

Expressive Styles in Satirical Posts on  
Facebook: An Analytical Study

الأساليب التعبيرية في المنشورات الساخرة عبر  
موقع الفيسبوك: دراسة تحليلية

Shatha Alwan Abed\*1،

شذى علوان عبد\*1

Prof. Dr. Sahar Khalifa Salem\*,2

أ.د سحر خليفة سالم\*2

Al-Iraqia University – College of Media \*2+1

كلية الإعلام – الجامعة العراقية \*1+2

ABSTRACT

الخلاصة:

This study aimed to analyze the expressive styles used in satirical posts published on the "Mofeed Abbas" Facebook page, in order to identify the expressive forms employed in digital satire to address social and political issues. The researcher adopted the descriptive-analytical method, using content analysis to examine styles such as irony, sarcasm, symbolism, and pun. The study sample consisted of 126 posts, purposefully selected during the period from January 1, 2024, to March 31, 2024. The study found that the most frequently used styles were irony and symbolism, followed by sarcasm, indicating a tendency toward using symbolic and artistic language to critique reality. The findings also revealed the effectiveness of these styles in delivering impactful messages and generating audience engagement, reinforcing the role of satire as a critical expressive tool in digital media discourse.

سعت هذه الدراسة إلى تحليل الأساليب التعبيرية في المنشورات الساخرة المنشورة على صفحة "مفيد عباس" في موقع الفيسبوك، بهدف الكشف عن الأشكال التعبيرية التي توظفها السخرية الرقمية في تناول القضايا الاجتماعية والسياسية. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، معتمدة على أداة تحليل المضمون لرصد أنماط التعبير مثل المفارقة، التهكم، الرمز، والتورية. وشملت عينة الدراسة (126) منشورًا تم اختيارها بطريقة قصدية خلال المدة من ٢٠٢٤/١/١ إلى ٢٠٢٤/٣/٣١. وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر الأساليب استخدامًا تمثلت في المفارقة والرمز، تليها التهكم، مما يدل على ميل الصفحة إلى توظيف اللغة الرمزية والفنية في نقد الواقع. كما أظهرت النتائج قدرة هذه الأساليب على توصيل الرسائل بشكل مؤثر، وتحقيق تفاعل جماهيري واسع، مما يعزز من دور السخرية كأداة تعبيرية ذات طابع نقدي في الفضاء الإعلامي الرقمي.

الكلمات المفتاحية:

الأساليب التعبيرية - فيسبوك- المنشورات الساخرة

Keywords:

Expressive Styles, Facebook, Satirical Posts

Received

Accepted

Published online

استلام البحث

قبول النشر

النشر الإلكتروني

2/6/2025

4 /9/2025

15/4/2026

## مقدمة:

شهدت وسائل التواصل الاجتماعي تحولاً كبيراً في أنماط الاتصال والتعبير الجماهيري، وأصبحت منصات مثل "فيسبوك" مجالاً خصباً لتداول مختلف أشكال المحتوى، ومن بينها المحتوى الساخر الذي برز بوصفه وسيلة نقدية بديلة للتعبير عن الرأي العام تجاه القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية. ويُعد الخطاب الساخر من أكثر الخطابات تأثيراً في المتلقين، لما يتمتع به من حرية رمزية وقدرة على إثارة الانتباه وإيصال الرسائل بطريقة غير مباشرة، تجمع بين الطرافة والنقد، وفي هذا السياق، برزت صفحات ساخرة على "فيسبوك" تمارس دوراً إعلامياً مميزاً، من أبرزها صفحة "مفيد عباس"، التي اعتمدت في منشوراتها على أساليب تعبيرية متعددة تجمع بين المفارقة والرمز والتهمك والتورية، مما يطرح تساؤلات حول طبيعة هذه الأساليب وأثرها في تشكيل الوعي الجماهيري وتعزيز التفاعل، وانطلاقاً من أهمية هذه الظاهرة الاتصالية، جاءت هذه الدراسة لتحلل الأساليب التعبيرية المستخدمة في المنشورات الساخرة على صفحة "مفيد عباس"، وتكشف عن طبيعتها، ودلالاتها، ومدى قدرتها على التعبير عن الواقع وانتقاده ضمن الفضاء الرقمي.

## المبحث الأول: منهجية البحث

### أولاً: مشكلة البحث

تعرف المشكلة البحثية أنها "عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية وإعادة صياغتها عن طريق نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم"<sup>(١)</sup>.

تكمن المشكلة البحثية في تحليل المحتوى الساخر على موقع الفيسبوك وكيف تم تناول الموضوعات المختلفة باستخدام السخرية مع التركيز على الأساليب والأشكال التي اعتمد عليها منشئو المحتوى الساخر في إيصال رسائلهم، فضلاً عن الحاجة لفهم كيفية استخدام هذا النوع من المحتوى في مواقع التواصل، وما إذا كان يعزز الوعي النقدي أم يساهم في تشويه المعلومات، لذا لجأ كثير من المدونين إلى الأسلوب التهكمي والساخر في التعبير عن كثير من المواقف العامة في محاولة لترجمة مشاعر الإحباط واليأس والألم من خلال المضامين الساخرة في محتويات الفيسبوك رغم حملها لكثير من الرسائل الجادة بغية تصحيح بعض المسارات الخاطئة وتقويمها، وعليه فإن مشكلة البحث تتمثل بالتساؤل الرئيس: (ما الأساليب التعبيرية في المنشورات الساخرة عبر موقع فيسبوك؟)

وينبثق من هذا التساؤل الرئيس تساؤلات عدة وهي:

١. ما أبرز موضوعات المحتوى الساخر التي تم طرحها في منشورات صفحة "مفيد عباس" على موقع الفيسبوك؟
٢. ما الأساليب التعبيرية المعتمدة في المنشورات الساخرة في منشورات صفحة "مفيد عباس" عبر الفيس بوك؟
٣. ما أشكال السخرية وطرق عرض مضامينها التي اعتمدها منشورات صفحة "مفيد عباس" عبر الفيسبوك؟

### ثانياً: أهمية البحث

تستند أهمية هذا البحث إلى محدودية البحوث الإعلامية العراقية والعربية السابقة التي تناولت موضوع الأساليب التعبيرية في المنشورات الساخرة على موقع الفيسبوك، لا سيما تلك المنشورة عبر صفحات معروفة مثل صفحة "مفيد عباس". فقد أصبحت السخرية من أبرز أساليب التعبير

(١) حسين علي إبراهيم الفلاح، أساسيات البحث العلمي ومناهجه في الدراسات الإعلامية، (العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٨م)، ص ١٦٢.

المستخدمة في الفضاء الرقمي، لما تحققه من تأثير وتفاعل جماهيري، ولما تحمله من مضامين بطابع فني ولغوي مميز.

وتكمن أهمية البحث في الآتي:

١. **الأهمية العلمية:** يشكل هذا البحث إسهامًا معرفيًا في ميدان الإعلام الرقمي، ويضيف إلى الأدبيات الإعلامية طرحًا جديدًا يركز على تحليل الأساليب التعبيرية الساخرة في وسائل التواصل الاجتماعي. كما يوفّر قاعدة نظرية وميدانية يمكن أن تُبنى عليها بحوث لاحقة في تحليل الخطاب الرقمي الساخر.

٢. **الأهمية المجتمعية:** تبرز أهمية هذا الموضوع في ضوء اتساع استخدام السخرية كوسيلة للتفيس والتعبير عن الرأي، مما قد يخلق أحيانًا خلطًا بين الرسائل الهادفة والمحتوى الساخر المسيء. وعليه، يسعى البحث إلى لفت الانتباه إلى أهمية إدراك طبيعة المحتوى الساخر، وتمييز الرسائل النقدية البناءة من غيرها، بما يعزز الوعي المجتمعي تجاه ما يُنشر على منصات التواصل الاجتماعي، وبخاصة الفيسبوك.

