

---

## الموضوعات السياسية كما تعكسها البرامج التلفزيونية الساخرة

### فى القنوات الفضائية "دراسة تحليلية"

إعداد

د/ عايدة محمد عوض المر

مدرس الإعلام

كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

أ.د/ عربى عبد العزيز الطوخى

عميد معهد الإسكندرية العالى للإعلام

أحمد حمدى راشد عبد الواحد

مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة

عدد (٣٥) - يوليو ٢٠١٤

---



## الموضوعات السياسية كما تعكسها البرامج التلفزيونية الساخرة

### فى القنوات الفضائية "دراسة تحليلية"

إعداد

أ. د/عرب عبد العزيز الطوخى\*  
د/عايدة محمد عوض المر\*\*

أحمد حمدى راشد عبد الواحد

#### ملخص البحث :

ظهرت فى الآونة الأخيرة العديد من البرامج التلفزيونية التى تنتقد الواقع و الأحداث والموضوعات السياسية وغيرها نقدا لاذعا بأسلوب ساخر يحمل الطابع الكوميدي مع الإبتعاد عن الابتذال والاحتفاظ بالعرض الجاد والموضوعية بعيدا عن النمطية التى يتبعها الإعلام التقليدى .

#### مشكلة الدراسة :

تكمن مشكلة الدراسة فى محاولة تحليل أساليب النقد الساخر ، والقوالب الفنية المستخدمة فى البرامج التلفزيونية الساخرة ، ونوعية الموضوعات التى تتناولها ، والمصادر التى تعتمد عليها .

#### أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أبرز أساليب النقد الساخر وأهم القوالب الفنية المستخدمة فى عرض الموضوعات داخل البرامج الساخرة ، وطرق العرض المستخدمة فى تقديم هذه البرامج .

#### نوع و منهج الدراسة :

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الاستطلاعية الراصدة لأساليب وصور النقد الساخر وأشكال وقوالب تقديم البرامج التلفزيونية الساخرة .

#### عينة الدراسة :

يشمل مجتمع الدراسة التحليلية عينة من البرامج التلفزيونية الساخرة والمتمثلة فى برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" وبرنامج "بنى آدم شو" وبرنامج "الليلة مع هانى" .

\* عميد معهد الإسكندرية العالى للإعلام

\*\* مدرس الإعلام - كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

## نتائج الدراسة :

- إن التورية كانت من أكثر أساليب النقد الساخر استخداما في البرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة وذلك بنسبة ٨٦,١% وتليها المبالغة بنسبة ٧٧,٨% .
- تهتم البرامج التلفزيونية الساخرة بالموضوعات السياسية بشكل كبير وذلك بنسبة ٩١,٧% .
- إن الصور والمواد المرئية المستخدمة أضافت للنص المقروء بنسبة ٣٦,١% .
- تعتمد البرامج التلفزيونية الساخرة على المواد المرئية من الإنترنت بنسبة ٤٤,٤% .
- إن البرامج التلفزيونية الساخرة تعتمد في عرضها على قالب الحديث المباشر بشكل أساسى .
- إن الإستكشاث والاستعراضات الغنائية كانا من أكثر طرق العرض المستخدمة فى تقديم البرامج التلفزيونية الساخرة وبلغت النسبة ٥٥,٦% لكل منهما .

## مقدمة :

تعرضت السياسة العربية منذ فجر التاريخ العربي حتى اليوم إلى النقد بأساليب مختلفة تتباين من عصر إلى عصر ومن بلد إلى بلد واعتمدت المباشرة أحيانا والتلميح أحيانا أخرى ،وكانت كلها تصب في خانة كشف سلبيات السياسيين وولاية الأمر بهدف الإصلاح السياسي والاجتماعي كما كان بعضها نكات تنفس عن حالة الكبت فيما كان البعض الآخر يدخل في مجال الفكاهة لتسلية الجمهور .

