

تصميم الرسوم الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على علاقة المرأة بالرجل

دراسة تطبيقية على صفحات الفيس بوك

د. سلوى أحمد محمد أبوالعلا الشريف*

تمهيد

تعتبر الرسوم الساخرة فن صحفي بالدرجة الأولى مرتبط بقضايا الجماهير ومشكلاتهم المختلفة، فهي من المواد الصحفية المفضلة لدى كثير من القراء لبساطتها في عرض الموضوعات وسرعة قراءتها وامتلاكها لغة مشتركة متعارف عليها بين كل شعوب العالم، وقدرتها على جذب الانتباه إليها، وبعد أن كان الرسم الساخر قاصراً على الصحافة المطبوعة فقط ومع التطور وظهور وسائل جديدة؛ دخل إلى الوسائل المرئية ثم تسلل إلى شبكة الانترنت عامة ومواقع التواصل الاجتماعي خاصة، حيث يتم نشر الرسوم الساخرة عبرها دون أي قيد أو رقابة موجودة في الوسائل الأخرى المطبوعة والمرئية .

فقد شهدت شبكة الانترنت انتشاراً واسعاً إلى أن أصبحت من أهم وسائل الاتصال شيوعاً وإقبالاً من قبل الجماهير، حيث أدت التطورات المتزايدة في تكنولوجيا المعلومات والانترنت إلى زيادة أعداد المشتركين في مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما موقع "فيس بوك" الذي يُعد من أكثر المواقع شعبية، وقد كشف التقرير السنوي الخامس عن الفيس بوك في مصر الذي أصدرته شركة " إيماركيتينج إيجيبت " أن عدد مستخدميه النشطين في العالم نحو 1,3 مليار مستخدم شهرياً بنهاية يونيو 2014م، وفي مصر يستخدمه نحو 22,4 مليون مستخدم يمثلون أكثر من نصف مستخدمي الإنترنت وأكثر من ربع سكان مصر.¹

ويستخدم عبر الفيس بوك العديد من الفنون والمهارات الإعلامية وتقنيات المعلومات التي تناسب استخدام العالم الافتراضي كوسيلة اتصال بما في ذلك

* مدرس الصحافة بقسم الاعلام - كلية الآداب جامعة المنيا

استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، بل وتطور استخدام الفيس بوك ليصبح وسيلة اتصال جماهيرى تسمح لمستخدميها بالتغلب على دورهم التقليدى كمتلقين ليصبحو مشاركين نشطين فى جمع وإنتاج ونشر المعلومات، لنتخطى مرحلة التفاعلية Interactivity إلى مرحلة إبداع المحتوى Intercreativity وتبادلته مع الآخرين، ولعل سهولة إنتاج الرسوم الساخرة عبر شبكة الانترنت من خلال البرامج والتطبيقات والمواقع المجانية ساهم بشكل كبير فى نمو أعداد الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك إلى الحد الذى يجعلها تمثل ظاهرة .

وتعددت الصفحات الساخرة عبر الفيس بوك المهتمة بموضوعات متنوعة، والتي منها الموضوعات الاجتماعية التي تتناول علاقة المرأة بالرجل داخل الحياة الزوجية بشكل ساخر عبر الرسوم ، التي غيّرت من أنماط استخدامها وفقاً لإمكانيات الوسيلة الجديدة .

ولذلك جاءت هذه الدراسة لتبحث في تصميم الرسوم الساخرة عبر الفيس بوك وتأثيرها على علاقة المرأة بالرجل من خلال الصفحات المتعلقة بذلك، خاصة وأنها ساهمت في بروز روح الفكاهة للعديد من المستخدمين بشكل كبير، إذ أن العديد من أفراد المجتمع جعلوا من النكتة مجالاً للتفيس حينما يلتقون عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

مشكلة الدراسة :

انتشرت الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك - بعد أن كانت مرتبطة بالصحف المطبوعة - لتهم بتسليط الأضواء على قضايا المجتمع ومشكلاته المختلفة - بما فيها القضايا الاجتماعية- بأسلوب ساخر، وفي ظل حالة السخرية التي تسود المجتمع الافتراضي عبر صفحات الفيس بوك في جميع الموضوعات والقضايا المختلفة ظهرت الصفحات الساخرة حول موضوع مهم ألا وهو علاقة المرأة بالرجل في الحياة الزوجية، والتي اتسمت بنقدها الساخر الواقعي للأوضاع والمواقف والمشاكل المختلفة التي يمر بها الطرفين، والتي تهون على السيدات والرجال على حد سواء، حيث يبحث آلاف الرجال والنساء عن دعم عاطفي يساعدهم في حل مشاكلهم الزوجية وذلك عن طريق عرضها عبر تلك الصفحات بسخرية تارة وبالفكاهة

تارة أخرى في انتظار مساندة أصحاب القمص المشابهة، مما يثير التساؤل حول مدى خصوصية تلك الرسوم المنشورة عبر الفيس بوك وتأثيرها على علاقة المرأة بالرجل .

وقد لاحظت الباحثة أن دراسة الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك لم ينل حظه في البحث والدراسة الكافيين، بما يتناسب مع أهميته والنتائج التي يمكن أن تترتب عليه، حيث يمكن أن يغير الرسم الساخر عبر الفيس بوك أفكار المستخدمين، أو يساهم في توعيتهم ، أو يقوم بالتنفيس عن آرائهم من خلال التعبير عن موضوعات معينة لا يمكن التعبير عنها من خلال الفنون الأخرى بل بالسخرية فقط، كوسيلة لتفريغ شحنات السخط لديهم، وجاءت الرسوم الساخرة عبر الفيس بوك لتشكّل عالماً افتراضياً حيث تفتح المجال على مصراعيه للأفراد لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبقة، فاستطاع الفيس بوك أن يمد المواطنين بقنوات جديدة للمشاركة في الأنشطة المختلفة².

وبناء على الطرح السابق فقد استشعرت الباحثة أهمية التعرف على خصوصية تصميم الرسوم الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) وتأثيرها على علاقة المرأة بالرجل من خلال الصفحات الفيسبوكية الخاصة ، بذلك والتي تعتمد على رسالة اتصالية لها تأثيرها في تشكيل الاتجاهات النفسية المؤثرة على العلاقات الاجتماعية الأسرية ، إذ يتعلق موضوع هذه الدراسة بمحور إعلامي مهم يتصل بالأسلوب أو الكيفية التي تعالج بها واحدة من أهم قضايا المرأة .. ألا وهي علاقتها بالرجل، في واحدة من أهم وسائل الاتصال الحديثة وهي "الفيس بوك"، من خلال الرسوم الساخرة كفن من فنون الرأي التي كانت مرتبطة بالصحف المطبوعة والآن نجدها تنتشر عبر صفحات الفيس بوك انتشار كبير، ومن ثمّ تهتم هذه الدراسة بتصميم الرسوم الساخرة عبر الفيس بوك والتطورات التي لحقت به في ظل النشر الإلكتروني ومدى خصوصيته عن تلك المنشورة في الصحف المطبوعة ، إضافةً إلى تأثيرها على علاقة المرأة بالرجل من خلال الصفحات الخاصة بهذا الموضوع والتي انتشر وجودها عبر الفيس بوك وشاع صيتها .

لذا تتلخص مشكلة هذه الدراسة في قضية محددة هي : "تصميم الرسوم الساخرة عبر أحد أهم وسائل الاتصال الحديثة مواقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) وتأثيرها على علاقة المرأة والرجل" .

وتتمثل أهمية الدراسة فيما يلي :

ترجع أهمية هذه الدراسة إلى عدة نقاط يمكن توضيحها فيما يلي :

1. تهتم الدراسة بإحدى الفنون الإعلامية الهامة وهي الرسوم الساخرة المنتشرة عبر صفحات الفييس بوك، فبالرغم من تعدد الدراسات السابقة التي اهتمت بالرسوم الساخرة إلا أن أغلبها ركز على الرسوم الساخرة الصحفية المطبوعة فقط، خاصةً وأنها تعد من أكثر المواد الصحفية مقروئية لقدرتها على جذب الانتباه نحو العديد من القضايا والمشكلات التي يواجهها المجتمع.

2. يحظى موقع الفييس بوك بأهمية خاصة أكدها انتشاره السريع داخل المجتمع وزيادة عدد مستخدميه والتوسع في استخدامه كوسيلة إعلام بديل، مما يعطي أهمية كبيرة للرسوم الساخرة المنتشرة عبر صفحاته .

3. تتركز الدراسة على موضوع مهم وهو المعالجة الساخرة لعلاقة المرأة بالرجل، ففي ظل حالة السخرية والتهكم التي تسود المجتمع الافتراضي عبر صفحات الفييس بوك، ظهرت الصفحات الناقدة للعلاقة بين الرجل والمرأة تارةً والساخرة منها تارةً أخرى، لذا كان لا بد من رصد تأثير الرسوم الساخرة عبر الفييس بوك على تلك العلاقة من وجهة نظر الجمهور ومسئولي الصفحات، وتوضيح الكيفية التي تم بها معالجة واحدة من أهم قضايا المرأة ألا وهي علاقتها بالرجل في واحدة من أهم وسائل الاتصال الحديثة وهي مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت .

أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في "التعرف على تصميم الرسوم الساخرة عبر الفييس بوك وتأثيره على علاقة المرأة بالرجل"، ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية من أبرزها :

1. التعرف على دوافع اهتمام عينة الدراسة بالرسم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك التي تتناول علاقة المرأة بالرجل.
2. التعرف على نشأة الصفحات الكوميديّة الساخرة عبر الفيس بوك الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل وأهدافها.
3. التعرف على أهم التطبيقات والتقنيات الحديثة المستخدمة في تصميم الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك محل الدراسة .
4. التعرف على الخصائص العامة والتغييرات التي طرأت على الرسوم الساخرة من حيث الشكل والمضمون وصاحبت استخدامها عبر صفحات الفيس بوك .
5. تحليل الرسوم الساخرة والتعرف على طبيعة الأفكار والتصورات التي تحملها في طرحها لعلاقة المرأة بالرجل وأساليب عرضها .
6. التعرف على رؤية عينة الدراسة لتأثير الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك محل الدراسة على علاقة المرأة بالرجل .

مفاهيم الدراسة :

الرسوم الساخرة : يرى البعض أن الرسوم الساخرة عبارة عن مجموعة من الرسوم التي تتميز بالطرفة وبالقدره على جذب انتباه القارئ ونقل الفكرة إليه، والتعبير عن وجهة نظر معينة، مثلما يعبر الكاتب عن وجهة نظره بالحروف والكلمات، ويعتمد الرسام فيها على الإيجاز والتبسيط وانتقاء صفة بارزة في الشخصية التي يتحدث عنها لتحقيق هدف مهم وهو أن يفهم القارئ بنظرة سريعة خاطفة ما يهدف الرسام إليه في أقصر وقت ممكن، وبأقل عدد من الخطوط، وإذا فشل الرسام في ذلك فقد الرسم صفته الأساسية وميزته.³

فالرسم الساخر وسيلة اتصال ومادة إعلامية تعبيرية ذات مستوى عقلي، وتخطب العقل قبل العاطفة، وتحمل دلائل تعبر عن رأي ما، لذا فهي طريقة لنقل الأفكار والآراء والمعلومات.⁴ وهو عملية اتصالية متكاملة لها هدف محدد وهو إحداث التأثير في المتلقي في خمسة جوانب وهي: تثبيت بعض الصور الكاملة لدي المتلقي أو العكس، تعديل الاتجاه السلوكي لدي المتلقي، و إثارة المتلقي وتهيجه،

والتنفيس، وإثارة الرغبة في الضحك أو السخريه⁵، وتتعدد وظائفه فمنها: الوظيفة الترفيهية والوظيفة الاتصالية والوظيفة الجمالية إلى جانب تفريغ شحنه الغضب وكذلك تشكيل الصور الذهنية والتأثير في الرأي العام⁶.

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

مواقع التواصل الاجتماعي :

تُعرّف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها⁷، فهي وسائط نستخدمها لتكون اجتماعيين .

وتعرّفها الباحثة بأنها مواقع إلكترونية ذات طابع اجتماعي تجمع من خلالها الأفراد في واقع افتراضي ويكون لهم اهتمامات ونشاطات مشتركة تجعلهم يتبادلون الآراء ووجهات النظر المختلفة، ويُعد الفيس بوك أحد تلك المواقع المشهورة والمنشرة، التي ساعدت على تحول مستخدمي الفيس بوك إلى منتجين للمواد الإعلامية كإنتاج الرسوم الساخرة .

علاقة المرأة بالرجل :

هي العلاقة الزوجية التي يجب أن تتسم بالحميمية والمودة والتراحم والمشاركة والتعاون، والتي انتشر معالجتها عبر صفحات الفيس بوك من خلال الرسوم الساخرة

من قبل الطرفين ، والتي قد يكون لها تأثيرها الإيجابي أو السلبي، على اعتبار أن الرسم الساخر يمكن أن يُغيّر أفكار الناس، وأن يساهم في توعيتهم ، ويقوم بالتنفيس عن المستخدمين لصفحات الفيس بوك من خلال التعبير عن موضوعات معينة، لا يمكن التعبير عنها من خلال الفنون الأخرى، وتكوين مواقف خاصة بها فاستخداماتهم لهذا الفن ليست لمجرد التسلية والسخرية فقط، ولكن أيضاً كوسيلة لتفريغ شحنات السخط لديهم .

الدراسات السابقة :

قامت الباحثة بالإطلاع على العديد من الدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وتم تقسيمها إلى ثلاث مسارات بحثية، وذلك كما يلي :

أولاً : الدراسات التي تناولت فن الرسوم الساخرة :

تناولت العديد من الدراسات السابقة الرسوم الساخرة كأحد الفنون البصرية المهمة وتطورها التاريخي وأهم فنانيها مثل : دراسة (أسماء هشام - 2014)⁸ حيث ألفت الضوء على فن الكاريكاتير المصري في بدايات القرن الواحد والعشرين وأهم فنانيه وأوضحت أثر التكنولوجيا على فن الكاريكاتير المصري من حيث الشكل، ودراسة (دعاء حنيطر - 2013)⁹ التي حاولت تقديم صورة مقربة لقيمة الرسم التعبيري في فن الكاريكاتير، ودراسة (عمر عتيق - 2013)¹⁰ التي هدفت إلى دراسة مظاهر التناسل في الكاريكاتير سواء التناسل التراثي أو الديني أو التاريخي، ودراسة (أمل سليمان - 2012)¹¹ التي تناولت التطور التاريخي للرسوم المستخدمة في الصحف وأنواعها وخصائصها وقارنت بين الوسائط التقليدية والإلكترونية المستخدمة في رسوم الصحف، ودراسة (علي منعم القضاة - 2012)¹² التي تناولت أهمية الكاريكاتير كفن تعتمد معظم أنواع الصحف في شتى أنحاء العالم، ودراسة (علي عبد الرحمن عواض - 2009)¹³ التي تهدف إلي توصيف الواقع الفعلي لأحد أهم فنون الصحافة، حيث تؤسس الدراسة للتعرف علي التطور التاريخي والتحويلات التي طرأت على فن الكاريكاتير .

وهناك دراسات اهتمت بالرسوم الساخرة لرسامين محددين كدراسة (جونيكا صبيح المفيد - 2010)¹⁴ حول تحليل الكاريكاتير لأمجد رسمي بعلم الرموز،

ودراسة (**مليحة مسلماني - 2008**)¹⁵ حول دلالات ورموز حق العودة من إبداعات الفنان الفلسطيني "ناجي العلي" الكاريكاتيرية، كما تناولت دراسة (**خالد الفقيه - 2008**)¹⁶ الدور الذي اضطلعت به فنون الكاريكاتير الخاصة بالفنان "ناجي العلي"، وكيف أسهمت هذه النتاجات الكاريكاتيرية في تحفيز القراء وتحريضهم باتجاه خلق وعي خاص بهم نحو مختلف القضايا، ودراسة (**رضا عبد العظيم - 2007**)¹⁷ حول تطور الرسوم الساخرة الصحفية في العالم العربي وفي مصر والتعرف على التكوين الفني والتقني لها، ودراسة (**مباهج أحمد - 2005**)¹⁸ التي اهتمت بالكاريكاتير الصحفي للفنان "صلاح جاهين" من منظور إعلامي صحفي في حدود القضايا العربية والمحلية.

كما تعددت الدراسات التي تناولت الرسوم الساخرة كمادة رأي في الصحف ذات تأثير على القراء ومنها : دراسة (**خديجة صلاح الخاجة - 2015**)¹⁹ التي هدفت إلى التعرف على أنماط تعرّض قراء الصحف المحلية البحرينية للكاريكاتير، ودوافع تعرّضهم للكاريكاتير والإشباع المتحققة من هذا التعرّض، والتعرّف على الاستجابات المعرفية والوجدانية المتحققة ، ودراسة (**مها أنور - 2014**)²⁰ التي هدفت إلى بيان المبادئ الأخلاقية الموجودة في فن الكاريكاتير الصحفي في صحيفتي "الرأي والغد" من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ومدى الالتزام بمعايير المهنية والموضوعية في رسوم الكاريكاتير، كما هدفت دراسة (**داليا جمال - 2009**)²¹ إلى التعرف على إتجاهات محتوى الكاريكاتير وبريد القراء خلال عينة من الأزمات في الصحف الحكومية والحزبية، ودراسة (**مجدى الفارس - 2006**)²² التي هدفت إلى معرفة التغير في الإتجاه نحو بعض المضامين الكاريكاتيرية في الصحف المصرية وذلك من خلال التعرض لبرنامج إعلامي معد لهذا الهدف.

هذا بالإضافة إلى دراسات اهتمت بالكاريكاتير السياسي وهي الأكثر انتشاراً بين الدراسات ومنها: دراسة (**Kondowe-2014**)²³ التي هدفت إلى تحليل السمات اللفظية وغير اللفظية للكاريكاتير السياسي في الصحف الملاوية، ودراسة (**ماجد تريان - 2013**)²⁴ التي هدفت إلى دراسة الكاريكاتير السياسي ودلالاته في الصحف الفلسطينية ومعرفة القضايا التي يعالجها والأساليب الفنية والرموز التي يستخدمها رسامو الكاريكاتير، ودراسة (**Iro sain - 2012**)²⁵ التي أوضحت كيفية استخدام الكاريكاتير السياسي كوسيلة لإعداد برنامج اجتماعي في الصحف النيجيرية

لإعادة توجيه وتشكيل الرأي العام من خلال رسومات تعكس القضايا السياسية والاجتماعية، وهدفت دراسة (تحسين الأسطل - 2009)²⁶ إلى معرفة الدور السياسي الذي يؤديه الكاريكاتير في الصحف الفلسطينية، وتناولت دراسة (حمدان خضر - 2008)²⁷ الرسوم الكاريكاتيرية في جريدة الشرق الأوسط وما حملته من مضامين وأفكار ومعالجات وأنواع وأشكال وشخصيات وبالتالي معرفة الدور السياسي الذي قامت به هذه الرسوم، ورصدت دراسة (صلاح عبد الرازق - 2008)²⁸ فعالية برنامج قائم على الرسوم الكاريكاتيرية المقدم لعينة البحث في تنمية الوعي بالقضايا المعاصرة (القضية الفلسطينية نموذجاً)، ودراسة (Solveig steien - 2008)²⁹ تناولت رسومات الكاريكاتير التي أساءت إلى النبي محمد - صلى الله عليه وسلم - في الصحف النرويجية، كما هدفت دراسة (رويدة أبو منديل - 2006)³⁰ إلى دراسة القضية الفلسطينية كما يعكسها الكاريكاتير السياسي في الصحف الأسبوعية والتعرف على الوسائل والأساليب التي يستخدمها رسامو الكاريكاتير في التعبير عن قضيتهم، ودراسة (Haydon , Robet - 2004)³¹ التي هدفت إلى التعرف على دور الكاريكاتير وقيمه في القضايا السياسية، ومدى تأثيره المباشر على الرأي العام وعلى الديمقراطية في أستراليا .

ودراسات تناولت كيفية معالجة الصحف للقضايا المختلفة من خلال فن الكاريكاتير ومنها : دراسة (حازم أبو حميد - 2015)³² والتي هدفت إلى التعرف على كيفية معالجة الكاريكاتير للعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة ، ووصفت دراسة (بيرق الربيعي - 2013)³³ الكاريكاتير في الجرائد العراقية في المواقف المختلفة، وكذلك دراسة (رشا حلمي - 2012)³⁴ التي هدفت إلى التعرف على معالجة الكاريكاتير للانتخابات الرئاسية والبرلمانية في مصر، ودراسة (آمال حمدي - 2011)³⁵ التي سعت إلى التعرف على المضامين والقضايا التي تناولها فن الكاريكاتير في الصحف المصرية، والتعرف على الأساليب والأشكال المختلفة التي استخدمها فنانون الكاريكاتير لإقناع المتلقي بوجه نظرهم، وتناولت دراسة (محمود عبد الكريم - 2010)³⁶ طبيعة المحتوى البيئي للكاريكاتير في الصحف ومدى تأثيره علي القارئ، وهدفت دراسة (علي القضاة - 2009)³⁷ إلى معرفة المدى الذي تعاملت به الصحافة الأردنية اليومية من خلال الرسوم الكاريكاتيرية مع سياسة الولايات المتحدة الأمريكية وتحديداً إحتلال العراق ومعرفة موقف الصحيفتين من

إحتلال العراق كما هو مقدم في الرسوم الكاريكاتيرية، كما اهتمت دراسة (علي عقلة نجادات وحاتم سليم علاونة - 2008)³⁸ بالتعرف على أهم الموضوعات التي يعالجها الكاريكاتير في الصحف الأردنية، والاتجاهات التي يمثلها، والقيم التي يحملها، علاوة على أساليب العرض المستخدمة في هذا الفن وأشكاله ومصادره، ورصدت دراسة (محمد فتحي عبد السميع - 2008)³⁹ سمات الكاريكاتير كفن صحفى وكيفية معالجته للقضايا المحلية فى الصحف المصرية، وأكدت دراسة (ريم منذر - 2008)⁴⁰ على أهمية فن الكاريكاتير وعلاقته بحقوق الإنسان العربي وعرض تجربة عدد من فناني الكاريكاتير العرب الذين أسهموا في نشر القضايا العربية في أرجاء الوطن العربي والعالم، والدفاع عن قضايا الإنسان العربي وحقوقه، وركزت دراسة (دينا الألفي - 2007)⁴¹ على التعرف على دور الكاريكاتير في معالجة القضايا الاجتماعية في الفترة من (1992:2002م).

وهناك دراسات اهتمت بالصورة الذهنية وفن الكاريكاتير فمثلاً هدفت دراسة (أسماء فؤاد عبيد - 2011)⁴² إلى التعرف على الصورة التى يشكلها الرسم الكاريكاتورى عن الولايات المتحدة الأمريكية فى الصحف المصرية، وسعت دراسة (ثروت فتحي كامل - 2010)⁴³ إلى تحديد سمات صورة الرئيس المصري فى الكاريكاتير السياسى فى الصحف ووظائف الكاريكاتير والأساليب الفنية المستخدمة فى تناول صورة الرئيس من خلال الكاريكاتير السياسى، وكشفت دراسة (عمر عتيق - 2010)⁴⁴ عن أبرز المثيرات الأسلوبية اللغوية والفنية التي يجسد من خلالها رسامو الكاريكاتير صورة معاناة القدس بكافة نواحيها .

ثانياً: دراسات اهتمت برصد صورة المرأة في الرسوم الساخرة بالصحف :

حاولت دراسة (أسماء حافظ-2015)⁴⁵ الكشف عن العلاقة بين الرسوم الكاريكاتيرية وصناعة الصور النمطية وترسيخها بالأذهان وذلك بالتطبيق على صورة المرأة في رسوم الكاريكاتير وما يتضمنه ذلك من ترسيخ التمييز النوعي، وركزت دراسة (رباب صلاح-2011)⁴⁶ على التعرف على صورة المرأة فى الكاريكاتير الصحفى فى يوم المرأة العالمى، واهتمت دراسة (أسماء حافظ-2010)⁴⁷ بالتعرف على أبعاد ومكونات صورة المرأة في رسوم الكاريكاتير بالصحف المصرية، والكشف عن رؤية رسامي الكاريكاتير للمرأة وصورتها في أذهانهم، وأكدت دراسة (سامية عبد

الوهاب - 2009)⁴⁸ عن صورة الرجل والمرأة في فن الكاريكاتير أن لفن الكاريكاتير تأثيره البالغ في علاقة المرأة بالمجتمع وبالرجل، وتناولت دراسة (عزة كامل - 2008)⁴⁹ توضيح الملامح التي يقدمها الكاريكاتير في بعض الصحف والمجلات حول صورة المرأة والرجل، ورصدت القيم والسلوكيات التي يظهرها الكاريكاتير والتي توضح أن السلوك الغالب الذي يظهره الرسام للمرأة هو السلبية يليه سلوك الاثارة ثم سلوك تدليل الابناء، وأوضحت دراسة (محمد شومان - 2004)⁵⁰ أن الرسوم الكاريكاتيرية قد اتفقت من حيث الإساءة إلى صورة المرأة والتأكيد على أدوارها التقليدية وصورتها السلبية في العمل السياسي وفي المجتمع بشكل عام .