#### ثالثًا: أهداف البحث

١. التعرف على أبرز موضوعات المحتوى الساخر التي تناولتها منشورات صفحة "مفيد عباس" على موقع الفيسبوك.

٢. الكشف عن الأساليب التعبيرية المستخدمة في المنشورات الساخرة في صفحة "مفيد عباس" عبر الفيسبوك.

٣. تحليل أشكال السخرية وطرائق عرض المضامين الساخرة التي اعتمدها منشورات صفحة "مفيد عباس" على الفيسبوك.

#### رابعًا: نوع البحث ومنهجه وادواته

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى تحديد خصائص ظاهرة إعلامية معينة من خلال جمع البيانات وتحليلها ومن ثم تفسيرها، للخروج بنتائج قابلة للتعميم والاستفادة العلمية. ويُعد هذا النوع من البحوث من الأساليب الشائعة في ميدان الإعلام، إذ يساعد على فهم الواقع وتحليل مكوناته.

وقد اعتمدت الباحثة المنهج المسحي التحليلي، لما يتمتع به من مرونة في رصد الظواهر الإعلامية وتحليلها في سياقها الواقعي، حيث يُعرّف المنهج المسحي بأنه "مجموعة الإجراءات والأدوات التي تُستخدم في دراسة الظواهر الاجتماعية أو الإعلامية وصفيًا، للكشف عن خصائصها ومكوناتها واتجاهاتها"؛ مما يجعله الأنسب لتحقيق أهداف هذا البحث. تم اختيار أسلوب تحليل المضمون كونه الأنسب للوصول إلى أهداف البحث ويعرف بكونه: الأداة التي تسعى إلى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها سواء من ناحية الشكل أو المضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث<sup>(١)</sup>، وتعد أداة تحليل المضمون من أدوات جمع البيانات الأساسية التي تم استخدامها في هذه الدراسة،

#### خامسًا: مجالات البحث:

تم تحديد ثلاثة مجالات رئيسية لهذا البحث، على النحو الآتي:

١. **المجال المكاني:** يتمثل المجال المكاني في صفحة "مفيد عباس" على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، وهي صفحة عراقية معروفة بتقديمها محتوى ساخر ينتقد الأوضاع السياسية والاجتماعية بطريقة تعبيرية رمزية.

٢. **المجال الزمني:** شمل البحث المنشورات الساخرة المنشورة خلال المدة من 1/1/2024 إلى ٢٠٢٤/٧/١، وهي فترة زمنية اتسمت بوفرة الأحداث المحلية المتنوعة، ما انعكس على طبيعة المحتوى الساخر وتعدد مضامينه وأساليبه التعبيرية.

(١) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦م)، ص٢٣٣-٢٣٤.

٣. **المجال الموضوعي:** ينحصر في تحليل الأساليب التعبيرية المستخدمة في المنشورات الساخرة على صفحة "مفيد عباس"، من خلال الوقوف على أشكال السخرية، وبنية الرسالة الساخرة، وأنماط التعبير التي يستخدمها صاحب الصفحة في نقد القضايا المختلفة.

**سادسا: مجتمع البحث:**

يتكوّن مجتمع البحث من جميع المنشورات الساخرة التي تم نشرها على صفحة "مفيد عباس" خلال فترة البحث. وتم الاعتماد على أسلوب الحصر الشامل، والذي يُقصد به دراسة جميع مفردات المجتمع قيد البحث دون استثناء، لكون عدد المنشورات قابلاً للإحصاء الشامل، كما أن هذا الأسلوب يُعد الأكثر دقة في تمثيل المجتمع المدروس وتحقيق أهداف البحث.

وقد بلغ عدد المنشورات التي شملها البحث (126) منشورًا تم نشرها خلال المدة المحددة، وقد تم تحليلها جميعًا بهدف استخلاص الأساليب التعبيرية المعتمدة، وأنماط السخرية واللغة المستخدمة في بناء المحتوى.

**سابعا: التعريفات الإجرائية لمفاهيم البحث**

١. **الأساليب التعبيرية:** تُشير إلى الطرائق اللغوية والرمزية والفنية التي يُوظفها صانع المحتوى لنقل فكرة أو موقف معين بطريقة غير مباشرة، تحمل في طياتها معاني نقدية أو ساخرة أو انفعالية. وتشمل هذه الأساليب أدوات مثل المفارقة، التهكم، التورية، الرمز، والتضخيم، وتُستخدم بهدف التأثير في المتلقي وإيصال الرسالة بأسلوب فني يجمع بين الإبداع والرسالة الإعلامية.

٢. **فيسبوك:** منصة تواصل اجتماعي رقمية أسسها مارك زوكربيرغ عام ٢٠٠٤، وتُعد من أكثر الوسائل استخدامًا عالميًا للتفاعل وتبادل المحتوى. يُستخدم "فيسبوك" في السياق الإعلامي كأداة لبث الرسائل والأفكار، بما في ذلك المنشورات الإخبارية، التوعوية، والترفيهية، كما يُعد بيئة خصبة لانتشار المحتوى الساخر لما يوفره من تفاعل فوري مع الجمهور.

٣. **المنشورات الساخرة:** هي محتويات مكتوبة أو مرئية تُنشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي، تتضمن سخرية أو تهكمًا تجاه شخصيات عامة أو قضايا سياسية واجتماعية واقتصادية. وتُستخدم فيها أساليب فنية ولغوية تهدف إلى نقد الواقع، وإثارة الانتباه، وتحفيز الجمهور على التفكير أو التفاعل، من خلال استخدام الكوميديا السوداء أو المفارقة أو المبالغة أو الأسلوب الرمزي.

**ثامنا: دراسات سابقة**

١. دراسة أيوان عبد المنعم جابر ٢٠٢٤م<sup>(١)</sup>:

تناولت هذه الدراسة اعتماد الشباب العراقي على البرامج التلفزيونية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي، حيث تمثلت مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيس (ما مدى اعتماد الشباب العراقي على البرامج التلفزيونية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي؟)، في حين تمثلت الدراسة بعدد من الأهداف كان أبرزها: التعرف على انعكاسات البرامج التلفزيونية الساخرة على شريحة الشباب في تشكيل المواقف والاتجاهات السياسية، ومعرفة البرامج التلفزيونية الساخرة الأكثر متابعة عند الشباب العراقي، فضلا عن معرفة الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة من الاعتماد على البرامج التلفزيونية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي لدى الباحثين، أما المنهج الذي استخدم في الدراسة فكان المنهج المسحي كونه الأنسب لجمع المعلومات والبيانات، بينما كانت عينة الدراسة التي اعتمدت عليها الباحثة هي طلبة الكليات الحكومية في بغداد وذلك لكون هذه الفئة هم الأكثر اهتمام ومتابعة للبرامج التلفزيونية الساخرة، إذ تمثلت بـ (٤٠٠) مبحوثاً معتمدة على أداة الاستبانة لقياس مدى الاعتماد على البرامج التلفزيونية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب العراقي، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج كانت أبرزها:

(١) أيوان عبد المنعم جابر، اعتماد الشباب العراقي على البرامج التلفزيونية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي، رسالة دبلوم عالي /معادل للماجستير، كلية الإعلام، جامعة بغداد، ٢٠٢٤م.