والسخرية السياسية هي أحد أهم أشكال الإبداع وأرقى أنواع الفكاهة لما تحتاج إليه من ذكاء وخفة ومهارة واستخدامها الأدباء العرب ليربوا في الناس ملكة النقد ويوقظوا فيهم الوعي بأخطائهم وحمقتهم ،وأدت دورا على مر العصور في تنفيس الاحتقان السياسي عند المصريين وتوفير وسائل أمانة نسبيا للشعب في أن يشارك في التعبير عن آرائه السياسية بشكل ساخر ولا يتصادم مع ديكتاتورية الحكام أو تسلطهم وتضييقهم على الشعب من خلال قمعه عند محاولة تنظيم مشاركاته السياسية الجديدة في الشارع وغيرها من وسائل المشاركة التقليدية المتعارف عليها في الدول الديمقراطية .<sup>(١)</sup>

ويؤدى النقد الساخر بكافة أشكاله وأنواعه اليوم دورا مهما في الأحداث العربية الراهنة حيث طفا على السطح كم هائل من الكتابات الساخرة أسهمت في تعرية حقائق طغاة الحكم التي كانت مطمورة عن المواطن العربي ،وأدت دورا كبيرا في كسر حاجز الخوف الذي ظل واقفا في وجه هذا المواطن ،وقد استطاع أصحاب هذه الكتابات إيصال رسائل سياسية تشي بتنامي الوعي لدى الإنسان العربي الذي قدم ولا يزال يقدم ثمنا غاليا لحريته المسلوبة .

وتعكس الكتابة الساخرة موهبة الكاتب في مجال الإبداع والتمويه بشكل متميز وملفت لأنظار بحيث يصبح في مقدور هذا الكاتب الساخر أن يقدم رؤية حديثة لتصوير الواقع ورسم الشخصيات داخل العمل والتعبير عن آرائه الشخصية ويجبره هذا التشكيل الفني على البحث عن طرق تعبير غير معروفة لتشكيل الموضوع الذى يتناوله .<sup>(٢)</sup>

فيمكن من خلال البرامج التليفزيونية الساخرة تناول أنماط ومواقف سياسية واجتماعية وغيرها بشكل نقدي ساخر يحمل الطابع الكوميدي الراقى مع الابتعاد عن الابتذال والاحتفاظ بالعرض الجاد والموضوعية والعمل على تشخيص مشاكل المجتمع بأساليب مبتكرة تبتعد عن الصور النمطية المعتمدة في الإعلام التقليدي وتجسد طرحا جديدا للأفكار والتصورات يتجاوز الخطوط الحمراء دون حل القضايا والموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية المعاشة .

ومن خلالها يقوم مقدم البرنامج بتعرية الحقائق وتبسيط الضوء عليها بطريقة بسيطة محببة وقريبة للنفس من أجل إيصال المعلومات فى أقل وقت وللجمهور ،وتختلف عن البرامج الكوميديية حيث أن غرضها الساخرية من المواقف السياسية الخاطئة وتقديم المعلومات حول قضية ما بطريقة ساخرة مع الإحتفاظ بالعرض الجاد والموضوعية ،أما البرامج الكوميديية فغالبا يكون هدفها هو الإضحاك فقط دون تقديم أى معلومات حول القضايا التى تتناولها مع تسطيح المشاكل التى تتناولها أى أن هدفها الرئيسى هو الترفيه عن المشاهدين .

ويعد النقد السياسى الساخر وسيلة رائعة لإلقاء نظرة على المسائل والموضوعات السياسية بالمجتمع ،ويمكن أن يساعدنا التعرض لهذه الموضوعات فى جعل حياتنا أسهل أو أصعب ،ويعطى النقد الساخر الحرية للكتاب ومقدمى البرامج فى إثارة التساؤلات حول الأمور الخطيرة التى قد يصعب على الناس مناقشتها بسبب طبيعتها الحساسة كما أن النقد الساخر فعال جدا فى لفت انتباه القارئ أو المشاهد .<sup>(٣)</sup>

### مشكلة الدراسة :

تكمن مشكلة الدراسة فى محاولة تحليل أساليب النقد الساخر ،والقوالب الفنية المستخدمة فى البرامج التليفزيونية الساخرة ،واتجاه وجهات نظر الضيوف وتخصصاتهم ،ونوعية الموضوعات التى تتناولها ،والمصادر التى تعتمد عليها فى جمع وإعداد المادة ،وعلاقة الصور والمواد المرئية والمسموعة بالنص المقروء ،وطرق العرض المستخدمة فى تقديم هذه البرامج .

