تعرض المراهقين لجشطالتية الكاريكاتير وتداولهم له عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) وعلاقته بتنمية بعض القدرات الإبداعية لديهم

د/ إيناس محمود حامد أحمد(*)

المقدمة :

مع بداية التسعينات من القرن العشرين احتل الإنترنت مكانه كبيرة لدى مستخدميه، وظهر مفهوم التعليم الإلكتروني والتعلم عن بعد ، وأصبحت الحكومات تعتمد على هذه الشبكة لحفظ المعلومات (الحكومات الإلكترونية) حتّى التواصل الإنساني أصبح يعتمد إلى حد كبير على مواقع التواصل الاجتماعي.

وأصبحت تلك المواقع تسمح بالتواصل بين الناس في مختلف بقاع الأرض، عن طريق الكلام المكتوب أو الصور والفيديوهات ويمتاز كلّ موقع بمجموعةٍ من الخصائص التي تجذب المستخدمين إليه، وفي الآونة الأخيرة ومع ازدياد عدد هذه المواقع أصبح التنافس بينها كبيراً .

ويُعتبر موقع الفيس بوك من المواقع الأكثر شهرةً في قائمة مواقع التواصل الاجتماعي والأكثر استخداماً حيث يرتاد الموقع أكثر من مليار مُستخدم من جميع أنحاء العالم؛ لما يمتاز به من سهولةٍ وانسيابيّة في التعامل، وما يوفّره لهم من خصائص وخدمات تفاعلية كبيرة ومختلفة ؛ حيثُ يستطيع المستخدم نشر أفكاره بعدة طرق ووسائل مختلفة ومشاركة أصدقائه تفاصيل يومه وحياته عن طريق الصور أو الكلام المكتوب أو الفيديوهات وغيرها ، ليس ذلك فحسب بل وإرسال الملفات وصفحات الويب والصور والكاريكاتير التي تساعد على تقديم فرص جيدة للتفاعل والاتصال ونشر المعلومات عبر تقنيات جديدة.

كل ذلك من أجل نشر الأنشطة الإنسانية والمعرفية المختلفة والتفسير والتحليل والاستدلال والتقييم للظروف المحيطة بالفرد وبخاصة المراهق، حيث يتم ذلك من خلاله إعطائه مجالاً عاماً للتقييمات والتعليقات فتُولّدُ الكثير مِنْ الأفكار والتي عن طريقها يكتسبون بعض المعارف ويتداولونها بينهم .

(*) أستاذ مساعد بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بمعهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس .

وقد دارت العديد من المناقشات حول أهمية الإنترنت ومدى إشباعه لاحتياجات الجمهور، ففي واحدة من الاستنتاجات نجد دراسة Fauville التي أوضحت أن من وظائف "الإنترنت" أنه يوفر فرصة فريدة للتواصل بين العلماء والجمهور بشكل مباشر من أجل تشجيع المواطنين على محو الأمية العلمية. (Fauville, Dupont, Thun and Lundin, 2015)

علاوة على ذلك نجد أهمية الفيس بوك تتضح من خلال دراسة Nicholas التي أوضحت أنه عند تحليل مضمون مشاركات الفيس بوك ، وجد أن الطلاب تستخدمه لمناقشة المسائل المتعلقة بالامتحانات، وتناقش الأسباب المحتملة للنتائج وهو ما يوضح مدى التسهيلات والخدمات التي يقدمها الفيس بوك لهم . (Nicholas . David Bowman , 2014)

كما توضح نتائج دراسة Eftekhar أن موقع (الفيس بوك) يوفر أدلة للمستخدمين ذوى السمات الشخصية المختلفة لإنشاء ألبومات وتحميل الصور المختلفة، مما يسهم في تكيف المستخدمين لبناء شخصيتهم ، وإرضاء احتياجاتهم النفسية من موقع (الفيس بوك) (Azar Eftekhar, Chris Fullwood, Neil Morris ,2014) .

يشير **شريف درويش اللبان** إلى أن فعالية مواقع الويب يمكن أن يتم تحديده بطرق وأساليب عديدة من أهمها التصميم بجانب المضمون، حيث تقاس الفعالية من خلال التصميم في أن يكون مواقع الويب بها يسر فى الاستخدام ويمكن الوصول إليها.(شريف اللبان ،2011، 64)

وقد لاحظت الباحثة وجود بعض صفحات للكاريكاتير على الفيس بوك ، واستخدام هذا الفن الصحفي وتداوله لانتقاد الأوضاع الراهنة في المجتمع ، وذلك من خلال تقديمه للتعليقات الساخرة البسيطة مع الاستعانة ببعض الرسومات لنقل الأفكار بشكل أسرع . ليس ذلك فحسب بل نجد أن المشاركين استخدموا بعض برامج الرسم لتعديل الصور أو إزالة بعض أجزاء منها، وكذلك دمج أجزاء من التصميم مع النصوص والصور لتمكينها من تقديم أفكارهم بطرق مختلفة .

وعلى الجانب الآخر قدم العلماء في الدول الأوروبية والولايات المتحدة العديد من الدراسات حول الإبداع والتفكير الإبداعي منهم تايلور Taylor وماكينون Mackinnonوتورانس Torrance، ودارت معظم تلك الدراسات حول قدرات وإمكانية تلقائية طرح الأفكار والصور من منطلق أن العقل المبدع الخلاق يَزْخَرُ دائمًا بالأفكار والتصورات الجديدة ، كذلك تنمية القدرة على تقبل الجديد والاستجابة

له، وقد كشفت الدراسات أن كل شخص يمتلك قدرًا ما من تلك المقدرة الخاصة التي يمكن تنميتها بالتدريب والتمرين .

وفى الدراسة الحالية سيتم التركيز على تحليل شكل ومضمون بعض صفحات الكاريكاتير على الفيس بوك للتعرف على استخدام المراهقين وتداولهم لجشطالتية الكاريكاتير وعلاقة ذلك بتنمية بعض القدرات الإبداعية لديهم .

مشكلة الدراسة :

يؤدى التصميم دوراً مهماً في تسهيل القراءة ووضوحها ،ويختلف ذلك التصميم باختلاف الهدف والجمهور الموجه إليه والطبيعة الخاصة بالفكرة أو القضية المقدم من خلالها، ومع انتشار العديد من صفحات الكاريكاتير على موقع الفيس بوك، ودور الكاريكاتير كوسيلة سريعة لتوصيل المفاهيم والتي عادة ما تكون مسار للحديث بين الناس، قد نجد ما يفسر اتساع دائرة تداول الكاريكاتير بين القراء حيث يستطيع رسام الكاريكاتير بواسطة الخطوط والأشكال أن يقدم ما يراه إلى جمهوره، فالكاريكاتير كمادة رأى تتم من خلال عملية الاتصال بين صاحب الكاريكاتير وقرائه، حيث نجد بعض الصفحات تقدم المسابقات للمشاركين لعمل ألبومات للكوميكس ، مع ضرورة التنوع في الأفكار فيحدث التواصل بينهما لتتحرك الأفكار والمعلومات .

ومع بداية الثورات العربية وانتشار الفيس بوك، قدم المراهقون والشباب في إنتاجهم عدداً كبيراً من الانتقادات السياسية والاجتماعية من خلال الكاريكاتير والتي ظهرت في أبعاد شكلية مختلفة منها الكاريكاتير المرسوم بيد وخطوط الرسام ، أو الكاريكاتير المرتبط بالصورة الفوتوغرافية كمادة حية لما يخدم أهداف مضمون الكاريكاتير أو استخدام الكوميكس أو القصص والذي يعتمد على الحبكة القصصية مما يساعد على التوظيف الدرامي للكاريكاتير من خلال استخدام مشهد مشهور من فيلم أو إعلان ويتم التعليق عليه ، أو رسم كاريكاتير بسيط غير معقد للتعبير عن حوادث وأفكار ومواقف من خلال الحوار بين الأشخاص .

مما سبق يتضح أن الاستخدامات والمشاركات والتداول على الفيس بوك تساعد على إرضاء احتياجات المراهقين ، فهل تتم بسبب الموضوعات فقط ؟ أم أن قواعد التصميم لها دور في هذا التداول ؟ وبالتالي فإن التساؤل الرئيسي للدراسة **هل لتعرض المراهقين لجشطالتية الكاريكاتير وتداولهم له عبر موقع (الفيس بوك) علاقة بتنمية بعض القدرات الإبداعية لديهم ؟**

أهمية الدراسة :

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية فن الكاريكاتير ودوره في التعبير عن فكرة أو وجهة نظر ، وعلاقتها بتنمية بعض القدرات الإبداعية لدى المراهقين ، حيث تعد تلك القدرات الإبداعية ضرورة أساسية لمواجهة التغيرات المتلاحقة والسريعة التي يمر بها العالم من حولنا والتي تؤثر على مجتمعنا ، وتظهر أهمية الدراسة في ضوء:

- رصد الدور الذي تؤديه صفحات الكاريكاتير على الفيس بوك في تنمية بعض القدرات الإبداعية لدى المراهقين .
- حداثة الدراسات العربية التي تناولت تصميم الكاريكاتير وخدمات الإنترنت، وندرة الدراسات العربية التي تناولت ذلك مما يشير إلى حاجة المكتبة العربية إلى مزيد من البحوث والدراسات للربط بين النظرية والتطبيق
- ربط الشكل بالمضمون للكاريكاتير على الفيس بوك .

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين دور جشطالتية الكاريكاتير وتداول الكاريكاتير عبر موقع الفيس بوك واكتساب المراهقين بعض القدرات الإبداعية ، وذلك من خلال :

- الكشف عن العلاقة بين جشطالتية الكاريكاتير عبر الفيس بوك وتنمية بعض القدرات الإبداعية لديهم .
- الوقوف على تفضيلات المراهقين وفقا للنوع في تداول جشطالتية الكاريكاتير عبر الفيس بوك
- التعرف على العلاقة بين استخدام المراهقين للكاريكاتير عبر الفيس بوك وتنمية بعض القدرات الإبداعية لديهم .

الإطار النظري للدراسة :

1- مدخل الاستخدامات و الإشباعات وربطه بالدراسة الحالية :

يجيب مدخل الاستخدامات والإشباعات على سؤال مهم ، وهو كيف ولماذا يستخدم الأشخاص وسائل الاتصال وما دوافعهم لذلك ؟ وهل تشبع هذه الوسائل تلك الدوافع ؟ ومن هذا المنطلق اهتمت الدراسة الحالية بالتعرف على دوافع المراهقين للتعرض لصفحات الكاريكاتير ومدى تلبيتها لاحتياجاتهم وذلك من خلال الربط بين

المضمون والتصميم بغرض التواصل والتفاعل ومدى تلبيتها لتنمية بعض القدرات الإبداعية لديهم .

وقد أظهرت دراسة (O'Donohoe, 1994) من خلال ما قدمه كاتز وآخرون حول الافتراضات الأساسية لمدخل الاستخدامات و الإشباعات بأن هناك تفاعلاً وايجابية للجمهور ، لذلك فإن كثيراً من استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال يمكن تقبلها كهدف مقصود ، وأن التنافس بين وسائل الإعلام والمصادر الأخرى تهدف لإشباع وتلبية احتياجات الجمهور، كما أن وسائل الاتصال وخصائصها تهدف إلى الترفيه فضلاً إلى تقديم المعلومات .

ويقوم مدخل الاستخدامات و الإشباعات في هذه الدراسة على فكرة أن المراهقين لديهم مجموعة من الحاجات المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي وهى أن وسائل الإعلام الجديد وبخاصة (الفيس بوك) تنشأ فى ظل بيئة اجتماعية ونفسية وإعلامية ، وبالتالي تخلق لدى المراهقين دوافع لتداول ما تقدمه صفحات الكاريكاتير على تلك المواقع، حيث يتوقع المراهق أن تحقق له هذه الوسائل وغيرها إشباعات لهذه الحاجات، قد تنجح تلك الوسائل في إشباع احتياجاته وقد تفشل ، وقد تنمى لديه قدراته الإبداعية.

2- تفسير القدرات الإبداعية وفى ضوء نظرية الجشطالت :

لتفسير القدرات الإبداعية في ضوء نظرية الجشطالت يتطلب منا إعطاء نظرة سريعة للنظرية الجشطالتية ، فقد خرج علماء الجشطالت من تجاربهم التي أجروها على الظواهر الإدراكية على مر السنين بما يزيد على مائة قاعدة فى هذا المجال تلخصت في النهاية إلى سبع قواعد عامة ، على رأس تلك القواعد قاعدة شاملة تنطبق على كل الأحداث العقلية بما في ذلك قواعد الإدراك وهى قاعدة أسموها " قانون اتضاح المعنى " The Law of Pragnanz

وهو الميل لكل واحد منا إلى تفسير الصور الغامضة بشكل بسيط وكامل بدلاً من التعقيد وعدم الاكتمال. وهو أحد المبادئ الرئيسية التي يقوم عليها علم النفس الجشطالتي ، وكذلك يعرف في بعض الأحيان باسم قانون التكوين الجيد وقانون البساطة، وقانون الإيجاز، وقانون الدقة أو قانون الشكل الجيد فهو الذي يجيب على بعض التساؤلات منها : ما الذي يعمل على ضم الأجزاء لكي تكون جشطلتا أي كلاً متكاملاً ؟ وما الذى يجعل الظواهر المختلفة تترابط فيما بينها ؟ فنحن نرى الأشخاص أو الأشجار أو السيارات ليس كخطوط أو بقعا من اللون ، وإنما نرى كليات، ومن هنا كان مبدأ الجشطالتية (الكل سابق على الأجزاء)

من منظور علم النفس، يفسر مؤيدي نظرية الجشطالت القدرات الإبداعية بأن أي فكرة تبدأ فجوة ، ولفهم هذه الفكرة وتحديد الفجوة ، ينبغي النظر للموضوع بشكل عام ، كما تشير إلى أن الأشخاص ترى ما تريد أن تراه (Dunning and Balcetis ,2013).