- أ. ساهمت البرامج التلفزيونية الساخرة في زيادة المعلومات السياسية لعدد كبير من المبحوثين ونسبة بلغت ٧٠.٥%.
- ب. أن البرامج التلفزيونية الساخرة ساهمت بتزويد عدد كبير من المبحوثين بمعلومات تساعدهم على الدخول في النقاشات العامة بنسبة بلغت ٧٤.٣%.
- ت. أن البرامج التلفزيونية الساخرة رفعت الغطاء عن شخصيات سياسية تعجز عن خدمة المواطن بنسبة بلغت ٩٣.٣%.
٢. دراسة خلفه بدره وفرزولي مختار ٢٠٢٣م<sup>(١)</sup>:

سعت الدراسة إلى معرفة كيفية معالجة المنشورات الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الواقع الجزائري، لكونه أسلوباً حديثاً للتعبير عن مختلف الموضوعات من قبل الجمهور بغية إبراز أهم القضايا والموضوعات المتناولة وأساليب وطرق عرض أشكال المحتوى الساخر التي استخدمت ووظفت في معالجة تلك القضايا، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي كأداة تحليل المحتوى للمنشورات الساخرة على الصفحات ذات المحتوى الساخر في الفيسبوك، وذلك من خلال تحديد الفئات الرئيسية والفرعية ووحدة التحليل المختارة، بالإضافة إلى رصد حجم التفاعل من خلا تحديد نسب مشاهدات تلك الصفحات والإعجابات والتعليقات والمشاركات لكل منشور على هذه الصفحات بغية الوصول إلى نتائج دقيقة، وهذا ما اعتمده الباحثة في تحليل المنشورات ذات المحتوى الساخر في هذه الصفحات محل الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أ. توصلت هذه الدراسة إلى أن أهمية هذه الصفحات الساخرة برزت في نقدها للقضايا والظواهر السلبية والمشكلات التي يعاني منها المواطن الجزائري، والتي يمكن من خلالها التوصل إلى نتائج بإمكانها إحداث تغيير في الواقع وإيجاد الحلول الناجعة.
- ب. ركزت الدراسة على اعتبار السخرية لونا صحفياً يقوم بانتقاد القضايا الاجتماعية والسياسية وحتى الرياضية بطريقة هزلية ساخرة، من خلال توجيه رسائل تنتقد فيه الواقع بغية تصحيحه ظو معالجته، لذا فإن السخرية باتت تتماشى مع الواقع وفق منشورات موجهة للجمهور ذات الرؤية المستقبلية تحمل في خزنها رسائل جوهرية، فقد حظيت السخرية لاسيما على موقع الفيسبوك اهتماماً كبيراً من الجمهور وذلك باعتماده عليها للتنفيس عن واقعه وهمومه ومشاكله الحياتية بطريقة وأسلوب ساخر.
- ت. كما توصلت هذه الدراسة إلى معرفة القضايا والموضوعات التي عالجتها تلك المنشورات الساخر في الفيسبوك للواقع الجزائري، والوقوف على الأساليب وطرق عرض أشكال السخرية التي استخدمت في تلك المنشورات الساخرة.

## المبحث الثاني: الأساليب التعبيرية في المنشورات الساخرة

### أولاً: مفهوم السخرية:

يتداخل مفهوم السخرية ويختلط بمفاهيم أخرى تقترب منه، ومن أبرز هذه المفاهيم هي (الفكاهة، الهجاء، الكوميديا، الاستهزاء، التندر، الهزل، الدعابة، والنكتة)، والتي تقوم بأساسها على الضحك، ولكن في الحقيقة هناك فروقات عديدة بين تلك المفاهيم ومفهوم السخرية، فالسخرية ليست الهجاء ولا النكتة ولا الفكاهة ولا المزاح بل هي غير ذلك، فهي تعد انتقاداً للذائل

(١) خلفه بدره، فرزولي مختار، معالجة المنشورات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الواقع الجزائري "دراسة تحليلية لعينة من منشورات ساخرة على الفيسبوك، بحث منشور في مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد (١٣)، العدد (١)، ٢٠٢٣م.

والحماقات البشرية وتشخيص العيوب الاجتماعية والسياسية وانتقادها بطريقة ساخرة الهدف منها تصحيح تلك العيوب أو الحد منها<sup>(١)</sup>.

ويقصد بالسخرية إثارة الضحك عن طريق عرض مضحك مرتبط بكل ما هو موجود بالواقع الاجتماعي والسياسي والاقتصادي، إذ إن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في توليد السخرية من أجل الحصول على اهتمامات الجمهور فتجده يقدم بعدة صور منها الشكل المتفائل الذي يتصف بالفكاهة والطرفة، والمتشائم المتصف بالرزانة، وأحياناً تكون سطحية تكون واضحة للجمهور ومفهومة دون الحاجة إلى التفكير، وهناك نوع آخر لا يفهمه إلا الجمهور الذكي والفظن من أجل وصول هدف الرسالة بأسلوب ساخر<sup>(٢)</sup>، ومنهم من قال أنه ليس من الضرورة أن تكون مثيرة للضحك، لأنها أحياناً تكون قاسية عند استهدافها أحد جوانب المجتمع، فالسخرية في بعض الأحيان ترسم الابتسامة لدى المتلقي وتخلق جواً من البهجة، غير إن هذا الجو عادة ما يكون مشحوناً بمآسي وأوجاع الحوادث والأخبار والقضايا التي تمس جانباً مهماً من حياتهم، وفي الغالب تكون خلف ابتسامة السخرية هموم ومآسي كبيرة<sup>(٣)</sup>.

### ثانياً: خصائص السخرية:

يرتبط الطابع العام للسخرية بالضحك إلا أنها تحمل في داخلها رسائل وحقائق مبهمة بعض الشيء تبين للناس أنها تدعو إلى إضحاكهم وإسعادهم لكنها في الحقيقة تخفي خلف تلك المظاهر الكثير من الحقائق التي قد تبدد الضحك سريعاً فيما لو فهم الجمهور المغزى منها، لذا فإن ما قيل هنا هو أدق ما وصفت به السخرية "السخرية تعني البكاء بقهقهة الضحك، والضحك والعيول والبكاء"<sup>(٤)</sup>.

### وتتميز السخرية بخصائص عدة أهمها:

١. الضحك: يقوم الضحك الساخر بدور "محكمة القانون" حسب رأي أفلاطون والتي تقوم بإصدار أحكامها بشكل مباشر، فإن الضحك يقوم بإعادة كتابة القوانين بشكل مباشر، وأنه لا يتحمل مثل هذا التهديد، ويرأي أفلاطون أن التحكم بانفعالات الأشخاص يكون أكثر أهمية من التحكم بأنفسهم، لذا فإن الضحك بسخرية كأنفعال يكون في غاية الأهمية، لاسيما وأن للضحك قدرة على تخريب الوضع الراهن أو تهديمه بالإضافة إلى إمكانيته على تحويل خطوط الدفاع للسلطة إلى خطوط رخوة وهشة بحسب رأيه<sup>(٥)</sup>، إذ ربط الروائي التشيكي "ميلان كونديرا" في روايته (الضحك والنسيان) بين أفق الحياة والوجود والضحك من جانب وبين الكآبة والقمع والنسيان من جانب آخر، ووجود الإنسان يكمن بالضحك، أما كونديرا فقد وصف بعض الشخصيات في روايته بأن "الضحك يدعو إلى النسيان والحزن، ويعد بشيء غامض ربما الفرح وربما السلام"<sup>(٦)</sup>.

٢. النقد: يعد النقد أحد مفاهيم السخرية كونه "أسلوب نقدي" يسجل حضوراً بارزاً في السخرية، فإن النقد الساخر من أحد ظواهر الأدب الإنسانية البارزة، إذ يتطلب تلاعباً بمقاييس الأشياء

(١) حمدي النورج، السخرية واللقطة السخرية: دراسة نقدية لأعمال الكاتب عمر طاهر، (القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ٢٠١٥م)، ص ١٠٥.

