

## الفكاهة في مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على سلوك الشباب

نجلاء عادل حامد

أستاذ مساعد دكتور، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة الموصل، العراق

Najlaa.a.h@uomosul.edu.iq

<https://orcid.org/0009-0000-4779-1506>

عثمان ماجد عبد الجبار

طالب دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة الموصل، العراق

othman.22arp42@student.uomosul.edu.iq

### الملخص

تُعد مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة مجتمعات افتراضية تنشأ من خلالها عمليات تواصل وتفاعلات وروابط اجتماعية، والتي تؤثر بشكل كبير على تكوين الهوية الثقافية للأفراد، وتُعد الفكاهة إحدى العناصر الثقافية التي تنتشر بشكل كبير عبر العالم الافتراضي الذي نشأ عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما وتعد فئة الشباب من الفئات القوية المتابعة للمحتوى الرقمي وعادةً ما يجذب الشباب إلى المحتوى الفكاهي بشكل خاص والذي يعكس تجاربهم اليومية، ومن خلال مشاركة الشباب للنكات والفكاهة تقوى الروابط بينهم ويعزز شعورهم بالهوية الجماعية. كما وتؤثر الفكاهة المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات الشباب باعتبارها أداة للتعبير عن الرأي والتخفيف من حدة الضغوط اليومية والحياتية، وبالرغم من الإيجابيات التي تلاحظ على نشر المحتوى الفكاهي على مختلف الشرائح الاجتماعية بشكل عام وعلى فئة الشباب بشكل خاص، فإننا لا نغفل عن التأثيرات السلبية التي تتركها بعض أشكال الفكاهة على التفاعلات الاجتماعية كالسخرية والتندر، وهذا يستدعي وعياً بخطورة الفكاهة التي تنتشر بسرعة فائقة عبر الفضاء الرقمي<sup>(1)</sup>.

وعليه جاء البحث للوقوف على دور ومخاطر الفكاهة المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تترك أثر كبير في تشكيل آراء الشباب تجاه القضايا الاجتماعية، فالفكاهة أداة جذب قوية وفي متناول الجميع كونها تبسط المفاهيم وتطرح القضايا بشكل مبسط وفكاهي يجذب الانتباه وتفتح نقاشات حول كافة الموضوعات المطروحة على الساحة الاجتماعية<sup>(2)</sup>.

تم الاستعانة بمنهج المسح الاجتماعي في تحليل ودراسة الظاهرة باعتماد أداة الاستبيان لجمع البيانات المتعلقة بموضوع البحث والتي وزعت على عينة مكونة من (50) فرد وهي عينة قصدية، عشوائية حيث تم توزيع

(1) محمد أزهر السماك، وآخرون، الأصول في البحث العلمي، ط ٢، دار الكتب للطباعة والنشر، مطابع جامعة الموصل، ١٩٨٠: ص ٤٢.

(2) زيدان عبد الباقي، قواعد البحث الاجتماعي، ط ٣، المكتبات الكبرى، القاهرة، ١٩٨٠: ص ٢٥٩.

الاستبيان على شباب جامعة الموصل (3).  
وتوصل البحث إلى عدد من النتائج من أهمها:  
- إن لمواقع التواصل الاجتماعي أهمية في نشر واكتساب المعرفة والتواصل مع الآخرين وفتح قنوات للتواصل الاجتماعي وتبادل الخبرات.  
- الفكاهاة المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تفسح المجال لفئة الشباب للتعبير بحرية عن رغباتهم وآراءهم تجاه القضايا المجتمعية المحلية والعالمية.  
- إن الفكاهاة التي يروج لها ويتداولها فئة الشباب سلاح ذو حدين بحسب المواضيع المطروح وطرق العرض وباختلاف الأشخاص والمواقف المرصودة والمقصودة.  
الكلمات المفتاحية: الفكاهاة، مواقع التواصل الاجتماعي، سلوك الشباب.

## Humor in social networking Sites and its repercussions on the behavior of young people

**Najla Adel Hamed**

Assistant Professor, Department of Sociology, College of Arts, University of Mosul, Iraq  
Najlaa.a.h@uomosul.edu.iq  
<https://orcid.org/0009-0000-4779-1506>

**Othman Majid Abdul Jabbar**

PhD Researcher, Department of Sociology, College of Arts, University of Mosul, Iraq  
othman.22arp42@student.uomosul.edu.iq

### Abstract

Social media platforms serve as virtual communities where communication, interactions, and social connections arise, significantly influencing the formation of individuals' cultural identities. Humor is one of the cultural elements that spreads widely across the virtual world, which originated through social media, and the youth category is one of the strong groups that follow digital content, and young people are usually attracted to humorous content in particular, which reflects their daily experiences. Through young people sharing jokes and humor, the bonds between them are strengthened and their sense of collective identity is enhanced.

Humor circulating on social media also influences the behavior of young people, serving as a tool for expressing opinions and alleviating daily and life pressures.

(3) فوزي غرايبة، وآخرون، أساليب البحث العلمي، ط ١، دار وائل للنشر، الأردن، ٢٠١١: ص ٧١.

Despite the positive aspects observed in the dissemination of humorous content across various social segments in general, and among young people in particular, we cannot ignore the negative effects some of it can have. Humor can manifest in social interactions as mockery and bullying, highlighting the dangers of the rapidly spreading humor found in the digital sphere.

Therefore, this research aims to examine the role and risks of humor disseminated through social media platforms, which significantly influences young people's opinions on social issues. Humor is a powerful and accessible tool for attracting attention, as it simplifies concepts and presents issues in a straightforward and humorous way that captures interest and sparks discussions on all topics relevant to society.

The social survey method was used to analyze and study the phenomenon, employing a questionnaire as the data collection tool for the research topic.

The study was conducted on a purposive, random sample of 50 individuals, distributing the questionnaire to students at the University of Mosul.

**The research yielded several key findings, including:**

- Social media platforms are important for disseminating and acquiring knowledge, communicating with others, and opening channels for social interaction and the exchange of experiences.
- Humor circulating on social media provides a platform for young people to freely express their desires and opinions on local and global social issues.
- The humor promoted and shared by young people is a double-edged sword, depending on the topics discussed, the methods of presentation, and the individuals and situations depicted.

**Keywords:** Humor, Social Media, Youth Behavior.

**المبحث الأول: الإطار العام للمبحث**

**أولاً: مشكلة البحث**

لقد شهدت المجتمعات الحديثة في الوقت الحالي تنامي ظاهرة استخدام تقنيات الاتصال الإلكتروني فقد ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني يسمى بالجيل الشبكي أو جيل الإنترنت، وأصبحت هناك وسائل للتعبير عن الرأي وإيصال الصوت ومنها وسيلة الفكاهة، ومن هنا تتحدد المشكلة البحثية، وتسعى الدراسة الراهنة للتعرف على حدود وطبيعة تأثير عنصر الفكاهة والسخرية على

الشباب والتي أخذت بالانتشار عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وبناء على ما تقدم -يمكن أن نحصر مشكلة هذا البحث عن الفكاهة في مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على سلوك الشباب في السؤال الرئيسي التالي:

ما هي الآثار المترتبة استخدام عنصر الفكاهة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

ويتفرع عن السؤال الرئيسي عدة أسئلة فرعية كالتالي:

1. ما المقصود بوسائل التواصل الاجتماعي؟
2. ما الآثار السلبية والإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي؟
3. ما هو تأثير الفكاهة على الشباب المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

### ثانياً: أهمية البحث

يمكن تلخيص أهمية البحث في:

1. فهم تأثير الفكاهة المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي في فهم تأثيرها على قيم الشباب وسلوكياتهم وكيف ينعكس ذلك في شخصياتهم وفي تشكيل هوياتهم.
2. فهم تأثيرات الفكاهة على التفاعلات الاجتماعية وعلى عملية تشكيل الرأي العام تجاه القضايا المجتمعية.
3. فهم العوامل التي تساعد على نشر المحتوى الفكاهي عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بين فئة الشباب.
4. التعرف على الدور الإيجابي والأثر السلبي للفكاهة المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على فئات الشباب.

### ثالثاً: أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى ما يلي:

1. التعرف على الفكاهة ودلالاتها وأهميتها في حياة الإنسان.
2. معرفة التأثيرات الإيجابية والسلبية للفكاهة.
3. التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها وأنواعها.
4. البحث بالآثار المترتبة على استخدام المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي.

## رابعاً: مفاهيم البحث

### 1. الفكاهة:

عرفت الفكاهة لغوياً بأنها: مزاح، دُعاة؛ ما يُتمنَّع به من طُرف الكلام<sup>(4)</sup>.

عرفها قاموس أكسفورد بأنها: "تلك الخاصية المتعلقة بالأفعال والكتابة والكلام التي تستثير المتعة والمرح والمزاح". وعرفها قاموس وبستر بأنها: "تلك الخاصية المتعلقة بحث أو نشاط أو موقف، والتي تستحضر الحس المضحك أو الحس الخاص المتعلق بإدراك التناقض في المعاني وأنها خاصية واقعية مضحكة أو مسلية تتعلق بالملكية العقلية الخاصة بالاكشاف والتعبير والتذوق للأمور المضحكة أو العناصر المتناقضة اللامعقولة في الأفكار والمواقف والأفعال"<sup>(5)</sup>.

أما تعريفنا للفكاهة في بحثنا: حالة تعبيرية تهدف إلى إثارة الضحك والتسلية وفي حالات أخرى تكون بمثابة سلاح للدفاع عن النفس أو إبداء الرأي في موضوع معين.

### 2. مواقع التواصل الاجتماعي:

هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية. أيضاً هي صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الإنترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعض ويمكن أن تشمل هذه المميزات (المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعة النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات)<sup>(6)</sup>.

وهي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"<sup>(7)</sup>.

(4) معجم المعاني الجامع، المعجم الوسيط.

(5) محمد بوكراس، مرجعيات المسرح الفكاهي في الجزائر، بحث لنيل شهادة دكتوراه العلوم في النقد المسرحي، جامعة وهران، كلية الآداب والفنون، قسم الفنون، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية، ٢٠١٧: ص ١٩.

(6) أحمد عصام، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، دراسة وصفية حول الخصوصية والبنية القيمية للأفراد، رسالة ماجستير، ٢٠١٣: ص ٢٣.

(7) محمد زهران، الضحك للعلم، بوابة الشروق الإلكترونية: ٢٠٢٠. <https://www.shorouknews.com>

## المبحث الثاني: الفكاهة ماهيتها ودلالاتها

### أولاً: ماهية الفكاهة:

الحس الفكاهي في عصرنا هذا هو من أهم مقومات توصيل المعلومة. فلننظر إلى الفكاهة في عدة مواضع: المحاضرات والمناقشات العلمية والمقالات العلمية<sup>(8)</sup>.

1. الفكاهة في المحاضرات: لها أهمية قصوى، يدخل المستمعون إلى المحاضرة وهو يتوقعون أن يتعلموا شيئاً جديداً ويكون انتباههم في أقصاه في بداية المحاضرة و شيئاً فشيئاً يقل الانتباه ثم يزيد فجأة في نهاية المحاضرة، هذا السيناريو يحدث في المحاضرات الطويلة نسبياً أي التي تكون طولها أكثر من 45 دقيقة، لذلك أحد أنجح الوسائل هي استخدام الفكاهة، والتي يمكن استخدامها بطريقتين إما بإلقاء نكتة أو موقف طريف متعلق بموضوع المحاضرة، فالفكاهة إذا استخدمت بطريقة صحيحة تنتج محاضرات علمية أكثر نجاحاً بكثير من المحاضرات العلمية الجافة.

2. المناقشات العلمية (ماجستير ودكتوراه): إذا نظرنا إلى شخصيات المناقشين سنجد الآتي: المناقش الحنون الذي يتميز بالطيبة الشديدة مع الطالب ويمدح عمل الطالب أو يعطي ملاحظات قليلة، ونجد على الجانب الآخر المناقش الأكثر حدة والذي يسأل الأسئلة بطريقة حادة أقرب للهجوم ويعطي الكثير من الملاحظات، أما النوع الثالث من المناقشين هو من يناقش ويعطي ملاحظات بطريقة شيقة ولا تخلو من الفكاهة وهذا يزيل توتر الطالب ويجعل المناقشة نوع من التعلم أيضاً، فللفكاهة مكان مهم في المناقشات العلمية.