أيضا عرف علماء الجشطالت أكثر من مائة قاعدة من تجاربها في هذا المجال على الظواهر المعرفية خلال سنوات عديدة. هذا وقد تم تلخيصها على بعض المبادئ العامة التي تشمل الوحدة ، الشكل- الأرضية ، التوازن ، التناسق والاستمرارية وغير ذلك .

وقد اهتمت العديد من الدراسات بالمبادئ الجشطالتية ، فعلى سبيل المثال مبدأ الوحدة طبقته العديد من الدراسات منها من استخدم اختبار ستروب (كلمة- اللون) لشرح "مبادئ الوحدة "، وأشارت النتائج أن الانتباه البصري يحدث عند تلوين كلمة التي لها نفس الدلالة (Lamers and Roelofs ,2007) . وفي دراسة ثانية اهتمت بدور التجميع أو الوحدة كأحد مبادئ الجشطالت في التعلم الإحصائية البصرية Glicksohn(2011, and Cohen) ، وفى دراسة أخرى أظهرت أن الانتباه البصري الذي يحدث عند كتابة الحروف من أعلى إلى أسفل مثل الكلمات الصينية. والتي وجدت أن لمعرفة المفردات دوراً هاما في وحدة الرسائل(Li and Logan, 2008).

ليس ذلك فحسب بل اهتم الباحثون بدراسة دور الجشطالتية في العلاج ففي مقال Lac عن أمريكا اللاتينية والكاريبي أوضحت كيف للجشطالت الخيالي دور في العلاج النفسي والعلاج باللعب يمكن أن يكون من أساليب التوافق عند التعامل مع الأطفال(Lac ,2014).

وفى الدراسة الحالية ندرس دور جشطالتية الكاريكاتير الذي يربط بين مبادئ الجشطالت مع حقل التصميم فى الكاريكاتير.

الدراسات السابقة:

المحور الأول : ويشمل الدراسات المرتبطة باستخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعى والانترنت :

- أشارت دراسة مها عبد الحميد (2007) إلى المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الانترنت ، و التي يمكن أن تؤثر في مستويات التفاعلية المستخدمة بالمواقع الالكترونية ، من خلال منهج المسح الإعلامي

وعدد من المقاييس التفاعلية . وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات التفاعلية الموضوعية المدركة بالمواقع الالكترونية.

- كما أوضحت دراسة Catherine Dwyer (2007) عن مدى توافر عنصري المصداقية والاهتمام داخل شبكات التواصل الاجتماعي وهذه النتائج أكدت أن المشاركة في المعلومات هي الأهم في بناء العلاقات الجديدة من خلال التفاعل عبر مواقع التواصل وليس الثقة المتبادلة بينهم .

- كذلك أشارت دراسة Nicole B.Ellison (2007) أن استخدامات موقع التواصل الاجتماعي على الانترنت تهدف إلى التعرف على العلاقة بين استخدامات فيسبوك وشعبية تلك المواقع ، وقد أكدت النتائج وجود علاقة قوية بين استخدامات الفيس بوك و أنواع التواصل . كما كشفت عن وجود علاقة بين استخدامات الفيس بوك والتفاعلية من خلال المقاييس النفسية للذات ، مما يشير إلى إنه قد يوفر منافع أكبر للمستخدمين الذين يعانون من قلة احترام الذات ، وانخفاض الرضا عن النفس .

- أما عن دور الإنترنت في تشكيل العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعى فقد هدفت دراسة علياء عبد الفتاح(2007) إلى التعرف على ذلك الدور من خلال معرفة الشباب للإنترنت و الإشباعات الاجتماعية المتحققة منها ، مع إجراء مقارنة بين (مالكي كمبيوتر منزلي ووصلات إنترنت)، و (غير المالكين لهذه التقنية ويستخدمون وسائل الاتصال التقليدية) ، وقد اعتمدت على منهج المسح ومنهج الدراسات السببية المقارنة ، من خلال استمارتي استقصاء للشباب من المالكين للكمبيوتر المنزلي ووصلة الانترنت والأخرى لغير المالكين .وتوصلت الدراسة إلى أن البريد الإلكتروني على رأس الأدوات المستخدمة من قبل المبحوثين في التواصل الاجتماعي .كما أجمع المالكون وغير المالكون للكمبيوتر المنزلي ووصلة الانترنت على أن الاتصال الشخصي هو الوسيلة الأولى في تحقيق الإشباع الاجتماعي لديهم

- كما تناولت دراسة مسعد الخياط (2007) دور الإنترنت والصحافة في إمداد المراهقين بالمعلومات . وذلك بالتطبيق على نظرية فجوة المعرفة ويقوم هذا المدخل على فكرة الفجوة المعلوماتية بين المراهقين وفقا لعدد من المتغيرات نتيجة استخدام الإنترنت والصحافة كمصدر للمعلومات وذلك بالتطبيق على المراهقين في المرحلة العمرية 14-18 وقد استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي على مستويين مسح الوسيلة ومسح الجمهور، وقد تم توظيف المنهج

المقارن وأسلوب مجموعات النقاش البؤرية في هذه الدراسة ، من خلال التحليل الكيفي لتفسير النتائج . .وقد كشفت الدراسة ارتفاع نسبة المراهقين الذكور بنسبة 81 % لاستخدام الانترنت وارتفاع نسبة المراهقين الذين يقرؤون الصحف حيث كانت النسبة الإجمالية 77.3% . ونسبة المراهقين الذكور الذين يستخدمون الإنترنت كانت 81% ، بينما كانت نسبة استخدام المراهقين الإناث للإنترنت 48 %، مما يؤكد تفوق المراهقين الذكور عن الإناث في استخدام الإنترنت.

- كما أوضحت دراسة أشرف جلال (2009) أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية – دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل ، من خلال التعرف على طبيعة وحدود التأثير الذي أحدثته وسائل الإعلام الحديثة " الفضائيات والمواقع الاجتماعية والمدونات " على طبيعة وشكل العلاقات الاجتماعية والاتصالية داخل الأسرة المصرية مقارنة بالأسرة القطرية بحكم أن هذه الوسائل وفرت فرصا عديدة للإعلام البديل ،واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان لجمع البيانات وذلك على عينة من الشباب والكبار قوامها 600 مفردة وزعت ما بين مصر وقطر.

- وأشارت دراسة غادة البطريق (2011) عن الإعلام الالكتروني في دعم المشاركة السياسية في عصر العولمة الإعلامية – دراسة ميدانية على أحداث ثورة 25 يناير 2011 إلى أكثر المواقع المفضلة لدى المبحوثين والتعرف على المضامين التي يفضل متابعتها من خلال الإعلام الالكتروني وقد استخدمت منهج المسح واستخدام أداة الاستبيان على 100 مفردة من محافظة الشرقية وقد توصلت النتائج أن أكثر المواقع المفضلة هو الفيس بوك يليه موقع جوجل وان المبحوثين يفضلوا تلك المواقع لإبداء الآراء والتعارف على الشخصيات الجديدة والالتقاء بالأصدقاء .

- وأوضحت دراسة حمزة خليل (2012) عن استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011 المصرية و الاشباعات المتحققة منها ، الدوافع السياسية من خلال منهج المسح الإعلامي وبالتطبيق على 400 مفردة من الشباب الجامعى المصري وتوصلت النتائج إلى أن موقع الفيس بوك من أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما بين الشباب لدى عينة الدراسة .

- أما دراسة Sang YupLee (2014) فتبحث حول مقارنة السلوك الاجتماعي على مواقع التواصل (الفيس بوك) وذلك بالتطبيق على عينة من طلاب

الجامعة، وذلك من خلال نظرية المقارنة الاجتماعية (تقييم الذات، الثقة بالنفس، واتخاذ القرار الفعال) من خلال المقارنة بين الأفراد عند تلقى معلومات عن الآخر. وقد وأوضحت النتائج علاقة إيجابية بين استخدام الفيس بوك وكثافة الاستخدام والتردد على صفحاته .

- بينما تناولت دراسة Matthew A.Mc Dougall (2016) ما إذا كانت مواقع الشبكات الاجتماعية لها تأثير سلبي على العلاقة القائمة بين الدعم الاجتماعي المدرك والاكتئاب في المرضى النفسيين. من خلال استمارات لتقييم الاكتئاب، والدعم الاجتماعي المدرك، وذلك على 301 من المرضى النفسيين. وتم جمع بيانات إضافية عن العمر والجنس والتشخيص النفسي الأولي. وقد تم إجراء تحليل الانحدار المتعدد الخطوات لتحديد التفاعلات المهمة. فأوضحت النتائج تفاعل كبير في العلاقة بين الدعم الاجتماعي المدرك والاكتئاب عند قياسها من قبل وسائل الإعلام الاجتماعية , كما كانت هناك علاقة سلبية كبيرة بين الدعم الاجتماعي المدرك والاكتئاب، وعلاقة إيجابية كبيرة بين ساعات الاستخدام اليومي والاكتئاب، كما أشارات إلى التباين بين الجنسين المشاركين من حيث التعميم، والتحيز و الاستدعاء.

- وتركز دراسة Sara Kjellberg &Olof SundinJutta Haider & (2016) على استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل الباحثين. من خلال استعراض 80 مقالة بحثية في مجال علم المكتبات والمعلومات التي نشرت بين عامي 2004- 2014، وأظهر النتائج أن مواقع الشبكات الاجتماعية تستخدم كجزء من الحياة العلمية، وتظهر الافتقار إلى الاتساق المنهجي والنظري والتجريبي . وقد تم تحديد أهم فروع البحث وتحديد سبل تحسين البحوث في الميدان. وهذا يوفر خطوة أولى نحو فهم أشمل لأدوار مواقع الشبكات الاجتماعية في المجالات الدراسية.

- أما دراسة Yeuseung Kim Yongick Jeong & (2017) فتبحث تأثير أنواع النشر، و المعلومات، واهتمامات الخصوصية على اتجاهات الجمهور عبر نوعين من مواقع الشبكات الاجتماعية (الفيس بوك و تويتر) . وتشير النتائج إلى أن الشباب من مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية هم أكثر قلقا حول نشر الجدول الزمني الخاص بهم على الفيس بوك أكثر من التويتر، بينما هم أكثر قلقا حول إعادة التغريد عند الاستخدام، ووجدت الدراسة أيضا أن المحتوى له تأثير مختلف على اهتمامات الخصوصية التي أنشأها المستخدم على أساس أنواع

الجمهور وقد ناقشت الدراسة الآثار المترتبة على وضع السياسات والمقترحات المتعلقة بالبحوث المستقبلية.

- أما دراسة Vikanda Pornsakulvanich (2017) فقد بحثت الارتباطات بين سمات الشخصية، والموقف من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، والتأثير الاجتماعي، واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والدعم الاجتماعي عبر الإنترنت. وذلك بالتطبيق على 460 مشاركا. وكان حوالي نصف المشاركين (49٪) بين 18 و 25 سنه. وتم إعداد دراسة مسحية مستعرضة لجمع البيانات حول المشاركين الذين استخدموا واحدة من هذه المواقع الثلاثة الشبكات الاجتماعية: الفيس بوك و إنستاغرام و الخط . وقد أظهرت النتائج أن سمات الشخصية، والفائدة المدركة، وسهولة الاستخدام المتصورة، والتمتع المدرك، والتأثير الاجتماعي، لم تسهم في رضا الدعم الاجتماعي عند التردد على الانترنت.

المحور الثاني : ويشمل الدراسات التي تناولت فن الكاريكاتير :

وقد لأُحظ أن معظم الدراسات التي تناولت فن الكاريكاتير اهتمت بمضمونه أكثر من تصميمه من خلال عرضه لقضية ما فنجد :

- دراسة أسماء حافظ (2010) ناقشت صورة المرأة في الكاريكاتير بالصحف المصرية – دراسة تحليلية ميدانية في الفترة من 2004-2008 وفيه رصدت أبعاد ومكونات الصورة المرسومة للمرأة المصرية من خلال تحليل الرسوم الكاريكاتيرية بالصحف المصرية وذلك على عينة عمديه من الرسوم الكاريكاتيرية بجريدة أخبار اليوم ، والأهالي ، والأسبوع على مدار خمس سنوات متتالية باستخدام منهج المسح الإعلامي بشقيها الوصفي والتحليلي ، وقد توصلت الدراسة إلى وجود تناقض بين الصورة الذهنية للمرأة لدى رسامي الكاريكاتير وبين الصورة الإعلامية لها.