(2) Burton, S. "More than Entertainment": The Role of Satirical new in dissent, deliberation, and democracy, a thesis in media studies for the degree of arts, the Pennsylvania State university College of Communications, 2010, p48.

(٣) نبيل راغب، الأدب الساخر، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٠م)، ص ٢١.

(٤) أبو القاسم رادفر، السخرية، لغتها، أشكالها، ودوافعها، مقال متاح على: <https://2u.pw/xITZk6I> تاريخ الاسترجاع، (٢٠٢٤/١/٢٨).

(5) Sanders, B. Sudden Glory: Laughter as subversive history, Boston: Beacon Press, 1995, P89.

(٦) شاكر عبد الحميد، الفكاهة والضحك: رؤية جديدة، (الكويت: عالم المعرفة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م)، ص ٥١.

تصغيراً وتكبيراً، وكذلك كونه "فن تقويم الأعمال الفنية والأدبية، وتحليلها تحليلًا قائمًا على أساس علمي، وهو أيضا الفحص العلمي للنصوص الأدبية من حيث مصدرها، وصحة نصها وإنشائها وصفاتها وتاريخها"<sup>(١)</sup>.

### ثالثاً: الأساليب التعبيرية في المنشورات الساخرة

تُعد الأساليب التعبيرية من المفاهيم المركزية في تحليل المحتوى الإعلامي، خاصة في ما يُعرف بـخطاب السخرية، إذ تمثل الوسائل الفنية واللغوية التي يستخدمها منشئ المحتوى للتعبير عن أفكارهم ومواقفهم بشكل غير مباشر، غالباً ما يتضمن إشارات رمزية، أو تهكماً، أو مفارقات، تهدف إلى توصيل رسائل نقدية للجمهور بأسلوب محبب ومؤثر، ويقوم المحتوى الساخر، لا سيما المنشور على منصات التواصل الاجتماعي مثل "فيسبوك"، على توظيف هذه الأساليب التعبيرية لتجاوز الرتبة المباشرة في الخطاب الإعلامي، والانتقال إلى خطاب بديل يجمع بين الفكاهة والنقد، ويُضفي على المضمون بعداً جمالياً ورمزياً. وتُسهم هذه الأساليب في زيادة تفاعل الجمهور، واستثارة تفكيره، وتحفيزه على المشاركة والتعليق<sup>(٢)</sup>.

وقد تنوعت الأساليب التعبيرية في المحتوى الساخر لتشمل ما يأتي<sup>(٣)</sup>:

١. **المفارقة:** وتُعد من أبرز الأدوات التعبيرية، إذ تُستخدم للتعبير عن معنى مغاير أو عكسي لما يُقال ظاهراً، بقصد النقد أو السخرية من موقف أو فكرة معينة.
  ٢. **التهكم:** وهو تعبير لغوي ساخر يعتمد على الحدة والمبالغة في السخرية، ويُستخدم عادةً للإشارة إلى النواقص أو التناقضات بأسلوب لاذع.
  ٣. **الرمز:** يُستخدم للدلالة على مفاهيم عميقة أو مواقف ضمنية من خلال صور أو تعبيرات غير مباشرة تحمل معاني مجازية.
  ٤. **التورية:** وتعتمد على اللعب بالألفاظ وتعدد المعاني، لتوصيل رسالة مزدوجة تُثير التفكير وتعمق التأويل.
  ٥. **المبالغة:** تُستخدم لتضخيم الحدث أو الموقف بشكل ساخر، من أجل التأثير في المتلقي وتحفيزه على الانتباه أو الضحك.
- هذه الأساليب لا تُستخدم عشوائياً، بل تأتي في سياق خطاب تعبيرى مركب، يرتبط بثقافة الجمهور، والسياق السياسي والاجتماعي للنص، والهدف الذي يسعى إليه منشئ المحتوى، سواء كان نقداً اجتماعياً، أو تفريغاً انفعالياً، أو لفتاً للأنظار لقضية معينة، وتنوع أهمية الأساليب التعبيرية في المنشورات الساخرة من كونها وسيلة فعالة في نقل النقد الاجتماعي والسياسي بطريقة غير مباشرة، حيث تتيح لمستخدم السخرية التعبير بحرية أكبر، وتمنحه فرصة تجاوز القيود التقليدية للخطاب الإعلامي الرسمي، مستفيداً من البيئة الرقمية التفاعلية التي تتيحها منصات مثل "فيسبوك"، ومن هنا، فإن تحليل هذه الأساليب يُعد مدخلاً لفهم كيف يُعاد إنتاج الواقع وتمثيله من خلال خطاب ساخر، له طبيعته الفنية والاتصالية الخاصة، ويعكس تحولات في أنماط التلقي والاستجابة الجماهيرية<sup>(٤)</sup>.

(١) مجدي وهبة، وكامل المهندس، معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب، (بيروت: مكتبة لبنان، ١٩٨٤م)، ص ٤١٧.

(٢) شعيب بن أحمد بن محمد عبد الرحمن الغزالي، أساليب السخرية في البلاغة العربية، رسالة ماجستير، السعودية، جامعة أم القرى، كلية اللغة العربية، ١٩٩٥م، ص ١٢٢-١٢٣-١٢٤.

(٣) راند عبيس، فلسفة السخرية عند بيتر سلوتردايك، (الجزائر: دار منشورات ضفاف، ٢٠١٦م)، ص ٣٥-٣٦.

(٤) عبده وازن، السخرية السوداء، مجلة الدوحة، العدد ٧٠، قطر، ٢٠١٣م، ص ٣٩.

### المبحث الثالث: الأساليب التعبيرية في المنشورات الساخرة عبر موقع الفيسبوك

أولاً: نبذة عن صفحة (مفيد عباس):

تم إنشاء هذه الصفحة على موقع فيسبوك بتاريخ (٢٠١٢/٩/٨م)، تعود ملكيتها للمدون الرقمي مفيد عباس جواد، وقد كانت الفكرة الرئيسية وراء تأسيس الصفحة تتمثل في توثيق الحياة البغدادية وما تبقى فيها من جوانب من البساطة واللحظات اليومية، وتظهر هذه الفكرة كوصف رئيس في أعلى واجهة الصفحة عند الدخول إليها. ويبلغ عدد متابعي الصفحة على موقع فيسبوك نحو ٦٥ ألف متابع حتى وقت انجاز هذا البحث، والصفحة تحظى بتفاعل من قبل المتابعين مع المحتوى المنشور الذي يتضمن مضامين ساخرة تعكس الواقع العراقي<sup>(١)</sup>.

المحور الأول: فئات تحليل المضمون (ماذا قيل؟):

أولاً: فئات الموضوع:

جدول (١) يبين ترتيب الفئات الرئيسية للمحتوى المنشور في صفحة (مفيد عباس)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الرئيسية	ت
الأولى	23.80	30	الموضوعات السياسية	1
الثانية	23.01	29	الموضوعات الاقتصادية	2
الثالثة	15.87	20	الموضوعات الثقافية	3
الثالثة	15.87	20	الموضوعات الرياضية	4
الرابعة	15.07	19	الموضوعات الاجتماعية	5
الخامسة	6.34	8	الموضوعات الفنية	6
	%100	126	المجموع	