### تساؤلات الدراسة :

١. ما أهم الموضوعات السياسية التى اهتمت البرامج التليفزيونية الساخرة بطرحها ومناقشتها ؟
٢. ما أهم القوالب الفنية لعرض القضايا داخل البرامج التليفزيونية الساخرة ؟
٣. ما المدة الزمنية التى تستغرقها البرامج التليفزيونية الساخرة ؟
٤. ما المصادر التى يعتمد عليها معدى البرامج التليفزيونية الساخرة ؟
٥. ما التخصصات التى ركز عليها معدى البرامج التليفزيونية الساخرة عند اختيار ضيوف البرنامج ؟

## الدراسات السابقة :

- ١- **دراسة فيليب إدوارد و آخرون (٢٠١٢)<sup>(٤)</sup>** والتي تبحث في كيفية تأثير الهجاء السياسي على فهم وإدراك قدرات المرشح والسعي وراء انتخابه وتستخدم تجربة ميدانية لتقدير الأثار المترتبة على تغطية "ذا ديلي شو" للمؤتمرات الحزبية الجمهورية عام ٢٠١٢ فى ولاية "أيوا" الأمريكية على تصورات المشاهدين نحو المرشح الجمهورى "ميت رومنى" ، وكان المشاركون الذين تعرضوا لبرنامج "ذا ديلي شو مع جون ستيوارت" ولم يتعرضوا إلى أى نشرات إخبارية يعتبروا أن "رومنى" لديه فرصة قوية للفوز أما أولئك الذين تعرضوا للتغطية الإخبارية التقليدية كان لديهم اعتقاد بأن "رومنى" لديه فرص قليلة للفوز بالانتخابات ، وتظهر هذه النتائج تأثير كبير للنكتة السياسية يمكن أن يمارس على مواقف الناخبين ، **وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :-**
  - يكشف تحليل مضمون النكات السياسية عن وجود تجانس ملحوظ عبر البرامج في ميلها إلى التركيز على العيوب الشخصية للمرشحين والمسؤولين المنتخبين .
  - اتضح وجود دور كبير لوسائل الترفيه السياسي في تشكيل المواقف والإدراك والسلوكيات لدى المشاهد .
  - كشفت نتائج الدراسة عن أن برامج الهجاء السياسي لها دور فى فهم قدرات المرشحين وبالتالي تساعد فى اختيار المرشح المناسب .
- ٢- **دراسة لوران فلدمان Lauren Feldman (٢٠١١)<sup>(٥)</sup>** والتي استهدفت اختبار الطريقة التي تستخدمها الجماهير فى توجيه نفسها، أو وصف الكوميديا السياسية قبل العرض ، وتأثير ذلك على الجهد العقلي الذي يستثمر في معالجة الرسائل الكوميديية وعن ما إذا كان التعلم و اكتساب المعرفة السياسية من "ذا ديلي شو" يعتمد على توجيه المشاهدين للرسالة كأخبار أو كترفيه وتشير النتائج إلى أن المشاهدين الذين يشاهدون برنامج "ذا ديلي شو" كمصدر للأخبار أو كمصدر للأخبار مع مزيج من الترفيه هم أكثر تعلما من هؤلاء الذين يشاهدون برنامج "ذا ديلي شو" كمصدر للترفيه فقط .
- و اعتمدت هذه الدراسة على عينة قوامها ٣٨٧ مضردة من البالغين واقتصرت العينة على من تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٤٩ عاما حيث أن حوالى ثلثى جمهور برنامج "ذا ديلي شو" يندرج تحت هذه الفئة العمرية وكان متوسط عمر المشاركين فى هذه الدراسة ٣٩.٦ و كانت العينة ٧٢٪ للإناث و ٨١٪ لذوى البشرة البيضاء . **وتوصلت الدراسة إلى :-**
  - المشاهدين الذين يتوجهون إلى "ذا ديلي شو" كبرنامج إخباري، أو كبرنامج مزيج من الأخبار والترفيه لديهم نشاط للموارد العقلية بشكل أكبر من هؤلاء الذين يتوجهون إلى "ذا ديلي شو" كبرنامج ترفيهي فقط وهذا الاستثمار من الجهد العقلي له أثر إيجابي في المعالجة المعرفية للتعلم .
  - إذا كان توجه الجماهير نحو البرامج الكوميديية السياسية كبرامج ترفيهية فقط فإنهم لن يبذلوا أى جهد عقلي لاكتساب المعرفة السياسية الجديدة .

• يمكن تحقيق أقصى قدر من التعلم عن طريق الترفيه والبرامج التليفزيونية الساخرة من خلال تغيير نظرة الناس إليها أو تفعيل أهدافها المعلوماتية .