- كما أوضحت دراسة أمال ناصف (2010)حول معالجة فن الكاريكاتير في الصحف المصرية للقضايا المجتمعية ، وذلك من خلال التعرف على المضامين والقضايا التي تعالجها الصحف المصرية من خلال فن الكاريكاتير من خلال عدد من الصحف (الأهرام ، الأخبار، الوفد ، العربي ، الدستور ، المصري) ورصد الاختلاف بينهم وأساليب استخدام فنانو الكاريكاتير لإقناع المتلقي ، من خلال منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن واستمارة تحليل المضمون .

- بينما هدفت دراسة رباب صلاح (2010) عن صورة المرأة في الكاريكاتير الصحفي المصري والسعودي إلى التعرف على صورة المرأة في اليوم العالمي لها بالتطبيق على عينة من الصحف المصرية والسعودية خلال الفترة من 7 مارس إلى 9 مارس 2011 من خلال استخدام منهج المسح الإعلامي والمسح المقارن وتوصلت النتائج إلى الكاريكاتير لم يعبر عن المرأة سواء في المجتمع المصري أو السعودي .

- وأشارت دراسة Klaus Dodds (2012) إلى دور تحليل الجغرافيات السياسية الشعبية للرسوم والكاريكاتير وذلك من خلال أعمال رسامي الكاريكاتير مثل شابيرو (زابيرو) ، حيث تنظر إلى خصائص عامة تنتقد سلطة الدول. وتشمل هذه الخصائص التكثيف والتبسيط والتكرار والمبالغة، وتساعد في المشاركة على نطاق واسع مع العالم من خلال الفكاهة والسخرية التي يقدمها الفنانين ورسامي الكاريكاتير في أوروبا - أمريكا .

- كذلك اهتمت دراسة Helen Chenut (2012) بعرض المسار التاريخي للحركات النسائية من خلال الكاريكاتير ، وكشفت في جزء من دراساتها عن مهارة الفنانين الموهوبين الذين يعملون في ما يسمى بالعصر الذهبي للكاريكاتير. وكيف صور الكاريكاتير وحلل الرموز الساخرة عن الحركات النسائية كما حدث عند تقديم رسامي السياسية الفرنسية للكاريكاتير في حملة حق المرأة في الاقتراع.

- كما أشارت دراسة ثروت فتحي (2013) تحديد الأهداف الذي يسعى إليها القائم بالاتصال في الكاريكاتير لتحقيقها مع الكشف عن الرضا الوظيفي له وطبيعة الضغوط التي يعانى منها في مجال عمله . وقد اعتمدت الدراسة على نظرية حارس البوابة وقد استخدمت منهج المسح الإعلامي. وتم تطبيق الدراسة على 36 من فناني الكاريكاتير. وأبرزت الدراسة الضغوط المهنية التي يعانى منها القائم بالاتصال في مجال الكاريكاتير في الصحف المصرية ومنها السياسة التحريرية، القيود الدينية على حرية التعبير، نمط الملكية، أساليب السيطرة والنظم الإدارية ، وضغوط الإنتاج . أما عن أهداف القائم بالاتصال التي يهدف إلى تحقيقها فنجد منها ، نقد السياسات والأوضاع الخاطئة ، الكشف عن الفساد ، السخرية والتهكم ، والترفيه ، وتقديم قراءة جديدة للواقع ، وشرح الإحداث وتفسيرها .

- كما أشارت دراسة غادة عطية (2013) إلى استخدامات طلاب الجامعات للكاريكاتير وتأثره على الوعي السياسي لديهم و ذلك على عينة من طلاب الجامعة قوامها 400 مفردة من خلال استمارة استبيان. وأكدت الدراسة على وجود علاقة بين تفضيل المبحوثين لصفحات الكاريكاتير السياسي ومستوى المعرفة السياسية لديهم.

- كما ألقت الضوء دراسة Anna G. Sanina, (2014)على كيفية استخدام سخرية الكاريكاتير والصور المرئية للتعبير عن استياء الشعب من السياسيين. ويظهر ذلك ، في روسيا الحديثة ، حيث كان الخطاب السياسي الرسمي له صورته روتينية والتي كانت تواجه تحديات من وسائل الاتصال عبر الإنترنت. وقد ظهر على نطاق واسع أشكال جديدة من الحوار السياسي في وسائل الإعلام الجديدة، لاسيما فيما يتعلق بالحوار الذي بدأه الشعب "العامة"، للتعبير عن استيائها من أنشطة الساسة من خلال الكاريكاتير والصور المرئية.

- أما دراسة Berkay Celik & Kerim Gündoğdu (2016) فكان الغرض منها هو دراسة تأثير استخدام الفكاهة والرسوم الكاريكاتورية على التحصيل الدراسي للمفاهيم الأساسية لتكنولوجيا المعلومات للطلاب، وموقف الطلاب تجاه الدرس، والاحتفاظ بالمعارف. وقد تم استخدام اختبار قبلي، وبعدى من خلال دراسة شبه التجريبي. وذلك على عينة مكونة من ستون طالبا، كانوا يحضرون إلى مدرسة ثانوية عامة شاركوا في المجموعات التجريبية. واستمرت العملية التعليمية لمدة سبعة أسابيع لكل من المجموعتين التجريبية والضابطة، في حين تلقت المجموعة الضابطة الدروس وفقا للمنهج الدراسي الرسمي كما أشارت وزارة التربية الوطنية وأعلنت عنه، ودائما كانت دروس المجموعة التجريبية مدعومة بالرسوم الكاريكاتورية للمفاهيم. تلقت كلتا المجموعتين اختبار التحصيل الدراسي، إلى جانب ذلك، تلقى الطلاب في كلتا المجموعتين أيضا اختبار الإنجاز نفسه مثل اختبار الاحتفاظ بعد ستة أسابيع من التعليمات. وأظهرت النتائج أن تطبيق الفكاهة والرسوم الكاريكاتورية لعرض المفاهيم في الدرس أدى إلى زيادة نجاح الطلاب وموقفهم تجاه الدرس، وانخفاض مستوى القلق لدى الطلاب، كما أثر على الاحتفاظ بالمعرفة إيجابيا لصالح المجموعة التجريبية.

- وأشارت دراسة Jolene Teske (2017) إلى عناصر الإبداع من خلال تحليل الرسوم الكاريكاتيرية الفكاهة المتعلقة بالقيادة ، حيث استخدم الطلاب

الصور الورقية وكتبوا في بالونات الحوار ما يتعلق بمفهوم القيادة الخاصة بهم. وقد أجريت الدراسة لتحديد آثار الاستقراء المزاجي الايجابي من خلال الموسيقى والضحك للوصول إلى الإبداع. وقد شارك أربعة عشر طالبا من الموهوبين في الصف الثالث (9 من الإناث و 5 من الذكور) و (10 من البيض و 3 من الأمريكيين من أصل أفريقي و 1 من الأمريكيين الأصليين) الذين تتراوح أعمارهم بين 8 و 9 سنوات من مدرسة حكومية اجتماعية اقتصادية منخفضة في الغرب. وخلال الدراسة التجريبية، تمت إضافة نشاطين لرفع الحالة المزاجية: استمع الطلاب إلى الموسيقى المتفائلة بضع دقائق، قبل أن يحدث إنتاج للرسوم المتحركة، شاركوا بعضهم الضحك لمدة ثلاثين ثانية. وأظهرت النتائج أن الرسوم المتحركة التي تم إنتاجها خلال الحالة التجريبية تحتوي على مزيد من الفكاهة، وكانت أكثر أصالة، بينما كانت الطلاقة أكبر من خلال فقاعات الكلام .

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة :

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة استطاعت الباحثة تحديد إشكالية البحث تحديداً دقيقاً مما ساعد في تحديد الأهداف وصياغة الفروض والتساؤلات .

أما من حيث المنهج فقد استفادت الباحثة من الدراسات في تحديد استخدام منهج المسح الإعلامي للحصول على معلومات كافية ودقيقة عن العلاقة بين تعرض المراهقين لجشطالتية الكاريكاتير وتداولهم له عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) وبين تنمية بعض القدرات الإبداعية لديهم ، بالإضافة إلى تحليل عناصر التصميم بالكاريكاتير.

ومن حيث الأدوات اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في اختيارها أداتين وهما أداة تحليل الشكل لإجراء تحليل عناصر التصميم بالكاريكاتير ،وأداة الاستبيان للمراهقين .

أما من حيث النتائج فقد استفادت الباحثة من نتائج الدراسات السابقة ، حيث تعتبر تلك الدراسة الحالية مكملة لدراسات الإخراج والتصميم ، كما استفادة الباحثة من النتائج في إقبال المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي ، كذلك التعرف على معايير وقواعد التصميم وربطها بالعناصر الجشطالتية .

التعريفات الإجرائية :

القدرات الإبداعية : هي مجموعة من العوامل التي تسهم في الأداء وأكثرها شيوعا هي الأصالة والطلاقة والمرونة والإحساس بالمشكلة .

الأصالة :وهو إنتاج التميز والأفكار غير المتكررة التي تتميز بشروط الجدة للثقافة.

الطلاقة : وهي القدرة على تذكر أكبر عدد ممكن من الاستجابات (رموز-أرقام-كلمات-أرقام-أفكار) نحو فكرة معينة في فترة محددة من الزمن.

المرونة : هي قدرة الفرد على إنتاج أنواع مختلفة من الأفكار وقدرته على تحويل تفكيره من طريقة واحدة إلى آخري باستخدام أساليب مختلفة.

الإحساس بالمشكلة : التي هي قدرة الفرد على اكتشاف المشاكل ، فضلا عن تحديد المعلومات الناقصة وإدخال أسئلة جديدة لهذه المشكلة.

جشطالتية الكاريكاتير : هو فن يعتمد على التعبير البصري شكلا ومضمونا ليعبر عن فكرة معينة أو وجهة نظر، من خلال كل العناصر البنائية له حيث أننا لا نرى قواعد التصميم منفصلة عن بعضها أو منفصلة عن محتوى الكاريكاتير.

تساؤلات وفروض الدراسة :

أولا : التساؤلات :

1- ما معدل تداول المراهقين للكاريكاتير عبر الفيس بوك وفقاً للنوع ؟

2- ما تفضيلات المراهقين لمن يتداول معهم مضمون الكاريكاتير عبر الفيس بوك وفقاً للنوع ؟

3- كيف يحصل المراهقين على الكاريكاتير لتداوله عبر الفيس وفقاً النوع ؟

4- ما ترتيب تفضيل المراهقين لمضمون الكاريكاتير عند تداولهم له عبر الفيس بوك؟

5- ما ترتيب تفضيل المراهقين لقواعد تصميم الكاريكاتير عند تداولهم له عبر الفيس بوك؟

6- ما تفضيل تداول المراهقين للرسوم الكاريكاتيرية على الفيس بوك طبقا للقدرات الإبداعية؟

ثانيا : الفروض :

1- يوجد فرق دال إحصائيا بين المراهقين حول تفضيلهم لجشطالتية الكاريكاتير وتداوله عبر الفيس بوك وفقا للنوع .

2- توجد علاقة دالة إحصائيا بين جشطالتية الكاريكاتير وتداوله على الفيس بوك و تنمية بعض القدرات الإبداعية لدى المراهقين.

وينبثق من هذا الفرض الفروض الفرعية :

أ) توجد علاقة دالة إحصائيا بين جشطالتية الكاريكاتير (قواعد التصميم والمضمون) ودرجة تداول المراهقين للكاريكاتير على الفيس بوك.

بـ) توجد علاقة دالة إحصائيا بين جشطالتية الكاريكاتير على الفيس بوك وتنمية بعض القدرات الإبداعية لدى المراهقين.

جـ) توجد علاقة دالة إحصائيا بين درجة تداول المراهقين للكاريكاتير على الفيس بوك وتنمية بعض القدرات الإبداعية لديهم.

الإجراءات المنهجية للدراسة :

أ) نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية-التحليلية التي تستهدف الكشف عن السمات العامة للدور الذي تقوم به،وتستخدم الدراسة منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني .

ب) مجتمع وعينة الدراسة التحليلية :

يشمل مجتمع الدراسة التحليلية جميع صفحات الكاريكاتير على الفيس بوك. وقد بدأنا بملاحظة تلك الصفحات على الفيس بوك ووجدنا أن هناك عدد كبير من المستخدمين لتلك الصفحات، وتم اختيار الصفحات ذات المشاركة الأعلى وهى الصفحات ، ***" Asa7be Sarcasm Society"*** الذي تجاوز المشاركين فيه 10 مليون. أيضا، صفحة **"Asa7be"** حيث أن المشاركين فيها تجاوز المليون.