يتبين من خلال الجدول رقم (١) أن (الموضوعات السياسية) احتلت المرتبة الأولى في صفحة (مفيد عباس) بـ (٣٠) تكراراً وبنسبة بلغت (٢٣.٨٠%)، مما يشير إلى الاهتمام الواسع الذي توليه الصفحة بالقضايا السياسية التي تهم شريحة كبيرة من المتابعين، وتركز الصفحة عند تناولها للموضوعات السياسية على الجوانب الإيجابية وتقديم الدعم للمبادرات الإصلاحية الحكومية، لاسيما في مجال الخدمات، واتضح من خلال تحليل مضامين صفحة (مفيد عباس)، أن اهتمامه بالموضوعات السياسية هو السمة البارزة في معظم نصوصه الساخرة، سواء كانت هذه النصوص تحمل صبغة تشاؤمية أم تفاؤلية، ويميل (مفيد عباس) من خلال صفحته إلى انتقاد الأداء الحكومي العام، لا سيما في قضايا مثل الفساد الإداري والتقصير في تقديم الخدمات، في الوقت الذي يحرص فيه على دعم الإنجازات الحكومية في قطاع الخدمات، وأما (الموضوعات الاقتصادية) فقد حلت بالمرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغت (٢٩) تكراراً وبنسبة (٢٣.٠١%). وتلاقي هذه الموضوعات اهتمام من قبل المواطنين في العراق، لاسيما في ظل الأزمات الاقتصادية المستمرة مثل ارتفاع الدولار وغلاء المعيشة وتهريب العملة، وهو ما جعل هذه الموضوعات تحظى بأهمية كبيرة خلال فترة الدراسة، وجاءت فئتا (الموضوعات الرياضية) و(الموضوعات الثقافية) في المرتبة الثالثة بـ (٢٠) تكراراً لكل منهما وبنسبة بلغت (١٥.٨٧%)، ويرجع ذلك إلى اهتمام القارئ على الصفحة بالموضوعات الرياضية التي كانت بارزة في المحتوى طوال مدة الدراسة لاسيما خلال أوقات البطولات والمنافسات الرياضية، كما يعكس اهتمام "مفيد عباس" بالموضوعات الثقافية فطبيعة عمله ككاتب ومقدم برنامج اجتماعي على القناة العراقية، وتمتعه بأسلوب سردي جذاب يجعله يولي اهتماماً بالغاً بالقضايا الثقافية، وفي

(١) صفحة مفيد عباس، متاح على: <https://2u.pw/UyRPAzFT>، تاريخ الاسترجاع: (٢٠٢٤/٩/١٣).

المرتبة الرابعة، حلت (الموضوعات الاجتماعية) بـ(١٩) تكرارا وبنسبة مئوية بلغت (١٥.٠٧%)، من خلال تناوله لموضوعات عديدة مثل العلاقات الاجتماعية والسلوكيات العامة والعادات الدخيلة على المجتمع.

أما (الموضوعات الفنية) فقد حلت بالمرتبة الخامسة بـ(٨) تكرارات فقط وبنسبة قدرت بـ(٦.٣٤%). والملاحظ ان الموضوعات الفنية لم تنل الاهتمام الكاف في هذه الصفحة حيث إن هذه الموضوعات غالباً ما تحتل المراتب المتأخرة في الصفحات الساخرة، وربما يعود ذلك إلى أن الجمهور عادة ما يتفاعل مع الموضوعات التي لها تأثير مباشر على حياتهم اليومية، وإجمالاً، يمكن القول إن صفحة (مفيد عباس) تمثل صفحة ساخرة تسعى إلى معالجة القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية بأسلوب نقدي، مع التركيز بشكل رئيس على الشأن السياسي والاقتصادي، وهو ما يعكس الاهتمام المستمر بهذه القضايا من قبل الجمهور العراقي.

ثانياً: فئات الأساليب التعبيرية

#### جدول (٢) يبين ترتيب فئات الأساليب التعبيرية

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	التورية	١٧	26.98	الأولى
2	التهكم	١٣	20.63	الثانية
3	الرمز	١٢	19.05	الثالثة
4	المبالغة	١١	17.46	الرابعة
5	المفارقة	١٠	15.87	الخامسة
	المجموع	63	100%	

تشير نتائج جدول (٢) إلى تنوع الأساليب التعبيرية المستخدمة في المنشورات الساخرة على صفحة "مفيد عباس"، حيث تفاوتت نسب الاستخدام بين فئة وأخرى، مما يعكس ثراء المحتوى الساخر من حيث البناء التعبيري والأسلوبي.

جاءت (فئة التورية) في المرتبة الأولى بعدد (١٧) تكراراً وبنسبة (٢٦.٩٨%)، ما يدل على اعتماد منشئ المحتوى على اللعب بالمعاني والتلميحات اللفظية التي تحمل أكثر من دلالة، وهو ما يمنح المنشور مرونة لغوية ويثير فضول المتلقي لتفسير المقصود. وتُعد التورية وسيلة مثالية في تقديم خطاب ناقد دون تصادم مباشر مع الواقع أو الجهات المعنية.

وأما (فئة التهكم) فقد جاءت في المرتبة الثانية بعدد (١٣) تكراراً بنسبة (٢٠.٦٣%)، وهو أسلوب يقوم على السخرية اللاذعة والانتقاد الحاد، وغالباً ما يُستخدم في تناول القضايا المثيرة للجدل، حيث يعتمد على إبراز التناقضات وصياغتها بأسلوب فكاهي جارح، يحقق صدمة رمزية تثير التفاعل والانتباه، وجاءت (فئة الرمز) في المرتبة الثالثة بعدد (١٢) تكراراً، بنسبة (١٩.٠٥%)، ما يدل على اعتماد منشورات الصفحة على أسلوب إيحائي غير مباشر، يعتمد على استخدام الصور الذهنية والمعاني المجازية التي تفتح باب التأويل. ويُعد الرمز أسلوباً فنياً عالي المستوى يُضفي عمقاً على الخطاب ويعزز من التفاعل الفكري مع المنشور، في حين حلت (فئة المبالغة) في المرتبة الرابعة بعدد (١١) تكراراً، بنسبة (١٧.٤٦%)، وهي أسلوب يستخدم التضخيم الكاريكاتيري للأحداث أو الشخصيات بهدف إبراز المفارقة أو العبث في الواقع. وغالباً ما تُسهم المبالغة في إنتاج تأثير كوميدي يلفت انتباه الجمهور ويثير تعليقات ساخرة موازية، وأخيراً، جاءت (فئة المفارقة) في المرتبة الخامسة بعدد (١٠) تكرارات، بنسبة (١٥.٨٧%)، رغم أنها تُعد من الركائز الأساسية في الكتابة الساخرة. ويُحتمل أن يكون انخفاض استخدام المفارقة ناتجاً عن ميل الصفحة نحو أساليب أكثر مباشرة في التعبير، أو أن الجمهور يتفاعل بشكل أكبر مع الأنماط السريعة والواضحة، مما قلل من توظيف المفارقة كأسلوب تعبيرية.

يتبين أن صفحة "مفيد عباس" توظف أساليب تعبيرية متعددة تنتوع بين المباشر والضمني، مما يعكس استراتيجية فنية في بناء الخطاب الساخر تجمع بين التلميح والنقد الحاد. ويُلاحظ اعتماد أكبر على (فئة التورية) و(فئة التهكم)، ما يعزز قدرة المنشورات على تمرير رسائل نقدية دون الوقوع في التعميم أو الإساءة، مع المحافظة على جاذبية الأسلوب وتأثيره الجماهيري.

**المحور الثاني: كيف قيل؟**

**١. فئات أشكال العرض:**

**جدول (٣) يبين ترتيب فئة أشكال العرض**

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الأولى	65.87	83	مقال	1
الثانية	17.46	22	صور فوتوغرافية	2
الثالثة	7.14	9	مقاطع فيديو	3
الرابعة	4.76	6	ريلز	4
الخامسة	3.96	5	إعلان ساخر	5
	%100	126	المجموع	

توزع المجموع الكلي للتكرارات الخاصة بالفئات الفرعية ضمن الفئة الرئيسة (أشكال العرض) على ست مراتب كما هو موضح في الجدول. ومن خلال التحليل، يتضح أن صفحة (مفيد عباس) قد اعتمدت مجموعة من الأشكال الرئيسة لعرض مضامينها الساخرة بهدف تسهيل إيصال الأفكار والرسائل، وتحقيق المتعة والفائدة، بالإضافة إلى تعزيز المصداقية والتوثيق.