3. المقالات العلمية وهي نوعان: مقالات موجهة للعامة ومقالات للخاصة، المقالات الموجهة للعامة فيجب أن تكون شيقة والفكاهة تلعب دور مع التشويق في توصيل المعلومة للقارئ بشكل ممتاز، أما المقالات الموجهة للخاصة فيجب أن تتبع قواعد أكثر صرامة من المقالات الموجهة للعامة فمجال الفكاهة ضيق ولكن التشويق قد يكون له مكان هناك ولكن بضوابط معينة.

فالفكاهة "هي تلك الصفة في العمل أو في الكلام أو في الموقف أو في الكتابة التي تُثير الضحك لدى النظارة أو القراء". أو هي "عبارة عن حديث مستملح أو طرفة أو نادرة أو ملححة أو نكتة أو حكاية موجزة يسرد فيها الراوي حادثاً واقعياً أو مُتخَيلاً فيثير إعجاب السامعين ويبعث فيهم الضحك". أو هي عبارة "عن نوع من الكلام يُثير الضحك وينحو إلى تسلية قرائه".

أما عن الدواعي إليها فقد قيل إن: "الفكاهة كانت بواعثها محاولة لتحويل الألم والكبت إلى نوع من التعبير الذي يخفف من وطأة البؤس". وكذلك هي "نزهة النفس وريبع القلب وموقع السمع ومعدن السرور". ويرى باحث

(8) منتصر عبد القادر الغضنفر، زهراء ميسر حمادي، الفكاهة والسخرية في شعر أبي دلالة، مجلة كلية التربية الأساسية، جامعة بابل، العدد ١٣، ٢٠١٣: ص ١.

آخر أنّها "بعض الأشياء التي تجعل الأشخاص يضحكون ويبتسمون". ومنهم من يرى أنّها "ضحك الفنان أو الناقد الذي يُصوّر لنا دواعي الضحك وبيدع في تصويرها وتمثيلها فهو مُضحك وليس بإضحوكة، أو هو واضع الضحك وليس بموضوع للضحكين". وأنّها "فنٌّ لا يجيده إلا القلائل من النَّاس، وهي فلسفة لأنّها يجب أن تكون تعبيراً عن موقف أو نظرة أو فكرة نتوصل إليها بلطف ودقة باللمح دون الإطالة وبالتلميح دون التصريح". ولهذا يمكن القول: إنّ السخرية أسلوبٌ من أساليب النقد الموجه للأفراد والجماعات، يحارب عللهم، ويُجابه تقصيرهم، ويُقوِّم عيوبهم، مهما كانت وسائله وغاياته<sup>(9)</sup>.

### ثانياً: دلالات الفكاهة:

تميزت الفكاهة بغنى مفرداتها، إذ يتفرع عنها كلمات تشترك معها في المعنى تدل على الوفرة في الدلالات. ومن هذه الدلالات: دلالات الفكاهة اللغوية والأدبية والفلسفية والدينية<sup>(10)</sup>.

### 1. الدلالة اللغوية:

تزخر لغتنا العربية بكلمات تدل على السرور والفكاهة والضحك بأنواعه وحالاته كلها، وهناك ألفاظاً كثيرة تلتقي مع الفكاهة في معانيها ومدلولاتها وهي:

1. الفُكاهة والتفكُّه: إن الفكاهة هو المزاح والتفاكه التمازح.
2. التبسم: أول مراتب الضحك وأحسنه.
3. البش والبشاشة: البش هو اللطف في المسألة والبشاشة طلاقة الوجه.
4. البشر: تدل على الفرح والانبساط وهو الطلاقة.
5. البهجة والابتهاج: وهي لفظة تعبر عن السرور والفرح والحسن.
6. الجذل: وهي لفظة تحمل معاني الفرح والسرور والابتهاج.
7. الدُعاة: الممازحة، المضاحكة.
8. السخرية: هي أسلوب في التعبير يثير الضحك والاستهزاء ممن يكون موضع السخرية.
9. السرور: السرور والسراء تدلان على الارتياح فالسراء هي النعمة والرخاء. والمسرة: الفرح.
10. الضحك والتضحك: ويحصل من حركة الروح إلى الخارج دفعة بسبب تعجب يحصل للضحك.

(9) منتصر عبد القادر الغضنفر، زهراء ميسر حمادي، الفكاهة والسخرية في شعر أبي دلامة، مصدر سابق: ص ١.  
(10) جهاد عبد القادر قويدر، شعر الفكاهة في العصر العباسي، رسالة ماجستير في اللغة العربية وآدابها، جامعة البعث، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ٢٠٠٩: ص ٦.

11. الطرب: خفة تصيب الإنسان لشدة حزن أو سرور.
12. الطرفة: كل شيء استحدثته فأعجبك، وتدل على معنى الانتقال إلى واقع مريح يبعث على السرور والانبساط.
13. الطلاقة: تدل على التحرر والارتياح.
14. الظرف والتظرف: هو تطلب خصال الظرفاء ويكون في خفة الحركة وقوة الذهن وملاحظة الفكاهة والمزاح.
15. اللعب: وتدل على القيام بعمل أو التلفظ بقول لا يهدف إلى شيء محدد.
16. المرح والمرح: هو الشعور بالنشاط والفرح الكبيرين وهو شدة الفرح والنشاط حتى يجاوز قدره.
17. المزاح: هو الدعابة، وهو نقيض الجد.
18. النادرة والتندر: تدل على الشيء القليل والشاذ والغريب.
19. النكتة: شيء فكاهي يقال بطريقة معينة من أجل إحداث التسلية أو إثارة الضحك.
20. الهزل: وهو من أساليب التفكه يتنقل فيه صاحبه من حالة جادة إلى حالة لاهية فيتفنن بأساليب الكلام ليخرجه عن معناه الجاد إلى آخر فكه.
21. الهشاشة: وهي الخفة في الشيء والضعف والرخاوة.

## 2. الدلالة الأدبية:

تتمثل الفكاهة في عدة أنواع أدبية وتأخذ عناوين مختلفة منها: التحامق أو التغافل الأدبي الذي يتصنع فيه الشاعر الغفلة أو الحماقة ليعبر عن همومه ومشكلاته بأسلوب مضحك يسخر فيه من نفسه، وينزلها أسوأ منزلة ليضحك الآخرين عليه، وإلى جانب التغافل هناك الغفلة الحقيقية التي تتجسد في نقص في الذكاء وبلادة في الفهم مع اعتقاد المغفل بأنه قوي الفطنة وشديد الذكاء، وهذا ما يؤدي إلى مضاعفة التأثيرات الفكاهية على السامعين.

وهناك أيضاً التهكم الأدبي الذي يعمد فيه الشاعر إلى تضخيم عيب ما عند إنسان أو جماعة بطريقة ساخرة من أجل تهذيب هذا العيب إن أمكن ومن الأساليب الأخرى للفكاهة "اللعب بالألفاظ" الذي يعتمد فيه الشاعر على التغيير بالألفاظ المسموعة فيخلط بين لفظين متقاربين في الشكل والمضمون مما يعقد الموقف ويجعله أكثر إضحاً.

وإلى جانب اللعب بالألفاظ هناك "اللعب بالمعاني" الذي يؤدي أيضاً إلى حالات فكاهية من خلال بعض

الأساليب البلاغية كالتورية والكناية والإجابة بغير المطلوب والتعريض وغيرها.

### 3. الدلالة الفلسفية:

لقد نالت الفكاهة والضحك قسطاً وافراً من تفكير الفلاسفة ودراساتهم منذ القديم وحتى عصرنا الحالي، حيث إن الضحك مرتبط بعامل عقلي أو نفسي أو حتى اجتماعي تعكسه الفكاهة وغيرها أحياناً أخرى، لذلك فقد شغل الفلاسفة أنفسهم بمعرفة ماهية العلاقات القائمة بين الفعل الفيزيولوجي للضحك وأوجه النشاط العقلي والنفسي، ولكنهم لم يتوصلوا إلى إجابات دامغة حول حقيقة ظاهرة الضحك أو الفكاهة بأبعادها النفسية والفيزيولوجية، وكان بعض الفلاسفة القدماء يضعون المضحك مقابلاً للمبكي أو المحزن حيث ساد التقابل بين معنى الضحك والبكاء.

### 4. الدلالة الدينية:

جاء في القرآن الكريم أن الكفار قد مارسوا الضحك والسخرية والاستهزاء في وجه الأنبياء وأتباعهم. قال الله تعالى: ((إِنَّ الَّذِينَ أَجْرَمُوا كَانُوا مِنَ الَّذِينَ آمَنُوا يَضْحَكُونَ ﴿٢٩﴾ وَإِذَا مَرُّوا بِهِمْ يَتَغَامَرُونَ ﴿٣٠﴾ وَإِذَا انْقَلَبُوا إِلَىٰ أَهْلِهِمْ انْقَلَبُوا فَكِهِينَ ﴿٣١﴾ وَإِذَا رَأَوْهُمْ قَالُوا إِنَّ هَؤُلَاءِ لَضَالُّونَ ﴿٣٢﴾ وَمَا أُرْسِلُوا عَلَيْهِمْ حَافِظِينَ ﴿٣٣﴾ فَالْيَوْمَ الَّذِينَ آمَنُوا مِنَ الْكُفَّارِ يَضْحَكُونَ ﴿٣٤﴾ عَلَى الْأَرَائِكِ يَنْظُرُونَ ﴿٣٥﴾))<sup>(11)</sup>.

والضحك - بشكل عام - جاء متنوعاً في القرآن الكريم: كضحك السرور والاستبشار بعد الفوز بالجنة أو ضحك الرضا والشكر أو ضحك المؤمنين رداً على ضحك الكافرين.

وبناءً عليه نستطيع تحديد نظرة الإسلام إلى الفكاهة والضحك بأن النكتة أو الفكاهة شيء من قول أو فعل يقصد به غالباً الضحك وإدخال السرور على النفس، وينظر في حكمها إلى القصد منها وإلى أسلوبها، فإن كان المقصود بها استهزاء أو تحقير مثلاً، أو كان في أسلوبها كذب مثلاً كانت ممنوعة وإلا فلا، ويدعو الهدي النبوي إلى الابتسام والمزاح الصادق والتودد للناس - كما في الحديث النبوي «تبسمك في وجه أخيك صدقة» ولكن الإسلام يحب الوسطية والاعتدال في المزاح وممارسة الضحك والفكاهة، وقال عمر (رضي الله عنه): «من كثر ضحكه قلت هيئته، ومن مزح استخف به» وقال عمر بن عبد العزيز: «اتقوا الله وإياكم والمزاح؛ فإنه يورث الضغينة ويجر إلى القبيح» وقال علي بن أبي طالب: «روحوا القلوب؛ فإنها تمل كما تمل الأبدان». وقال أيضاً: «من كانت فيه دعابة فقد برئ من الكبر»<sup>(12)</sup>.

(11) سورة المطففين: ٢٩-٣٥.

(12) محمد فضل الله شريف، أهمية الفكاهة في حياة الإنسان، دار العلوم، مجلة الداعي الشهرية، ديوبند، العدد: ٥٥، ٢٠١٥.

ثالثاً: جوانب الفكاهة: (13)

تشتمل الفكاهة على الجوانب والأبعاد الآتية:

1. الجوانب المعرفية: ويقصد بها تلك العمليات العقلية الخاصة بالإدراك والخيال والإبداع والفهم والتذوق للفكاهة.
2. الجوانب الانفعالية: ويقصد بها تلك المشاعر السارة الخاصة بالتسلية والبهجة والمرح والاستمتاع.
3. الجوانب السلوكية: ومنها الضحك بأصواته ونغماته، وحركات عضلات الوجه والأصوات التي تصدر عن الحلق والتغيرات في أوضاع الجسم وحركاته.
4. الجوانب الاجتماعية: ويقصد بها تلك السياقات الخاصة بالتفاعل الاجتماعي أو الاتصال الاجتماعي بين الأشخاص أو الجماعات.
5. الجوانب السيكوفسيولوجية: حيث تشمل مواقف الفكاهة على تغيرات في نمط موجات المخ الكهربائية ونشاطات في الجهاز العصبي المستقل وحالة التنشيط العامة في المخ.
6. الجوانب المتعلقة بإبداع الفكاهة أو إنتاجها أو إنتاج أنماط معينة منها، مثل: النكتة، الكاريكاتير، والمسرحيات الكوميديّة وغيرها.

ويرى الدكتور شاعر عبد الحميد أن الفكاهة محصلة لثلاثة عوامل أساسية هي: (14)

1. الشخص: أي المتفكك بخصائصه الجسمية والعقلية والانفعالية وكذلك المتلقي للفكاهة.
2. العملية: أي العمليات العقلية والانفعالية المستخدمة في إنتاج الفكاهة.
3. الناتج: أي العمل الفكاهي الذي أنتج ويجري تذوقه، كالنكتة أو الكاريكاتير.

