

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الاعلام والاتصال



## جمهور الصفحات الساخرة على شبكة التواصل الاجتماعي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.  
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف  
د/ رضوان بوقرة

إعداد  
-عبد النور عربي  
-حيمد باسم

السنة الجامعية: 2021/2020

الاعتراف  
زمان ما شاء الله

أهدي هذا العمل المتواضع

إلى الوالدين الكريمين،

برا بهما واعترافا لجميلهما ووفاء لعطائهما

حفظهما الله وجزاهم عني كل الخير

إلى اخوتي وأخواتي وأبنائهم

إلى كل أساتذتي الكرام كل باسمه وكل بمقامه

إلى كل الاصدقاء الذين احببناهم واحبونا وجمعنا بهم القدر

إلى الاحبة

♥ حمو ♥ عمر ♥ كمال ♥ "زكرياء" ♥ خالد ♥ باسم ♥

والى كل الذين لم يسعفنا الحظ لذكرهم

إلى كل هؤلاء اهدي ثمرة جهدي

« عبد النور »

اللافتة  
شمال ما شاء

الى العصابة التي تشدني،  
و من عمل جاهدا كادحا ليدفع بي إلى أن وصلت لهذا  
الأب الغالي ،  
إلى باب الجنة و نبع الحنان و مكنم القوة و مركز العطاء ،  
أمي الحبيبة  
إلى كل من اخوتي و اخواتي و أصدقائي كل باسمه كل بمقامه  
- طيب ، عمار ، عادل ، أشرف ، عبد القادر ، محمد  
إلى الأخ الرفيق و الصهر الصديق و ملك الطريق يوسف بوشلاق  
كل من ساندنا و آزرنا و اشتد ساعدنا بوجوده طوال سنين الدراسة  
إلى كل من علمنا حرفا و زرع فينا غرسا و علمنا حكمة  
إلى كل الذين تمنوا لنا الفشل و سعوا إلى زرع بذور اليأس فينا  
شكر الله سعيكم، و اهدىكم ثمرة جهدي المتمثل في هذا العمل المتواضع  
هذا اخوكم باسم

باسم



## ملخص باللغة العربية

مع انتشار الشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك وانستغرام وتويتر كمنصات ووسائط اجتماعية تمثل العمود الفقري لما يسمى الويب 2.0، وهو المصطلح الذي يشير إلى التطورات التكنولوجية عبر الانترنت التي تتيح القدرات التفاعلية داخل بيئة تتميز بالتحكم وحرية الحوار من قبل المستخدم، أصبح الانترنت أكثر دمجًا في حياة الناس وممارساتهم اليومية حيث جذب اهتمام الباحثين الاجتماعيين وغيرهم لبحث ودراسة هذه المجتمعات الافتراضية الجديدة. واتسع تبعًا لذلك مجال الاهتمام لبحث أنواع الخطابات والمحتوى الإعلامي الإلكتروني المقدم في سياقات اجتماعية وتفاعلية مختلفة. جزء من هذا الاهتمام البحثي اتجه للمحتوى الساخر، بل وأصبح الويب 2.0 وسيط اعلامي هام ولاعب مهم في انتاج وتوزيع السخرية بمختلف أشكالها وموضوعاتها بعدد لا يحصى من المواقع الالكترونية الساخرة، التي تعبر العالم بشكل يومي بمختلف اللغات واللهجات. بناءً على ذلك ارتأينا أن نخصص هذه الدراسة لتسليط الضوء على هذا الجانب، غاية الوقوف على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد على الكوميديا الهادفة، وذلك من خلال دراسة ميدانية للعديد من الصفحات الساخرة في الجزائر.

الكلمات المفتاحية السخرية-الإعلام-الويب- مواقع التواصل الاجتماعي- فيسبوك.

### **Abstract:**

With social networks such as Facebook, Instagram and Twitter spreading as platforms and social media that represent the backbone of the so-called Web 2.0, a term that refers to online technological developments that allow interactive capabilities within an environment characterized by user control and freedom of dialogue, the Internet has become more integrated into people's daily lives and practices, attracting the attention of social researchers and others to research and study these new virtual communities. Accordingly, the area of interest expanded to discuss the types of speeches and electronic media content provided in contexts Different social and interactive. Part of this research interest has been directed at satirical content, and web 2.0 has become an important media medium and an important player in the production and distribution of sarcasm in its various forms and topics with countless satirical websites, which cross the world on a daily basis in various languages and dialects.

Accordingly, we considered that we should devote this study to highlighting this aspect, the very role played by social media sites that rely on purposeful comedy, through a field study of many satirical pages in Algeria.

**Keywords:** Ironic - media- web - social media sites - Facebook.

الاهداء

الشكر

الملخص

مقدمة

1- إشكالية الدراسة

2- تساؤلات الدراسة.

3- أهمية الدراسة

4- أهداف البحث

5- أسباب اختيار الموضوع

6- المدخل النظري للدراسة

7- تحديد مفاهيم الدراسة

8- منهج البحث

9- أداة جمع البيانات.

10- مجتمع البحث وعينة الدراسة.

11- الدراسات السابقة

الاطار النظري: الاعلام الساخر

1- نشأة وتطور السخرية

1-1 تعريف السخرية

1-2 خصائص السخرية

1-3 بواعث السخرية

1-4 محاور السخرية

2- أنواع الإعلام الساخر

2-1 الإعلام الساخر المكتوب

2-2 الإعلام التلفزيوني الساخر

2-3- خصائص البرامج الساخرة

3- الشبكات الاجتماعية والوظيفة الاتصالية والإعلامية

3-1- الويب 2.0

3-2- شبكات التواصل الاجتماعي و العمل الإعلامي

الاطار التطبيقي.

1- عرض ومناقشة النتائج.

2- نتائج عامة

خاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الاشكال

مقدمة

يشير مصطلح وسائل الاعلام الاجتماعي عادة إلى وسائل الاتصالات عبر الانترنت، مشاركة وتبادل وغرس ، بين مجموعات مترابطة ومتجانسة من الناس وبين المجتمعات والمنظمات التي تعززها القدرات التكنولوجية النقلة ، وفي عبور عتبة وسائل الاعلام الاجتماعية ، تحول المستخدمون أنفسهم إلى مستهلكين بفضل التفاعل مع واقع المحتوى الموجود عبر الانترنت ، عن طريق الإنتاج والتوليد والتعليق واعادة الاستخدام واعادة التزامن ومشاركة المحتوى ، وبالتالي يمكننا النظر في المدونات والمنتديات، بالإضافة إلى الشبكات الاجتماعية مثل (الفايس بوك، انستغرام، تويتر ) كمنصات وسائط اجتماعية تمثل العمود الفقري بما يسمى (مواقع التواصل الاجتماعي).وهو المصطلح الذي يشير إلى التطورات التكنولوجية عبر الانترنت التي تتيح القدرات التفاعلية داخل بيئة تتميز بالتحكم وحرية الحوار من قبل المستخدم.

لقد أصبحت (مواقع التواصل الاجتماعي) أكثر دجما في حياة الناس وممارساتهم اليومية، كما جذبت اهتمام الباحثين الاجتماعيين وغيرهم لبحث ودراسة هذه المجتمعات الافتراضية الجديدة . واتسع تبعاً لذلك مجال الاهتمام الأكاديمي لبحث أنواع الخطابات والمحتوى (المنشور) المقدم في سياقات اجتماعية وتفاعلية مختلفة.

جزء من هذا الاهتمام البحثي اتجه للمحتوى الساخر ، فالسخرية على مواقع التواصل الاجتماعي تتعلق بطبيعة الإنسان نفسه في عصر الذكاء الاجتماعي الرقمي، فإذا كانت وسائل الاعلام التقليدية هي امتداد لحواس الإنسان ، فأجهزة الكمبيوتر، الهواتف، اللوحات الرقمية والتكنولوجيا الرقمية هي الإنسان في حد ذاتها، لأنها تفكر بطريقة مشابهة له ، لذلك لا تعتبر فقط امتداد لحواس الانسان بل لعقله وفكره أيضا.

ولقد أصبحت هذه التطبيقات خاصة (فيسبوك) وسيط اعلامي هام ولاعب مهم في انتاج وتوزيع السخرية بمختلف أشكالها وموضوعاتها بعدد لا يحصى من (الصفحات و المجموعات الساخرة) ، التي تعبر العالم بشكل يومي بمختلف اللغات واللهجات ( ولا شك ان الاهتمام الكبير والانتشار المنقطع النظير لهذه الصفحات أدى بنا الى التساؤل عن خصوصيات هذا الجمهور و ما يتابعه من صفحات ساخرة.

ومن هذا المنطلق قدمت الدراسة في فصلها الأول الخاص **بالاطار المنهجي** عرضاً للأطر النظرية والمنهجية التي تناولت بحث جمهور الصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي، وأدوات البيانات التي تم تطبيقها وتحديد أهم أهداف وتساؤلات الدراسة التي يسعى الباحث من خلاله الخروج بإجابات وافية عنها.

اما فيما يخص **الاطار النظري** فقد تم تقسيمه إلى ثلاث محاور أساسية



أولاً: نشأة و تطور السخرية : وتضمن الجوانب الاساسية المتعلقة بها، مثل تعريف السخرية و بواعثها و أهم

محاورها

ثانياً: انواع الاعلام الساخر: و يتضمن أنواع الاعلام الساخر في هذا المجال وقد تم التطرق إلى نقطتين أساسيتين هما: الاعلام الساخر المكتوب والاعلام الساخر التلفزيوني مع شرح أهم العناصر المتعلقة بها. إضافة الى أهم خصائص البرامج الساخرة.

ثالثاً: الشبكات الاجتماعية و الوظيفة الاتصالية و الإعلامية: ويتضمن نقطتين مهمتين و هم الويب 2.0 تطرقنا فيها إلى تعريفه ونشأته وأهم المصطلحات المتعلقة به و الدور الذي لعبه في إحداث تغييرات في مجال الاستخدام والمحتويات المقدمة، كذلك تطرقنا من خلال هذا المحور الى شبكات التواصل الاعلامي والعمل الاعلامي والطفرة التي أحدثتها هذه الوسائط في المجال الاعلامي وتوظيفها من قبل المحررين والصحفيين في العمل و أهم مراكز استغلال واستعمال هذه المواقع في العمل الاعلامي الاطار التطبيقي يمثل الدراسة الميدانية لعينة الدراسة وقد اعتمدنا على عدة نقاط أولها تصميم استمارة استبيان ثانياً فرز البيانات و جدولتها و التعليق عليها ثم الاستنتاجات و مناقشتها و خلص بملاحظات و ملاحق.

لنتهي في الأخير إلى خاتمة حاولنا فيها تقديم ملخص لاهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج.

# الإطار المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة.
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف البحث
- 5- أسباب اختيار الموضوع
- 6- المدخل النظري للدراسة
- 7- تحديد مفاهيم الدراسة
- 8- منهج البحث
- 9- أداة جمع البيانات.
- 10- مجتمع البحث وعينة الدراسة.
- 11- الدراسات السابقة

## 1- إشكالية الدراسة:

تعتبر الصحافة الساخرة لونا صحفيا يعالج القضايا المختلفة بطريقة هزلية وساخرة وهي تمارس هذا الكشف لتشريح وضعية المجتمع موجهة رسائلها إلى كل أفراده والفاعلين فيه على اعتبار أن هذه الأخيرة تتحكم في الحل والربط بالقضايا المطروحة، وقد انتهجت السخرية في مجال الإعلام كفن كتابي في الصحافة المكتوبة، أما في التلفزيون ففي شكل برامج وحصص تعالج القضايا باختلافها. لقد عملت الانترنت بفضل امكانياتها التقنية وظاهرة الاندماج على إعادة إنتاج كافة الممارسات الصحفية وأشكال الإنتاج الاعلامي مستفيدة من التطبيقات التي أتاحتها الاعلام الجديد.

الجزائر كغيرها من الدول عرفت الاعلام في شكله الساخر كما تشهد صفحاته على شبكات التواصل الاجتماعي انتشارا كبيرا (أسامة وحيد، مليون وتسعمئة ألف متابع، صفحة مصطفى بونيف 290 ألف متابع، صفحة جيب طابوري و ساميني 200 ألف متابع، صفحة قريش 11 ألف متابع، ( Zanga\_memes\_dz 56 ألف متابع).

وسط المستخدمين مدفوعة بتطورات سياسية واجتماعية كبرى، حيث ساهم الحراك وبعده الانتخابات الرئاسية وتعديل الدستور في تكاثر صفحات الاعلام الساخر التي حاولت توجيه الرأي العام وفتحت متنفسا للمستخدمين للتفاعل ضمن فضاءاتها.

وفي هذا الإطار تحاول الدراسة التعرف على جمهور هذه الصفحات وهذا من خلال طرح السؤال الآتي:

- ماهي خصائص جمهور مستخدمي الصفحات الساخرة على شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر

## 2- تساؤلات الدراسة:

- 1 - ما مدى اهتمام المستخدمين بمتابعة الصفحات الساخرة على شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما هي عادات وأتماط تعرض المستخدمين للصفحات الساخرة على شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما هي أوجه استفادة المستخدمين من المضمون الذي تقدمه الصفحات الساخرة على شبكات التواصل الاجتماعي؟

## 3- أهمية الدراسة:

يستمد هذا الموضوع أهميته من أهمية فئة المستخدمين في مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في تكوين الاتجاهات و الآراء المتعلقة بكافة المواضيع و المجالات الوقوف على بعض الجوانب و النقاط المهمة و المؤثرة

في استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي، لدى فئة جمهور الصفحات الساخرة و درجة اشباعها لحاجاتهم تمهيد الطريق امام اجراء الدراسات التي تتناول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها بصورة علمية و شاملة بما يسهم في تراكم المعرفي و البحثي الالهية العلمية دراسة جمهور الصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي التعرف على دوافع جمهور المستخدمين من استخدام الصفحات الساخرة والاشباع التي يسعون الى تلبيتها من خلال هذه الاستخدامات الانتشار الواسع للصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي و ارتفاع معدلات المتابعة والاستخدام اهمية الصفحات الساخرة بالنسبة للمستخدمين والاشباع المحققة منها يتوقع ان يستفاد من نتائج هذه الدراسة في معالجة بعض المشاكل الاجتماعية المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي.

#### 4-أهداف الدراسة:

- تسعى جميع الدراسات الى الخروج بأهداف معينة وأهداف دراستنا لا تخرج عن المفهوم العام لأسباب اختيار الموضوع و هي كآلاتي:
- عادات وانماط التعرض تعرض المستخدمين للصفحات الساخرة على شبكات التواصل الاجتماعي
  - دراسة جمهور الصفحات الساخرة على شبكات التواصل الاجتماعي و اهم خصائصه (اللغة المستخدمة، التفاعلات، المواضيع و المضامين المفضلة)
  - التعرف على دوافع مستخدمي الصفحات الساخرة والاشباع التي يسعون الى تلبيتها من خلال هذه الاستخدامات.
  - محاولة دراسة سبب الانتشار الواسع للصفحات الساخرة على شبكات التواصل الاجتماعي وارتفاع معدلات المستخدمين فيه.
  - أهمية الصفحات الساخرة بالنسبة للمستخدمين و الاشباع المحققة منها.
  - المساهمة في تنمية و اثناء مكتبة علوم الاعلام و الاتصال بتوفير مصادر إضافية.

## 5- أسباب اختيار الموضوع.

إن وراء كل بحث أو دراسة أسبابا معينة تدفع صاحبها لإثارة المشكلة والسعي نحو إيجاد حلول لها، ومن بين أسباب اختيار هذا الموضوع هي:

- محاولة دراسة جمهور الصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة أهم خصائصه وتفضيلاته والاشباع المحققة منها.
- الوقوف على دوافع استخدامات الجمهور للصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي - معرفة الاشباع المطلوبة التي يسعى المستخدمون للوصول إليها من خلال متابعة الصفحات الساخرة.
- هناك اهتمام شخصي بمتابعة الصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي لاعتقادي بأن وجودها في الوسائط الجديدة هو أمر ضروري، لأنها تحمل أفكار توجهات خاصة وباب الحرية فيها مفتوح أكثر.
- الرغبة في معرفة أسباب إقبال المستخدمين على متابعة الصفحات الساخرة، وتزايد الاهتمام الجماهيري بها.

- عدم توفر دراسات سابقة حول الصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي بسبب حداثها في الوطن العربي وفي الجزائر خاصة.

- إثراء مكتبة الإعلام والاتصال بالجامعة بهذا النوع من الدراسات العلمية.

- بما أنني باحث في الاتصال كان لزاما علي إنجاز بحث علمي ضمن تخصصي، ليس الهدف منه تخطي مرحلة دراسية فقط بل تقديم عمل مفيد، وتطبيق خطة الدراسة الموضوعية مسبقا لطالب الماجستير.

## 6- المدخل النظري للدراسة

### نظرية سوسيولوجيا الاستخدامات:

يعتبر هذا المنظور المستخدم فاعلا مستقلا يتمتع بالقدرة على الابداع والاستخدامات والممارسات مرتبطة ارتباطا وثيقا بالتصورات التي يحملها الأفراد بخصوص الأشياء التقنية.

وتنطلق سوسيولوجيا الاستخدامات من فكرة أولية بسيطة مفادها التمييز بين الاستعمال والاستخدام وإزالة الغموض الذي يكتنف توظيفهما لوصف بعض الممارسات الاتصالية باستخدام الوسائط التكنولوجية (Picaultu-2007-P374) ويرجع أصل دراسات الاستخدامات في شكلها الحالي إلى الأعمال التأسيسية للباحث (ميشال دو ساترو) الخاصة بالتساؤلات التي طرحها بشأن الممارسات اليومية في مجال

التكنولوجيا، وقيامه بتحليل الفارق بين الاستخدامات المبتكرة وتلك الملاحظة بمقابلة عاملين متضادين، عالم الإنتاج وعالم الاستهلاك أو الاستخدامات المبتكرة وتلك الملاحظة بمقابلة عاملين متضادين، عالم الإنتاج وعالم الاستهلاك أو الاستخدامات المدركة كممارسات إبداعية وخلافة التي تساهم في ابتكار الحياة اليومية (Certeau-1990-p28) هكذا ارتبطت التساؤلات الأولى حول الاستخدامات بملاحظة عدم التطابق بين الاستخدامات المتوقعة والاستخدامات الفعلية، على سبيل المثال، هل يعتبر التحول عن الاستخدامات انحرافاً أم إبداعاً؟ وما هي طبيعة الاستخدامات المنصوص عليها؟ والاستخدامات الفعلية والاستخدامات المنحرفة؟ حيث تم الوصول إلى نتيجة مفادها وجود فارق بين الاستخدامات المفكر فيها (les usages penses) والاستخدامات الفعلية لخطاب الأخصائيين التقني (شامبا 1994)، (جويه 1993 و2000)، و(مالين، توسان، 1994)، و(برولكس 2001)، ضمن إطار نفعي، داعياً إلى ملاحظة الإذاعة التي عرفت أنها تقدم تقنية جديدة، أو كمنتج جديد ضمن الجسم الاجتماعي مع اعتماد نماذج عن الرواد والباحثين من أمثال (روجرز) وقد أتاح هذا التيار الذي انتقد كثيراً بسبب التباعد الذي أقامه بين كرة الإنتاج وكرة البث، ولرؤيته الدفاعية عن الابتكارات، إمكانية تركيب أولى الأبحاث الكمية عن تكنولوجيا الإعلام، الأمر الذي مكنا لاحقاً من تعيين مسارين علميين للطرائق النوعية، أحدهما فرانكفوني، والآخر انجلوسكسوني، وهما اليوم على طريق التلاقي، مع إدخال التقنيات في الثقافات، فمدرسة الابتكار ومن ثم مدرسة المعرفة الموزعة هما على تصدي، بسبب الانتباه الذي حملاه، للعلاقات بالأشياء حتى لو كانت احتمالاتهما لا تتخلص أحياناً من الوقوع في تجربة طبيعية (حركة وضعت على تصور التقنيات فقط في المدرسة الأولى، وعلى النماذج المعرفية في الثانية. (ميغريه، 2009، ص 462).

ففي البلدان الفرانكفونية، ابتداء من سنوات 1970-1980، ساهمت عدة بحوث في فهم الاستخدامات الخاصة والمهنية للميكرو حاسوب، ولأدوات المنزلية، ولـ CB (التيليماتيك) ونذكر منها مجموعة من الأبحاث الرائدة للباحثين من أمثال (جوزيان جويه، دومينيك بوليه، سارج برولاكس، تيارى بارديني وايفز توماس)، والتي وضحت كيفية القيام بالاستخدامات المقيدة للشبكات من قبل غالبية المستخدمين، خلافاً للتوقعات الوهمية، كما تعتبر أعمال ميشال دو سارتو أهم المراجع في ذلك وتجدر الإشارة إلى أن الاستخدام لمستويات متعددة للوصف التي أجراها ميشال دو سارتو تبدو في النهاية غامضة في المجالين "اختراع اليومية" الذي استخدم كنموذج للتقييم الفوضوي للممارسات، حيث أن نص (جاك باريو) لم يكن بعيداً عنه "منطق الاستخدام 1989، أو مميزاً بالنسبة إلى الحركات الثقافية، على طريقة الاجتماعي السياسي

للاستخدامات التي دافع عنها بصورة خاصة (فيتالي وبرولاكس وفادال)، وقد تمنى هذا الأخير التشديد على البعد النقدي في تحليل الممارسات باستدكار قدرات استرداد المقاومات من خلال المنتجين، وذلك حتى لا يبقى على التقييم الوحيد للمستخدم الناشط، غالبا ما تتصلب المناهضة بين الاستراتيجية والتكتيك، وبين المجاز والمنهج المؤقت عند سارتو، المأخوذ بالمعنى الحرفي (ميغريه، 2009، ص 463-464).

ولقد ساهم انتشار الحاسوب الآلي وتطور التقنيات الرقمية في تنامي دراسات الاستخدامات والاهتمام بظاهرة فردنة وسائل الاتصال. واعتبر استخدام هذه الوسائط كعامل محفز للمبادرة الشخصية والحرية الفردية، وكوسيلة للتخفيف من وطأة وسائل الإعلام الجماهيرية والتخلص من سطوة التلفزيون، لأن الفرق بين وسائل الاتصال التقليدية ووسائل الاتصال الجديدة من زاوية المستخدم هو أنه غير مستقل تماما بالنسبة للأولى، ولكنه يتمتع باستقلالية كبيرة بالنسبة للثانية (بومعيزة، 2012، ص 212).

وتجدر الإشارة إلى أن تقليد دراسات الاستخدامات يتميز بعدة مقاربات منها ما يؤكد على الصلة القائمة بين الأشياء التقنية واستمراريتها في علاقاتها بالاستخدامات، أي أن هناك تدرجا بين استعمال وسائل قديمة ووسائل اتصال جديدة، مثلا، فالذي يستخدم الانترنت لا يتوقف على مشاهدة التلفزيون في نفس المضمار يدرس بعض الباحثين الاستخدامات من حيث كونها أنشطة موقفية (استخدام عادي، خارج البيت، احتفائي، مرتبة التكنولوجيات، حال التكنولوجيات)، بينما يركز البعض الآخر على عنصر السياق من خلال ابراز أهمية العلاقة الجدلية بينهما كالفضاء والزمان، أو التركيز على أثر البيئة الاجتماعية على استخدامات تكنولوجيات الاتصال الجديدة (مع من نستخدم، ممنوعات الاستخدام، قواعد الاستخدام، معايير الاستخدام)، لذلك يقر الكثير من الباحثين بأن معنى التكنولوجيا الاتصالية الجديدة ينبغي أن يبنى من عملية التفاعل الاجتماعي فيما بين الأفراد (Fulk j-1993-p921).

ويرتبط بالاستخدامات مقرب التملك الذي يوضح الفوارق في الاستخدامات والمستخدمين بالتركيز على البناء الاجتماعي للاستخدام، وتحديدًا عن طريق المعنى الذي يكتسبه بالنسبة للمستخدم، ويهتم بعملية إدماج الأشياء التقنية في الحياة اليومية للأفراد، ويعني منطلق التملك الاجتماعي أن التحكم الإدراكي والتقني لحد أدنى من المعارف وحسن التدبير يسمح في نهاية المطاف بالاندماج الدال والمبدع لهذه التكنولوجيا في الحياة اليومية للفرد أو الجماعة، وضمن هذا المقرب عكف الباحثون على توضيح أهمية بناء الهوية الشخصية والهوية الاجتماعية للأفراد في عملية تملك تكنولوجيات الاعلام والاتصال (chambar-1994-pp249.270)

## 7- تحديد مفاهيم الدراسة:

### -شبكات التواصل الاجتماعي:

-الموقع: لغة : الموقع هو مكان الوقوع، جمع مواقع، ومواقع القتال: مواضعه ومواقع القطر: مساقطه(جبران، 2005، ص212). أما اصطلاحا فهو مجموعة من الصفحات التي تصف هيئة أو شخصا وتعرف بهما.

### -التواصل:

التواصل لغةً هو الاقتران والاتصال والصلة والترابط والالتزام والجمع والإبلاغ والانتهاة والإعلام، وتعني إنشاء علاقة ترابط وإرسال وتبادل، وتواصل الصديقان، أي واصل أحدهما الآخر في اتّفاق ووثام: اجتمعا، اتّفقا، وتواصل الحديث حوّل المائدة: أي توالى، وتواصلت الأشياء، أي تتابعت ولم تنقطع (جبران، 2005، ص58). بين ذات مرسله وذات مستقبله حيث تنطلق الرسالة من ذات الأخرى تقتضي العملية جوابا ضميا أو تصريحاً عما نتحدث عنه الذي هو الأشياء أو الكائنات أو بعارة أشمل موضوعات العالم ويتطلب نجاح هذه العملية اشتراك عناصر الاتصال.

والتواصل هو علاقة بين فردين على الأقل كل منهما يمثل ذات نشطة وكذلك هو العملية التي يتفاعل بها المرسل والمستقبل لرسالة معينة في سياق اجتماعي مع الفرد أو عبر وسط يهدف تحقيق غاية أو هدف محدد. كما يعرف أيضا على أنه علاقة متبادلة بين الطرفين تؤدي إلى التفاعل بينهما كما ننشر علاقة حية متبادلة بين الطرفين(بن هادية وآخرون، 1997، ص60).