ثالثاً : دراسات تناولت فن الرسوم الساخرة عبر شبكة الانترنت :

هناك ندرة بحثية في ذلك الاتجاه الخاص بفن الرسوم الساخرة على شبكة الانترنت حيث تم تناول فن الكاريكاتير على شبكة الانترنت في اشارات عابرة داخل بعض الدراسات فمثلاً : اهتمت دراسة (فريد صالح فياض - 2012)⁵¹ بالتعرف على أسباب تعرض وتفضيل طلبة قسم الاعلام للكاريكاتير ومدى استجاباتهم المعرفية والوجدانية وأكد على أن الصحف الورقية ما زالت متصدرة في موضوع الأفضلية لقراءة الكاريكاتير رغم التطور التليفزيوني والمواقع الالكترونية، كما أكدت دراسة (أسامة عبد الرحيم - 2007)⁵² على ارتفاع نسبة تعرض القراء للكاريكاتير في الصحف المصرية، وأن نسبة أفراد العينة الذين يتعرضون للكاريكاتير على المواقع الالكترونية بصفة دائمة كانت نسبة ضئيلة، وسعت دراسة (مي ابراهيم حمزة - 2006)⁵³ إلى توصيف صورة القضايا العربية في رسوم الكاريكاتور السياسي في الصحف المطبوعة والمواقع الإلكترونية وذلك من خلال التعرف على طبيعة ومكونات الصورة التي تقدمها رسوم الكاريكاتير السياسي للقضايا العربية والرموز وأساليب الإقناع التي تستخدمها لتقديم هذه الصورة.

وظهرت دراسة واحدة فقط تناولت الرسوم الكاريكاتيرية عبر الفيس بوك وهي دراسة (غادة واكد - 2013)⁵⁴ التي هدفت إلى التعرف على استخدام طلاب الجامعة للكاريكاتير على موقع الفيس بوك وتأثيره في الوعي السياسي لديهم، واطهرت اهتمام صفحات الكاريكاتير في تدعيم الحدث أو القضية كمحور ارتكاز في الكاريكاتير المنشور في الصفحتين محل الدراسة على الفيس بوك، كما كشفت عن

انجذاب طلاب الجامعة بالرسوم الكاريكاتيرية على الفيس بوك، وجاءت صفحة "أساحبي" كأهم صفحات الكاريكاتيرية على الفيس بوك التي يحرص الشباب على متابعتها ثم "تحذير..رئيس فلول أو تزوير الشعب هيملى الميادين" في المرتبة الثانية.

الاستخلاصات والتعليق على الدراسات السابقة :

في إطار عرض الدراسات السابقة تم الوصول إلى الاستخلاصات والتعليقات التالية :

1. بيّنت العديد من الدراسات الأكاديمية الدور الذي تلعبه الرسوم الساخرة في المجتمع، فكانت كل دراسة منها تتميز بتركيزها على تفسير أحد جوانب هذا الدور، ولعل من أهمها وأبرزها دراسات تناولت الرسم الساخر كأحد الفنون البصرية المهمة، وأخرى اهتمت بمعالجة الصحف للقضايا المختلفة من خلال فن الرسوم الساخرة، وثالثة ركزت على الرسم الساخر كمادة رأي في الصحف، ومنها ما ركز على دور فن الرسوم الساخرة في تأكيد صورة ذهنية معينة، ولاحظت الباحثة الاهتمام بالدور السياسي للرسم الساخر والتركيز على الكاريكاتير السياسي في دراسات عديدة، وأخيراً دراسات ركزت على صورة المرأة في الرسوم الساخرة في الصحف، لذا قامت الباحثة باختيار الصفحات الكوميديّة الساخرة التي تناولت علاقة الرجل بالمرأة على الفيس بوك والتي لم تتناولها أي دراسة أخرى.

2. الدراسة استفادت من الدراسات السابقة في تحديد أهمية فن الرسوم الساخرة وتعريفه وسماته وأنواعه، كما استفادت في صياغة تساؤلات الدراسة الحالية، في إطار الهدف النهائي الذي تسعى لتحقيقه ، والتي تستكمل بدورها جوانب النقص في الدراسات السابقة.

3. رغم أن بعض الدراسات تناولت فن الكاريكاتير عبر شبكة الانترنت، إلا أن هذه الدراسات افتقرت إلى الاهتمام الكامل بفن الرسوم الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأسباب استخدامه وخصوصية تصميمه وطرح أهم التطبيقات التي يستعين بها الجمهور لإنتاج مثل هذه الرسوم ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

4. رغم انتشار الرسوم الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلا أنه لم تظهر سوى دراسة واحدة فقط دراسة "غادة واكد 2013" وتناولت فيها استخدام طلاب الجامعة للكاريكاتير على موقع الفيس بوك وتأثيره في الوعي السياسي لديهم، إلا أنه لا توجد إشارة واضحة لتناول موضوع الدراسة الحالية تصميم الرسوم الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على علاقة المرأة بالرجل ، ومدى خصوصية تلك الرسوم واستخدامها ودورها وأهميتها وهو ما تقتقر إليه الدراسات العربية والأجنبية، مما دعى الباحثة للاهتمام بهذا الموضوع وتوسعى الدراسة الحالية إلى توصيفه والتأكيد عليه.

ومما سبق يتضح تعدد الدراسات والبحوث التي تناولت دراسة الرسوم الساخرة من جوانب شتى وخاصة الكاريكاتير السياسي ، لكن لم تجد الباحثة تحديداً دراسة تتناول بشكل مباشر الرسوم الساخرة الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل داخل الحياة الزوجية المنشورة عبر صفحات "الفيس بوك"، ولعل ذلك ما يزيد من أهمية وقيمة هذه الدراسة؛ بوصفها دراسة تفتح المجال لمزيد من الدراسات التي تتناول المعالجة الكاريكاتيرية للقضايا الاجتماعية على وجه العموم وقضايا المرأة على اختلافها على وجه الخصوص عبر شبكة الانترنت.

الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة في بنائها النظري على مدخل تكاملي يلبى أغراض الدراسة، وقد اشتمل على نموذج الحضور الاجتماعي ، وأبعاد التفاعلية Interactivity ، وكذلك نظرية إدارة المزاج mood management theory ، وذلك على النحو التالي :

أولاً: نموذج الحضور الاجتماعي Social Presence⁵⁵:

وتتبع الدراسة - أيضاً - نموذج الحضور الاجتماعي الذي يقيس الأثر الاجتماعي لنموذج الإتصال عبر الانترنت ، وتسعى إلى تفسير خصائص الوسيلة الاتصالية ودرجة الملامح الاجتماعية التي تحتويها وعلاقة ذلك بتفاعل الأشخاص معها ، فالحضور الاجتماعي الطبيعي يتضاءل مقابل الحضور الاجتماعي التكنولوجي ، ويركز هذا النموذج علي تساؤل: كيف يمكن للوسط الإلكتروني أن يوفر معني مشترك بين المشاركين بل وإشعارهم بحضورهم الاجتماعي الحقيقي ، ويتكون هذا النموذج من ثلاثة عناصر كما يلي:

1- المدخلات: ويحددها النموذج في ثمانية عوامل رئيسية تتمثل في:

- الدوافع (مبررات وأسباب تدفع الفرد للتواصل مع الآخرين عبر الكمبيوتر).
- المعرفة (معلومات الفرد بشأن نظام الإستخدام ومعلوماته عن مجالات التفاعل عبر الكمبيوتر).
- المهارات الشخصية (يقظة الفرد وثقته بنفسه).
- السمات الشخصية (الشخصية المنبسطة أكثر استعداداً للتواصل مع غيرها ودرجة الإنسجام مع الآخرين).
- السمات المجتمعية (التنامي الكبير داخل المجتمع لإستخدام الكمبيوتر).
- عوامل السياق (الإطار الثقافي والزمني والوظيفي والبيئي والتي تلعب دوراً في تشكيل إطار استخدام الأفراد للانترنت في عملية التواصل والتفاعل).
- متغيرات الوسيلة (وتشمل التفاعلية وإتاحة النص والصوت والصورة والحركة واللون، ويضاف لها العوامل الشخصية التي يقوم بها الفرد أثناء التواصل، مثل دخوله بإسمه الحقيقي، أو إسم مستعار).
- متغيرات الرسالة (جاذبية وفائدة الرسالة وطابعها النفسي والإجتماعي).

2- العمليات التفاعلية : وتشمل دخول الأفراد في عمليات تواصل إجتماعية

تفاعلية سواء من فرد لفرد، أو من مجموعة لمجموعة أو من فرد لمجموعة وتشمل: الرسائل النصية، والرسائل الفورية، والبريد الإلكتروني، والمنتديات، والدرشة التي تبرز من خلال الفيس بوك، وماي سبايس، وتويتر وغيرها من مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى.

3- المخرجات : وتشمل عملية التواصل والتي ينتج عنها الحوار والتفاعل

والمشاركة والمبادرة من القيادة والتوجيه والتطوير والنقد، إنطلاقاً من أن التواجد الإجتماعي يولد لدى الأشخاص إحساساً بوجود أفراد آخرين مشاركين معهم، أو على الأقل لديهم الرغبة في التفاعل الإجتماعي، أو قد تحدث نتائج سلبية ممثلة في التوقع والإنسحاب والهروب، وبالتالي السلبية والعزلة النفسية والإجتماعية.

وتستفيد الدراسة الحالية من هذا النموذج في معرفة دوافع ومبررات تعرض المستخدمين لصفحات الرسوم الساخرة الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل عبر موقع الفيس بوك وعناصر جذبهم لها ، ثم الطرق والعمليات التي تستخدم أثناء تواصلهم، ثم رصد نتائج عملية التفاعل والتواصل لمعرفة دور هذه المواقع في تحفيزهم للمشاركة في تلك الصفحات .

ثانياً : أبعاد التفاعلية :

التفاعلية هي القدرة على التحكم في المعلومات ، ففي الإعلام التقليدي يتعرض المستقبل للمعلومات بشكل سلبي ، فالرسالة موجهة في اتجاه واحد أي من الوسيلة إلى المتلقي فقط ، أما شبكة الإنترنت فهي وسيلة إعلام تفاعلية بمعنى الكلمة إذ تمكن مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت المستخدم من التفاعل مع استخدامات وخيارات الوسيط الجديد ، بحيث يصبح ذا اتجاهين من المرسل إلى المستخدم ومن المستخدم إلى المرسل ، فأصبح هناك تبادلاً في الأدوار بين المرسل والمستخدم وهذه تعتبر ثورة بحد ذاتها .

وأدى ذلك إلى ظهور دعوات لإعادة النظر في مناهج البحث السائدة التي تناسب الإعلام التقليدي واستخدام مناهج جديدة تستوعب تلك التغيرات وفي مقدمتها التفاعلية التي أولاها العديد من الخبراء اهتماماً كبيراً ومنهم هيتز " Heeter 1989 " الذي قدم ستة أبعاد لتفسير نموذج التفاعلية⁵⁶ هي:

1. إتاحة الاختيارات المتعددة
2. المجهود المبذول من قبل المستخدم
3. الإستجابة لرغبات المستخدمين
4. مراقبة المواقع على الإنترنت
5. سهولة إضافة المعلومات إلى المواقع من قبل المستخدمين .
6. إمكانية الاتصال الشخصي بين جمهور الوسيلة الاتصالية الواحدة .

فأصبحت التفاعلية اليوم تحتل مكانة كبيرة في الأوساط الإعلامية ولا يمكن تجاهل هذه الظاهرة من طرف الباحثين، هذا الاهتمام الكبير الذي تحظى به دراسة

التفاعلية عبر مواقع شبكة الإنترنت وتحديدًا شبكات التواصل الاجتماعي التي تتميز بالمشاركة الفورية والآنية القائمة أصلاً على التفاعلية ، دعانا إلى تناول موضوع تصميم الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل ، ومعرفة كيفية استخدام هذا الاتصال التفاعلي في بيئة افتراضية ومظاهر تفاعل الجمهور معه ، خاصة مع ظهور اتجاه جديد نحو مزيد من التفاعلية في وسائل الإعلام الحديثة ، ومحاولة الكشف عن عملية الاتصال التي تحدث بين المستخدمين والرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك .

ثالثاً : نظرية إدارة المزاج Mood Management Theory⁵⁷ :

نشأت نظرية إدارة الحالة المزاجية على يد زيلمان Zillmann و براينت Bryant (1984 ، 1985) ونقحها زيلمان Zillmann (1988) ، وطبقاً لهذه النظرية فالأشخاص يستخدمون وسائل الإعلام للبحث عن مثير مناسب لكي يحافظوا على حالتهم المزاجية الجيدة أو يسكنوا حالتهم المزاجية السيئة ، فيكون لديهم الدافع لتنظيم البيئة المحيطة بهم بطريقة تزيد من شعورهم بالسعادة والراحة وتقلل من إحساسهم بالحزن والألم، ويتم ذلك دون وعي أو عن غير قصد ، فليس بالضرورة أن يكون الفرد واعياً بدافعه بل تعتقد النظرية أن الناس يرتبون بيئاتهم مبدئياً بشكل عشوائي ، تلك الترتيبات تتم بالصدفة بما يتوافق مع الحالة المزاجية الجيدة التي تزيد أو تعزز الحالة الجيدة الملائمة وتترك أثر في الذاكرة يزيد احتمال صنع ترتيبات للمثير مشابهة تحت ظروف مشابهة ، بمعنى آخر تكوين هذه التفضيلات يكون محكوم بآلية تسمى التكيف الفعّال والتي تشير إلى استخدام النتائج لتعديل حدوث السلوك وشكل السلوك .

لذا تفترض النظرية أن الأشخاص يميلون إلى تنظيم بيئاتهم لكي يعظموا ويحافظوا على الحالة المزاجية الجيدة ويقللوا أو يخففوا الحالة المزاجية السيئة ، فعلى سبيل المثال يحاول الأشخاص تنظيم حالتهم المزاجية بعد يوم سيء عن طريق الاستمتاع والاسترخاء ومشاهدة الكوميديا والعروض الموسيقية أو عرض متعلق بالمغامرات لتقليل المشاعر السلبية عن طريق إحضار مثير جديد مستمر، حيث لاحظ زيلمان (1988) أن النظرية تشمل أنواع الاتصال المختلفة ، فالأشخاص يبحثون عن المحتوى الذي يمكن أن يحسن مزاجهم.

وتقترح الأبحاث في مجال إدارة المزاج بالاتصال مع وسائل الإعلام المعروضة أن الأشخاص يستخدمون المعلومات بفعالية لرفع حالتهم المعنوية ، حيث أشارت إلى أن الحالة المزاجية لدى الجمهور المتلقي يمكن أن تتأثر بقوة عند التعرض لمحتوى إعلامي معين ، وأن التعرض الانتقائي لهذا المحتوى يساعد في تحسين الحالة المزاجية للمتلقي . كما أشار زيلمان (1988) إلى أهمية الترفيه والتسلية ، حيث يساعد الترفيه على إدارة الحالة المزاجية لدى الأشخاص والحفاظ على الحالات المزاجية الإيجابية ، والتسلية تمكن من تغيير الحالة المزاجية السائدة ، وانتقاء محتوى معين لمشاهدته غالباً يخدم عملية تنظيم الحالات المزاجية ، فالاختيار يتسم بالاستمتاع ، والترفيه يعتبر في حد ذاته نشاطاً يلجأ إليه الفرد من أجل تغيير الإحساس بعدم الرضا أو الحزن وتخفيف الضغوط المفروضة عليه وإدخال السرور على حياته ، فالأفراد ينتقون أنواعاً معينة من المواد الترفيهية رغبةً في الترفيه لتحسين حالاتهم المزاجية .

مما سبق يتضح أن نظرية إدارة المزاج تؤكد على أن التعرض إلى الرسائل الإعلامية خصوصاً الرسائل التي تحمل طابعاً ترفيهياً قادرة على تغيير المزاج العام للمتلقي ، وأن اختيار رسائل بعينها من أجل التعرض لها غالباً ما يساعد المتلقي على ضبط مزاجه العام ، ومن ثم فإن اختيار الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك (محل الدراسة) كمضمون إعلامي ترفيهي ومعرفة مدى تعرض الجمهور لها ، ورصد كثافة تعرضهم لها وطبيعة ونمط ودوافع هذا التعرض وعلاقته بالحالة المزاجية لديهم ، وبحث دورها في تحسين الحالة المزاجية بعد التعرض الانتقائي لها ، يتناسب مع ما أشارت إليه نظرية إدارة الحالة المزاجية ، حيث تعد الرسوم الساخرة أحد أشكال الفنون البصرية التي يحرص الجمهور على مشاهدتها بشغفٍ لقدرتها على الترفيه والتسلية .

الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك :

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

وقد دخلت الرسوم الساخرة إلى الصحافة في القرن العشرين من أوسع أبوابها، وزاحمت المقال المكتوب، إذ أن هذا الأخير يتطلب جهداً في قراءته وفهم معانيه، بينما الرسم لا يحتاج لجهد أو عناء، فهو يتطلب من القارئ الصمت والتركيز عند متابعة الخطوط البسيطة التي تحمل معانٍ كثيرة لا تحددها أعمدة مقال طويل؛ فالرسوم الساخرة تعالج الأوضاع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية... إلخ في قالب مضحك، وتقدم وخزاً مؤلماً لمن يحتاج الردع في شكل هزلي غير جاد، وأصبحت بذلك سلاحاً هاماً في أيدي الرسامين؛ إذ أن رسماً واحداً يستطيع أن يشيع السخط أو الرضا بين الناس، ويؤثر فيهم تأثيراً بالغاً بسبب مبالغته في رسومه وتعليقاته وقدرته الفائقة على جذب القارئ نحو تعليقاته الهزلية على الرسوم⁵⁸.

مما سبق يتضح أن الرسم الساخر يُعد جزءاً من العملية الاتصالية، التي سرعان ما تتبدل وتتغير وتتطور نتيجة المتغيرات السريعة في مجال تقنيات الاتصال، حيث أدى تطور وتعدد وسائل الاتصال إلى ظهور وسائل اتصال حديثة فرضت واقعاً اتصالياً جديداً والتي من أهمها ظهور شبكة الانترنت، التي استطاعت كسر كل الحواجز والحدود المعلوماتية بين الناس، ودفعت العديد من الأفراد للسعي للاستفادة من الإمكانيات الاتصالية التي تتيحها الشبكة، فوصل عدد مستخدمي الإنترنت في مصر في ديسمبر 2014م إلى 48.34 مليون مستخدم مقارنة بنحو 38.75 مليون مستخدم بنهاية ديسمبر 2013، أي بزيادة سنوية 9.59 مليون مستخدم وبمعدل سنوي 10.31%⁵⁹. ولعل من أهم أوجه تلك الاستفادة من الشبكة ظهور إعلام بديل أعطى فرصة أكبر للجمهور لأن يكون منتجاً ومشاركاً في تداول المعلومات عبر الانترنت⁶⁰، فظهرت المدونات وصحافة المواطن... إلخ.

وانتشرت مواقع التواصل الاجتماعي التي يشترك عبرها ملايين الناس كل حسب اهتماماته وميوله بشكل كبير⁶¹، ولم تكف مواقع التواصل الاجتماعي بالسماح لكل من القائم بالاتصال والمتلقى بتبادل أدوار العملية الاتصالية، ولكنها أحدثت ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي المتنوع من نصوص إلى صور ورسوم وملفات صوتية ولقطات الفيديو، وتحول المتلقي إلى منتج إعلامي بفضل التقنيات الاتصالية الحديثة، حيث يُنتج ويُبث ما يريد على الإنترنت⁶².

فاتجه بعض مستخدمي الفيس بوك في الفترة الأخيرة إلى التعبير عن آرائهم الخاصة وعن مطالبهم وأحلامهم باستخدام أسلوب السخرية أو الرسم المضحك، الذي يعكس مدى رغبة أفراد المجتمع بالتواجد والظهور حتى ولو بشكل ساخر، وهو ما يُساهم في نقل الفكرة إلى الجميع، خاصة وأنه من المعروف عن الشعب المصري روحه المرحة وحبه للفكاهة والضحك وقدرته على فهم النكتة وتأليفها، مما أدى إلى اتساع دائرة هواة الرسم الساخر من المستخدمين العاديين وانتشار الرسوم الساخرة على صفحات الفيس بوك ، ولم تنحصر تلك المطلب والأحلام أو حتى أسلوب الاستهجان والرفض في القضايا السياسية فقط بل وصل إلى القضايا الاجتماعية وتعمق نحو تفاصيل الحياة اليومية والعلاقة بين الرجل والمرأة، والتحدث عن موقف أو إنفعال أو حدث أو ظاهرة.

التكنولوجيا الحديثة وتصميم الرسوم الساخرة عبر الفيس بوك :

تعد الرسوم الساخرة من أسهل الطرق للتواصل أو إيصال المعلومة عبر الفيس بوك وبمساعدة تقنيات ووسائل الإعلام الحديثة ، فلم يعد إنتاج رسماً ساخراً حكراً على الرسّامين فقط عبر الفيس بوك، بل أصبح إنتاجه يتم بسهولة باستخدام العديد من التطبيقات التي انتشرت عبر شبكة الانترنت، والتي تتيح إنتاج رسوم ساخرة مُعدّة للنشر إلكترونياً ، فهي تتطلب فقط الحصول على الفكرة، وبفضل تلك التقنيات أصبح بإمكان أي شخص يمتلك فكرة ولو صغيرة أن يحولها لحقيقة لتعيش ويتشارك بها الآلاف خاصة المؤيدين لتلك الفكرة أو المعجبين بها ، بل ومن الممكن أن يتبنوها في المستقبل ، وقد تأثرت الرسوم الساخرة بما تأثر به العصر من تكنولوجيا تطبيقية تم تصميمها خصيصاً لإنتاج تلك الرسوم أو فنون الجرافيك الأخرى في صيغة برامج كمبيوترية تحتوى على إمكانيات واسعة فتحت آفاق أخرى غير مسبوقه .

حيث ظهر تطور للأساليب التقليدية في رسم الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك من الطرق اليدوية للطرق الحديثة⁶³، التي يمكن من خلالها تقديم تصميمات أفضل في مدة زمنية أقصر ومن أشهر تلك التطبيقات برنامج "الفوتوشوب Photoshop" ، وهو برنامج صور ورسوم لإنشاء وتعديل الصور أنتجته شركة "أدوبي"، ويعتبر أشهر البرامج لتحرير الرسومات وتعديل التصوير الرقمي، وهو المنتج الأكثر مبيعاً في هذا المجال.⁶⁴

حيث تطور فن الرسوم الساخرة وانتقل بشكل كبير من صفحات الجرائد إلى صفحات المواقع على شبكة الانترنت عامة ومواقع التواصل الإجتماعي خاصة ، وأصبح من السهل تصميم رسم ساخر باستخدام برنامج الفوتوشوب، حتي لمن لا يجيد الرسم، فمع وجود القدرات المتعددة لهذا البرنامج بدأ العديد من الجمهور يتعلمون فنونه، ومع انتشار الفيس بوك سهّل انتشار تلك الأعمال الساخرة .

وهناك تطبيق "Toon Face Maker" الذي يستطيع أن يصمم رسومات ساخرة تبدو وكأنها رُسمت يدوياً، ويتضمن هذا التطبيق مجموعة كبيرة من رسومات الأجزاء المركبة لملامح الوجه يفوق عددها الـ 500 جزء على اختلافها ، وتناسب ملامح أي وجه مع إمكانية تكبير أو تصغير حجم الجزء أو العنصر المركب للصورة حتى تحصل على الحجم المطلوب، وحفظ الصور الساخرة مع إمكانية نشرها في المواقع الاجتماعية.⁶⁵

هذا بالإضافة إلى ظهور تطبيق آخر هو "MomentCam" **cartoons** لتحويل الصور إلى رسوم كرتونية كاريكاتيرية على نظام "أندرويد و iOS" وإنشاء التأثيرات والتغييرات عليها، كتغيير شكل الوجه وتحريكه ليتناسب مع جسم الرسم الساخر وإضافة أشياء للصورة كالشارب، واللحية، والقبعة، والنظارة ، بالإضافة لتغيير شكل الشعر والحاجبين وعدة إضافات أخرى متنوعة وطريفة، وتغيير جسم الرسم الساخر ولونه، ومشاركة الصور الكرتونية والكاريكاتيرية الناتجة عن التطبيق على المواقع الاجتماعية ، مما يؤكد على أن الاندماج بين التكنولوجيا المتحركة مثل "الموبايل" والشبكات الاجتماعية ساهم في زيادة التواصل والانتشار.⁶⁶

ومع الإنتشار الكبير لموقع "الفيس بوك" أصبحنا نشاهد تقريباً في كل دخول لنا على الموقع صور ورسوم ساخرة منتشرة بين المستخدمين وفي الصفحات المختلفة لعدد من الوجوه المضحكة مع بعض الحوارات فيما بينها، فإنشاء هذه الصور أمر غير معقد نوعاً ما ، كما ظهرت مواقع مميزة متخصصة في تقديم خدمة إنشاء مثل هذه الرسوم الساخرة وبطريقة بسيطة وسهلة ، حيث تمكّن المستخدم من إنشاء الرسوم الساخرة بنفسه دون أي جهد، فيقوم بتحميل صورة على تلك المواقع وتحويلها إلى رسم ساخر. ومن هذه المواقع⁶⁷: موقع Cartoon.Photo.to، موقع Avatar Face ، موقع Maker | Manga، موقع Pick a Face ، موقع BuiLD YouR WiLD SeLF، موقع

[Custom Anime](#)، [OSOQ](#)، [BeFunky](#)، [موقع Cartoonize](#)، [موقع Mii](#)،
موقع [Moron Face](#) .