رابعاً: أهمية الفكاهة في حياة الإنسان: (15)

إن الفكاهة والضحك أمر مهم في حياة الإنسان، إنما تنزع إليه النفس الإنسانية، وتنشرح به الصدور، وتطمئن به القلوب، وترتاح به النفوس. فُطر الإنسان على الضحك والفكاهة، فترفع بها هموم حياته وتدفعها، وينفتح به النوافذ المضيئة في مسيرة حياته، ولذلك يعرف البعض الإنسان بأنه «حيوان ضاحك» كما يتميز الإنسان عن الحيوانات الأخرى بنطقه، كذلك يمتاز عنها بابتساماته وفكاهته. والفكاهة وإن كانت توجد في بعض نواحيها اللواذع؛ ولكن لا تهدف دائماً إلى الإضحاك؛ بل إنها تقوم بوظيفة النقد والدعوة إلى الإصلاح أيضاً.

(13) شاعر عبد الحميد، كتاب الفكاهة والضحك، سلسلة عالم المعرفة، مطابع السياسة، الكويت، ٢٠٠٣: ص ١٣.

(14) شاعر عبد الحميد، كتاب الفكاهة والضحك، مصدر سابق: ص ١٣.

(15) محمد فضل الله شريف، أهمية الفكاهة في حياة الإنسان، مصدر سابق: ٢٠١٥.

إن الفكاهة تعتبر من المواضيع القريبة إلى النفس لا يخلو منها مجتمع، ولا تستغني عنها حضارة، إنما الغرض من الفكاهة أن يجعل الحياة ضاحكة وجديرة بأن تعاش، بعيدة عن الأحزان والأشجان. وتبرز أهميتها في الآتي:

### 1. تُشجذ الهمم:

من فوائد الفكاهة والضحك في حياة الإنسان أن الضاحك يحس خلال فكاهاته أن المضحوك أقل منه شأنًا، وأقل منه قيمة، وفي ذلك استعلاء وشعور بالتفوق، يبعد به الإنسان عن مشاعر النقص، إن هذه الطبيعة ليست مذمومة إلا إذا تعمدت بذلك إلى إيذاء الآخرين، وجرح مشاعرهم.

### 2. تقوي عضلات الإنسان وتشرحها:

ومن فوائد الفكاهة في حياة الإنسان: أنه يحس تارة في داخله التوتر والإحباط والعقد، والتي تنتج عن ضغوط الضمير والنفس؛ ولكن الضحك يعمل خارجياً لينفتح المجال لإزالة التوتر والشحنات المتنوعة بداخلنا.

### 3. التخفيف من الآلام والأشجان:

الابتسام والمرح، والبشاشة، والمزاح، والدعابة والهزل والكوميديا كلها تصدر عن طبيعة واحدة في نفس الإنسان حيث يسري عن النفس الكآبة والعبوس، ويبعد آلامها ولو مؤقتاً مما يعيد التوازن النفسي.

### 4. تشفي الأمراض الجسدية:

اكتشف العلماء والباحثون أهمية الفكاهة والضحك في صحة القلوب وشفاء الأمراض، فمنذ عصر النهضة الأوربية كان الجراح «هنري دي موندفيل»<sup>(\*)</sup> يروي النكات للمرضى عند خروجهم من العملية الجراحية، وكان الأطباء يصفون الضحك علاجاً للرشح، كما اكتشفوا فوائده ودوره في التفريغ النفسي وفي جلب النوم وإبعاد القلق والاكتئاب.

### 5. الفكاهة تمهد الطريق لإقامة الروابط:

الفكاهة ذات وظيفة اجتماعية للتواصل مع الناس ولتحقيق التفاعل بين الأفراد والجماعات، وللتحكم في سلوك الآخرين بالسخرية أو إزالة الخوف.

<sup>(\*)</sup> هنري دي موندفيل: هو شخصية فرنسية من العصور الوسطى. كان يزعم بأنه "أب الجراحة الفرنسية". هناك بعض الشك حول مسقط رأسه، ولكنه كان على الأرجح أن يكون قد تم أما قرية ماندفيل أو إمندوفيل، وكلاهما في النورماندي. كان يتدرب على الطب في باريس ومونبلييه ثم في إيطاليا مع تيودوريكو بورغاناني اللذين حققا شهرة كبيرة بعلاج الجروح.

### خامساً: أنواع الفكاهة:

الفكاهة عنصر مهم من عناصر الأدب؛ لأن الضحك جزء من حياة الإنسان يؤدي وظيفة روحية وفسولوجية، فيجب أن يكون له كسائر الفنون ما يغذيه ويبعث عليه، عرف العرب الفكاهة، كما عرفت الأمم الأخرى، وبخاصة بعد فتحهم العراق وفارس والشام ومصر، حيث تأثروا بما لدى تلك الأمم من حياة اجتماعية وثقافية جديدة، جعلتهم يصيرون إلى شيء من حياة الترف والبذخ، قادتهم إلى الاهتمام بألوان الفكاهة والترؤيع المختلفة.

وسيتم الحديث عن أنواع الفكاهة في القص العربي القديم وعن أبي الفرج الأصفهاني والجاحظ وجحا كأنموذجاً (16).

#### 1. أنواع الفكاهة في القص العربي القديم:

الإنسان بطبيعة خلقته كائنٌ بديع، امتزجت فيه جملة من التناقضات: فبين جده وهزله، وضحكه وبكائه، وحره وفرحه، وجنكته وسذاجته، تتلون نفسه البشرية لتعبر كل حين عن ذاتها وذوات من حولها، ولأن الأدب مرآة عاكسة لهذه النفس فقد تعددت وتنوعت ألوانه، حيث عرّف التاريخ الأدبي الإنساني فنوناً أدبية مختلفة، كانت خير معبر عن أحوال الناس في جلّها وتزحلها، ومن بينها الأدب الفكاهي. فملح الأدب الإنساني تلك الفكاهة الهادفة التي يخطّ سطورها الكاتب المبدع بقدر بعيداً عن الإسفاف والتهريج، بل ينثر مستملحاته؛ لتطيب بها قلوب القراء، وتتحرر مؤقتاً من أحزانها، وتتطهر مما يكدر صفوها؛ كقول الدكتور عبد العزيز شرف: "الأدب الفكاهي يقوم بوظيفة تطهيرية؛ حيث يُزيل من النفس أدران الهم والقلق، واليأس والحقد، والتشاؤم والإحباط.

#### 2. أبو الفرج الأصفهاني:

كان أبو الفرج يمتلك حس الفكاهة حين يورد أسماء بعض الرجال أو يذكر شيئاً من أخبارهم في كتبه، إذ يمتاز أسلوب أبي الفرج بأنه لا ينقل الكلام بلفظه كما ورد عن الرواة بالسلاسة والجزالة، فهو لا يلتزم في سرده الأخبار السجع أو الأناقة البديعية، كما كان يفعل بعض الكتاب، بل يرسل نفسه على سجيته ويراعي الإيجاز في التعبير، ومن أهم كتبه "الأغاني"، الذي نال شهرة واسعة وصيئاً ذائعاً لم ينله كتاب في الأدب العربي منذ أن ظهر للناس في القرن الرابع الهجري حتى هذا اليوم.

#### 3. الجاحظ وكتاب البخلاء:

الجاحظ أديب عربي كان من كبار أئمة الأدب في العصر العباسي، أما كتابه البخلاء فهو كتاب أدب وعلم وفكاهة،

(16) تاله الطباع، أنواع الفكاهة في القص العربي القديم، صفحة سطور: ٢٠١٩. [/https://sotor.com](https://sotor.com)

إذ يعدّ من أنفس الكتب التي يتنافس فيها الأدباء والمؤرّخون، ظهرت فيه روحه الخفيفة تهزّ الأرواح، وتجتذب النفوس، تجلّي فيه أسلوبه الفياض، وبيانه الجزل الرصين، وقدرته النادرة على الصياغة النادرة في أوضح بيان وأدقّ تعبير وأبرع وصف، كما وصف الحياة الاجتماعية في صدر الدولة العباسية، فقد أطلع قراءه على أسرار الأسر، ودخائل المنازل، وأسمع حديث القوم في شؤونهم الخاصة والعامة، وكشف عن كثير من عاداتهم وصفاتهم وأحوالهم.

#### 4. الشيخ نصر الدين خوجه أو جحا:

حين نتحدث عن السخرية قد نتفق أنه لا يوجد شخص استطاع أن ينفرد بوصف الساخر في التاريخ العربي أكثر من جحا وحمارة، هذا ما تؤكده أغلب المصادر التاريخية عن تفرد شخصية جحا، من حيث الشعبية والبقاء على قمة السخرية لعقود طويلة، "فأبا الغصن" الاسم الحقيقي لجحا المنتمي لقبيلة فزارة العربية، عاصر الخلافة الأموية، التي اشتهر بسخريته من حكمها وأحوال المجتمع في عصرهم، ما لبث أن تناقلت الناس نوادره بينهم، حتى صار بطلاً شعبياً تلتف حوله الناس في وجه السلاطين، وكلما نال من أحدهم زادت شهرته، فارتبطت شخصية جحا بالعصور التي يشهد فيها القمع والظلم، لا سيما في عصور الكبت السياسي والقهر العسكري، حيث يبدأ الشعب في انتخاب الرمز الجحوي -نسبة إلى جحا- في محاولة منه لمقاومة الانحراف والتسلط، والحرص في الوقت نفسه على رفض الوضع وعدم الذوبان في الظروف<sup>(17)</sup>.

#### سادساً: وظيفة الفكاهة:

#### الوظائف التي تؤديها الفكاهة على صعيد الفرد والمجتمع:

تنبع من كونها أقوى سلاح يمكن أن يدخل إلى الإنسان وهو يضحك، وهو ما يمكن أن نطلق عليه الضحك مما يُبكي؛ فالسخرية هي أن تضحك مع أنك تريد أن تبكي. هذه الموهبة (الوظيفة) تعد من القدرات البشرية التي تتميز بها نسبة عددية محددة من البشر، كما يجب أن تتوافر فيمن يريد أن يمتحن هذه المهنة قدرتان، هما: قدرة روح النكتة، وقدرة الفطنة والذكاء، وهاتان القدرتان قد تكونان من الصعوبة بمكان أن تجتمعا في شخص واحد، وأن يوظفهما في إطار موضوع ونسق واحد حتى يخرج لنا ما يسمى بالسخرية الاجتماعية، وهي قدرة قوية تجعل من الشخص القارئ لأدب السخرية والفكاهة الهادفة يسقط آلامه وهمومه وعواطفه بطريقة انفعالية عكس انفعال الحزن، وهو انفعال السخرية الممتزجة بالضحك؛ لذلك فهي تسهم مساهمة فاعلة في جعل المجتمعات تعبر عن انفعالاتها المكبوتة، ونظراً لأن الشخصية العربية نمت وعاشت وتمت تربيتها على قيم اجتماعية صارمة قد تسبب لها إشكالات نفسية تجاه النقد بصفة عامة فإن ذلك من دون شك سيكون عاملاً

(17) فيصل عادل، من جحا إلى كومكس. كيف يسخر العرب من أنظمتهم، شبكة الجزيرة الإعلامية: ٢٠٢٠. <https://www.aljazeera.net>

من عوامل انحسار هذا الأسلوب، فأدب السخرية والفكاهة يحتاج إلى المناخ الجيد وجو من الحريات ومساحة من التفهم والانفتاح، فالخوف يبعث على القلق الذي يكف ويمنع ويحد من الإبداع والنشاط البشري، ولعل من الشخصيات الشهيرة في العالم التي عُرِف عنها السخرية الفكاهية الممثل شارلي شابلن، وله مواقف مضحكة وكلمات محملة بنقد لاذع، لكنها أيضاً تجلب الضحك لمن يستمع له (18).

سابعاً: تأثيرات الفكاهة: (19)

### 1. التأثير الإيجابي للفكاهة:

نشأت على مدار التاريخ ثلاث نظريات رئيسية عن الفكاهة: نظرية التفوق وتعود للفيلسوف أرسطو حيث يقول إنه عندما نضحك نشعر بالتفوق، ودافع شيشرون عن نظرية التنافر/التناقض القائلة بأننا نضحك عندما يؤدي أمراً ما لتغيير منظورنا فجأة، بينما أيد سيغموند فرويد نظرية التنفيس القائلة بـ: أن الفكاهة تساعد على إذابة التوتر النفسي وإظهار الرغبات المكبوتة.