### ٣- دراسة أماندا هاريتون Amanda Hariton (٢٠١١)<sup>(٧)</sup> والتي استهدفت التعرف على العلاقة بين

وسائل الإعلام السياسية الساخرة وأثارها على معدلات المشاركة السياسية للشباب المشاهدين لها وتسلط الباحثة الضوء على النظريات المهتمة بأثار وسائل الإعلام مثل نظرية ترتيب الأولويات Agenda Setting ونظرية التاطير Framing Responsibility ونظرية الإبراز Persuasion via Priming وذلك من أجل فهم تأثير وسائل الإعلام على المستهلكين لها و اعتمد هذا البحث على استطلاعين ، الاستطلاع الأول كان خاص "بالجمع من أجل استعادة التفكير أو الخوف" (٧) و هو الحدث الذى استضافه برنامج ذا ديلى شو و تقرير كولبيرت ، أما الاستطلاع الثانى فكان خاص باستهلاك الطلاب الجامعيين أصحاب الخلفيات المختلفة بجامعة إنديانا و كان الاستطلاع الثانى أكثر تحديدا حول استهلاك الطلاب لوسائل الإعلام و المشاركة السياسية وركز أيضا على العوامل الأخرى التى يمكن أن توضح المشاركة السياسية .

وشمل الاستطلاع الأول لهذا البحث ٥٠٥ مفردة أجاب ٨٨.٥٪ بأنهم يشاهدون برنامج "ذا ديلى شو مع جون ستيوارت" بانتظام أو فى بعض الأحيان و ٨٨.١٪ أجابوا بأنهم يشاهدون برنامج "تقرير كولبيرت مع ستيفن كولبيرت" و ٥.٧٪ أجابوا بأنهم لم يشاهدوا هذه البرامج، وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى :-

• وسائل الإعلام السياسية الساخرة (مشاهدة برنامج ذا ديلى شو و تقرير كولبيرت) ليست مؤشرا كبيرا على المشاركة فى الحياة السياسية (الانتخابات و النشاط السياسى) لكنها عامل مهم عند مقارنتها بأشكال أخرى من وسائل الإعلام وهذا يشير إلى أن مشاهدة برنامج "ذا ديلى شو مع جون ستيوارت" و برنامج "تقرير كولبيرت" قد يكون أكثر تأثيرا من وسائل الإعلام الأخرى عندما يتعلق الأمر بالمشاركة السياسية .

• اتضح أن الطلاب الجامعيين الذين يشاهدون "ذا ديلى شو" و "تقرير كولبيرت" بانتظام هم أكثر عرضة للتصويت من أولئك الذين لا يشاهدون هذه البرامج ، لأن الطلاب الذين يشاهدون هذه البرامج أكثر دراية و معرفة من أولئك الذين لا يفعلون ذلك .

• البرامج التليفزيونية الساخرة لها تأثير على الساحة السياسية وقد لا تؤدي مباشرة إلى المشاركة فى الحياة السياسية إنما هى لبنة فى بناء تؤدي إلى المشاركة السياسية وليست عائقا أمامها .

### ٤- دراسة كريستين لاندريفيل وآخرون Kristen Landreville (٢٠١٠)<sup>(٨)</sup> وتركز هذه الدراسة

على تأثير مشاهدة البرامج المسائية الكوميديية على الحوار السياسى حيث أن هذه البرامج تتركس انتباهها و الكثير من الوقت للشئون السياسية ، و افترض الباحث أن مشاهدة المناظرات هى بمثابة وسيط لهذه العلاقة وثمة من يقول أن العمر يدير العلاقة بين مشاهدة البرامج المسائية الكوميديية ومشاهدة المناظرات .

استخدمت هذه الدراسة عينة فرعية من ٧٩٦ مفردة من الذين تم سؤالهم مجموعة من الأسئلة حول المعرفة والمشاركة السياسية قبل مرحلة مناقشة الاستطلاع، وتم اختيارهم بشكل عشوائي من ثلثي المشاركين في العينة التي أختيرت للإجابة على أسئلة المشاركة والمعرفة السياسية، وكان بها ٥٦.٧% إناث و ٤٣.٣% ذكور و متوسط العمر كان ٥١.٧٣ عاما وتم قياس وتحديد الهوية الحزبية للمشاركين عبر سؤالهم عن إن كانوا ديموقراطيين أم جمهوريين أم مستقلين أم شئ آخر، وتم قياس نسبة مشاهدة البرامج المسائية الكوميديية من خلال توجيه سؤال للمشاركين في الاستطلاع عن عدد الأيام التي شاهدوا فيها هذه البرامج خلال الأسبوع الماضى وكان الاختيار من ٠ إلى ٧ أيام .