وقد تصدرت فئة (المقال) قائمة أشكال العرض المستخدمة في الصفحة، حيث حازت على (٨٢) تكراراً من إجمالي التكرارات وبنسبة (٦٥.٨٧%). ويعكس هذا التوجه الدور المحوري للكتابة في مضامين الصفحة، وهو ما يتناسب مع تصنيف "مفيد عباس" نفسه ككاتب ساخر، حيث تعد الكتابة الأداة الرئيسة التي يعتمد عليها في إيصال رسالته.

تلتها فئة (الصور الفوتوغرافية) في المرتبة الثانية بـ(٢٢) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (١٧.٤٦%)، وذلك نظراً لما تتمتع به الصور من قدرة على تبسيط الأفكار وتوضيح الرسائل بسرعة وفعالية، مما يجعلها الأداة الأكثر استخداماً في المنصات الرقمية مثل فيسبوك. كما أن الصور قد تؤدي أحياناً دور التورية، حيث تحمل في ظاهرها معنى معيناً، بينما تُستخدم للإشارة إلى فكرة أو رسالة أخرى ضمن السياق الساخر.

أما فئة (مقاطع الفيديو) فقد جاءت بالمرتبة الثالثة بعدد تكرارات بلغت (٩) وبنسبة مئوية تقدر بـ (٧.١٤%). وتستفيد هذه الفئة من الميزات التقنية التي يتيحها فيسبوك، مثل القدرة على إضافة مقاطع مصورة ذات جودة عالية، مما يمكن المستخدم من الوصول إلى المحتوى بسرعة وسهولة، دون الحاجة إلى تصفح مقاطع المقالات الطويلة.

في المرتبة الرابعة، جاءت فئة (الريلز) بعدد تكرارات بلغت (٦) وبنسبة (٤.٧٦%)، ويعكس هذا التوجه الاستخدام المتزايد لهذا الشكل من المحتوى على فيسبوك نظراً لسرعته في الوصول إلى الجمهور مقارنة بالأشكال الأخرى.

أما فئة (الإعلان الساخر) فقد حازت على المرتبة الخامسة بـ(٥) تكرارات وبنسبة (٤.٩٦%)، حيث يشير ذلك إلى أن الإعلان يمكن أن يكون جزءاً من الاستراتيجية الساخرة في تقديم رسائل المحتوى بطريقة غير مباشرة، وبالتالي تحقيق أهداف ترويجية في إطار ساخر.

وأخيراً، جاءت فئة (الإحصائيات والرسوم البيانية) في المرتبة السادسة بتكرار واحد (١) فقط وبنسبة (٠.٧٩%)، مما يعكس استخداماً محدوداً لهذا الشكل مقارنة ببقية الأشكال الأخرى، لكنه يظل وسيلة هامة لإضفاء طابع دقيق وعلمي على بعض القضايا التي يتم تناولها.

**٢. فئات اللغة المستخدمة:**

جدول (4) يبين ترتيب فئة اللغة المستخدمة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الأولى	73.80	93	العربية (العامية)	1
الثانية	18.25	23	العربية (الفصحى)	2
الثالثة	7.93	10	العربية المختلطة (فصحى وعامية)	3
	%100	126	المجموع	

يتبين من خلال الجدول محل التحليل أن (اللغة العربية المحلية (العامية)) قد تصدرت استخدامات المنشورات الساخرة في صفحة (مفيد عباس)، حيث احتلت المرتبة الأولى بعدد تكرارات (٩٣) وبنسبة (٧٣.٨٠%). ويعزى هذا التوجه إلى أن اللغة العامية تُعد الأقرب إلى جميع شرائح المجتمع العراقي، إذ تتناسب مع الفئات العمرية المختلفة والمستويات الثقافية المتنوعة، مما يسهل وصول الرسائل الساخرية إلى جمهور واسع ومتعدد، وأما (اللغة العربية الفصحى) فقد حلت في المرتبة الثانية بـ (٢٣) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (١٨.٢٥%). ورغم أن الفصحى تعد أداة قوية للتعبير الأدبي والفكري، فإن استخدامها في السخرية يرتبط غالباً بجمهور معين قد يكون أقل تنوعاً من الجمهور الذي يتعامل مع اللغة العامية، فيما جاءت (اللغة العربية المختلطة (فصحى وعامية)) في المرتبة الثالثة بـ (١٠) بنسبة (٧.٩٣%). ويشير هذا إلى استخدام مزيج من الفصحى والعامية في بعض المنشورات كطريقة لدمج الجوانب الرسمية والشعبية في السياق نفسه، مما يتيح للقارئ على الصفحة تقديم محتوى ساخر يتسم بالمرونة ويستهدف شرائح مختلفة من المتابعين، وكما هو موضح في الجدول (٣١)، يتضح أن اللغة العامية هي الأداة الرئيسية التي تعتمد عليها صفحة مفيد عباس في إيصال رسائلها الساخرة، وهو ما يعكس تفاعلها القوي مع الواقع الاجتماعي والثقافي للمجتمع العراقي.

### ٣. فئات العناصر التفاعلية:

جدول (5) يبين ترتيب فئة العناصر التفاعلية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الأولى	34.42	126	التعليقات	1
	34.42	126	تسجيلات الإعجاب	2
الثانية	26.77	98	المشاركات	3
الثالثة	4.09	15	الروابط	4
الرابعة	0.27	1	هاشتاك	5
	%100	366	المجموع	

يتضح من خلال تحليل العناصر التفاعلية في صفحة (مفيد عباس) على الفيسبوك أن الصفحة تحقق تفاعلاً عالياً مع جمهورها في جميع ما يتم نشره من مضامين. يمارس المتابعون العديد من الأنشطة التفاعلية مثل إبداء الإعجاب، والتعليق، والمشاركة في كثير من الأحيان، وفيما يتعلق بالفئات الفرعية ضمن الفئة الرئيسية للعناصر التفاعلية، فقد تصدرت فئتا (تسجيلات الإعجاب) و(التعليقات)، حيث احتلت المرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغت (١٢٦) وبنسبة مئوية بلغت (٣٤.٤٢%). يعكس هذا الاتجاه تفاعل المتابعين المباشر مع المنشورات الساخرية عبر التعليقات والإعجابات، مما يعزز تواصلهم مع محتوى الصفحة، وكما جاءت فئة (المشاركات) في المرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغت (٩٨) وبنسبة (٢٦.٧٧%). وتشير هذه النسبة إلى تبني المتابعين

لآراء وأفكار الصفحة، مما يعكس مدى الاقتناع بالمحتوى الساخر وإعادة نشره على صفحاتهم الشخصية لمشاركته مع شبكة أوسع من الأصدقاء والمتابعين، وفي المرتبة الثالثة، جاءت فئة (الروابط) بـ (١٥) تكراراً وبنسبة مئوية تقدر بـ (4.09%)، حيث استخدم المتابعون هذه الروابط لتوجيه الآخرين إلى مواضيع أو مقاطع مرتبطة بالمحتوى المنشور. وفي المرتبة الرابعة، جاءت فئة (الهاشتاك) بتكرار واحد فقط (١) أي بنسبة (٠.٢٧%)، مما يشير إلى استخدامها الأقل مقارنة ببقية العناصر التفاعلية.