### -الاجتماعي لغة : اجتمع يجتمع اجتماعا معناه: انظم وتألّف.(بدوي، صديقة، 2000، ص7).

أما اصطلاحا: فالاجتماعي معناه الرجل الكثير المخالطة للناس.

### -التواصل الاجتماعي:

إن التواصل الاجتماعي هو نقل الأفكار والتجارب وتبادل الخبرات والمعارف بين الذوات والأفراد والجماعات بتفاعل إيجابي وبواسطة رسائل تتم بين مرسل ومتلقي وهو جوهر العلاقات الإنسانية.(بن هادية وآخرون، 1997، ص79).

## -شبكات التواصل الاجتماعي:

إن مواقع التواصل الاجتماعي، تعد وسيلة من وسائل الاتصال والتواصل، التي توفر إمكانية الوصول إلى أفراد المجتمع بكافة شرائحهم، ويعد أفراد المجتمع مجموعة من الناس يرتبطون بعضهم ببعض من خلال الصلات والعلاقات الاجتماعية مثل الصداقة والمشاركة وتبادل المعلومات، ويعرفها بعض الباحثين بأنها مواقع على شبكة الانترنت والتي تسمح للفرد ببناء ملفه الشخصي، وإنشاء قائمة من المستخدمين الآخرين المتصلين والمشاركين معه، وعرض التعليقات والمواضيع والمناقشات التي أدلى بها غيره داخل المواقع حتى تشمل المستويات كافة (محمد جواد، 2017، ص301).

وتعرف على أنها شبكات إلكترونية اجتماعية تتيح عملية التواصل بين مستخدميها وقد وصفت هذه المواقع بأنها اجتماعية نسبة للازدياد المتواصل في عدد مرتاديها. (قرة، رغيس، 2018، ص173).

ويطلق عليها أيضا الشبكات الاجتماعية وهي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثمة ربطه به من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.

وتعرف أيضا على أنها مواقع الكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية يقومون من خلالها بإنشاء علاقات اجتماعية وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من المتفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة.

ويضيف بشري جميل في هذا السياق بأنها الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت لتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بسماع آرائهم وأصواتهم للعالم أجمع.

## -التعريف الإجرائي لشبكات التواصل الاجتماعي:

هي تلك المواقع الافتراضية التي تستخدمها مؤسسة الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب فرع ولاية المسيلة بغية التعريف بها وتحسين خدماتها العمومية.

-الفيسبوك: من أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشارا والتي تخدم دراستنا هو موقع الفيسبوك والذي هو "موقع اجتماعي يساعد في الحفاظ وبناء العلاقات بين الأفراد، وهو عبارة عن مجموعة أدوات اجتماعية تساعد بشكل أو بآخر على المستوى الشخصي من ترفيه، إجراء لقاءات، القيام بمخططات كشراء، بيع، مشاركة تنظيم الأحداث، القيام بالإشهار" (برهومي، الصالح، 2015، ص132).

إضافة لما سبق يعتبر الفايسبوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي إذ يساعد في بناء العلاقات بين الأفراد من أرجاء المعمورة وفي التواصل بينهم والتنسيق والتضامن التعاون لأجل فكرة أو هدف معين حيث يرى مخترعه مارك زوكربيرغ أن الفايسبوك هو " حركة اجتماعية وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يسيطر على نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية بالتالي أخذ صفة دليل سكان العالم، كما يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم قصد جعل العالم أكثر انفتاحا. (عباس، 2008، ص15).

ويعرف محمد جواد زين الدين في مجلة الفراهيدي أن الفايسبوك يعد: "أحد مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت، ويمكن الدخول إليه مجاناً، ويتيح للمستخدمين القيام بإنشاء علاقات صداقة والاتصال مع مستخدمين آخرين والتفاعل معهم، ونشر الأحداث والتعليقات والتسجيل كمعجبين، وإضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور والخدمات والتعريف بالشركات كوسيلة متطورة للتعريف بنشاط الشركة والحفاظ على سمعتها ضمن فعاليات وسائل التواصل الاجتماعي لموقع الشركة". (محمد جواد، 2017، ص302).

**الصفحات الساخرة:** هي صفحات على الفيسبوك تتناول قضايا اجتماعية وسياسية بطريقة هزلية وساخرة، لكنها هادفة، تعري الواقع السياسي والاجتماعي، وتساهم في نشر المعلومة بين أوساط المجتمع.

## 8- منهج الدراسة:

لدراسة أي ظاهرة في علوم الاعلام والاتصال تحتاج إلى استخدام طرق وقواعد تساعد الباحث في الإجابة على التساؤلات التي تم طرحها في الإشكالية، وهذا ما يشكل في جوهر الدراسات ما يسمى بالمنهج، وبما أن بحوث الإعلام والاتصال تتطلب من الباحث الاعتماد على منهج معين يكون مناسباً للحصول على المعلومات اللازمة وفقاً لطبيعة الدراسة وأهدافها اللذان يفرضان نوع المنهج المستخدم، لذلك فإن البعد المنهجي لأي دراسة علمية يحتل أهمية متميزة كما يتطلب عناية فائقة من قبل الباحث قصد توفير حد كبير من الملائمة بين طبيعة الموضوع من جهة والمنهج من جهة أخرى، فالمنهج "هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة" أو هو "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة أما من أجل الكشف عن الحقيقة حين نكون بها جاهلين، أو من أجل البرهنة عليها حين نكون بها عارفين: (بدوي، 1977، ص ص 4،5).

وبما أن طبيعة موضوع دراستنا يتمحور حول دور مواقع مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية، تفرض علينا اتباع منهج ملائم يتوافق مع أهداف دراستنا، لذا فقد اعتمدنا في هذه الدراسة على:

المنهج الوصفي الذي يصف ويحلل ويفسر مختلف البيانات والمعطيات حول الظاهرة المدروسة، كما يعرف أنه: "طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية أو سكان معينين" (بوحوش، الذنبيات، 2007، ص 139).  
وتأسيسا على ما سبق فإن الاعتماد على المنهج الوصفي يسمح لنا بالجمع الوفير للمعلومات حول الظاهرة، وتحديد أسباب وجودها مع وصفها وصفا دقيقا والتعبير عنها كميا وكيفيا تمهيدا لفهم الظاهرة التي نحن بصدد دراستها، محاولين بذلك الإجابة على تساؤلنا الرئيسي.

## 9- أدوات جمع البيانات:

لكي يستطيع أي باحث الوصول إلى نتائج معينة بالنسبة لموضوع دراسته لا بد عليه استخدام أدوات وطرق في جمع المعلومات، وهذه الأدوات التي يعتمد عليها الباحث في جمع بياناته ضمن خطة معينة ومن بين أدوات البحث العلمي نستخدم في دراستنا هي:

**الاستبانة:** عرف الاستبيان بأنه "مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الاسئلة الواردة فيها". "و بواسطتها يمكن الوصول إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق.

هي مجموعة الطرق والأساليب المختلفة التي يعتمد عليها في الحصول على المعلومات وليانات اللازمة في إنجاز البحث، وإذا كانت أدوات البحث متعددة ومتنوعة فإن طبيعة البحث هي التي تحدد أداة البحث التي يجب على الباحث استخدامها في إنجاز وإتمام عمله، كما أن عبقرية وبراعة الباحث تلعب دورا مهما في تحديد كيفية استخدام أدوات البحث العلمي، وفي دراستنا هذه استخدمنا أداة لبحث المتمثلة في استمارة الاستبيان باعتبارها أفضل الأدوات وأقلها تكلفة وأكثر فاعلية في البحوث الوصفية<sup>1</sup>.

1- ماثيو جيدير، منهجية البحث العلمي، ترجمه من الفرنسية ملكة الأبيض، دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير والدكتوراه، ص 28. رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية، ط1، دار الفكر، دمشق، سوريا، 2002، ص 321.

ويعرف الاستبيان بأنه أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب، وقد وجدنا أنه في حالتي الملاحظة والمقابلة فإن الباحث يكون سيد الموقف لأنه يعد الاستمارة ويطرح الأسئلة ويقوم بجمع وتدوين البيانات بنفسه، بينما في حالة الإجابة على أسئلة الاستبيان فإن المستجيب يكون هو سيد الموقف فهو يعبئ الاستمارة بكلماته وخط يده حسب فهمه للأسئلة ومدى رغبته للاستجابة ( فوزي عرابة وآخرون، 1977، ص53).

ويعرف كذلك بأنه أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق والتوصل إلى الوقائع على الضروف والأحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء، تساعد الملاحظة ويكملها وهو في بعض الأحيان الوسيلة الوحيدة للقيام بالدراسة العلمية ( رجاء وحيد دويدري، 2001، ص321).

حيث تعتبر الاستمارة من الأدوات الهامة التي تستعمل في جمع البيانات المختلفة بموضوع الدراسة، وقد اعتمدنا على هذه الأداة في دراستنا للجمهور المستهدف.

والاستبيان قد يرسل بطريق البريد إلى الأفراد المعنيين ، وقد يحمله الباحث بنفسه إلى الأشخاص والأسلوب المثالي هو أن يملأ الاستبيان بحضور الباحث ويسجل بنفسه الأجوبة والملاحظات التي تثري البحث فيما بعد ، لان المجيب يتوسع في بعض الأحيان في اجابته ويفيد الباحث أكثر مما كان يتوقع منه ، والشيء الذي يحصل في معظم الأحيان أن الباحث لا ينتبه إلى بعض الجوانب في الموضوع عند وضع الاستبيان والمحييون هم يلفتون انتباهه إلى تلك الثغرات فيتداركها في الحال ( بوحوش ، الذنبيات ، 2007، ص 67 ).

وبناء على ما سبق ذكره فقد قام الباحث بإعداد استبيان الدراسة الموسومة بجمهور الصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال اتباع الخطوات التالية:

- اعداد مسودة أولية و عرضها على الاستاذ المشرف مما أدى الى التعديل فيها لملائمة الدراسة و متغيراتها لقياس ما وضعت لأجله.

- ضبط و ترتيب المحاور وفقا لما قرره الاستاذ المشرف ثم عرضها على محكمين من قسم علوم الاعلام و الاتصال بعد تعديل و ادراج ملاحظات المحكمين و اقتراحات الاستاذ المشرف معها تم التوصل الى الشكل النهائي لاستمارة الاستبيان ، التي قمنا بتوزيعها في شكل استمارة الكترونية لاستهداف العينة المحددة و هي جميع مستخدمي الصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي ، و عي تتكون من 3 محاور بالإضافة

الى محور البيانات الشخصية للمبحوثين و الذي يظم سؤالين (الجنس ، المستوى التعليمي) وكان السؤال من 1الى2.

### المحور الاول:

جاء بعنوان عادات و انماط تعرض جمهور المستخدمين للصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي بالجزائر إذ احتوى هذا المحور على 7 اسئلة من السؤال رقم 3 الى السؤال رقم 9.

### المحور الثاني :

جاء بعنوان تفاعل و تفضيل مستخدمي الصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي بالجزائر و يحتوي هذا المحور على 3 اسئلة من السؤال رقم 8 الى السؤال رقم 10 وتشتمل تنطوي تحت الأسئلة الثلاث 12عبارة المحور الثالث:

بعنوان الاشباع المحققة لمستخدمي الصفحات الساخرة و الذي تمثل في مجموعة من العبارات يحدد المتحنون فيها موقفهم من العبارات الموضوعه مسبقا ببدائل موافق - معارض - محايد اشتمل على 10 عبارات و بذلك احتوت الاستبانة على 10 عبارات و 13 سؤال (انظر الملحق)

### - صدق وثبات الاستبيان

من أجل التحقق من صلاحية الاستبيان للتطبيق الميداني ، قمنا بعرض الصورة الأولية له على عينة من المحكمين (ثلاثة) من أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة المسيلة ، ومن خلال الملاحظات المقدمة قمنا بإجراء التعديلات اللازمة على الاستبيان ، وأخرجناه في صورته النهائية ، ثم قمنا بتطبيقه على عينة استطلاعية ممثلة لمجتمع البحث والمتكونة من 20 فردا ، ومن خلال النتائج المتحصل عليها قمنا بحساب الصدق والثبات للاستبيان.

### أولا: الصدق.

للتأكد من صدق استبيان الدراسة اتبعنا طريقة **صدق المحتوى**، وذلك من خلال طريقة استطلاع آراء المحكمين المختصين في الموضوع المراد دراسته ، وذلك للتأكد من سلامة صياغة البنود من ناحية ومدى مناسبتها للمجال المراد قياسه من ناحية أخرى .  
ولحساب هذا النوع من الصدق لا بد من:

حساب صدق كل بند بصفة منفردة وفق المعادلة الإحصائية التي اقترحها لوشي ومفادها:

$$\frac{ن-1}{ن} = \text{ص.م.ب}$$

حيث : ص.م.ب هو صدق محتوى البند

1 ن : عدد المحكمين الذي اعتبروا أن البند يقيس السلوك

2 ن : عدد المحكمين الذي اعتبروا أن البند لا يقيس السلوك المراد قياسه

ن : عدد المحكمين الإجماليين.

تجمع كل القيم المتحصل عليها في البنود ثم يتم تقسيمها على عدد البنود والنتيجة المحصل عليه هي قيمة

صدق المحتوى الإجمالي، وقد جاءت نتائج استطلاع رأي المحكمين كما يبينه الجدول الموالي:

الجدول رقم (01): يمثل استجابات أفراد عينة المحكمين على بنود الاستبيان وقيم صدقها

قيمة الصدق	الأفراد		البنود	قيمة الصدق	الأفراد		البنود
	لا يقيس	يقيس			لا يقيس	يقيس	
0.33	01	02	11	1	00	03	1
1	00	03	12	0.33	01	02	2
1	00	03	13	0.33	01	02	3
0.33	01	02	14	1	00	03	4
1	00	03	15	1	00	03	5
1	01	03	16	1	00	03	6
1	00	03	17	1	00	03	7
1	00	03	18	0.33	01	02	8
0.33	01	02	19	1	00	03	9
1	00	03	20	1	00	03	10

وبقسمة قيمة مجموع صدق البنود وهو: 15.98 على عددها والمقدر ب : 20

نتحصل على قيمة صدق المساوية ل : 0.799

وعلى اعتبار أن هذه القيمة أكبر من 0.60 يمكننا القول أن هذا الاستبيان فعلا صادق لما أعد لقياسه.

ثانيا : الثبات :

وللتحقق من ثبات استبيان الدراسة، تم الاعتماد على طريقة واحدة هي: معامل ألفا كرونباخ :  
كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (02): يبين قيمة معامل (Cronbach's Alpha) للاستبيان وبنوده 18 بدون احتساب بنود البيانات الشخصية.

متغير جمهور المواقع الساخرة	عدد البنود	قيمة معامل Cronbach's Alpha
	18	0.698

يتبين من الجدول ( ) أن معامل ثبات المقياس باستخدام هذه الطريقة أعطى مؤشرات مطمئنة حول ثبات هذا الأخير، حيث كان معامل (Cronbach's Alpha) لجميع فقرات متغير الدراسة يساوي (0.698)، وهي قيمة مقبولة تشير إلى ارتباطات قوية، وهذا مما يدل على أن الاستبيان يتسم بدرجة عالية ومقبولة من الثبات مما يبين مدى صلاحيته للتطبيق الميداني.

## 10- مجتمع البحث وعينة الدراسة.

بسبب توسع المجتمعات المدروسة، أصبح الباحثون لا يستطيعون القيام بدراسة لجميع عينات مجتمع البحث، لذلك اعتمد الباحثون لتجاوز هذه الصعوبة على طريقة العينة، المأخوذة من مجتمع البحث الكمي وذلك للقيام ببحوثهم. ومجتمع البحث هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، إلا أنه يصعب الوصول إليه بسبب ضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح "العينة" أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات، والذي يعتبر عادة جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجيات الدراسة وأهدافها . (محمد عبد الحميد، 2004، ص353)، وبناء على ذلك سيكون مجتمع البحث في دراستنا هو جميع مستخدمي الصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي.

## 11-الدراسات السابقة:

-دراسة رامي علي عبد الرؤوف رجوب .

بعنوان: المقال الساخر في الصحافة الإلكترونية الأردنية- مقالات كامل نصيرات أمودجاً ، دراسة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2017.  
تكمّن إشكالية هذه الدراسة في محاور واتجاهات الصحافة الإلكترونية الساخرة، ودرجات السخرية المستخدمة، وقد تم صياغة هذه الإشكالية في سؤالين هما:

- ماهي مجالات السخرية في مقالات الكاتب كامل نصيرات؟

- ماهي أساليب السخرية في مقالات الكاتب كامل نصيرات؟

وتتمثل أسئلة الدراسة الفرعية في:

- ما درجات السخرية المستخدمة في مقالات الكاتب كامل نصيرات؟

- ماهي فئات الموضوعات التي تناولتها مقالات الكاتب؟

- ماهي فئات الجمهور التي يستهدفها الكاتب؟

- ما الإتجاهات التي تضمنتها مقالات الكاتب؟

- ما الأحداث الفاعلة في مقالات الكاتب؟

- ما الإتجاهات التي يستعملها الكاتب في مقالاته؟

وتتمثل أهداف هذه الدراسة في:

- تحديد موضوعات وقضايا مقالات الكاتب كامل نصيرات

- تحديد ميول واتجاهات مقالات الكاتب كامل نصيرات

- تحديد درجات السخرية في مقالات الكاتب كاما نصيرات

- تحديد الفئات المستهدفة في مقالات الكاتب كامل نصيرات

وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي في هذه الدراسة، وعلى تحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات. أما

مجتمع الدراسة فيتمثل في المقالات الساخرة المنشورة على شبكة الأنترنت، في حين تعتبر مقالات كامل

نصيرات المنشورة من 1-1-2016 إلى 28-10-2016 كعينة للدراسة .

**-نتائج الدراسة.**

- تشير النتائج أن النسبة الأكبر من الموضوعات التي تناولتها مقالات الكاتب كامل نصيرات كانت من

نصيب موضوع السياسات وقرارات الحكومة والفساد.

- استخدم الكاتب السخرية السطحية كدرجة من درجات السخرية المستخدمة في الصحافة

الإلكترونية.

- تضمنت مقالات الكاتب إتجاهات وجدانية بالدرجة الأولى، ثم العقلية، ثم المختلطة.

- الأحداث الفاعلة في مقالات كامل نصيرات هي الأحداث الواقعية بنسبة أكبر.

- تستهدف مقالات الكاتب كامل نصيرات معظم فئات وطبقات المجتمع.

من هنا يمكن القول أن وجه الشبه بين دراستنا وهذه الدراسة يكمن في أن كلا منهما اهتمت بما يعرف بالصحافة الساخرة واعتمدت على الجانب التحليلي لمضمون هذه الصحافة والغرض منه، أما وجه الاختلاف فيتمثل في أن هذه الدراسة اهتمت بالمنشورات الساخرة عبر الصحف الإلكترونية، أما دراستنا فاهتمت بالمنشورات الساخرة عبر موقع الفيسبوك.

#### -مناقشة الدراسة:

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا في كونها ركزت على المقال الساخر في الصحافة الالكترونية من خلال تحليل اتجاهات الصحافة الالكترونية الساخرة و درجة السخرية فيها كما انها عبارة عن تحليل مضمون لجمع من المقالات الساخرة للكاتب كامل نصيرات ، و تتفق مع دراستنا في كونها ركزت على السخرية الالكترونية و اساليبها و مجالاتها و اهم فئات الجمهور التي تستهدفها.

#### -دراسة نجاة بوثلجة، فضيل دليو :

بعنوان : الكتابة الصحفية الساخرة بجريدة الشروق اليومي - دراسة تحليلية لعمود منمات للكاتب عمار يزلي أنموذجاً ، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد ،25 جامعة قسنطينة ،03 الجزائر، 2017.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة في التساؤلات التالية:

كيف تجاوب الكاتب "عمار يزلي" مع الأحداث الوطنية من خلال عمود "منامات" المنشور بجريدة الشروق اليومي؟ وما هي طبيعة الأهداف التي يرمي إلى تحقيقها؟

- ما هي الأسس والمبادئ التي قامت عليها تلك السخرية؟ وما هي دلالاتها؟

- ما هي أهم أساليب البلاغية المعتمدة في السخرية؟

- أي لغة اختارها للتعبير عن ذلك الواقع؟ وما هي مستويات قراءة عموده الساخر؟

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، وقد اعتمد الباحثان على منهج المسح عن طريق العينة، الذي يعتبر أحد المسوح التي تهتم بدراسة جزء من أفراد مجتمع البحث. أما عينة البحث فتتمثل في منشورات عمار يزلي ابتداءً من يوم الأحد 03 جانفي إلى يوم الخميس 31 مارس 2016م، كما اعتمدت هذه الدراسة على تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات

#### -نتائج الدراسة

-تميزت الأعمدة الساخرة " منامات " لكاتبها " عمار يزلي " بحسن اختيار الموضوعات والصور التي تستحق التوقف عندها والسخرية منها والتحكيم بها.

- لم تخل تلك الأعمدة الساخرة من دقة التوجه وبراعة الوصف والتصوير.  
- تميزت الأعمدة الساخرة ل"عمار يزلي" - كذلك - بتوفرها على عنصر الضحك والكوميديا.  
- اعتمدت سخرية الكاتب "عمار يزلي" على عدة أسس ومبادئ كمبدأ مخالفة الواقع ولغة التماثل.

- وظف الكاتب لبلوغ غايته الساخرة عدة أساليب البلاغية وفنية كالتعريض والمفارقة والتنكيت والتبكيث والمناداة بالألقاب، إضافة إلى الإيجاز والأسلوب الإنشائي.

- احتوت الكتابات الساخرة لعمار يزلي "من خلال عموده" منامات "على مواقف تصويرية للأوضاع السياسية والاجتماعية والثقافية الجزائرية يكمن وجه الشبه بين هذه الدراسة ودراستنا في أن كلاً منها اهتمت بالصحافة الساخرة واللغة المستخدمة في كتابة المضمون، أما وجه الاختلاف فيتمثل في أن هذه الدراسة اهتمت بمنشورات الصحافة الساخرة عبر الجرائد - جريدة الشروق اليومي - في حين دراستنا اهتمت بمنشورات الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة - موقع الفيسبوك -

### -مناقشة الدراسة:

ركزت هذه الدراسة على الكتابة الصحفية الساخرة في دراسة تحليلية لعمود الكاتب عمار يزلي "منامات" و طريقة تفاعله مع الاحداث و اسس التي قامت عليها السخرية لديه و اللغة المستخدمة ، في حين انها تختلف مع دراستنا في الاداة المستخدمة و العينة المأخوذة فدراستنا ركزت على التقرب بصلة أكبر من جمهور الصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي و معرفة استخداماته و لشباعاته المحققة منها و اهم تفضيلاته في هذا المجال.

### 3-دراسة عبد الجليل مبخوت.

بعنوان: واقع الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر، عبد الجليل مبخوت، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية علوم الاتصال، جامعة قاصدي مرباح، 2017-2018.  
تكمن إشكالية هذه الدراسة في تحليل واقع الصحافة الساخرة في الجزائر عبر الوسائط الجديدة - فيسبوك نموذجاً؟

### -تساؤلات الدراسة.

- ما هي أهم المواضيع التي تعالجها الصحافة الساخرة عبر الفيسبوك في الجزائر؟

- ما هي الأهداف التي تسعى الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة لتحقيقها من خلال المضامين التي يتم نشرها؟

- ما هي القيم المستنبطة من المواضيع التي تنشرها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر؟

- ما هي الشخصيات الفاعلة في مواضيع الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر؟

- ما هي اللغة التي تستخدمها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر في نشر مضامينها؟

- ما هي العناصر التي تستخدمها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر في نشر مضامينها؟

- كيف يتفاعل المتابع والمتصفح مع المضامين التي تنشرها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر؟

#### - أهداف الدراسة:

- السعي لمعرفة هدف الصحافة الساخرة من المضامين التي تنشرها عبر الوسائط الجديدة في الجزائر.

- التعرف على المواضيع الأكثر نشرًا من طرف الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر.

- تحديد الشخصيات الفاعلة في مضامين الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر.

- معرفة القيم التي تتضمنها المواضيع التي تنشرها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر.

- تحديد اللغة التي تستخدمها الصحافة الساخرة في منشوراتها المتعددة.

- تحديد الطريقة التي يتفاعل بها المتصفح للصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر.

- تحديد الخصائص التوبوغرافية التي تستخدمها الصحافة الساخرة في مضامينها.

#### - أهمية الدراسة:

- تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تسعى إلى توسيع المعرفة حول الصحافة

الساخرة والتي تعتبر نوع من أنواع الكتابة الصحفية

- كما تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال سعيها لتعريف المجتمع بهذا النوع من الكتابة الصحفية و طريقة

التحليل وفهم المقصود من الموضوع المثار والمكتوب .

- كما تكمن أهميتها كذلك من خلال القيام بتحليل المضامين التي تنشرها الصحافة الساخرة والكشف عن أهدافها واللغة المستخدمة فيها وطريقة التفاعل مع منشوراتها، وهو الشيء الذي أهملته بعض الدراسات السابقة ولم تلتفت إليه.

#### - منهج الدراسة:

وبما أن الدراسة تتمحور حول: واقع الصحافة الساخرة في الجزائر عبر الوسائط الجديدة-فيسبوك نموذجاً " فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية كونها تقوم على وصف وتحليل المضامين الإعلامية المنشورة من طرف الصحافة الساخرة وكشف أبعادها والهدف منها. وذلك من خلال منهج تحليل المضمون المحتوى.

#### مناقشة الدراسة:

نتفق مع هذه الدراسة في تناولها للسخرية و الصحافة الساخرة في الوسائط الجديدة و هذا تناولها بعض الصفحات الساخرة، على موقع فيسبوك ، لكن تختلف مع دراستنا في طريقة تناول الموضوع من خلال انها عبارة عن تحليل مضمون واقع الصحافة الساخرة بالجزائر في حين ان دراستنا دراسة ميدانية عن طريق استمارة استبيان لدراسة جمهور الصفحات الساخرة.