**وتوصل الباحث إلى :** أن تأثير البرامج المسائية الكوميديية على صغار السن أكبر عن غيرهم من المشاركين بالاستطلاع ومشاهدة المناظرات تلعب دورا محوريا في الربط بين تعرض البرامج المسائية الكوميديية للمناقشات السياسية، وبالإضافة إلى ذلك فإن هذه الدراسة تعزز حجج هولبرت Holbert لأنه من المهم تقييم الآثار المباشرة وغير المباشرة لهذه البرامج عند تقييم عمليات التأثير التي وضعتها الصلات بين مختلف وسائل المعلومات والاتصالات السياسية .

٥- **دراسة لاورين براتسلافسكى Lauren Bratslavsky (٢٠٠٩)** <sup>(٩)</sup> حيث تسعى هذه الدراسة إلى فهم العلاقة بين برامج "الأخبار التلفزيونية الزائفة" والسخرية وتتناول أيضا ما إذا كان هناك ارتباط بين السخرية ومشاهدة برنامج "ذا ديلي شو" وما إذا كان يميل المشاهدين للبرنامج الى أن يكونوا أكثر تشاؤما من غير المشاهدين للبرنامج أم لا ، وكان معظم المشاركين فى الاستطلاع الخاص بهذه الدراسة من الشباب و تتراوح أعمارهم بين ١٨ حتى ٢٩ سنة و أرسلت دعوات عشوائية عبر البريد الإلكتروني لـ ١٥٠٠ من طلاب جامعة أوريغون للمشاركة فى الاستطلاع عبر الإنترنت ، وتم إرسال الدعوات أكثر من مرة لمحاولة زيادة الردود على المسح وإستجاب منهم ٢٧٤ شخص فقط وشملت العينة ٥٨% من الإناث و ٤١% من الذكور ومتوسط العمر كان ٢٥ عاما وتتراوح الأعمار بين ١٨ إلى ٥٩ عام منهم ٨٣% أقل من ٣٠ عاما و ٩٠% أقل من ٣٥ عاما والغالبية منهم يعتبروا أنفسهم ليبراليين على مقياس الفكر السياسى . **وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :-**

- يميل المشاهدين الى إظهار فعالية سياسية أكثر وارتفاع احتمالات مشاركتهم السياسية أكثر من غير المشاهدين للبرامج الساخرة مثل "ذا ديلي شو مع جون ستيوارت" .
- اتضح للباحث أن المشاركين عينة الدراسة يفضلون مشاهدة برنامج ذا ديلي شو مع جون ستيوارت عن البرامج الإخبارية التقليدية وبلغ متوسط المشاهدين لبرنامج ذا ديلي شو حوالى ١.٥ مليون مشاهد كل ليلة .
- اتضح أن العلاقة بين مشاهدة البرامج الساخرة و السخرية السياسية لدى المتابعين للبرنامج ضعيفة و ضئيلة للغاية ولا يعتد بها إحصائيا وذلك من خلال استخدام معامل ارتباط (بيرسون) لاحتساب العلاقة بينهما .



• اتضح أن مشاهدة برنامج "ذا ديلي شو مع جون ستيوارت" لا علاقة له بالسخرية نحو السياسيين والحكومة و تم استخدام نفس التحليل للعلاقة بين المشاهدة والسخرية من وسائل الإعلام و اتضح أيضا أن العلاقة بينهم ضعيفة جدا و تم العثور على علاقة إيجابية معتدلة بين المشاركة و وسائل الإعلام الساخرة .

• كشفت الدراسة عن أن برنامج "ذا ديلي شو" لديه القدرة على تعزيز الثقة الاجتماعية و بالتبعية المشاركة و التفاعل مع وظائف الديمقراطية و يعمل على إشراك الجمهور من خلال الفكاهة و السخرية .

• اتضح أن المتابعين لبرنامج "ديلي شو" هم أكثر عرضة للمشاركة السياسية و التفاعل مع وسائل الإعلام كما أنه يعمل على تشجيع المشاهدين على التساؤل عن الوضع الراهن و الإشارة إلى التناقضات و أوجه القصور في التغطية الإخبارية و الخطب السياسية و الإجراءات الحكومية .