أما مجتمع الدراسة الميدانية : متمثل في المراهقين المصريين ، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة المراهقين من جامعة عين شمس ، وكانت العينة 400 مفردة (200 من الذكور و 200 من الإناث) في الفرقة الأولى الجامعية . وتم استبعاد 59 صحيفة استبيان ممن لا يفضلون الكاريكاتير ، وذلك للوصول إلى النتائج الصحيحة. فكان العدد الإجمالي لاستمارات المشاركين في المعالجة الإحصائية 341 استمارة ، وقد تم تطبيق الدراسة في الفترة الزمنية من 2014/12/1 إلى 2015/02/01.

ج) أدوات جمع البيانات :

استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون والشكل بهدف رصد وتوصيف و تحليل صفحات الكاريكاتير على الفيس بوك محل الدراسة وما يتضمنه ذلك من تحليل

لقواعد التصميم ،كما تم استخدام صحيفة الاستبيان لتطبيقها على عينة الدراسة من المراهقين . باعتبارها أكثر الأدوات الملائمة لجمع البيانات الكمية .

وقد مرت الاستمارة بعدد من المراحل العملية والعلمية ، وتم إدراج عدد من الأسئلة التي تعبر عن مقياس درجات تداول وتفضيل المراهق للكاريكاتير وفقا لقواعد التصميم وقد تضمنت الاستمارة مجموعة من الصور والأشكال التوضيحية من الكاريكاتير من داخل صفحات الفيس بوك محل الدراسة لتقديم صورة أكثر واقعية للمشاركين .

هـ) اختبار الصدق والثبات:

أولاً : اختبار الصدق : وقد مر بالخطوات التالية

التحديد الدقيق لأبعاد الدراسة وأهدافها، كذلك الاعتماد على الصدق الظاهري للصحيفتين من حيث قدرتهما على الإجابة عن فروض وتساؤلات الدراسة. وقد تم عرض صحيفتي تحليل الشكل والاستبيان على مجموعة من المحكمين في مجال الإعلام وعلم النفس [1]، كما تم إجراء التعديلات اللازمة على الصحيفتين. وقد تمت صياغتهما في صورتها النهائية طبقاً لذلك .

ثانياً : اختبار الثبات :

لقياس ثبات الصحيفة تم تطبيقها على عينة من طلاب جامعة عين شمس عددها 40 مفردة (20 الذكور و20 الإناث) وكان الإجابة على الاستبيان في 25 دقيقة كفترة محددة . وتكرر نفس الاستبيان بعد أسبوعين على نفس العينة كإعادة اختبار Re-Test -test وكانت النسبة المئوية للثبات بمقارنة نتائج مرتي التطبيق 90.6 %. وهي نسبة مرتفعه تشير إلى صلاحية صحيفة الاستبيان للتطبيق.

---

[1] أ.د.اعتماد خلف: الأستاذ بقسم الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس.
أ.د على جمال الدين :الأستاذ بكلية التربية ، جامعة عين شمس .
أ.د سامية موسى : الأستاذ بكلية البنات، جامعة عين شمس.
أ.م.د سعدية بدوى : الأستاذ المساعد بقسم علم النفس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس.
د.مؤمن جبر : مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس.

و) مقاييس الدراسة :

يتطلب إجراء هذه الدراسة إعداد مقاييس يتم تضمينها بصحيفة الاستبيان بحيث تقبل معالجتها إحصائيا للخروج بنتائج تتصف بدرجة ثقة عالية في التوصل إليها، وتم إعداد المقاييس التالية:

1) مقياس درجات تداول المراهق للكاريكاتير وفقا لقواعد التصميم .وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب التقييم الذاتي للمبحوث من خلال إدراج سؤال يعبر عن تفضيلات المراهق عينة الدراسة للكاريكاتير عبر الفيس بوك وفقا لأسس التصميم .

2) مقياس درجات تنمية بعض القدرات الإبداعية للمراهقين الذين يتداولوا الكاريكاتير عبر الفيس بوك .

ز) أسلوب تصميم مقاييس الدراسة والمعالجات الإحصائية :

في تلك الدراسة تم الاعتماد على أسلوب التقييم الذاتي حيث يعتبر أكثر شيوعا واستخداما في مجال قياس الاتجاهات بالدراسات والبحوث الاجتماعية ، كما يناسب هذا الأسلوب حجم عينة الدراسة الحالية .

الأسئلة الواردة في الاستبيان تمثل عدة أنواع من التفضيلات للمراهقين. على سبيل المثال ، ما هو المحتوى المفضل لديك عند تداول الكاريكاتير على فيس بوك؟

وقد قامت الباحثة باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي في بعض الأسئلة مثل "ما مدى تداول المراهقين للكاريكاتير على الفيس بوك ؟ كذلك استخدمت خيارات متعددة لمعرفة مع من يتداول المراهقين الكاريكاتير ، وغير ذلك من المقاييس الإحصائية . وكما تم استخدام المتوسط والانحراف المعياري والوزن النسبي لمعرفة أراء العينة وتحديد أفضل موضوعات الكاريكاتير وأفضل قواعد التصميم لديهم .

وكذلك استخدام اختبار "Z" لمعرفة معنوية الفروق بين الذكور والإناث ومن تلك الأسئلة (أهم من يتداولون مع المراهقين مضمون الكاريكاتير عبر الفيس بوك وفقاً للنوع) ، كذلك (كيفية حصول المراهقين على الكاريكاتير عبر الانترنت وفقاً للنوع). وتعتبر قيمة "Z" دالة إحصائيا عند مستوى دلالة 0.01 .كما تم استخدام **كا²** لمعرفة معنوية الفروق في النسب بين الذكور والإناث على أسئلة الدراسة ومنها معدل التداول للكاريكاتير عبر الفيس بوك وفقاً للنوع.

واختبار T-Test للمجموعات المستقلة لمعرفة الفروق بين متوسط درجة تداول الذكور والإناث من المراهقين . على مقياس تفضيل جشطالتية الكاريكاتيرية للتداول عبر الفيس بوك .

كما تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لمعرفة درجة العلاقة بين المتغيرات ، ولإثبات صحة فرض الدراسة الرئيسي وهو توجد علاقة دالة إحصائيا بين جشطالتية الكاريكاتير وتداوله على الفيس بوك و تنمية القدرات الإبداعية لدى المراهقين. وتعتبر قيمة " معامل ارتباط " دالة إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05 ، أو 0.01 . وبناء على تلك المقاييس تم تقسيم استمارة الاستبيان، وتوزيعها على أفراد العينة ، وجمع بيانات الدراسة الميدانية ، وتحليلها كميا وكيفيا مع ربطها بنتائج الدراسات السابقة.

عرض ومناقشة النتائج العامة للدراسة :

أولا : الدراسة التحليلية : تحليل قواعد التصميم بالكاريكاتير وربطها بمبادئ الجشطالت

الكاريكاتير هو واحد من الفنون الصحفية الساخرة الذي يساعد في توضيح الرسالة سريعاً ، هذا الفن الذي لا يهدف إلى الابتسام فقط ، بل أيضا للتفكير. فهو فن يعبر عن فكرة معينة أو وجهة نظر ما . وهذا قد يتفق مع (Dur , 2012) عندما يشير إلى أن الهدف الرئيسي لتوضيح الفكرة هو توصيل المعلومات بشكل فعال وواضح عن طريق الرسوم.

ومن خلال ملاحظة صفحات الكاريكاتير على الفيس بوك ووجدنا أن عدد كبير من المستخدمين قد اتجهت إلى بعض الصفحات على الفيس بوك، منها ***"Asa7be Sarcasm Society "*** (شكل 1) الذي تجاوز عدد المشاركين فيها 10 مليون. كذلك صفحة **"Asa7be"** التي تجاوز عدد المشاركين فيها المليون.

الشكل 1
Asa7be Sarcasm Society

كما لاحظ ظهور أشكال مختلفة من الكاريكاتير غير المرسومة بيد رسام الكاريكاتير فهناك إضافة للصورة الفوتوغرافية لخدمة المحتوى ، والكرتون السردي الذي يستخدم المحادثة بين الشخصيات ، وهناك من اتخذ المشاهد الشهيرة من فيلم أو من إعلان للسخرية ، مع ظهور شخصيات حقيقية أو غير حقيقية في المجتمع برسم كاريكاتيرياً. كما لاحظ استخدام المشاركين بعض برامج الرسوم والصور لتعديل الصور أو إزالة بعض أجزاء منها، أو دمج أجزاء من التصميم مثل النصوص والصور لتمكينهم من تمثيل أفكارهم في فن كاريكاتيري على الفيس بوك .

وقد تم تحليل تصميمات الكاريكاتير على الفيس بوك من حيث قواعد التصميم (الوحدة، الشكل والأرضية، التوازن، الإيقاع، التركيز) ومدى اتفاقها مع مبادئ الجشطالت (الإغلاق والشكل والأرضية، التوازن، التشابه والاستمرارية) وقد أوضح (Siebert and Ballard ,1992) أن التصميم الجيد يتم من خلال عرض أربعة قواعد للتصميم هم ؛ التوازن والإيقاع والتركيز والوحدة. Siebert and Ballard (,1992)

مدى الاتفاق بين قواعد التصميم و مبادئ الجشطالت عند تصميم الكاريكاتير على صفحات الفيس بوك

يمكن تعريف قواعد التصميم بأنها مجموعة المبادئ الفنية العامة ، التي تتحكم فيما يفعله المصمم بكل من مكونات التصميم ، وكيف يفعله ، وبمقتضى الإلمام بهذه الأسس يستطيع كل مصمم أن يمزج بين المكونات ، في تصميم مطبوعة واحدة وإخراجها بشكل جيد ، ويمكن تطبيق كل من الأسس على كافة المكونات، فعلى سبيل المثال ، نستطيع استخدام الخط والشكل والملمس والفراغ والحجم والقيمة لخلق وحدة في التصميم.(أشرف صالح ، شريف درويش ،2001 ، 65-66)

ويشير **محمود علم الدين** إلى مفهوم الفراغ في الوسيلة الحديثة إنه الحيز محكوم بالشكل أو التكوين المادي للشاشة أو بطبيعة البرامج المستخدمة في عرضه. (محمود علم الدين ، 2008 ،ص ص 270-275) كما يمكن استخدام الوحدة والشكل والأرضية والتوازن والإيقاع والتركيز لخلق وحدة في التصميم أيضا .

1- الوحدة :

هي أحد قواعد التصميم التي تجمع بين مكونات الصفحة لتكوين اتساق للصفحة ككل(Robert ,1966) ،ويعرفها ماجد سالم بأنها العلاقة التكاملية بين العناصر المرئية في الصفحة الواحدة ، حيث تعطي الإحساس بالانسجام من خلال تنظيمها بين

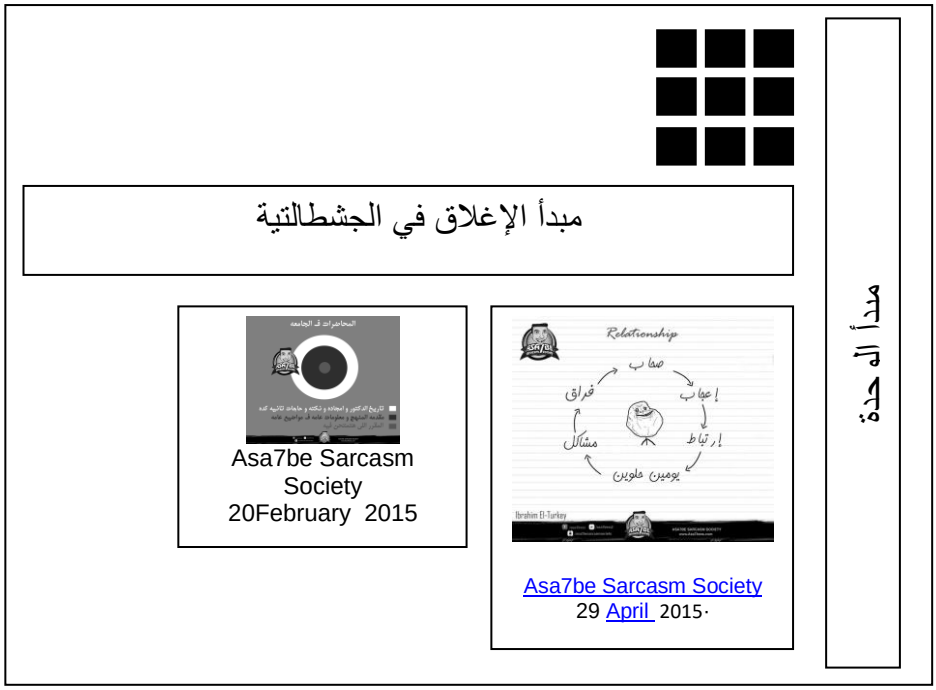
تلك العناصر، فالصور والنصوص المتجاورة تساعد في تفسير الرسالة وفهمها . (ماجد سالم 2008 ، ص207) .