وفي الماضي القريب، تم توحيد النظريات الثلاث في مفهوم واحد، (الفكاهة هي عندما تضحك في جميع الأحوال)، يقول البروفيسور جينا باريكا، على سبيل المثال أن الضحك يركز على الموضوعات ذاتها مثل الخوف ولا يتجاهلها ولكنه يعمل على تقوية قدراتنا على مواجهتها.

وعلى الصعيد الآخر، قام الفيلسوف سينيكا (أحد أتباع المذهب الرواقي) بتعريف الفكاهة على أنها عنصر حيوي للهدوء، وقال "إنه يفضل للمرء أن يضحك للحياة بدلاً من أن يتحسر ندماً عليها".

يقول الجنرال دوايت أيزنهاور الذي شغل منصب رئاسة الولايات المتحدة الأمريكية الرابع والثلاثين: "تعتبر الفكاهة جزءاً من فن القيادة، التعامل مع الآخرين ومن فنون إنجاز المهام.

أكدت العديد من الدراسات على التأثير الإيجابي للفكاهة على صحة وسعادة الإنسان على سبيل المثال، نشرت الجامعة النرويجية للعلوم والتكنولوجيا في ٢٠١٠ دراسة توضح أنه يمكن للفكاهة أن تطيل العمر، ولقد قام العالم سفين سفيك بعمل اختبارات لـ ٥٠٠٠٠ مواطن نرويجي على مدار أعوام عديدة وتوصل إلى أنه كلما كان المشاركون في الدراسة من الأشخاص الأكثر فكاهة كانوا أقل عرضة للإصابة بالأمراض وأنهم يحظون بفرصة أن تطول أعمارهم بحوالي ٢٠% في المتوسط.

وفي عام ٢٠١٤، أجرت مستشفى روبرت بوش في شتوتغارت دراسة على مرضى القلب، مارس المرضى على مدار

(18) عبد الله الحريري، الفكاهة والسخرية ووظيفة للتنفيس، جريدة العرب الاقتصادية الدولية، السعودية: ٢٠١٢.

(19) ريناتا برتيفيك، أهمية الفكاهة، موقع اكتشاف الحياة: ٢٠٢٠. <https://www.explore-life.com>

سبعة أسابيع أن يكون رد فعلهم للمواقف العصبية باستخدام الفكاهة بدلاً من المشاعر السلبية مثل الغضب، وفي هذه الأثناء، قاموا بمليء استبيان عن التوتر وتم قياس مستويات الكورتيزول، وأوضحت النتائج أن التدريبات على ممارسة الفكاهة أدت إلى تقليل مستويات التوتر لدى المرضى بشكل ملحوظ.

## 2. التأثير السلبي للفكاهة:

يمكن أن يكون للفكاهة آثار سلبية وأنه ليس لكل شكل من أشكال الفكاهة آثار إيجابية، حيث استطاعت الأبحاث أن تميز بين أربعة أنواع لها هي: التواصل - الدعم الذاتي - الغضب (\*) - الفكاهة الانهزامية للذات، يهدف النوعان الأولان إلى الترفيه عن المحيطين بالفرد وعن ذاته وتعزيزهم، بينما يهدف النوعان الآخران للاستخفاف والاستهزاء بالذات وبالآخرين، ولذا فهما يجلبا الألم والسلبية على عكس النوعين الأولين من الفكاهة بحيث يمكنهما إرشادنا ومساعدتنا في التعامل مع الحياة اليومية والأزمات بشكل أفضل (20).

## المبحث الثالث: وسائل التواصل الاجتماعي

### أولاً: ماهية التواصل الاجتماعي: (21)

يُعد الإنسان كائن اجتماعي ولا يستطيع أن يعيش بمفرده، وتُعد عملية التواصل الاجتماعي هي العملية التي يتم من خلالها الربط بين الإنسان والآخرين في المحيط الاجتماعي، بالإضافة إلى التواصل المستمر مع الجيران والأصدقاء والمعارف من أجل تحقيق مختلف الفوائد التي تفيد الإنسان على المستوى الشخصي وتفيد المجتمع بشكل كامل، أصبح التواصل الاجتماعي هو الوسيلة العامة في العصر الحالي للتعامل مع الآخرين، وذلك كنتيجة طبيعية لانتشار مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى انتشار مختلف وسائل الاتصال التي جعلت العالم أكثر قرباً منا كما أن وسائل التواصل الاجتماعي كانت السبب في إتاحة الفرصة للتعبير عن جميع الآراء والأفكار بحرية كاملة، بالإضافة إلى تقبل العديد من الأفكار التي تقع بين الرأي والرأي المعارض وعرض الأفكار الغريبة والغير اعتيادية حتى يتعرف عليها الأفراد، كما أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أتاحت للعديد من أصحاب المواهب للظهور بالإضافة إلى إمكانية عرض مواهبهم وجذب انتباه الآخرين لهم، بالإضافة إلى انتشار عمليات التسويق الرقمي في مواقع التواصل الاجتماعي مما ساهمت في تحقيق العديد من المبيعات.

فالتواصل الاجتماعي هو العملية التي يقوم بها الإنسان من أجل إيصال العديد من الأشياء كالمعلومات والأفكار

(\*) الغضب: عاطفة طبيعية يشعر بها الإنسان عند تعرضه لخطر ما، أو نتيجة شعوره بالتعب، أو التوتر، أو الاستياء، أن الغضب يكون رد فعل مقبول ومنطقي أحياناً إلا أنه يكون مبالغاً فيه أحياناً أخرى؛ حيث ينتج عنه أفعالاً أو كلاماً غير مرغوب به، أو غير عقلاني، وعندها سيُشعر الشخص المقابل بالتهديد، والاستياء، وبالتالي سيؤثر سلباً على التواصل الفعال مع الآخرين.

(20) ريناتا بريتيك، أهمية الفكاهة، موقع اكتشاف الحياة: ٢٠٢٠. <https://www.explore-life.com>

(21) سمر عادل، مقدمة عن مواقع التواصل الاجتماعي، المرسال: ٢٠٢٠. <https://www.almsal.com>

والرسائل، وذلك من خلال نقل الأخبار في مجتمع واحد نتيجة لوجود العديد من العلاقات المشتركة، كما أنه في علم النفس يتم تشبيه عمليات التواصل بأنه عملية إلقاء البلياردو، وذلك نتيجة لدفعها فتصطدم وترتد من جديد وهذا ما يؤكد أن لكل فعل رد فعل.

ثانياً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي: (22)

### المرحلة الأولى:

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض زملاء الدراسة، وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام (١٩٩٥) وهو موقع Classmates.com، وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات، وقسم كل ولاية إلى مناطق، وقسم كل منطقة لعدة مدارس، وجميعها تشترك في هذا الموقع، ويمكن للفرد البحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي ينتسب إليها ويجد زملائه. وتبع ذلك محاولة ناجحة لموقع تواصل اجتماعي آخر؛ وهو موقع SixDegrees.com وكان ذلك في خريف عام (1997) وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وكان ذلك بداية للانفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بدون حدود، وقد أتاح ذلك الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات من أهمها إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من ذلك فقد تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله، وتبع ذلك ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة (١٩٩٧)، وكان محور اهتمامها هو تدعيم المجتمع من خلال مواقع تواصل اجتماعية مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الآسيويين Asianavenue.com وموقع البشر ذوى البشرة السمراء. comBlackplanet. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي والتي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام (١٩٩٩-٢٠٠٠م)، وقد اعتمدت هذه المواقع في نشأتها خلال الفترة الأولى على تقنيات الويب في مراحلها الأولى <http://kenanonline.com/users/ozhor-gaper/posts/51288>

### المرحلة الثانية:

يمكن وصف المرحلة الثانية بأنها مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن التأريخ للمرحلة الثانية بالموجة الثانية للويب web2 والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة. ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق مواقع التواصل الاجتماعي friendster.com، وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصدقات المتعددة

(22) مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، العدد ١٦٩، الجزء الثالث: ٢٠١٦.

بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرةً كبيرةً في تلك الفترة، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع skyrock.com كمنصة للتدوين، ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب. وفي بداية عام (٢٠٠٣) ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير Myspace.com وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم، كما ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم مثل linkedin.com، كما ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل linkedin.com والتي انطلقت رسمياً في الخامس من مايو عام (٢٠٠٣) والذي وصل عدد مستخدميه إلى (٢٥٠) مليون مشتركاً (٢٠١٢م)، ثم كانت النقلة الكبيرة في عالم شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع بنهاية شهر ديسمبر؛ حيث انطلق رسمياً (٢٠٠٤)، وقد بدأ التواصل الاجتماعي الشهير الفيسبوك Facebook.com في الرابع من فبراير هذا الموقع أيضاً ساهم في الانتشار الموازي مع شبكات التواصل الأخرى على الساحة حتى تطور الفيسبوك من المحلية إلى الدولية.

#### ثانياً: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي: (23)

1. مواقع الشبكات الاجتماعية: تُشير مواقع الشبكات الاجتماعية أو شبكات العلاقات (Social Network) إلى المواقع التي تُمكن مستخدميها من التواصل مع بعضهم البعض عبر الإنترنت، والتعرّف على أشخاص جدد، وإقامة صداقات جديدة، وتُعدّ الشبكات الاجتماعية أحد أشهر أنواع مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها استخداماً، ومن الأمثلة عليها؛ موقع الفيسبوك وموقع تويتر.
2. مواقع نشر الوسائط المتعددة: (Media Sharing Networks) تعرف بأنها مواقع التواصل الاجتماعي التي تختص بإنشاء الوسائط المرئية كالصور، ومقاطع الفيديو، ومشاركتها مع المستخدمين الآخرين في مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى الرغم من أنّ شبكات التواصل الاجتماعي، كالفيسبوك، وتويتر يُمكن نشر الصور والفيديوهات خلالها إلا أنّها لا تُعدّ مواقع مُختصة فقط بنشر الوسائط المتعددة، ومن الأمثلة على هذا النوع من مواقع التواصل الاجتماعي؛ موقع (Pinterest)، وموقع (Instagram) المخصصان لنشر الصور، بينما يُعد اليوتيوب مثلاً على المواقع التي تُعنى بإنشاء مقاطع الفيديو ونشرها.
3. المدونات: تُعرّف المدونات (Blogs) بأنها المواقع التي يستطيع الأفراد والشركات من خلالها نشر محتوى مُعين سواء كان أنشطة أو أفكار أو حتى مُعتقدات، ويرتكز هذا النوع من مواقع التواصل على تقديم محتوى ثابت للنشر، الأمر الذي يُؤدّي إلى التركيز على ذلك المحتوى وتوضيحه للجمهور وتمكينهم من التفاعل معه، ويُمكن لأيّ شخص إنشاء مُدونة خاصة وبشكل مجاني من خلال العديد من المواقع الإلكترونية، موقع (Wordpress)، وموقع (Blogger).

(23) سميحة ناصر خليف، أنواع مواقع التواصل الاجتماعي، موقع موضوع: ٢٠٢١. <https://mawdoo3.com>

4. مواقع تقييم المستخدم: تُشير مواقع تقييم المستخدم (User Appraisal Sites) إلى المواقع التي يتم استخدامها كمنصات لتقييم المنتجات والخدمات، حيث تُمكن المستخدم من تقديم رأيه حول سلعة معينة أو خدمة بكل أريحية، بحيث يتمكن الآخرون من أخذ فكرة عن تلك الخدمات أو السلع قبل شراؤها، ولا تقتصر فائدة تلك المواقع على الأشخاص المستهلكين فقط بل يُمكن أن يستفيد منها أصحاب الشركات من خلال الحصول على تغذية راجعة حول منتجاتهم من المستهلكين، ومن الأمثلة على تلك المواقع؛ موقع (Yelp) الذي يقوم بنشر التعليقات التي يضعها المُستهلكين حول منتج معين أو خدمة سواء كان ذلك التعليق إيجابياً أو سلبياً.

5. مواقع التسوق الاجتماعي: تُعرّف مواقع التسوق الاجتماعي (Social Shopping Networks) بأنها المواقع التي يُمكن من خلالها بيع المنتجات وشراءها عبر الإنترنت، كما تُمكن الشركات من شدّ انتباه المستهلكين إلى منتج معين، أو توعيتهم حول علامتها التجارية، ويُمكن من خلال هذه المواقع المُختصة بالتجارة الإلكترونية معرفة أفضل النصائح والممارسات التي يجب إتباعها في عمليات التسويق.

6. منتديات المناقشة: تُعدّ مُنتديات المناقشة (Discussion Forums) إحدى أقدم أنواع وسائل التواصل الاجتماعي، وهي المواقع التي تُعنى بالحصول على الأخبار والآراء والمعلومات ومناقشتها مع المستخدمين الآخرين، حيث تسمح للمستخدمين بالتعبير عن آرائهم دون الإفصاح عن هويتهم، ومن الأمثلة عليها؛ موقع (Quora) وموقع (reddit).

