث تم الكشف عن أنواع مختلفة من السخرية قدمت في أنماط إعلامية متنوعة من نصوص وصور ثابتة ورسوم متحركة ومقاطع فيديو وميم واحتوت على قدر كبير من الفكاهة ما جعل مستخدمي الفيس بوك في علاقة استهلاك ترفيهي لهذا المحتوى الساخر، ونقدم أهم النتائج عن التساؤل الثالث فيما يلي:

توصلت الدراسة إلي أن استخدام السخرية على صفحات الفيس بوك الاجتماعية الساخرة تمكن الجمهور من تقديم أنفسهم "كسلطة بيروقراطية تقليدية ساخرة" وممتعة في آن واحد، فهي تسعى للترفيه في نهاية المطاف، لكنها تلذع، وتنتقد الأوضاع الحالية بل والمؤسسات والمنظمات والواقع الاجتماعي ككل بشكل ساخر، لأن جوهر السخرية هو التقييم الشخصي، وهو يتعارض مع روح الحياد المهني المطلوب، فالنقد اللاذع تحت غطاء المزاح يشكل خطاب غير متوقع؛ حيث تعمل كوسيلة غير مباشرة للتغيير الاجتماعي ونقد الثوابت الاجتماعية، وتصبح أحياناً كأداة

تعليمية لأنها توضح عدد من الحقائق، وفي وسعها إشعال الوعي الاجتماعي الذي يمكن أن يحقق من خلالها تغييرات للأفضل مستقبلاً

التساؤل البحثي الرابع: تناول هذا التساؤل دور المجتمعات الافتراضية مثل الفيس بوك في التأثير على تصورات الجمهور للواقع، فباغتراب الناس وفقدانهم لجذورهم الاجتماعية وانفصالهم عن جماعات انتمائهم، أصبحوا عرضة للانغماس نحو العالم الافتراضي -الجديد نسبياً- فالجاذبية والكاريزما المميزة لهذا المجتمع تمكنهم من اشباع الاحتياج الغريزي للتفاعل والتواصل الاجتماعي، فمستخدم الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ينضم لجماعات افتراضية ويشعر بأنها توسع من خبراته عن طريق تدعيم وتقوية اندماجه في هذه المواقع التي ينتمي إليها، كما تؤثر في تصورات وخلفياته الثقافية، وندرج أهم نتائج هذا التساؤل فيما يلي:

رصدت الباحثة ملاحظة هامة وهي أن تناول المجتمع الافتراضي لقضايا فئات اجتماعية معينة بطريقة ساخرة يتأثر بشدة بالانتماء الوطني أو المحلي لمديري الصفحة محل التحليل، والتي تشكل البنية الأساسية للمجتمع الافتراضي بوصفه مجالاً عاماً، وأن الأخير لا ينفصل عن المجال الخاص وأن كليهما يرتبطان في علاقة هيكلية بالسياقات المجتمعية المحيطة به، وبالتالي يمكننا فهم العلاقة الجدلية التي تطرحها المنشورات الساخرة داخل الصفحة محل التحليل وبين الانتماءات القطرين لمسؤولي الصفحة والأعضاء والمترددین عليها، وعليه فمن الطبيعي أن تنحاز منشورات الصفحة للفرق الرياضية المحببة لمديري الصفحة، وأن تهتم بالشأن المصري عنه عن باقي الدول الأخرى.

الخلاصة والمقترحات :

وبناءً على ما سبق فإن الدراسة تثير بعض الأفكار والتوصيات التي يمكن أن تكون محل اهتمام بحوث ودراسات مستقبلية تتمثل في:

- تعتقد الباحثة أنه عندما يتم توليد محتوى مقدم من خلال الصفحات الاجتماعية الساخرة، يصبح هذا المحتوى جزء من "البنية التحتية للعالم الافتراضي الرقمي" وهنا تظهر المسؤولية الأخلاقية

والقانونية لجعل السخرية إيجابية وآمنة، فلا بد من تجنب المحتوى العنصري أو المسيء والألفاظ النابية، فعلي الرغم من أن السخرية الهجومية قد تكون في بعض الحالات كقوة اجتماعية تصحيحية، إلا أنها قد تخلق صور نمطية ورؤى مشوهة.