ومن جهة أخرى يشير (Barlow ,1981) إلى أن مبدأ الوحدة كأحد مبادئ الجشطالتية تتمثل في كل أشكال الحياة الفردية. وأن الوحدة قد تتحقق من خلال مبادئ أخرى كالإغلاق الذي يشير إلى اكتمال الأجزاء الناقصة من خلال توافر المعلومات لدى الفرد حول هذا الشئ ، وخاصة إذا كان هذا الشيء مألوفة لنا قبل.

لذلك فإن إدراك الأشكال أو الموضوعات شبه الكاملة أو الأكثر إغلاقا أسهل وأسرع لأنها تميل إلى تكوين الصيغ أو الصور الكلية للأشكال أو للموضوعات وينطبق ذلك على مجال التعلم كما ينطبق على مجال الإدراك. (أنور محمد الشرقاوي. ،2012 ، ص ص 117- 118).

ومن خلال تحليل الكاريكاتير على صفحات الفيس بوك تحققت الوحدة الإخراجية في الكاريكاتير على مستوى كل عنصر تيبوغرافي منفرداً على مستوى التعليق على الكاريكاتير فتضح الوحدة من خلال استخدام نوع خط واحد في كلمات التعليق على الكاريكاتير ، وعلى مستوى الصور والرسوم المستخدمة ، كذلك الوحدة على مستوى الجداول والفواصل، ويشير فوزي خلاف إلى أنه من هذه الفواصل ما هو تقليدي، ومنها ما هو تكنولوجي، فتستخدم الصور كوسائل فصل تقليدية للفصل بين الموضوعات، بينما الإنترنت كوسيلة اتصال تتميز بالإخراج الرأسي ، ووسائل الفصل عادة ما تكون أفقية ، وفي عرض موضوعات متقاربة، أو للفصل بين القائمة والموضوعات المعروضة تستخدم الصحف الإلكترونية الخطوط الرأسية للفصل بين الموضوعات، كما تستخدم بعض الصحف الإلكترونية الإطارات ، للفصل بين الصفحات . (فوزي خلاف، 2000،ص85)

فنجد أن مبدأ الوحدة قد تحقق من خلال إحاطة الكاريكاتير بإطار من نفس السمك واللون ، أو من نفس اللون مع تغير السمك ، وهو ما قامت به بعض الكاريكاتير على صفحات الفيس بوك في كاريكاتير وظهر في comic strips . أو استخدام فونط واحد من الحروف في التعليق على الكاريكاتير أو اثنين على الأكثر مع تنوع الحجم والكثافة والاتجاه ، مما جعل تصميم الكاريكاتير متناغم . شكل (2)



2-الشكل والارضية :

يحدث التباين بين الشكل والأرضية نتيجة انخفاض وارتفاع الطاقة البصرية، فعندما تنخفض الطاقة البصرية يكون الجزء المرئي أرضية،وعندما ترتفع يكون الجزء المرئي شكلاً ، وهذا يؤكد أن للأرضية هيئة سالبة ، كما أن للشكل هيئة موجبة. ويقوم التباين بينهما بشكل توفيقي ليجعل كل منهما شيئاً واحداً تدركه العين (حلمي محسب ،2007، ص ص 298-299). كذلك أشار فرتهمير وهو واحد من علماء الجشطالتية بأننا يمكن النظر إلى الجشطلتات على أنها كليات متمايزة منفصلة عن الأرضية التي تختلف عن الشكل في إدراك الفرد له . فإن ما ينظر إليه على أنه شكل في موقف معين قد يصبح هو ذاته أرضية في موقف آخر. وهذا التغير في العلاقات بين الشكل والأرضية يلعب دوراً هاماً ليس في الإدراك فحسب، بل في مجال التعلم ، وفي مجال التفكير أيضاً . (أنور محمد الشرقاوي،2012 ص ص 110،111) وفى هذا الصدد نتذكر صورة المرأة التي ينظر إليها البعض كسيدة شابه وآخرون يرون أنها امرأة عجوز ويرجع ذلك بسبب الغموض بين الشكل والأرضية

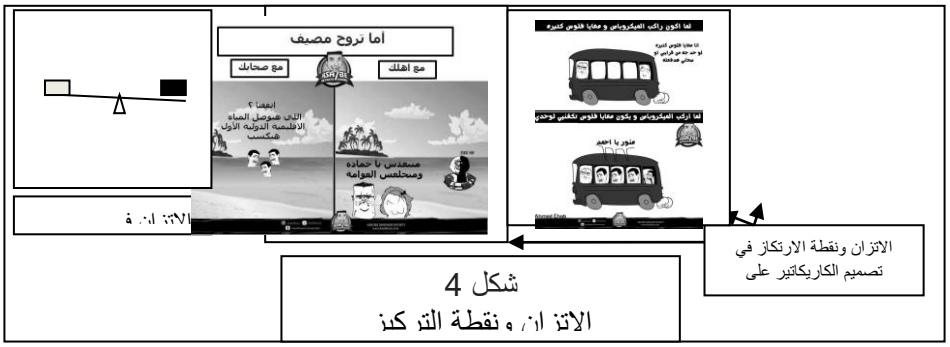
وإدراكه . ومن خلال تحليل الكاريكاتير نجد أن مصممى الكاريكاتير على صفحات الفيس بوك استخدموا الشكل والأرضية دون أي غموض . (شكل 3)

شكل 3
مبدأ الشكل والأرضية

3- التوازن

ويشير هذا المبدأ من جانب التصميم إلى المساواة في توزيع الأوزان (Siebert and Ballard, 1992) . وقد تشمل العناوين والصور لتحقيق التوازن في الصفحة. وعملية التوازن أو مبدأ التوازن يوحي بالتساوي و التماثل في العلاقات بين درجات الثقل المختلفة، والتي قد يحدث من خلال التوازن بين العناصر التيبوغرافية المختلفة ، أو ما بين صورة وصورة أخرى تقابلها ، كذلك ما بين عنوان وصورة وغير ذلك (سمير محمود ، 2008، ص 216).

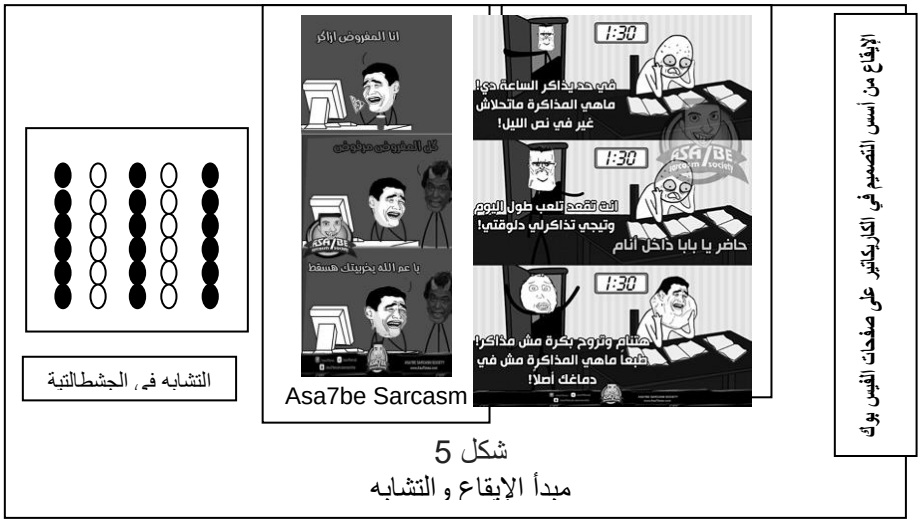
وهذا يتفق مع مبدأ التوازن في الجشطالتية التي توضح أننا ندرك الأشياء متزنة لكي يتم رؤيتها على أنها مكتملة أو كلية. وبالإضافة إلى ذلك، هناك مبدأ آخر يتفق مع التوازن و هو مركز الاهتمام أو نقطة التركيز ، تلك النقطة المركزية تجذب انتباه المتصفح وتقنعه بالمتابعة . وقد تحقق مبادئ التوازن ونقطة التركيز في جشطالتية تصميم الكاريكاتير بالتركيز على مكان معين كصورة في وسط الكاريكاتير لتحقيق التوازن المطلوب ، أو من خلال إبراز مكان معين في الكاريكاتير ليكون هو المركز البصري للقارئ ليتم وضع العناصر الجاذبة في الكاريكاتير في وسط الصفحة أو الاتزان بين الرسوم والصور الفوتوغرافية في بعض أشكال الكاريكاتير المقدمة على الفيس بوك وبخاصة البورترية . (شكل 4)



شكل 4
الاتزان ونقطة التركيز

4- الإيقاع : مفهوم الإيقاع في التصميم هو تكرار عناصر التصميم ، مثل: الخطوط ، والأشكال والألوان والفراغات لكي تعطي التصميم الحيوية. ويستخدم المصمم هذا النوع عندما يريد أن ينتقل القارئ من عنصر إلى آخر ، ويرتبط الإيقاع بمحاذاة الصور الأفقية والرأسية، فالإيقاع يتحقق عادة في الصور المتسلسلة المساحة والشكل واللون(ماجد سالم تربان، 2008، ص210)

ويتفق ذلك مع مبدأ التشابه في الجشطالتية و التي تميل إلى جعل العناصر المشابهة كالحجم،الخط ، الشكل، اللون كوحدة تجذب الانتباه. وفى الدراسة الحالية نجد الإيقاع في تصميم الكاريكاتير على صفحات الفيس بوك ويظهر في استخدام نفس اللون ، أو نفس نمط الخلفية لإعطاء رسالة واضحة لمستخدمي الفيس بوك فنجد استخدام الكاريكاتير لشريط الرسوم عندما تكون متماثلة من حيث الحجم والشكل واللون أو تتشابه الفراغات بين تلك الرسوم .(شكل 5)



شكل 5
مبدأ الإيقاع و التشابه

5- التركيز : مبدأ التركيز هو توزيع عناصر التصميم بشكل يحافظ عليها في استمرارية لحركة عين القارئ داخل الصفحة حتى الانتهاء من محتوى الصفحة. وأوضح(Robert ,1966) أن التركيز هو تحديد نقطة انطلاق للعين للقارئ عند رؤية الصحيفة وهذا يتسق مع مبدأ الاستمرارية في الجشطالت الذي ينص على أن خطوط المتعاقبة تعطى مسار كامل .

شكل 6
التركيز والاستمرارية في الجشطالتية

ووفقاً لهذا القانون فإن الاستمرارية داخل الشكل تؤدى إلى سهولة إدراكه حيث إن تنظيم مجال الإدراك الحسي يتم في صورة خاصة بحيث يظل الخط المستقيم مستقيماً (عبد الصبور منصور، 2012، ص140) .

وهذا هو ما ظهر في تصميم الكاريكاتير على الفيس بوك فعلى سبيل المثال، نجد الحركة وهو توزيع عناصر البناء الإخراجي (تعليق ،عناوين ،ورسوم ،والألوان ،وجداول) بشكل يحافظ على استمرار حركة عين القارئ في نطاق حيز الكاريكاتير فنجد مثلا اتجاه حركة الصورة في الرسم الكاريكاتيرية فإذا وضع الرسم على جانب الأيمن من الكاريكاتير أو الأيسر فلابد أن يكون الشخص الموجود داخل الرسم أو المنظر ناظرا داخل الصفحة وليس خارجها ، كذلك البياض بين سطور التعليق على الكاريكاتير فأن هذا البياض هو بمثابة الطريق الذي يتحرك فيه عين القارئ من كلمة إلى أخرى. كما يظهر في بعض الكاريكاتير من خلال المسافة بين الكلمات في التعليق على الكاريكاتير ، كذلك في العلاقة بين التعليق والصورة حيث تتصل ببعضها البعض ، أو تسير في نفس الاتجاه. (شكل 6)

ومما سبق يتضح أن هناك تشابه في كلا مبادئ نظرية الجشطالت، وقواعد التصميم ، وكلاهما يهدف إلى توضيح المضمون وإظهار جمال الكاريكاتير، وهو ما قد يساعد على تحقيق التخيل والابتكار والإبداع لدى المراهقين .