ومن أكثر الظواهر الحديثة أيضاً ظهور الوجوه الإلكترونية التعبيرية في التصميمات الساخرة فمن لا يجيد الرسم ولا يجيد إستخلاص المواقف من الأفلام ويريد أن يُصمم موقف من ذاكرته هو أو من تأليفه فقط يستخدم تلك الوجوه، والتي هي عبارة عن مجموعة من الوجوه تمثل بعض التعبيرات المشهورة للبشر ويقوم المصمم بتركيبها وعمل تعليقات عليها لإيصال وجهة نظره بطريقة فكاهية وسهلة وهادفة.⁶⁸ ولعل أشهر تلك التعبيرات ضحكة لاعب كرة السلة الصيني "ياو مينج" والتي أصبحت أيقونة المواقف الساخرة في كثير من تلك الأعمال كما انتشر مؤخراً تعبيرات مصرية أصيلة مثل التعبير الشهير "عاتيف أساحبي"⁶⁹ والذي يجسد شخص يتحدث بلهجة شعبية.⁷⁰ وساعد على ذلك ظهور برامج وتطبيقات جديدة لتنفيذ تلك الوجوه مثل برنامج صانع الصور المضحكة **Funny Photo Maker** وهو تطبيق لتعديل الصور بشكل مضحك مع خيارات متنوعة.⁷¹

وظهر موقع "chan4"⁷² - مزرعة الوجوه المضحكة وهو موقع مأخوذ منه عدداً من هذه الرسومات الالكترونية، وقد طُوّر أعضاء هذا الموقع ما يسمى "بميمات الإنترنت - Internet memes".⁷³ التي انتشرت في السنوات الأخيرة للإنترنت في العالم الغربي خصوصاً وفي العالم عامةً وهي عبارة عن حالة أو موقف يرمز لفكرة معينة يتم عبرها نشر الموقف أو تلك الفكرة بشكل سهل وعادة يكون طريف، فهناك مواقف قد تتطابق مع مشهد معين من فيلم فيتم تحويل تلك اللقطة إلى "ميمة" إنترنت مع تعديلها لتتطابق مواقف أخرى تحدث معنا، فالفكرة في "الميمات" هي أولاً؛ الطرافة في الطرح، وثانياً؛ الحفاظ على سياق الجملة مع تغيير مايلزم فقط.⁷⁴

كذلك ظهر استخدام الصور الكاريكاتيرية الغاضبة "Rage Comics" والتي تستعمل في تشكيل قصة قصيرة تتكون من وجوه مرسومة بشكل بسيط جداً فكاهي وكل وجه فيها يعبر عن حالة معينة منها الغضب والفرح والراحة والخبت والحزن والرفض؛ هذه المكونات على الإنترنت صارت من إحدى أشهر وسائل التواصل حيث توظف الصورة لإيصال المعنى في عالم يتحدث بلغات متعددة كلغة تواصل بين الأمم، فيها لن تحتاج أن تكون ضليعاً في اللغة لتشرح وجهة نظر، فيكفي أن تضع

"ميمية" واحدة ليعرف المتلقي ذلك الشعور المصاحب لها.⁷⁵ وقد تطورت هذه الرسومات بأن صارت هناك مواقع متخصصة تمكن المستخدم من أن يرسم وجهاً مفضلاً لديه في وقت قياسي .

ومن هذه المواقع موقع "http://ragemaker.net" وكان أول رسم يدخل في إطار "Rage Comics" تحت إسم "FFFUUUU"، من طرف مستخدم يحمل اسم "Rageguy"، وقد ظهر هذا الرسم سنة 2008م في موقع "chan"، ورغم أن الكثير من الرسومات التي أتت بعد هذا الوجه لم تعبر عن الغضب "Rage"، إلا أنها حافظت على الاسم انطلاقاً من اسم مستخدم صاحب أول رسم، الذي عُرف دائماً بشخصياته الغاضبة.⁷⁶

منهجية الدراسة:

تساؤلات الدراسة :

تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

1. ما دوافع اهتمام عينة الدراسة بالرسوم الساخرة عبر الفيس بوك التي تتناول علاقة المرأة بالرجل؟
2. ما مدى اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على صفحات الفيس بوك التي تتناول علاقة المرأة بالرجل ؟
3. ما هي طرق تفاعل المبحوثين مع الرسوم الساخرة في صفحات الفيس بوك محل الدراسة ؟
4. ما هي أهم عناصر الجذب في الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك محل الدراسة؟
5. كيف كانت نشأة الصفحات الكوميديية الساخرة عبر الفيس بوك الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل وأهدافها؟
6. ما أهم التطبيقات والتقنيات الحديثة المستخدمة في إنتاج الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك محل الدراسة؟ .

7. ماهي الخصائص العامة لشكل ومضمون الرسوم الساخرة في الصفحات محل الدراسة؟

8. ما هي التغييرات التي طرأت على شكل ومضمون الرسوم الساخرة وصاحبت استخدامها عبر صفحات الفيس بوك؟ .

9. ما هي طبيعة الأفكار والتصورات التي تحملها الرسوم الساخرة في طرحها لعلاقة المرأة بالرجل وأساليب عرضها؟ .

10. ما هي أساليب عرض الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك محل الدراسة التي تتناول علاقة المرأة بالرجل؟

11. ما هو تأثير الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك محل الدراسة على علاقة المرأة بالرجل؟

نوع ومنهج الدراسة:

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي توضح تصميم الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل، وقد اعتمدت الباحثة على **منهج المسح الإعلامي** بشقيه التحليلي والميداني لأنه يمتاز بالقدرة على توفير البيانات والحقائق عن المشكلة قيد الدراسة، إضافة إلى تفسيرها والوقوف على دلالتها، وذلك لتحليل مضمون عينة الرسوم الساخرة المنشور عبر صفحات الفيس بوك والتي تتناول علاقة المرأة بالرجل، وكذلك مسح عينة من الجمهور مستخدمي تلك الصفحات لرصد معدلات استخدامهم للرسوم الساخرة على موقع الفيس بوك ودوافعهم ومدى تأثيرها على علاقة المرأة بالرجل وذلك لصعوبة إجراء الحصر الشامل لجميع مفردات الجمهور المستخدم لتلك الصفحات، بالإضافة إلى إجراء مقابلة مع مسئول تلك الصفحات .

أسلوب المقارن لإجراء مقارنة بين نماذج من تلك الصفحات الكوميديّة الساخرة الخاصة بالمرأة على طراز صفحة "يوميات زوجة مفروسة" والصفحات الكوميديّة الساخرة الخاصة بالرجل على طراز صفحة "يوميات زوج مطحون" عن طريق تحليل شكل لتلك الرسوم والتعرف على السمات العامة، ليتداخل هذا المنهج

مع منهج المسح الإعلامي، فتصبح النتائج المستخلصة مدعومة بالمقارنات مما يثري الدراسة ويعمقها.

أدوات الدراسة :

تجمع هذه الدراسة بين المجالين التحليلي والميداني؛ باستخدام أدوات (1) تحليل المضمون بشقيه الوصفي والاستدلالي لتحليل الشكل الظاهري للرسوم الساخرة المنشورة بالصفحات الكوميدية الساخرة على الفيس بوك الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل، والتعرف على مدى وجود خصوصية لتصميم تلك الرسومات، وتحديد أهم أشكالها وأكثر عناصر الجذب بها، والمقارنة بين الرسومات الساخرة المنشورة بالصفحات الكوميدية الخاصة بالمرأة وتلك الخاصة بالرجل، لتحديد أهم ملامح تناول الرسوم الساخرة لتلك العلاقة عبر الصفحتين، لذا سيتم تناول فئتين أساسيتين هما : فئة مضمون الرسم الساخر (ماذا قيل؟)، وفئة شكل الرسم الساخر (كيف قيل؟).

(2) أداة الاستبيان: حيث قامت الباحثة باستخدام أده الاستبيان في إطار منهج المسح ؛ لاستطلاع آراء عينة من الجمهور المعجبين بالصفحات الكوميدية الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل عبر الفيس بوك، للتعرف على استخدام هذه الفئة للرسوم الساخرة عبر تلك الصفحات وأسباب اهتمامهم بها، ومدى جاذبية الرسوم الساخرة عبر تلك الصفحات من وجهة نظرهم، وعناصر الجذب، وطرق تفاعلهم معها، ودورهم في إعداد مثل هذه الرسوم عبر الفيس بوك . وقد روعى فى تحديد أسئلة استمارة الاستبيان، سهولة ووضوح عملية الصياغة، وارتباطها ومطابقتها لتحقيق الهدف الذى جرى تصميمها من أجله، وعدم التكرار للفكرة، حتى نستجّل على المبحوثين اتخاذ القرار وتحديد إجاباتهم ببساطة ويسر وفي زمن قصير.

وقد استخدمت الباحثة صدق المحتوى للتأكد من مدى ملائمة الاستمارة للهدف الذى وضعت من أجله، وذلك من خلال عرض الاستمارة على اثنين من المحكمين⁷⁷، لإبداء الرأى حول مدى مناسبة عبارات الاستمارة لتحقيق أهداف البحث وقد وافقا علي أسئلة الاستمارة وعددها 25 سؤالاً بعد أن تم إجراء بعض التعديلات التى أوصى بها كل منهما، كما قامت الباحثة باختبار مدى ثبات الاستبيان بتجربة الاستمارة علي 10 أشخاص من أفراد العينة وتطبيق الاستمارة عليهم ثم إعادة ملئها

مرة أخرى، وقد تأكدت الباحثة من أنها قاست ما تريد قياسه، حيث تطابقت الإجابات في المرتين بنسبة لم تقل عن 95% .

(3) أداة المقابلة حيث استعانت الباحثة بأداة المقابلة غير المقننة كأداة منهجية باعتبارها تتميز بالمرونة في إدارة المقابلة وتوجيه الأسئلة أو الحوار في إطار الخطوط والأهداف العامة لتنظيم المقابلة، كما يترك للمبحوث الحرية في التعبير عن آرائه وأفكاره ومعتقداته، وكانت المقابلة مع مسئولي الصفحات الكوميديية الخاصة بعلاقة المرأة والرجل (أدمن الصفحات) حول موضوع الدراسة، وذلك من خلال صفحاتهم المسئولين عنها، وتمثلت أهداف المقابلة على النحو التالي :

1. التطرّق إلى بعض الموضوعات التي لا يتطرّق لها الاستبيان بأسئلته المحدودة وإجاباته البديلة الموضوعة سلفاً، والتي يمكن التنبه إليها من خلال الحديث الحر مع مسئولي الصفحات .

2. إتاحة مزيد من التوسع في بعض النقاط التي تطرق الاستبيان إليها .

3. الاستفسار من مسئولي الصفحات عمّا يقوم به فعلاً في أثناء تصميمه للرسوم الساخرة، والتأثير الفعلي لهذه الرسوم على الجمهور المتفاعل معها وعلاقته بالطرف الآخر، حيث يتم التركيز على الخبرة المباشرة لمسئولي تلك الصفحات .

4. التحدث مع مسئولي الصفحات عن رسوم ساخرة قام بتصميمها بنفسه ونشرها من خلال صفحته.

* وقد تم تحديد بعض النقاط التي تدور حولها المقابلات مع إتاحة قدر من المرونة، يسمح بالتجول بين أكثر من مسلك، وفي أكثر من اتجاه، أي أن كل نقطة من هذه النقاط المحددة، كانت تمثل محوراً من محاور المقابلة، وهي على النحو التالي :

محاوَر المقابلة :

1. نشأة الصفحات الكوميديية عبر الفيس بوك الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل وأهدافها .

2. التعرف على أسباب اهتمام مسئولى الصفحات محل الدراسة بالرسوم الساخرة .
3. طريقة تصميم الرسوم الساخرة ونشرها عبر صفحاتهم .
4. إدراك مسئولى الصفحات للتغيرات التي طرأت على الرسوم الساخرة عبر الفيس بوك .
5. الاستجابة للرسوم الساخرة عبر صفحاتهم من قبل المستخدمين والتفاعل مع تلك الرسوم .
6. طبيعة الموضوعات والمواقف التي يتم تناولها عبر الصفحات من خلال الرسوم الساخرة وكيفية الوصول لأفكارها .
7. المواقف التي أثارت ردود فعل اكبر من وجهة نظرهم، وأولويات اهتمامهم في رسومهم عبر صفحاتهم .
8. رؤية مسئولى الصفحات لتأثير الرسوم الساخرة على علاقة المرأة بالرجل .

وبذلك يمكننا القول أن المقابلة هنا جاءت مكتملة للاستبيان، بهدف تعميق بعض النقاط، التي وردت بالاستبيان، كما أن الاستبيان بأسئلته المحددة وإجاباته البديلة الموضوعية سلفاً قد لا تتطرق إلى بعض الموضوعات، التي يمكن التنبيه إليها من خلال الحديث الحر مع المبحوثين وهو جوهر المقابلة، حيث يتم استخلاص بعض النتائج منها أو تدعيم بعض نتائج الاستبيان .

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في:

- 1) مجتمع الدراسة التحليلية يتمثل في الرسوم الساخرة على صفحات الفيس بوك الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل.
- 2) مجتمع الدراسة الميدانية يتمثل في مستخدمي تلك الصفحات الذين يتعرضون لتلك الرسوم الساخرة، وكذلك مسئولى الصفحات (الأدمن) المسئولين عن نشر تلك الرسوم الساخرة .

أما عينة الدراسة : فاختارت الباحثة في الدراسة التحليلية عينتين من الرسوم الساخرة الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل على صفحات السيدات كصفحة "يوميات زوجة مفروسة"، تقابلها الرسوم الساخرة الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل على صفحات الرجال كصفحة " يوميات زوج مطحون" في نفس الفترة الزمنية من 1 / 3 / 2015م إلى 30 / 5 / 2015م وبطريقة عمدية للرسوم الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل.

فبعد الإطلاع على نتائج الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة، تم تحديد صفحة " يوميات زوجة مفروسة" وذلك لعدة أسباب أهمها أن معظم الرسوم التي تطرح على الصفحة تعبر عن علاقة المرأة بالرجل وواقع الحياة الاجتماعية بينهما، وتناقش ذلك بشكل ساخر في شتى المجالات، كما أن الصفحة جاءت في الترتيب الأول ضمن أكثر الصفحات الكوميدية الساخرة الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل على الفيس بوك متابعة وتفضيلاً في الدراسة الاستطلاعية، وهذا ما أكده عدد المشتركين في هذه الصفحة حيث بلغ 3 ملايين و712 ألف و280 متابع حتى إجراء الدراسة الحالية، كما وقع الاختيار أيضاً على صفحة " يوميات زوج مطحون" التي جاءت في الترتيب الثاني في المتابعة والتفضيل من قبل السيدات والرجال في الدراسة الاستطلاعية، وهذا ما أكده أيضاً عدد المشتركين في هذه الصفحة حيث قارب عددهم على المليون متابع حتى إجراء الدراسة الحالية، مما أعطى مؤشراً بتمتع هاتين الصفحتين محل الدراسة بقدر كبير من المتابعة لدى قطاع عريض من مستخدمي الفيس بوك.

أما بالنسبة لعينة الدراسة الميدانية فقد اختيرت بشكل عشوائي من الجمهور معجبي تلك الصفحات محل الدراسة، حيث تم تصميم استبيان إلكتروني ونشره على الصفحات محل الدراسة عن طريق مسئول تلك الصفحات ، وقد كانت الاستجابة لملئ هذه الاستمارة (140 استمارة) تم إهمال 40 استمارات لعدم استكمال الاجابات في بعضها وعدم جديتها في بعضها الآخر، وبالتالي بلغ عدد الاستمارات المستردة والقابلة للتحليل (100 استمارة) .

كما قامت الباحثة بإجراء مقابلات مع عينة من مسئول صفحات الفيس بوك الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل، وذلك للخروج بنتائج كيفية تساعد في تفسير الظاهرة، واشتملت على (10) وهم: رؤى كمال وهناء محمود ونادية وهدان مسئولو صفحة

"يوميات زوجة مفروسة"، وشيرين مدحت وهبة الله نعيم السلاموني مسئولاً صفحة "يوميات زوجة مطحونة"، وسوزي محمود وشيرى ماجد وسلمى احمد مسئولو صفحة "يوميات زوجة طالع عينها"، وتيمور السبكي مسئول صفحة "يوميات زوج مطحون"، وعلاء محمود مسئول صفحة "يوميات زوج مفروس".

المعالجة الإحصائية للبيانات :

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية - SPSS " Statistical Package for the Social Science، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة؛ التكرارات البسيطة والنسب المئوية .

نتائج الدراسة : توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

أولاً : نتائج الدراسة الميدانية :

- توصيف عينة الدراسة جمهور صفحات الفيس بوك الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل: جاء توزيع عينة الدراسة كما هو موضح بالجدول التالي :

جدول رقم (1)

يوضح خصائص عينة الدراسة ن = 100

الفئة	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
النوع	ذكر	32
	أنثى	68
	إجمالي المبحوثين	100
الفئة العمرية	من 20 : 30 سنة	49
	من 31 : 40 سنة	42
	أكبر من 40 سنة	9
	إجمالي المبحوثين	100
الحالة الاجتماعية	اعزب	32
	متزوج	65
	مطلق	3
	إجمالي المبحوثين	100
المؤهل الدراسي	تعليم متوسط	5
	تعليم جامعي	51
	دراسات عليا	44
	إجمالي المبحوثين	100

يتضح من الجدول رقم (1) أن عينة الدراسة تضمنت (100 مفردة) منها (32 مفردة) من الذكور بنسبة (32%)، و(86 مفردة من الإناث بنسبة 68%). وفيما يتعلق بالفئات العمرية فقد سجلت الفئة العمرية (من 20: 30 سنة) أعلى فئة بين الباحثين حيث بلغت نسبتهم (49%)، تلتها الفئة العمرية (من 31 : 40 سنة) وبنسبة بلغت (42%)، وأخيراً كانت نسبة الفئة العمرية (أكبر من 40 سنة) وبنسبة بلغت 9%، وعلى صعيد الحالة الاجتماعية اتضح أن 65% من العينة كانوا من المتزوجين، و32% من العازبين، في حين جاءت فئة من كانت حالتهم الاجتماعية (مطلق) بنسبة 3%، أما بالنسبة للمؤهل الدراسي فاتضح أن نسبة من هم من فئة التعليم الجامعة (51%)، يليها من هم فوق التعليم الجامعة (الدراسات العليا) بنسبة 44% وأخيراً من هم من فئة التعليم المتوسط بنسبة 5% .

جدول (2)

يوضح معدل تصفح الباحثين لموقع الفيس بوك ن =100

النسب المئوية (%)	التكرارات (ك)	معدل التصفح
88%	88	أكثر من مرة في اليوم
2%	2	مرة واحدة في اليوم
6%	6	من 4 إلى 6 مرات في الأسبوع
1%	1	من مرتين إلى ثلاث مرات في الأسبوع
3%	3	أخرى تذكر
100 %	100	إجمالي الباحثين

يوضح الجدول رقم (2) معدل تصفح الباحثين عينة الدراسة لموقع الفيس بوك، ويكشف الجدول أن أعلى معدل لتصفح عينة الدراسة لموقع الفيس بوك كانت من الباحثين الذين يتصفحون تلك المواقع (أكثر من مرة في اليوم)، مما يعني أن غالبية الباحثين منتظمون في تصفحهم لموقع الفيس بوك حيث بلغت نسبتهم 88% وهذه نسبة توضح مدى اهتمام عينة الدراسة بتصفح الفيس بوك، يليها فئة الباحثين الذي كان معدل تصفحهم (من 4 : 6 مرات في الأسبوع) بنسبة 6%، يليها فئة أخرى تذكر بنسبة 3% حيث أكدت تلك النسبة استخدام موقع الفيس بوك طوال اليوم

(24 ساعة أون لاين)، بينما يستخدمه 2% منهم (مرة واحدة يومياً) ويستخدمه نسبة 1% منهم (من مرتين إلى ثلاثة مرات في الأسبوع)، فقد أصبح تصفح موقع الفيس بوك من الأمور الأساسية في حياة الكثير، والتي تشغل معظم أوقات فراغهم، مما سبق نلاحظ ارتفاع معدل تعرض عينة الدراسة للفيس بوك.

ويوضح جدول رقم (3) ارتفاع نسبة "كثيفي التصفح" الذين يتصفحون موقع الفيس بوك بمعدل أكثر من أربع ساعات يومياً حيث بلغت نسبتهم 37%، يليها نسبة "متوسطي التصفح" الذين يتصفحون الفيس بوك بمعدل من ساعة إلى ساعتين يومياً حيث بلغت نسبة 30%، ثم "فوق متوسطي التصفح" الذين يتصفحون الفيس بوك أكثر من ساعتين إلى أربع ساعات يومياً بنسبة 17%، وأخيراً "قليلي التصفح" الذين يتصفحون الفيس بوك أقل من ساعة في اليوم حيث بلغت نسبتهم 8%، وتؤكد هذه النتيجة أن معدلات التصفح اليومية لموقع الفيس بوك في ارتفاع مستمر حيث تقضي عينة الدراسة أكبر وقت في تصفحه، وهذا ما أكدت عليه أيضاً فئة أخرى تذكر بنسبة 8% والتي أوضح خلالها المبحوثين كثافة مشاهدتهم من خلال عبارات (غالب الوقت، 24 ساعة أون لاين، أكثر من 12 ساعة يومياً)، مما يعطينا مؤشر لكثافة الاستخدام العام من معدل ساعات المشاهدة، وهذا يعني أن تصفح الفيس بوك بالنسبة لعينة الدراسة ليس مجرد التعرف على آخر التطورات في وقت قليل وإنما قضاء وقت طويل أمام تلك المواقع لأسباب متنوعة تعزى للمميزات المتعددة التي يتيحها الفيس بوك من مرونة وتواصل في كافة الموضوعات .

جدول (3)

يوضح متوسط ساعات تصفح المبحوثين للفيس بوك يومياً ن=100

متوسط ساعات التصفح	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
أقل من ساعة يومياً	8	8%
من ساعة إلى ساعتين يومياً	30	30%
أكثر من ساعتين إلى أربع ساعات يومياً	17	17%
أكثر من أربع ساعات يومياً	37	37%
أخرى تذكر	8	8%
إجمالي المبحوثين	100	100%

جدول (4)

يوضح طرق تصفح المبحوثين لموقع افيس بوك

(يتم اختيار أكثر من بديل)

النسب المئوية (%)	التكرارات (ك)	طرق تصفح مواقع التواصل الاجتماعي
77%	77	عن طريق التليفون المحمول
34%	34	باستخدام اللاب توب
24%	24	باستخدام الكمبيوتر
24%	24	عن طريق التابلت
4%	4	عن طريق مقاهي الانترنت

يوضح الجدول رقم (4) الطريقة التي تتصفح بها عينة الدراسة لموقع الفيس بوك، حيث ظهر استخدام طرق متعددة لهذا التصفح، ويأتي التليفون المحمول كطريقة أساسية للتصفح وذلك بنسبة 77% من إجمالي المبحوثين، وهذا يتفق مع ما أكده الجدول السابق الخاص بمتوسط ساعات تصفح المبحوثين للفيس بوك يومياً والذي كان غالبيتهم يتصفحونه أكثر من 4 ساعات ليصل أحيانا إلى 24 ساعة "أون لاين"، ويليه استخدام "اللاب توب" حيث بلغت نسبة من يتصفح الفيس بوك من خلاله 34% ويمكن أن يعزى ذلك لسهولة حمله واستخدامه في أي مكان، ويأتي في المرتبة الثالثة التابلت والكمبيوتر بنسبة 24% لكل منهما، ولم تستحوذ مقاهي الانترنت للتصفح إلا على 4% من المبحوثين وهو يعد عددا قليلا، ويرجع تفوق الاستخدام إلى تطور التليفون المحمول وامتلاكه خاصية الدخول على الإنترنت وتصفح الفيس بوك بسهولة، وكذلك التطوير المستمر للمواقع الاجتماعية لتقديم أفضل الخدمات للمستخدمين عن طريق المحمول.