#### خلاصة:

من خلال هذا الاطار المنهجي للدراسة يمكننا القول اننا استطعنا من فك معالم الموضوع و الوقوف على مختلف جوانبه و متغيراته، كما تمكنا من الاحاطة بمختلف المواضيع التي دُرست في هذا الموضوع و على قلتها و الاستعانة بها في باقي الخطوات اللاحقة من مراحل البحث التي تمكنا من اتمام هذه الدراسة

# الإطار النظري

## الإعلام الساخر

1- نشأة وتطور السخرية

1-1 تعريف السخرية

2-1 خصائص السخرية

3-1-بواعث السخرية

4-1-مخاور السخرية

2- أنواع الإعلام الساخر

2-1الإعلام الساخر المكتوب

2-2الإعلام التلفزيوني الساخر

3-2-خصائص البرامج الساخرة

3- الشبكات الاجتماعية والوظيفة الاتصالية والإعلامية

3-1-الويب 2.0

3-2- شبكات التواصل الاجتماعي و العمل الإعلامي

## 1-نشأة وتطور السخرية:

### تعريف السخرية لغة:

من الفعل سخر، نقول سخر منه وبه يسخر سخرًا وسخرًا ، وسخرهً وسخرياً وسخرية أي هزئ به. والسخرية هي الهزء بشيء ما لا ينسجم مع القناعة العقلية، ولا يستقيم مع المفاهيم المنتظمة في عرف الفرد أو الجماعة، يضحك منه الناس ويضحك منهم. ُ والسخره هي ما تسخرت من دابة أو خادم بلا أجر ولا ثمن، ويقال سخرته أي قهرته وذلكته. ( ابن منظور، لسان العرب، 1990، ص3)

قال تعالى: " وَسَخَّرَ لَكُمُ الشَّمْسَ وَالْقَمَرَ دَائِبِينَ وَسَخَّرَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ " الآية 33 من سورة ابراهيم) .

أي ذللها، سخرت السفينة أي أطاعت وجرت وطاب لها السير. والله سخرها تسخيرا ،والتسخير هو التذليل وكل ما ذلُّ أو انقاد أو تهيأ لك على ما تريد فقد سخر لك. نستطيع القول ومن خلال الدلالة المعجمية لكلمة سخرية تعني القهر والتذليل وإخضاع الآخر، فهي مرادفة للشعور بالأفضلية والنظر للآخر نظرة دونية. لاجمع الإمام الجوهري كذلك معنى السخرية بالهزأ والتذليل (الجوهري، 2009، ص525) .

## 1-1-تعريف السخرية اصطلاحا:

السخرية نوع من التأليف الأدبي أو الخطاب الثقافي الذي يقوم على أساس انتقاء الرذائل والحماقات والنقائص الإنسانية فردية كانت أم جماعية، وكأنها عملية رصد أو مراقبة لها، وتكون في أساليب خاصة، منها التهكم أو الهزل أو الإضحاك، كل ذلك في سبيل التخلص من خصال وخصائص سلبية. (نيفين محمد شاكر عمرو، 2009، ص2).

يصعب عمليا أن نحدد تاريخا دقيقا لظهور مصطلح السخرية في المجتمع الإنساني ومع ذلك يمكننا القول إنها موجودة منذ الأزل، منذ أدرك الإنسان ذاتيته وكميزة عن الآخر فظهر مصطلح السخرية مع تشكل الجماعات البشرية و ظهور مصطلحات القهر السياسي والتسلط.

فقد كشفت الدراسات والأبحاث الأثرية عن وجود رسوم كاريكاتورية كتب الإنسان القديم على جدران الأهرامات المصرية. و كذا في أرجاء المعابد القديمة نذكر من ذلك

"بردية" مصرية قديمة بيد رسام ساحر مجهول عن طائر يصعد إلى شجرة ليس بواسطة جناحيه و إنما بواسطة سهم خشبي (الغريايوي منتديات ميدوزا 2005) فاستعمال الطائر للسهم الخشبي بدلا من جناحيه في هذه الصورة مخالف لما هو متعارف عليه في الواقع ما جعله موضعا للسخرية. (شمسي واقف زادة، 1971، ص12)

فالسخرية وإن ارتبطت دلالتها بالهزء والتحفيز إلا أن إتقانها يستدعي ذكاء و فطنة شديدين لا يتوافران في أي كان لذلك تعتبر بعدا كبيرا بين المثالية و الواقع فلا يمكن لجميع الناس أن يكونوا ساحرين. و إلا لفقدت جودتها و على هذا يمكننا القول أن السخرية فن قائم بذاته يختص بتأليف جماعة معينة من الناس (شمسي واقف زادة، 1971، ص10) . السخرية عند الغرب قد ارتبطت ارتباطا وثيقا بالأعمال الفكرية والفلسفية لدى أسماء بارزة مثل سقراط (socrate) وفيشن ونوفمس Novagis و فريدريك شليغل (F.scheligel) و بعد ذلك طورتها الدراسات الأسيوية المعاصرة حتى أصبحت صورة بلاغية، فالسخرية كشفت المجتمع على حقيقته و جردته من الحيل و الألاعيب التي كانت تتخلله، فاقتربت من الاستعارة حيث قيدت الوظيفة المرجعية للغة و بذلك فتحت المجال واسعا للغة المشفرة فالسخرية اعتمادا على هذا المعنى تعتبر مجازا بلاغيا يهدف في مضمونه إلى انزياح دلالي (بن عيسى ابتسام ليمي، 2011، ص63) .

حاول "ألفرد إدلر" أن يرجع السخرية أو يجللها -كانفعال مركب - إلى الغرائز البسيطة التي تتركب منها، فقال: " هي خليط من انفعالين هما الغضب والاشتمزاز ، فنحن إذ نتور فينا غريزة النفور نشتمز، فإذا عدا الشيء الذي أثار اشتمزازنا على صفاء عيشتنا، من أية ناحية من النواحي ، بعثت فينا غريزة المقاتلة والانفعال المقترن بها، وهو الغضب، فدفع بنا إلى السخرية مما بعث اشتمزازنا أو ممن أثير في نفوسنا، ولا يخلو هذا من عنصر الزهو، لأننا نزرع إلى الرضا عن أنفسنا والترويح عن شعورنا، عقب مطاوعة السخرية والانسياق معها" كل ما يضحك فهو هزل، ولكنه ينقسم إلى قسمين: أحدهما ليس له غرض أو هدف إلا الإضحاك فحسب وهو ما يطلق عليه الفكاهة، والآخر له غرض هادف واضح -سواء كان معينا أو غير معين حين إلقاء النكتة - وهو السخرية. النكات التي يمكن أن تكون مجرد الإضحاك فحسب، حينئذ هي الفكاهة، وقد تكون بقصد اللذع والإيلام فهي السخرية، وقد تجمع بين الغرضين. تمتزج السخرية بالهزاء من ناحية الوظيفة وكلاهما يفتقان من ناحية المادة أو الطبيعة التي يشتمل

عليها كل منها، فالهجاء طريقة مباشرة في الهجوم على العدو، ولكن السخرية طريقة غير مباشرة في الهجوم. ( جابر عصفور، 2009، ص7 ).

ويعرفها الدكتور شوقي ضيف بأنها أرقى أنواع الفكاهة لما تحتاج من ذكاء وخفاء ومكر، والسخرية استراتيجية خطاب مقموع، يقاوم به المقموع قامعه، ينزع عنه برائته وذلك على نحو يخلع القامع أقنعتة المخيفة، ويحيله إلى كائن يمكن مقاومته والانتصار على أدوات قمعه التي تتحطم مع بسمة السخرية الماكرة، التي هي نوع من المقاومة بالحيلة. ( جابر عصفور، 2009، ص7).

### 1-2- خصائص السخرية:

لقد كانت السخرية وما زالت من المظاهر التي تلفت نظر الباحثين والنقاد في الأساليب الأدبية لبعض الكتاب عن طريق استخدامهم الأسلوب الساخر أو العبارة الساخرة والتي لا يكون هدفها على الإطلاق مجرد التسلية بقصد شغل الفراغ والوقت الضائع وهذا النوع لا يثير اهتمام القراء والباحثين ولا يحظى بأي اهتمام وتقدير، فالسخرية ترقى بالفكاهة إلى المستوى الأكثر ذكاء ولباقة فتجعل لها معنى وتعطيها قدرة خاصة في أن يكون لها هدف وأن تخدم هذا الهدف وأن تحتال لتحقيقه وأن تكون لها إمكانية التأثير، ولذلك فهي تتخذ مادتها من العيوب والنقائص التي لا تطبق لها وجوداً وتدق عليها دقاً خفيفاً أو ثقيلاً حتى تنبه إليها أو تنبه فيها عوامل المقاومة وتثير الرغبة في الانتصار عليها.

لذلك يمكن تصور السخرية وهي تعني الضحك والاستهزاء والاستخفاف بالشيء والعبث المهادف به عن طريق توجيه اهتمام خاص إلى عيب ما تقوم السخرية بتحسيسه والمبالغة فيه ساعية إلى إبرازه ونشره عبر مظاهر فكاهية وبوسائل اتصالية عديدة، لا يبدو عليها الانفعال في الظاهر ولا تبعث عن عاطفة من قائلها، لأنها تخاطب العقل وتسعى أن يكون الجو حولها مشبعاً بالإدراك والوعي وتثير الضحك السريع لتسلط ضوء أكثر سرعة لا يتناسب مع الحياة ولا يليق بالفرد والجماعة وتخدم فكرة عميقة لكنها تريد لها أن تكون عابرة حتى يمضي كل شيء بخفه ونشاط.

### 1-3- بواعث السخرية.

إن ما يدور في الحياة أحيانا من مفارقات كثيرة و متنوعة تراها كل يوم تبعث على السخرية وتحس نحوها بمشاعر خاصة وكثيرا ما تقابلها بتصرفات أو حركات أو عبارات ساخرة ترمز لها.

-عدم التزام بعض الفئات التي تفرض مهنتها أسلوبا معيناً من السلوك و تتطلب عادة أو أخلاقاً ذات صفات خاصة ثم لا يعتزم ببعض أفرادها أو أحدهم بما يوحى الانتماء إلى فئته كرجل الدين الذي لا تدل أقواله و أفعاله على الاتزان.

- **تناقضات الحياة:** قد تشير تناقضات الحياة بعض المرارة فتكون السخرية مرة أيضاً دون أن تفسد المرارة جوه المألوف فأكثر موضوعات الحياة يمكن أن تكون موضوعاً لمضحك والسخرية. ( مصطفى جناد، 2014، ص13)

#### 4-محاور السخرية :

1-**المستور:** وهو كل ما يتحاشى المجتمع الحديث والتداول فهو عمنا بل يكون تداوله ضمن لقاءات خاصة أو يستخدم فهو الإيجاء أو التغيير غير المباشر في إيصاله إلى الآخر. ( مصطفى جناد، 2014، ص14).

2-**المشكلات السياسية:** التعبير عن معاناة الناس و آلامهم و تمثيل الواقع والعمل على مقاومته و معالجته عن طريق السخرية و ذلك مثل النكتة السياسية و البرامج الساخرة و المسرحيات الهازلة و المقالات الساخرة و ما شابه ذلك و التي لا تعبر فقط عن مشاعر الناس و إنما ما يجيش في صدورهم حيال مواقف سياسية معينة، و التي يعيدها السياسيون ضغطاً سياسياً عليهم لكن و على ذلك فالنكتة و المسرحية السياسية مثلاً، ليست هدفها الإضحاك فقط و لكن إلى جانب ذلك هي جزء من الموقف السياسي و الرؤية السياسية للناس، و أنها تؤثر على القرار السياسي في أحيان كثيرة لأنها تجعل من الضحك وسيلة إلى النقد السياسي اللاذع المبني على رؤية عميقة للحدث السياسي.

3-**المشكلات الاجتماعية:** تعد المشكلات الاجتماعية من أهم مصادر النقد الاجتماعي الذي يخرج على أسنة الناس والأقلام الساخرة في طرائف معتبرة وهادفة التي تنقد البطالة والعلاقات الاجتماعية والمشكلات الأخلاقية، حيث تكون للسخرية أثر كبير في تصوير هذه المشكلات و التعبير عنها بشكل صادق ( مصطفى جناد، 2014، ص13).

#### 2-أنواع الاعلام الساخر:

##### 2-1-الإعلام الساخر المكتوب

ظهر الإعلام الساخر بظهور صحف بوم الأمريكية فقد أصدر جوزيف بولتز عام 1881 منشوراً أسبوعياً من الصحيفة المشهورة "صنداى ويرلد" التي تمتاز بكثرة الرسومات

والصور والتقارير والأخبار المثيرة بالإضافة إلى أن أول صفحة رسومات هزلية "كوميكز" أصبحت نواة لمجلات الرسومات الفكاهية ومن ثم أصدر هارولد روس عام 1291مجلة النيويورك التي اشتهرت برسومها الفكاهية و أخبارها.

وفي الثلث الأخير في القرن 12و حين كان هناك بعض الجدبة التي تتيح السخرية منها، نشأت أولى تجاوب الصحافة الساخرة العربية في مصر على يد يعقوب صنوع ، كان صنوع ينشر كتاباته حد الاستهزاء من الخديوي إسماعيل و بذخه و إسرافه ما أدى بالصحف أن تغرق أبوابها في وجهه مباشرة فسعى بصحبة جمال الدين الأفغاني ومحمد عبده لإصدار ما اعتبرت أول صحيفة عربية ساخرة تحت اسم "أبو نضارة" أو بشعار جريدة مسميات و مضحكات و التي انتهجت نهج "صنوع" الخاص في السخرية مع إضافة رسومات الكاريكاتير.

تقول المصادر التاريخية التي اهتمت بتسجيل نشأة وتطور سخرية كحالة اجتماعية وفنية و سياسية إن جريدة صنوع الأولى لاقت رواجاً كبيراً لدرجة أقلق الخديوي إسماعيل، فانبرى بدوره إلى التضيق عليها قبل أن يمنع إصدارها نهائياً صنوع كان أول من استخدم المزجة الدارحة في بعض الكتابات بالجريدة فضلاً عن التركية و الفصحى. (أسفي عمر، عامر آمال، 2017، ص 3).

ظهرت إبداعات صنوع الساخر، في البداية في المسرح حيث أرخ معاصرو مسرحه أنه أول من أسس المسرح العربي وجمعه منيراً يعبر به عما يختلج في أعماق نفسه من انفعالات، فأضحك الناس حين طرب قلبه، و أبكاهم حين سالت دموعه الصادقة على وجنتيه و كانت ملاحظاته لاذعة، و بعض مرجه ساخراً و كان حين تنبض نفسه بالألم لما يراه مسرحه من حياه مواطنيه البائسين الشاكين يتقمص جسمه حزن مسرحه العربي، ليعلن عن مواطنيه و يمثلهم و يحكي آلامهم، حتى رأت الحكومة أن ضحكاته مثيرة للخواطر ودموعه مهيجة للأفكار، خاصة بعدما قدم مسرحية (الوطن و الحرية) التي سخر فيها من فساد القصر فأغلق مسرحه .

ظنت الحكومة أنها بإعلان مسرح صنوع حبست لسانه من أن ينطلق على خشبة المسرح، و لكنها أغفلت أن لو قمما سوق يطلقه على مسرح الحياة بعد أن أسس جريدته (أبي نظارة زرقاء) التي استكمل فيها إبداعاته الساخرة، فكانت أول صحيفة في الوطن العربي تتسم بهذا الطابع، و اتخذها منبراً لمحاربة الفساد الذي تفشى في عصر إسماعيل الخديوي والتدخلات الأجنبية إلى أن تم نفيه إلى فرنسا 1808/70/99و لكنه عندما وصل إلى باريس مضى في طريق إصدار الصحيفة التي ساندت الحركة الوطنية و حاربت الفساد

والاحتلال البريطاني واستطاع أن يوصلها إلى مصر و لكنها كثيرا ما أعدمت قبل دخولها فاضطر إلى تغيير اسمها عدة مرات ليضمن دخولها فأطلق عليها رحمة أبو نظارة في 07 أغسطس 1878 ثم عادت إلى أبو نظارة زرقاء في 21/03/1879 فالنظارات المصرية في 16 من سبتمبر 1879 ثم أبو صفارة في 4 يونيو 1880 فالحاوي في 05 فبراير 1881 وأبو نظارة 3 من يناير 1882 ثم أبو نظارة زرقا في 19 يناير 1882 ثم أبو نظارة زرقا في 29 سبتمبر 1883 و أخيرا أبو نظارة 10 يناير 1885 و استمر هذا المسمى إلى غاية صدور آخر عدد منها في ديسمبر ( آسفي عمر، عامر آمال، ،2017، ص3).

## 2-2- الإعلام التلفزيوني الساخر

كان بداية هذا اللون الساخر في الصحافة الغربية انطلاقا من رؤيتها لدور رسامي الكاريكاتوري في الصحافة، إلا انه لم يكتفي بالصحافة بل تطرق إلى وسائل الإعلام الأخرى خاصة التلفزيون.

فظهرت موجة البرامج الساخرة في العالم الغربي في الستينيات في دول أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية من خلال برامج عدة ومن بينها برنامج توانيت شو (TO NIGH SHOW) (بدأ من سنة 1961م من طرف المذيع) جوني كالرسن (، والبرنامج JOONNEY KRESSE (سموذر زبورذ الذي بدأ عام 1967 ويقدمه الأخوين TOM AND DICKSMOTHERS على قناة CBC الأمريكية إضافة إلى العديد من البرامج كمنشرة الأخبار الساخرة التي يؤديها جون ستيوارت بارتدء المقدم بدلة رسمية، كما لها مراسيمها في الأماكن الأمريكية المهمة، لكن أخبارها هي أخبار كوميدية تمتلئ بالنقد الحاد وابرز النقائص وأخطاء السياسيين ومقدمي نشرات الأخبار.

كانت البداية الفعلية للبرامج الساخرة في العالم العربي بعد ما يسمى بالربيع العربي بحيث ازداد إنتاج هذا النوع الإعلامي، ولعل دولا مثل تونس ومصر هي أكثر الدول التي ازدهرت فيها هاته البرامج الساخرة قد يكون سبب في ذلك هو ارتفاع سقف الحرية في هذه الدول التي مرت بالتغيير وأبرزها مصر من خلال برنامج بعنوان " البرنامج " للإعلامي باسم يوسف، وأيضا برنامج " نشرة الخامسة والعشرين للإعلامي أكرم حسني وهو عبارة عن نسخة كوميدية ساخرة من نشرات يومية ( سيام قواسمي، 2016، ص66).

وعرفت الجزائر هذا النوع من البرامج إذ ظهرت برامج تنقد الوضع السياسي وتنقل سخط الشارع الجزائري لأوضاع سياسية واجتماعية واقتصادية... الخ خاصة مع فتح الفضاء السمعي البصري.

وتعدد القنوات التلفزيونية الخاصة، حيث عرفت عدة برامج ساخرة تتناول الشأن السياسي وتعرض بالنقد لسلوكيات السياسيين وقراراتهم والتي كانت تسعى لكسر تابوهات السياسية والتي من بينها برنامج ناس السطح وبرنامج طالع هابط... الخ. ( آسفي عمر، عامر آمال، 2017، ص3).

## 2-3- خصائص البرامج الساخرة

وهي إي منتج سواء كان أدبيا أو فنيا يحتوي على الخصائص التالية:

**1. النقد:** فالسخرية في جوهرها تعد من أشكال النقد لأحد الأفعال الإنسانية التي تتسم بالقصور أو النقص ومحاولة تسميط الضوء عليها وابرار لشريحة واسعة من الأفراد بغرض دفعهم إلى استهجائها ومن ثم التشجيع على تبني سلوكيات مغايرة لها.

**2. التهكم:** تستخدم السخرية التهكم وذلك لكي تبرز المشكلة في السلوك محل الانتقاد، ترجم الدكتور شاكر عبد الحميد هذا المصطلح بالتهكم معتمدا في ذلك على تناول البلاغيين العرب لأسلوب التهكم حيث أحال على تحميل فرعان لهذا الأسلوب في القرآن الكريم، حيث يشير هذا الأخير إلى أن البلاغيين العرب أقاموا أسلوب التهكم على بنية التضاد وادخلوه مدخل الاستعارة التي أسموها الاستعارة التهكمية ( هالة الحفناوي، 2017، ص51).

**3. الضمنية:** فهي ليست موقفا واضحا أو حكما قطعيا من قضية معينة بل هي حكم ضمني غالبا ما يكون مبالغا فيه أو يتم اقتطاعه من سياقه، وفي الغالب الأعم من الحالات فإن السخرية تحمل رسائل ضمنية. (هالة الحفناوي، 2017، ص51).

## أولا- الويب 2.0

### 1-نشأة الويب 2.0

ظهر مصطلح ويب 2.0 على يد دل دوجرتي وهو نائب رئيس مؤسسة أورلي، إلا أن وجوده في مؤسسة أورلي الكبيرة وتناول تيم أورلي رئيس المؤسسة للمصطلح والحديث عنه ساعد على انتشاره بشكل

كبير حتى وصل الأمر إلى اعتقاد البعض بأن صاحب المصطلح هو تيم وليس دوجرتي، ولكن الواقع هو أن دوجرتي صاحب المصطلح، وتيم أورلي هو من نشر هذا المصطلح.

وقد نشأ المصطلح خلال جلسة عصف ذهني عقدت بين مؤسسة أورلي ومؤسسة ميديا لايف العالمية، ويقول أورلي في مقاله الشهير أنهما انتبها إلى مفهوم الويب 2.0 نظراً للأهمية الكبيرة للإنترنت خاصة في ظل ظهور العديد من التطبيقات الحديثة التي ظهرت في هذا الوقت وشكلت ظاهرة غير عادية، وكان أورلي على يقين بأن مفهوم الويب 2.0 لم يكن واضحاً في أذهان الكثيرين؛ هذا على الرغم من انتشار المصطلح بصورة كبيرة حتى بلغ عدد نتائج البحث عن المصطلح في جوجل 9.5 مليون نتيجة، إلا أنه على الرغم من ذلك لم يكن المصطلح واضحاً ( <http://www.oreillynet.com> ,2008, What Is Web 2.0, O'ReillyTim ).

## 2-تعريف الويب 2.0

هناك اختلافات كبيرة بين الباحثين في تعريف مفهوم الويب 2.0، ومن المفارقات أن تيم أورلي Tim O'Reilly أول من تحدث عن مصطلح الويب 2.0 قدم تعريفين مختلفين لمصطلح الويب 2.0 الأول في سنة 2005 وقدم تعريف آخر في 2006، وقد ظهر مصطلح ويب 2.0 لأول مرة سنة 2004 على يد تيم أورلي Tim O'Reilly ودل دوجرتي Dale Dougherty، وقد استخدمنا هذا المصطلح لوصف الاتجاهات التقنية الحديثة، وقد حددا لها مجموعة من الخصائص تتلخص في التفاعلية، التعاون، مشاركة المستخدم ( <http://www.webology.ir> Web 2.0 and Its Implications, Maness, Jack ,2008, for Libraries, ).

لذا وضع تيم أورلي تعريفاً للويب 2.0 بعد 18 شهراً من إعلانه عن مصطلح ويب 2.0 لأول مرة وتحديدًا في سبتمبر 2005 "هي خدمات ذاتية وإدارة للبيانات الحاسوبية يقوم بها مستخدم الإنترنت للوصول إلى محتويات الويب كاملة" وكما يبدو لنا أن التعريف غير واضح تماماً، وربما يكون السبب في ذلك الاعتماد على خلفية نظرية عند وضع التعريف، حيث كانت تطبيقات الويب 2.0 في ذلك الوقت غير واضحة المعالم لهذا جاء التعريف مبهماً ( Al-Fadhli, Meshal , 2008, Web 2.0 + Library = Library 2.0 , <http://eprints.rclis.org/archive> ).

ويبدو أن أورلي تيقن إلى عدم وضوح التعريف الذي وضعه في 2005، فعاد مرة أخرى في سنة 2006 ووضع تعريف آخر للويب 2.0 ربما يكون أكثر وضوحاً من سابقه: "الويب 2.0 هي ثورة في مجال

صناعة الحاسب الآلي ونشأت بسبب الاعتماد على الإنترنت كبيئة عمل " ويعد هذا التعريف أكثر وضوحاً من التعريف السابق، وهو يعكس التطور التكنولوجي الذي حدث في السنوات الماضية، حيث زاد الاعتماد على الإنترنت في أداء الأعمال وانتشار تطبيقات الإنترنت Web Applications، وعلى سبيل المثال في مجال المكتبات ظهرت تجربة النظم المؤجرة بحيث توفر شركة نظام آلي على الخادم Server الخاص بها وتسمح للمكتبات في الاشتراك بالنظام واستخدامه كنظام آلي للمكتبة ولكنه يوجد على خادم الشركة المزودة للخدمة، مثل هذه التجارب تعتمد في المقام الأول على الإنترنت كبيئة عمل.

وإذا كان تيم أورلي هو أول من تحدث عن مصطلح الويب 2.0، فإن هناك باحثين كان لهم آراء بارزة حول مفهوم الويب 2.0، من هؤلاء الباحثين بريدينج مارشال Breeding Marshall، وهو واحداً من أبرز العلماء في مجال المكتبات والمعلومات وتحديدًا في النظم الآلية كما أنه يدير دليلاً للمكتبات على مستوى العالم، ويقول مارشال حول مفهوم الويب 2.0 أنه لا يوجد أحد يمكنه معرفة المعنى الحقيقي للويب 2.0 وما يحدث هو مجرد مبالغة، حيث أن كثير من التقنيات المنسوبة إلى الويب 2.0 موجودة منذ فترة طويلة ومستخدمة في الجيل الأول من الويب والمسمى ويب 1.0. ( Marshall,p22-25 )

وبالنظر إلى تعريف مارشال نجد أنه واقعي إلى حد كبير، فالويب 2.0 لم تأتي بتقنيات جديدة ولكنها جاءت بطرق جديدة لتقديم خدمات الإنترنت، وهو ما يعبر عنه أندرسون Anderson، حيث يقول أن "الويب 2.0 هو إنجاز جديد للتطبيقات الإلكترونية على الإنترنت وهو تقوم على طرق جديدة للتفاعلية والتشابهك". ( Anderson, Paul, 2008, What is Web 2.0?, )  
(http://www.jisc.ac.uk/media

ويقدم مانيس Maness تعريفاً مقتضباً للويب 2.0 فيقول "أنها تطور تكنولوجي حدث مؤخراً تكنولوجيا الويب"، وكما يبدو لنا أن هذا التعريف سطحي للغاية.