ثانيا : نتائج الدراسة الميدانية : التساؤلات :

1- ما معدل تداول المراهقين للكاريكاتير عبر الفيس بوك وفقاً للنوع ؟

ويهدف هذا التساؤل إلى التعرف على معدل تداول المراهقين للكاريكاتير عبر الفيس بوك وفقاً للنوع ،وقد استخدم أسلوب النسب والتكرارات ، وكذلك قيمة كا^2، درجة الحرية ، معامل التوافق للإجابة علي السؤال الأول ، وفيما يلي الجدول الذي يوضح ذلك. و تشير النتائج إلى اختلاف نسبة تداول الكاريكاتير عبر الفيس بوك طبقاً للنوع ، حيث بلغت قيمة كا^2 11.84 عند مستوى دلالة 0.01 ، ومعامل توافق 0.183 ، فنجد ارتفاع نسبة التداول للإناث عن الذكور، حيث نسبة من يتداول الكاريكاتير عبر الفيس بوك يومياً 72.14 بواقع (64.05 للذكور ، 78.72 لإناث). أما نسبة من يتداول الكاريكاتير عبر الفيس بوك أسبوعيا 17.01 بواقع (24.18 للذكور ، 11.17 للإناث). أما نسبة من يتداول الكاريكاتير عبر الفيس بوك شهرياً 7.92 بواقع (7.85 للذكور ، 7.98 للإناث). في مقابل أن نسبة من يتداول الكاريكاتير عبر الفيس بوك بشكل غير منتظم 2.93 بواقع (3.92 للذكور ، 2.13 للإناث). (شكل 7)

مما يشير إلى ارتفاع نسبة التداول يوميا وقد يرجع إلى طبيعة المرحلة العمرية حيث تتميز بمحاولة التكيف مع المجتمع الذي يعيشه فتقل نزعنه الفردية ويجد في العالم الافتراضي طريقا لذلك وهذا يتفق مع دراسة Markey and Wells (2002,) الذي أكد أن الأفراد يستخدمون الإنترنت يوميا لخلق علاقات شخصية والحفاظ عليها

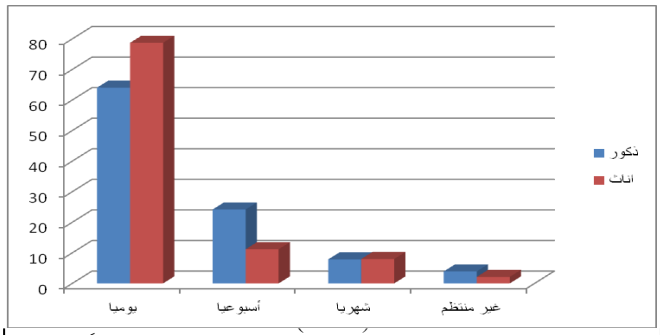
جدول (1)

معدل تداول المراهقين للكاريكاتير عبر الفيس بوك وفقاً للنوع .

المراهقين / معدل التداول	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
يوميا	98	64.05	148	78.72	246	72.14
أسبوعيا	37	24.18	21	11.17	58	17.01
شهريا	12	7.85	15	7.98	27	7.92
غير منتظم	6	3.92	4	2.13	10	2.93
الإجمالي	153	100	188	100	341[1]	100

[1] تم استبعاد 34 استمارة من 400 استمارة تم توزيعها على المراهقين حيث لا يفضلون الرسوم الكاريكاتيرية.

قيمة كا^2 =11.84 درجة الحرية =3 معامل التوافق =0.183مستوى الدلالة =دالة عند 0.01



معدل تداول المراهقين للكاريكاتير عبر الفيس بوك وفقاً للنوع .

2- ما تفضيلات المراهقين لمن يتداول معهم مضمون الكاريكاتير عبر الفيس بوك وفقاً للنوع ؟

ويهدف هذا التساؤل إلى التعرف على تفضيلات المراهقين لمن يتداول معهم مضمون الكاريكاتير عبر الفيس بوك وفقاً للنوع ،وقد استخدم أسلوب النسب والتكرارات ، وكذلك قيمة Z للإجابة علي السؤال الثاني ، وفيما يلي الجدول الذي يوضح ذلك.

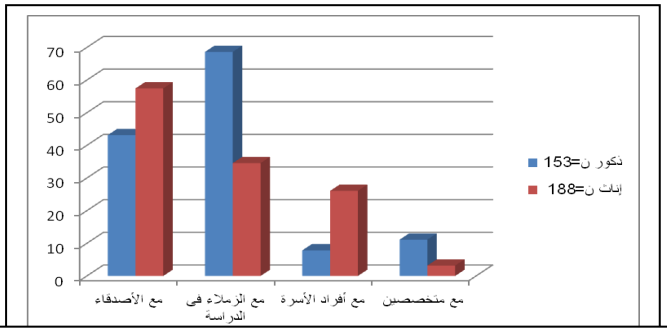
يشير نتائج جدول (2) إلى أن أهم من يتداول معهم المراهقين عينة الدراسة من الإناث هم الأصدقاء بنسبة 57.45 % حيث يوجد فارق بين الذكور و الإناث دال إحصائيا عند مستوى0.01، فقد بلغت قيمة Z 2.66 . يليها الزملاء ثم أفراد الأسرة وفى الترتيب الرابع المتخصصين شكل (8)، بينما أهم من يتداول معهم المراهقين عينة الدراسة من الذكور هم الزملاء بنسبة 68.63 % حيث يوجد فارق بين الذكور و الإناث دال إحصائيا عند مستوى0.01، فقد بلغت قيمة Z 6.66 . يليها الأصدقاء ثم المتخصصين ، يليها أفراد الأسرة وفى الترتيب .

مما يشير إلى ارتفاع نسبة التداول بين المراهق وبين الأصدقاء والزملاء وقد يرجع إلى محاولة المراهق في هذه المرحلة للبحث عن أشخاص وجماعات ينضم إليها ليكون أصدقائه وهذا يتفق مع نتائج دراسة (Chen, 2014) إن من أهم تفضيلات استخدام الفيس بوك هو إيجاد الصداقات لما يقدمه من توافق مع الآخرين .

جدول (2)

أهم من يفضل المراهقين التداول معهم (يناقش معهم) مضمون الكاريكاتير عبر الفيس بوك وفقاً للنوع

المراهقين المتداولون معهم	ذكور ن=153		إناث ن=188		الإجمالي		قيمة z	الدلالة	ترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
مع الأصدقاء	66	43.14	108	57.45	174	51.03	2.66	دالة0.01	1
مع الزملاء في الدراسة	105	68.63	65	34.57	170	49.85	6.66	دالة0.01	2
مع أفراد الأسرة	12	7.84	49	26.06	61	17.89	4.71	دالة0.01	3
مع متخصصين	17	11.11	6	3.19	32	6.74	2.78	دالة0.01	4



(شكل 8)
أهم من يفضل المراهقين التداول معهم (يناقش معهم) مضمون الكاريكاتير عبر الفيس بوك وفقاً للنوع

3- كيف يحصل المراهقين على الكاريكاتير لتداوله عبر الفيس وفقاً النوع ؟

ويهدف هذا التساؤل إلى التعرف طرق حصول المراهقين على الكاريكاتير لتداوله عبر الفيس وفقاً للنوع ،وقد استخدم أسلوب النسب والتكرارات ، وكذلك قيمة Z للإجابة علي السؤال الثالث ، وفيما يلي الجدول الذي يوضح ذلك.

تشير نتائج جدول (3) إلى أن نسبة 54.84% من مراهقين عينة الدراسة تتداول الكاريكاتير خلال مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة الذكور 64.71 % مقابل 46.81% للإناث، ولذا يوجد الفارق بين النسبتين دال إحصائيا حيث بلغت قيمة z 3.37 عند مستوى دلالة 0.01 . علاوة على ذلك تشير النتائج إلى أنه لا يوجد فرق بين الذكور والإناث في تقنيات البحث لاستخدام الكاريكاتير ويظهر ذلك

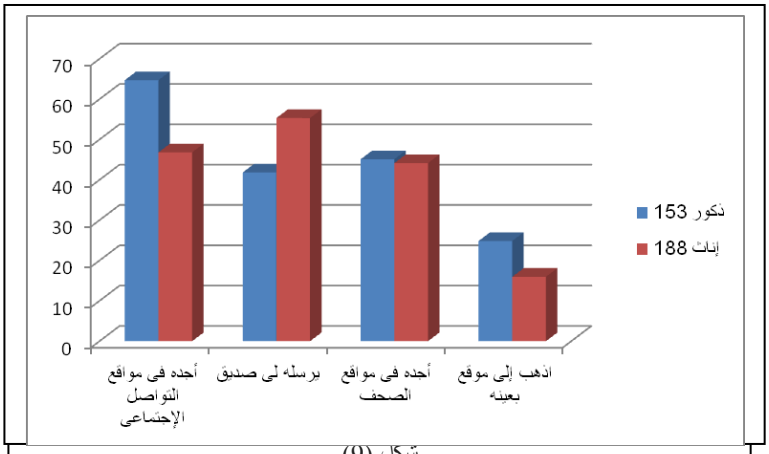
من عبارتي "اذهب إلى محركات البحث للعثور على نوع معين من الكاريكاتير" و"البحث للعثور على الكاريكاتير على المواقع الإلكترونية للصحف .

مما يشير إلى ارتفاع نسبة تداول المراهقين للكاريكاتير عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يتفق مع دراسة (Othman, Suhaimi, Yusuf, Yusof and Mohamad, 2012) حيث تشير إلى أن سن الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي ما بين 18- 24 عاماً ، وأن هناك أكثر من ثمانية شبكات لغرض تكوين صداقات منها الفيس بوك.

جدول (3)

طرق حصول المراهقين على الكاريكاتير عبر الانترنت وفقاً للنوع

المراهقين / كيفية الحصول	ذكور ن = 153		إناث ن = 188		الإجمالي		قيمة z	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
أجده في مواقع التواصل الاجتماعي	99	64.71	88	46.81	187	54.84	3.37	دالة	1
يرسله لي صديق	64	41.83	104	55.32	168	49.27	2.50	دالة	2
أجده في مواقع الصحف	69	45.10	83	44.15	152	44.57	0.18	غير دال	3
اذهب إلى موقع بعينه	38	24.84	30	15.96	68	19.94	2.02	دالة	4
اذهب إلى محركات البحث	23	15.03	27	14.36	50	14.66	0.17	غير دال	5



شكل (9)
طرق حصول المراهقين على الكاريكاتير عبر الانترنت وفقاً للنوع

4- ما ترتيب تفضيل المراهقين لمضمون الكاريكاتير عند تداولهم له عبر الفيس بوك؟

ويهدف هذا التساؤل إلى التعرف على ترتيب مضمون الكاريكاتير طبقا لأولوية تفضيلها بالنسبة للمراهقين عبر الفيس بوك ، وقد استخدم الوزن النسبي لتحديد ترتيب التفضيلات ، وفيما يلي الجدول الذي يوضح ذلك.

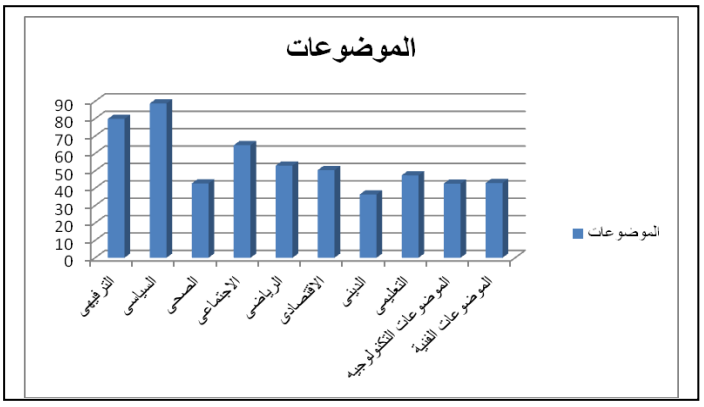
تشير نتائج جدول (4) إلى أن نسبة المشاركين الذين يفضلون الكاريكاتير السياسي على الفيس بوك 88.7% يليها وقد أخذت الترتيب الأول ،يليها الكاريكاتير الترفيهي، ثم الكاريكاتير الخاص بالموضوعات الاجتماعية ،ثم الرياضي ، يليه الاقتصادي ، ثم التعليمية ، يليه الفن ثم الكاريكاتير الخاص بالمضمون الصحي في الترتيب التاسع .

وترى الباحثة انه قد يرجع ذلك إلى الأحداث السياسية و التغيرات الراهنة التي يمر بها المجتمع المصري وكذلك اختلاف الهدف من التصفح و تداول محتوياته واختلاف التفضيلات لأفراد العينة

جدول (4)

ترتيب مضمون الكاريكاتير طبقا لأولوية تفضيلها بالنسبة للمراهقين عبر الفيس بوك

الموضوعات	الوزن النسبي	الترتيب
الكاريكاتير عن موضوعات سياسية	88.7	1
الكاريكاتير الترفيهي	79.8	2
الكاريكاتير عن موضوعات اجتماعية	64.7	3
الكاريكاتير عن موضوعات رياضية.	53.0	4
الكاريكاتير عن موضوعات اقتصادية	50.4	5
الكاريكاتير عن قضايا تعليمية.	47.4	6
الكاريكاتير عن الفن .	43.0	7
الكاريكاتير عن موضوعات تكنولوجية	42.7	8
الكاريكاتير عن موضوعات صحية	42.6	9
الكاريكاتير عن موضوعات دينية	36.4	10
عينة الدراسة	341	



شكل 10
تفضيلات المراهقين لتداول الكاريكاتير على الفيس بوك وفقا لمضمونه

5

الفيس بوك؟

ويهدف هذا التساؤل إلى التعرف على ترتيب تفضيلات المراهقين لتداول الكاريكاتير على الفيس بوك وفقا لقواعد تصميم الكاريكاتير، وقد استخدم الوزن النسبي لتحديد ترتيب التفضيلات ، وفيما يلي الجدول الذي يوضح ذلك.