ثالثاً: أهمية التواصل الاجتماعي: (24)

1. التواصل مع الآخرين: تُتيح وسائل التواصل الاجتماعي لمستخدميها إمكانية التواصل مع بعضهم البعض، ويُعدّ ذلك من أكثر مزايا استخدام تلك المواقع أهمية، إذ يُمكن من خلالها التواصل مع أفراد العائلة والأصدقاء أينما كانوا بغضّ النظر عن الحدود الجغرافية التي تفصل بين المستخدمين.

2. التعلم عبر الإنترنت: تُعدّ وسائل التواصل الاجتماعي ذات أهمية كبيرة في حياة الكثير من الطلاب؛ حيث تُسهّل تواصل الطلاب مع معلمهم، وتزيد من سهولة نقل المعلومات، وتبادلها، لذا فإنّها تُعدّ أداة تعليمية فعّالة الأمر الذي دفع العديد من الباحثين المختصين بمجال تكنولوجيا التعلم إلى التأكيد على أهمية استغلال الإنترنت، والاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التعليم.

3. سرعة الوصول إلى أخبار العالم: تُساهم وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير في الحصول على آخر أخبار العالم، ومتابعة الأحداث الجارية، حيث لم يعد الجلوس أمام التلفاز بانتظار نشرة الأخبار أو الحصول على صحيفة ورقية للاطلاع على ما يجري حول العالم الطريقة الوحيدة للحصول على آخر الأخبار والمستجدات، حيث يُمكن متابعة كلّ شيء في هذا العصر باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، بل إنّها توفّر أيضاً إمكانية تحديد نوع الأخبار التي تُهمّ المستخدم ليتمّ إشعاره بها.

(24) أروى بريجية، أهمية مواقع التواصل الاجتماعي، موقع موضوع: ٢٠٢٠. <https://mawdoo3.com>

4. وسيلة للمتعة والتسلية: يُمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للمتعة والتسلية، وقضاء وقت الفراغ أثناء العمل أو في المنزل، فنظراً إلى طبيعة الإنسان الاجتماعية فهو يُحب مشاركة أخباره وأحداث حياته مع الآخرين، كما يُحب في بعض الأحيان رؤية ما يفعله الآخرون، والتفاعل معهم، وهذا ما تُتيحهُ وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير.

5. استهلاك أقل للمال والوقت: تُساهم وسائل التواصل الاجتماعي في توفير استهلاك المال على المستخدم؛ وذلك لأنّ معظم تلك المواقع تُستخدم بشكل مجاني سواءً على الصعيد الشخصي والتجاري، كما تُتيح نشر الأخبار والإعلانات بدون مُقابل مادي أو بتكلفة قليلة جداً نسبةً لتكلفة نشرها عبر الوسائط المطبوعة.

6. فرصة للاستثمار وزيادة الأرباح: أصبحت العديد من الشركات تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة وفرصة للاستثمار، وزيادة الأرباح، حيث تقوم أغلب الشركات بالإعلان عن منتجاتها وخدماتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، كما تُمكنهم من إعداد حملات ترويجية عديدة لبعض البضائع، أو توزيع الهدايا على الزبائن لدعم إعلاناتها والترويج لمنتجاتها من خلالها، بالإضافة إلى إمكانية التواصل مع العملاء، وجذبهم على مستوى شخصي أكثر.

رابعاً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي: (25)

تكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في إتاحة المجال واسعاً أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين، خاصة وأن هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان اجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع الآخرين، ولا يمكن أن يعيش في عزلة عن أخيه الإنسان، لذا نجد أن لهذه المواقع خصائص محددة منها:

1. شاملة: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، تلغي من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، من خلال الشبكة بكل سهولة.

2. تفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، في تلغي السلبية المقبولة في الإعلام القديم (التلفاز، الصحف الورقية)، وتعطي حيزاً للمشاركة الفعالة من المشاهد والقارئ.

3. تعدد الاستعمالات: مواقع التواصل سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطالب في التعليم، والعالم لبحث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، وأفراد المجتمع للتواصل وهكذا.

4. سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.

5. اقتصادية في الوقت والجهد والمال: في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالكل يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكراً على أصحاب الأموال أو حكراً على جماعة دون أخرى.

(25) عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥: ص ٦٧.

## خامساً: تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي:

### 1. التأثير الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي:

تظهر فوائد مواقع التواصل الاجتماعي في سهولة التواصل بين أفراد المجتمع، وازدياد المعرفة وسهولة الوصول إلى المعلومات، وأصبحت وسيلة سريعة للتعريف بالشركات والمنتجات والكثير من الإيجابيات الأخرى. وتظهر فوائد الألعاب الإلكترونية وميزاتها في نواحٍ عديدة من حياة الفرد، فهي إلى جانب التعليم الذي يكتسبه الطفل منها من خلال زيادة المفاهيم والمعلومات وتطوير المهارات، فإنها تُنمي الذكاء وسرعة التفكير لديه، حيث تحتوي العديد من الألعاب على الألغاز، وتحتاج إلى مهارات عقلية لحلها، وكذلك تزيد من قدرته على التخطيط والمبادرة، وتُشبع خيال الطفل بشكلٍ لا مثيل له، وتزيد من نشاطه وحيويته، ويُصبح على معرفةٍ عالية بالتقنية الحديثة، ويُجيد التعامل معها واستخدامها وتكريسها لمصلحته. من إيجابيات الألعاب الإلكترونية أنها تُشجع الطفل على ابتكار الحلول الإبداعية للتكيف والتأقلم مع ظروف اللعبة، ويمتد أثرها إلى الواقع العملي، حيث يُمكنه تطبيق بعض المهارات التي اكتسبها من خلال اللعب على أرض الواقع في حياته العملية الحقيقية (26).

كشفت دراسات عن وجود نسبة عالية من الشباب وصلت إلى (71.1%) كان الإنترنت قد ساعدها على تعزيز ثقافتها بنفسها أمام الآخرين، فالمعلومات والمعارف والمهارات التي جناها هؤلاء الشباب من الإنترنت عملت على زيادة شعورهم بأهميتهم وإكسابهم ثقة بذواتهم أمام الآخرين في المناقشات والحوارات السياسية والثقافية والقضايا العامة وبخاصة فئة الشباب الذكور منهم.

إذ دلت النتائج على وجود ما نسبته (41.2%) من الذكور، ووجود ما نسبته (29.9%) من الإناث، وبخاصة ممن تقع أعمارهم في الفئة العمرية (20-30) سنة، كانوا قد استثمروا هذه المعلومات والمعارف التي اكتسبوها من الإنترنت في تعزيز ثقفتهم بنفسهم. وكان هذا واضحاً لدى أولئك الشباب ممن يتمتعون بعلاقات قوة مع أسرهم، وممن كانت تعاملهم أسرهم معاملة ديمقراطية قائمة على احترام آرائهم ووجهات نظرهم في القضايا التي تتطلب منهم إبداء آرائهم فيها (27).

### 2. التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي: (28)

1. الإدمان: عندما يعتاد الشخص على استعمال هذه الشبكات عندها يصاب بالإدمان وبالتالي يسبب له في وقت لاحق أمراض نفسية عصرية، قلق، عدم استقرار، حيرة، العصبية وغيرها.

(26) علي السندي، إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، جريدة الوطن، السعودية: ٢٠١٩. www.alwatan.com.sa

(27) حلمي خضر ساري، ثقافة الإنترنت، دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠٠٥: ص ١٢٧.

(28) أميرة أمين، إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، دليل التعليم، موقع إيدأربيا. https://www.edarabia.com

2. الانعزال عن العالم الواقعي: مع تزايد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قلت الحاجة للتعامل مع الناس على أرض الواقع وهذا قد يفقد المستخدمين الكثير من مهارات التواصل مع المجتمع ومع الناس من حولهم.

3. التحريض على الغير والشجار: عند حدوث معارضة مع شخص ما من الناحية الأيديولوجية أو السياسية أو الاقتصادية وغيرها، فمن الممكن أن يؤدي هذا التحريض والشجار إلى خلافات ونزاعات بين الأشخاص على أرض الواقع وربما يتسع النطاق ويصبح على صعيد عائلات وقد يؤدي إلى تهديد وقتل.

4. تشفير البيانات: يعني تحويل النصوص والصور والفيديو إلى خليط من الرموز لا يستطيع أن يفهم محتواها إلا المرسل إليه الشرعي، أن جميع الرسائل المشفرة قابلة للتفكيك والفهم إذا ما توفرت القدرة الحاسوبية اللازمة والوقت الكافي، وهناك العديد من الهاكرز وشركات التجسس والمراقبة والمخابرات وشركات الاتصال التي تراقب الأشخاص لهدف معين.

5. هدر الوقت.

6. مشاكل زوجية.

7. انتشار الفساد وزرع القيم الفاسدة.

سادساً: أهداف وميزات وسائل التواصل الاجتماعي: (29)

أهداف وسائل التواصل الاجتماعي:

وسائل التواصل الاجتماعي لم تعد فقط من أجل الدردشة أو التسلية، بل أصبحت وسيلة لإنجاز الأعمال والأخبار والإعلان عن الوظائف والتواصل لمختلف الأهداف والأغراض والتي تتمثل بـ:

1. إعطاء المعلومات المختلفة والحصول عليها.

2. التعاون والتشارك في حل المشكلات واتخاذ القرارات.

3. التعليم والتعلم والتدريب وتبادل الخبرات.

4. التعبير عن المشاعر والأفكار والآراء وإسداء وتلقي النصائح والإرشاد والتوجيه حول مختلف المواضيع.

(29) علي خليل شقرة، كتاب الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠١٤: ص ٦٠.

### مميزات وخصائص وسائل التواصل الاجتماعي: (30)

1. سهولة الاستخدام: طورت شبكات التواصل الاجتماعي بحيث تكون سهلة الاستخدام، فهي تحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل النشر وتحقيق التواصل عبر الإنترنت.
2. التواصل والتعبير عن الذات: أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي قنوات جاذبة لا تعتمد على نشر محتوى معين وأصبحت حاجة للمهتمين في الاتصال مع الآخرين والتعبير عن الذات.
3. تشكيل المجتمع بطرق جديدة: على الرغم من أن المفاهيم المجتمعية الوهمية وجدت منذ بداية التطبيقات الإلكترونية، إلا أن مواقع الشبكات الاجتماعية وفرت سبلاً جديدة للاتصال، فقد ينضم المستخدمون لمجتمعات قراء الكتب والاتصال من خلال تبادل وقراءة الكتب التي يحبون.
4. تخريج البيانات: تسمح غالبية شبكات التواصل الاجتماعي لأعضائها باستعراض شبكات أصدقائهم، ويمكن تخريج البيانات للمستخدم من خلال استعراض شبكته الخاصة ومشاركتها مع عامة الناس والأصدقاء.
5. نشاطات من القاعدة إلى القمة: توفر شبكات التواصل الاجتماعي منصات مثالية يستطيع من خلالها المستخدمون المشتركون بنفس القيم والاهتمامات أن يتعاونوا بشكل فعال وبتكاليف أقل.

### سابعاً: أساليب تأثير الفكاهة على وسائل التواصل الاجتماعي:

السخرية كأسلوب للنقد على مواقع التواصل الاجتماعي<sup>(31)</sup>، بين السخرية والكبت (شعرة)، انتشرت النكتة بين الناس بشكل كبير وملفت للنظر في مجتمعنا، يأخذون القضايا المهمة والساخنة وحتى البسيطة بروح فكاهية، وحتى من هؤلاء الناس من افتعل النكات حتى وصلت للعبادات، يبقى السؤال الأهم لماذا أصبح هؤلاء الناس يعلقون وينتقدون بسخرية وعدم أخذ الأخبار والتعليق على المواقف بجدية أكثر؟ وهل ذلك يعود نتيجة للكبت أم بسبب الظروف الاجتماعية والاقتصادية التي يعيشونها؟

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي مثل (تويتر، فيسبوك)، وانتشار وسائل الاتصال الحديثة، في نشر روح الفكاهة والنكات عند العديد من الناس في وسط مجتمعنا بشكل ملحوظ، منهم من خرج عن أهمية الموضوع أو الحدث ليجعله موضوعاً ساخراً ومحشواً بانتقاد الآخرين لكن باستخدام النكتة. مع كثرة الضغوط والذي يحصل من حولنا وسخونة بعض القضايا المهمة والمرتبطة بشكل مباشر بحياة الناس، والأسباب الاقتصادية وغلاء المعيشة، إذ نجد أن النكتة منحت الناس باباً للتنفيس عن الضغوط والأزمات التي يعيشونها حينما

(30) عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، ٢٠١٢: ص ٣٦.