٦- دراسة مايكل زينوس وإيمي بيكر Michael Xenos & Amy Becker (٢٠٠٨) <sup>(١٠)</sup> و تسعى هذه الدراسة لتعزيز فهم دور النكتة السياسية في المشهد الإعلامي المعاصر من خلال استكشاف السلوكيات و العمليات التي يمكن أن تلقى الضوء على مزيد من آثار الكوميديا السياسية على المعرفة و الآراء و تركز الدراسة على وجه الخصوص على ما إذا كانت الكوميديا قد تشجع المشاهدين للحصول على معلومات إضافية من أماكن أخرى و الأدوار التي تقوم بها تصورات المشاهدين بشأن مصادر الكوميديا السياسية و كيف يمكن للكوميديا السياسية أن تؤثر على أولئك الذين يتابعونها .

و يستخدم هذا البحث بيانات من دراسة تجريبية أجريت مع الطلاب الجامعيين في جامعة ميدويسترن Midwestern university الذين تعرضوا لأنباء متفاوتة و محتوى كوميدي في ربيع عام ٢٠٠٧ و شارك في الاستطلاع الخاص بهذه الدراسة ٣٣٢ مفردة من الطلاب و بدأ الاستطلاع يوم ٢٣ فبراير ٢٠٠٧ و إنتهى ٩ مارس ٢٠٠٧ ، و تشير نتائج الدراسة الى ما يلي :-

• التعرض للكوميديا السياسية تؤثر بشكل إيجابي على سلوكيات البحث المعلوماتي بين أولئك الذين لديهم مستويات أعلى من الاهتمام السياسي .

• اتضح أن الكثير من المشاهدين يعتقدون أن الكوميديا السياسية يكون لها آثار كبيرة على المعرفة حول العالم السياسي، فضلا عن المواقف حول الشخصيات السياسية و وسائل الإعلام و في بعض الظروف قد ينشأ تأثير الكوميديا السياسية على المعرفة و المواقف من خلال تحفيز نشاط سلوكيات البحث المعلوماتي بين بعض المشاهدين .

٧- دراسة ديكستون ستيوارت Daxton R. Stewart (٢٠٠٧) <sup>(١١)</sup> و استهدفت فحص تأثير برامج النقد الساخر مثل برنامج "ذا ديلي شو مع جون ستيوارت" على الفعالية السياسية و كيف يساهم في المشاركة السياسية و الثقة في السياسيين بصفة عامة و فحص أى علاقة بين البرامج التليفزيونية الساخرة و المشاركة السياسية و الثقة بين جماهير الشباب و شمل الاستطلاع الخاص بهذه الدراسة ٦٥٠ مفردة تتراوح أعمارهم من سن ١٨ الى ٢٢ عاما و طرحت عليهم العديد من

الأسئلة حول استهلاكهم لوسائل الإعلام والمشاركة السياسية وتصوراتهم بشأن الثقة السياسية، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :-

- تزيد مستويات المشاركة السياسية لدى المشاهدين لبرنامج ذا ديلي شو وتقرير كولبيرت ولكن انخفضت مستويات الثقة السياسية .
- توجد علاقة كبيرة بين زيادة استهلاك البرامج التليفزيونية الساخرة والثقة السياسية حيث وجد أن متغير الثقة السياسية نحو الحكومة و السياسيين لدى المشاهدين الأكثر متابعة لهذه النوعية من البرامج يتجه نحو الانخفاض بينما ارتفعت مستويات الثقة بشكل عام كلما زاد الاستهلاك للأخبار التقليدية وظهر وجود اتجاه إيجابي لكل من "ذا ديلي شو مع جون ستيوارت" و "تقرير كولبيرت" أكثر من البرامج الإخبارية التقليدية .
- اتضح أن البرامج التليفزيونية الساخرة مثل "ذا ديلي شو مع جون ستيوارت" و "تقرير كولبيرت" يمكن أن يكون لها شرعية كمصدر للمعلومات السياسية مثلها مثل البرامج الإخبارية التقليدية وأوضح الباحث أن السخرية السياسية منذ وقت طويل كانت جزءاً من الخطاب العام في الولايات المتحدة وتعتبر وسيلة لتحسين المشاركة السياسية من خلال مزج الترفيه بالمعلومات السياسية .