- تشير الدراسة أهمية التكنولوجيا الرقمية، من خلال تزايد استخدام الهاتف المحمول للولوج عبر الفضاء الافتراضي، يتم زيادة المتابعين والمتواجدين داخل صفحات الفيس بوك، مما يتطلب من الصفحة رفع مستوى المحتوى والتحديث الدائم لمواجهة احتياجات الجمهور وكسب المزيد من المتابعين والأعضاء، فلا بد من مواكبة احتياجاتهم وتخصيص فضاءات التعليق الحر الذي لا يجده المستخدم خارج حدود العالم الافتراضي.

مصادر ومراجع الدراسة:

- ١- أحمد زكي بدوي. (ب ت): معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية انجليزي- فرنسي-عربي، مكتبة لبنان، مج (٢١)، غير منشور.
- ٢- بقلوف، سهام. (٢٠١٨) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الاعلام والاتصال، الجزائر.
- ٣- سمير محمد حسين. (ب ت)"دراسات في مناهج البحث العلمي" بحوث الاعلام، عالم الكتب، ط(٢) القاهرة.
- ٤- طه، حسن يوسف. (نوفمبر، ٢٠١٣). جلال عامر: سخرية الهامش. أدب ونقد، الصفحات ١٦-٢٣.
- ٥- عبوب، محمد أمين. (٢٠١٢) تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت، شبكات التواصل الاجتماعي نموذجًا، دراسة استكشافية وصفية تحليلية لعينة من مستخدمي الفيس بوك، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر (٣)
- ٦- ماجد، تريان. (٢٠٠٧)" الانترنت والصحافة الاليكترونية: رؤية مستقبلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.

-
- ٧- محمد عبد الحميد. (١٩٩٢) "بحوث الصحافة"، عالم الكتب، ط (١)، القاهرة.
- ٨- محمد منير حجاب. (٢٠٠٧). الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 9- Antonacci, A. A. (2014). A case study of Pittsburg Magazine: an analysis of the use of Facebook and Twitter from the perspective of magazine editors and readers (Doctoral dissertation, University of Missouri--Columbia).
- 10- Berard, A. A., & Smith, A. P. (2019). Post Your Journey: Instagram as a Support Community for People With Fibromyalgia. *Qualitative health research*, 29(2), 237-247.
- 11- Bore, I. L. K., & Reid, G. (2014). Laughing in the face of climate change? Satire as a device for engaging audiences in
- 12- Dhir, A., Chen, G. M., & Chen, S. (2017). Why do we tag photographs on Facebook? Proposing a new gratifications scale. *New media & society*, 19(4), 502-521.
- 13- Gal, N. (2018). Ironic humor on social media as participatory boundary work. *New Media & Society*, 1461444818805719
- 14- Kearney, A. (2018). Uses and Gratification of Posting Selfies on Social Media.
- 15- Lamb, C. (1996). Perceptions of cartoonists and editors about cartoons. *Newspaper Research Journal*, 17(3-4), 105-119.

- 16- Miazhevich, G. (2015). Sites of subversion: online political satire in two post-Soviet states. *Media, Culture & Society*, 37(3), 422-439.
- 17- Modzelewski, R. (2013). Virtual togetherness: Sense of identity and community in cyberspace. *Research Paper Introduction to Journal of English Studies*.
- 18- Taecharungroj, V., & Nueangjamnong, P. (2015). Humour 2.0: Styles and types of humour and virality of memes on Facebook. *Journal of Creative Communications*, 10(3), 288-302
- 19- Wang, M. (2018). *Cultural Adaptation and Maintenance: Chinese International Students' Use of Facebook and We Chat* (Doctoral dissertation, University of South Florida).
- ٢٠- كلية دبي للإدارة الحكومية (٢٠١٧)، الإصدار السابع من سلسلة دراسات مستمرة الإدارات، متاح على:
<https://www.arabsocialmediareport.com/home/index.aspx>