كما هو موضح في الجدول (٤)، تساهم هذه الأنواع من التفاعلات في تعزيز مشاركة المتابعين بشكل فعال مع محتوى الصفحة، مما يعكس نجاح الصفحة في خلق بيئة تفاعلية قوية تسهم في نشر رسائلها الساخر.

#### ٤. فئات الوسائط المتعددة:

##### جدول (6) يبين ترتيب فئة الوسائط المتعددة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الأولى	65.87	83	نص	1
الثانية	18.25	23	نص مع صورة	2
الثالثة	15.87	20	نص مع فيديو	3
	%100	126	المجموع	

يتبين من خلال الجدول رقم (٣٤) أن فئة (النص) احتلت المرتبة الأولى بـ (٨٣) وبنسبة (٦٥.٨٧%)، مما يعكس الاعتماد الكبير للصفحة على النصوص المكتوبة كأداة أساسية لعرض مضامينها الساخرة. فالنصوص تعد الوسيلة الرئيسية للتواصل مع المتابعين وتقديم الأفكار والرسائل بشكل مفصل وعملي. وفي المرتبة الثانية، جاءت فئة (النص مع صورة) بـ (٢٣) تكراراً وبنسبة (١٨.٢٥%)، مما يشير إلى تكامل النصوص مع الصور الفوتوغرافية كوسيلة تدعيم مرئية للمحتوى الساخر. حيث يتم استخدام الصور لتوضيح أو تعزيز الرسالة أو الفكرة المطروحة في النص. وأما فئة (النص مع فيديو) فقد حازت على المرتبة الثالثة بعدد تكرارات بلغت (٢٠) وبنسبة مئوية قدرت بـ (١٥.٨٧%)، مما يعكس استخدام الفيديوهات كأداة تكميلية تدعم النص وتزيد من جاذبيته، خاصة وأن الفيديو يساهم في إيصال الرسالة بشكل أكثر تأثيراً وتفاعلية، ومن الملاحظ أن الصفحة لم تعتمد بشكل مستقل على الصور أو المقاطع الصوتية أو الفيديوهات فقط كوسائط متعددة، بل كانت تستخدم النص كوسيلة أساسية دائماً، مع إرفاقه إما بصورة أو بمقطع فيديو لتحقيق تأثير أكبر على المتلقي، كما هو موضح في الجدول (٣٣)، تبين أن النصوص المكتوبة كانت العنصر الأكثر استخداماً في بناء محتوى الصفحة الساخرة، مع دمج محدود للصور والفيديوهات في بعض المنشورات.

## ٥. فئات الجهة المستهدفة:

جدول (7) يبين ترتيب فئة الجهة المستهدفة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الأولى	86.50	109	الجمهور العام	1
الثانية	5.55	7	مؤسسات حكومية	2
الثالثة	3.96	5	شخصيات رياضية	3
الرابعة	0.79	1	شخصيات سياسية	4
	0.79	1	طلبة المدارس والجامعات	5
	0.79	1	موظفي الدولة	6
	0.79	1	شخصيات فنية	7
	0.79	1	مشاهير السوشل ميديا	8
	%100	126	المجموع	

أظهرت النتائج أن (فئة الجمهور العام) جاءت في المرتبة الأولى بفارق واضح وكبير، حيث بلغت تكراراتها (١٠٩) بنسبة (٨٦.٥٠%)، ما يشير إلى أن غالبية المنشورات الساخرة على صفحة "مفيد عباس" تُوجّه إلى الناس العاديين في المجتمع، وتعكس اهتماماتهم اليومية، وهمومهم الاجتماعية والاقتصادية، وتنتقد سلوكياتهم أو تطرح ظواهر تتعلق بهم بشكل مباشر أو غير مباشر. ويُعد هذا التوجه طبيعياً في سياق الصفحات الساخرة التي تعتمد على الطابع الشعبي التفاعلي وتستهدف إثارة الضحك أو النقد من خلال قضايا قريبة من الواقع الجماهيري، وفي المرتبة الثانية جاءت (فئة المؤسسات الحكومية) بعدد (٧) تكرارات وبنسبة (٥.٥٥%)، وهو ما يشير إلى وجود محتوى نقدي يُوجه إلى الجهات الرسمية، لكن بوتيرة أقل بكثير مقارنة بالجمهور العام. ويرجع هذا الانخفاض إلى الاعتبارات الاجتماعية والسياسية التي قد تحيط بانتقاد السلطة أو الإدارات الرسمية، إضافة إلى رغبة الصفحة في الحفاظ على مساحة آمنة ضمن البيئة الرقمية، دون تجاوز الخطوط الحمراء، وأما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب (فئة الشخصيات الرياضية) بعدد (٥) تكرارات، بنسبة (٣.٩٦%)، وهو ما يُظهر اهتماماً محدوداً من الصفحة بالشأن الرياضي، وقد يكون ذلك ضمن سياق نقد ساخر لأداء بعض الشخصيات الرياضية، أو تسليط الضوء على ظواهر في الوسط الرياضي تُثير الجدل أو السخرية، ثم تساوت عدة فئات في المرتبة الرابعة بعدد تكرار واحد فقط لكل منها بنسبة (٠.٧٩%)، وهي:

- (فئة الشخصيات السياسية)

- (فئة طلبة المدارس والجامعات)

- (فئة موظفي الدولة)

- (فئة الشخصيات الفنية)

- (فئة مشاهير السوشل ميديا)

ويُفهم من هذا التكرار المتدني أن الصفحة لا تُركّز في الغالب على استهداف هذه الفئات بشكل مباشر، إما بسبب قلة تداولها في القضايا المثيرة للسخرية ضمن سياق الصفحة، أو بسبب توجيهها نحو القضايا اليومية العامة بدل التركيز على النخب أو الفئات الخاصة. كما قد يعكس ذلك طبيعة المحتوى الساخر الذي يُفضّل التعميم أو الرمزية على التخصيص الفردي في النقد.

تُبرز نتائج هذا الجدول ميل صفحة "مفيد عباس" إلى استهداف الجمهور العام بشكل أساسي في محتواها الساخر، بما يتوافق مع طابع الفيسبوك كمنصة تفاعلية شعبية، ويعزز من تقبل المحتوى وانتشاره. في المقابل، فإن التناول المباشر للجهات الرسمية أو الشخصيات العامة يأتي بدرجة

أقل، إما لأسباب تتعلق بالمحتوى الآمن، أو بسبب الطابع الترفيهي الرمزي الذي تفضله الصفحة. كما تُظهر النتائج أن الصفحة تعتمد في بناء خطابها الساخر على عمومية الطرح وتنوعه، دون الانخراط العميق في استهداف الأفراد أو الجهات النخبوية، ما يعزز من اتساع جمهور المتلقين وتنوع تفاعلهم.

### ❖ النتائج

١. يغلب الطابع السياسي والاقتصادي على محتوى الصفحة، إذ احتلت الموضوعات السياسية المرتبة الأولى بنسبة (٢٣.٨٠%)، تلتها الموضوعات الاقتصادية بنسبة (٢٣.٠١%)، ما يعكس ارتباط المحتوى الساخر بالقضايا الكبرى التي تمس حياة المواطن العراقي بشكل مباشر.

٢. تركز الصفحة على استخدام أساليب تعبيرية غير مباشرة، مثل التورية التي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٢٦.٩٨%)، مما يدل على رغبة القائم على الصفحة في تمرير الرسائل النقدية بلغة رمزية وذكية، تبتعد عن المواجهة المباشرة وتُراعي التلقي المتعدد.

٣. الكتابة هي الأداة الرئيسة في عرض المحتوى الساخر، حيث جاءت فئة المقال في المرتبة الأولى بنسبة (٦٥.٨٧%)، وهو ما يتماشى مع طبيعة صاحب الصفحة ككاتب ساخر يعتمد على السرد والتحليل التهكمي في بناء منشوراته.