## تعريفات أخرى لمفهوم الويب 2.0

### 1. تعريف ديشبانند

الويب 2.0 هو مصطلح يعبر عن الموجة الثانية من الويب (WWW) وبمقتضى تلك التكنولوجيا الجديدة يتمكن الأفراد من النشر ومشاركة وتبادل الخبرات والمعلومات مع المجموعات والأفراد. ( Al-Fadhli, Meshal,2008 ).

ونلاحظ أن هذا التعريف يركز على أحد التغييرات التي أحدثتها الويب على الأفراد، حيث أصبح بإمكان أي فرد نشر ما يريد في مدونة مثلاً.

### 1. تعريف مادين وفوكس

وكان المؤلفين واضحين للغاية في تعريفهما لمفهوم الويب 2.0، فقبل أن يخوضا في تعريف الويب 2.0. تحدثا في نقاط مهمة لإزالة اللبس والخلط اللذان يجيطان بالموضوع، ويقول الباحثان:

• الويب 2.0 لا تمتلك ما تقدمه للإنترنت.

• الويب 2.0 ليست شبكة جديدة ضمن شبكة الإنترنت.

ثم أضافا تعريفاً للويب 2.0 بأنها مجموعة من التطبيقات والمبادئ الناتجة عن أحدث التكنولوجيات.

Madden, Mary and Fox, Susannah. Riding the Waves of “Web 2.0”  
(http://www.pewinternet.org)

وما سبق يمكن أن نضع تعريف الآتي للويب 2.0:

الويب 2.0 هو فلسفة أو أسلوب جديد لتقدم خدمات الجيل الثاني من الإنترنت، تعتمد على دعم الاتصال بين مستخدمي الإنترنت، وتعظيم دور المستخدم في إثراء المحتوى الرقمي على الإنترنت، والتعاون بين مختلف مستخدمي الإنترنت في بناء مجتمعات إلكترونية، وتنعكس تلك الفلسفة في عدد من التطبيقات التي تحقق سمات وخصائص الويب 2.0 أبرزها المدونات Blogs، التأليف الحر Wiki، وصف المحتوى Content Tagging، الشبكات الاجتماعية Online Social Networks، الملخص الوافي للموقع RSS.

### 3- الفرق بين الويب 1.0 والويب 2.0

وفي مقال أورلي المنشور في 2005 كشف عن جانبنا مما دار في جلسة العصف الذهني التي ظهرت فيها مصطلح ويب 2.0، حيث أوضح أنهم حاولوا توضيح الفارق بين الويب 2.0 والويب 1.0 من خلال أمثلة ونماذج، كما يوضح الشكل التالي:

Web 1.0		Web 2.0
DoubleClick	-->	Google AdSense
Ofoto	-->	Flickr
Akamai	-->	BitTorrent
mp3.com	-->	Napster
Britannica Online	-->	Wikipedia
personal websites	-->	blogging
evite	-->	upcoming.org and EVDB
domain name speculation	-->	search engine optimization
page views	-->	cost per click
screen scraping	-->	web services
publishing	-->	participation
content management systems	-->	wikis
directories (taxonomy)	-->	tagging ("folksonomy")
stickiness	-->	syndication

### شكل (1) أمثلة لتوضيح الفارق بين ويب 2.0 وويب 1.0

**O'Reilly, Tim.** What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software

وفي الشكل السابق أرد أورلي توضيح التطور الذي طرأ على تطبيقات الإنترنت من الجيل الأول إلى الجيل الثاني، وعلى سبيل المثال؛ يوضح أن في الويب 1.0 كانت الموسوعة البريطانية Britannica هي النموذج الأمثل للموسوعات الإلكترونية، بينما في الويب 2.0 حلت محلها الموسوعة الحرة Wikipedia حيث يشترك المجتمع في إثراء محتواها، والمواقع الشخصية في الويب 1.0، حل محلها المدونات في بيئة الويب 2.0.

#### 4- خصائص الويب 2.0

##### التغييرات التي أحدثتها الويب 2.0

-دعم الاتصال : تقوم تطبيقات الويب 2.0 بجعل الاتصال أسهل في مجتمع الانترنت، فهي تصل بين المواقع وبعضها، وتجمع الافراد في شبكات اجتماعية مثل: Facebook, My Space، كما تربط بين تقنيات الانترنت وتقنيات عالم المحمول.

-اعطاء الأولوية للمستخدمين : لعل من أهم التغييرات التي أحدثتها تطبيقات الويب 2.0 أنها جعلت لمستخدم الإنترنت دور كبير في اضافة المحتوى، وبالنظر إلى بعض التطبيقات مثل: المدونات أو الويكي نجد أن المستخدم هو المحرر الأساسي لهذه التطبيقات وهو المسؤول الأول عن محتواها، بينما قبل ذلك كانت إضافة المحتوى قاصرة على أصحاب المواقع والجهات الناشرة للمواقع، أما الآن فأصبح المجال مفتوح أمام أي مستخدم للإنترنت كي يحرر المحتوى الذي يريده. ( Carton , Sean, Web 2.0: What Is It )

(Really? , 2007, <http://www.w3.org>)

## 5-تطبيقات الويب 2.0

وأكب ظهور مصطلح الويب 2.0 العديد من التطبيقات الحديثة في تقديم خدمات الإنترنت، كما ظهرت سبل جديدة للتواصل بين مجتمع مستخدمي الإنترنت، وهو ما جعل البعض يظن خطأً بأن الويب 2.0 تقنية جديدة، ولكن في الواقع أن الويب 2.0 - كما أوضحنا مسبقاً - هي فلسفة أو أسلوب جديد لتقديم خدمات الإنترنت يتميز بخصائص معينة من أبرزها تعظيم دور المستخدم. وبذلك فإننا نؤكد على أن الويب 2.0 ليست تقنية في حد ذاتها، ومما يدل على ذلك أن المدونات بدأ الحديث عنها في 1997 وظهرت بالفعل في 1999 وانتشرت في 2003، كذلك الشبكات الاجتماعية متواجدة على الإنترنت منذ التسعينيات، كما أن تقنية الملخص الوافي للموقع بدأت في الظهور منذ منتصف التسعينيات، بينما مصطلح الويب 2.0 ظهر في 2004، وعند تقديم التطبيقات الخاصة بالويب 2.0 قم حصر التطبيقات التي تتوفر فيها خصائص وسمات خدمات الإنترنت في بيئة الويب 2.0 حتى وإن كان التطبيق وجد قبل ظهور مفهوم الويب 2.0 كما أوضحنا في المدونات والشبكات الاجتماعية. بذلك يكون التطبيق قد سبق التنظير مثلما تعلم الإنسان البدائي الزراعة ثم كتب عنها، والمتعمق في تاريخ العلوم سيكتشف أن كثير من العلوم قد مورست قبل أن يوثقها الإنسان ويضع لها الأسس النظرية. وفيما يلي سوف نستعرض بعض تطبيقات الويب 2.0، وسوف نتناولها بإيجاز، حيث أن كل منها يستحق دراسة مستقلة.

### 1. المدونات Blogs

قدمت شيماء إسماعيل في 2007 تعريفا اصطلاحيا للمدونات بأنها "عبارة عن مواقع عنكبوتية(Websites)) تظهر عليها تدوينات (postsمداخل) مؤرخة ومرتبنة ترتيبا زمنيا - من الأحدث إلى الأقدم- تصاحبها آلية لأرشفة المداخل القديمة ويكون لكل مدخل منها عنوان إلكترونيURLدائم لا يتغير منذ لحظة نشره على الشبكة بحيث يُمكن المستخدم من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تكون متاحة على الصفحة الأولى للمدونة مما يساعد على الوصولالمباشر من قبل المستخدمين إليها، وتشتمل على النصوص، والصور، ولقطات الفيديو القصيرة، ومواد سمعيةوالروابط الفائقة إلى مصادر إلكترونية أخرى ذات صلة على الشبكة، وتسمح المدونات بالتفاعل بين محرريها وقارئها حيث يمكن لأي من متصفح الانترنت قراءتها والتعليق أو التعليق عليها" (شيماء إسماعيل، وعباس إسماعيل، 2007، <http://www.cybrarians.info/journal>).

ومن قبلها وفي 2006 قدم عبد الرحمن فراج تعريفا للمدونات بأن "المدونة، في أبسط تعريفاتها، هي صفحة عنكبوتية تشتمل على تدوينات posts مختصرة ومرتبطة زمنياً. وبصورة تفصيلية، فإن المدونة تطبيق من تطبيقات الإنترنت، يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صوره عبارة عن صفحة عنكبوتية تظهر عليها تدوينات (مدخلات (مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، تصاحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخل منها عنوان إلكتروني URL دائم لا يتغير منذ لحظة نشره على الشبكة، بحث يمكن للمستخدم الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعد متاحة في الصفحة الأولى للمدونة"، وتعد دراسة عبد الرحمن فراج الموجزة أول دراسة منشورة حول المدونات. (عبد الرحمن فراج، 2006، المدونات الإلكترونية، <http://informatics.gov.sa/modules.php?Blogs>)

وقد ظهرت المدونات في 1997 حيث صاغ جون بارغر مصطلح Web Blog، وبدأت في الظهور الفعلي على الإنترنت في 1999، وقد ساعدت العديد من الأحداث السياسية على انتشار المدونات بشكل كبير، ولعل أبرز الأحداث التي أدت إلى انتشار هائل للمدونات هي حرب العراق في 2003، حيث استخدم الجنود الأمريكيين المدونات كوسيلة للتعبير عن مسألتهم في الحرب وكوسيلة لمراسلة ذويهم، وفي مصر والدول العربية استخدم الناشطون السياسيون المدونات كوسيلة للتعبير عن آرائهم ومواقفهم السياسي المعارضة للأنظمة الحاكمة، هذا في ظل حالات القمع والحد من حرية التعبير التي تمارسها الأنظمة العربية الحاكمة. وعلى صعيد تخصص المكتبات والمعلومات في الوطن العربي، حشرت شيماء إسماعيل 15 مدونة متخصصة حتى منتصف 2007، (شيماء إسماعيل، عباس إسماعيل، 2007، <http://www.cybrarians.info/journal>). إلا أن هذا العدد ربما يكون قد تضاعف في الوقت الحالي، ويلاحظ أيضاً ظهور مدونات عربية متخصصة في بعض الدول العربية ولعل أبرزها سوريا، بعدما كانت أغلب المدونات مصرية الجنسية.

## 2. التأليف الحر Wiki

مصطلح ويكي Wiki كلمة مأخوذة من لغة شعب جزر هاواي الأصليين وهي تعني بسرعة، وقد استخدمت في مجال الإنترنت للتعبير عن سرعة الكتابة في الموسوعات الحرة. وكان أول ظهور لتطبيقات التأليف الحر في عام 1995 حيث قام كل من وارد كونينجام Ward Cunningham و بوليوف Bo Leuf بإنشاء أول موقع ويكي وهو WikiWikiWeb والذي شكل مجتمعاً متعاوناً مفتوحاً للجميع حيث يمكن لأي شخص أن يشارك في تطوير وزيادة محتويات الموقع.

وبالنظر إلى الوظيفة التي تقوم بها عملية التأليف الحر يمكن أن نضع التعريف التالي: التأليف الحر Wiki هو موقع أو مصدر إلكتروني يشارك المجتمع في صياغة وتعديل محتوياته، حيث يسمح لأي مستخدم بإضافة معلومات جديدة أو تعديل المعلومات الموجودة فيه، وهو يقوم على مبدأ مشاركة المجتمع في إثراء المعرفة.

### مميزات التأليف الحر

ونلخص فيما يلي بعض مميزات التأليف الحر:

1. تبسيط عملية تحرير المحتوى، فكل مقال يمكن تغيير محتوياته، فإذا أراد شخص تغيير محتويات الصفحة سيظهر له نموذج لتحرير المحتوى، وعندما ينتهي من إضافة وتعديل ما يريد عليه أن يقوم بحفظ التعديلات وستظهر الصفحة كما قام بتحريرها.
2. تستخدم تطبيقات التأليف الحر أوامر بسيطة لتنسيق محتوياتها، فلا حاجة لتعلم لغة HTML للمشاركة في إضافة وتعديل محتويات مواقع ويكي، وأمر ويكي البسيطة تناسب أغلب الناس ممن لا يملكون خبرة كبيرة في استخدام الحاسوب أو في تطوير المواقع.
3. تحتفظ تطبيقات التأليف الحر بسجل لتاريخ الصفحات، فإذا أخطأ شخص ما في تحرير إحدى الصفحات يمكن الرجوع إلى الصفحات السابقة المحفوظة، ويمكن المقارنة بين الصفحات لإظهار الفروق بينها، فلا خوف هنا من ارتكاب الأخطاء.
4. تشجع تطبيقات التأليف الحر على العمل الجماعي، فأغلب مواقع التأليف الحر تسمح لأي زائر بتعديل وإضافة المحتويات دون الحاجة إلى التسجيل في الموقع (أحمد زكرياء أحمد، 2007، ص31).

### ثانياً-شبكات التواصل الاجتماعي و العمل الإعلامي.

لم يعد المرسلون والمحررون بحاجة إلى أن يكونوا في غرفة الأخبار يتطلعون إلى ما تبثه وكالات الأنباء أو في موقع الحدث، فمواقع التواصل الاجتماعي أضفت بعداً جديداً جيداً لجمع الأخبار. بإمكان الصحفيين الآن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لاكتشاف موضوعات جديدة أو الوصول إلى مساهمين فيها أو الترويج لتلك الموضوعات أو موضوعات البث على وسائل الإعلام التقليدية، فمن الميسور مباشرة إلى مادة غنية ومجموعة متنوعة من الأصوات حول العالم.

ويبين "ستوارت هيوز"، أن غرفة الأخبار غيرت مواقع التواصل الاجتماعي وبصفة جذرية روتينه اليومي في جمع الأخبار قائلاً: "لعدة أجيال، دأب المسنون المتدمرون مثلي على الهروب من بقية العالم، ولكن بفضل التكنولوجيا الجديدة تمكنت من بناء كوخ في طرف حديقتي وسميته كوخ الأخبار، أذهب إليه من أجل التواصل

مع العالم، ووجود مواقع التواصل الاجتماعي يعني أنه من داخل كوخ في غرب لندن بمقدوري أن أبقى على تواصل مع الآخرين كما لو كنت في أي غرفة أخبار في أي مكان من هذا العالم". كما بين "ستورات" أن أدوات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الصحفي لجمع المادة الإخبارية كلها تبدأ من تويتر، حيث أن غالبي غرف الأخبار تستعين بخدمات ثلاث أو أربع وكالات أنباء كمصادر رئيسية للأخبار ف"تويتر يمكنك من استخدام الآلاف من المصادر الجيدة حول العالم لكن موقع تويتر بشكل خاص ليس سهل الاستخدام، لذا لا بد من وجود وسيلة ما لاستيعاب المعلومات التي يتلقاها الصحفي من التويترون فالبعض يستخدم نظام "توك داك" Tweet deek لخدمة تويتر أو نظام " هوت سويت" hootsuite حيث يسمح للصحفيين وفي لحظة واحدة من رؤية ما الذي يقوله جميع الأشخاص الذين يتابعهم الصحفي ويجزؤهم على قوائم وغالبا يغير تلك القوائم وفقا للموضوع الذي يعالجه وقت ما يشاء.

"تويتر فول(Twitterfall) هو نظام جيد لبث الأخبار العاجلة، حيث يمكن أن يبحث الصحفي عن علامات "الهاش تاغ" وعبارات لها صلة على المواد المباشرة، كما يمكن أن يستمع إلى ما يقوله الناس حول أي موضوع أثناء حديثهم.

كما يمكن للصحفي أن يذهب إلى أبعد من ذلك ويحدد مكان تلك التغريدات إذا كان في مدينة ما أو بلد ما، يمكنه أن يقوم بذلك بفضل "تويتر فول".

أما الفيسبوك، فهو يفتح للصحفي قناة الاتصال مع الأطراف التي تشاركه نفس الموضوعات التي يهتم بها، ويستعين بالفيسبوك للتعرف على الأخبار التي يفوته تتبعها من أصدقائه، كما يعد الفيس بوك الصحفي في الوصول إلى الأطراف التي ستفيده في تغطية خبر ما بعد ذلك.

عندما يعمل الصحفي على موضوع ما فهو يسعى بطبيعة الحال للوصول إلى أكبر عدد من الناس، وشبكات التواصل الاجتماعي تمنحه الفرصة للترويج أو لنقل الإعلان عن الموضوعات التي يغطيها ويقوم بذلك بعدة طرق، فمثلا عندما يقوم الصحفي بإجراء مقابلة مع أحد سوف يذاع منها عشرون أو ثلاثون ثانية فقط، ولكن هناك مادة أطول لا تذاع على الهواء لذا يمكن أن يستخدم الصحفي مواقع أخرى مثل "اوديبوو" لنشر المقاطع التي يتم استبعادها في المونتاج ويربطها ب: "تويتر" ويقول للمتابعين أنهم لو أرادوا الاطلاع على المزيد ستكون المادة متوفرة في الوقت التالي وفي البرنامج التالي ( أحمد زكرياء أحمد، 2007، ص33)

:

لم يعد هناك إطلاقاً أحد بإمكانه أن ينكر الفائدة التي يمكن أن يحصلها الصحفيون جراء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ليس فقط فيما يخص الاتصال والبحث عن المعلومات ولكن أيضاً متابعة المواضيع التي التي يكتبون عليها والحصول على مصادر وكذا الترويج لمؤسساتهم التي ينتمون إليها أو لمنتجاتهم الصحفية ( أحمد زكرياء أحمد، 2007، ص33).

إن شبكات التواصل هي فضاء يفاجئ الصحفي بمعلومات يجهلها وأخبار جديدة لا تتوفر في الوسائل الأخرى ومعلومات نادرة تحدث أحياناً عنصر المفاجأة، وبناء على ذلك يمكن استعمال واستغلال مواقع التواصل الاجتماعي للعديد من الأغراض:

-استقاء المعلومة

-تأكيد المعلومة(وهي مسألة تتطلب حسب التدقيق في المصدر والتدقيق في طبيعة المعلومة وكذا إقامة مقارنة بين المعلومات المتحصل عليها).

-الترويج للمعلومة: أو كما صار يسمى " بيع السلعة" حيث تعمل هذه الشبكات على تحقيق وضمن الانتشار للمنتجات الإعلامية، كما أكد على أن هذه الشبكات والفيس بوك على وجه الخصوص أصبحت وسيلة هامة للتواصل والترويج للمعلومة.

# الإطار التطبيقي

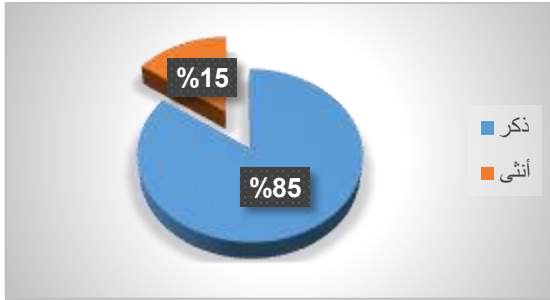
## تمهيد

ان التحليل العلمي التي يقوم على الفطرة الفاحصة الظاهرة محل الدراسة، وذلك بالتعمق في ابعادها وتحديد العلاقات بين مختلف متغيرات الدراسة بينها وبين الظواهر الأخرى، لذا فان تحقيق هذه الغاية يتطلب من الباحث عدم الاكتفاء بالإطار النظري فقط والذي يهدف الى توضيح مجموعة المرتكزات النظرية حول جمهور الصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي بل لابد من جانب ميداني للدراسة لإثبات صحة أو نفي الطرح الاشكالي المنطلق منه ومنه فالتطرق للدراسة الميدانية في مجال الاعلام والاتصال يقودنا إلى بناء تصور شامل حول عينة الدراسة والذين هم جميع مستخدمي الصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي، ومن اجل معرفة ودراسة جمهور هذه الصفحات و أهم ما يميزه قمنا بتفريع أسئلة الاستبانة وتحليلها ومناقشتها للخروج بنتائج عامة تنبثق عنها نتائج و واجابات للظاهرة المدروسة.

## عرض ومناقشة النتائج

## 1- عرض وتحليل المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة

\* يمثل الجدول رقم (3) ، والشكل رقم (2) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

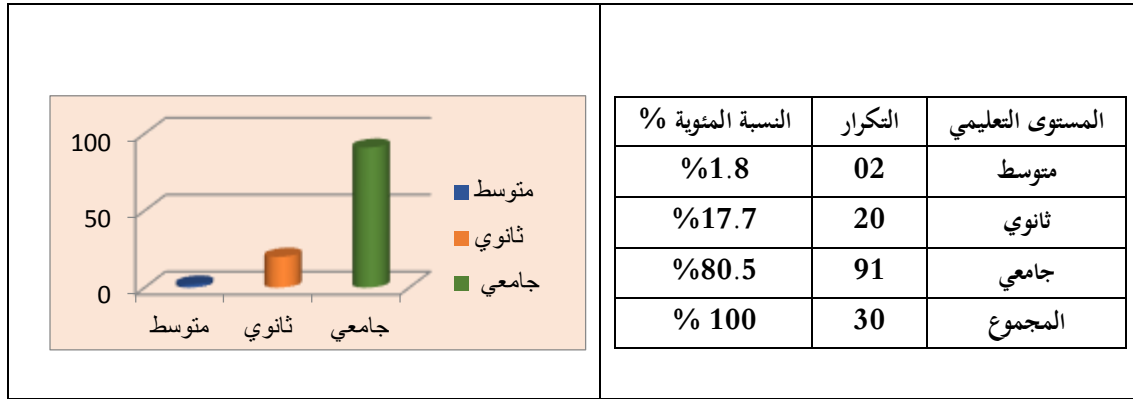


النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
%85	96	ذكر
% 15	17	أنثى
% 100	113	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS . V 24

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 113 فرداً، نلاحظ أن عدد الذكور قدر بـ 96 فرداً أي بنسبة (85%) في حين نلاحظ أن عدد الإناث قدر بـ 17 فرداً أي ما نسبته (15%) ، وهذا ما يعكس الاختيار العشوائي للعينة .

\* يمثل الجدول رقم (4) ، والشكل رقم (3) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان مخرجات برنامج SPSS . V 24

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 113 فرداً، نلاحظ أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة لديهم مستوى جامعي أي ما نسبته (80.5%) ، أما بقية أفراد العينة فانقسمت نسبهم بين المستوى الثانوي بنسبة (17.7%) ، والذين لديهم المستوى المتوسط بنسبة (1.8%) ، وهذا ما يعكس الاختيار العشوائي للعينة.

2- عرض وتحليل نتائج محور عادات التعرض .

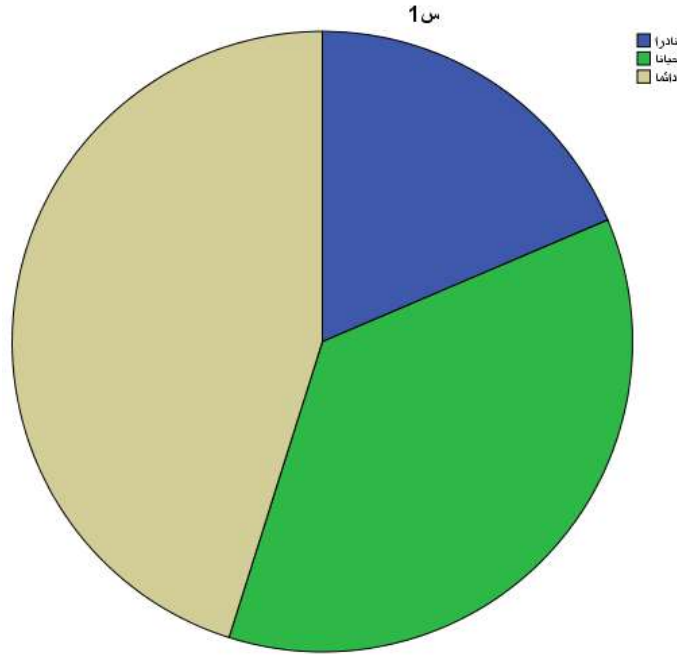
\* التحليل الكمي لنتائج السؤال رقم 1 : هل تتعرض لمضامين الصفحات الساخرة ؟

الجدول رقم (5) يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (1)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	النسبة المئوية %	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 1
دال عند 0.01	0.002	12.389	02	%18.6	21	دائماً
				%36.3	41	أحياناً
				%45.1	51	نادراً
				%100	113	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS . V 24

ويمكن تمثيل نتائج الجدول أعلاه بالشكل الموالي :



الشكل رقم (4) يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (1)

من خلال الجدول رقم (4) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (113) فرداً قد تباينت فيما يخص تعرضهم لمضامين الصفحات الساخرة، وقد صرحت النسبة الأكبر منهم والبالغة (45.1%) بتعرضها لها بشكل نادر، أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين يتعرضون لها بين الحين والآخر، وقد صرح بذلك (36.3%) من أفراد عينة الدراسة في حين كان (18.6%) منهم يتعرضون لتلك الصفحات بشكل دائم.

وبالنظر إلى قيمة اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) والذي قدر بـ (12.389) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن الفرق دال إحصائياً بين المجموعات، وهو ليس راجعاً إلى الصدفة. مما يعني أن أفراد العينة يتباينون في تعرضهم للصفحات الساخرة، لكن أغلبهم نادراً ما يتعرض لها أو يتعرض لها بين الحين والآخر.