(31) أية قمق، السخرية على مواقع التواصل الاجتماعي، أسلوب جديد للنقد، مجلة الدستور: ٢٠١٧.

يعبرون عنها ضمن مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، يجدونها بيئة تتيح لهم إطلاق النكات وتداول التعليقات بكل سخرية.

وسائل الاتصال الحديثة ساعدت في انتشار السخرية وروح الفكاهة والنكتة ويتبادلها الجميع، والسبب الأبرز تغير الظروف والأوضاع الاقتصادية الصعبة التي يعيشها الناس جعلتهم يتداولون النكتة بشكل ملحوظ.

### المبحث الرابع: الإطار المنهجي للبحث

أولاً: الإجراءات المنهجية للبحث:

#### 1. نوع البحث:

يُعد هذا البحث من نوع البحوث الوصفية-التحليلية التي تعتمد على جمع المعلومات عن الظاهرة قيد الدراسة ومحاولة تفسيرها. وهذا ما يستوفي البحث القيام عليه.

#### 2. منهج البحث:

تعني كلمة منهج: الطريق المؤدي إلى الهدف المطلوب، أو هو الخيط غير المرئي الذي يشد البحث من بدايته حتى النهاية بقصد الوصول إلى نتائج لقواعد يستضيء بنورها الفكر<sup>(32)</sup>.

علماً بأن موضوع البحث هو الذي يحدد نوع المنهج المتبع، وانسجماً مع نوع بحثنا تم الاستعانة بمنهج المسح الاجتماعي والذي يقصد به: تحليل ودراسة ي مشكلة اجتماعية أو ظاهرة باستخدام طريقة منظمة لأجل بلوغ أهداف معينة<sup>(33)</sup>.

#### 3. أدوات البحث:

اعتمد البحث على أداة الاستبيان: وهو أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة تجري تعبئتها من قبل المبحوثين<sup>(34)</sup>.

#### 4. عينة البحث:

العينة جزء من مجتمع البحث، وتم اختيار عينة من مجتمع الموصل واخضاعها لعملية البحث. والعينة التي تم الاعتماد عليها، هي العينة العشوائية.

(32) محمد أزهر السماك، وآخرون، الأصول في البحث العلمي، ط ٢، دار الكتب للطباعة والنشر، مطابع جامعة الموصل، ١٩٨٠: ص ٤٢.

(33) زيدان عبد الباقي، قواعد البحث الاجتماعي، مصدر سابق: ص ٢٥٩.

(34) فوزي غرابية، وآخرون، أساليب البحث العلمي، ط ١، دار وائل للنشر، الأردن، ٢٠١١: ص ٧١.

### 5. فرضيات البحث:

تمت صياغة فرضية أساسية للبحث وهي:

(للفكاهة المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرها الواضح على الشباب).

وتم صياغة فرضيات ثانوية انبثقت من الفرضية الأساسية وهي:

أ. للفكاهة المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تأثير سلبي على سلوك الشباب.

ب. للفكاهة المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تأثير إيجابي على سلوك الشباب.

ج. للفكاهة المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تأثير في مليء اوقات الفراغ لدى الشباب.

### 6. مجالات البحث:

أ. المجال البشري: اشتمل مجتمع الدراسة على الع وسائل التواصل الاجتماعي في مدينة الموصل.

ب. المجال المكاني: انحصر في مدينة الموصل.

ج. المجال الزمني: امتد البحث من الفترة 2023/5/24 ولغاية 2025/9/12.

### 7. الوسائل الإحصائية: (35)

اعتمد الباحثان في هذه الدراسة على النسبة المئوية لاستحصال النتائج وهي:

$$\text{النسبة المئوية} = (\text{الجزء} / \text{الكل}) \times 100\%$$

تم إجراء الاستبيان على عدد من شباب جامعة الموصل ما بين طالب وموظف حيث بلغ عدد المستجيبين 50، شخص تراوح عدد الذكور 36 وبلغ عدد الإناث 14.

### المبحث الخامس: عرض نتائج الدراسة الميدانية

تم استخلاص نتائج الاستبيان على النحو الآتي:

#### أولاً: تحليل البيانات الأولية للبحث:

جدول رقم (1): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	ك	%
ذكر	36	72%
أنثى	14	28%
المجموع	50	100%

(35) إحسان محمد الحسن، وعبد الحسين زيني، الإحصاء الاجتماعي، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل، العراق، 1980: ص 93.

1. يشير الجدول أعلاه أن نسبة الذكور قد بلغت 72% وهي أعلى من نسبة الإناث التي بلغت 28% ونرى تفوق الذكور على الإناث في النسبة يعود السبب إلى أن الباحث من جنس الذكري ويكون تواصله مع جنس الذكور أسهل وأكثر.

جدول رقم (2): توزيع أفراد العينة حسب العمر

العمر	ك	%
20-10	2	4%
30-21	43	86%
40-31	2	4%
50-41	3	6%
المجموع	50	100%

2. يتضح من الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من كلا الجنسين هي التي تنتمي إلى الفئة العمرية (30-21) سنه بنسبة 86% ثم يليها في المرتبة الثانية الفئة العمرية التي تتراوح بين (50-41) وذلك بنسبة 6% ويتساوى الفئات العمرية التي تتراوح بين (20-11) - (40-31) بنسبة لكل منهما 4% وعموماً فإن توزيع أفراد العينة يعتبر توزيعاً معقولاً يخدم الدراسة بشكل جيد لأن دراستنا تخص فئة الشباب والتي هي في الغالب من عمر 18 إلى منتصف الثلاثينيات.

جدول رقم (3): أفراد العينة حسب المهنة

المهنة	ك	%
موظف	2	4%
طالب	33	66%
أعمال حرة	9	18%
ليس لدي عمل	4	8%
ربة بيت	2	4%
المجموع	50	100%

3. من خلال الجدول أعلاه والذي يحدد المهنة التي يشغلها أفراد العينة يتضح أن نسبة أفراد العينة من الطلاب هي الأعلى حيث بلغت 66% من أفراد العينة ثم تليها في المرتبة الثانية الذين يمارسون الأعمال الحرة بنسبة 18% من أفراد العينة ثم يليها في المرتبة الثالثة الذين ليس لديهم عمل (العاطلين عن العمل) بنسبة 8% ويتساوى لدينا ربة البيت والموظفين بنسبة 4% لكل منهما ونلاحظ من هذه النسب أن أفراد العينة الأغلبية منهم طلاب بين دراسات أولية ودراسة ماجستير ودكتوراه بنسبة 66% وهذا يعكس وضع الشباب الذين يلجؤون لتطوير أنفسهم من أجل أن تزيد فرصهم للبحث عن العمل كما لاحظنا أن نسبة الموظفين من أفراد العينة هم 4%.

جدول رقم (4): تحديد الحالة الاقتصادية لأفراد العينة

الحالة الاقتصادية	ك	%
فقير	1	2%
متوسط	27	45%
جيد	20	40%
جيد جداً	2	4%
المجموع	50	100%

4. نلاحظ من معطيات الجدول أن نسبة 54% من أفراد العينة من فئة الحالة الاقتصادية المتوسطة ثم تليها نسبة 40% من أفراد العينة من الحالة الاقتصادية الجيدة ثم تليها نسبة 4% من الحالة الاقتصادية الجيدة جداً لتليها نسبة 2% من الحالة الاقتصادية فقير، يتبين أن الغالبية العظمى من أفراد المجتمع من الطبقة الاقتصادية المتوسطة.

جدول رقم (5): تحديد الحالة الاجتماعية لأفراد العينة

الحالة الاجتماعية	ك	%
أعزب	28	56%
متزوج	21	42%
أرمل	1	2%
مطلق	صفر	0%
المجموع	50	100%

5. يبين الجدول أعلاه توزيع العينة بحسب الحالة الاجتماعية، يتضح من خلال الجدول أن نسبة الشباب الغير متزوج تفوق باقي النسب حيث بلغت 56% لتليها في المرتبة الثانية نسبة 42% من المتزوجين وفي المرتبة الثالثة بنسبة 2% أرمل، أن الغالبية العظمى من فئة الطلاب الذين يفضلون إكمال دراستهم قبل الخطوبة والزواج.

جدول رقم (6): توزيع أفراد العينة حسب الخلفية الاجتماعية

الخلفية الاجتماعية	ك	%
ريفى	9	18%
حضري	41	82%
المجموع	50	100%

6. يتضح من الجدول أن نسبة السكان الحضريين قد تجاوزت السكان الريفيين في هذه الدراسة حيث كانت نسبة الحضريين 82% ونسبة السكان الريفيين 18% لأن هذه الدراسة قامت داخل المدينة الموصل.

جدول (7): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

مستوى التعلم	ك	%
اقرأ وكتب	6	12%
ابتدائية	1	2%
ثانوية	5	10%
جامعة فأكثر	38	76%
المجموع	50	100%

7. يتضح من خلال الجدول الخاص بالمستوى التعليمي أن عينة الدراسة تشمل مستويات علمية مختلفة حيث بلغت نسبة الفئة جامعية فأكثر 76% من أفراد العينة ليلها في المرتبة الثانية بنسبة 12% من أفراد العينة فئة اقرأ واكتب ويلها في المرتبة الثالثة بنسبة 10% هم من فئة الثانوية ويلها بنسبة 2% في المرتبة الرابعة من فئة الابتدائية لوجود رغبة لدى أفراد المجتمع لإكمال داستهم الجامعية.

جدول (8): تحديد أفراد العينة حسب نوع السكن

ملكية السكن	ك	%
ملك	43	86%
إيجار	7	14%
المجموع	50	100%

8. يتضح من الجدول أعلاه والذي يبين توزيع السكن وفقاً لنوع السكن أن نسبة أفراد العينة الذين يسكنون في بيوت ملك تصل إلى 86% ثم تليها نسبة الأسر التي تسكن في بيوت إيجار بنسبة 14% مما يعطيها مؤشراً هاماً وهو حرص أبناء المجتمع الموصلي على العمل والادخار للحصول على بيت ملك.

ثانياً: تحليل البيانات التخصّصية للبحث:

جدول رقم (9): مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير شخصية الفرد

1	ك	%
نعم	45	90%
لا	5	10%
المجموع	50	100%

9. تبين من الجدول أعلاه أن نسبة 90% من أفراد العينة يعتقدون أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور في تطوير شخصية الفرد وأن 10% من أفراد العينة يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي ليس لها دور في تطوير شخصية الفرد فرغبة أفراد المجتمع في تعلم القراءة والكتابة من أجل القدرة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يدلنا على أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تطوير أبناء المجتمع.

جدول رقم (10): بيان مدى استخدام الفكاها عند التواصل مع الأفراد والمجموعات

2	ك	%
نعم	42	86%
لا	8	14%
المجموع	50	100%

10. وقد تبين من الجدول أعلاه أن نسبة 84% من أفراد العينة يستخدمون الفكاها عند التواصل مع الأفراد والمجموعات وأن نسبة 16% لا يستخدمون الفكاها عند التواصل مع الأفراد والمجموعات وهذا دليل على أن غالبية أفراد العينة يستخدمون الفكاها من أجل الترفيه عن النفس عند التواصل مع الأفراد والمجموعات.

وهذا دليل أن غالبية أفراد العينة يستخدمون الفكاهة من أجل الترفيه عن النفس عند التواصل مع الأفراد والمجموعات وفي هذا الجدول يؤكد فرضية البحث القائلة للفكاهة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرها الواضح على سلوك الشباب.

جدول رقم (11): حول ما إذا كان هنالك اتفاق على أن الفكاهة سلاح قوي يمكن أن يدخل شتى الأفكار إلى الإنسان وهو يضحك

3	ك	%
نعم	34	68%
لا	16	32%
المجموع	50	100%

11. من الجدول أعلاه تبين أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يتفوقون مع أن الفكاهة سلاح قوي يمكن أن يدخل شتى الأفكار إلى الإنسان بنسبة 68% فيما يختلف مع هذا بنسبة 32% من أفراد العينة وذلك لأن إيصال المعلومات والأفكار عن طريق الفكاهة يكون أكثر من المعلومات الجادة.