جدول (5)

يوضح مدى حرص المبحوثين على متابعة الرسوم الساخرة عبر الفيس بوك ن=100

مدى حرص	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
دائماً	37	37%
أحياناً	55	55%
نادراً	8	8%
إجمالي المبحوثين	100	100%

يوضح الجدول رقم (5) ارتفاع حرص المبحوثين على متابعة الرسوم الساخرة عبر الفيس بوك، فقد حصلت فئة أحياناً على المرتبة الأولى بنسبة 55% فيما جاء حرصهم على المواظبة الدائمة على متابعة الرسوم الساخرة عبر الفيس بوك بالمرتبة الثانية بنسبة 37%، وجاء في المرتبة الثالثة فئة نادراً ما يحرصون على متابعة الرسوم الساخرة عبر الفيس بوك بنسبة 8% وهي نسبة ضئيلة، وهو ما يؤكد على قدرة المبحوثين على استيعاب الرسوم الساخرة وهضمها بسهولة ويسر مما كان سبباً من أسباب انتشاره عبر الفيس بوك، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (غادة واكد 2013)⁷⁸ حيث جاءت صفحات الكاريكاتير في مقدمة الصفحات التي يفضل المبحوثون زيارتها عبر موقع الفيس بوك.

جدول (6)

يوضح مدى وجود اختلاف بين الرسوم الساخرة المنشورة عبر الفيس بوك

والمنشورة عبر الصحف من وجهة نظر المبحوثين ن=100

وجود اختلاف	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
نعم يوجد	61	61%
إلى حد ما	28	28%
لا يوجد	11	11%
إجمالي المبحوثين	100	100%

يتضح من الجدول السابق رقم (6) اتفاق غالبية المبحوثين على وجود اختلافات بين الرسوم الساخرة المنشورة عبر الفيس بوك وتلك المنشورة عبر الصحف

حيث وصلت نسبة من يرى هذه الاختلافات 89% في فنتي نعم يوجد وإلى حد ما أما من يرى أنه لا يوجد اختلافات فكانت نسبتهم 11% فقط، مما يعطى مؤشراً على وجود خصوصية للرسوم الساخرة المنشورة عبر صفحات الفيس بوك قد يرجع من وجهة نظر الباحثة إلى اختلاف الوسيط الاتصالي أو لظهور تطبيقات متعددة لانتاج تلك الرسوم وتطورها المستمر وتبسيطها الذي أدى إلى اشتراك الجمهور العادي في انتاج مثل تلك الرسوم دون الحاجة إلى احترافية.

ويتضح من الجدول رقم (7) أن صفحات الرسوم الساخرة عموماً جاءت في مقدمة الصفحات التي يفضل المبحوثون زيارتها عبر موقع الفيس بوك بنسبة بلغت 69% من إجمالي المبحوثين، ما يؤكد استخدام المبحوثون واهتمامهم بصفحات الرسوم الساخرة عامة دون تفضيل نوع معين فقط في مقدمة استخدامهم لصفحات الفيس بوك، خاصة مع إتاحة الفرصة لهم بإعداد ونشر رسوم ساخرة في هذه الصفحات والتفاعل معها، في حين جاء تفضيل المبحوثون لصفحات الرسوم الساخرة الخاص بعلاقة المرأة بالرجل والذي يندرج تحت الكاريكاتير الاجتماعي في المرتبة الثانية بنسبة 37%، يليه تفضيل الصفحات الخاصة بالرسوم الساخرة السياسية بنسبة 20%، أما فئة أخرى تذكر فكانت نسبتها 4% وذكر خلالها المبحوثون باهتماماتهم الأخرى لصفحات عبر الفيس بوك من أمثلة (ثقف نفسك - صفحات الاخبار الرياضية - صفحات خاصة بالسيدات ووصفات الطبخ).

جدول (7)

يوضح الصفحات المفضل زيارتها عبر الفيس بالنسبة المبحوثين

(يتم اختيار أكثر من بديل مع الترتيب)

صفحات الرسوم الساخرة	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
صفحات الرسوم الساخرة عموماً	69	69%
صفحات الرسوم الساخرة السياسية	20	20%
صفحات الرسوم الساخرة عن علاقة المرأة بالرجل	37	37%
أخرى تذكر	3	3%

وبذلك يتضح الاهتمام الواضح بالرسوم الساخرة الاجتماعية التي يندرج تحتها قضية علاقة المرأة بالرجل والذي غالباً ما تعبر عن الواقع الحالي أكثر من الاهتمام بالرسوم الساخرة السياسية التي طالما أخذت اهتمام الجمهور خاصة في الاوقات التي

كانت تمر بها الدول العربية سياسيا . وهو ما لا يتفق مع نتائج دراسة (فريد واصل 2012)⁷⁹ حيث تبين من خلال دراساته أن الاهتمام بالكاريكاتور السياسي جاء في المقدمة ويعود سبب ذلك من وجهة نظر الباحثة إلى تزامن إجراء هذه الدراسة مع ما كان يمر به العالم العربي بأحداث سياسية ومتغيرات جديدة حدثت وقتها .

جدول (8)

يوضح الصفحات الكوميديّة الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل عبر الفيس المفضلة بالنسبة للمبحوثين

(يتم اختيار أكثر من بديل مع الترتيب)

أسماء الصفحات الكوميديّة	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
يوميات زوجة مفروسة	77	%77
يوميات زوج مطحون	40	%40
يوميات زوجة مطحونة	36	%36
يوميات زوج مفروس	33	%33
يوميات زوجة مفروسة اوي	23	%23
يوميات زوجة طالع عينها	6	%6
يوميات زوجة مجنونة	6	%6

وتبين من الجدول السابق رقم (8) أن الصفحات الكوميديّة الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل عبر الفيس بوك والتي يفضلها المبحوثين متعددة حيث تعدد اختيار المبحوثين لأكثر من صفحة، ولكن جاءت صفحة يوميات زوجة مفروسة بالمرتبة الأولى في عدد التكرارات بنسبة 77% وهذا ما اكدته نتائج مقابلات مسؤولي تلك الصفحات وكذلك عدد معجبي الصفحة الذي يصل عددهم إلى قرابة 4.5 مليون معجب حتى إجراء الدراسة الحالية، وكذلك صفحة يوميات زوج مطحون التي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 40% الذي يصل عدد مشتركها الصفحة بها إلى المليون حتى وقت إجراء الدراسة الحالية، وجاءت صفحة يوميات زوجة مطحونة في المرتبة الثالثة بنسبة 36%، يليها يوميات زوج مفروس بنسبة 33% ثم توالى بعد ذلك نسب باقي الصفحات.

جدول (9)

يوضح درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة الرسوم الساخرة عبر تلك الصفحات

ن=100

درجة الاهتمام	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
أولى	25	25%
ثانية	28	28%
ثالثة	26	26%
رابعة	16	16%
أخرى تذكر	5	5%
إجمالي المبحوثين	100	100%

يوضح الجدول السابق رقم (9) درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة الرسوم الساخرة عبر تلك الصفحات محل الدراسة، حيث ظهر تقارب في معدلات درجات اهتمام عينة الدراسة بمتابعة الرسوم الساخرة فكانت نسبهم على التوالي 25%، و28%، و26%، بترتيب الدرجات من الأولى حتى الثالثة وإن كانت الدرجة الرابعة أقلهم نوعاً ما فكانت نسبتها 16%، أما فئة أخرى تذكر فكانت نسبتها 5% وكانت تدور حول درجة الاهتمام وفقاً للظروف أو عند الشعور بالملل أو عندما يكون هناك من يشارك تلك الرسوم وعدم الاهتمام وهي تؤكد نتائج الجدول رقم (5) الذي أوضح وجود نسبة ضئيلة نادراً ما يحرصون على متابعة الرسوم الساخرة .

جدول (10)

يوضح مدى تأثير الرسوم الساخرة عبر تلك الصفحات على المبحوثين ن=100

درجة الاهتمام	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
تغيير معاملتي مع الرجل / المرأة للأفضل	24	24%
تغيير معاملتي مع الرجل / المرأة للأسوأ	1	1%
لا يؤثر على معاملتي مع أحد	69	69%
أخرى تذكر	6	6%
إجمالي المبحوثين	100	100%

يوضح الجدول رقم (10) تأثير الرسوم الساخرة عبر تلك الصفحات على المبحوثين عينة الدراسة، فظهرت نسبة كبيرة نسبياً من المبحوثين تزيد عن النصف يرون أنها لا تؤثر على المعاملات بين الرجل والمرأة بنسبة 69%، بينما هناك نسبة 24% أكدوا على وجود تغيير في المعاملة للأفضل، وفي المقابل أوضحت نسبة

ضئيلة جدا 1% أنها تؤثر تأثير سلبي على المعاملة بين الرجل والمرأة، أما فئة أخرى تذكر فكانت نسبتها 6% وهم الذين أكدوا على أنها تعطي فكرة عن المواقف التي قد تمر بهم، وأنها مفيدة، وإنها في معظمها واقعية، وتفسر بعض المواقف، وتبعث الضحكة في النفس، وهناك من رأى يمكن أن يكون لها تأثير على حسب درجة انفعال الشخص في وقت رؤيتها .. وهكذا فإن هذه النتيجة مؤشر على أن تلك الرسوم الساخرة تعد متنفس للكثير ممن يرونها ولكن تأثيرها الإيجابي أكثر من السلبي، وبذلك فالرسوم الساخرة عبر تلك الصفحات لا تؤثر نوعا ما على المبحوثين عينة الدراسة .

جدول رقم (11)

يوضح أسباب اهتمام المبحوثين بمتابعة الرسوم الساخرة عبر تلك الصفحات ن = 100

اتجاه العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		درجة الاتفاق الأسباب
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0.65	2.55	9%	9	27%	27	64%	64	1. لأنها الأكثر جراءة في عرض الموضوعات التي تتناول علاقة المرأة بالرجل بطريقة ساخرة
موافق	0.46	2.82	3%	3	12%	12	85%	85	2. لأنها تقدم مادة فكاهية مسلية وممتعة تتناول علاقة المرأة بالرجل
موافق	0.47	2.77	2%	2	19%	19	79%	79	3. لأنها تناقش الموضوعات بصورة سلسلة بسيطة الفهم
موافق	0.58	2.59	5%	5	31%	31	64%	64	4. لأنها تتيح لحظة سعادة للتفيس عن الضغوط العادية للحياة اليومية ويحقق نوع من الارتياح النفسي
موافق	0.72	2.34	15%	15	36%	36	49%	49	5. التواصل والمشاركة مع الأصدقاء
موافق إلى حد ما	0.8	2.15	26%	26	33%	33	41%	41	6. تعبر عما يدور بداخلي من انطباع حول علاقة المرأة بالرجل
موافق إلى حد ما	0.77	2.16	23%	23	38%	38	39%	39	7. لشغل أوقات الفراغ
موافق	0.56	2.68	5%	5	22%	22	73%	73	8. تعبر عن واقع الحياة بشكل ساخر وتهكمي.
موافق	0.64	2.45	8%	8	39%	39	53%	53	9. الإبداع في الأفكار واستخدام الرسوم

موافق	0.55	2.73	%5	5	%17	17	%78	78	10. تلخص الرسوم المشكلة في كلمات قليلة
موافق	0.6	2.59	%6	6	%29	29	%65	65	11. الرسوم الساخرة تؤكد المشكلات الموجودة.
موافق	0.67	2.43	%10	10	%37	37	%53	53	12. لأنها صريحة جدا
موافق	0.57	2.6	%4	4	%32	32	%64	64	13. لأنها ملفتة للانتباه وجذابة
موافق	0.75	2.4	%16	16	%28	28	%56	56	14. لأنها تشعرك بحرية التعبير
موافق	0.59	2.56	%5	5	%34	34	%61	61	15. لأنها تقوم بتوجيه النقد للمواقف السلبية
						100			الإجمالي

وحول أسباب اهتمام المبحوثين بمتابعة الرسوم الساخرة عبر تلك الصفحات فقد اتضح من خلال الجدول السابق رقم (11) ترتيب تلك الأسباب من وجهة نظر المبحوثين كالاتي : جاء في مقدمتها (لأنها تقدم مادة فكاهية مسلية وممتعة تتناول علاقة المرأة بالرجل) بمتوسط 2.82، يليه (لأنها تناقش الموضوعات بصورة سلسلة بسيطة الفهم) بمتوسط 2.77، ثم سبب (أنها تلخص الرسوم المشكلة في كلمات قليلة) بمتوسط 2.73، يليه (أنها تعبر عن واقع الحياة بشكل ساخر وتهكمي) بمتوسط 2.68، و (لأنها ملفتة للانتباه وجذابة) بمتوسط 2.6، وجاءت بقية الموافقة بنسب متفاوتة وصولاً إلى أقل نسبة موافقة وهي سبب " تعبر عما يدور بداخلي من انطباع حول علاقة المرأة بالرجل " بمتوسط 2.15 .

ولعلنا نلاحظ هنا أن اهتمام عينة الدراسة بالرسوم الساخرة على الصفحات محل الدراسة يرجع بالأساس إلى السهولة والتبسيط والتسلية والفكاهة وجذب الانتباه وتلخيص المشكلة والتنقيح وجميعها مميزات تتصف بها الرسوم الساخرة عن أي شكل آخر يمكن تقديم الموضوعات من خلاله مما يوضح إدراك عينة الدراسة لأهمية الرسوم الساخرة، وتتفق تلك المظاهر مع ما أكدت عليه دراسة كلا من (خديجة صلاح الخاجة 2015)⁸⁰ ودراسة (أسامة عبد الرحيم 2007)⁸¹ من أن أسباب ودوافع التعرض للكاريكاتور لدى القراء تمثلت في تعبيره عن هموم الناس ومشاكلهم ثم سخريته من الأوضاع الحالية، والتسلية والترفيه، بعدها جمعه بين فن التعبير والنقد، ولأنه يتمتع بحرية كبير في النقد .

جدول (12)

يوضح مدى جاذبية الرسوم الساخرة عبر تلك الصفحات بالنسبة للمبحوثين

ن=100

درجة الاهتمام	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
جذابة	77	77%
جذابة إلى حد ما	20	20%
غير جذابة	3	3%
إجمالي المبحوثين	100	100%

يتضح من خلال الجدول السابق رقم (12) أن نسبة 77% من المبحوثين يرون أن الرسوم الساخرة عبر الصفحات محل الدراسة تجذب انتباههم ، وأن 20% منهم يرون أنها تجذب انتباههم إلى حد ما، بينما يرى 3% فقط أنها لا تجذب انتباههم، وأشارت إحدى المسؤولين عن تلك الصفحات أن أسباب عدم انجذاب البعض لتلك الرسوم قد يرجع في بعض الأحيان إلى استخدام ألفاظ خارجة عن الآداب العامة في بعض الرسومات الخاصة بصفحات الرجال "كيوميات زوج مطحون" كسبب في مقدمة أسباب عدم جذب الرسوم الساخرة لانتباه المبحوثين، ولعل ذلك يرجع للحياء الذي تتمتع به المرأة، وتتفق هذه النتيجة إلى حد كبير مع ما توصلت إليه الدراسة التحليلية الراهنة، ويتفق أيضاً مع ما توصلت إليه دراسة (غادة واكد 2013)⁸² حيث جاء استخدام ألفاظ خارجة في مقدمة أسباب عدم جذب الرسوم الكاريكاتيرية على الفيس بوك لانتباه المبحوثين من الإناث .

ويتضح من خلال الجدول رقم (13) ظهور اهتمام بمناقشة عينة الدراسة لموضوعات الرسوم الساخرة مع الغير حيث كانت فئة أحياناً أعلى نسبة 50% يليها فئة نادراً بنسبة 28%، ثم فئة نعم دائماً بنسبة 22% وهو ما يدل على وجود تجاوب مع تلك الرسوم حتى ولو كان على سبيل الفكاهة والضحك وهو من وجهة نظر الباحثة ما قد يؤدي تكراره إلى وجود تأثير نوعاً ما على العلاقة بين المرأة والرجل .

جدول (13)

يوضح مدى مناقشة المبحوثين لموضوعات الرسوم الساخرة مع الغير ن=100

درجة الاهتمام	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
نعم دائماً	22	%22
أحياناً	50	%50
نادراً	28	%28
لا	-	-
إجمالي المبحوثين	100	% 100

جدول (14)

يوضح مدى تأثير الرسوم الساخرة على علاقات المبحوثين داخل أسرهم ن=100

درجة الاهتمام	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
نعم دائماً	10	%10
أحياناً	22	%22
نادراً	24	%24
لا	44	%44
إجمالي المبحوثين	100	% 100

يتضح من خلال الجدول السابق رقم (14) تأرجح النسبة بين القبول والرفض من قبل عينة الدراسة حول مدى تأثير الرسوم الساخرة على علاقات المبحوثين داخل أسرهم، حيث كانت نسبة رفض وجود تأثير %44، وكانت نسبة قبول وجود تأثير %56 حيث كانت فئة نادراً ما يحدث تأثير بنسبة %24، ثم فئة أحياناً ما يحدث تأثير بنسبة %22، وأخيراً فئة نعم دائماً يحدث تأثير بنسبة %10 وهذا يدل على تذبذب ثقة العينة في مدى حدوث هذا التأثير.

جدول رقم (15)

يوضح مدى اتفاق المبحوثين مع الآثار المترتبة على متابعة الرسوم الساخرة عبر تلك الصفحات ن = 100

الاتفاق الآثار	درجة		موافق إلى حد		غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة	
	ك	%	ك	%	ك	%				
1. يرسخ سمات مشوهة لصورة الرجل	54	54%	35	35%	11	11%	2.43	0.68	موافق	
2. يحدث أثراً سلبية على العلاقات بين الرجل والمرأة	58	58%	32	32%	10	10%	2.48	0.67	موافق	
3. يرسخ سمات مشوهة لصورة المرأة	52	52%	28	28%	20	20%	2.32	0.79	إلى حد ما	
4. يكرس قيماً لا تحقق استمراراً للعلاقات الإنسانية بالمجتمع بشكل سوي	53	53%	32	32%	15	15%	2.38	0.73	موافق	
5. يجعل هناك خوف من الاقبال على الزواج	45	45%	40	40%	15	15%	2.3	0.71	إلى حد ما	
6. له تأثير على علاقة المرأة والرجل بالإيجاب	38	38%	46	46%	16	16%	2.22	0.7	إلى حد ما	
الاجمالي	100									

يوضح لنا الجدول السابق (15) مدى اتفاق المبحوثين مع الآثار المترتبة على متابعة الرسوم الساخرة عبر الصفحات محل الدراسة، ويتبين من الجدول أن الأثر الأول هو "يحدث أثراً سلبية على العلاقات بين الرجل والمرأة" حصل على أعلى نسبة موافقة وذلك بنسبة 90% بمتوسط 2.48، يليه "يرسخ سمات مشوهة لصورة الرجل" كأثر آخر في المرتبة الثانية بنسبة 89% بمتوسط 2.43، ثم يأتي أثر "يكرس قيماً لا تحقق استمراراً للعلاقات الإنسانية في المجتمع بشكل سوي" بمتوسط 2.38، ثم "يرسخ سمات مشوهة لصورة المرأة" بمتوسط 2.32، وأخيراً "يجعل هناك خوف من الاقبال على الزواج" بمتوسط 2.3، تلاها مباشرة أثر "له تأثير على علاقة المرأة والرجل بالإيجاب" بمتوسط 2.22، وهي نتيجة قد تبدو غريبة نوعاً ما ولكنها من

وجهة نظر الباحثة توضح أنه رغم فاعلية الرسوم الساخرة عبر الصفحات محل الدراسة في التبسيط والتسليية والفكاهة وجذب الانتباه وتلخيص المشكلة والتنقيس إلا أنها في المقابل بيئة خصبة لتشكيل الاتجاهات النفسية المؤثرة على العلاقات الاجتماعية الأسرية وهذا ما أكدته عينة الدراسة من أسباب لمتابعتهم لتلك الرسوم من خلال جدول رقم (11) وإدراكهم ووعيهم بما قد يترتب على تلك المتابعة من آثار حتى ولو كانوا لا يرونها تحدث معهم شخصياً إلا أنهم قلقين بشأنها وهذا ما أكدته موافقتهم على تلك الآثار.

وبذلك يتضح من الآثار السابقة التي قد تترتب على متابعة المبحوثين للرسوم الساخرة عبر الصفحات محل الدراسة الحقائق التالية :

1. أن الرسوم الساخرة قد يكون لها التأثير البالغ الذي قد يفوق آلاف الكلمات أو المقالات؛ لما تتسم به من إيجاز معجز، ومصاحبة الرسم للكلمة الساخرة، وما يتوافر لها من عناصر الجاذبية خاصة مع الشعب المصري الذي يتصف بأنه شعب ساخر يعنى بالنكتة، ويجعلها متنفساً لما يرفضه من أمور .
2. إن التكرار المستمر لأي رسالة اتصالية يحدث تأثيراً تراكمياً من شأنه أن يؤثر بشكل ما في نظرة أي فئة تجاه الأخرى، ولصورة العلاقة التي يجب أن تسود بينهما، وهذا ما قد تحدثه تلك الرسوم محل الدراسة من خطورة على العلاقات الاجتماعية عامة، والأسرية على وجه الخصوص .. حتى لو كان ذلك على سبيل التكه و الدعابة، أو الهزل وهو ما يحتاج إلى دراسات مستقبلية متأنية للتأكد منه .
3. أنه يمكن أن يكون للرسوم الساخرة كمادة رأي جاذبيتها وإحاحها اليومي وتأثيرها بشكل أو بآخر في تشكيل الصور الذهنية، وفي تكوين الاتجاهات والمواقف الاجتماعية، التي تؤثر بدورها في العلاقة الثنائية بين الرجل والمرأة داخل مؤسسة الزواج، وترسخ بعض الملامح السلبية لهذه المؤسسة . وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (أسماء حافظ 2015)⁸³ من وجود ترسيخ لتنميط نوعي يتضح في صورة المرأة في رسوم الكاريكاتير بالصحف وما يتضمنه ذلك تكريس الصور السلبية وتدعيم فكرة تبعية المرأة للرجل، وكذلك دراسة (عزة كامل 2008)⁸⁴ التي استعرضت مدى الاساءة الكبيرة للمرأة من رسامي الكاريكاتير

الذين يعملون علي ترسيخ صورة المرأة النمطية والتقليدية وهي انشغالها بالتسويق أو انتظارها للعريس أو حتي قضاؤها الوقت بالنميمة والكلام .من خلال الرسوم الكاريكاتيرية .

جدول رقم (16)

يوضح طرق تفاعل المبحوثين مع الرسوم الساخرة بالصفحات محل الدراسة

ن=100

اتجاه العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبدأ		أحياناً		دائماً		معدل التفاعل طرق التفاعل
			%	ك	%	ك	%	ك	
دائماً	0.53	2.39	2%	2	57%	57	41%	41	1. أكتفي بالإطلاع علي الرسوم الساخرة
أحياناً	0.6	1.88	25%	25	62%	62	13%	13	2. أتابع الرسوم الساخرة الموجودة علي الصفحة وأقوم بالتعليق عليها
أبدأ	0.62	1.45	62%	62	31%	31	7%	7	3. أقوم بوضع رسم ساخر آخر حول الموضوع المعروض
أحياناً	0.56	2.11	11%	11	67%	67	22%	22	4. أقوم بعمل (share) للرسم الساخر
دائماً	0.56	2.49	3%	3	45%	45	52%	52	5. إبداء الإعجاب بالرسوم الساخرة بالضغظ أعجبيني Like
أحياناً	0.53	2.23	5%	5	67%	67	28%	28	6. قراءة تعليقات الزوار
أحياناً	0.65	1.8	33%	33	54%	54	13%	13	7. نشر نفس الرسوم الساخرة على صفحات التواصل الاجتماعي الأخرى
أحياناً	0.69	1.89	30%	30	51%	51	19%	19	8. تبادل نفس الرسوم الساخرة مع الآخرين عبر برامج الاتصال اللاسلكي (واتس آب - سكايب ...)
								100	الاجمالي

وبالنظر إلى الجدول رقم (16) يتبين لنا أن أكثر طريقة مستخدمة للتفاعل مع الرسوم الساخرة بالصفحات محل الدراسة هي (إبداء الإعجاب بالرسم الساخر بالضغظ على Like) وذلك بنسبة 52% دائماً و45% أحياناً أي بمتوسط 2.49 ، يليها (الاكتفاء بالإطلاع علي الرسوم الساخرة المطروحة بالصفحة) بمتوسط 2.39

حيث فئة دائما 41% وأحيانا 57%، بإجمالي نسبة 97%، أما في المرتبة الثالثة فيفضل (قراءة تعليقات الزوار) بمتوسط 2.23 حيث 28% وفئة أحيانا 67% مما يوضح أهمية التعليق لأنه يعزز التفاعلية بين المبحوثين والرسوم الساخرة والذي يسهم في إعطاء الرسوم الساخرة ثراءً، وفي المرتبة الرابعة جاء القيام بعمل (share) للرسوم الساخرة بنسبة 22% دائما و 67% أحيانا بمتوسط 2.11، يليها تبادل نفس الرسوم الساخرة مع الآخرين عبر برامج الاتصال اللاسلكي (واتس آب - سكايب ...) بنسبة 19% دائما و 51% أحيانا و بمتوسط 1.89، وهي نسب عالية تؤكد الطرق التي يتفاعل بها المبحوثون مع الرسوم الساخرة. ثم يأتي في آخر الطرق تفضيلاً للتفاعل مع الرسوم الساخرة كل من : أتابع الرسوم الساخرة الموجودة علي الصفحة وأقوم بالتعليق عليها"، يليها نشر نفس الرسوم الساخرة على صفحات التواصل الاجتماعي الأخرى، وأخيراً القيام بوضع رسم ساخر آخر حول الموضوع المعروض بنسبة 7% دائما و 31% أحيانا أي بنسبة 38% و بمتوسط 1.45.