\* ولمعرفة تأثير متغيرات الدراسة (الجنس و المستوى التعليمي) على استجابات أفراد العينة فيما يخص هذا السؤال والذي يتعلق بدرجة التعرض لمضامين الصفحات الساخرة، قمنا بتلخيص نتائج هذا السؤال وفقاً للمتغيرات في الجدول الموالي:

الجدول رقم (6) يوضح علاقة متغيرات الدراسة بدرجة التعرض لمضامين الصفحات الساخرة

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة التعرض								الجنس	المستوى التعليمي
			المجموع		نادرا		أحيانا		دائما			
			%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
دال عند 0.05	0.033	6.852	%85	96	%66.7	14	%87.8	36	%90.2	46	ذكر	
			%15	17	%33.3	07	%12.2	05	%9.8	05	أنثى	
			%100	113	%100	21	%100	41	%100	51	المجموع	
غير دال عند 0.05	0.287	5.002	%1.8	02	%4.8	01	%00	00	%2	01	متوسط	
			%17.7	20	%28.6	06	%19.5	08	%11.8	06	ثانوي	
			%80.5	91	%66.7	14	%80.5	33	%86.3	44	جامعي	
			%100	113	%100	21	%36.3	41	%100	51	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان مخرجات برنامج SPSS .V 24

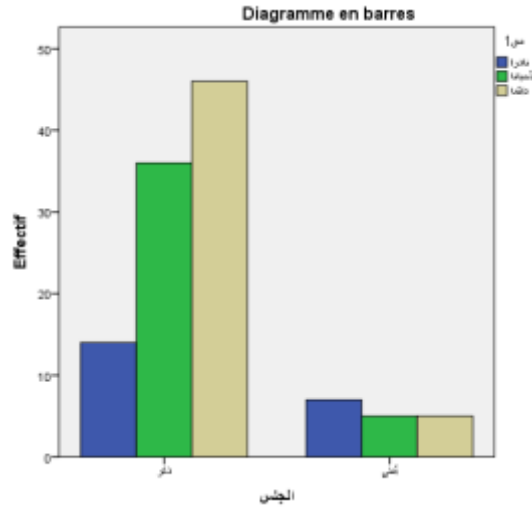
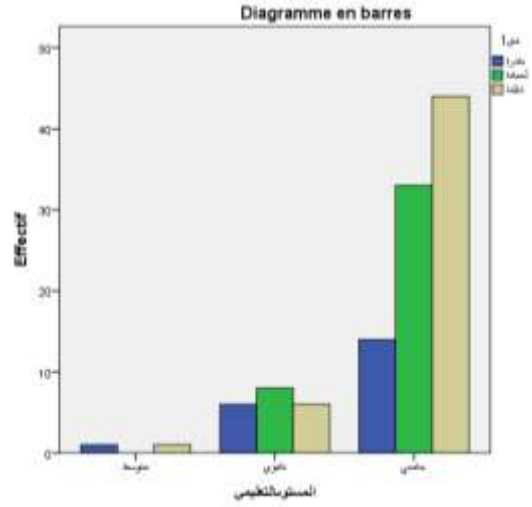
أوضحت نتائج الجدول أعلاه، تأثير متغير الجنس فيما يتعلق لمضامين الصفحات الساخرة، حيث كان ما نسبته (90.2%) من الذكور يتعرضون بصفة دائمة أو بين الحين والآخر لهذه الصفحات، بينما (33.3%) من الإناث وهي النسبة الأكبر نادرا ما يتعرضون لها.

كما أثبتت الدراسة عدم تأثير متغير المستوى التعليمي على إجابة المبحوثين بخصوص درجة التعرض لتلك الصفحات، حيث جاءت نتائج مختلف الفئات، المتوسط والثانوي والجامعي على نفس الدرجة تقريبا، أي أن الفروق ليست جوهرية.

وبالرجوع إلى K<sup>2</sup> والمقدر ب (6.852) وهي قيمة دالة إحصائية عند المستوى 0.051، أي أن الفرق دال بين الجنسين في درجة التعرض، فالذكور أكثر تعرضا وبصفة دائمة لتلك الصفحات، مما يفسر وجود علاقة جوهرية بين الجنسو درجة التعرض للصفحات الساخرة.

بمعنى أن أغلب الذكور يتعرضون للصفحات الساخرة بشكل دائم أو بين الحين والآخر، في حين أغلب الإناث لا يتعرضون لتلك الصفحات إلا نادرا

ويمكن تمثيل نتائج الجدول أعلاه بالرسم البياني التالي :



\* التحليل الكمي لنتائج السؤال رقم 2 : كيف تعرفت على الصفحات الساخرة ؟

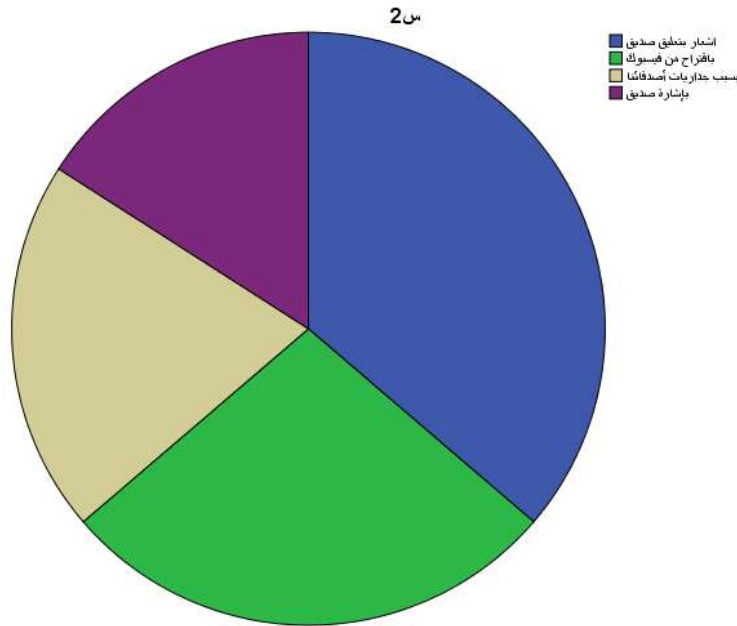
الجدول رقم (7) يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (2)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	النسبة المئوية %	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 2
دال عند 0.01	0.013	10.717	03	36.3%	41	إشعار بتعليق صديق
				27.4%	31	باقتراح من فيسبوك
				20.4%	23	بسبب جداريات أصدقائي
				15.9%	18	بإشارة من صديق
				100%	113	المجموع

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS .V 24

من خلال الجدول رقم (7) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (113) فرداً قد تباينت فيما يخص كيفية تعرفهم على الصفحات الساخرة، وقد صرحت النسبة الأكبر منهم والبالغة (36.3%) بأن ذلك حدث بإشعار من صديق، يليهم (27.4%) تعرفوا عليها باقتراح من الفيس بوك، في حين كان (20.4%) منهم تعرفوا عليها بسبب جداريات أصدقائهم، وتبقى نسبة (15.9%) وهي النسبة الأقل، حيث صرح هؤلاء أن ذلك تم بإشارة من صديق.

وبالنظر إلى قيمة اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) والذي قدر بـ (10.717) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن الفرق دال إحصائياً بين المجموعات، وهو ليس راجعاً إلى الصدفة. مما يعني أن أفراد العينة يتباينون في كيفية تعرفهم على تلك الصفحات، فالبعض كان عن طريق إشعار صديق والبعض الآخر تعرفوا عليها باقتراح من الفيس بوك، والبعض منهم تعرفوا عليها بسبب جداريات أصدقائهم، في حين النسبة الأقل، تعرفوا على تلك الصفحات بإشارة من صديق. ويمكن تمثيل نتائج الجدول أعلاه بالشكل الموالي :



الشكل رقم (5) يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (2)

\* التحليل الكمي لنتائج السؤال رقم 3 : هل تزور الصفحات الأمامية؟

الجدول رقم (8) يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (3)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	النسبة المئوية %	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 3
/	/	/	/	100%	113	نعم
/	/	/	/	00%	00	لا
/	/	/	/	100%	113	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS . V 24

من خلال الجدول رقم (8) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (113) فرداً قد أجمعوا على أنهم يقومون بزيارة الصفحات الأم .

مما يعني أن أفراد العينة كلهم يزورون الصفحات الأم

\* التحليل الكمي لنتائج السؤال رقم 4 : هل تكتفي فقط بما يصل إليك من منشورات الصفحة ؟

الجدول رقم (9) يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (4)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	النسبة المئوية %	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 4
/	/	/	/	100%	113	نعم
/	/	/	/	00%	00	لا
/	/	/	/	100%	113	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS . V 24

من خلال الجدول رقم (9) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (113) فرداً قد أجمعوا على أنهم يكتفون فقط بما يصل إليهم من منشورات الصفحة .

مما يعني أن أفراد العينة كلهم يكتفون فقط بما يصل إليهم من منشورات الصفحة

\* التحليل الكمي لنتائج السؤال رقم 5 : أي الصفحات تتعرض إليها ؟

الجدول رقم (10) يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (5)

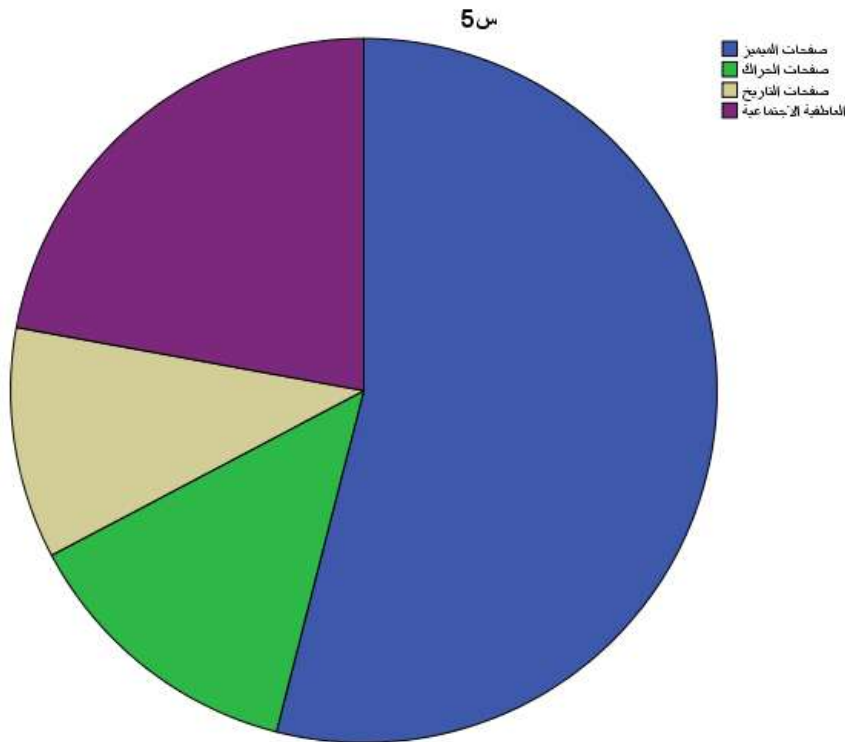
القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	النسبة المئوية %	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 5
دال عند 0.01	0.000	53.903	03	54%	61	صفحات الميمز
				13.3%	15	صفحات الحراك
				10.6%	12	صفحات التاريخ
				22.1%	25	العاطفية والاجتماعية
				100%	113	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS . V 24

من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (113) فرداً قد تباينت فيما يخص الصفحات التي يتعرضون لها، وقد صرحت النسبة الأكبر منهم والبالغة (54%) يتعرضون لصفحات الميمز، تليها الصفحات العاطفية والاجتماعية بنسبة (22.1%) من أفراد عينة الدراسة في حين كان (13.3%) منهم يتعرضون لصفحات الحراك وبنسبة أقل تبلغ (10.6%) يتعرضون لصفحات التاريخ.

وبالنظر إلى قيمة اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) والذي قدر بـ (53.903) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن الفرق دال إحصائياً بين المجموعات، وهو ليس راجعاً إلى الصدفة. مما يعني أن أفراد العينة يتباينون في تعرضهم للصفحات الساخرة، فمنهم من اختار صفحات الميمز، ومنهم من اختار صفحات الحراك، والبعض منهم يتعرض لصفحات التاريخ، والبعض الآخر للصفحات العاطفية والاجتماعية.

ويمكن تمثيل نتائج الجدول أعلاه بالشكل الموالي :



الشكل رقم (6) يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (5)

\* التحليل الكمي لنتائج السؤال رقم 6 : رتب الصفحات التالية حسب متابعتك لمنشوراتها ؟

الجدول رقم (11) يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6)

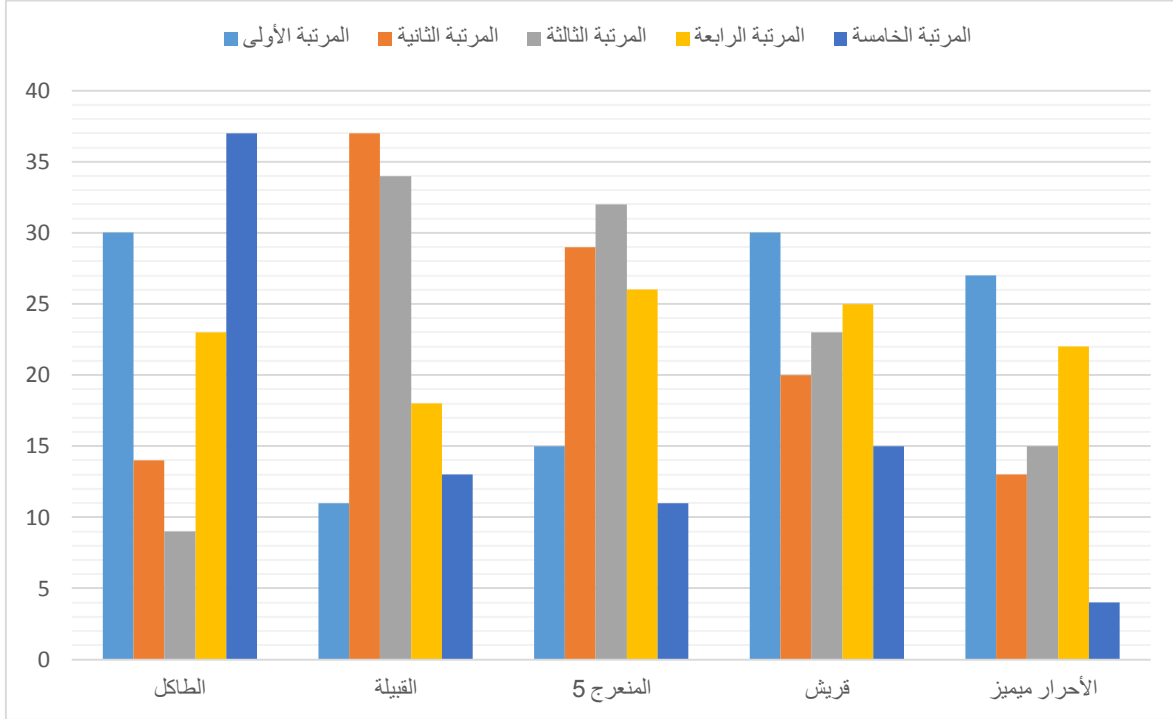
الرتبة	المتوسط الحسابي	المرتبة الخامسة	المرتبة الرابعة	المرتبة الثالثة	المرتبة الثانية	المرتبة الأولى	الصفحة الساخرة	
4	2.79	37	23	09	14	30	التكرار	الطاكل
		%37	%23	%9	%12.4	%26.5	النسبة	
1	3.37	13	18	34	37	11	التكرار	القبيلة
		%11.5	%15.9	%30.1	%32.7	%9.7	النسبة	
3	3.09	11	26	32	29	15	التكرار	المنعرج 5
		%9.7	%23	%28.3	%25.7	%13.3	النسبة	
2	3.22	15	25	23	20	30	التكرار	قريش
		%13.3	%22.1	%20.4	%17.7	%26.5	النسبة	
5	2.76	36	22	15	13	27	التكرار	الأحرار ميمز
		%31.9	%19.5	%13.3	%11.5	%23.9	النسبة	

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS . V 24

من خلال نتائج الجدول رقم ( ) الذي يوضح ترتيب الصفحات الساخرة التي يتعرض لها أفراد العينة جاءت النتائج والنسب متفاوتة بين ترتيب مختلف الصفحات، وبالنظر الى المتوسط الحسابي المرجح لاستجابات أفراد العينة، حول ترتيبهم لتلك الصفحة الساخرة، جاءت صفحة القبيلة في المرتبة الاولى بمتوسط حسابي 3.37 ، في حين جاءت صفحة قريش في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 3.22 ، أما في المرتبة الثالثة في جاءت صفحة المنعرج 5 بمتوسط حسابي 3.9 ، تليها صفحة الطاكل. 2.79 وفي المرتبة الخامسة والأخيرة جاءت صفحة أحرار ميمز بمتوسط حسابي 2.76.

ويمكن تمثيل نتائج الجدول أعلاه بالرسم البياني التالي :

الشكل رقم (7) يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6)



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS . V 24

\* التحليل الكمي لنتائج السؤال رقم 07 : رتب المواضيع الآتية من حيث درجة متابعتك لها على مستوى هذه الصفحات؟

الجدول رقم (12) يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (7)

الرتبة	المتوسط الحسابي	المرتبة السابعة	المرتبة السادسة	المرتبة الخامسة	المرتبة الرابعة	المرتبة الثالثة	المرتبة الثانية	المرتبة الأولى	المواضيع	
5	3.80	32	08	13	13	15	08	24	التكرار	الحراك
		%28.3	%7.1	%11.5	%11.5	%13.3	%7.1	%21.2	النسبة	
4	3.91	07	35	15	08	11	26	11	التكرار	أداء الرئيس
		%6.2		%13.3	%7.1	%9.7	%23	%9.7	النسبة	
3	4.16	10		19	24	25	17	09	التكرار	أداء الوزراء
		%8.8	%8	16.8%	%21.2	%22.1	%15	%8	النسبة	
1	4.58	11	04	18	22	27	14	17	التكرار	العلاقات العاطفية
		%31	%3.5	%15.9	%19.5	%23.9	%12.4	%15	النسبة	
2	4.30	09	09	22	22	18	21	13	التكرار	الكورونا
		%7.1	%8	%19.5	%19.5	%15.9	%18.6	%11.5	النسبة	
6	3.73	19	26	11	14	10	19	14	التكرار	التيارات النسوية
		%16.8	%23	%9.7	%12.4	%8.8	%16.8	%12.4	النسبة	
7	3.65	26	22	15	10	07	08	25	التكرار	الجماعات الهامشية
		%23	%19.5	%13.3	%8.8	%6.2	%7.1	%22.1	النسبة	

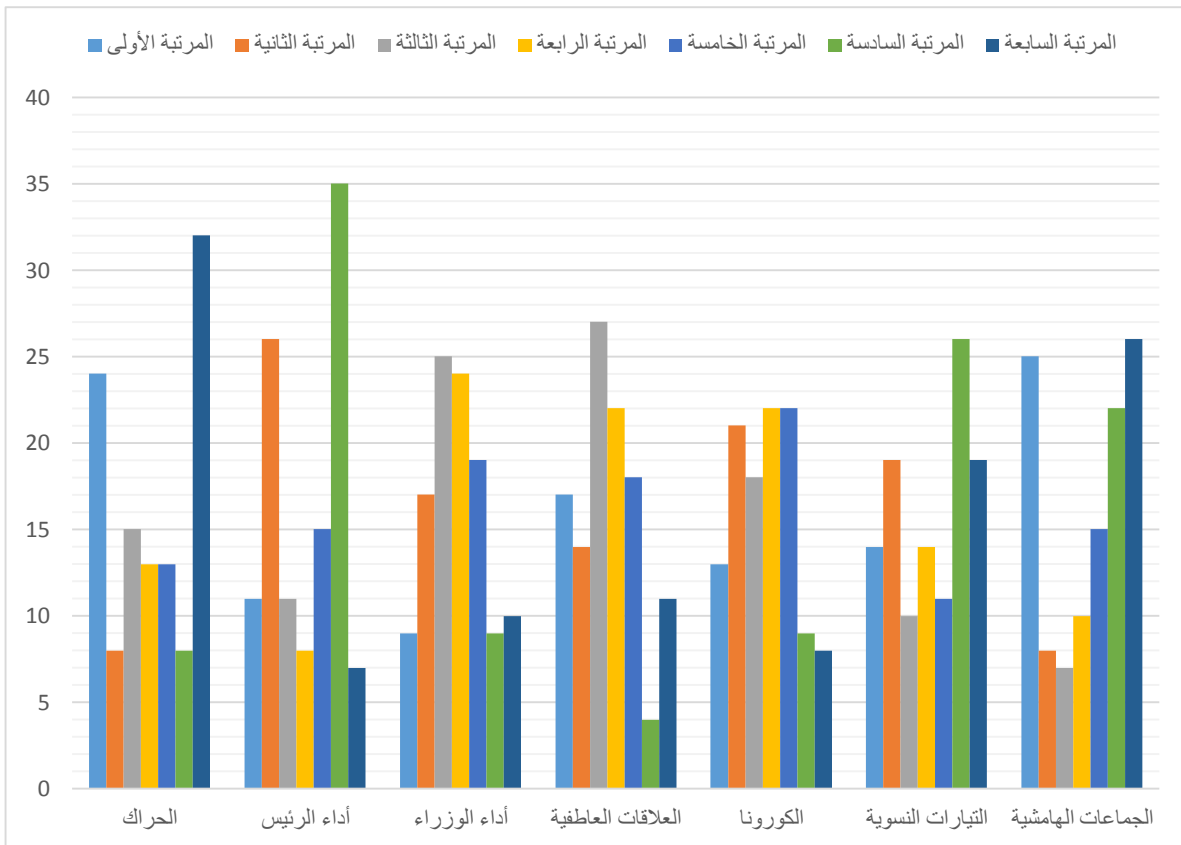
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS . V 24

من خلال الجدول رقم (12) والشكل رقم (6) ، والذي يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 7 و المطلوب فيه ترتيب المواضيع من حيث درجة متابعتها من قبل أفراد العينة حيث جاءت النتائج كالتالي:

في المرتبة الأولى مع المواضيع المتعلقة بالعلاقات العاطفية بمتوسط حسابي 4.58 ، تليه المواضيع الخاصة بكورونا في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 4.30 ، أما في المرتبة الثالثة فجاءت المواضيع الخاصة بأداء الوزراء بمتوسط حسابي 4.16 ، وفي المرتبة الرابعة المواضيع الخاصة بأداء الرئيس بمتوسط حسابي 3.91 ، ثم في المرتبة الخامسة المواضيع الخاصة بالحراك بمتوسط حسابي 3.80 ، أما المرتبة السادسة فكانت للمواضيع الخاصة بالتيارات النسوية بمتوسط حسابي 3.73 ، أما في المرتبة السابعة والأخيرة جاءت المواضيع الخاصة بالجماعات الهامشية ( المتحررين و العميقين ) بمتوسط حسابي 3.65.

ويمكن تمثيل نتائج الجدول أعلاه بالشكل الموالي :

الشكل رقم (8) يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)



## 3- عرض وتحليل نتائج محور التفضيلات

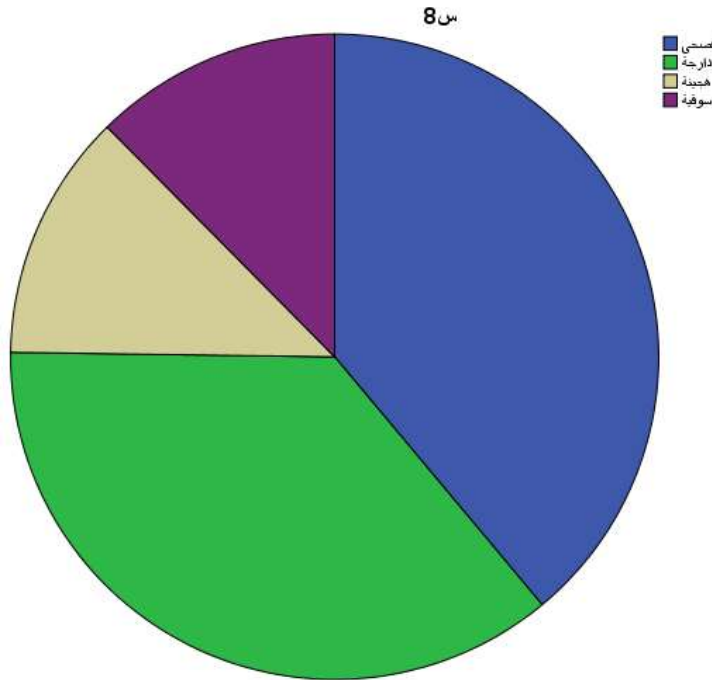
\* التحليل الكمي لنتائج السؤال رقم 08 : اللغة المفضلة؟

الجدول رقم (13) يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	النسبة المئوية %	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 08
دال عند 0.01	0.000	28.912	03	38.9%	44	فصحى
				36.3%	41	دارجة
				12.4%	14	هجينة
				12.4%	14	سوقية
				100%	113	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS . V 24

ويمكن تمثيل نتائج الجدول أعلاه بالشكل الموالي :



الشكل رقم (9) يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)

من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (113) فرداً قد تباينت فيما يخص اللغة التي يفضلونها أثناء تصفحهم ، وقد صرحت النسبة الأكبر منهم والبالغة (38.9%) يفضلون الفصحى ،

تليها الدارحة بنسبة (36.3%) من أفراد عينة الدراسة ، في حين كان (12.4%) منهم يفضلون اللغة الهجينة وهي ذات النسبة للذين يفضلون اللغة السوقية.

وبالنظر إلى قيمة اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) والذي قدر بـ (28.912) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ ) ، وبالتالي فإن الفرق دال إحصائياً بين المجموعات ، وهو ليس راجعاً إلى الصدفة.

مما يعني أن أفراد العينة يتباينون في اللغة التي يفضلونها عند تعرضهم للصفحات الساخرة، فمنهم من يفضل الفصحى ومنهم من يفضل الدرجة وآخرون يفضلون اللغة الهجينة ونسبة أخرى منهم تفضل اللغة السوقية.