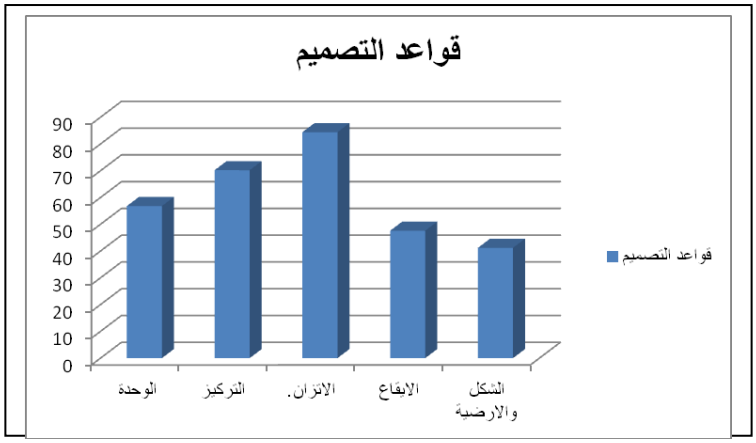
حيث يتضح من نتائج جدول (5) أن نسبة المشاركين الذين يفضلون الكاريكاتير وفقا لقواعد تصميم الكاريكاتير على الفيس بوك حيث نجد أن 84.4% يفضل قاعدة الاتزان عند تصميم الكاريكاتير ،ويأتي التركيز في الترتيب الثاني 70.2.% ، ثم الوحدة في الترتيب الثالثة بنسبة 56.8 %. مما يشير إلى اختلاف تفضيلات المراهقين لتداول الكاريكاتير على الفيس بوك وفقا لقواعد تصميم الكاريكاتير.

وترى الباحثة أنه قد يرجع ذلك من الجانب النفسى ، اننا نشعر أحياناً بعدم الراحة والتوتر، من أي شئ ندركه على أنه غير متزن سواء كان هذا شيئاً نختبره بشكل مادي أو ندركه بصرياً ، فنحن نفترض أن الأشياء التي نراها تكون متزنه ، لذلك فالاتزان يعد إحدى الخواص الإدراكية المهمة . ولكن نجد من النتائج السابقة أن النسب إلى حد ما متقاربة وهنا نشير قاعدة شاملة تنطبق على كل الأحداث العقلية بما في ذلك قواعد الإدراك وهى قاعدة أسموها " قانون اتضاح المعنى " The Law of Pragnanz وهذا يتفق مع جابر عبد الحميد إن هذا القانون يبين لنا أو يقترح علينا اتجاه الأحداث ، فالتنظيم النفسي يتجه إلى تكوين صيغة إجمالية جيدة أو جشطالت جيد، وهذه الصيغة الإجمالية الجيدة لها صفات كالانتظام، والبساطة والثبات.(جابرعبد الحميد ، 1998، 225)

جدول (5)

تفضيلات المراهقين لتداول الكاريكاتير على الفيس بوك وفقا لقواعد تصميم الكاريكاتير

العناصر	الوزن النسبي	الترتيب
الاتزان	84.4	1
التركيز	70.2	2
الوحدة	56.8	3
الإيقاع	47.6	4
الشكل والأرضية	41.2	5



شكل11
تفضيلات المراهقين لتداول الكاريكاتير على الفيس بوك وفقا لقواعد تصميم الكاريكاتير

6- ما تفضيل تداول المراهقين للرسوم الكاريكاتيرية على الفيس بوك طبقا للقدرات الإبداعية ؟

ويهدف هذا التساؤل إلى التعرف تفضيل تداول المراهقين للرسوم الكاريكاتيرية على الفيس بوك طبقا للقدرات الإبداعية ، وقد استخدم ، المتوسط المرجح والوزن النسبي لتحديد ترتيب التفضيلات ، وفيما يلي الجدول الذي يوضح ذلك.

يتضح من نتائج جدول (6) تفضيلات المراهقين لتداول جشطالتية الكاريكاتير وربطها ببعض القدرات الإبداعية فنجد أن أسباب تداول المراهقين للكاريكاتير على الفيس بوك في الترتيب الأول " الأصالة" وهى من القدرات الإبداعية ويظهر في العبارة "الكاريكاتير النادر في شكله ومضمونه يجذب انتباهي بوزن نسبى 85.7% ، يليها الإحساس بالمشكلة من خلال إحدى العبارات وهى "إذا وجدت أخطاء في الكاريكاتير ابحث عن طرق لتصحيحه بوزن نسبى 82.7 % .

وهنا تشير الباحثة إلى أن القدرات الإبداعية " هي حقيقة يمكن من خلالها أن نحكم على الأشخاص لذا لابد من الاهتمام بتعزيزه ، وهذا يتفق مع دراسة (Sheridan-Rabideau ,2010). التي أكدت على ضرورة تقديم طرق تدريس جديدة لعمليات التفكير المبدع لنصل إلى هدف إعداد جيل مبتكر مفكر قادر على

معالجة مشكلات العصر . كما يتفق مع دراسة (Hughes,2014) التى أوضحت أن تقديم الحلول الواضحة للمشاكل المعقدة يؤدي إلى تنمية التفكير لتتماشى مع تحديات المجتمع .كما أوضحت دراسة (Chan, Chen and Lavallee ,2013) أن جانب الفكاهة له دور في تكوين مشاعر ايجابية لتعزيز الإبداع وإيجاد حلول مبدعه للمشكلات .

جدول (6)

تفضيل تداول المراهقين للرسوم الكاريكاتيرية على الفيس بوك وربطها بالقدرات الإبداعية

القدرات الإبداعية	تفضيل التداول	النقاط	المتوسط المرجح	الوزن النسبي	الترتيب
الأصالة	الكاريكاتير النادر في شكله ومضمونه يجذب انتباهي.	878	2.57	85.7	1
	اشعر بالملل من الكاريكاتير الذي يعطى حلول تقليدية .	745	2.18	72.7	7
المرونة	عند التعرض للكاريكاتير تتدافع الأفكار لدى .	717	2.10	70.0	8
	لعرض الكاريكاتير بأكثر من موقع.	783	2.30	76.7	6
	لعمل كاريكاتير من خلال دمج أفكار مختلفة .	786	2.30	76.7	6
الإحساس بالمشكلة	أفضل التركيز في الكاريكاتير ككل لإخراج الأخطاء.	824	2.42	80.7	4
	اشتق الأخطاء في الكاريكاتير وأوضحها عند التداول.	792	2.32	77.3	5
	إذا وجدت أخطاء في الكاريكاتير ابحث عن طرق لتصحيحه.	846	2.48	82.7	2
	لدى القدرة على البحث عن مصدر المعلومة لبعض القضايا المعروضة بالكاريكاتير .	697	2.04	68.0	10
	إذا وجدت وجهات كاريكاتير غير مألوف اعرف وجهات النظر المختلفة من خلال التعليقات .	833	2.44	81.3	3
الطلاقة	اعلق على الكاريكاتير لتوضيح وجهة نظري .	846	2.48	82.7	2
	عند وجود جدال حول قضية ما أتداول الكاريكاتير الخاصة بها .	702	2.06	68.7	9
ن		341			

الفروض :

1- يوجد فرق دال إحصائيا بين المراهقين حول تفضيلهم لجشطالتية الكاريكاتير وتداوله عبر الفيس بوك وفقا للنوع

ويهدف هذا الفرض إلى التعرف على بين المراهقين حول تفضيلهم لجشطالتية الكاريكاتير وتداوله عبر الفيس بوك وفقا للنوع وقد استخدم اختبار "ت" ومستوى الدلالة للتعرف على تلك العلاقة .

تشير نتائج اختبار "ت " بجدول (7) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس تفضيل جشطالتية الكاريكاتيرية للتداول عبر الفيس بوك ،حيث بلغت قيمة ت 4.063 ، وهى قيمة دالة إحصائيا عند مستوى دلالة 0.01

وترى الباحثة إن تلك الفروق بين المراهقين نابعة من تفضيلاتهم المختلفة للموضوعات وقواعد تصميم الكاريكاتير نفسه (جشطالتية الكاريكاتيرية) وكذلك لاختلاف النوع ، وهدا يتفق مع دراسة(César Lopez Péreza ,2014) والتي تمت على ثلاث مدارس من أراغون (إسبانيا)، انتهت نتائجها إلى أن هناك على اختلافات كبيرة فى التصورات والمعتقدات ترتبط بالمرحلة العمرية والنوع عند التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي ، ويرجع التفضيل إلى الفوائد التي يرون أن مواقع التواصل تعطيها لهم . وبالتالي ثبت صحة الفرض.

جدول (7)

دلالة الفروق بين المراهقين لتداولهم جشطالتية الكاريكاتيرية عبر الفيس بوك وفقا للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	**153**	2.330	0.484	4.063	339	دالة
إناث	**188**	2.105	0.528			

2- توجد علاقة دالة إحصائيا بين جشطالتية الكاريكاتير وتداوله على الفيس بوك و تنمية بعض القدرات الإبداعية لدى المراهقين.

وهو الفرض الرئيسي وينبثق من هذا الفرض الفروض الفرعية

أ) توجد علاقة دالة إحصائيا بين جشطالتية الكاريكاتير (قواعد التصميم والمضمون) ودرجة تداول المراهقين للكاريكاتير على الفيس بوك.

ب) توجد علاقة دالة إحصائيا بين جشطالتية الكاريكاتير على الفيس بوك وتنمية بعض القدرات الإبداعية لدى المراهقين.

ج) توجد علاقة دالة إحصائيا بين درجة تداول المراهقين للكاريكاتير على الفيس بوك وتنمية بعض القدرات الإبداعية لديهم.

ويهدف الفرض الرئيسي إلى التعرف على **العلاقة بين جشطالتية الكاريكاتير وتداوله على الفيس بوك و تنمية بعض القدرات الإبداعية لدى المراهقين.**ولإثبات صحة فرض الدراسة قامت الباحثة باستخدام مصفوفة معاملات الارتباط

جدول (8) يوضح مصفوفة معاملات الارتباط

	درجة التداول على الفيس بوك	قواعد التصميم	المضمون	جشطالتة الكاريكاتير	الأصالة	المرونة	الإحساس بالمشكلة	الطلاقة	القدرات الإبداعية
درجة التداول على الفيس بوك	-								
قواعد التصميم	0.376**	-							
المضمون	0.423**	0.866**	-						
جشطالتة الكاريكاتير	0.422**	0.902**	0.997**	-					
الأصالة	0.365**	0.936**	0.880**	0.905**	-				
المرونة	0.356**	0.823**	0.855**	0.866**	0.838**	-			
الإحساس بالمشكلة	0.314**	0.617**	0.500**	0.527**	0.528**	0.456**	-		
الطلاقة	0.333*	0.835**	0.776**	0.799**	0.756**	0.700**	0.709**	-	
القدرات الإبداعية	0.394**	.0938**	0.894**	0.917**	0.924**	0.905**	0.713**	0.900**	-

تشير بيانات الجدول السابق الى وجود علاقة دالة إحصائيا عند مستوى دلالة 0.01 بين

- **جشطالتية الكاريكاتير** ودرجة التداول حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.422
  - قواعد التصميم ودرجة التداول حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.376
  - المضمون ودرجة التداول حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.423
- **جشطالتية الكاريكاتير** و**تنمية القدرات الإبداعية** كدرجة كلية والأصالة والمرونة والإحساس بالمشكلة والطلاقة حيث بلغت قيمة معامل الارتباط على الترتيب 0.917 ، 0.905، 0.866، 0.527، 0.799.
  - قواعد التصميم و**تنمية القدرات الإبداعية** كدرجة كلية والأصالة والمرونة والإحساس بالمشكلة والطلاقة حيث بلغت قيمة معامل الارتباط على الترتيب 00.938، 0.936، 0.823، 0.617، 0.835.
  - المضمون و**تنمية القدرات الإبداعية** كدرجة كلية والأصالة والمرونة والإحساس بالمشكلة والطلاقة حيث بلغت قيمة معامل الارتباط على الترتيب **0.894، 0.880، 0.855، 0.500، 0.776.**

- **درجة التداول** وتنمية القدرات الإبداعية من(الأصالة المرونة، والإحساس بالمشكلة والطلاقة) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط على الترتيب (0.394، 0.365، 0.356، 0.314، 0.333).

ومن ثم يتضح صحة فرض الدراسة الرئيسي وثبوته والذي ينص على أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين جشطالتية الكاريكاتير وتداوله على الفيس بوك و تنمية بعض القدرات الإبداعية لدى المراهقين. وتؤكد الباحثة على أهمية تشجيع المراهقين على التفكير الإبداعي . وهذا يتفق مع الدراسة(Pang and Hew,) 2014 التي تشير إلى أهمية تشجيع المراهقين على التفكير الإبداعي و أهمية المناقشات على شبكة الإنترنت كأحد الأنشطة الطلابية التي تتيح تبادل وجهات النظر ، والآراء ، وطرح الأسئلة وتوضيح الشكوك. كما تشير الباحثة على ضرورة رؤية الأعمال الصحفية والفنية من جانب الكاتب والرسام والمخرج وكل من له دور في إخراج منتج بصورة كله لأنه له دور في التفكير الإبداعي للمراهقين وهو ما تشير إليه دراسة (1995, Ann Autnan) على أهمية الموازنة بين الخبر والصورة والإدارة والإخراج ؛ بما يساعد في رؤية الصور ككل .