٨- دراسة لانس هولبيرت وآخرون (٢٠٠٧)<sup>(١٢)</sup> وتركز هذه الدراسة على معرفة الآثار الناتجة عن مشاهدة برنامج ذا ديلي شو و مشاهدة الأخبار التليفزيونية القومية التقليدية و كيفية تأثير برنامج ذا ديلي شو و الأخبار التليفزيونية على الإرضاء السياسى المرتبط بالشئون العامة و كشف الاستطلاع الذى قام به مركز بيو للأبحاث عن أن ٢١% ممن تتراوح أعمارهم من ١٨ - ٢٩ عاما يشاهدون بانتظام البرامج الساخرة التى تهتم بالشئون العامة والأحداث والمواقف الجارية للحصول على المعلومات السياسية و السياسات الرئاسية ، وتوصلت نتائج الدراسة إلى :-

- يوجد تأثير للبرامج التليفزيونية الساخرة مثل "ذا ديلي شو مع جون ستيوارت" على الناخبين الأصغر سنا بصفة خاصة .
- يوجد تأثير لبرنامج "ذا ديلي شو مع جون ستيوارت" على التصورات الخاصة بغالبية المشاركين فى الاستطلاع ممن لديهم معلومات سياسية منخفضة .

٩- دراسة لاريسيا دورمان Larissa Dorman (٢٠٠٦)<sup>(١٣)</sup> واستهدفت الدراسة التعرف على تأثير برامج الكوميديا السياسية على المشاركة السياسية لدى الشباب الأمريكى واعتمدت على استطلاعين منفصلين ،المسح الأول والذى أجراه مركز روبر للراى العام والأبحاث فى معهد العلوم السياسية بجامعة هارفارد ودار هذا الاستطلاع بين ١٠ أكتوبر و ١٨ أكتوبر ٢٠٠٥ وأجرى الاستطلاع عبر الهاتف ( الاتصال الهاتفى - الرقم العشوائى ) ،أما المسح الثانى والذى أجراه مركز السياسة العامة فى جامعة بنسلفانيا ما بين أكتوبر ٢٠٠٣ و نوفمبر ٢٠٠٤ وكان الأمريكيون الذين تزيد أعمارهم عن ١٨ عام مؤهلين للمشاركة فى هذا الاستطلاع ، وتوصلت هذه الدراسة إلى ما يلى :-

- التعرض لبرنامج "ذا ديلى شو مع جون ستيوارت" له تأثير إيجابي على المشاركة السياسية بين الشباب الأمريكي .
  - ارتبط التعرض لبرنامج "ذا ديلى شو مع جون ستيوارت" مع مستويات عالية من المشاركة السياسية و أن الشخص الذى يشاهد برنامج "ذا ديلى شو مع جون ستيوارت" لديه مستوى عال من المشاركة السياسية على النقيض من أولئك الذين لا يشاهدون برنامج "ذا ديلى شو مع جون ستيوارت" .
  - اتضح أن برنامج " ذا ديلى شو مع جون ستيوارت " يجذب المشاهدين الذين ليس لديهم أى اهتمامات سياسية و يؤدى التعرض إليه إلى زيادة المشاركة السياسية لديهم .
  - اتضح أن إشراك المشاهد فى برنامج "ذا ديلى شو مع جون ستيوارت" من خلال الكوميديا والسخرية يؤدى إلى زيادة المشاركة فى الحياة السياسية .
- ١٠- دراسة جوشوا ومايكل Michael Pfau & Joshua Compton (٢٠٠٥) <sup>(١٤)</sup> استهدفت هذه الدراسة التعرف على أثر التعرض للبرامج الكوميديية المسائية السياسية على صورة المرشح أثناء الحملات الإنتخابية ،واعتمدت على ثلاثة أنواع من البرامج المسائية الكوميديية وهى المونولوجات الكوميديية وبرامج المحاكاة الساخرة والبرامج الحوارية التى إستضافت المرشحين واعتمدت الدراسة على عينة شملت ١٢٥ مفرده من طلاب جامعة ميدويسترن Midwestern university وجميعهم كانوا فى سن التصويت القانوني ، وتوصلت الدراسة إلى ما يلى :-
- يمكن أن يكون لهذه النوعية من البرامج فوائد فورية على صورة المرشح فى حالة حُسن استخدامها ،كما أنها يمكن أن تكون صورة سلبية أيضا عن المرشح لدى الجمهور حيث أنها تعمل على تجميع المواقف الخاصة بأى مرشح وتركز عليها خصوصا المواقف السلبية ويتم تناول هذه المواقف بواسطة مقدم البرنامج للسخرية من هذا المرشح .
  - المضمون السياسى الكوميديى لهذه النوعية من البرامج يؤثر على المواقف السياسية وعلى صورة المرشحين السياسيين .
  - عدم وجود أى فروق تذكر بين ذوى المعرفة السياسية المنخفضة والمرتفعة أو المشاهدين من الذكور أو الإناث فيما يتعلق بمحتوى هذه البرامج ،فى حين أن الاختلافات كانت بين أولئك الذين لهم مصلحة سياسية دنيا و عليا و تأثر أكثر أولئك الذين لهم مصلحة سياسية عليا .