وبذلك يمكن إجمال ترتيب الطرق المستخدمة للتفاعل مع الرسوم الساخرة عبر الصفحات محل الدراسة في: (الإطلاع، الاعجاب، قراءة التعليقات، المشاركة، المتابعة والتعليق، تبادل الرسوم عبر برامج الاتصال وعبر صفحات التواصل الاجتماعي الأخرى وأخيراً إنتاج رسم ساخر آخر ونشره) مما يجعل الرسم الساخر أكثر انتشاراً وتفاعلاً لدى كثير من المتصفحين، وهو ما ساعد من وجهة نظر الباحثة على انتشار الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك، حيث تعتبر سهولة إنتاج ونشر، وإعادة نشر الرسوم الساخرة ومشاركة التحديثات بأيسر السبل وفي فترة زمنية وجيزة من الأسباب المساهمة في سرعة انتشار الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك،.

جدول رقم (17)

يوضح العناصر التي تجذب انتباه المبحوثين في الرسوم الساخرة عبر تلك

الصفحات ن =100

(يتم اختيار أكثر من بديل مع الترتيب)

العناصر	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
الألوان	21	21%
شكل الرسم الساخر	41	41%
موضوع الرسم الساخر	69	69%
فكرة الرسم الساخر	69	69%
نوع التعليق	24	24%
لغة التعليق	17	17%
وجود شخصية مشهورة بالرسم الساخر	22	22%
النكتة والفكاهة	61	61%

تبين من خلال الجدول السابق رقم (17) أن أكثر العناصر التي تجذب انتباه المبحوثين للرسوم الساخرة هي فكرة الرسم الساخر وموضوعه إذ حصل على نسبة تكرارات 21.3% لكل منهما، مما يدل على أهميتهم في استمرار متابعة الرسوم والتفاعل معها، فيما حصل عنصر النكتة والفكاهة على المرتبة الثانية بنسبة 18.8% ويعكس هذا أهمية الفكاهة والنكتة عند عرض الرسم الساخر فهي تضيف بعداً مرحاً للموضوع وتجعله حياً بشكل كبير . ثم جاء بعد ذلك شكل الرسم الساخر بالمرتبة الثالثة بنسبة 12.7%، فيما حصل نوع التعليق وعنصر وجود شخصية مشهورة بالرسم الساخر وعنصر الألوان ولغة التعليق على أقل نسب مئوية 7.4% و 6.8% و 6.5% و 5.2% .

جدول (18)

يوضح العوامل التي تساعد المبحوثين على فهم الرسوم الساخرة عبر تلك

الصفحات ن =100

درجة الاهتمام	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
رسم ساخر مع تعليق	44	44%
الشخصية التي تصور الواقع	4	4%
البساطة في طرح الفكرة	47	47%
إبراز جوانب مهمة في الرسم	4	4%
أخرى تذكر	1	1%
إجمالي المبحوثين	100	100%

يتضح من خلال الجدول السابق رقم (18) أن البساطة في طرح الفكرة من أهم العوامل التي تساعد المبحوثين على فهم الرسوم الساخرة عبر تلك الصفحات حيث حصلت على المرتبة الأولى في الترتيب بنسبة 47%، وحصل الرسم مضاف إليه تعليق على المرتبة الثانية بنسبة 44%، بينما جاءت عوامل الشخصية التي تصور الواقع وابرز جوانب مهمة في الرسم في درجات متدنية من التكرارات في حين لم يتم اختيار الرسم فقط كعامل من العوامل التي تساعد على فهم الرسوم الساخرة وهذا يوضح طبيعة المبحوثين فهم يبحثون عن الطرق الواضحة والبعد عن التخمين وتأكيد أهمية التعليق المصاحب للرسم الساخر .

جدول (19)

يوضح مدى تفضيل المبحوثين لوجود تعليق مصاحب للرسوم الساخرة عبر تلك الصفحات ن=100

مدى التفضيل	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
نعم	89	89%
لا	11	11%
إجمالي المبحوثين	100	100%

يتضح من خلال الجدول السابق رقم (19) ارتفاع تفضيل المبحوثين لوجود تعليق مصاحب للرسوم الساخرة عبر الصفحات محل الدراسة وذلك بنسبة 89% في مقابل 11% فقط يشير إلى تفضيل عدم وجود تعليق، مما يدل على أهمية وجود تعليق حيث أنه بدون وجود تعليق ربما يؤثر على وصول مضمون الرسم إلى القراء، أو يصبح غير مفهوم أو قابلة للتأويل .

جدول (20)

يوضح أسباب تفضيل المبحوثين لوجود تعليق مصاحب للرسوم الساخرة عبر

تلك الصفحات ن = 89

(يتم اختيار أكثر من بديل مع الترتيب)

اسباب التفضيل	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
لأنه يكمل الرسم	27	30.3%
لأنه يزيد من السخرية و الفكاهة	33	37%
لأنه يوضح المعنى	29	32.6%
يزيد من سرعة الفهم و التفاعل	39	43.8%
يزيد من التركيز على القضية المطروحة	22	24.7%
إضفاء صفة التبسيط على القضية التي يطرحها الرسم الساخر	20	22.5%

يتضح من خلال الجدول السابق رقم (20) أسباب تفضيل المبحوثين لوجود تعليق مصاحب للرسوم الساخرة عبر الصفحات محل الدراسة حيث قام المبحوثين باختيار أكثر من سبب للتفضيل، فكان سبب "يزيد من سرعة الفهم والتفاعل" في الترتيب الأول بنسبة 43.8% من إجمالي المبحوثين، يليه سبب "لأنه يزيد من السخرية و الفكاهة" بنسبة 37%، ثم سبب "لأنه يوضح المعنى" بنسبة 32.6%، يليها سبب "لأنه يكمل الرسم" بنسبة 30.3%، ثم تأتي أسباب "يزيد من التركيز على القضية المطروحة" و "إضفاء صفة التبسيط على القضية التي يطرحها الرسم الساخر" وذلك بنسب متقاربة 24.7%، 22.5% وهو ما يوضح إدراك المبحوثين لأهمية مصاحبة التعليق مع الرسم الساخر.

ويوضح الجدول رقم (21) قدرة 23% من عينة الدراسة المساهمة في إعداد رسوم ساخرة بأنفسهم عبر صفحات الفيس بوك، في مقابل أوضح 77% عدم إعدادهم لمثل هذه الرسوم بأنفسهم والاكتفاء بطرق التفاعل الأخرى مع الرسوم الساخرة عبر الصفحات محل الدراسة أو الاستعانة برسومات من صفحات أخرى.

جدول (21)

يوضح مدى مساهمة المبحوثين في إعداد رسوم ساخرة بأنفسهم عبر صفحات

الفيس بوك ن = 100

مدى المساهمة	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
نعم	23	23%
لا	77	77%
الإجمالي	100	100 %

جدول (22)

يوضح عدد مرات مساهمة المبحوثين في إعداد رسوم ساخرة بأنفسهم عبر

صفحات الفيس بوك ن = 23

عدد مرات المشاركة	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
مرة	7	30.4%
مرتين	1	4.3%
ثلاثة	1	4.3%
أكثر من ذلك	14	61%
الإجمالي	23	100 %

ويوضح جدول رقم (22) عدد مرات مشاركة عينة الدراسة في إعداد رسم ساخر عبر صفحات الفيس بوك، حيث ظهر مساهمة عينة الدراسة في إعداد رسم ساخر أكثر من ثلاث مرات بنسبة 61% من إجمالي المبحوثين الذين يقومون بإعداد رسوم ساخرة بأنفسهم، يليها اعداد رسم ساخر مرة واحدة بنسبة 7%، وتساوت نسبة من قام بإعداد رسم ساخر بنفسه مرتين أو ثلاثة بنسبة 4.3 % لكل منهما .

جدول (23)

يوضح أسباب مساهمة المبحوثين في إعداد رسوم ساخرة بأنفسهم عبر صفحات الفيس بوك

(يتم اختيار أكثر من بديل) ن = 23

الأسباب	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
سهولة التعامل مع الرسومات	3	13%
توفر العديد من المواقع المجانية لعمل الرسوم الساخرة	5	21.7%
توفر برامج تنفيذ رسوم ساخرة وكاريكاتير	6	26%
عدم وجود قيود على النشر	6	26%
اختبار موهبتي بحرية	6	26%
التجربة	13	56.5%

يتضح من الجدول السابق رقم (23) أن أسباب إعداد بعض المبحوثين من عينة الدراسة للرسوم الساخرة بأنفسهم عبر صفحات الفيس بوك تمثلت على التوالي فيما يلي: جاء "التجربة" في المرتبة الأولى بنسبة 56.5%، تلاها كل من "توفر برامج لتنفيذ الرسوم الساخرة" و "عدم وجود قيود على النشر" و "اختبار موهبتي بحرية" بنسبة 26% لكل منهم، ثم "توفر العديد من المواقع المجانية لعمل الرسوم الساخرة" بنسبة 21.7%، وأخيراً "سهولة التعامل مع الرسومات" بنسبة 13%.

ويتضح من الأسباب السابقة الحقائق التالية:

1. يعد توفر البرامج التطبيقية والمواقع المجانية لعمل الرسوم الساخرة أحد الأسباب الرئيسية في مساهمة بعض المبحوثين في إعداد رسوم ساخرة بأنفسهم .
2. لعب سبب التجربة دوراً مهماً في جذب بعض المبحوثين للمساهمة في إعداد رسوم ساخرة عبر الفيس بوك خاصة مع عدم وجود قيود للنشر أو تكلفة مادية .

جدول (24)

يوضح أكثر التطبيقات المستخدمة في إعداد المبحوثين للرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك

(يتم اختيار أكثر من بديل) ن = 23

التطبيقات	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
برنامج فوتوشوب	16	69.5%
برنامج Toon Face Maker	7	30.4%
برنامج MomentCam cartoons	5	21.7%
برنامج Funny Photo Maker	5	21.7%
أخرى تذكر	7	30.4%

يوضح الجدول السابق رقم (24) أن تطبيقات إعداد الرسوم الساخرة التي يفضل المبحوثين استخدامها جاء ترتيبهم لها على التوالي: برنامج الفوتوشوب المرتبة الأولى بنسبة 69.5% من إجمالي المبحوثين ، تلاها برنامج Toon Face Maker بنسبة 30.4% ثم برنامج MomentCam cartoons، و برنامج Funny Photo Maker بنسبة 21.7% لكلا منهما، وأخيراً أخرى تذكر بنسبة 30.4% حيث اختار بعض المبحوثين ببرامج أخرى ومواقع الكترونية مجانية لتصميم الرسوم الساخرة مثل برنامج Picsart، وبرنامج PhotoScape، وموقع cartoonize .

جدول (25)

يوضح أسباب عدم مساهمة المبحوثين في إعداد رسوم ساخرة بأنفسهم عبر صفحات الفيس بوك

(يتم اختيار أكثر من بديل) المبحوثين = 77

أسباب عدم المساهمة	التكرارات (ك)	النسب المئوية (%)
لا أعرف كيف يتم ذلك	37	48%
ليس لدى فكرة عن برامج الرسم أو طريقة عملها	23	29.9%
اكتفي بالمشاهدة أو التعليق فقط	45	58.4%
لا أشعر بجدوى ذلك	10	13%

ويوضح من الجدول السابق رقم (25) أن أسباب عدم مساهمة بعض المبحوثين من عينة الدراسة في إعداد اي رسوم ساخرة عبر الفيس بوك تمثلت على التوالي فيما يلي: جاء "اكتفي بالمشاهدة أو التعليق" في المرتبة الأولى بنسبة

58.4%، يليها "لا أعرف كيف يتم ذلك" بنسبة 48%، ثم "ليس لدي فكرة عن برامج الرسم أو طريقة عملها" بنسبة 29.9%، وأخيراً "لا أشعر بجدوى ذلك" بنسب 13%.

ويتضح من الأسباب السابقة أنه عدم معرفة طريقة تنفيذ الرسوميات وعدم وجود فكرة عن برامج الرسم من الأسباب الرئيسية في عدم مشاركتهم في إعداد رسومات بأنفسهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويتضح من ذلك أنه في حال انتشار برامج الرسم والمواقع المجانية الخاصة بذلك يمكن تجربة اعداد رسومات خاصة وأن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح النشر دون قيود .

ثانياً : نتائج الدراسة الكيفية (المقابلة) :

وفي هذا الإطار تثار عدة تساؤلات هامة حول الرسوم الساخرة عبر الفيس بوك وتناولها لقضية العلاقة بين المرأة والرجل كان أهمها : هل هناك انتشار للرسوم الساخرة داخل تلك الصفحات عبر الفيس بوك ؟ وهل هناك خصوصية لتصميم تلك الرسوم ؟ وهل اختلاف الوسيط خلق أشكال جديدة لتلك الرسوم ؟ وهل لها تأثير على علاقة المرأة بالرجل؟ وإزاء تلك التساؤلات المطروحة في مجملها عن تلك الصفحات الكوميدية وانتشار الرسوم الساخرة بها وتأثيرها على علاقه المرأة بالرجل، فلا بد لنا أن نُلقي نظرة على جانب أساسي وهو تصميم تلك الرسوم الساخرة من خلال أداة المقابلة المتعمقة أي الحوار المفتوح مع مسؤولي تلك الصفحات الكوميدية، والتي تعد أداة ضرورية في هذه الدراسة لا غنى عنها لأنها مكتملة للاستبيان . لذا سيتم تقديم خلاصة أقوال المبحوثين في المقابلات التي أجريت معهم، من واقع خبراتهم .

1) نشأة الصفحات الكوميدية عبر الفيس بوك الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل وأهدافها:

أكد مسؤولي الصفحات عينة الدراسة على انتشار الصفحات الاجتماعية الكوميدية التي تحمل مضموناً ساخراً في ظل التقنيات والتطورات التكنولوجية التي أتاحتها تطبيقات موقع فيس بوك، ومن القضايا والموضوعات التي عالجتها رسوم القضايا الاجتماعية قضية علاقة المرأة بالرجل في الحياة الزوجية، وذلك من خلال كيفية تعامل الرسوم الساخرة من وجهة نظرهم مع هموم ومشكلات المرأة وعلاقتها

بالرجل والعكس كنوع من السخرية في إيجاد الحل الأمثل، فظهرت صفحات فيسبوكية تهون على السيدات والرجال على حد سواء .

وقد جاءت الصفحات الكوميدية النسائية كصفحة "يوميات زوجة مفروسة" صفحة كوميدية اجتماعية على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، وزاد انتشارها حيث قارب عدد مشتركها على الـ 4 مليون مشترك - وقت إجراء هذه الدراسة - حتى أصبحت من أكبر الصفحات النسائية وهي صفحة تناقش كل مشاكل واهتمامات المرأة سواء العاملة أو ربة المنزل، وحول هدف الصفحة وسبب إنشائها أوضحت رؤى كمال⁸⁵ أنها كانت تبحث عن نفسها بعيدا عن ضغوط الحياة وهو ما لا يخصها وحدها على حد قولها ولكن بكل النساء، ويتفاوت شدته من سيدة لأخرى، وهذا ما لاحظته في نقاشها مع صديقاتها حول مشاكلهم اليومية، حيث أنهم يواجهون نفس المشاكل باختلاف السن والاسم والعمر والشخصية ولكن محتوى المشكلات تظهر واحدة وكأنهم - وفقاً لقولها - جميعا متزوجات من نفس الرجل، وقتها قررت إنشاء صفحة تتحدث عن مشاكل المرأة والمواقف التي تواجهها في حياتها اليومية بطريقة كوميدية كمحاولة للتخفيف من حدة المشاكل بصياغتها في إطار فكاهي وأيضا كرسالة للزواج أن يشعروا بمعاناتها ونفسياتها التي تتأثر كثيرا من تصرفاتهم أحيانا لعلهم يشعرون بما تشعر ويقوموا بتغيير سلوكياتهم الخاطئة أو طريقة إدارتهم للعلاقات الأسرية .

وأضافت شيرين مدحت⁸⁶ أنها أسست صفحة «يوميات زوجة مطحونة»، هرباً من متاعب "عش الزوجية" إلى الواقع الافتراضي لتتابع وتناقش كل تفاصيل المشكلات الزوجية، وتتنقد الزوج بطريقة لائقة لتجنب أفعاله غير المحببة والمستمرة في حق الزوجة من خلال الرسوم الساخرة .

أما مؤسسي صفحة⁸⁷ «يوميات زوجة طالع عينها» فقررروا تأسيس صفحة كوميدية ترفيهية كمحاولة لرسم الضحكة حتى ولو كانت تريقة على حالهن على حد قولهن بسبب معاناة السيدات في بيوتهن .

وفي مقابل الصفحات النسائية ظهرت صفحات خاصة بالرجال تتحدث عن معاناتهم اليومية المطحونة، لتنافس العديد من الصفحات النسائية على فيس بوك، ومن تلك الصفحات صفحة "يوميات زوج مطحون"⁸⁸ وهي صفحة تطالب بحقوق

الرجال، وتدافع عن الأزواج «المطحونين»، ردًا على الصفحات النسائية من وجهة نظر ذكورية بطريقة كوميدية على سبيل الفضفضة، والتي تحكي المواقف اليومية التي تقابل الزوج مع زوجته وتسبب له مضايقات نفسية فضلاً عن الأعباء الحياتية اليومية، ففكرة هذه الصفحات قائمة على أن تكون منبرًا ولسانًا يتحدث بالنيابة عن الرجال، الذين يعانون من نفس الضغوط، فجاءت فكرتها . على حد قولهم . من «الطحنة النفسية والمعنوية التي يتعرض لها الزوج في البيت والشغل»، فضلاً عن المواقف اليومية التي تقابل الزوج مع زوجته، والتي تسبب له مضايقات نفسية، وهذا ما أكد عليه مسئول صفحة "يوميات زوج مفروس"⁸⁹ وهي صفحة اجتماعية ترفيهية، حيث قامت فكرة الصفحة على أساس أن تكون منبرًا ولسانًا يتحدث بالنيابة عن الرجال، الذين يعانون من نفس الضغوط، فهي تواجه السيدات بالمشكلات التي تؤرق أزواجهن، وتسبب لهم الضغوط .

(2) التعرف على أسباب اهتمام مسئول الصفحات محل الدراسة بالرسوم الساخرة .

أكد أغلب مسئول الصفحات على أن مستخدمو الفيس بوك في الفترة الأخيرة اتجوا إلى التعبير عن آرائهم الخاصة وعن مطالبهم ورغباتهم وأحلامهم وتطلعاتهم باستخدام أسلوب النكتة والسخرية أو الرسم المضحك الساخر، الذي يعكس مدى رغبتهم في التواجد ولو بشكل فكاهي لنقل أفكارهم إلى الجميع، أو حتى توضيح أسلوب الاستهجان والرفض نحو تفاصيل الحياة اليومية، حيث أصبحت تنتقد الزوجة التي تحلم بالرومانسية من رجل لا يحسن ترتيب الكلام "المنمق" في شكل رسوم ساخرة .

فترى إحدى مسئول الصفحات محل الدراسة أن استخدام الرسوم يعتبر تنفيساً عن الضغوط الاجتماعية والنفسية مضيئةً أن التنفيس عن هذه الضغوط يأخذ أشكالاً متعددة منها السخرية، سواء كانت على شكل النكتة أو رسم "الكاريكاتير"، وأضافت أخرى أن هناك شريحة من المجتمع تستخدم "الكوميديا" وخفة الظل في التعبير عن الفرح أو السرور أو الحزن .. إلخ .

فالرسوم الساخرة من وجهة نظر مسئول الصفحات هي فن البسمة الأقرب إلى الجماهير بمختلف مستوياتهم، والأسلوب الأسهل في الوصول والتأثير في الجمهور، كما أنها تلفت انتباه مستخدمي الصفحات أكثر من النصوص المكتوبة،

والأفضل في التعبير عن المواقف، حيث ذهبت صفحاتهم لنشر رسوم ساخرة تعبر عن توجهات وآراء المسئول عن الصفحة وإدارة حوار مع الأعضاء حولها . على اعتبار أنه فن يجمع بين شيئين الرسم والتعليق وله فاعليته الكبرى في إبراز السلبيات بطريقة فنية سهلة وممتعة للمتلقين، وتعبير عن حدث أو فكرة أو موقف باستخدام الرسم والكتابة بقصد لفت الانتباه إلى أمر محمود ينبغي دعمه، أو تسليط الضوء على سلبية معينة ينبغي العمل على معالجتها.

كما أن استخدام الرسوم الساخرة - من وجهة نظر مسئول الصفحة - أسلوب موجود في يومياتنا وحياتنا العامة بشكل واضح، حيث أشار أحد مسئول الصفحة إلى أنه مع تطور "التكنولوجيا"، وبالذات انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أصبح الشخص يميل إلى استخدام الأسلوب المباشر في طرح فكرته أو رأيه اختصاراً للوقت، فاستخدام النكت والرسم الساخر تفوق على الاختصار في العرض للموضوع، ومثل هذا أفضل كونه يتميز بالاستمرار وسرعة الانتشار .

(3) طريقة تصميم الرسوم الساخرة ونشرها عبر صفحاتهم .

حرص أغلب مسئول الصفحة على أن يقوموا بأنفسهم بتصميم الرسوم والصور الساخرة ليعبروا بها عن معاناة الأزواج والزوجات في مواقف الحياة المختلفة، مؤكداً على أن التكنولوجيا الموجودة حالياً ساهمت كثيراً في سهولة وسرعة نقل الأفكار، خاصة وأن الفيس بوك من المواقع الأساسية التي ساعدت على ذلك، وكذلك انتشار العديد من البرامج التي تتيح إنتاج مثل هذه الرسوم بسهولة ويسر بوجود الفكرة التي يمكن الوصول إليها - على حد قول أحد المسئولين - من البحث في الصور والرسوم المختلفة عبر شبكة الانترنت ثم التعامل معها من خلال برامج الصور حتى يتم الوصول للشكل المطلوب ووضع التعليق المناسب عليها، وتعددت أسماء البرامج التي ذكرها المسئولين على الصفحات مثل برنامج تصاميم 2، وبرنامج فوتوسكيب Photoscape، وبرنامج فوتو جريد Photo Grid صانع الكولاج وجميعها برامج مجانية للصور والرسوم تحتوي على الكثير من الأدوات والمؤثرات الخاصة، فهي تحتوي على كل ما يحتاجونه على حد قولهم من أجل عرض وتحسين وتعديل الصور والرسوم، وفي الحقيقة فهي تعد بدائل لبرنامج الفوتوشوب لأنها أسهل وأبسط في التعامل وأكثر متعة في تحرير الصور، هذا بالإضافة إلى قص ولصق الصور

والكتابه عليها وزيادة جودتها، وهو ما يساعد على تقديم تصميمات أفضل في مدة زمنية أقصر .

وذكر أحد المسؤولين على الصفحات محل الدراسة أنه يبحث عنها على الفيس بوك ويختار منها ما يوضح معاناة زوج بطريقة كوميدية ساخرة، باستخدام مقتطفات من أفلام أو مسرحيات، وتكون معبرة عن نظرة الرجل للزواج التي تختلف تماماً عن نظرة المرأة ويقتبسها لنشرها من خلال الصفحة .

4) إدراك مسؤولي الصفحات للتغيرات التي طرأت على الرسوم الساخرة عبر الفيس بوك .

تبين من خلال المقابلات اتفاق مسؤولي الصفحات على أن اختلاف الوسيط الاتصالي جعل هناك تغييرات عديدة طرأت على الرسوم الساخرة عبر الفيس بوك، فمن وجهة نظرهم أن الفيس بوك بالفعل من أسهل وأسرع طرق انتشار الرسوم الساخرة بصفة عامة، كما أنه وفر مميزات التفاعلية التي تتيح جذب المزيد من المستخدمين والتواصل معهم بشكل مستمر والاستفادة من تعليقاتهم في تولد أفكار لرسم أخرى عن مواقف أخرى من الواقع، هذا بالإضافة إلى تنفيذ المستخدمين أنفسهم لأفكار عديدة من خلال البرامج المتنوعة المنتشرة عبر شبكة الانترنت، حيث يتم نشر التصميمات التي يرسلها المعجبين بالصفحة مما يجعل هناك كثرة وتنوع في الأفكار، مع امكانية عمل مشاركة share للرسوم على الصفحة ونقلها للصفحات الأخرى مما يزيد من انتشاره، هذا بالإضافة إلى امكانية المراجعة والإضافة والتعديل على الرسم الساخر التي تتيحها إمكانيات النشر الالكتروني .