أهم النتائج :

تأتي هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة على النحو التالي:

- أن كلا من الشكل والمضمون الذي لهم دور في إيضاح المعنى ككل متكامل وهو ما أطلقنا عليه جشطالتية الكاريكاتير كان له دور في تداول المراهقين له عبر الفيس بوك
- تداول المراهقين عينة الدراسة للكاريكاتير على الفيس بوك كانت لها دور في اكتساب بعض القدرات الإبداعية هي أربعة الأصالة و المرونة والإحساس بالمشكلات والطلاقة .

التوصيات والبحوث المقترحة ::

التوصيات :

- التأكيد على أهمية تدريس فن الرسوم الكاريكاتيرية شكلا ومضموناً
- إعداد القائم بالاتصال في هذا المجال وتدريبه
- إعداد المراهق وتدريبه على مهارات تنمية القدرات الإبداعية .

البحوث المقترحة :

- إجراء دراسات في مجال جشطالتية التصميم وعلم الدلالات البصرية .
- إجراء دراسات على جشطالتية المطبوعات لتعرف على مدى تأثيرها على إدراك الفرد ، و ربطها بالتكنولوجيا الحديثة لتحقيق اشباعتهم .

المراجع :

أولا : المراجع العربية :

البطريق،غادة . (2011) . **الإعلام الالكتروني في دعم المشاركة السياسية في عصر العولمة الإعلامية – دراسة ميدانية على أحداث ثورة 25 يناير 2011** ، المؤتمر الدولي الأول لقسم الاجتماع " العلوم الإنسانية والعولمة ، القاهرة ، جامعة قناة السويس ، كلية الآداب والعلوم الإنسانية ،قسم الإعلام الفترة من 29-30 مايو.

الخياط، مسعد . (2007) . **دور الإنترنت والصحافة في إمداد المراهقين بالمعلومات** ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة .

السيد،رباب.(2011) . صورة المرأة في الكاريكاتير الصحفي المصري والسعودي- دراسة تحليلية ، **مجلة دراسات الطفولة** ، جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، الإصدار 53 ، المجلد 14 .

الشرقاوي، أنوار .(2012). **التعلم.. نظريات وتطبيقات** ، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية .

تربان ، ماجد (2008) . **"الإنترنت والصحافة الإلكترونية.. رؤية مستقبلية"**، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

اللبان ، شريف.**(2011) .الصحافة الإلكترونية. دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع** ، ط3، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

حافظ، أسماء . (2010) . **صورة المرأة في الكاريكاتير بالصحف المصرية** – دراسة تحليلية ميدانية في الفترة من 2004-2008 ، رسالة ماجستير غير منشورة ،جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة.

حسن ، أشرف . (2009) . **أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية لأسرة المصرية والقطرية** – دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل - المؤتمر العلمي الأول الأسرة والإعلام وتحديات العصر، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ،15-17 فبراير

خلاف ، فوزي (2000). العناصر البنائية في الصحف العربية الإلكترونية. دراسة تحليلية مقارنة على صحف الأهرام والأنوار والشرق الأوسط" ، الزقازيق: **مجلة كلية الآداب**، العدد الثامن.

خليل،حمزة .(2012) .**استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011 المصرية والاشباعات المتحققة منها** – دراسة ميدانية ، جامعة طنطا ، كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوي .

صالح ، أشرف . اللبان ، شريف. **(2001) .الإخراج الصحفي الأسس النظرية والتطبيقات العملية**، القاهرة، دار النهضة العربية.

عطية ، غادة . (2013) . **استخدام طلاب الجامعة للكاريكاتير على موقع الفيس بوك وعلاقته بالوعي السياسي لديهم** ، جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الأطفال .

عبد الفتاح، علياء . (2007) . **دور وسائل الإنترنت في تشكيل العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعى** ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام .

عبد الحميد ، جابر. (1982) . **سيكولوجية التعلم ونظريات التعليم**، الكويت: دار الكتاب الحديث .

عبد الحميد ، مها . (2007) . **المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الانترنت** ، دراسة تحليلية وشبة تجريبية ، رسالة دكتورة غير منشورة ، جامعة القاهرة ،كلية الإعلام .

علم الدين، محمود. (2008). **الصحافة الإليكترونية** ، القاهرة ، دار السحاب للنشر والتوزيع .

فتحي ، ثروت .(2013) .القائم بالاتصال في مجال الكاريكاتير في الصحف المصرية – دراسة ميدانية ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، العدد الثالث والأربعون ، يناير-يونيه .

ناصف ،أمال . (2010) . **معالجة فن الكاريكاتير في الصحف المصرية للقضايا المجتمعية** ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة طنطا : كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوي .

محسب ، حلمي. (2007) . **إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الانترنت: دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية**، القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع.

محمود. سمير (2008) . **الإخراج الصحفي** ، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.

منصور ، عبد الصبور (2012) . **"التخلف العقلي في ضوء النظريات: نظريات التعلم وتطبيقاتها التربوية"**، القاهرة، دار الكتاب الحديث .

ثانيا : المراجع الأجنبية :

Autnan, A. (1995). **Seeing the big picture**, The integrated editor of the 1990s. *Newspaper Research Journal*, 16(1), 35-47.

Barlow, A. R. (1981). **Gestalt Therapy and Gestalt Psychology**, Gestalt Antecedent Influence or Historical Accident. *The Gestalt Journal*, IV(2) Retrieved from http://www.gestalt.org/barlow.htm

Bevan, J. L., Gomez, R. & Sparks, L. (2014, October). **Disclosures about important life events on Facebook: Relationships with stress and quality of life** . *Computers in Human Behavior*, 39, 246-253. doi:10.1016/j.chb.2014.07.021

Bowman, N. D. & Akcaoglu, M. (2014, October). **"I see smart people!": Using Facebook to supplement cognitive and affective learning in the university mass lecture**. *The Internet and Higher Education*, 23, 1-8. doi: 10.1016/j.iheduc.2014.05.003

Çelik B. & Gündoğdu K. (2016). **The effect of using humor and concept cartoons in high school ICT lesson on students' achievement, retention, attitude and anxiety** . *Computers & Education* , 103, 144-157 DOI: https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.10.008Get rights and content

Chan, Y. , Chen, H. & Lavallee, J. (2013). **The impact of gelotophobia, gelotophilia and katagelasticism on creativity.** ***International Journal of Humor Research***, 26(4), 609–628. doi: 10.1515/humor-2013-0037

Chen, G. M. (2014, October). **Revisiting the social enhancement hypothesis: Extroversion indirectly predicts number of Facebook friends operating through Facebook usage**. *Computers in Human Behavior*, 39, 263-269. doi: 10.1016/j.chb.2014.07.015

Chenut, H. (2012). **Anti-feminist Caricature in France: Politics, Satire and Public Opinion**, 1890–1914. *Modern & Contemporary France*, 20(4), 437-452. doi:10.1080/09639489.2012.720433

Dodds, K. (2010**). Popular Geopolitics and Cartoons: Representing Power Relations, repitition and Resistance**. *Critical African Studies*, 2, 113-13. doi: 10.1080/20407211.2010.10530760

Dougall M.A.M, Walsh M., Wattier K., Knigge R., Miller L., Stevermer M. & Fogas B.S. (2016).**The effect of social networking sites on the relationship between perceived social support and depression.** *Psychiatry Research*, 246, 223-229 DOI: https://doi.org/10.1016/j.psychres.2016.09.018Get rights and content

Dunning, D. & Balcetis, E. (2013, February). **Wishful Seeing :How Preferences Shape Visual Perception**. *Current Directions in Psychological Science*, 22, 33-37. doi:10.1177/0963721412463693

Dur, B. I. U. (2012). **Analysis of data visualizations in daily newspapers in terms of graphic design.** *Social and Behavioral Sciences*, 51, 278–283. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.08.15

Dwyer , Catherine (2007)**Trust and privacy concern within social networking sites : comparison of Facebook and My Space** , proceeding of the Thirteenth Americas Conference on Information Systems , Keystone ,Colorado August 9-12 .

Eftekhar, A. , Fullwood, C. & Morris, N. (2014, August). **Capturing personality from Facebook photos and photo-related activities:** How much exposure do you need?. *Computers in Human Behavior*, 37, 162-170. doi: 10.1016/j.chb.2014.04.048

Fauville, G. , Dupont, S. , Thun, S. v. & Lundin, J. (2015, March) **. Can Facebook be used to increase scientific literacy? A case study of the Monterey Bay Aquarium Research Institute Facebook page and ocean literacy**. *Computers & Education*, 82, 60-73 doi: 10.1016/j.compedu.2014.11.003

Glicksohn, A. & Cohen, A. (2011). **The role of Gestalt grouping principles in visual statistical learning**. *Attention, Perception, & Psychophysics*, 73, 708–713 doi: 10.3758/s13414-010-0084-4

Hughes, C. (2014). **Theory of Knowledge aims, objectives and assessment criteria: An analysis of critical thinking descriptors**. *Journal of Research in International Education*, 13(1), 30-45. doi: 10.1177/1475240914528084

Jeong Y.& Kim Y. (2017). **Privacy concerns on social networking sites: Interplay among posting types, content, and audiences**. *Computers in Human Behavior*, 69, 302-310 DOI: https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.042Get rights and content

Kjellberg S., Haider J. & Sundin O. (2016). **Researchers' use of social network sites: A scoping review**. *Library & Information Science Research*, 38 (3), 224-234 DOI: https://doi.org/10.1016/j.lisr.2016.08.008

Lac, V. (2014). **Horsing Around: Gestalt Equine Psychotherapy as Humanistic Play Therapy**. *Journal of Humanistic Psychology*, 1–16. doi: 10.1177/0022167814562424

Lamers, M. J. M. & Roelofs, A. (*2007)* .**Role of Gestalt grouping in selective attention: Evidence from the Stroop task**. *Perception & Psychophysics, 69(8), 1305-1314*. doi: 10.3758/BF03192947

Lee S. Y. (2014**). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook**. *Computers in Human Behavior* ,32, 253-260 DOI:https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.12.009

LI, X. & Logan, G. D. (2008) **Object-based attention in Chinese readers of Chinese words: Beyond Gestalt principles**. *Psychonomic Bulletin & Review*, 15 (5), 945-949. doi: 10.3758/PBR.15.5.945

Markey, P. M. & Wells, S. M. (2002). **Interpersonal Perception in Internet Chat Rooms**. *Journal of Research in Personality*, 36, 134–146 doi:10.1006/jrpe.2002.2340

O'Donohoe, S. (1994**), Advertising Uses and Gratifications**. *European Journal of Marketing*, 28(8/9), 52–75. doi: 10.1108/03090569410145706

Othman, M. S. , Suhaimi S. M. , Yusuf, L. M. , Yusof, N. & Mohamad, N. (2012**). An Analysis of Social Network Categories: Social Learning and Social Friendship**. *Social and Behavioral Sciences*, 56, 441–447. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.09.674

Pang, B. B. & Hew, K. F. (2014). **Students' critical thinking level: examining Wimba Voice Board and text online discussions**. *Journal of Computers in Education*, 1 (1), 35-47. doi: 10.1007/s40692-014-0004-z

Péreza, C. L. (2014). **Socialization, uses and influence of social networks in adolescents: the role of broadcast scheduling**. *Social and Behavioral Sciences*, 132, 515–521. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.04.346

Pornsakulvanich V.(2017). **Personality, attitudes, social influences, and social networking site usage predicting online social support.** *Computers in Human Behavior*, 76, 255-262 DOI: https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.021Get rights and content

Robert, R. (1966). ***Typographic Design***. London: Ernest Benn limited

Sanina , A. (2014). **Visual political irony in Russian new media**. *Discourse, Context & Media*, 6 , 11–21. doi:10.1016/j.dcm.2014.05.003

Sheridan-Rabideau, M. (2010). **Creativity Repositioned**. *Arts Education Policy Review*, 111 , 54–58. doi: 10.1080/10632910903455876

Siebert, L. & Ballard, L. (1992). ***Making a good Layout***. Ohio, U.S.A: North light book.

Teske J., Clausen C.K., Gray P.,Smith L. L. , Subia S. A., Szabo M. R., Kuhn M., Gordon M. & Rule A. C. (2017). **Creativity of third graders' leadership cartoons: Comparison of mood-enhanced to neutral conditions** , *Thinking Skills and Creativity* , 23, 217-226 DOI: https://doi.org/10.1016/j.tsc.2017.02.003