جدول رقم (12): مدى استخدام الفكاهة كاستراتيجية في الحياة اليومية

2	ك	%
نعم	43	86%
لا	7	14%
المجموع	50	100%

12. من الجدول أعلاه نرى أن نسبة 86% من أفراد العينة يستخدمون الفكاهة لتساعدهم في تخفيف الضغوط في حياتهم اليومية فيما أن نسبة 14% من أفراد العينة لا يستخدمون الفكاهة لتخفيف الضغوط في حياتهم اليومية لتخفيف الضغوط في حياتنا اليومية نلجأ إلى الفكاهة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (13): إذا كان مشاركة الضحك عبر وسائل التواصل الاجتماعي يحسن المزاج

5	ك	%
نعم	43	86%
لا	7	14%
المجموع	50	100%

13. من الجدول أعلاه نرى أن نسبة 86% من أفراد العينة يتفوقون مع أن الضحك في شبكات التواصل الاجتماعي يحسن المزاج بينما لا يتفق بنسبة 14% من الأفراد مع أن الضحك في وسائل التواصل قد يحسن المزاج فهم يستخدمون برامج التواصل الاجتماعي من أجل الحصول على أوقات ممتعه والترفيه عن النفس وخاصة أن هذا الوسائل في متناول يد الجميع.

جدول رقم (14): إذا كانت الفكاهة المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي يراعى فيها الذوق العام

6	ك	%
نعم	18	36%
لا	32	64%
المجموع	50	100%

14. يبين لنا من الجدول أعلاه أن نسبة 64% من أفراد عينة البحث بأن الفكاهة المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي لا يراعى فيها قواعد الآداب والذوق العام وهذه النتيجة طبيعية وذلك لأن مواقع التواصل الاجتماعي لا تخضع للرقابة وإنما يتاح فيها النشر لأفراد ينتمون إلى شرائح اجتماعية مختلفة وبالتالي كانت النتيجة بعدم مراعاة الذوق العام والآداب لأنها تعبر عن آراء شخصية وهذا الجدول يؤكد على فرضية البحث القائلة للفكاهة المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تأثير سلبي على سلوك الشباب.

جدول رقم (15): مدى استخدام الفكاهة للترفيه عن النفس

7	ك	%
نعم	42	86%
لا	8	16%
المجموع	50	100%

15. تبين من الجدول أعلاه أن نسبة 84% من الأفراد يلجؤون إلى الفكاهة من أجل الترفيه عن النفس وأن نسبة 16% لا يستخدمون الفكاهة في الترفيه عن أنفسهم وهذا دليل يؤكد على أن أغلبية أفراد العينة يلجؤون إلى الفكاهة من أجل الترفيه عن النفس.

جدول رقم (16): مدى استخدام مفردات فكاهية في تخفيف حدة النقاشات

8	ك	%
نعم	37	74%
لا	13	26%
المجموع	50	100%

16. تبين من الجدول أعلاه أن نسبة 74% من أفراد العينة يستخدمون مفردات فكاهية في تخفيف حدة النقاشات فيما لا يستخدم بنسبة 26% من أفراد العينة هذه المفردات حيث أنه كما موضح من النسبة أنه يتم استخدام الفكاهة في النقاشات من أجل تخفيف حدها وتمير بعض الأفكار المطلوب الترويج لها.

جدول رقم (17): مدى استخدام البيانات الشخصية الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

9	ك	%
نعم	30	60%
لا	20	40%
المجموع	50	100%

17. وتبين من الجدول أعلاه أن أفراد العينة بنسبة 60% يستخدمون معلوماتهم الشخصية الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي فيما أن 40% من أفراد العينة لا يستخدمون معلومات حقيقيه في شبكات التواصل الاجتماعي فنلاحظ أن العدد الكبير يشاركون معلوماتهم الشخصية لأن مشاركتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي مشاركة إيجابية ولا يخشون من كشف معلوماتهم الحقيقية فيما أن النسبة الأقل يكون على العكس من ذلك إما أن مشاركتهم سلبية في هذه المواقع أو لأسباب أخرى لا يكشفون

عن بياناتهم الشخصية الحقيقية.

جدول رقم (18): إذا ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في استثمار الوقت والترفيه عن النفس

%	ك	10
80%	40	نعم
20%	10	لا
100%	50	المجموع

18. من الجدول أعلاه نرى أن نسبة 80% من أفراد العينة يرون أنها ساهمت في استثمار وقت الفراغ والترفيه عن النفس ففي وقت الفراغ أصبح هناك استثمار كالحصول على معلومات جديدة وأيضاً قراءة أو مشاهدة محتوى يساعد للترفيه عن النفس وفي هذا الجدول يؤكد فرضية البحث القائلة للفكاهة المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تأثير في ملء أوقات الفراغ لدى الشباب.

جدول رقم (19): إذا كانت الفكاهة تساعد في تخفيف ضغوطات الحياة اليومية

%	ك	11
86%	43	نعم
14%	7	لا
100%	50	المجموع

19. وقد تبين من الجدول أعلاه أن نسبة 86% من أفراد العينة يرون أن الفكاهة تساعد في تخفيف ضغوطات الحياة فيما لا يتفق 14% من أفراد العينة وهذا تأكيد أن هذه المواقع تخفف من ضغوطات الحياة اليومية لأنها تبعد أفراد المجتمع عن مشاكل حياتهم اليومية والروتينية.

جدول رقم (20): إذا كانت الفكاهة تساعد على اكتساب الأصدقاء بسرعة كبيرة

%	ك	12
78%	39	نعم
22%	11	لا
100%	50	المجموع

20. وقد تبين من الجدول أعلاه أن نسبة 78% من أفراد العينة يتفقون في أن الفكاهة تساعد على اكتساب الأصدقاء بسرعة أكبر فيما يختلف 22% من أفراد العينة أن الأفراد يميلون في اختيار الأصدقاء إلى الأفراد الذين يقضون معهم أوقات ممتعة.

جدول رقم (21): إن مواقع التواصل الاجتماعي تروج للأفكار الهابطة

%	ك	13
86%	43	نعم
14%	7	لا
100%	50	المجموع

21. تبين من الجدول أعلاه بأن نسبة 86% من أفراد العينة يرون أن المواد المتداولة وبالذات فيما يتعلق بموضوعنا الفكاها يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة وكلمات وأفكار هابطة وذلك ناتج لأن من يقوم بالترويج لها ينتمون إلى طبقات مختلفة وهذا يؤدي إلى نشر بعض هذه الأفكار الهابطة حيث أن بعض الأفراد يدخلون إلى مواقع التواصل بأسماء وهمية وبيانات غير حقيقية فلا يتحذرون من نشر كلمات أو أفكار يراود الترويج لها.

جدول رقم (22): إمكانية أن تخلق لنا الفكاها جواً متفائلاً يشجع للتفاعل ويروج للأفكار الجيدة

14	ك	%
نعم	44	88%
لا	6	12%
المجموع	50	100%

22. يبين من الجدول أعلاه بأن نسبة 88% من أفراد العينة يرون بأنه يمكن للفكاها أن تهيأ وتخلق جواً متفائلاً يساعد على الترويج للأفكار الإيجابية الجديدة حيث أنه إذا كانت هذه الأفكار إيجابية وطرحت بطريقة الفكاها هذا يساعد على أن يتقبلها الناس بسرعة أكبر وأن نسبة 12% من أفراد العينة لا يتفقون مع أن الفكاها يمكن أن تخلق لنا جواً متفائلاً وهذه النسب الموضحة أعلاه تدل على أن الفكاها يمكن أن تخلق لنا الجو الذي يساعد على أن نروج للأفكار الإيجابية والأفكار الجديدة التي يمكن أن تساعد في تطوير مجتمعنا ونشر الأفكار الجيدة وفي هذا الجدول يؤكد فرضية البحث القائلة أن للفكاها المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تأثير إيجابي على سلوك الشباب.

جدول رقم (23): هل أن الفكاها تساعد الإنسان للوصول إلى الشعور بالرضا

15	ك	%
نعم	29	58%
لا	21	42%
المجموع	50	100%

23. وقد تبين من الجدول أعلاه أن نسبة 58% من أفراد العينة يتفقون مع أن الفكاها تساعد الإنسان للوصول إلى الشعور بالرضا فيما يختلف بنسبة 42% من أفراد العينة ولا يرون أن الفكاها تساعد الإنسان للوصول إلى الرضا الإنسان عندما يشعر بالسعادة والراحة ينعكس على حياته الشخصية واليومية ويكون أكثر استعداداً لتقبل ما قد يطرأ من متاعب وضغوط الحياة اليومية.

ثالثاً: نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: نتائج البيانات الأولية:

تمثلت أبرز النتائج فيما يأتي:

1. متغير الجنس:

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية بحسب إشارة الجدول رقم (1) أن عدد الذكور (36) من إجمالي حجم

العينة المكون من (50) مبحوثاً، والبالغ نسبتهم (72%)، في حين بلغ عدد الإناث (149) مبحوثة، وبنسبة مئوية (28%).

### 2. متغير العمر:

أشارت نتائج الدراسة الميدانية بحسب جدول رقم (2) أن الفئة العمرية الأولى التي تتراوح أعمارهم بين (10-20) سنة بلغت (2) مبحوث من حجم العينة والبالغ نسبتهم (4%)، أما الفئة العمرية الثانية كانت أعمارهم بين (21-30)، بلغ عددهم (43) وبنسبة مئوية (86%)، أما الفئة العمرية الثالثة المتراوح أعمارهم بين (31-40) بلغ عددهم (2) وبنسبة مئوية (4%)، في حين أن الفئة العمرية الرابعة المتراوح أعمارهم بين (41-50) فقد بلغ عددهم (3) مبحوثين بنسبة مئوية (6%).

### 3. متغير المهنة:

بينت نتائج الدراسة الميدانية بحسب الجدول رقم (3) بأن الفئة الأولى موظف، بلغت (2) مبحوث من حجم العينة وبنسبة مئوية (4%)، في حين أن الفئة الثانية طالب بلغت من حجم العينة (33) وبنسبة مئوية (66%)، أما الفئة الثالثة عمال حرة بلغ حجمها (9) مبحوثين وبنسبة مئوية (18%)، والفئة الرابعة ليس لديه عمل حصلت (4) مبحوثين بنسبة (8%)، في حين جاءت الفئة الخامسة ربة بيت (2) من حجم العينة وبنسبة مئوية (4%).

### 4. الحالة الاقتصادية:

بينت نتائج الدراسة كما يشير جدول رقم (4) بأن الفئة الأولى فقير بلغ حجمها (1) وبنسبة مئوية (2%)، والفئة الثانية متوسط (23) مبحوث من حجم العينة وبنسبة مئوية (54%)، أما الفئة الثالثة جيد بلغت (20) مبحوث بنسبة مئوية (40%)، والفئة الخامسة جيد جداً (2) بنسبة مئوية (4%).

### 5. الحالة الاجتماعية:

بينت نتائج الدراسة كما يشير جدول رقم (5) أن (28) من المبحوثين عزاب وبنسبة مئوية (56%) و(21) منهم متزوجين وبنسبة مئوية (42%)، أما (1) من أفراد العينة أرمل بنسبة مئوية (2%)، أما مطلق فلم يظهر في عينة الدراسة.

### 6. الخلفية الاجتماعية:

وبحسب الجدول (6) ظهر بأن (9) من المبحوثين خلفيتهم الاجتماعية من الريف، و(41) من المبحوثين خلفيتهم الاجتماعية حضر وبنسبة مئوية (82%).

### 7. مستوى التعليم:

بحسب بيانات الجدول رقم (7) حصلت فئة أقرأ وأكتب على (6) بنسبة مئوية (12%) من حجم العينة، أما الفئة الثانية الحاصلة على شهادة ابتدائية بلغ عددهم (1) بنسبة مئوية (2%)، أما فئة الشهادة الثانوية (5) وبنسبة مئوية (10%)، جامعة (38) وبنسبة مئوية (76%).

### 8. نوع السكن:

وبحسب بيانات الجدول رقم (8) أن (43) من المبحوثين يسكنون في بيت ملك وبنسبة مئوية (86%)، أما (7) منهم وبنسبة مئوية (14%) يسكنون في الإيجار.