٤. اللغة العامية تُعد الوسيلة الأبرز في التعبير عن الأفكار الساخرة في الصفحة، بنسبة استخدام بلغت (٧٣.٨٠%)، ما يُعزز من قرب المحتوى من الجمهور العراقي ويزيد من احتمالية التفاعل معه.

٥. التفاعل مع المنشورات عالٍ بشكل ملحوظ، حيث جاءت فئتا الإعجابات والتعليقات في المرتبة الأولى بنسبة متساوية (٣٤.٤٢%)، وهو ما يشير إلى فاعلية الصفحة في إثارة النقاش والتفاعل الجماهيري المباشر.

٦. تعتمد الصفحة على النصوص أساساً في الوسائط المتعددة، بنسبة (٦٥.٨٧%)، فيما يتم استخدام الصور والفيديوهات كعناصر داعمة وليست رئيسة، مما يدل على توجه الصفحة نحو التأثير بالكلمة أولاً، ثم تعزيزها بصرياً عند الحاجة.

### ❖ الاستنتاجات

وبعد عرض نتائج البحث توصلت الباحثة إلى الاستنتاجات الآتية:

١. المحتوى الساخر في الصفحة ليس مجرد ترفيه، بل أداة لطرح قضايا جادة باستخدام أسلوب فني، ما يؤكد أن السخرية الرقمية أصبحت وسيلة بديلة للتعبير السياسي والاجتماعي في المجتمع العراقي.
٢. الاعتماد الكبير على التورية والرمز يشير إلى وعي بلاغي في الكتابة الساخرة، حيث يحاول الكاتب تجاوز القيود السياسية والاجتماعية دون التضحية بقوة الرسالة أو حدتها.
٣. غياب الشخصيات السياسية كجهة مستهدفة رئيسة (بتكرار واحد فقط) يُظهر أن الصفحة تركز على نقد السياسات العامة وليس الأفراد بعينهم، ما يدل على نوع من الحذر والتوازن في الخطاب الساخر.
٤. استخدام الصور الفوتوغرافية في المرتبة الثانية بعد المقالات يوضح أهمية الوسائط المرئية في تعزيز التأثير التهكمي أو التلمحي للنصوص، لا سيما في المنشورات التي تحتاج إلى دعم بصري لإبراز المفارقة أو التضخيم.
٥. اللغة العامية ليست فقط أداة للتبسيط، بل وسيلة للانتماء الاجتماعي، إذ تُستخدم لبناء علاقة حميمة مع الجمهور، وتُضفي على المحتوى طابعاً شعبياً يسهّل تداوله وتفاعله.
٦. قلة استخدام الوسوم (الهاشتاك) والروابط تشير إلى أن الصفحة تعتمد على التفاعل الطبيعي، وليس على استراتيجيات الوصول التقني (مثل خوارزميات الترنند)، وهو ما يجعل التفاعل نابغاً من قوة المحتوى لا من الحيل الترويجية.

## ❖ المصادر والمراجع

١. أبو القاسم رادفر، السخرية، لغتها، أشكالها، ودوافعها، مقال متاح على: <https://2u.pw/xlTZk6I> ، تاريخ الاسترجاع (28/1/2024) :
٢. إيوان عبد المنعم جابر، اعتماد الشباب العراقي على البرامج التلفزيونية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي، رسالة دبلوم عالي /معادل للماجستير، كلية الإعلام، جامعة بغداد، ٢٠٢٤م.
٣. بدرة خلفة، فرزولي مختار، معالجة المنشورات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الواقع الجزائري "دراسة تحليلية لعينة من منشورات ساخرة على الفيسبوك، بحث منشور في مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد (١٣)، العدد (١)، ٢٠٢٣.
٤. حسين علي إبراهيم الفلاحي، أساسيات البحث العلمي ومناهجه في الدراسات الإعلامية، (العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٨م).
٥. رائد عبيس، فلسفة السخرية عند بيتر سلوتردايك، (الجزائر: دار منشورات ضفاف، ٢٠١٦م).
٦. راغب نبيل، الأدب الساخر، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٠م).
٧. شاكِر عبد الحميد، الفكاهة والضحك: رؤية جديدة، (الكويت: عالم المعرفة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م).
٨. شعيب بن أحمد بن محمد عبد الرحمن الغزالي، أساليب السخرية في البلاغة العربية، رسالة ماجستير، السعودية، جامعة أم القرى، كلية اللغة العربية، ١٩٩٥م.
٩. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦م).
١٠. صفحة مفيد عباس، متاح على <https://2u.pw/UyRPAzfT> ، تاريخ الاسترجاع : (13/9/2024).
١١. عبده وازن، السخرية السوداء، مجلة الدوحة، العدد ٧٠، قطر، ٢٠١٣م.
١٢. مجدي وهبة، كامل المهندس، معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب، (بيروت: مكتبة لبنان، ١٩٨٤م).
١٣. حمدي النورج، السخرية واللقطة السخرية: دراسة نقدية لأعمال الكاتب عمر طاهر، (القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ٢٠١٥م).
1. Abu al-Qasim Radfar, Satire: Its Language, Forms, and Motives, article available at: <https://2u.pw/xlTZk6I>, Retrieved on .(٢٠٢٤/١/٢٨) :
2. Ewan Abdul-Munim Jabir, Iraqi Youth's Reliance on Satirical Television Programs in Shaping Political Awareness, Postgraduate Diploma Thesis (equivalent to Master's), College of Media, University of Baghdad, 2024.
3. Boudra Khalfa, Farzuli Mokhtar, The Treatment of Satirical Posts on Social Media for Algerian Reality Issues: An Analytical Study of a Sample of Satirical Facebook Posts, published in Journal of Social and Human Sciences, Vol. 13, No. 1, 2023.
4. Burton, S., More than Entertainment: The Role of Satirical News in Dissent, Deliberation, and Democracy, Master's Thesis in Media Studies, The Pennsylvania State University, College of Communications, 2010.
5. Hussein Ali Ibrahim Al-Falahi, Fundamentals of Scientific Research and Its Methods in Media Studies, (Al-Ain: Dar Al-Kitab Al-Jami'i, 2018).

6. Raed Abis, *The Philosophy of Satire According to Peter Sloterdijk*, (Algeria: Dar Manshurat Difaf, 2016) .
7. Nabil Ragheb, *Satirical Literature*, (Cairo: The General Egyptian Book Organization, 2000).
8. Sanders, B., *Sudden Glory: Laughter as Subversive History*, Boston: Beacon Press, 1995.
9. Shaker Abdul-Hamid, *Humor and Laughter: A New Perspective*, (Kuwait: Alam Al-Ma'rifah Publishing and Distribution, 2003).
10. Shuaib bin Ahmad bin Muhammad Abdulrahman Al-Ghazali, *Satirical Styles in Arabic Rhetoric*, Master's Thesis, Umm Al-Qura University, College of Arabic Language, Saudi Arabia, 1995.
11. Samir Muhammad Hussein, *Media Research*, 2nd ed., (Cairo: Alam Al-Kutub Publishing and Distribution, 2006).
12. Mofeed Abbas Page, available at: <https://2u.pw/UyRPAzfT>, Retrieved on (٢٠٢٤/٩/١٣) :
13. Abdo Wazen, *Black Satire*, Doha Magazine, Issue 70, Qatar, 2013.
14. Magdi Wahba, *Kamel Al-Muhandis, Dictionary of Arabic Terms in Language and Literature*, (Beirut: Library of Lebanon, 1984).
15. Hamdi Al-Nourj, *Satire and the Magical Shot: A Critical Study of the Works of Omar Taher*, (Cairo: Atlas for Publishing and Media Production, 2015) .