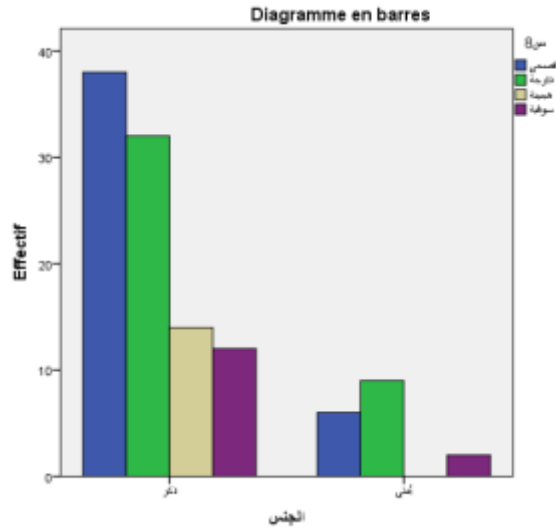
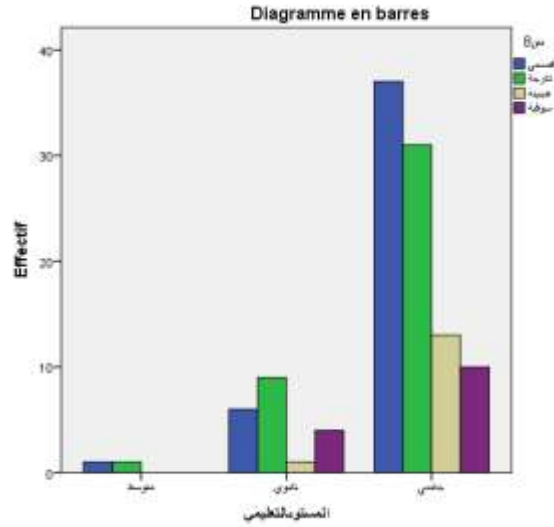
\* ولمعرفة تأثير متغيرات الدراسة (الجنس والمستوى التعليمي) على استجابات أفراد العينة فيما يخص هذا السؤال والذي يتعلق باللغة المفضلة أثناء تصفح الصفحات الساخرة ، قمنا بتلخيص نتائج هذا السؤال وفقاً للمتغيرات في الجدول الموالي

الجدول رقم (14) يوضح علاقة متغيرات الدراسة باللغة المفضلة أثناء التعرض لمضامين الصفحات الساخرة

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	اللغة المفضلة								الجنس	المستوى التعليمي
			سوقية		هجينة		دارحة		فصحى			
			%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
غير دال عند 0.05	0.253	4.084	12.5%	12	14.6%	14	33.3%	32	39.6%	38	ذكر	
			11.8%	02	00%	00	52.9%	09	35.3%	06	أنثى	
			12.4%	14	12.4%	14	36.3%	41	38.9%	44	المجموع	
غير دال عند 0.05	0.689	3.908	00%	00	00%	00	50%	01	50%	01	متوسط	
			20%	04	5%	01	45%	09	30%	06	ثانوي	
			11%	10	14.3%	13	34.1%	31	40.7%	37	جامعي	
			12.4%	14	12.4%	14	36.3%	41	38.9%	44	المجموع	

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان مخرجات برنامج SPSS . V 24

ويمكن تمثيل نتائج الجدول أعلاه بالرسم البياني التالي :



وقد أوضحت نتائج الجدول أعلاه عدم تأثير متغيري الجنس والمستوى التعليمي فيما يتعلق باللغة المفضلة أثناء التعرض لمضامين الصفحات الساخرة حيث جاءت النسب متفاوتة بين الجنسين وبين المستويات التعليمية المختلفة ، لكن تلك الفروق ليست فروقا جوهرية بل ترجع إلى الصدفة ، وهذا ما يؤكد قيمة  $K^2$  والمقدر ب (4.084) للفروق بين الجنسين و (3.908) للفروق بين المستويات الدراسية ، وهي قيم غير دالة إحصائيا عند المستوى 0.05، أي أن الفرق غير دال بين الجنسين من جهة وبين المستويات العمرية من جهة أخرى في اللغة المفضلة أثناء التعرض لمضامين الصفحات الساخرة.

مما يعني أن أفراد العينة لا يتباينون في اللغة التي يفضلونها عند تعرضهم للصفحات الساخرة تبعا للجنس أو المستوى التعليمي، فمنهم من يفضل الفصحى ومنهم من يفضل الدارجة وآخرون يفضلون اللغة المحكية ونسبة أخرى منهم تفضل اللغة السوقية

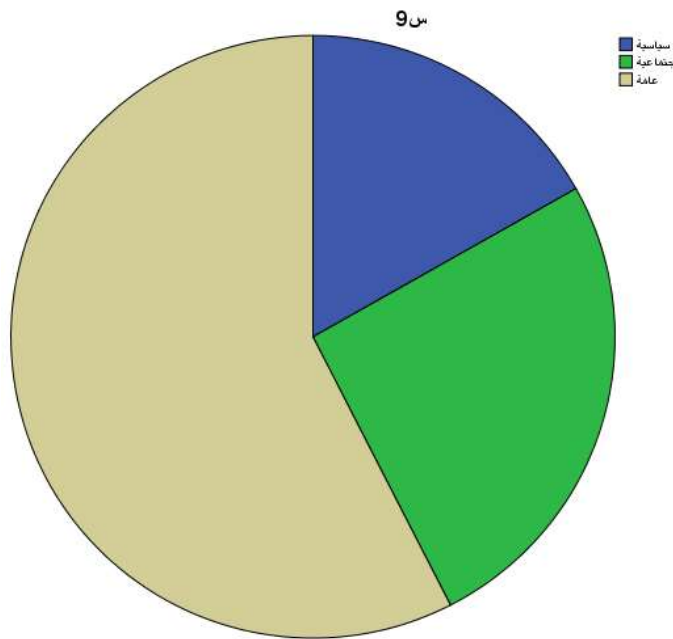
## \* التحليل الكمي لنتائج السؤال رقم 09 : طبيعة الصفحات؟

الجدول رقم (15) يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	النسبة المئوية %	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 09
غير دال عند 0.05	0.000	31.080	02	16.8%	19	سياسية
				25.7%	29	اجتماعية
				57.5%	65	عامة
				100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS . V 24

ويمكن تمثيل نتائج الجدول أعلاه بالشكل الموالي :



الشكل رقم (10) يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (113) فرداً قد تباينت فيما يخص طبيعة الصفحات التي تستهويهم، حيث صرحت النسبة الأكبر منهم والبالغة (57.7%) بأنهم يجذبون الصفحات العامة يليها ما نسبته (25.7%) تستهويهم الصفحات الاجتماعية، في حين يأتي في المرتبة الثالثة الصفحات السياسية بنسبة (16.8%).

وبالنظر إلى قيمة اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) والذي قدر بـ (31.080) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ ) ، وبالتالي فإن الفرق غير دال إحصائياً بين المجموعات ، وهو راجع إلى الصدفة.

مما يعني أن أفراد العينة يتباينون في طبيعة الصفحات التي يتابعونها، فمنهم من يتابع الصفحات السياسية ومنهم من تستهويه الصفحات الاجتماعية وآخرون يتابعون الصفحات السياسية.

\* ولمعرفة تأثير متغيرات الدراسة (الجنس والمستوى التعليمي) على استجابات أفراد العينة فيما يخص هذا

السؤال والذي يتعلق بطبيعة الصفحات الساخرة ، قمنا بتلخيص نتائج هذا السؤال وفقاً للمتغيرات في الجدول الموالي

الجدول رقم (16) يوضح علاقة متغيرات الدراسة بطبيعة الصفحات الساخرة

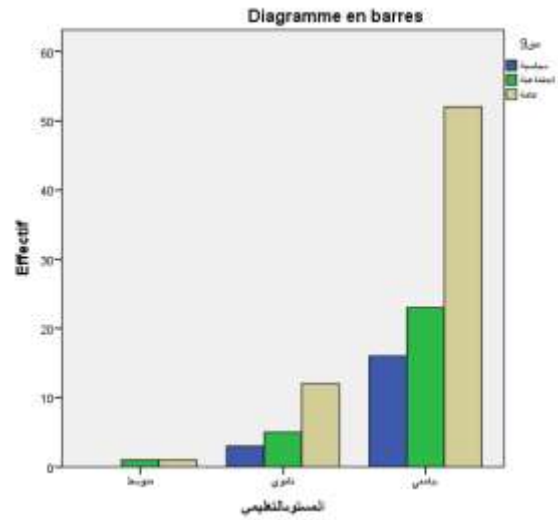
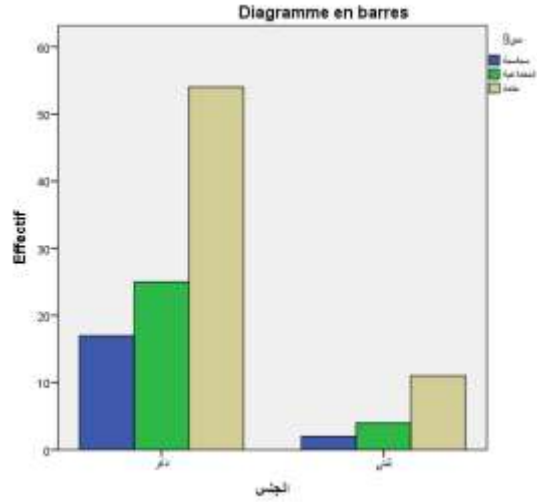
القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	طبيعة الصفحات								الجنس	المستوى التعليمي
			المجموع		عامة		اجتماعية		سياسية			
			%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
غير دال عند 0.05	0.772	0.518	100%	96	56.3%	54	26%	25	17.7%	17	ذكر	
			100%	17	64.7%	11	23.5%	04	11.8%	02	أنثى	
			100%	113	57.5%	65	25.7%	29	16.8%	19	المجموع	
غير دال عند 0.05	0.922	0.921	100%	02	50%	01	50%	01	00%	00	متوسط	
			100%	20	60%	12	25%	05	15%	03	ثانوي	
			100%	91	57.1%	52	25.3%	23	17.6%	16	جامعي	
			100%	113	57.5%	65	25.7%	29	16.8%	19	المجموع	

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان مخرجات برنامج SPSS . V 24

وقد أوضحت نتائج الجدول أعلاه عدم تأثير متغيري الجنس والمستوى التعليمي فيما يتعلق بطبيعة الصفحات الساخرة حيث جاءت النسب متفاوتة بين الجنسين وبين المستويات التعليمية المختلفة ، لكن تلك الفروق ليست فروقا جوهرية بل ترجع إلى الصدفة ، وهذا ما يؤكد قيمة  $K^2$  والمقدر بـ (0.518) للفروق بين الجنسين و (0.922) للفروق بين المستويات الدراسية ، وهي قيم غير دالة إحصائياً عند المستوى 0.05 ، أي أن الفرق غير دال بين الجنسين من جهة وبين المستويات العمرية من جهة أخرى في طبيعة الصفحات الساخرة.

مما يعني أن أفراد العينة لا يتباينون في الصفحات التي يفضلونها عند تعرضهم للصفحات الساخرة تبعاً للجنس أو المستوى التعليمي، فمنهم من يفضل الصفحات السياسية ومنهم من يفضل الاجتماعية وآخرون يفضلون الصفحات العامة.

ويمكن تمثيل نتائج الجدول أعلاه بالرسم البياني التالي :



4- عرض نتائج محور التفاعلات

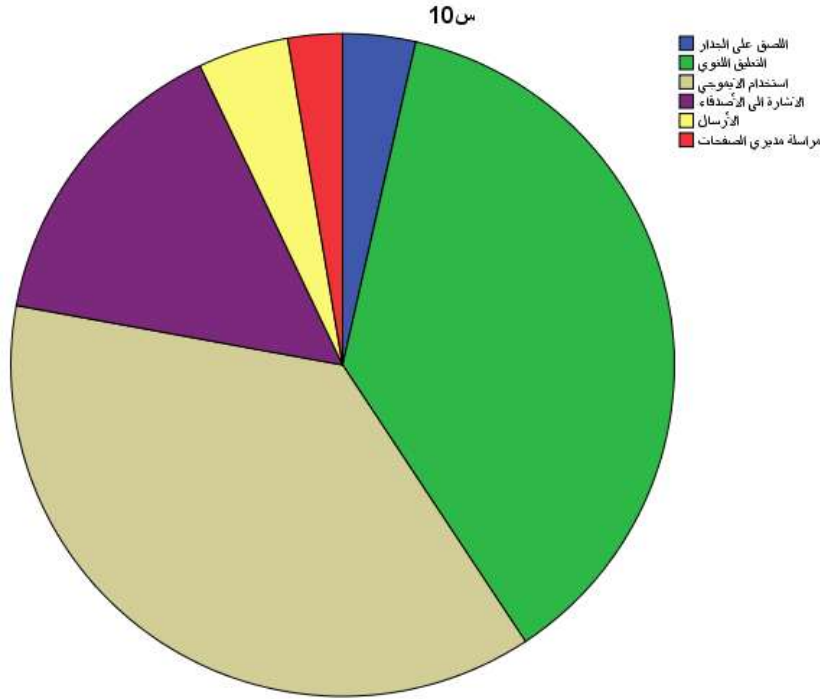
\* التحليل الكمي لنتائج السؤال رقم 10 : كيف تتفاعل مع الصفحات الساخرة؟

الجدول رقم (18) يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	النسبة المئوية %	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 10
غير دال عند 0.05	0.000	92.327	05	3.5%	04	الاصق على الجدار
				37.2%	42	التعليق اللغوي
				37.2%	42	استخدام الإيموجي
				15%	17	الإشارة إلى الأصدقاء
				4.4%	05	الإرسال
				2.7%	03	مراسلة مديري الصفحات
				100%	113	المجموع

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS .V 24

ويمكن تمثيل نتائج الجدول أعلاه بالشكل الموالي :



#### الشكل رقم (11) يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (113) فرداً قد تباينت فيما يخص كيفية تفاعلهم مع الصفحات الساخرة، حيث صرحت النسبة الأكبر منهم والبالغة (37.2%) بأنهم يتفاعلون بالتعليق اللغوي، وهي ذات النسبة من الذين يتفاعلون باستخدام الإيموجي، يليها ما نسبته (15%) يتفاعلون بالإشارة إلى الأصدقاء في حين يأتي بدرجات أقل التفاعل بالإرسال و التفاعل باللمس على الجدار والتفاعل بممارسة مديري الصفحات بنسبة (4.4%) و (3.5%) و (2.7%) على الترتيب..

وبالنظر إلى قيمة اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) والذي قدر بـ (92.327) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ ) ، وبالتالي فإن الفرق غير دال إحصائياً بين المجموعات ، وهو راجع إلى الصدفة.

مما يعني أن أفراد العينة يتباينون في طريقة التفاعل مع الصفحات الساخرة التي يتابعونها، فمنهم من يتفاعل بالتعليق اللغوي، ومنهم من يتفاعل باستخدام الإيموجي، وآخرون يتفاعلون بالإشارة إلى الأصدقاء ، في حين يتفاعل آخرون بالإرسال أو باللمس على الجدار أو بممارسة مديري الصفحات .

## 5- عرض نتائج محور الإشباعات

\* التحليل الكمي لنتائج أسئلة المحور: إلى أي مدى تتفق وجهة نظرك مع العبارات التالية ؟

الجدول رقم (19) يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على أسئلة المحور

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	القرار	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	مؤيد		محايد		معارض		رقم السؤال
						النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
6	0.785	2.40	دال عند 0.01	32.301	02	%58.4	66	%23	26	%18.6	21	سؤال 11
8	0.778	2.35	دال عند 0.01	23.009	02	%54	61	%27.4	31	%18.6	21	سؤال 12
3	0.682	2.54	دال عند 0.01	53.115	02	%64.6	73	%24.8	28	%10.6	12	سؤال 13
1	0.667	2.56	دال عند 0.01	56.407	02	%65.5	74	%24.8	28	%9.7	11	سؤال 14
4	0.727	2.41	دال عند 0.01	28.372	02	%54.9	62	%31	35	%14.2	16	سؤال 15
9	0.810	2.26	دال عند 0.01	12.442	02	%48.7	55	%28.3	32	%23	26	سؤال 16
2	0.681	2.55	دال عند 0.01	55.558	02	%65.5	74	%23.9	27	%10.6	12	سؤال 17
7	0.711	2.38	دال عند 0.01	24.761	02	%51.3	58	%35.4	40	%13.3	15	سؤال 18
5	0.738	2.40	دال عند 0.01	27.416	02	%54.9	62	%30.1	34	%15	17	سؤال 19
10	0.771	2.24	دال عند 0.01	9.894	02	%44.2	50	%35.4	40	%20.4	23	سؤال 20

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS . V 24

فيما يتعلق بنتائج استجابات أفراد عينة الدراسة على أسئلة المحور الخاص بالإشباعات المحققة من الصفحات الساخرة

جاءت النتائج على النحو التالي:

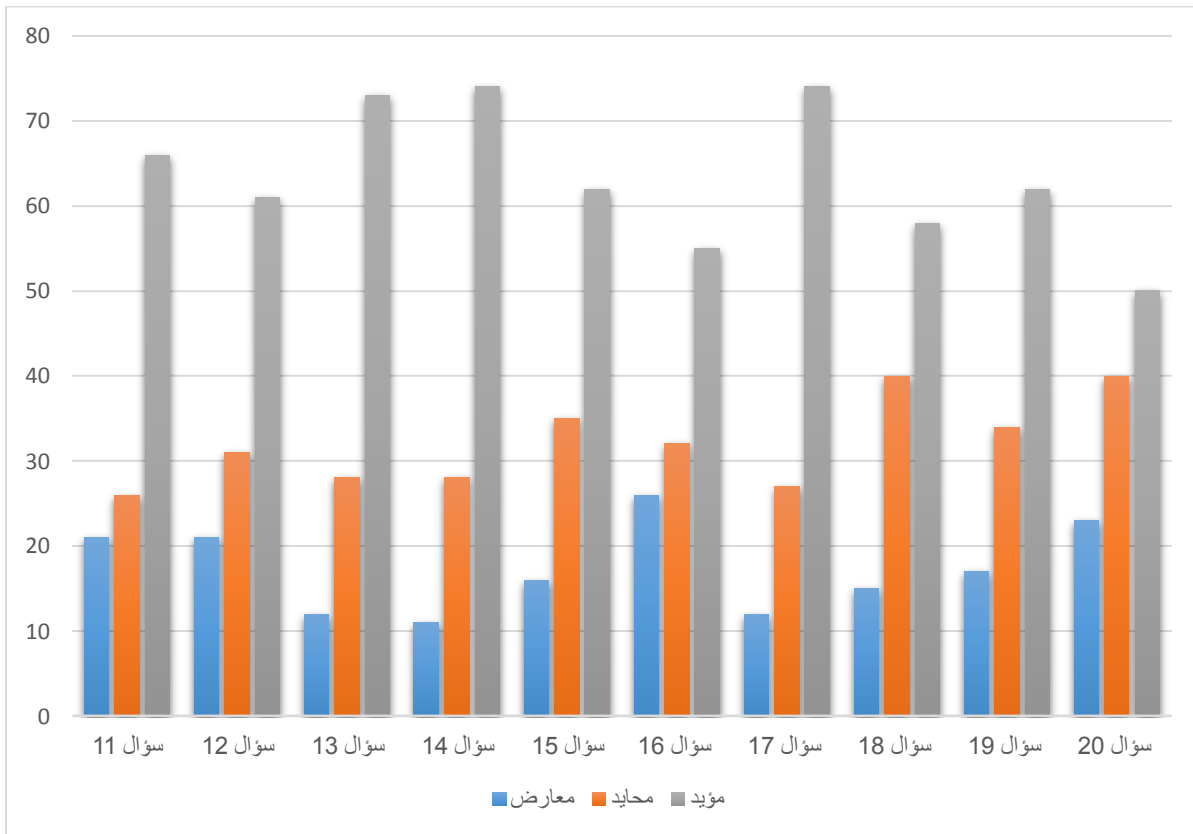
في المرتبة الأولى يرى معظم أفراد العينة أن الصفحات الساخرة تتميز بمسيرتها للأحداث لحظة بلحظة، حيث عبر عن

تأييد ذلك ما نسبته 69.5% بمتوسط حسابي 2.56، تليها في المرتبة الثانية كون تلك الصفحات تعرى الواقع

الاجتماعي بطريقة ساخرة، حيث عبر عن تأييد ذلك ما نسبته 65.5% بمتوسط حسابي 2.55، في حين جاء في

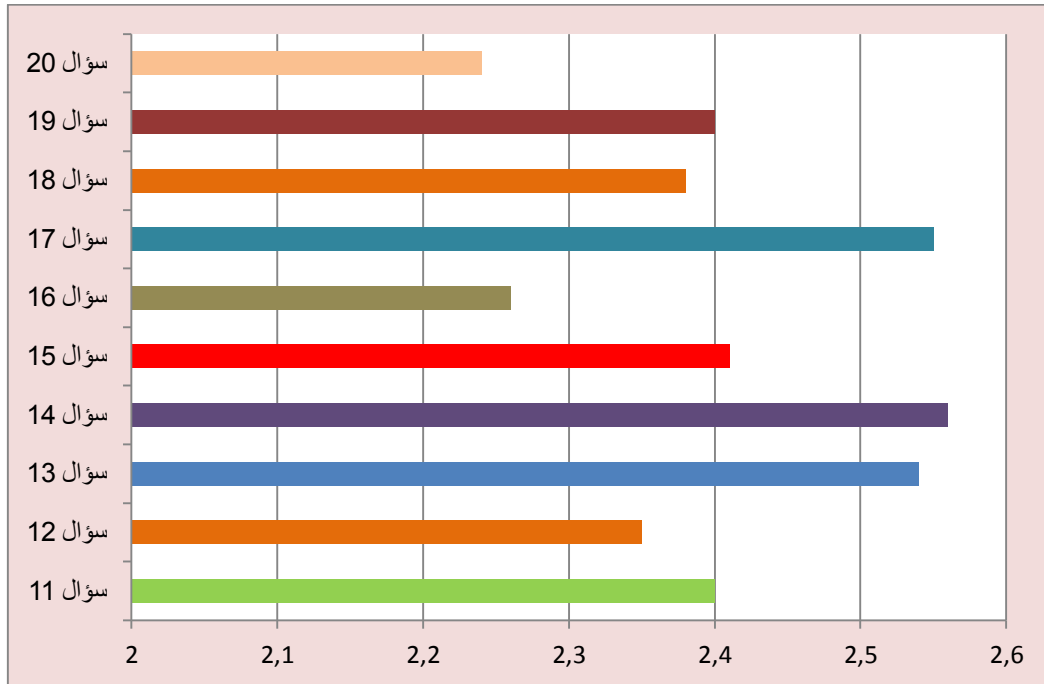
المرتبة الثالثة أن تلك الصفحات تعتبر وسيلة لتفريغ التوترات المرتبطة بالأحداث، بمتوسط حسابي 2.54 ، تليها في المرتبة الرابعة أن لغة تلك الصفحات تعبر عن الرأي العام بكل عفوية بمتوسط حسابي 2.41 ، و في المرتبة الخامسة كان معظم أفراد العينة يرون ان تلك الصفحات تتجاوز النموذج الاعلامي التقليدي وكان ذلك بمتوسط حسابي 2.40 ، تليها في المرتبة السادسة كون تلك الصفحات تشكل أسلوبا جيدا لمناقشة مختلف المستجبات بمتوسط حسابي 2.40 ، و في المرتبة السابعة يرى أفراد العينة ان تلك الصفحات تسمح بمناقشة الطابو الاجتماعي بمتوسط حسابي 2.38 حيث عبر أكثر من 51.3 % بتأييدهم لهذه العبارة، و في المرتبة الثامنة كان معظم افراد العينة يرون ان الاعلام الساخر يشكل بديلا لنماذج الاعلام التقليدي بمتوسط حسابي 8.35 بنسبة مؤيد 54% ، و في المرتبة التاسعة يرى أفراد العينة ان هذه الصفحات تشكل فضاء جيدا لمناقشة الاحداث بمتوسط حسابي 2.62 ونسبه مؤيد 48.7 % ، اما في المرتبة العاشرة والأخيرة فقد صرح أفراد العينة بأن تلك الصفحات تعبر عن مفهوم صحافة المواطنة بمتوسط حسابي 2.24 ونسبه مؤيد 44.2 % .

والشكل رقم (12) يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على المحور



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS . V 24

الشكل البياني رقم: (13) يوضح متوسطات استجابات عينة الدراسة على محور الإشباعات



### النتيجة العامة

أسفرت نتائج الدراسة الميدانية على النتائج التالية :

#### 1- فيما يتعلق بعادات التعرض

\* أثبتت النتائج أن أفراد العينة يتباينون في تعرضهم للصفحات الساخرة، لكن أغلبهم نادرا ما يتعرض لها أو يتعرض لها بين الحين والآخر، وأن هناك فروقا بين الجنسين في درجة تعرضهم لتلك الصفحات ، فأغلب الذكور يتعرضون للصفحات الساخرة بشكل دائم أوبين الحين والآخر، في حين أغلب الإناث لا يتعرضون لتلك الصفحات إلا نادرا.

\* وأثبتت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يتباينون في كيفية تعرفهم على تلك الصفحات، فالبعض كان عن طريق إشعار صديق والبعض الآخر تعرفوا عليها باقتراح من الفيس بوك، والبعض منهم تعرفوا عليها بسبب جداريات أصدقائهم، في حين النسبة الأقل، تعرفوا على تلك الصفحات بإشارة من صديق.

\* أثبتت النتائج أن أفراد العينة كلهم يزورون الصفحات الأم وأنهم كلهم يكتبون فقط بما يصل إليهم من منشورات الصفحة .

\* أكدت نتائج الدراسة على اختلاف أفراد العينة في تعرضهم للصفحات الساخرة، فمنهم من اختار صفحات الميمز، ومنهم من اختار صفحات الحراك، والبعض منهم يتعرض لصفحات التاريخ، والبعض الآخر للصفحات العاطفية والاجتماعية.

\* أثبتت النتائج أن أكثر الصفحات الساخرة متابعه من أفراد العينة هي صفحة القبيلة تليها صفحة قريش ثم صفحة المنعرج 5 ثم صفحة الطاكل وأخيرا صفحة الأحرار ميمز.

\* كما أثبتت النتائج أن المواضيع المتعلقة بالعلاقات العاطفية والحميمة هي أكثر المواضيع من حيث درجة المتابعة في تلك الصفحات، تليها مواضيع كورونا، ثم المواضيع المتعلقة بأداء الوزراء، ثم المواضيع التي تتناول أداء الرئيس، تليها مواضيع الحراك، و المواضيع المتعلقة بالتيارات النسوية، وبدرجة أقل المواضيع المتعلقة بالجماعات الهامشية (المتحررين والعميقين)

## 2- فيما يتعلق بالنفسيات

\* أثبتت النتائج أيضا أن أفراد العينة يتباينون في اللغة التي يفضلونها عند تعرضهم للصفحات الساخرة، فمنهم من يفضل الفصحى ومنهم من يفضل الدارجة وآخرون يفضلون اللغة المهجينة ونسبة أخرى منهم تفضل اللغة السوقية، وأنه لا يوجد فروق بين الجنسين أو بين المستويات التعليمية فيما يتعلق باللغة التي يفضلونها عند تعرضهم لتلك الصفحات، فمنهم من يفضل الفصحى ومنهم من يفضل الدارجة وآخرون يفضلون اللغة المهجينة ونسبة أخرى منهم تفضل اللغة السوقية.