وذكرت إحدى المسؤولين أن الرسوم الساخرة عبر صفحاتهم على الفيس بوك تكون معبرة عن المواقف والواقع الذي يعيشه الكثير، كما أنها تقدم نوع من الفكاهة لنسيان هموم ومتاعب الحياة مما يزيد من عدد المتابعين، وتميزت تلك الرسوم بظهور تصميمات مختلفة جذابة للمستخدمين ولم نراها في الصحف من خلال إدخال المشاهد الحية أو الأعمال الدرامية الكوميدية واستخدام لقطات من صور حية مع التعليقات الساخرة وفقاً للموقف، مما يسهل وصول المعلومة بشكل سهل، فاستخدامها يدفع المشاهد لتذكر أحداث الموقف أو المشهد أو الفيلم المأخوذ منه تلك المشاهد

وربطها بالموقف القائم والحصول على المغزي من تلك الصور بسهولة وبطريقة ممتعه ومضحكة .

5) الاستجابة للرسوم الساخرة عبر صفحاتهم من قبل المستخدمين والتفاعل مع تلك الرسوم .

أوضح مسئولو صفحة "يوميات زوجة مفروسة" أن الصفحة لاقت استحساناً ومتابعة من ملايين السيدات والفتيات، حيث بلغ عدد متابعيها أكثر من 3.5 مليون حتى كتابة هذه السطور، مؤكدين أنها أصبحت أكبر صفحة كوميدية نسائية على الفيس بوك، ويوجد بها من الأعضاء الرجال ما يتعدى 100 ألف رجل، حيث أن الصفحة من وجهة نظرهم تعد رغبة بالتخفيف من حدة ضغوطات الحياة ومآسيها، التي أصبحت فيها الأخبار السياسية وصعوبة تكاليف المعيشة تقلل من فرص الشعور بالراحة في الحياة، فيهرب منها الجميع بالضحك .

وأوضح تيمور السبكي أن الصفحة التي أصبحت «لسان حال الرجال»، وتعبّر عن أوجاعهم النفسية والعصبية، لاقت متابعة شديدة من السيدات وتفاعل كبير مع الصفحة لنشاطها الكوميدي الساخر، ورغم إلقائها على عيوب النساء، والسخرية من تصرفات وردود أفعالهم في المواقف المختلفة اليومية التي تحدث في كل منزل، والتي تتمثل في «الزن والنكد والمتطلبات المادية والشك والغيرة»، وعلى الرغم أيضاً من وجود صفحات نسائية منافسة، فالصفحة قارب عدد متابعيها على المليون، حتى وقت إجراء الدراسة .

كما أكد مسئولاً صفحة "يوميات زوجة مطحونة" أن الصفحة لاقت استحسان ومتابعة الآلاف من مستخدمي «فيس بوك»، وخاصة من السيدات اللاتي يعانين من مشكلات أزواجهن المستمرة، حيث بلغ عدد المتابعين 251 ألف و 181 متابع حتى إجراء هذه الدراسة، كما أنهم يستفيدون من تعليقات القراء، والروابط والصور المصاحبة، وكذلك الحال بالنسبة لصفحة "يوميات زوجة طالع عينها" فقد لاقت استحسان ومتابعة الآلاف حيث تخطت 140 ألف متابع، وذكر أحد المسئولين أن وسائل التواصل الاجتماعي ليس لها قاعدة للتحكم في نسبة الإقبال من المستخدمين، ففي بعض الأحيان رسومات عادية تحقق معدلات عالية من الانتشار وتفاعل كبير

من قبل المتابعين سواء بالإعجاب أو التعليق أو المشاركة أو نقل البوست عبر صفحات أخرى.

حيث تذكرت شرين مدحت أحد الرسوم التي نال إعجاب الكثير وأخذ تعليقات كثيرة، فكان الرسوم الساخر يتحدث عن الزوج وهو يقول لزوجته "لما جوزك يقولك ايه اللي ناقصك بتاكلني وبتشربي وبتاخدي مصاريفك انتي وعيالك عايزة ايه" فترد الزوجة مع استخدام صورة من للفنانة هند صبري في فيلم "أحلى الأوقات" "عاوزه ورد يا ابراهيم"

6) طبيعة الموضوعات والمواقف التي يتم تناولها عبر الصفحات من خلال الرسوم الساخرة وكيفية الوصول لأفكارها .

ذكر أحد مسئولو الصفحات محل الدراسة أن الأفكار يمكن أن تأتي واقعية ثم تتحول لرسوم، وضرب مثال على كلامه بأن هناك فكرة أتت له عندما كان جالساً مع أحد أصدقائه على الفيس بوك وفجأة دخلت زوجته فعمل كوميكس واقعى على حد قوله قائلاً "وبصتلها وقلت بصوت سعيد صالح في مدرسة المشاغبين "حكومة ياولا"، فضحكت وضحكت.. ونفذت الكوميكس ونال إعجاب متابعيين كثر، وفي اليوم التالي كان يروي لصديقه الموقف، فسأله وماذا حدث بعد ذلك فقال له "تقرير الإسعاف يقول كدمات أدت إلى غيبوبة" فضحكوا كثيراً وهكذا يمكن للأفكار أن تأتي من المواقف الحياتية اليومية .

وأكد معظمهم على أن الرسوم الساخرة تعرض فكرة أن الزواج فى عيون الرجال يختلف تماماً عن الزواج فى عيون المرأة، فلكل منهم نظرة مختلفة للزواج ومميزاته وعيوبه يتم عرضها في شكل ساخر عبر الصفحات، وطالبت إحداهم كل صديقاتها بكتابة مواقفهن الحياتية، موضحةً أن الصفحة تطورت من "فضفضة ستات" بسيطة، إلى صفحة تناقش كل مشاكل واهتمامات المرأة سواء العاملة أو ربة المنزل عبر لقطات ساخرة تعبر عن معاناة الزوجات، وأفكار ساخرة كثيرة تنشرها دائما هذه الصفحات للتحدث عن أعباء الزوجات وأعباء المنزل التي لا تنتهى، وهو ما تحاول الصفحة الحديث عنه بطريقة ساخرة للتخفيف عن الزوجة المصرية، فتبدأ في أخذ تعليقات الأزواج في بعض مواقف الحياة اليومية، فالزوج من وجهة نظرهم "يعود إلى المنزل لا يلفظ إلا بكلمات معروفة وثابتة منها "بتعملى إيه طول اليوم فى

البيت" و"هو إنتى بتعملى ايه أزيد من كل الستات" و"على فكرة اللى بتعمله أنا أعمله فى 5 دقائق" و"أصلك ست مرفهة" ويبدأ فى تركيب مثل تلك التعليقات على صور ومواقف درامية ساخرة من الأفلام وعرضها على الصفحات، كنوع من التخفيف والمواساة بشكل مختلف.

وفى المقابل وعلى النقيض كانت الصفحات الكوميديّة الرجالية التي يرى مسئولوها على حد قولهم "الزوج بيبقى مطحون طول النهار فى الشارع وفى الشغل وفى التفكير فى مسؤولية أسرته ومفروض لما يرجع البيت يلاقى البيت راحة وسكينة وهدوء، لكن هو بيرجع يلاقى العكس فى البيت.. يلاقى مراته الزنانة والشكاكة والشكاية والنكديّة، بخلاف المشاكل والخلافات الزوجية والمادية.. فتبقى طحنة فى الاتنين ومفيش راحة بالنسبة له" فيتم تصوير تلك المواقف بصورة مواقف كوميديّة ساخرة .

(7) المواقف التي أثارت ردود فعل أكبر من وجهة نظرهم، وأولويات اهتمامهم فى رسومهم عبر صفحاتهم .

أكد الجميع على أن أكثر الرسوم الساخرة التي تحصل على تفاعل كبير من المتابعين هي الكوميديّة الساخرة عن حال الزوجة والزوج داخل البيت المصرى والمواقف التي يتعرض لها كل منهما، مشيرين إلى أن المشكلات التي يتم عرضها تمس الواقع وفى نفس الوقت تساعد على صناعة الابتسامة، حيث إنهم يقومون بعرض المشكلات والمتاعب التي تواجه الطرفين بطريقة تهون عليهم .

وذكرت إحدى مسئولي صفحة يوميات زوجة مفروسة أن أكثر الرسوم الساخرة التي أثارت ردود فعل أكبر هي صورة السخرية من وضع الزوجة المصرية فى الاحتفال بليلة رأس السنة، أو حال المرأة المصرية بعد المذاكرة مع الأولاد والامتحانات، كما تعرض الصفحة يوميات بعنوان "ارحمونا خلاص فرستونا"، وهي صفحة لاقت استحسانًا ومتابعة من ملايين السيدات والفتيات .

(8) رؤية مسئولي الصفحات لتأثير الرسوم الساخرة على علاقة المرأة بالرجل .

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي مثل "الفيس بوك" فى سرعة انتقال وانتشار السخرية، فأصبحت النكتة تنتشر بشكل سريع، خاصة إذا كانت تتعلق بأمر

يهتم به أفراد المجتمع، فالنكتة أو روح الفكاهة بشكل عام لا بأس بها، لكن المشكلة تكمن إذا أصبحت النكتة عبارة عن سخرية أو استهزاء أو انتقاداً لشخص آخر فهنا تصبح سلبية ولها مساوئ كثيرة، مما قد يؤدي إلى تكوين "Negative Stereotype" أي صورة نمطية سلبية عن الشخص الآخر⁹⁰، فمثلاً عندما تسخر المرأة من الرجل وتصرفاته داخل المنزل، فإن تكرار عرض هذه السخرية قد يشكل انطباعاً سلبياً عن ذلك الرجل والعكس أيضاً، من هنا انطلق الكلام في هذا المحور مع مسئولتي الصفحات حول تأثير صفحاتهم والرسوم الساخرة من خلالها على العلاقات الأسرية ونوعية هذا التأثير.

وقد أكد الجميع على عدم وجود أي تأثير سلبي على العلاقة بين المرأة والرجل، ويمكن أن يتواجد تأثير ولكنه على حد قولهم يميل للاتجاه الإيجابي وليس السلبي، حيث أن تلك الرسوم الساخرة تجعل كل طرف - زوج أو زوجة - يدرك أنه ليس بمفرده من يتعرض لتلك المواقف الحياتية فيهدأ ويضحك منها، كما أنها تعد هروب من ضغوط الحياة المستمرة، وسخرية من الأوضاع التي يمرون بها، كنوع من التخفيف والمواساة بشكل مختلف، خاصة وأنه على حد قولهم أن الخلافات الزوجية التي تسرد عبر الفيس بوك ويتبادلها الأزواج والزوجات ليست إلا فصلاً من كتاب مكرر نسمع عنه يومياً، ومن ثم ليس لمشاركتها أي أهمية في اتخاذ قرارات مصيرية تخص العلاقة الزوجية .

ويؤكد أحد المسئولين أن الأزواج يبحثون عن الدعم عبر الفيس بوك كنوع من الدعاية ليس أكثر بينما هم يعرفون جيداً ماذا يريدون فعله لكن أحياناً قد يصعب تنفيذه لاعتبارات مختلفة فينفسون عن احتياجاتهم من خلال المواقف والرسوم الساخرة، وهذا ما أكد عليه كذلك شعار صفحة يوميات زوجة مطحونة «مخنوقة من البيت والعيال.. تعالی عندي وفكي شوية.. هتلاقى كل اللي بتدوري عليه هنا وبس"، كما أرسلت مؤسسات صفحة "يوميات زوجة طالع عينها رسالة تضمنها شعار الصفحة إلى كل سيدات مصر والوطن العربي من متابعات الصفحة، وهي «حالات بنعيشها وبتعدى ولما نحب نضحك لازم نهدي، أصل الضحك ده مش ببلاش فلازم نحب كل لحظة بتتعاش وعجبي.. إمضاء زوجة طالع عينها».

وذكر مسئولاً الصفحات الرجالية أن أكبر دليل على أن مثل تلك الصفحات ليس لها تأثير سوى التنفيس وخروج الطاقة السلبية وكونها منفذ للضحك من خلال المواقف الزوجية اليومية، أنه رغم أنها صفحة "للسخرية والضحك على مواقف الزوجة"، إلا أن الصفحة لاقت إعجاب النساء واشتركوا بها بأعداد كبيرة ربما نافست أعداد الرجال على الصفحة نفسها بسبب بوستاتها الكوميدية الساخرة .

كما ذكر أحد المسئولين أن الصفحة التي من المفترض أن تكون سبباً للمشكلات بينه وبين زوجته، تحولت لعلاج تلك المشكلات حيث اقترح عليها أن يتم تحويل المشاركات التي تحدث بينهم إلى مواقف طريفة و(كوميكس) على الصفحة حتى تمر بهدوء، وبالفعل أصبحت تضحك على هذه الكوميكس ولا تنزعج منها، فأخذ يطرح الإيبيهات أو النكت على المواقف التي يتعرضون لها يومياً هو وزوجته مما جعلهم يستطيعوا تجاوز مشاكل كثيرة بالضحك، وهي تعد فكرة جديدة لم تُناقش من قبل، خاصة أنها تواجه السيدات بالمشكلات التي تؤرق أزواجهن، وتسبب لهم الضغوط على حد قوله.

واختتم مسئولو الصفحات حديثهم عن خطوات قادمة يسعون لترحها من خلال صفحاتهم ليكون التأثير أكثر إيجابية من وجهة نظرهم فهناك من سيقوم بعمل موقع للأزواج المطحونة بنفس اسم الصفحة "يوميات زوج مطحون" والموقع سيهدف إلى توضيح كيفية التعامل مع عيوب الزوجات من قبل الأزواج، وإعطاء نصائح للشباب المقبل على الزواج حول كيفية اختيار الزوجة المناسبة، وإعطاء حلول للمشاكل الزوجية، وهناك من اقترح ظهور صفحات أخرى انبثقت عن الصفحة الرئيسية مثل صفحة "يوميات زوج وزوجه مبسوطين" عن يوميات الحياة الزوجية السعيدة بجلوها وبطرائفها، وصفحة "يوميات زوج وزوجة" ودعوتها لا يوجد زواج بلا مشاكل وخلافات بين الزوجين مهما تقاربت الطباع، ولكن بالصبر وتلمس العذر وتوفر الثقة يمكن أن تزول أغلب الخلافات وعرض مواقف ساخرة للطرفين معاً .

كما أوضحت إحدى مسئولي صفحة "يوميات زوجة مفروسة" أن الصفحة في البداية كانت عبارة عن صرخة كبيرة مدوية تُخرج فيها الست كبتها وتنفس فيها عن غضبها لكي تستطيع أن تواصل حياتها والدور الذي مقدر لها القيام به، فهدفها هو التخفيف عن المرأة ومحاولة توصيل صوتها للمجتمع كله سواء كان مجتمعها

الصغير الذي تمثله الأسرة أو المجتمع بصورة عامة بشكل كوميدي، وتطور الموضوع إلى إضافة فقرة أخرى باسم "فقرة المشاكل" التي يتم فيها تقديم مشاكل حقيقية لأعضاء الصفحة والتي تصلهم من خلال خدمة الرسائل بالصفحة ويقوموا بنشر المشكلة بدون ذكر اسم أو أى بيانات عن صاحبة المشكلة، والنقاش يتم فى سرية تامه، وهذا ما جعل هناك جسور ثقة قوية بينهم وبين الأعضاء المتواجدين فى الصفحة، وبالتالي تحولت "يوميات زوجة مفروسة" لجلسة علاجية كبيرة كمحاولة لحل المشاكل، وبعد فترة أصبغ يعرضن مشاكل الرجال الذين أعترفوا بأنفسهم أن طرح مشكلاتهم على صفحة نسائية جعلهم يصلوا لحلول لم يكن فى مقدرتهم الوصول لها إذا تم عرض المشكلة فى صفحة لمشاكل الرجال، وكان من شروط نشر المشكلات أن تكون مشكلة إجتماعيه وبلا أى تجاوزات أو تجريح ولا تقوم بعرض الأسماء منعا للإحراج.

ثالثاً : نتائج الدراسة التحليلية :

استخدمت الباحثة فى جمع بيانات الدراسة التحليلية أداة تحليل المضمون الكيفي لرصد ومتابعة عينة من الرسوم الساخرة المنشورة فى صفحة "يوميات زوجة مفروسة" و صفحة "يوميات زوج مطحون" على الفيس بوك الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل من خلال وحدات وفئات التحليل التي وضعتها الباحثة، بهدف ربط نتائج التحليل الكيفي بالبيانات والمعلومات التي تم تجميعها؛ مما يساهم فى إيضاح نتائج التحليل والإجابة على تساؤلات الدراسة وتوضيح التغيرات التي طرأت على الرسوم الساخرة من حيث الشكل والمضمون مع استخدامها فى وسيلة إعلامية جديدة هي مواقع التواصل الاجتماعي خاصة على موقع الفيس بوك ، وتناولت الباحثة من خلال تحليل المضمون فئتين أساسيتين هما: فئة المضمون (ماذا قيل؟) والتي تختص بمضمون الرسوم الساخرة على الفيس بوك ، وفئة الشكل (كيف قيل؟) والتي تختص بشكل الرسوم الساخرة على الفيس بوك. وتشمل تلك الفئتين عدة فئات فرعية، هي:

1) شكل الرسوم الساخرة : تهدف هذه الفئة إلى التعرف على أنواع الرسوم الساخرة المستخدمة من حيث الشكل الذي يقدم من خلالها فى الصفحتين محل الدراسة على الفيس بوك، وقد ظهر تنوع فى تلك الأشكال ، فعلى سبيل المثال :

أمثلة ذلك رسم ساخر استخدم تركيب صور في شكل قصصي قصير من فيلم عبود على الحدود عندما دخل الفنان علاء ولي الدين الجيش يحمله أصدقائه وهو مصدوم ومصاحب له نص تعريفي يأتي على لسان البطل بما يناسب الموقف الحقيقي "تلك اللحظة المهيبة لما تحرقى قميص جوزك الجديد وانت بتكويه " ونص تعليقي "ولا تحسبن الذين قتلوا في سبيل الله أمواتا بل أحياء عند ربهم يرزقون " بالصورة الأولى والصورة الثانية مصاحب لها تعليق "لا اله الا الله".

- شكل يتكون من مشهد مشهور من فيلم أو مسلسل درامي أو إعلان ويتم تركيب النص المراد توصيله على لسان الشخصيات فيه ، ومن أمثلة ذلك رسم ساخر يأخذ لقطة من إعلان كرنشي ومصاحب له نص تعريفي "اعلان كرنش بيعبر عن حال الزوج ومراته لما يكونو بيتناقشو ف موضوع .. الست بتقول حاجة وهو بيرد ف حاجة تانية خاااالص" والنص الحوارى داخل المشهد شخص يقول "كنا نجيبه بعشرة ساغ .. احيانا تكسب معاه عشرة ساغ" والثاني يقول "تو .. مافيش الكلام خالص".

- شكل نمط الإسكيتش في عرض الأفكار المعبرة ببساطة عن أفكار الأعضاء والتي كان مصدرها صفحة⁹¹ الورقة⁹¹ بالفيس بوك والتي تعتمد على رسم شخصيات محددة وواضحة تتخاطب فيما بينها بشكل مبسط وكانت حول علاقة المرأة بالرجل .

- شكل يتكون من تحويل الصور الفوتوغرافية إلى رسم يظهر كأنه مظل أو كروكي أو نيجاتيف باستغلال تقنيات برامج معالجة الصور ومن أمثلة ذلك رسم ساخر يظهر به صورة الفنان عبد الفتاح القصري مرسومة بشكل مظل وهو يقول "مبيقيتش طايق أعيش معاكي" وصورة زوجته مظللة أيضاً وتقول جملتها الشهيرة "حنفي" ليرد عليها مرة أخرى الفنان عبد الفتاح القصري "هو الواحد مايعرفش يهزر معاكي".

وقد لاحظت الباحثة تصدر المزج بين الرسم والصورة الفوتوغرافية في مقدمة أنواع الرسوم الساخرة المنشورة في صفحتى الدراسة على الفيس بوك ، ويعزى ذلك من وجهة نظر الباحثة إلى انتشار التطبيقات والبرامج المجانية وكذلك المواقع الإلكترونية

التي يسهل من خلالها التعامل مع الرسوم حتى لمن لا يجيد الرسم من خلال تركيب لقطات من صور حية أو درامية كوميدية مع كتابة التعليق وفقاً للمواقف الشبيهة لها في الواقع، مما يساعد على وصول المغزي من تلك الصور بسهولة وبطريقة ممتعة وهو ما ساعد على التنوع في أفكار الرسوم الساخرة المنتشرة بصفحتي الدراسة . وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (غادة واكد 2013)⁹² في تصدر المزج بين الرسم والصورة الفوتوغرافية في مقدمة أنواع الكاريكاتير المنشور من حيث الشكل في الرسم الكاريكاتيري علة الفيس بوك ، وتتفق كذلك مع دراسة (رضا عبد العظيم 2007)⁹³ ، حيث جاء تطور الأساليب التقليدية في رسم الأعمال الساخرة على الفيس بوك من الطرق اليدوية للطرق الحديثة، والمزج بين الأسلوب الرقمي واليدوي بواسطة الكمبيوتر .

وبإجراء المقارنة بين صفحتي الدراسة تبين اختلاف تصدر الأشكال المستخدمة في الرسوم الساخرة عبر الصفحتين ، حيث تصدر استخدام الصور الدرامية في صفحة "يوميات زوج مطحون" خصوصاً مع المواقف الكوميدية من الأفلام والمسلسلات وأغاني الفيديو كليب والإعلانات والمواقف الشبيهة لها في الواقع الاجتماعي بين الرجل والمرأة فاستخدامها من وجهة نظر الباحثة يدفع المشاهد لتذكر المشهد والوصول إلى المغزي المطلوب بسهولة ويسر ، يليها المزج بين الرسم والصورة الفوتوغرافية ، في حين جاء استخدام الرسم في مقدمة أنواع الرسوم الساخرة في صفحة "يوميات زوجة مفروسة" يليها المزج بين الرسم والصور الفوتوغرافية ، ثم استخدام الصور الدرامية .

(2) النص المصاحب للرسم الساخر : تنوع استخدام النص المصاحب للرسوم الساخرة ما بين نص تعريفي أي عنوان للرسم الساخر ، ونص تعليقي يوضح ليوضح مضمون الرسم الساخر ، والمزج بين النصين داخل الرسم الساخر . وقد لاحظت الباحثة ما يلي :

- اتفاق الصفحتين محل الدراسة في وجود عنصر النص التعريفي والنص التعليقي داخل الرسوم الساخرة المنشورة بهما ، حيث اتضح ارتفاع معدلات المزج بين النص التعريفي والنص التعليقي بالرسوم الساخرة المنشورة بصفحة "يوميات زوج مطحون" لتوضيح التفاصيل داخل الرسوم الساخرة بالصفحة،

خاصة وأن الصفحة تعتمد في كثير من رسومها على الصور الدرامية التي تحتاج لعنوان، وتعكس هذه النتيجة - من وجهة نظر الباحثة - أن استخدام نص تعريفي من عدمه يتوقف على فكرة الرسم الساخر وطريقة عرضه، فهناك رسوم لا تحتاج لوجود عنوان لأن موضوعها مفسر ، وهناك رسوم أخرى تحتاج لعنوان يشرح ويفسر الرسم الساخر .

- استخدام نص تعريفي فقط داخل الرسوم الساخرة : رسم ساخر بصفحة يوميات زوج مطحون يتكون من صورتين للفنان عادل إمام في جلسات تعجبية ومصاحب له نص تعريفي "الراجل لما يسمع حماته بتشكر في بنتها"

- انتشار استخدام النص التعليقي المطول مع الرسوم الساخرة في الصفحتين محل الدراسة ومن أمثلة ذلك : رسم ساخر يحمل رسم لرجل يجلس بجوار زوجته ويخرج من رأسه شكل طبق به طعام ليدل على تفكيره في الطعام ومصاحب للرسم نص تعليقي طويل على لسان الزوجة " الواحدة مننا تبقا زهقانة ونفسها تقعد تتكلم مع جوزها كلمتين زي زمان وأول ما تقعد قدامه ويبص في وشها يقولها جعان أو اعمليلي حاجة أشربها .. هو احنا بقا وشنا مرسوم عليه حلل وأطباق وكوبايات علشان كل أما يبصوا فيه بيفتكروا الأكل والشرب !!!" .

(3) لغة النص المصاحب للرسم الساخر : أي اللغة المكتوب بها النص سواء لهجة عامية أو لغة عربية أو لغة إنجليزية أو لغة الإنترنت⁹⁴ أو المزج بين العامية والعربية أو المزج بين العامية والإنجليزية حيث انتشرت في الفترة الأخيرة بين الشباب على الفيس بوك المزج بين اللغتين العامية والانجليزية في التحدث والتفاعل مع بعضهم . وقد لاحظت الباحثة ما يلي :

- تنوع لغة النص المصاحب للرسوم الساخرة بالصفحتين محل الدراسة ، حتى أننا نجد أن هناك بعض التعليقات الساخرة المشهورة والمتداولة بين البعض تستخدم " الأنجلو عربية" مع اللغة العامية ، ومن أمثلة ذلك: استخدام عبارة "ذات مومنت .. لما جوزك يدخل على الفيس وهو في شغله ويلاقيني فاتحة أون لاين" .