### ثانياً: نتائج البيانات التخصصية:

1. بينت نتائج الدراسة الميدانية وبحسب الجدول رقم (9) على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير شخصية الفرد، وأكد ذلك (45) مبحوثاً من أفراد العينة وبمسبة مئوية (90%)، في حين نفى ذلك (5) من أفراد العينة البالغ نسبتهم (10%).
2. أشارت نتائج الدراسة وبحسب الجدول رقم (10) إلى أن (42) مبحوثاً والبالغ نسبتهم (84%) تداولهم للفكاهة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأعرض (8) من المبحوثين عن ذلك وبنسبة مئوية (16%).
3. أوضحت نتائج الدراسة بحسب الجدول رقم (11) أنفق (34) مبحوث والبالغ نسبتهم (68%) على أن الفكاهة هي سلاح قوي يمكن أن يدخل شتى الأفكار إلى الإنسان وهو يضحك، وأعرض عن ذلك (16) من أفراد العينة وشكلوا نسبة مئوية (32%).
4. كما بينت نتائج الدراسة وبحسب الجدول رقم (12) أن (43) من أفراد العينة والبالغ نسبتهم (86%) يعتمدون الفكاهة كاستراتيجية في حياتهم اليومية، ونفى اعتماد ذلك من قبل (3) مبحوث ذلك والبالغ نسبتهم (14%).
5. أما جدول رقم (13) والذي أكد من خلال (43) مبحوث والبالغ نسبتهم (86%) على أن مشاركة الفكاهة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يحسن المزاج، ولم يوافق على ذلك (7) مبحوثين مشكلين نسبة مئوية (14%).
6. أكدت بيانات الجدول رقم (14) بأن (18) مبحوث من أفراد العينة البالغ حجمها (50) والبالغ نسبتهم المئوية (36%)، مراعاة الذوق العام في الفكاهة المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأعلن (32) مبحوث على عدم مراعاة الذوق العام في الفكاهة المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والذين بلغت نسبتهم (64%).
7. في حين بينت بيانات الجدول رقم (15) مدى استخدام الفكاهة للترفيه عن النفس من قبل (42) مبحوث من أفراد العينة وبنسبة مئوية (84%)، في حين أعلن (8) مبحوثين البالغ نسبتهم المئوية (16%) عدم

- تداولهم الفكاهة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للترفيه عن النفس.
8. تبين من بيانات الجدول رقم (16) بأن (37) مبحوثاً والبالغ نسبتهم (74%) يعتمدون مفردات فكاهية للتخفيف من حدة النقاشات، وأعرض عن ذلك (13) مبحوثاً والبالغ نسبتهم (26%).
  9. باعتماد بيانات الجدول رقم (17) تبين بأن (30) مبحوثاً والبالغ نسبتهم المئوية (60%)، يصرحون ببياناتهم الشخصية الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في حين يرفض ذلك (20) مبحوثاً والذين تقدر نسبتهم (40%).
  10. في حين بينت نتائج الجدول رقم (18) بأن (40) مبحوثاً والمقدرة نسبتهم (80%) يعتقدون بمساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الترفيه عن النفس، وأعلن (10) مبحوثين والبالغ نسبتهم (20%) الرفض عن فكرة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي للترفيه عن النفس.
  11. باعتماد بيانات الجدول رقم (19) فيما يتعلق باعتماد الفكاهة المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتخفيف من حدة ضغوطات الحياة اليومية، بين الموافقة على ذلك من قبل (43) من أفراد العينة والبالغ نسبتهم (86%)، ورفض ذلك (7) مبحوثين والبالغ نسبتهم (14%).
  12. أشارت بيانات الجدول رقم (20) الفكاهة تساعد على اكتساب الأصدقاء بسرعة كبيرة وبين الموافقة على ذلك من قبل (39) وبنسبة مئوية (78%) وأعلن (11) مبحوثاً والمقدرة نسبتهم (22%).
  13. أكد جدول رقم (21) بأن (43) مبحوثاً والبالغ نسبتهم (86%) يعتقدون بأن مواقع التواصل الاجتماعي تروج للأفكار الهابطة، وأعلن (7) مبحوثين رفضهم ذلك والبالغ نسبتهم (14%).
  14. من خلال بيانات الجدول رقم (21) يبين لنا إمكانية أن تخلق لنا الفكاهة جواً متفائلاً يشجع للتفاعل ويروج للأفكار الجيدة وافق على هذا (44) مبحوثاً وبنسبة مئوية (88%)، ورفض ذلك (6) مبحوثين وبنسبة مئوية (12%).
  15. أوضحت نتائج الجدول رقم (22) يبين لنا هل أن الفكاهة تساعد الإنسان للوصول إلى الشعور بالرضا وافق ذلك رأي (29) مبحوثاً وبنسبة مئوية (58%)، وأعلن الرفض من قبل (21) والمقدرة نسبتهم (42%).

## الاستنتاجات

يوصل البحث إلى عدد من الاستنتاجات منها:

1. زيادة الاهتمام بعنصر الفكاهة كونها من الأدوات التي تساعد في التخفيف من ضغوطات الحياة وليس هذا وإنما تقوم بوظيفة النقد والدعوة إلى الإصلاح.
2. استعمال الفكاهة في حد مقبول لتجنب الاستخفاف والاستهزاء بالطرف المقابل.
3. ضرورة تطبيق أساليب الفكاهة في المحاضرات والمناقشات العلمية لما لها من دور كبير في التقليل من حدة المحاضرات وتقليل توتر الطالب وتوصيل المعلومة له بشكل ممتاز.

4. ضرورة تجنب الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي لتفادي الإدمان والانعزال عن العالم الواقعي.
5. الترشيد على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل صحيح، وإقامة دورات وندوات تعريفية للقيام بذلك.

### المصادر

1. إحسان محمد الحسن، وعبد الحسين زيني، الإحصاء الاجتماعي، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل، العراق، ١٩٨٠.
2. أحمد عصام، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، دراسة وصفية حول الخصوصية والبنية القيميية للأفراد، رسالة ماجستير، ٢٠١٣.
3. أروى بريجية، أهمية مواقع التواصل الاجتماعي، موقع موضوع: ٢٠٢٠. <https://mawdoo3.com>
4. أميرة أمين، إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، دليل التعليم، موقع ايدأربيا. <https://www.edarabia.com>
5. آية قمق، السخرية على مواقع التواصل الاجتماعي، أسلوب جديد للنقد، مجلة الدستور: ٢٠١٧.
6. تاله الطباع، أنواع الفكاهة في القص العربي القديم، صفحة سطور: ٢٠١٩. [/https://sotor.com](https://sotor.com)
7. جهاد عبد القادر قويدر، شعر الفكاهة في العصر العباسي، رسالة ماجستير في اللغة العربية وآدابها، جامعة البعث، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ٢٠٠٩.
8. حلمي خضر ساري، ثقافة الإنترنت، دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠٠٥.
9. ريناتا بريتيك، أهمية الفكاهة، موقع اكتشف الحياة: ٢٠٢٠. <https://www.explore-life.com>
10. زيدان عبد الباقي، قواعد البحث الاجتماعي، ط٣، المكتبات الكبرى، القاهرة، ١٩٨٠.
11. سمر عادل، مقدمة عن مواقع التواصل الاجتماعي، المرسل: ٢٠٢٠. <https://www.almsal.com>
12. سميحة ناصر خليف، أنواع مواقع التواصل الاجتماعي، موقع موضوع: ٢٠٢١. <https://mawdoo3.com>
13. شاكر عبد الحميد، كتاب الفكاهة والضحك، سلسلة عالم المعرفة، مطابع السياسة، الكويت، ٢٠٠٣.
14. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥.

15. عبد الله الحريري، الفكاهة والسخرية ووظيفة للتنفيس، جريدة العرب الاقتصادية الدولية، السعودية: ٢٠١٢.
16. عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، ٢٠١٢.
17. علي السندي، إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، جريدة الوطن، السعودية: ٢٠١٩.  
[www.alwatan.com.sa](http://www.alwatan.com.sa)
18. علي خليل شقرة، كتاب الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠١٤.
19. فوزي غرابية، وآخرون، أساليب البحث العلمي، ط ١، دار وائل للنشر، الأردن، ٢٠١١.
20. فيصل عادل، من جحا إلى كوميكس. كيف يسخر العرب من أنظمتهم، شبكة الجزيرة الإعلامية: ٢٠٢٠.  
<https://www.aljazeera.net>
21. مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، العدد ١٦٩، الجزء الثالث: ٢٠١٦.
22. محمد أزهر السماك، وآخرون، الأصول في البحث العلمي، ط ٢، دار الكتب للطباعة والنشر، مطابع جامعة الموصل، ١٩٨٠.
23. محمد أزهر السماك، وآخرون، الأصول في البحث العلمي، ط ٢، دار الكتب للطباعة والنشر، مطابع جامعة الموصل، ١٩٨٠.
24. محمد بوكراس، مرجعيات المسرح الفكاهي في الجزائر، بحث لنيل شهادة دكتوراه العلوم في النقد المسرحي، جامعة وهران، كلية الآداب والفنون، قسم الفنون، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية، ٢٠١٧.
25. محمد زهران، الضحك للعلم، بوابة الشروق الإلكترونية: ٢٠٢٠. <https://www.shorouknews.com>
26. محمد فضل الله شريف، أهمية الفكاهة في حياة الإنسان، دار العلوم، مجلة الداعي الشهرية، ديوبند، العدد ٥: ٢٠١٥.
27. معجم المعاني الجامع، المعجم الوسيط.
28. منتصر عبد القادر الغضنفر، زهراء ميسر حمادي، الفكاهة والسخرية في شعر أبي دلالة، مجلة كلية التربية الأساسية، جامعة بابل، العدد ١٣، ٢٠١٣.



الملاحق: ((استمارة استبيان))

جامعة الموصل

كلية الآداب

قسم علم الاجتماع

أخي / أختي:

تحية طيبة وبعد:

يروم الباحثان إجراء دراسة حول "الفكاهة في مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على سلوك الشباب" التي تشكل جزءاً من متطلبات نيل درجة البكالوريوس في علم الاجتماع، ولأجل تحصيل المعلومات التي تخدم دراستنا، يرجو الباحث ممن تصله استمارة الاستبيان، التفضل بالإجابة على الأسئلة بموضوعية، خدمة للبحث العلمي، شاكرين تعاونكم معنا.

مع فائق الشكر والامتنان

الباحثان

أ.م. د. نجلاء عادل حامد

عثمان ماجد عبد الجبار

أولاً: البيانات الأولية:

يرجى وضع علامة (✓) للإجابة المناسبة:

انثى	ذكر	الجنس:
	سنة	العمر:
طالب	موظف	المهنة:
ربة بيت	ليس لدي عمل	
متوسط	فقر	الحالة الاقتصادية:
متزوج	اعزب	الحالة الاجتماعية:
حضري	ريفى	الخلفية الاجتماعية:
ابتدائية	اقرأ وكتب	المستوى التعليمي:
جامعة فأكثر	ثانوية	
	محل السكن	
ايجار	ملك	ملكية السكن:

### ثانيا: البيانات الاجتماعية:

1. هل تعتقد أن الشبكات الاجتماعية لها دور في تطوير شخصية الفرد؟ نعم ( ) لا ( )
2. هل تستخدم الفكاهاة عند تواصلك مع الأفراد والمجموعات؟ نعم ( ) لا ( )
3. هل تتفق مع كون الفكاهاة أقوى سلاح يمكن أن يدخل شتى أنواع الأفكار إلى الإنسان وهو يضحك؟ نعم ( ) لا ( )
4. استخدام الفكاهاة عبر وسائل التواصل الاجتماعي كاستراتيجية مساندة للمساعدة في التعامل مع الضغوط اليومية؟ نعم ( ) لا ( )
5. مشاركة الضحك عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع مجموعة من الزملاء قد يحسن المزاج نعم ( ) لا ( )
6. هل الفكاهاة المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي يراعى فيها الآداب والذوق العام؟ نعم ( ) لا ( )

7. هل تلجأ إلى الفكاهة للترفيه عن النفس؟ نعم ( )   لا ( )
8. هل تستعمل مفردات فكاهية للتقليل من حدية النقاشات؟ نعم ( )   لا ( )
9. هل معلوماتك الشخصية التي تستخدمها في حساباتك عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعكس شخصيتك الحقيقية؟ نعم ( )   لا ( )
10. ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في استثمار وقت الفراغ وكذلك في الترفيه عن النفس نعم ( )   لا ( )
11. هل تساعد الفكاهة في التخفيف عن ضغوطات الحياة؟ نعم ( )   لا ( )
12. هل تساعد الفكاهة على اكتساب الأصدقاء بسرعة كبيرة؟ نعم ( )   لا ( )
13. الفكاهة مفتاحاً رئيسياً للترويج للأفكار الهابطة؟ نعم ( )   لا ( )
14. هل يمكن للفكاهة أن تخلق جواً متفائلاً يشجع التفاعل والترويج للأفكار الجديدة؟ نعم ( )   لا ( )
15. هل تساعد الفكاهة على شعور الإنسان بالرضا؟ نعم ( )   لا ( )