\* أثبتت النتائج أيضا أن أفراد العينة يتباينون في طبيعة الصفحات التي يتابعونها، فمنهم من يتابع الصفحات السياسية ومنهم من تستهويه الصفحات الاجتماعية وآخرون يتابعون الصفحات السياسية، ولا يوجد تأثير لمتغيري الجنس أو المستوى التعليمي في ذلك.

## 3 - فيما يتعلق بالتفاعلات

\* أثبتت النتائج أن أفراد العينة يتباينون في طريقة التفاعل مع الصفحات الساخرة التي يتابعونها، فمنهم من يتفاعل بالتعليق اللغوي، ومنهم من يتفاعلون باستخدام الإيموجي، وآخرون يتفاعلون بالإشارة إلى الأصدقاء، في حين يتفاعل آخرون بالإرسال أو باللصق على الجدار أو بمراسلة مديري الصفحات .

## 4- فيما يتعلق بالإشباع المحققة

أشارت نتائج الدراسة الميدانية أن معظم أفراد العينة يرون أن الصفحات الساخرة حققت الإشباع المرغوبة كونها تتميز بالدرجة الأولى بمسايرتها للأحداث لحظة بلحظة، ثم كونها تعري الواقع الاجتماعي بطريقه ساخرة، وتعتبر وسيلة لتفريغ التوترات المرتبطة بالأحداث، وهي أيضا تعبر عن الرأي العام بكل عفوية وتتجاوز النموذج الاعلامي التقليدي وتشكل أسلوبا جيدا لمناقشة مختلف المستجدات وهي أيضا تسمح بمناقشه الطابو الاجتماعي .

كما أن معظم افراد العينة يرون أن الاعلام الساخر يشكل بديلا لنماذج الاعلام التقليدي و أن تلك الصفحات الساخرة تشكل فضاء جيدا لمناقشة الاحداث وتعبر عن مفهوم صحافة المواطنة.

خاتمة

لا شك أن مواقع التواصل عموما صارت تمثل دورا مهما في حياة الكثير ، سواء منهم الشباب او البالغين او حتى صغار السن وبغض النظر عن اختلاف آرائنا حول التأثير السلبي والايجابي لهذه المواقع على غرار الفيسبوك وغيره علينا وعلى أفكارنا، إلا أن تصفح مثل هذه المواقع صار من النشاطات اليومية التي نقوم بها، ومن أكثر المجالات الموجودة على الفيسبوك مثلا والاشهر تعد الصفحات الكوميديا والساخرة من أبرز المجالات التي تثير اهتمام جمهور مواقع التواصل الاجتماعي والتي تتناول جميع جوانب حياتنا بأسلوب ساخر وفكاهي نجبه جميعا ونستمتع به ويحملنا معه في لحظات قصيرة تخرجنا من ضغط الحياه وترسم ابتسامة على وجوهنا في أوقات غالبا ما نكون بحاجة إليها. وعلى هذا الأساس قمنا باختيار ودراسة نظرية وميدانية لجمهور الصفحات الساخرة، حاولنا من خلالها الوقوف على الكيفية التي يتفاعل بها مستخدموا الصفحات الساخرة على مواقع التواصل وتأثيراتها ونتائجها.

من خلال دراستنا هذه توصلنا إلى بعض النتائج، حيث أثبتت الدراسة:

أن هناك تباين بين أفراد العينة في تعرضهم للصفحات الساخرة، حيث إن هناك فروقا بين الجنسين في درجة تعرضهم لتلك الصفحات ، فأغلب الذكور يتعرضون للصفحات الساخرة بشكل دائم أو بين الحين والآخر، في حين أغلب الإناث لا يتعرضون لتلك الصفحات إلا نادرا.

كما أثبتت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يتباينون في كيفية تعرفهم على تلك الصفحات، فالبعض كان عن طريق إشعار صديق والبعض الآخر تعرفوا عليها باقتراح من الفيس بوك، والبعض منهم تعرفوا عليها بسبب جداريات أصدقائهم، في حين النسبة الأقل، تعرفوا على تلك الصفحات بإشارة من صديق. كما أثبتت النتائج أن أفراد العينة كلهم يزورون الصفحات الأم وأنهم كلهم يكتفون فقط بما يصل إليهم من منشورات الصفحة .

إضافة لما سبق أثبتت النتائج أيضا أن أفراد العينة يتباينون في اللغة التي يفضلونها عند تعرضهم للصفحات الساخرة، فمنهم من يفضل الفصحى ومنهم من يفضل الدارجة وآخرون يفضلون اللغة المحيية ونسبة أخرى منهم تفضل اللغة السوقية، وأنه لا يوجد فروق بين الجنسين أو بين المستويات التعليمية فيما يتعلق باللغة التي يفضلونها عند تعرضهم لتلك الصفحات ، كما أثبتت النتائج أيضا أن أفراد العينة يتباينون في طبيعة الصفحات التي يتابعونها، فمنهم من يتابع الصفحات السياسية ومنهم من تستهويه الصفحات الاجتماعية وآخرون يتابعون الصفحات السياسية، ولا يوجد تأثير لمتغيري الجنس أو المستوى التعليمي في ذلك.

أثبتت النتائج أن أفراد العينة يتباينون في طريقة التفاعل مع الصفحات الساخرة التي يتابعونها، فمنهم من يتفاعل بالتعليق اللغوي، ومنهم من يتفاعلون باستخدام الإيموجي، وآخرون يتفاعلون بالإشارة إلى الأصدقاء ، في حين يتفاعل آخرون بالإرسال أو باللصق على الجدار أو بمراسلة مديري الصفحات

وفي الأخير أشارت نتائج الدراسة الميدانية أن معظم أفراد العينة يرون أن الصفحات الساخرة حققت الإشباع المرغوبة كونها تتميز بالدرجة الأولى بمسايرتها للأحداث لحظة بلحظة، ثم كونها تعري الواقع الاجتماعي بطريقه ساخرة ، وتعتبر وسيلة لتفريغ التوترات المرتبطة بالأحداث، وهي أيضا تعبر عن الرأي العام بكل عفوية وتتجاوز النموذج الاعلامي التقليدي وتشكل أسلوبا جيدا لمناقشة مختلف المستجدات وهي أيضا تسمح بمناقشه الطابو الاجتماعي .

كما أن معظم افراد العينة يرون أن الاعلام الساخر يشكل بديلا لنماذج الاعلام التقليدي وأن تلك الصفحات الساخرة تشكل فضاء جيدا لمناقشة الاحداث وتعبر عن مفهوم صحافة المواطنة.

# قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

1-المراجع،

-باللغة العربية

- 1) أحمد، أحمد زكرياء.(2007)، الممارسة الصحفية و الأداء الصحفي ، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2007.
- 2) جناد مصطفى.(2014)، السخرية في البرامج التلفزيونية ط1 -دار ميزوبوميات- بغداد.
- 3) الجوهرى. (2009)، تاج اللغة وصحاح العربية، دط، دار الحديث، القاهرة.
- 4) جيدير، ماثيو.(2002)، منهجية البحث العلمي، تر: الأبيض، ملكة. ط1، دار الفكر، دمشق، سوريا، 2002.
- 5) حجاب، محمد منير.(2003)، الموسوعة الإعلامية، المجلد3، الفجر للنشر والتوزيع، 2003.
- 6) دويدري، رجاء وحيد . (2002)، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية، ط1، دار الفكر، دمشق، سوريا.
- 7) رشتي، جيهان احمد.(1993)، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، دط، دار النهضة العربية، مصر.
- 8) عبد الحميد، محمد.(1993)، ط1، دراسة الجمهور في وسائل الاعلام، عالم الكتب، مصر.
- 9) عرابة، فوزي وآخرون.(1977)، دط، أساليب البحث العلمي في البحوث الإنسانية والاجتماعية، الأردن.
- 10) علي، رامي. رجوب، عبد الرؤوف(2017) ، المقال الساخر في الصحافة الإلكترونية الأردنية- مقالات كامل نصيرات أنموذجاً ، دراسة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.
- 11) مفضل، محمد ، (2014)، السخرية في الثقافة الرقمية، دراسة ثقافية لمخيال النثري للقيم الثقافية ولفلسفة اليومي على الفيسبوك، دار أبي قرقر للطباعة والنشر.

2- المعاجم والقواميس:

1) ابن منظور. (2006)، لسان العرب، دط، دار صادر، بيروت.

3- المجلات والمنشورات العلمية

1) الحفناوي، هالة. (2017) البرامج الساخرة جدال غير محسوم حول تأثيراتها على السياسة، العدد 21، مجلة إتجاهات الأحداث، أبو ضبي.

2) زادة شمسي واقف. (1971)، الأدب الساخر، أنواعه و تطوره مدى العصور الماضية، العدد 103.

3) عمر، آسفي. عامر آمال، (2017)، الخطاب الإعلامي الساخر، العدد 4، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، جامعة الجزائر.

3-مذكرات ورسائل التخرج

1) بوثلجة، نجاة . دليو، فضيل. (2017)، العدد 25، الكتابة الصحفية الساخرة بجريدة الشروق اليومي - دراسة تحليلية لعمود منمات للكاتب عمار يزلي أنموذجاً ، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة قسنطينة.

2) قواسمي سهام، (2015)، الإعلام التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري، دراسة وصفية تحليلية لبرنامج الجزائرية WEEKEND خلال الفترة الممتدة ما بين ديسمبر 2014 إلى مارس ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة.

3) ليمى، بن عيسى ابتسام، (2011)، ترجمة النص الساخر -رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السانية وهران.

4) مبخوت، عبد الجليل. (2018)، واقع الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية علوم الاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.

5) نيفين، محمد. عمرو شاكر. (2009)، السخرية في الشعر في العصر المملوكي الأول، مذكرة لنيل درجة الماجستير في اللغة العربية، جامعة الخليل، فلسطين.

4-المواقع الالكترونية:

- 1) ] **Al-Fadhli, Meshal**(2007-2008). **What is library 2.0** .- University of Sheffield, Department of Information Studies .- .- Accessed [http://eprints.rclis.org/archive/00012679/01/Web\\_2.0\\_%26\\_Library\\_2.0.pdf](http://eprints.rclis.org/archive/00012679/01/Web_2.0_%26_Library_2.0.pdf)
- 2) **Anderson, Paul.** (2008)**What is Web 2.0?:** Ideas, Technologies and Implications for Education.- JISC, Technology and Standards Watch :  
at: <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/techwatch/tsw0701b.pdf>
- 3) **B, Marshall.** **We Need to Go Beyond Web 2.0** .- Computers in Libraries.
- 4) **Carton, Sean.** Web (2007)**2.0: What Is It Really?** available at: <http://www.w3.org/1999/xhtml>
- 5) **Jack, M Maness .** (2006) **Library 2.0 Theory:** Vol. 3, Web 2.0 and Its Implications for Libraries . - Webology, No. 2.- Accessed May 6, 2008 .- Available at: <http://www.webology.ir/2006/v3n2/a25.html>
- 6) **Madden, Mary and Fox, Susannah**(2006). **Riding the Waves of "Web 2.0": More than a Buzzword, But Still Not Easily Defined** .- Pew Internet Project .- .- Accessed August . Available at : [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Web\\_2.0.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Web_2.0.pdf)
- 7) **Tim ,O'Reilly.** (2008) **What Is Web 2.0** : Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software .- O'Reilly

at: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

8) خليفة، محمود عبد الستار. (2008)، ورشة عمل خدمات المعلومات في البيئة الرقمية : ويب 2.0 ، مكتبات 2.0 . - مسقط ، جمعية المكتبات العمانية، 2008 سلطنة عمان.

9) فراج، عبد الرحمن. (2016)، المدونات الإلكترونية **Blogs** - المعلوماتية، ع 14 في: <http://informatics.gov.sa/modules.php?name=Sections&op=viewarticle&artid=141>

الملاحق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية الآداب و العلوم الإنسانية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

تخصص ماستر اتصال

استمارة استبيان

بعد التحية و التقدير،

في إطار الأعمال المكتملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، نرجو منكم التعاون معنا بالإجابة عن أسئلة هذا الاستبيان، والذي يهدف إلى معرفة عادات استخدامكم للصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي، وتفاعلك معها.

علما أن المعلومات التي ستدلون بها تبقى سرية وتستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

شكرا على تعاونكم

ملاحظة:

. يرجى الإجابة على كل تساؤلات الاستبيان، دون ترك أي واحد منها.

. يرجى وضع علامة (x) داخل المربع.

شكرا جزيلاً على تعاونكم.

إعداد من الطالب: تحت إشراف الأستاذ: عطلاوي عمر د. جلال صلاح

السنة الجامعية 2021/2020

## 1-الملحق رقم 01: الاستبيان

### المحور الأول: البيانات الشخصية للبحوثين

الجنس \*

ذكر

أنثى

المستوى التعليمي \*

بدون مستوى

ابتدائي

متوسط

ثانوي

جامعي

المحور الأول: عادات وأنماط التعرض للصفحات الساخرة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بالجزائر.

\*هل تتعرض لمضامين الصفحات الساخرة؟

دائما

نادرا

احيانا

2- كيف تعرفت على الصفحات الساخرة؟

اشعار بتعليق صديق

باقتراح من فيسبوك

بسبب جداريات أصدقائك

بإشارة صديق

3- هل تزور الصفحات الأم؟

<input type="checkbox"/>	نعم
<input type="checkbox"/>	لا

4- هل تكتفي فقط بما يصل اليك من منشورات الصفحة؟

<input type="checkbox"/>	نعم
<input type="checkbox"/>	لا

\*أي صفحات الإعلام الساخر تتعرض إليها؟ -5

<input type="checkbox"/>	صفحات الميمز
<input type="checkbox"/>	صفحات الحراك
<input type="checkbox"/>	صفحات التاريخ
<input type="checkbox"/>	العاطفية والاجتماعية

6- رتب الصفحات الآتية حسب متابعتك لمنشوراتها

اختر ترتيب الصفحة التي تتابعها من 1 الى 5 ... ولا تكرر نفس الرقم مع بقية الاختيارات

5	4	3	2	1	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الطاكل
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	القبيلة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	المنعرج
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	قريش
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الاحرار ميمز

7	6	5	4	3	2	1	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الحراك
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	أداء الرئيس
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	أداء الوزراء
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	العلاقات العاطفية والحميمية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الكورونا
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	التيارات النسوية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الجماعات الهامشيين المتحررين والعميقين

المحور الثاني : جاء بعنوان تفاعل و تفضيل مستخدمي الصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي بالجزائر.

\* ماهي اللغة المفضلة لديك أثناء التصفح ؟-8

فصحى

دارجة

هجينة

سوقية

\* ما طبيعة الصفحات الساخرة التي تتابعها؟ -9

سياسية

اجتماعية

عامة

10- كيف تتفاعل مع الصفحات الساخرة؟

اللتصق على الجدار

التعليق اللغوي

استخدام اليموجي

الاشارة الى الاصدقاء

الارسال مراسلة مديري الصفحات

## المحور الثالث: بعنوان الاشباكات المحققة لمستخدمي الصفحات الساخرة

حدد موقفك من العبارات التالية باختيار البديل الذي يناسبك ( موافق - محايد - معارض ) \*

معارض	حايد	مؤيد	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	يشكل الاعلام الساخر اسلوبا جيدا لمناقشة مختلف المستجندات
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	يشكل الاعلام الساخر بديلا لنماذج الاعلام التقليدي
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	يشكل الاعلام الساخر وسيلة لتفريغ التوترات المرتبطة بالأحداث
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	يتميز الاعلام الساخر بمسايرته للأحداث لحظة بلحظة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	تعبر لغة الاعلام الساخر عن الراي العام بكل عفوية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	يشكل الاعلام الساخر فضاء جيدا لمناقشة الاحداث
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	يعري الاعلام الساخر الواقع الاجتماعي بطريقة ساخرة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	يسمح الاعلام الساخر بمناقشة الطابو الاجتماعي
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	يتجاوز الاعلام الساخر نموذج الاعلام التقليدي
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	يعبر الاعلام الساخر عن مفهوم صحافة المواطنة

## 2-الملحق رقم 02: مخرجات spss

## الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذكر	96	85.0	85.0	85.0
أنثى	17	15.0	15.0	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## المستوى التعليمي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
متوسط	2	1.8	1.8	1.8
ثانوي	20	17.7	17.7	19.5
جامعي	91	80.5	80.5	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س1

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نادرا	21	18.6	18.6	18.6
أحيانا	41	36.3	36.3	54.9
دائما	51	45.1	45.1	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س2

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
صديق بتعليق اشعار	41	36.3	36.3	36.3
فيسبوك من باقتراح	31	27.4	27.4	63.7
جداريات بسبب	23	20.4	20.4	84.1
أصدقائنا				
صديق بإشارة	18	15.9	15.9	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س3

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	113	100.0	100.0	100.0

## س4

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	113	100.0	100.0	100.0

## س5

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
المميز صفحات	61	54.0	54.0	54.0
الحراك صفحات	15	13.3	13.3	67.3
التاريخ صفحات	12	10.6	10.6	77.9
الاجتماعية العاطفية	25	22.1	22.1	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س61111

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الأولى المرتبة	30	26.5	26.5	26.5
الثانية المرتبة	14	12.4	12.4	38.9
الثالثة المرتبة	9	8.0	8.0	46.9
الرابعة المرتبة	23	20.4	20.4	67.3
الخامسة المرتبة	37	32.7	32.7	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س62222

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الأولى المرتبة	11	9.7	9.7	9.7
الثانية المرتبة	37	32.7	32.7	42.5
الثالثة المرتبة	34	30.1	30.1	72.6
الرابعة المرتبة	18	15.9	15.9	88.5
الخامسة المرتبة	13	11.5	11.5	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س63333

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الأولى المرتبة	15	13.3	13.3	13.3
الثانية المرتبة	29	25.7	25.7	38.9
الثالثة المرتبة	32	28.3	28.3	67.3
الرابعة المرتبة	26	23.0	23.0	90.3
الخامسة المرتبة	11	9.7	9.7	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س644444

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الأولى المرتبة	30	26.5	26.5	26.5
الثانية المرتبة	20	17.7	17.7	44.2
الثالثة المرتبة	23	20.4	20.4	64.6
الرابعة المرتبة	25	22.1	22.1	86.7
الخامسة المرتبة	15	13.3	13.3	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س655555

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الأولى المرتبة	27	23.9	23.9	23.9
الثانية المرتبة	13	11.5	11.5	35.4
الثالثة المرتبة	15	13.3	13.3	48.7
الرابعة المرتبة	22	19.5	19.5	68.1
الخامسة المرتبة	36	31.9	31.9	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س711111

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الأولى المرتبة	24	21.2	21.2	21.2
الثانية المرتبة	8	7.1	7.1	28.3
الثالثة المرتبة	15	13.3	13.3	41.6
الرابعة المرتبة	13	11.5	11.5	53.1
الخامسة المرتبة	13	11.5	11.5	64.6
السادسة المرتبة	8	7.1	7.1	71.7
السابعة المرتبة	32	28.3	28.3	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س722222

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الأولى المرتبة	11	9.7	9.7	9.7
الثانية المرتبة	26	23.0	23.0	32.7
الثالثة المرتبة	11	9.7	9.7	42.5
الرابعة المرتبة	8	7.1	7.1	49.6
الخامسة المرتبة	15	13.3	13.3	62.8
السادسة المرتبة	35	31.0	31.0	93.8
السابعة المرتبة	7	6.2	6.2	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س73333333

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الأولى المرتبة	9	8.0	8.0	8.0
الثانية المرتبة	17	15.0	15.0	23.0
الثالثة المرتبة	25	22.1	22.1	45.1
الرابعة المرتبة	24	21.2	21.2	66.4
الخامسة المرتبة	19	16.8	16.8	83.2
السادسة المرتبة	9	8.0	8.0	91.2
السابعة المرتبة	10	8.8	8.8	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س74444444

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الأولى المرتبة	17	15.0	15.0	15.0
الثانية المرتبة	14	12.4	12.4	27.4
الثالثة المرتبة	27	23.9	23.9	51.3
الرابعة المرتبة	22	19.5	19.5	70.8
الخامسة المرتبة	18	15.9	15.9	86.7
السادسة المرتبة	4	3.5	3.5	90.3
السابعة المرتبة	11	9.7	9.7	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س7555555

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الأولى المرتبة	13	11.5	11.5	11.5
الثانية المرتبة	21	18.6	18.6	30.1
الثالثة المرتبة	18	15.9	15.9	46.0
الرابعة المرتبة	22	19.5	19.5	65.5
الخامسة المرتبة	22	19.5	19.5	85.0
السادسة المرتبة	9	8.0	8.0	92.9
السابعة المرتبة	8	7.1	7.1	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س76666666

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الأولى المرتبة	14	12.4	12.4	12.4
الثانية المرتبة	19	16.8	16.8	29.2
الثالثة المرتبة	10	8.8	8.8	38.1
الرابعة المرتبة	14	12.4	12.4	50.4
الخامسة المرتبة	11	9.7	9.7	60.2
السادسة المرتبة	26	23.0	23.0	83.2
السابعة المرتبة	19	16.8	16.8	100.0

Total	113	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

## س7777777

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الأولى المرتبة	25	22.1	22.1	22.1
الثانية المرتبة	8	7.1	7.1	29.2
الثالثة المرتبة	7	6.2	6.2	35.4
الرابعة المرتبة	10	8.8	8.8	44.2
الخامسة المرتبة	15	13.3	13.3	57.5
السادسة المرتبة	22	19.5	19.5	77.0
السابعة المرتبة	26	23.0	23.0	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س8

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
فصحى	44	38.9	38.9	38.9
دارجة	41	36.3	36.3	75.2
هجينة	14	12.4	12.4	87.6
سوقية	14	12.4	12.4	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س9

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سياسية	19	16.8	16.8	16.8
اجتماعية	29	25.7	25.7	42.5
عامة	65	57.5	57.5	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س10

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الجدار على اللصق	4	3.5	3.5	3.5
اللغوي التعليق	42	37.2	37.2	40.7
الايموجي استخدام	42	37.2	37.2	77.9
الأصدقاء الى الاشارة	17	15.0	15.0	92.9
الأرسال	5	4.4	4.4	97.3
مديري مراسلة الصفحات	3	2.7	2.7	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س11

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
معارض	21	18.6	18.6	18.6
محاييد	26	23.0	23.0	41.6
مؤيد	66	58.4	58.4	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س12

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
معارض	21	18.6	18.6	18.6
محاييد	31	27.4	27.4	46.0
مؤيد	61	54.0	54.0	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س13

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
معارض	12	10.6	10.6	10.6
محاييد	28	24.8	24.8	35.4
مؤيد	73	64.6	64.6	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س14

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
معارض	11	9.7	9.7	9.7
محاييد	28	24.8	24.8	34.5
مؤيد	74	65.5	65.5	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س15

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
معارض	16	14.2	14.2	14.2
محاييد	35	31.0	31.0	45.1
مؤيد	62	54.9	54.9	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س16

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
معارض	26	23.0	23.0	23.0
محاييد	32	28.3	28.3	51.3
مؤيد	55	48.7	48.7	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س17

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
معارض	12	10.6	10.6	10.6
محاييد	27	23.9	23.9	34.5
مؤيد	74	65.5	65.5	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س18

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
معارض	15	13.3	13.3	13.3
محاييد	40	35.4	35.4	48.7
مؤيد	58	51.3	51.3	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س19

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
معارض	17	15.0	15.0	15.0
محاييد	34	30.1	30.1	45.1
مؤيد	62	54.9	54.9	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## س20

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
معارض	23	20.4	20.4	20.4
محاييد	40	35.4	35.4	55.8
مؤيد	50	44.2	44.2	100.0
Total	113	100.0	100.0	

## Test du Khi-deux

## Fréquences

س1

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
نادرا	21	37.7	-16.7-
أحيانا	41	37.7	3.3
دائما	51	37.7	13.3
Total	113		

س2

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
صديق بتعليق اشعار	41	28.3	12.8
فيسبوك من باقتراح	31	28.3	2.8
أصدقائنا جداريات بسبب	23	28.3	-5.3-
صديق بإشارة	18	28.3	-10.3-
Total	113		

س3

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
نعم	113	113.0	.0
Total	113 <sup>a</sup>		

a. Cette variable est une constante. Le test du Khi-deux ne peut pas être effectué.

س4

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
نعم	113	113.0	.0
Total	113 <sup>a</sup>		

a. Cette variable est une constante. Le test du Khi-deux ne peut pas être effectué.