- استخدام بعض الجمل أو العبارات أو التعليقات التي اشتهر بها مشاهير اعلاميين او رؤساء دول ومن أمثلة ذلك تعليق " من أنتم " تعليق الرئيس القذافي ، كذلك تعليق "أنا ربنا وهبني الذكاء دوناً عن سائر البشر " لتوفيق عكاشة.
- استحداث كلمات وجمل يتم تكرارها لإحداث تأثير معين ومن أمثلة ذلك : رسم ساخر يحمل صورة للاعلامي جورج قرداحي في برنامج من سيربح المليون وفيه يسأل "متى يكون الرجل سعيد في الزواج؟ ويوضح 4 اجابات هي " في المشمش - عند أمه يا أدهم - 13/13/2013 - اديك في الجركن تركن " وجميعها عبارات اشتهر استخدامها عندما يطلب احد شيئاً مبالغاً فيه او يقول شيئاً مستكراً وبالتالي استخدمت لتأكيد استحالة حدوث سعادة زوجية.
- استخدام ألفاظ خارجة وتلميحات جارحة : خاصة في صفحة "يوميات زوج مطحون" وهو ما يعكس نوع من أنواع التحرر الذي تسمح به مواقع التواصل الاجتماعي دون وجود قيود ، كما ساعد على ذلك كونها صفحة رجالية ، وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه نتائج الدراسة الميدانية محل الدراسة من أسباب عدم جذب الرسوم الساخرة لبعض المبحوثين .
- ومن اللافت للانتباه عدم وجود رسوم ساخرة بالصفحتين محل الدراسة بدون تعليق، وهو ما يرجع من وجهة نظر الباحثة إلى اهتمام مسؤولي الصفحة بتوصيل الفكرة وتوضيحها من خلال استخدام التعليق الذي يعد عنصر مهم في فهم الرسوم الساخرة ، مما يوضح أهمية استخدام التعليق داخل الرسوم الساخرة في إظهار المضمون وفهمه دون بذل جهد . وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (محمود أحمد 2010)⁹⁷ من استخدام التعليق بشكل أساسي في رسوم الكاريكاتير محل الدراسة وكذلك دراسة (ماجد تريان)⁹⁸ التي أكدت على غالبية نشر الرسوم الساخرة التي يصاحبها الشرح والتعليق أكثر من نشر الرسوم التي لا يصاحبها تعليق .

4) مصدر الرسوم الساخرة : تهدف هذه الفئة إلى التعرف على المصدر الذي حصلت منه الصفحة على الرسومات الساخرة موضع التحليل، وقد لاحظت الباحثة ما يلي :

- ظهور تنوع المصادر التي اعتمدت عليها الصفحتان محل الدراسة في تقديم الرسوم الساخرة، حيث اتفقتا على أن المسؤولين عن الصفحة هم المصدر الرئيسي بين المصادر فكانت معظم الرسوم من تنفيذهم ، مما يدل على حرصهم على تنفيذ الرسوم الساخرة بأنفسهم حتى تعبر عن آرائهم والتي من أجلها أنشأوا الصفحة على الفيس بوك ، ووعيهم بأهمية الرسوم الساخرة كوسيلة سريعة لتوصيل افكارهم وانتشارها ، وهو ما قد لا يتوافر في الرسوم المنقولة عن مصادر أخرى ، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه الباحثة أثناء مقابلة مسؤولي الصفحتين وتأكيدهم على رغبتهم في نشر رسوم خاصة بهم للتعبير عن آرائهم ، وهو من وجهة نظر الباحثة من أسباب زيادة انتشارهما وذيوع صيتهما رغم كثرة الصفحات المشابهة على موقع الفيس بوك وهو ما أكده أيضاً أعداد المتابعين للصفحتين ، فالصفحات الأخرى هي التي تنقل عنهم وفقاً لقول بعض مسؤولي الصفحات⁹⁹ أثناء المقابلة ، فضلاً عن أن الصفحتان من أوائل الصفحات الساخرة الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل على الفيس بوك .
- حرصاً من مسؤولي الصفحتين على الرسوم الساخرة الخاصة بهم يتم وضع علامة مائية أو الشعار الخاص بالصفحة على الرسوم الساخرة الخاصة بكل صفحة مع كتابة اسم منفذ الرسوم عليها .
- وجود مصدر آخر للرسوم الساخرة وهم اعضاء الصفحتين محل الدراسة حيث اتسعت دائرة هواة الرسوم الساخرة، خاصة مع التطور التكنولوجي وظهور برامج متعددة سهلت إعداد تلك الرسوم بسهولة دون اللجوء لفنان متخصص ، إلى جانب تميز الشعب المصري بروح مرحة.
- ظهور رسوم منقولة من صفحات أخرى ولكنها لم تكن بالبوست الرئيسي للصفحة وإنما جاءت ضمن تعليقات أعضاء الصفحة إما لتأييد نفس الرأي وتدعيمه أو للمخالفة معه .

- ظهور رسوم غير محددة المصدر ضمن تعليقات المتابعين للرسم الساخر الرئيسي داخل الصفحتين محل الدراسة .

وبذلك لا تعتمد الصفحتين محل الدراسة في طرح أفكار الرسوم الساخرة على مسئول الصفحة فقط بل تسمح للجمهور المشترك في الصفحة في إعداد الرسومات ، كما أن تنوع المصدر المسئول عن نشر الرسوم الساخرة بالصفحة يؤدي إلى التنوع في الأفكار الإبداعية للرسم الساخر. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (غادة واكد 2013)¹⁰⁰ حيث احتل المسئول عن الصفحة المرتبة الأولى من المصادر التي اعتمدت عليها الصفحات محل الدراسة ، وكذلك نتائج دراسة (نها الأسودوي 2012)¹⁰¹ عن نوع المصدر الرئيسي للمنشورات في " صفحة خالد سعيد " حيث كان المصدر الرئيسي للمنشورات في الصفحة هو المسئول عنها نفسه .

5) الشخصية الفاعلة : هي الشخصية الأساسية الموجودة في الرسوم الساخرة محل الدراسة ويدور حولها الموضوع ، وقد لاحظت الباحثة ما يلي :

اختلاف صدارة استخدام الشخصية الفاعلة في الرسوم الساخرة بين الصفحتين، حيث جاءت (الشخصية الرمزية) في صفحة " يوميات زوجة مفروسة في غالبية الرسوم كشخصية فاعلة في الرسوم الساخرة بالصفحة ، سواء شخصيات رمزية معروفة كشخصية "أساحبي" ، أو استخدام الوجوه التعبيرية التي تمثل الانفعالات البشرية داخل الرسوم الساخرة ، وقد يرجع تفسير هذه النتيجة لرغبة مسئول الصفحات محل الدراسة في جذب انتباه الأعضاء للرسوم الساخرة وتوصيل الفكرة بسهولة، واستيعابها من خلال ربطها بالشخصية المشهورة مثل "أساحبي" ، أو استخدام الوجوه التعبيرية التي تمثل الانفعالات البشرية داخل الرسوم الساخرة، ويقوم المصمم بتركيبها وعمل تعليقات عليها لإيصال وجهه نظرة بطريقه فكاهية وسهلة وهادفة . وتتنوع التعبيرات التي تقوم بها تلك الوجوه ما بين الضحكة الساخرة والبكاء والحزن والنظرة الشيطانية والنظرة البريئة إلي آخره من التعبيرات البشرية .

- وظهر أيضا استخدام الشخصية المؤخوذه من الدراما، وقد يرجع ذلك لجذب انتباه الأعضاء من خلال الشخصيات الدرامية المشهورة وخاصة الكوميديا المحبوبة من الجمهور والمشهور تعليقاتها التي تكون مصاحبة للرسم الساخر ، والذي تفوقت في استخدامه صفحة " يوميات زوج مطحون" فنجد صدارة

استخدام (الشخصية الدرامية) هو الغالب في الرسوم الساخرة بالصفحة خاصة الشخصيات الكوميدية.

- ظهر استخدام المزج بين شخصية رمزية ودرامية داخل الرسم الساخر بالصفحتين محل الدراسة.

(6) محور الارتكاز : تهدف هذه الفئة إلى التعرف على محور الارتكاز الذي يدور حوله الرسم الساخر، وقد كانت الشخصية هي محور الارتكاز الأول المنشور في الصفحتين محل الدراسة سواء كانت المرأة في صفحة "يوميات زوجة مفروسة" أو الرجل في صفحة "يوميات زوج مطحون" وقد يفسر ذلك بسبب إنشاء الصفحتين كلسان حال المقدمة إليهم ، يليها الفكرة أو الموضوع حيث جاءت الرسوم الساخرة معبرة عن المواقف والأحداث الواقعية التي يمر بها الطرفان (المرأة والرجل) وهو ما يساعد أيضاً في تنوع تقديم رسوم ساخرة متجددة ومسايرة للأحداث . ومن أمثلة ذلك : الرسوم الساخرة التي توضح الزواج في عيون المرأة ، فكل طرف يرى نفسه مظلوم ومطحون وإن اختلفت الأسباب، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (أسامة عبد الرحيم 2007)¹⁰² حيث جاء الاعتماد على الشخصيات والتحدث بلسانها في المرتبة الأولى بالنسبة لموضوع الكاريكاتير، ولكنها تختلف مع دراسة (محمد رشاد 2011)¹⁰³ حيث احتل التعبير عن الأحداث الجارية في غالبية الرسومات الكاريكاتيرية في الصحف عينة الدراسة المرتبة الأولى ، وكذلك تتفق مع دراسة (تحسين الأسطل 2009)¹⁰⁴ التي أكدت أن غالبية رسومات الكاريكاتير في الصحف عينة الدراسة جاءت من وحي الأحداث الجارية.

(7) أساليب التعبير الفنية : تهدف هذه الفئة إلى التعرف على الأساليب الفنية التي تم استخدامها للتعبير بها عن الرسوم الساخرة المنشورة عبر الصفحتين محل الدراسة ، والتي اتفقت فيها الصفحتين على استخدام الأسلوب الواقعي للتعبير بشكل واقعي موجود في الحقيقة داخل الرسوم الساخرة في المقام الأول ، وهو ما ترجعه الباحثة إلى الحرية في التعبير التي نجح الفيس بوك في نشرها ، والمباشرة في عرض الفكرة والموضوع دون الالتفاف حولها لتقديمها ، فهي تتحدث عن موقف أو انفعال أو حدث أو ظاهرة معينة واقعية تعرض لها الطرفين مع استخدام السخرية في عرضها.

. رسم ساخر بعنوان "لما واحد يقولك أنا هموت واتجوز" مصاحب له صورة للفنان عبد المنعم مدبولي من فيلم "الحفيد" وعبارته الشهيرة "حمارٌ كبيرٌ" .

• استخدام أسلوب السخرية مع ذكر الأمثال الشعبية والحكم والتعليقات والعبارات الخاصة التي تتمثل في استخدام تعليقات الشخصيات المشهورة، أو التعليقات التي تتردد باستمرار ومحفوظة لدى الجمهور، وقد ظهر هذا الأسلوب أكثر بصفحة "يوميات زوجة مفروسة"، ويمكن تفسير ذلك بأن أسلوب الاستهزاء باستخدام الأمثال يعتبر طريقة مفضلة كثيراً لدى المرأة، ومن أمثلة ذلك:

. "يا متجوزة في بيت العيلة ... يا شاربة المر كل ليلة" .

. "قال على رأي المثل : يا مستتية حمائك تحبك زي بنتها .. يا مستتية المواعين تتغسل لواحدتها !!! وعجمي" .

- "على رأي المثل الرجل اللي تحتاري فيه دلعيه وهنيه .. لو ماتعدلش معاكي طنشيه وارميه .. اتعوج بزيادة بأقرب كبريته وولعي فيه" .

- رسم ساخر للأُم وبجوارها صور متعددة تخرج منها وتعليق مصاحب "الأُم مدرسة ومربية وغسالة وطباخة وخياطة وسباكة و... الخ" وذلك لتوضيح حجم المسؤولية المحملة علي عاتق المرأة .

• استخدام أسلوب المفارقة أو التضاد : ويقصد به استخدام التناقض مع الربط بين الفكرتين سواء كانت المفارقة بين الأشخاص أو التضاد في المعاني أو بين أجزاء الرسم أو بين الرسم والتعليق لإقناع المتلقي، ومن أمثلة ذلك :

. رسم ساخر يقارن بين الزوج والزوجة فيمثل الزوجة من خلال الرسم بثمرة مشمش والزوج بثمرة رمان ويصاحبه تعليق "قلب المرأة مثل حبة المشمش لا يتسع إلا لبذرة واحدة بينما قلب الرجل ما شاء الله مثل الرمان" .

. رسم ساخر يقارن بين أول أسبوع جواز وبعد أسبوع فيتكون من رسم لزوج وزوجة منسجمين وهو يقول لها "أنت فرحة عمري" ورسم آخر للزوج يصيح في وجه الزوجة ويقول "انت غلطة عمري" .

2) اتفقت نتائج الدراسة التحليلية مع نتائج الدراسة الميدانية في ظهور تنوع في الأفكار الإبداعية للرسم الساخر واشترك الجمهور العام في إعداد الرسوم الساخرة عبر صفحات الفيس بوك ، حيث ظهر تنوع بالمصادر التي اعتمدت عليها الصفحات محل الدراسة ما بين المسؤولين عن الصفحة وأعضاءها وظهر رسوم منقولة من صفحات أخرى ضمن تعليقات أعضاء الصفحة ، حيث اتسعت دائرة هواة الرسوم الساخرة، خاصة مع التطور التكنولوجي وظهر برامج متعددة سهلت إعداد تلك الرسوم بسهولة دون اللجوء لفنان متخصص ، إلى جانب تميز الشعب المصري بروح مرحة ، وهذا ما أكدت عليه عينة الدراسة من مساهمة بعض المبحوثين في إعداد رسوم ساخرة بأنفسهم عبر صفحات الفيس بوك ، يعد توفر البرامج التطبيقية والمواقع المجانية لعمل الرسوم الساخرة أحد الأسباب الرئيسية في مساهمة بعض المبحوثين في إعداد رسوم ساخرة بأنفسهم وأصبح الشخص العادي مرسل ومتلقي في نفس الوقت يعبر عن مشاكله والمواقف التي يمر بها بشكل ساخر على الفيس بوك، وظهر ذلك أيضاً ضمن الطرق المستخدمة للتفاعل مع الرسوم الساخرة عبر الصفحات محل الدراسة من تبادل الرسوم عبر برامج الاتصال وعبر صفحات التواصل الاجتماعي الأخرى وانتاج رسم ساخر آخر ونشره مما يجعل الرسم الساخر أكثر انتشاراً وتفاعلاً لدى كثير من المتصفحين .

3) اتفقت نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية على وجود تغييرات طرأت على الرسوم الساخرة المنشورة عبر الفيس بوك ، مما يعطى مؤشراً على وجود خصوصية لتلك الرسوم ترجع لعدة أسباب أهمها: اختلاف الوسيط الاتصالي وظهر تطبيقات متعددة ومواقع مجانية لانتاج تلك الرسوم وتطورها المستمر وتبسيطها الذي أدى إلى اشتراك الجمهور العادي في انتاج مثل تلك الرسوم دون الحاجة إلى احترافية .

وقد تمثلت أهم هذه التغييرات في شكل الرسوم الساخرة حيث ظهر تنوع في تلك الأشكال ما بين استخدام لقطات الأعمال الدرامية واللقطات الحية والرسوم اليدوية أو الجمع بين اثنين منهم داخل الرسم الواحد ، وشكل قصصي، وظهر تنوع في النص المصاحب للرسوم الساخرة ما بين النص التعريفي والتعليق والمزج بينهم حيث كانت اللغة المستخدمة ما بين اللهجة العامية واللغة العربية والأنجلو عربية واللغة الانجليزية بالإضافة إلى لغة الانترنت .

4) اتفقت نتائج الدراسة التحليلية مع نتائج الدراسة الميدانية في جاذبية الرسوم الساخرة عبر الصفحات محل الدراسة حيث ذكره المبحوثون ضمن أسباب اهتمامهم بمتابعة الرسوم الساخرة عبر تلك الصفحات والذي يرجع بالأساس إلى السهولة والتبسيط والتسلية والفكاهة وجذب الانتباه وتلخيص المشكلة والتنقيح وجميعها مميزات تتصف بها الرسوم الساخرة عن أي شكل آخر يمكن تقديم الموضوعات من خلاله مما ، وتتفق تلك المظاهر مع ما أكدت عليه نتائج الدراسة التحليلية من ظهور تنوع أشكال الرسوم الساخرة واستخدام التعليقات الساخرة على لسان الشخصيات المستخدمة داخل الرسم يناسب الموقف الحقيقي لتصل المعلومة بشكل سهل وكوميدي وجذب انتباه الأعضاء من خلال الشخصيات الدرامية المشهورة وخاصة الكوميديا المحبوبة من الجمهور وتعليقاتها المصاحبة للرسم الساخر .

5) اتفقت نتائج الدراسة التحليلية مع نتائج الدراسة الميدانية في أهمية تعبير الرسوم الساخرة عن الواقع والمشكلات والمواقف التي يمر بها أعضاء تلك الصفحات محل الدراسة حيث كان محور ارتكاز الرسوم الساخرة محل الدراسة التحليلية الفكرة أو الموضوع فجاءت الرسوم الساخرة معبرة عن المواقف والأحداث الواقعية التي يمر بها الطرفان (المرأة والرجل) وهو ما يساعد أيضاً في تنوع تقديم رسوم ساخرة متجددة ومسايرة للأحداث ، وعلى الوجه الآخر أكد غالبية المبحوثين في نتائج الدراسة الميدانية أن الفكرة والموضوع هما من العناصر الهامة المؤثرة في جذب انتباه المبحوثين لتلك الرسوم والتفاعل معها ، وأكدوا عليها أيضاً ضمن أسباب اهتمامهم بمتابعة الرسوم الساخرة عبر الصفحات محل الدراسة وهو استخدام الأسلوب الواقعي للتعبير بشكل واقعي موجود في الحقيقة داخل الرسوم الساخرة في المقام الأول، وهو ما ترجمه الباحثة إلى الحرية في التعبير التي نجح الفيس بوك في نشرها ، والمباشرة في عرض الفكرة والموضوع دون الالتفاف حولها لتقديمها ، فهي تتحدث عن موقف أو انفعال أو حدث أو ظاهرة معينة واقعية تعرض لها الطرفين مع استخدام السخرية في عرضها.

6) اتفقت كل من نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية على أهمية التعليق المصاحب للرسوم الساخرة ، حيث ارتفع تفضيل المبحوثين لوجود تعليق مصاحب للرسوم الساخرة عبر الصفحات محل الدراسة بنسبة 89% ، لأسباب عديدة من أهمها : لزيادة سرعة الفهم والتفاعل ، لزيادة الفكاهة والسخرية ، لتوضيح المعنى ، ولتكميل

الرسم ، في حين أكدت الدراسة التحليلية على عدم وجود رسوم ساخرة بالصفحتين محل الدراسة بدون تعليق .

النتائج العامة للدراسة :

(1) ارتفاع حرص الباحثين على متابعة الرسوم الساخرة عبر الفيس بوك بنسبة 92%، وهو ما يؤكد ما يتميز به الرسم الساخر من سهولة الاستيعاب مما كان سبباً من أسباب انتشاره عبر صفحات الفيس بوك .

(2) جاءت أهم صفحات الرسوم الساخرة الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل عبر الفيس بوك التي يفضلها الباحثون صفحة "يوميات زوجة مفروسة" في مقدمة هذه الصفحات بنسبة 35% من إجمالي التكرارات، ثم صفحة "يوميات زوج مطحون بنسبة 18% من إجمالي التكرارات .

(3) انجذاب عينة الدراسة للرسوم المتحركة الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل عبر الفيس بوك حيث كانت نسبة من يرونها تجذب انتباههم 97% في مقابل 3% يرونها لا تجذب انتباههم .

(4) بالرغم من تأرجح النسبة بين القبول والرفض من قبل الباحثين عينة الدراسة حول تأثير الرسوم الساخرة محل الدراسة على العلاقة بين الرجل والمرأة ، إلا أنه ظهر موافقتهم بنسبة مرتفعة على الآثار السلبية المترتبة على متابعة الرسوم الساخرة عبر الصفحات محل الدراسة ، في حين اختلف رأي مستخدمي الصفحات حول هذه النقطة ، حيث أكد الجميع على عدم وجود أي تأثير سلبي على العلاقة بين المرأة والرجل، وإنما يميل التأثير للاتجاه الايجابي ، فتلك الرسوم تجعل كل طرف يدرك أنه ليس بمفرده من يتعرض لتلك المواقف الحياتية فيهدأ ويضحك منها، كما أنها تعد هروب من ضغوط الحياة المستمرة، وسخرية من الأوضاع التي يمرون بها، كنوع من التخفيف والمواساة بشكل مختلف .

(5) في الوقت الذي جاءت فيه صفحات الرسوم الساخرة عموماً في مقدمة الصفحات التي تفضل عينة الدراسة زيارتها عبر موقع الفيس بوك ، أيد مستخدمي الصفحات محل الدراسة اهتمامهم بالرسوم الساخرة لكونها الأسلوب الأسهل في الوصول والتأثير في الجمهور، وحددوا أسباب اهتمامهم بالرسوم

الساخرة من سهولة الفهم والتبسيط والتسلية والفكاهة وجذب الانتباه وتلخيص المشكلة والتنقيح وجميعها مميزات تتصف بها الرسوم الساخرة عن أي شكل آخر يمكن تقديم الموضوعات من خلاله ، وهو ما يوضح إدراكهم لأهميتها.

(6) تعدد طرق تفاعل عينة الدراسة مع الرسوم الساخرة في هذه الصفحات ما بين (الإطلاع ، والاعجاب ، وقراءة التعليقات ، والمشاركة ، والمتابعة والتعليق ، وتبادل الرسوم عبر برامج الاتصال وعبر صفحات التواصل الاجتماعي الأخرى وأخيراً إنتاج رسم ساخر آخر ونشره) مما جعل الرسم الساخر أكثر انتشاراً وتفاعلاً لدى كثير من المتصفحين.

(7) حددت عينة الدراسة أهم العناصر التي تجذب انتباههم للرسوم الساخرة محل الدراسة ، فكانت الفكرة وموضوع الرسم الساخر أهم تلك العناصر ، يليه عنصر النكتة والفكاهة ، ثم شكل الرسم الساخر ، فيما حصل نوع التعليق وعنصر وجود شخصية مشهورة بالرسم الساخر وعنصر الألوان ولغة التعليق على أقل نسب .

(8) يغلب استخدام الشخصيات الدرامية في الرسوم الساخرة محل الدراسة من خلال الشخصيات المشهورة وربطها بالرسومات اليدوية للحصول على أعلى درجة من جذب الانتباه للمعجبين، يليها استخدام شخصيات رمزية ، ويرجع تفسير هذه النتيجة لرغبة مسئولى الصفحات محل الدراسة في جذب انتباه الأعضاء للرسوم الساخرة وتوصيل الفكرة بسهولة، واستيعابها من خلال ربطها بالشخصية الرمزية المشهورة مثل "أساحبي" ، أو استخدام الوجوه التعبيرية التي تمثل الانفعالات البشرية داخل الرسوم الساخرة .

(9) وبالنسبة للغة التعليق المستخدم في الرسوم الساخرة محل الدراسة فتنوعت ما بين استخدام اللهجة العامية بكثرة ، واستخدام اللغة العربية ، واللغة الانجليزية ، والمزج بين العامية والإنجليزية ، ويرجع ذلك إلى أن العامية هي اللهجة الدارجة التي يفهمها مستخدمي الصفحات محل الدراسة ، هذا بالإضافة إلى كثرة استخدام الأمثال الشعبية والحكم والكلمات المأثورة بالتعليق المصاحب للرسوم الساخرة محل الدراسة.

10) تعددت الأساليب الإقناعية المستخدمة في الرسوم الساخرة محل الدراسة منها المبالغة والسخرية من الطرف الآخر (المرأة أو الرجل) ، استخدام ألفاظ خارجة وتلميحات جارحة ، استخدام تعليقات وعبارات المشاهير ، مع ذكر الأمثال الشعبية والحكم، واستخدام المفارقة والتضاد مع الربط بين فكرتين ، ، واستخدام الإيحاء والتورية.

11) ظهر تنوع في مصدر الرسوم الساخرة داخل الصفحتين محل الدراسة ما بين مسئول الصفحة بالمرتبة الأولى كمصدر رئيسي، مما يدل على حرصه على نشر الرسوم الساخرة بنفسه لتوصيل أفكار معينة تعبر عن توجهاته وآرائه لمستخدمي الصفحة ، والتي من أجلها أنشأ الصفحة على الفيس بوك ، يليه الأعضاء والمتابعين للصفحة ويعزى ذلك إلى التطور التكنولوجي وظهور برامج متعددة سهلت إعداد تلك الرسوم بسهولة دون اللجوء لفنان متخصص ، مما أدى للتنوع في الأفكار الإبداعية للرسوم الساخرة .

12) كانت الشخصية هي محور الارتكاز الأول بالرسوم الساخرة في الصفحتين محل الدراسة ، وقد يفسر اعتبار الصفحتين لسان حال المقدمة إليهم ، يليها الفكرة أو الموضوع حيث جاءت الرسوم الساخرة معبرة عن المواقف والأحداث الواقعية التي يمر بها الطرفان (المرأة والرجل) وهو ما يساعد أيضاً في تنوع تقديم رسوم ساخرة متجددة ومسايرة للأحداث .

13) اتفاق صفحتي الدراسة على استخدام الأسلوب الواقعي للتعبير بشكل واقعي موجود في الحقيقة داخل الرسوم الساخرة في المقام الأول ، وهو ما ترجعه الباحثة إلى الحرية في التعبير التي نجح الفيس بوك في نشرها ، والمباشرة في عرض الفكرة والموضوع دون الالتفاف حولها لتقديمها ، فهي تتحدث عن موقف أو انفعال أو حدث أو ظاهرة معينة واقعية تعرض لها الطرفين مع استخدام السخرية في عرضها.

توصيات الدراسة :

1) ضرورة إعطاء الموضوعات الاجتماعية التي تتناولها الرسوم الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي اهتماماً أكبر مما هو قائم حالياً .

- (2) التأكيد على دور الرسوم الساخرة الخاصة بعلاقة المرأة بالرجل الخطير ، الذي قد يتسبب في رسم صورة ذهنية للمرأة أو للرجل ، لها سمات جامدة، قد تنعكس سلباً أو إيجاباً على علاقة المرأة بالرجل بما قد يهدد السلم الاجتماعي مستقبلاً .
- (3) الاهتمام بتنظيم دورات تدريبية وورش عمل متطورة لمصممي الرسوم الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لزيادة مهاراتهم في هذا المجال وإتاحتها عبر شبكة الانترنت .
- (4) ضرورة الاهتمام بدراسة الفنون الساخرة وتخصيص مقررات مستقلة لها بأقسام الإعلام بهدف النهوض بهذا الفن وتدعيم دوره .
- (5) تأسيس مراكز ومعاهد لرعاية المواهب الشابة في مجال الرسوم الساخرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتشجيعهم .
- (6) الدعوة إلى وضع ميثاق شرف أخلاقي للحفاظ على الذوق العامة والبعد عن التعليقات الخارجة المصاحبة للرسوم الساخرة .
- (7) ضرورة إجراء المزيد من الدراسات حول فن الرسوم الساخرة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وجمهوره ، حيث لاحظت الباحثة ندرة الدراسات التي تناولته .

هوامش الدراسة :

- 1 تقرير مصر الأولى عربيا في استخدام الفيس بوك ب 22.4 مليون مستخدم تقرير منشور بموقع جريدة المصري اليوم الالكتروني، بتاريخ 20 / 11 / 2014 :
- 2 حاتم سليم العلاونة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري -دراسة ميدانية على النقبين في إربد، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير" بجامعة فيلادلفيا، (الأردن : كلية الآداب، 2012)، ص2
- 3 أشرف محمود صالح، شريف درويش اللبان. الإخراج الصحفي -الأسس النظرية والتطبيقات العملية ، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2001 م)، ص219
- 4 فاطمة الزهراء ميساوي، دور الصورة الكاريكاتيرية في الحملة الانتخابية - تحليل سيميولوجي للصورة الكاريكاتيرية في إطار الانتخابات الرئاسية، رسالة ماجستير ، غير منشورة، (الجزائر: جامعة المدية، كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2010 م) ، ص ص26 - 27.
- 5 دينا محمد فتحي الألفي، دور الكاريكاتير في معالجة القضايا الاجتماعية خلال الفترة من 1992:2002، رسالة ماجستير، غير منشورة، (القاهرة : جامعة عين شمس ، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، 2007).
- 6 مي حمزة ، صورة القضايا العربية في الكاريكاتور السياسي وتأثيرها على الصورة الذهنية لدى الشباب - دراسة مقارنة بين الإنترنت والصحف المطبوعة، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية الآداب، 2006).
- 7 زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، (جامعة عمان الأهلية: مجلة التربية، العدد 15، 2003)، ص23.
- 8 أسماء هشام محمد عبد الفتاح، أثر الاحداث السياسية والتطورات التكنولوجية علي فن الكاريكاتير، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة حلوان. كلية الفنون الجميلة. قسم الجرافيك، 2014) .
- 9 دعاء حنيطر، القيم التعبيرية لرسوم الكاريكاتير بدون تعليق، رسالة ماجستير، غير منشورة (القاهرة : جامعة حلوان، كلية الفنون الجميلة، قسم الجرافيك، 2013) .
- 10 عمر عتيق، التناص في صورة الكاريكاتير دراسة أسلوبية جمالية، (فلسطين :مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد 29، 2013) .
- 11 أمل فراج سليمان، الاتجاهات الحديثة في رسوم الصحف اليومية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة الاسكندرية : كلية الفنون الجميلة، قسم التصميمات المطبوعة، 2012).
- 12 علي منعم القضاة، فن الكاريكاتير في الصحافة البحرينية اليومية، (الجزائر: جامعة حسيبة ابو علي بالشلف، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية ، العدد 8، 2012)، ص ص 152 - 164 .
- 13 علي عبد الرحمن عواض، الصحافة الساخرة في الوطن العربي - الكاريكاتير نموذجاً- مقارنة تاريخية، (جامعة المنيا : مجلة كلية الآداب للعلوم الإنسانية ، العدد (68) ، يناير ، 2009) ، ص ص 773 - 819 .
- 14 جونيك صبيح المفيد، حول تحليل الكاريكاتير لأمد رسمي يعلم الرموز، رسالة للحصول على درجة سرجانا (s-1)، (مالنج : جامعة مولانا مالك ابراهيم الاسلامية الحكومية، كلية العلوم الانسانية والثقافة، 2010) .
- 15 مليحة مسلماني، حق العودة في كاريكاتير ناجي العلي، مركز بديل الفلسطيني لمصادر حقوق المواطنة واللاجئين، 2008 .
- 16 خالد محمد احمد الفقيه، التنمية السياسية المترتبة على حركة الوعي في كاريكاتير الفنان ناجي العلي، رسالة ماجستير، غير منشورة،، (فلسطين، جامعة النجاح الوطنية، 2008) .
- 17 رضا عبد العظيم ، التحوير في الشكل داخل الرسوم الصحفية الساخرة، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة الاسكندرية : كلية الفنون الجميلة، 2007).
- 18 مياهج محمود محمد أحمد، موقف صلاح جاهين من القضايا العربية والمحلية، دراسة تحليلية لعينة من رسومه في مجلة صباح الخير وصحيفة الأهرام من عام 1956 : 1970، رسالة دكتوراه ، غير منشورة، (القاهرة: جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والدراسات العربية ، شعبة الدراسات الاعلامية، 2005) .

- 19 خديجة صلاح الحاجة، تعرض قراء الصحف المحلية للكاريكاتير وعلاقته باستجاباتهم المعرفية والوجدانية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (البحرين : الجامعة الأهلية، 2015).
- 20 مها أنور، أخلاقيات فن الكاريكاتير بين المفهوم والتطبيق من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة الشرق الأوسط : كلية الإعلام، 2014).
- 21 داليا جمال محمد، العلاقة بين اتجاهات محتوى الكاريكاتير وبريد القراء خلال الأزمات ""دراسة تحليلية لفترة التسعينيات في الصحافة المصرية ، رسالة ماجستير، غير منشورة، (القاهرة : جامعة عين شمس، كلية التربية النوعية – قسم صحافة وإذاعة وتليفزيون، 2009).
- 22 مجدى محمد الفارس: أثر برنامج إعلامى فى تشكيل الاتجاهات نحو بعض المضامين الكاريكاتيرية لدى الشباب الجامعى، رسالة دكتوراه. غير منشورة، (جامعة القاهرة، معهد الدراسات والبحوث التربوية، ٢٠٠٦).
- 23 Kondowe, W. et al , "Linguistic Analysis of Malawi Political Newspaper Cartoons on President Joyce Banda: Towards Grice's Conversational Implicature". *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 4, No 7 (1), 2014, pp 40-51.
- 24 ماجد تريان، سيميائية فن الكاريكاتير الياسي في الصحف الفلسطينية – دراسة تحليلية، (جامعة بغداد : كلية الإعلام، مجلة الباحث الاعلامي، العدد 21، 2013).
- 25 Iro Sani et al : "Political Cartoons as a Vehicle of Setting Social Agenda: The Newspaper Example". *Asian Social Science*, Vol. 8, No 6. 2012, pp156-164
- 26 تحسين الأسطل، الدور السياسي للكاريكاتير في الصحف الفلسطينية – دراسة تطبيقية لقضايا ما بعد الانسحاب الإسرائيلي من غزة، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (القاهرة : قسم الدراسات الإعلامية بمعهد البحوث والدراسات العربية، 2009).
- 27 حمدان خضر سالم، الاتجاهات السياسية للكاريكاتير في جريدة الشرق الاوسط، (جامعة بغداد: مجلة الباحث الاعلامي، العدد 4، 2008)، ص ص 65: 82.
- 28 صلاح عبد السميع عبد الرازق، فاعلية برنامج مقترح قائم على استخدام رسوم الكاريكاتير السياسي في تنمية الوعي بالقضايا المعاصرة وبعض مهارات التفكير الناقد لدى طلاب شعبة التاريخ بكلية التربية، (جامعة حلوان، مجلة الجمعية التربوية للدراسات الاجتماعية، القاهرة: جامعة عين شمس، نوفمبر 2008).
- 29 Solveig Steien, "Almost at War". The Mohammed Cartoon Crisis in Norwegian Media". *Conflict and Communication online*, Vol. 7, No 1, 2008, pp 1-14, Available at: http://www.cco.regener-online.de/2008_1/pdf/steien.pdf
- 30 رويدة سليمان أبو منديل، القضية الفلسطينية في الكاريكاتير السياسي في الصحف الأسبوعية الصادرة في غزة، رسالة ماجستير، غير منشورة، (القاهرة : قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 2006).
- 31 Haydon Manning .Robet Phiddian: "In defence of the political cartoonists licence to mock,School conomics and Political Science ".The University of Sydney .*Australian Review of Public Affairs*. Volume. Number1 :December2004).
- 32 حازم حميد أبو حميد، معالجة فن الكاريكاتير في الصحافة الفلسطينية للعنوان الإسرائيلي على غزة عام 2014 – داسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، غير منشورة، (فلسطين : الجامعة الإسلامية، كلية الآداب – قسم الصحافة، 2015).
- 33 بيارق حسين جمعة الربيعي، فن الكاريكاتير في الجرائد العراقية – دراسة وصفية وتحليلية، (جامعة بغداد: مجلة الباحث الاعلامي، العدد (19)، 2013)، ص 125 : 135.
- 34 رشا عاصم حلمي، معالجة الكاريكاتور للانتخابات الرئاسية والبرلمانية: دراسة تحليلية مقارنة لصحف الاخبار الوفد الأسبوع، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة حلوان : كلية الآداب - قسم الاعلام، 2012).
- 35 أمال حمدي، معالجة الكاريكاتير للقضايا المجتمعية في الصحف" .. رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة طنطا: تربية نوعية - اعلام، 2011).

- 36 محمود أحمد محمد عبد الكريم، دراسة تقييمية لمعالجة الكاريكاتير في الصحافة المصرية لقضايا البيئة، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات والبحوث البيئية - قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، 2010).
- 37 علي منعم القضاة، سياسة أمريكا تجاه العراق في الكاريكاتير الأردني - دراسة تحليلية، (عمان، الجامعة الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 36، ملحق 2009)، ص ص 149 - 170.
- 38 علي نجادات، وحاتم سليم علاونه، فن الكاريكاتير في الصحافة اليومية الأردنية دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي الدستور والعرب اليوم، (عمان : الجامعة الأردنية، مجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، لمجلد 35، العدد 1، 2008)، ص ص 35 - 52.
- 39 محمد فتحي عبد السميع، دور الكاريكاتور في معالجة القضايا المحلية : دراسة تطبيقية على صحف اخبار اليوم - العربي الناصري - الاسبوع، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة حلوان : كلية الاداب، قسم الاعلام، 2008).
- 40 دراسة ريم منذر، فن الكاريكاتير العربي و دوره في الدفاع عن حقوق الإنسان، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة دمشق : قسم الاتصالات البصرية، كلية الفنون الجميلة، 2008).
- 41 دينا محمد فتحي الألفي، مرجع سبق ذكره.
- 42 أسماء فؤاد عبيد، صورة الولايات المتحدة الأمريكية في الكاريكاتير الصحفي المصري - دراسة للمضمون والقائم بالاتصال في الفترة من 2003 وحتى 2007، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة المنوفية : كلية الآداب، قسم الإعلام، 2011).
- 43 ثروت فتحي كامل، صورة الرئيس في الكاريكاتور السياسي في الصحف المصرية، (جامعة المنيا : كلية الآداب، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية:، مجلد 70، عدد 3، يناير 2010)، ص ص 969 - 1042.
- 44 عمر عتيق، القدس في صورة الكاريكاتير - دراسة أسلوبية في الثقافة الشكلية، (جامعة القدس المفتوحة، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد 18، 2010) ص ص 235 - 261.
- 45 أسماء حافظ، صورة الكاريكاتير وصناعة الصور النمطية "صورة المرأة نموذجاً"، المؤتمر الدولي الأربعون الاعلام وقضايا المجتمع بين المهنية والمسئولية الاجتماعية، (القاهرة : المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 28 - 29 أبريل 2015).
- 46 رباب صلاح السيد، صورة المرأة في الكاريكاتير الصحفي المصري والسعودي دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه، (جامعة المنوفية : كلية التربية النوعية، قسم الاعلام، 2011).
- 47 أسماء حافظ، صورة المرأة في الكاريكاتير في الصحافة المصرية دراسة تحليلية ميدانية في الفترة من 2004 إلى 2008، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، 2010).
- 48 سامية عبد الوهاب، صورة الرجل والمرأة من خلال فن الكاريكاتير، ملخص منشور، مجلة العلوم الاجتماعية، 2009.
- Available at: <http://www.swmsa.com/modules.php?name=New&file=print&sid=86>.
- 49 عزة كامل، صورة المرأة والرجل في الكاريكاتير، مركز وسائل الاتصال الملائمة من اجل التنمية، وحدة الرصد الإعلامي، 2008.
- 50 محمد شومان، المشاركة السياسية للمرأة في خطاب الكاريكاتير في الصحافة المصرية - انتخابات مجلس الشعب عام ٢٠٠٠ نموذجاً، (جامعة الزقازيق، المجلة العلمية لكلية الآداب، يونيو 2004).
- 51 فريد صالح فياض، الكاريكاتير ولاستجابات المعرفية والوجدانية لطلبة الاعلام - دراسة ميدانية على طلبة قسم الاعلام في جامعة تكريت نموذجاً، (جامعة بغداد: مجلة الباحث الاعلامي، العدد 15، 2012).
- 52 أسامة عبد الرحيم علي، تعرض قراء الصحف للكاريكاتير وعلاقته باستجاباتهم المعرفية والوجدانية (جامعة القاهرة: مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثامن - العدد الرابع، أكتوبر -ديسمبر 2007).
- 53 مي إبراهيم، مرجع سبق ذكره.
- 54 غادة عطية وأكد، استخدام طلاب الجامعة للكاريكاتير على موقع الفيس بوك وعلاقته بالوعي السياسي لديهم، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2013م).
- 55 - تم تناول هذه الجزئية بالاعتماد على المراجع التالية :
- Werner J. Severin and James W Tankard, Jr. Communication theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media. Longman .new York , 2002. Pp: 29-40
- Steven Aragon, Creating social presence in online environments, NEW DIRECTIONS FOR ADULT AND CONTINUING EDUCATION, no. 100,

Winter 2003 © Wiley Periodicals, Inc. pp.57:68. It is available at:

https://www.researchgate.net/publication/227510020_Creating_social_presence_in_online_environments

- أشرف جلال حسن ، أثر شبكات العلاقات الإجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الإجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية، المؤتمر العلمي الأول "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، الجزء الثاني، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، فبراير 2009)، ص ص 509-513.

56 **Heeter, Carrie (1989)**, "Implications of New Interactive Technologies for Conceptualizing Communication," in Jerry L.Salvaggio and Jennings Bryant (Ed.), "Media use in the information age : Emerging patterns of Adoption and consumer use" - Lawrence Erlbaum Associates - Hillsdale, NJ.- USA – p.217-236.

⁵⁷ تم تناول هذه الجزئية بالاعتماد على المراجع التالية :

- Zillmann, D. Mood management through communication choices. American Behavioral Scientist, Vol. 31 No. 3 January/February 1988 , pp 327 – 340.

<http://abs.sagepub.com/content/31/3/327.extract>

- Sophia Moskalenko, Steven J. Heine, Watching Your Troubles Away: Television Viewing as a Stimulus for Subjective Self-Awareness , by the Society for Personality and Social Psychology, *PSPB*, Vol. 29 No. 1, January 2003, pp. 77-78, available at: <http://psp.sagepub.com/content/29/1/76.full.pdf+html>

- Vorderer, p., Entertainment Theory, In J. Bryant, D. Roskos-Ewoldsen, & J. Cantor (eds), *Communication And Emotion; Essays In Honor Of Dolf Zillman*, 2003, pp. 131-153.

- Mary Beth Oliver & Jinhee Kim, *Encyclopedia of Children, Adolescents, and the Media - Mood anagement Theory*, SAGE Publications, Inc, 2007 available at: <http://dx.doi.org/10.4135/9781412952606.n279>

⁵⁸ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الرابع، (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣)، ص ٢٠.

⁵⁹ نشرة مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، ديسمبر 2014، ص 3،

It is available at:

http://www.mcit.gov.eg/Upcont/Documents/Publications_742015000_ar ICT Quarterly Bulletin A 6 4.pdf

⁶⁰ شيم عبد الحميد قطب، رؤية القائم بالاتصال في الصحافة المصرية لمواقع التدوين في إطار التكامل بين الوسائل التقليدية والجديدة، المؤتمر العلمي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثاني، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 7-9 يوليو 2009)، ص 1089.

⁶¹ حسنين شفيق، الإعلام الجديد، الإعلام البديل - تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2011 م) ، ص 180 .

⁶² محمود حمدي، سلوى ابوالعلا، عشوائية المعلومات وعلاقتها بمصادقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة المنيا، (جامعة المنيا: مجلة كلية الآداب، العدد (79) ، يوليو 2014) ، ص ص 299 – 401 .

⁶³ رضا عبد العظيم، مرجع سبق ذكره، ص 168.

⁶⁴ أحمد المحمدي. ثورة الفوتو شوب، "مدونة المحمدي بخط مبرمج"، بتاريخ الاثنين 11 يونيو 2012

It is available at: <http://al-mohamady.blogspot.com/2012/06/blog-post.html>

⁶⁵ سلطان يوسف، تطبيق Toon Face لتصميم رسومات كاريكاتيرية، مجاناً لوقت محدود، موقع أخبار التطبيقات .

It is available at: <http://www.arabapps.org/2011/08/-toon-face->

⁶⁶ Pepper, Nathan, 'Source Credibility and the Persuasiveness of Public Saafety Messages Communicated Via Social Media", Unpublished Master Thesis, University of Missouri-Columbia, 2012.

⁶⁷ أفضل 10 مواقع لإنشاء الرسوم الكاريكاتيرية بنفسك، موقع تعديل الصور :

It is available at: <http://photoeditingnow.blogspot.com/2013/04/top-10-websites-to-create-cartoons-of-yourself-for-free.html>

⁶⁸ أحمد المحمدي، المرجع السابق .

⁶⁹ من الصور الشهيرة التي يتم تداولها داخل الموقع الفيس بوك، صورة لاعب كرة السلة الصيني المعتزل يانمينج وهو يضحك في مؤتمر صحفي، فتم تناقل الصورة بشكل مكثف على المواقع، ليتم رسمها في وقت لاحق وتصير الصورة الأشهر، وأطلق على هذه الشخصية اسم "أساجبي".

⁷⁰ أحمد المحمدي ، مرجع سبق ذكره .

⁷¹ برنامج تصميم صور مضحكة وكاريكاتير Funny Photo Maker، موقع برامج، بتاريخ 11 / 4 / 2013

It is available at: <http://soft.vip4soft.com/funny-photo-maker.html>

⁷² ظهر موقع chan 4 ابتداء من سنة 2003 ، وهذا الموقع معروف بكونه مكتبة لوضع وتحميل الصور، وكذلك الكثير من الملفات الأخرى، حيث يمكن للواحد منا وضع المحتوى الذي يريد بطريقة مجهولة ودون أن يكون مسجلاً في الموقع، كما يمكنه التعليق بكل حرية، وذلك نظراً لأن مؤسس الموقع "كريس بول" يرى أن الإنسان لا يمتلك هوية محددة، ومن غير اللائق أن تجبره على وضع اسم له في عالم الإنترنت.

⁷³ اسماعيل عزام، قصة "بوزي" الشخصية الإلكترونية الأشهر في المغرب، جريدة هسبريس الإلكترونية المغربية، بتاريخ 16 / 4 / 2012،

It is available at: <http://www.hespress.com/62595.html>

⁷⁴ علي الطويل، ميمات الإنترنت وكاريكاتير الغضب!، مدونة طرابلسي، بتاريخ 3 / 2 / 2014،

It is available at: <http://www.trables.com/2014/02/03/internet-memes-and-rage-comics>

⁷⁵ علي الطويل، مرجع سبق ذكره

⁷⁶ اسماعيل عزام، مرجع سبق ذكره .

⁷⁷ - أ.د حسن علي محمد أستاذ ورئيس قسم الاعلام بكلية آداب - جامعة المنيا.

- د عزة عزت أستاذ الصحافة المتفرغ بقسم الاعلام - جامعة المنوفية .

⁷⁸ غادة واكد، مرجع سبق ذكره .

⁷⁹ فريد واصل، مرجع سبق ذكره .

⁸⁰ خديجة صلاح الخاجة، مرجع سبق ذكره .

⁸¹ أسامة عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره .

⁸² غادة واكد، مرجع سبق ذكره .

⁸³ أسماء فؤاد حافظ ، صورة الكاريكاتير وصناعة الصور النمطية "صورة المرأة نموذجاً"، مرجع سبق ذكره .

⁸⁴ عزة كامل، مرجع سبق ذكره .

⁸⁵ رؤى كمال، هناء محمود ، ناديو وهدان، مسئول (أدمن) صفحة يوميات زوجة مفروسة في مقابلة مع الباحثة بتاريخ 25 / 4 / 2015

⁸⁶ شيرين مدحت، هبة الله نعيم السلاموني، مسئول (أدمن) صفحة يوميات زوجة مطحونة في مقابلة مع الباحثة بتاريخ 22 / 4 / 2015

⁸⁷ سوزي محمود، شيرى ماجد، سلمى احمد، مسئول (أدمن) صفحة يوميات زوجة طالع عينها في مقابلة مع الباحثة بتاريخ 24 / 4 / 2015

⁸⁸ تيمور السبكي، مسئول (أدمن) صفحة يوميات زوج مطحون في مقابلة مع الباحثة 23 / 4 / 2015 .

⁸⁹ علاء عمر، مسئول (أدمن) صفحة يوميات زوج مفروس في مقابلة مع الباحثة 23 / 4 / 2015 .

⁹⁰ أسماء فؤاد حافظ، صورة الكاريكاتير وصناعة الصور النمطية "صورة المرأة نموذجاً"، مرجع سبق ذكره .

⁹¹ صفحة الورقة ، صفحة ساخرة تناقش قضايا المجتمع بشكل ساخر جديد ومبتكر .

⁹² غادة واكد ، مرجع سبق ذكره .

-
- 93 رضا عيد العظيم ، مرجع سبق ذكره .
- 94 لغة الانترنت: هي لغة جديدة يستخدمها الشباب في برامج المحادثات عبر الانترنت، وتتكون هذه اللغة من كلمات عربية تمزج بلغات أجنبية وتستبدل أحرفها بالأرقام، حيث يمثل حرف الحاء «7» والهمزة «2» والعين «3» وكلمة أنت «u» .
- 95 رباب صلاح ، مرجع سبق ذكره .
- 96 مي حمزة ، مرجع سبق ذكره .
- 97 محمود أحمد ، مرجع سبق ذكره .
- 98 ماجد تزيان ، مرجع سبق ذكره .
- 99 علاء عمر ، أدمن صفحة "يوميات زوج مفروس" ، وبسمة احمد أمن صفحة "يوميات زوجة طالع عينها" .
- 100 غادة واكد ، مرجع سبق ذكره .
- 101 نهى الإسداوي ، مرجع سبق ذكره .
- 102 أسامة عبد الرحيم ، مرجع سبق ذكره .
- 103 محمد رشاد ، مرجع سبق ذكره ..
- 104 تحسين الأسطل ، مرجع سبق ذكره ..