س5

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
المميز صفحات	61	28.3	32.8
الحراك صفحات	15	28.3	-13.3-
التاريخ صفحات	12	28.3	-16.3-
الاجتماعية العاطفية	25	28.3	-3.3-
Total	113		

## س8

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
فصحي	44	28.3	15.8
دارجة	41	28.3	12.8
هجينة	14	28.3	-14.3-
سوقية	14	28.3	-14.3-
Total	113		

## س9

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
سياسية	19	37.7	-18.7-
اجتماعية	29	37.7	-8.7-
عامة	65	37.7	27.3
Total	113		

## س10

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
الجدار على اللصق	4	18.8	-14.8-
اللغوي التعليق	42	18.8	23.2
الايموجي استخدام	42	18.8	23.2
الأصدقاء الى الاشارة	17	18.8	-1.8-
الأرسال	5	18.8	-13.8-
مديري مراسلة الصفحات	3	18.8	-15.8-
Total	113		

## س11

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
معارض	21	37.7	-16.7-
محايد	26	37.7	-11.7-
مؤيد	66	37.7	28.3
Total	113		

## س12

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
معارض	21	37.7	-16.7-
محايد	31	37.7	-6.7-
مؤيد	61	37.7	23.3
Total	113		

## س13

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
معارض	12	37.7	-25.7-
محايد	28	37.7	-9.7-
مؤيد	73	37.7	35.3
Total	113		

## س14

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
معارض	11	37.7	-26.7-
محايد	28	37.7	-9.7-
مؤيد	74	37.7	36.3
Total	113		

## س15

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
معارض	16	37.7	-21.7-
محايد	35	37.7	-2.7-
مؤيد	62	37.7	24.3
Total	113		

## س16

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
معارض	26	37.7	-11.7-
محايد	32	37.7	-5.7-
مؤيد	55	37.7	17.3
Total	113		

## س17

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
معارض	12	37.7	-25.7-
محايد	27	37.7	-10.7-
مؤيد	74	37.7	36.3
Total	113		

س18

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
معارض	15	37.7	-22.7-
محايد	40	37.7	2.3
مؤيد	58	37.7	20.3
Total	113		

س19

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
معارض	17	37.7	-20.7-
محايد	34	37.7	-3.7-
مؤيد	62	37.7	24.3
Total	113		

س20

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
معارض	23	37.7	-14.7-
محايد	40	37.7	2.3
مؤيد	50	37.7	12.3
Total	113		

Test

	س1	س2	س5	س8	س9	س10	س11	س12	س13	س14	س15	س16	س17	س18	س19	س20
Khi-deux	12.389	10.717	53.903	28.912	31.080	92.32	32.301	23.009	53.115	56.407	28.372	12.442	55.558	24.761	27.416	9.89
ddl	2	3	3	3	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Signification asymptotique	.002	.013	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.007

- a. 0 cellules (.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 37.7.
- b. 0 cellules (.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 28.3.
- c. 0 cellules (.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 18.8.

## Tableaux croisés

[Ensemble\_de\_données1] C:\Users\Copie Star\Desktop\spss البيانات\باسم\الطلبة.sav

## Récapitulatif du traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquante		Total	
	N	Pourcent	N	Pourcent	N	Pourcent
1س * الجنس	113	100.0%	0	0.0%	113	100.0%
5س * الجنس	113	100.0%	0	0.0%	113	100.0%
8س * الجنس	113	100.0%	0	0.0%	113	100.0%
9س * الجنس	113	100.0%	0	0.0%	113	100.0%
10س * الجنس	113	100.0%	0	0.0%	113	100.0%
1س * المستوى التعليمي	113	100.0%	0	0.0%	113	100.0%
5س * المستوى التعليمي	113	100.0%	0	0.0%	113	100.0%
8س * المستوى التعليمي	113	100.0%	0	0.0%	113	100.0%
9س * المستوى التعليمي	113	100.0%	0	0.0%	113	100.0%
10س * المستوى التعليمي	113	100.0%	0	0.0%	113	100.0%

1س \* الجنس

## Tableau croisé

	Effectif	1س			Total
		نادرا	أحيانا	دائما	
	14	36	46	96	
الجنس % compris dans ذكر	14.6%	37.5%	47.9%	100.0%	
1س % compris dans	66.7%	87.8%	90.2%	85.0%	
الجنس % du total	12.4%	31.9%	40.7%	85.0%	
	7	5	5	17	
الجنس % compris dans أنثى	41.2%	29.4%	29.4%	100.0%	
1س % compris dans	33.3%	12.2%	9.8%	15.0%	
الجنس % du total	6.2%	4.4%	4.4%	15.0%	
	21	41	51	113	
Total % compris dans الجنس	18.6%	36.3%	45.1%	100.0%	
1س % compris dans	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
Total % du total	18.6%	36.3%	45.1%	100.0%	

## Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	6.852 <sup>a</sup>	2	.033
Rapport de vraisemblance	5.850	2	.054
Association linéaire par linéaire	5.138	1	.023
Nombre d'observations valides	113		

a. 1 cellules (16.7%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 3.16.

## Mesures symétriques

	Valeur	Erreur standard asymptotique <sup>a</sup>	T approximé <sup>b</sup>	Signification approximée
Ordinal par Ordinal Gamma	-.431-	.192	-1.905-	.057
Nombre d'observations valides	113			

a. L'hypothèse nulle n'est pas considérée.

b. Utilisation de l'erreur standard asymptotique dans l'hypothèse nulle.

## 5س \* الجنس

## Tableau croisé

		5س				Total
		صفحات المميز	صفحات الحراك	صفحات التاريخ	العاطفية الاجتماعية	
الجنس	Effectif	53	13	11	19	96
	% compris dans الجنس	55.2%	13.5%	11.5%	19.8%	100.0%
	ذكر % compris dans 5س	86.9%	86.7%	91.7%	76.0%	85.0%
	% du total	46.9%	11.5%	9.7%	16.8%	85.0%
الجنس	Effectif	8	2	1	6	17
	% compris dans الجنس	47.1%	11.8%	5.9%	35.3%	100.0%
	أنثى % compris dans 5س	13.1%	13.3%	8.3%	24.0%	15.0%
	% du total	7.1%	1.8%	0.9%	5.3%	15.0%
Total	Effectif	61	15	12	25	113
	% compris dans الجنس	54.0%	13.3%	10.6%	22.1%	100.0%
	% compris dans 5س	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

% du total	54.0%	13.3%	10.6%	22.1%	100.0%
------------	-------	-------	-------	-------	--------

### Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	2.204 <sup>a</sup>	3	.531
Rapport de vraisemblance	2.083	3	.555
Association linéaire par linéaire	1.054	1	.305
Nombre d'observations valides	113		

a. 3 cellules (37.5%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 1.81.

### Mesures symétriques

	Valeur	Erreur standard asymptotique <sup>a</sup>	T approximé <sup>b</sup>	Signification approximée
Ordinal par Ordinal Gamma	.200	.216	.870	.384
Nombre d'observations valides	113			

a. L'hypothèse nulle n'est pas considérée.

b. Utilisation de l'erreur standard asymptotique dans l'hypothèse nulle.

### 8س \* الجنس

#### Tableau croisé

		8س				Total
		فصحى	دارجة	هجينة	سوقية	
الجنس	Effectif	38	32	14	12	96
	% compris dans	39.6%	33.3%	14.6%	12.5%	100.0%
	% compris dans 8س	86.4%	78.0%	100.0%	85.7%	85.0%
	% du total	33.6%	28.3%	12.4%	10.6%	85.0%
الجنس	Effectif	6	9	0	2	17
	% compris dans	35.3%	52.9%	0.0%	11.8%	100.0%
	% compris dans 8س	13.6%	22.0%	0.0%	14.3%	15.0%
	% du total	5.3%	8.0%	0.0%	1.8%	15.0%
Total	Effectif	44	41	14	14	113
	% compris dans	38.9%	36.3%	12.4%	12.4%	100.0%
	% compris dans 8س	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% du total	38.9%	36.3%	12.4%	12.4%	100.0%

## Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	4.084 <sup>a</sup>	3	.253
Rapport de vraisemblance	6.015	3	.111
Association linéaire par linéaire	.196	1	.658
Nombre d'observations valides	113		

a. 2 cellules (25.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 2.11.

## Mesures symétriques

	Valeur	Erreur standard asymptotique <sup>a</sup>	T approximé <sup>b</sup>	Signification approximée
Ordinal par Ordinal Gamma Nombre d'observations valides	-.066- 113	.196	-.337-	.736

a. L'hypothèse nulle n'est pas considérée.

b. Utilisation de l'erreur standard asymptotique dans l'hypothèse nulle.

9س \* الجنس

## Tableau croisé

		9س			Total
		سياسية	اجتماعية	عامة	
الجنس	Effectif	17	25	54	96
	الجنس % compris dans ذكر	17.7%	26.0%	56.3%	100.0%
	9س % compris dans ذكر	89.5%	86.2%	83.1%	85.0%
	% du total	15.0%	22.1%	47.8%	85.0%
	Effectif	2	4	11	17
	الجنس % compris dans أنثى	11.8%	23.5%	64.7%	100.0%
الجنس	9س % compris dans أنثى	10.5%	13.8%	16.9%	15.0%
	% du total	1.8%	3.5%	9.7%	15.0%
	Effectif	19	29	65	113
	الجنس % compris dans Total	16.8%	25.7%	57.5%	100.0%
	9س % compris dans Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% du total	16.8%	25.7%	57.5%	100.0%

## Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	.518 <sup>a</sup>	2	.772
Rapport de vraisemblance	.543	2	.762
Association linéaire par linéaire	.514	1	.473
Nombre d'observations valides	113		

a. 2 cellules (33.3%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 2.86.

## Mesures symétriques

	Valeur	Erreur standard asymptotique <sup>a</sup>	T approximé <sup>b</sup>	Signification approximée
Ordinal par Ordinal Gamma	.173	.239	.741	.459
Nombre d'observations valides	113			

a. L'hypothèse nulle n'est pas considérée.

b. Utilisation de l'erreur standard asymptotique dans l'hypothèse nulle.

10س \* الجنس  
Tableau croisé

		10س						Total
		الاصق على الجدار	التعليق اللغوي	استخدام الايموجي	الى الاشارة الاصدقاء	الارسال	مراسلة مديري الصفحات	
الجنس	ذكور	Effectif 4	35	34	15	5	3	96
	% compris dans الجنس	4.2%	36.5%	35.4%	15.6%	5.2%	3.1%	100.0%
	% compris dans 10س	100.0%	83.3%	81.0%	88.2%	100.0%	100.0%	85.0%
الجنس	% du total	3.5%	31.0%	30.1%	13.3%	4.4%	2.7%	85.0%
	Effectif	0	7	8	2	0	0	17
	% compris dans الجنس	0.0%	41.2%	47.1%	11.8%	0.0%	0.0%	100.0%
أنثى	% compris dans 10س	0.0%	16.7%	19.0%	11.8%	0.0%	0.0%	15.0%
	% du total	0.0%	6.2%	7.1%	1.8%	0.0%	0.0%	15.0%
	Effectif	4	42	42	17	5	3	113
Total	% compris dans الجنس	3.5%	37.2%	37.2%	15.0%	4.4%	2.7%	100.0%
	% compris dans 10س	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% du total	3.5%	37.2%	37.2%	15.0%	4.4%	2.7%	100.0%

## Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	2.881 <sup>a</sup>	5	.718
Rapport de vraisemblance	4.643	5	.461
Association linéaire par linéaire	.540	1	.462
Nombre d'observations valides	113		

a. 7 cellules (58.3%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de .45.

## Mesures symétriques

	Valeur	Erreur standard asymptotique <sup>a</sup>	T approximé <sup>b</sup>	Signification approximée
Ordinal par Ordinal Gamma	-.104-	.186	-.559-	.576
Nombre d'observations valides	113			

a. L'hypothèse nulle n'est pas considérée.

b. Utilisation de l'erreur standard asymptotique dans l'hypothèse nulle.

## س1 \* المستوى التعليمي

Tableau croisé

		س1			Total
		نادرا	أحيانا	دائما	
	Effectif	1	0	1	2
متوسط	% compris dans المستوى التعليمي	50.0%	0.0%	50.0%	100.0%
	% compris dans س1	4.8%	0.0%	2.0%	1.8%
	% du total	0.9%	0.0%	0.9%	1.8%
	Effectif	6	8	6	20
المستوى التعليمي ثانوي	% compris dans المستوى التعليمي	30.0%	40.0%	30.0%	100.0%
	% compris dans س1	28.6%	19.5%	11.8%	17.7%
	% du total	5.3%	7.1%	5.3%	17.7%
	Effectif	14	33	44	91
جامعي	% compris dans المستوى التعليمي	15.4%	36.3%	48.4%	100.0%
	% compris dans س1	66.7%	80.5%	86.3%	80.5%
	% du total	12.4%	29.2%	38.9%	80.5%
	Effectif	21	41	51	113
Total	% compris dans المستوى التعليمي	18.6%	36.3%	45.1%	100.0%
	% compris dans س1	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% du total	18.6%	36.3%	45.1%	100.0%

## Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	5.002 <sup>a</sup>	4	.287
Rapport de vraisemblance	5.327	4	.255
Association linéaire par linéaire	3.100	1	.078
Nombre d'observations valides	113		

a. 4 cellules (44.4%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de .37.

## Mesures symétriques

	Valeur	Erreur standard asymptotique <sup>a</sup>	T approximé <sup>b</sup>	Signification approximée
Ordinal par Ordinal Gamma	.331	.180	1.672	.095
Nombre d'observations valides	113			

a. L'hypothèse nulle n'est pas considérée.

b. Utilisation de l'erreur standard asymptotique dans l'hypothèse nulle.

## 5س \* المستوى التعليمي

## Tableau croisé

		5س				Total
		صفحات المميز	صفحات الحراك	صفحات التاريخ	العاطفية الاجتماعية	
متوسط	Effectif	1	0	0	1	2
	% compris dans المستوى التعليمي	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	100.0%
	% compris dans 5س	1.6%	0.0%	0.0%	4.0%	1.8%
	% du total	0.9%	0.0%	0.0%	0.9%	1.8%
ثانوي المستوى التعليمي	Effectif	12	2	2	4	20
	% compris dans المستوى التعليمي	60.0%	10.0%	10.0%	20.0%	100.0%
	% compris dans 5س	19.7%	13.3%	16.7%	16.0%	17.7%
	% du total	10.6%	1.8%	1.8%	3.5%	17.7%
جامعي	Effectif	48	13	10	20	91
	% compris dans المستوى التعليمي	52.7%	14.3%	11.0%	22.0%	100.0%
	% compris dans 5س	78.7%	86.7%	83.3%	80.0%	80.5%
	% du total	42.5%	11.5%	8.8%	17.7%	80.5%
Total	Effectif	61	15	12	25	113
	% compris dans المستوى التعليمي	54.0%	13.3%	10.6%	22.1%	100.0%
	% compris dans 5س	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% du total	54.0%	13.3%	10.6%	22.1%	100.0%

## Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	1.638 <sup>a</sup>	6	.950
Rapport de vraisemblance	1.940	6	.925
Association linéaire par linéaire	.001	1	.972
Nombre d'observations valides	113		

a. 7 cellules (58.3%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de .21.

## Mesures symétriques

	Valeur	Erreur standard asymptotique <sup>a</sup>	T approximé <sup>b</sup>	Signification approximée
Ordinal par Ordinal Gamma	.062	.207	.304	.761
Nombre d'observations valides	113			

a. L'hypothèse nulle n'est pas considérée.

b. Utilisation de l'erreur standard asymptotique dans l'hypothèse nulle.

8س \* المستوى التعليمي  
Tableau croisé

		8س				Total
		فصحي	دارجة	هجينة	سوقية	
متوسط	Effectif	1	1	0	0	2
	% compris dans المستوى التعليمي	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	% compris dans 8س	2.3%	2.4%	0.0%	0.0%	1.8%
	% du total	0.9%	0.9%	0.0%	0.0%	1.8%
المستوى التعليمي ثانوي	Effectif	6	9	1	4	20
	% compris dans المستوى التعليمي	30.0%	45.0%	5.0%	20.0%	100.0%
	% compris dans 8س	13.6%	22.0%	7.1%	28.6%	17.7%
	% du total	5.3%	8.0%	0.9%	3.5%	17.7%
جامعي	Effectif	37	31	13	10	91
	% compris dans المستوى التعليمي	40.7%	34.1%	14.3%	11.0%	100.0%
	% compris dans 8س	84.1%	75.6%	92.9%	71.4%	80.5%
	% du total	32.7%	27.4%	11.5%	8.8%	80.5%
Total	Effectif	44	41	14	14	113
	% compris dans المستوى التعليمي	38.9%	36.3%	12.4%	12.4%	100.0%
	% compris dans 8س	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% du total	38.9%	36.3%	12.4%	12.4%	100.0%

## Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	3.908 <sup>a</sup>	6	.689
Rapport de vraisemblance	4.500	6	.609
Association linéaire par linéaire	.087	1	.768
Nombre d'observations valides	113		

a. 6 cellules (50.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de .25.

## Mesures symétriques

	Valeur	Erreur standard asymptotique <sup>a</sup>	T approximé <sup>b</sup>	Signification approximée
Ordinal par Ordinal Gamma	-.093-	.179	-.515-	.606
Nombre d'observations valides	113			

a. L'hypothèse nulle n'est pas considérée.

b. Utilisation de l'erreur standard asymptotique dans l'hypothèse nulle.

## 9س \* المستوى التعليمي

## Tableau croisé

		9س			Total
		سياسية	اجتماعية	عامة	
متوسط	Effectif	0	1	1	2
	% compris dans المستوى التعليمي	0.0%	50.0%	50.0%	100.0%
	% compris dans 9س	0.0%	3.4%	1.5%	1.8%
	% du total	0.0%	0.9%	0.9%	1.8%
ثانوي	Effectif	3	5	12	20
	% compris dans المستوى التعليمي	15.0%	25.0%	60.0%	100.0%
	% compris dans 9س	15.8%	17.2%	18.5%	17.7%
	% du total	2.7%	4.4%	10.6%	17.7%
جامعي	Effectif	16	23	52	91
	% compris dans المستوى التعليمي	17.6%	25.3%	57.1%	100.0%
	% compris dans 9س	84.2%	79.3%	80.0%	80.5%
	% du total	14.2%	20.4%	46.0%	80.5%
Total	Effectif	19	29	65	113
	% compris dans المستوى التعليمي	16.8%	25.7%	57.5%	100.0%
	% compris dans 9س	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% du total	16.8%	25.7%	57.5%	100.0%

## Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	.921 <sup>a</sup>	4	.922
Rapport de vraisemblance	1.158	4	.885
Association linéaire par linéaire	.113	1	.736
Nombre d'observations valides	113		

a. 4 cellules (44.4%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de .34.

## Mesures symétriques

	Valeur	Erreur standard asymptotique <sup>a</sup>	T approximé <sup>b</sup>	Signification approximée
Ordinal par Ordinal Gamma	-.056-	.205	-.275-	.783
Nombre d'observations valides	113			

a. L'hypothèse nulle n'est pas considérée.

b. Utilisation de l'erreur standard asymptotique dans l'hypothèse nulle.

## 10س \* المستوى التعليمي

Tableau croisé

	10س						Total
	اللق على الجدار	التعليق اللغوي	استخدام الايموجي	الاشارة الى الأصدقاء	الأرسال	مراسلة مديري الصفحات	
Effectif	0	1	1	0	0	0	2
% compris dans المستوى بالتعليم متوسط	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
% compris dans 10س	0.0%	2.4%	2.4%	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%
% du total	0.0%	0.9%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%
Effectif	2	6	5	4	1	2	20
% compris dans المستوى بالتعليم ثانوي	10.0%	30.0%	25.0%	20.0%	5.0%	10.0%	100.0%
% compris dans 10س	50.0%	14.3%	11.9%	23.5%	20.0%	66.7%	17.7%
% du total	1.8%	5.3%	4.4%	3.5%	0.9%	1.8%	17.7%
Effectif	2	35	36	13	4	1	91
% compris dans المستوى بالتعليم جامعي	2.2%	38.5%	39.6%	14.3%	4.4%	1.1%	100.0%
% compris dans 10س	50.0%	83.3%	85.7%	76.5%	80.0%	33.3%	80.5%
% du total	1.8%	31.0%	31.9%	11.5%	3.5%	0.9%	80.5%
Effectif	4	42	42	17	5	3	113
% compris dans المستوى بالتعليم Total	3.5%	37.2%	37.2%	15.0%	4.4%	2.7%	100.0%
% compris dans 10س	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
% du total	3.5%	37.2%	37.2%	15.0%	4.4%	2.7%	100.0%

### Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	10.036 <sup>a</sup>	10	.437
Rapport de vraisemblance	8.448	10	.585
Association linéaire par linéaire	.360	1	.549
Nombre d'observations valides	113		

a. 13 cellules (72.2%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de .05.

### Mesures symétriques

	Valeur	Erreur standard asymptotique <sup>a</sup>	T approximé <sup>b</sup>	Signification approximée
Ordinal par Ordinal Gamma	-.066-	.192	-.344-	.731
Nombre d'observations valides	113			

a. L'hypothèse nulle n'est pas considérée.

b. Utilisation de l'erreur standard asymptotique dans l'hypothèse nulle.

### Descriptives Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
س11	113	2.40	.785
س12	113	2.35	.778
س13	113	2.54	.682
س14	113	2.56	.667
س15	113	2.41	.727
س16	113	2.26	.810
س17	113	2.55	.681
س18	113	2.38	.711
س19	113	2.40	.738
س20	113	2.24	.771
N valide (listwise)	113		

**Fiabilité**  
**Récapitulatif de traitement des observations**

		N	%
Observations	Valide	20	100.0
	Exclus <sup>a</sup>	0	.0
	Total	20	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.698	18

**3-الملحق رقم 03: جداول الصدق والثبات**

قيمة الصدق	الأفراد		البنود	قيمة الصدق	الأفراد		البنود
	لا يقيس	يقيس			لا يقيس	يقيس	
0.33	01	02	11	1	00	03	1
1	00	03	12	0.33	01	02	2
1	00	03	13	0.33	01	02	3
0.33	01	02	14	1	00	03	4
1	00	03	15	1	00	03	5
1	01	03	16	1	00	03	6
1	00	03	17	1	00	03	7
1	00	03	18	0.33	01	02	8
0.33	01	02	19	1	00	03	9
1	00	03	20	1	00	03	10

Cronbach's	قيمة معامل	عدد البنود	متغير جمهور المواقع الساخرة
	Alpha		
	0.698	18	



العلوم الإنسانية والاجتماعية  
FACULTY OF HUMANITIES  
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences

Vice-Deanship of the College for Studies and  
Student Affairs

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
University Mohamed Bouafia of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة  
الرقم: 2021/

## تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): باسم حميد

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 200382146

الصادرة بتاريخ: 2016/04/26 عن دائرة: المسيلة

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية، الآداب، قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 161635100147

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: جسر الصفحات الساخنة على شبكة الانترنت  
الإجمالي

اصح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2021/06/06

امضاء المعني(ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المعدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



كلية العلوم الإنسانية  
والاجتماعية  
FACULTY OF HUMANITIES  
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences

Vice-Deanship of the College for Studies and

Student Affairs

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

University Mohamed Boudiaf of M'sila



جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

## وثيقة ايداع مذكرة

الموضوع:

جهاز الصفحات الساخرة على نتياحي

التواصل الاجتماعي

إعداد الطلبة:

1- جيجد باسم رقم التسجيل: 16.16.35.100.167

2- عربي عبد الشور رقم التسجيل: 16.3.50.8.67.9.8

القسم: علوم إعلام، انضال الشعبة، انضال التخصص انضال وعلاذات عامت  
إشراف: يوقرة رضوان الرتبة: محاضرا

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي، 2020-  
2021 وأسمح بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وامضاء المشرف(ة):



الموقع الالكتروني: <http://virtuelcampus.univ-msila.dz/facshs/>  
الفيسبوك: <https://www.facebook.com/FshsUnivMsila/>  
هاتف/فاكس: +213 35 35 3044



العلوم الإنسانية والاجتماعية  
FACULTY OF HUMANITIES  
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences

Vice-Deanship of the College for Studies and  
Student Affairs

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة  
الرقم: 2021/

## تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): عربي عبد النور

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالبا

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 200333962

الصادرة بتاريخ: 2016/04/24 عن دائرة: الخطارفة

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات العامة تحت رقم التسجيل: 1635026798

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: حمض الصفراء الساخرة على شبكة التواصل الاجتماعي

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2021/06/06

امضاء المعني(ة): عربي

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

# فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات

	الإهداء
	شكر وعرهان
	الملخص
	خطة الدراسة
أ-ب	مقدمة
	الإطار المنهجي للدراسة
1	1- إشكالية الدراسة
2	2- تساؤلات الدراسة.
3	3- أهمية الدراسة
5	4- أهداف البحث
6	5- أسباب اختيار الموضوع
6	6- المدخل النظري للدراسة
9	7- تحديد مفاهيم الدراسة
11	8- منهج البحث
12	9- أداة جمع البيانات.
16	10- مجتمع البحث وعينة الدراسة.
16	11- الدراسات السابقة
	الإطار النظري للدراسة
23	1- نشأة وتطور السخرية
23	1-1 تعريف السخرية
25	1-2 خصائص السخرية
25	1-3 بواعث السخرية

26	1-4-محاور السخرية
26	2- أنواع الإعلام الساخر
26	2-1الإعلام الساخر المكتوب
28	2-2الإعلام التلفزيوني الساخر
29	2-3-خصائص البرامج الساخرة
29	3- الشبكات الاجتماعية والوظيفة الاتصالية والإعلامية
29	3-1-الويب 2.0
36	3-2- شبكات التواصل الاجتماعي و العمل الإعلامي
40	الاطار التطبيقي
40	1-عرض ومناقشة النتائج
60	2-نتائج الدراسة
62	الخاتمة
67	قائمة المصادر والمراجع
72	الملاحق
103	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال

# فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	الرقم
15	جدول يمثل استجابات أفراد عينة المحكمين على بنود الاستبيان وقيم صدقها	01
16	جدول يبين قيمة معامل Cronbach's Alpha ( ) للاستبيان وبنوده 08 بدون احتساب بنود البيانات الشخصية	02
40	جدول يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	03
41	جدول يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	04
41	جدول يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (1)	05
43	جدول يوضح علاقة متغيرات الدراسة بدرجة التعرض لمضامين الصفحات الساخرة	06
44	جدول يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (2)	07
46	جدول يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (3)	08
46	جدول يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (4)	09
46	جدول يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (5)	10
48	جدول يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6)	11
49	جدول يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (7)	12
51	جدول يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (8)	13
52	جدول يوضح علاقة متغيرات الدراسة باللغة المفضلة أثناء التعرض لمضامين الصفحات الساخرة	14
54	جدول يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (9)	15
55	جدول يوضح علاقة متغيرات الدراسة بطبيعة الصفحات الساخرة	16
58	جدول يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على أسئلة المحور	17

# فهرس الأشكال

الصفحة	الأشكال	الرقم
33	شكل أمثلة لتوضيح الفارق بين ويب 2.0 وويب 1.	01
40	شكل يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	02
41	شكل يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	03
42	شكل يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (1)	04
45	شكل يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (2)	05
47	شكل يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (5)	06
49	شكل يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6)	07
50	شكل يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (1)	08
51	شكل يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (1)	09
54	شكل يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (9)	10
57	شكل يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10).	11
59	شكل يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على المحور	12
60	شكل بياني يوضح متوسطات استجابات عينة الدراسة على محور الاشباع	13