## نوع و منهج الدراسة :

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الاستطلاعية الراصدة لأساليب وصور النقد الساخر ولأشكال وقوالب تقديم البرامج التليفزيونية الساخرة ووظائف وأهداف البرامج التليفزيونية الساخرة ،وتعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامى للحصول على بيانات ومعلومات وأوصافا للظواهر ومعرفة كافة جوانبها من خلال مسح عينة من البرامج التليفزيونية الساخرة متمثلة فى برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" وبرنامج "الليلة مع هانى" وبرنامج "بنى آدم شو" .

## مجتمع وعينة الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية فى عينة من البرامج التلفزيونية الساخرة المذاعة على القنوات الفضائية المصرية حيث قام الباحث بدراسة برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" المذاع على قناة CBC المصرية وبرنامج "الليلة مع هانى" المذاع على قناة MBC مصر وبرنامج "بنى آدم شو" المذاع على قناة الحياة الأولى المصرية .

## أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف تتمثل فى :

1. التعرف على أهم وأبرز القوالب الفنية المستخدمة فى عرض الموضوعات داخل البرامج التلفزيونية الساخرة .
2. التعرف على أبرز أساليب النقد الساخر المستخدمة فى البرامج التلفزيونية الساخرة .
3. التعرف على أبرز الموضوعات السياسية التى تم تناولها من خلال البرامج التلفزيونية الساخرة .
4. التعرف على طرق العرض المستخدمة فى تقديم البرامج التلفزيونية الساخرة .
5. توضيح أهم المصادر التى يعتمد عليها معدى البرامج التلفزيونية الساخرة .

## أهمية الدراسة :

ظهرت فى السنوات الأخيرة العديد من البرامج التلفزيونية الساخرة التى تتناول كافة المواقف الاجتماعية والسياسية وغيرها بشكل نقدى ساخر وغالبا ما تكون موجهة لجمهور عريض من الناس وليس للنخبة وعلى صلة بمشاكلهم وحياتهم اليومية مما جعلها مصدرا من مصادر الحصول على المعلومات ومن أكثر الوسائل المرغوبة بالنسبة للأجيال الشابة ،وبالإضافة إلى ما سبق فإن هذه الدراسة تستمد أهميتها من ندرة الدراسات العربية السابقة - وذلك على حد علم الباحث - التى تناولت البرامج التلفزيونية الساخرة لذا هناك حاجة لدراسة تتناول تلك النوعية من البرامج، وبناءً على ما سبق فإن أهمية الدراسة تتمثل فيما يلى :

1. محاولة الإسهام فى تقديم إطار نظرى حول مفهوم البرامج التلفزيونية الساخرة .
2. يمكن أن تُسهم نتائج الدراسة فى تقديم توصيات تتعلق بشكل ومضمون البرامج التلفزيونية الساخرة .
3. يمكن أن تُسهم نتائج الدراسة فى تطوير البرامج التلفزيونية الساخرة بحيث يكون لها تأثير أكثر فعالية على الجمهور المصرى .
4. تكمن فى اهتمامها بدراسة أحد أنواع البرامج التلفزيونية وهى البرامج التلفزيونية الساخرة .

## مصطلحات الدراسة :

### (أ) البرامج التلفزيونية الساخرة : Satirical television programs

قبل التطرق إلى توضيح مفهوم البرامج التلفزيونية الساخرة ينبغي أولاً توضيح مفهوم البرامج التلفزيونية وقد عرفها فهد عبد الرحمن بأنها فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين باستخدام الصورة والصوت بكامل تفاصيلها الفنية لتحقيق هدف معين<sup>(١٥)</sup>، أما البرامج التلفزيونية الساخرة فيعرفها فرانسو باسيلي بأنها كوميديا إنسانية راقية خالية من الإبتذال وابداع فني يحتوى على قدر من السياسة وقسط من الثقافة المحلية وبعض من الثقافة العالمية<sup>(١٦)</sup>.

ويمكن تعريفها إجرائياً بأنها تلك البرامج التي تتناول أنماط ومواقف سياسية واجتماعية بشكل نقدي ساخر يحمل الطابع الكوميدي الراقى مع الابتعاد عن الابتذال والإحتفاظ بالعرض الجاد والموضوعية ومن خلالها يقوم مقدم البرنامج بتعرية الحقائق وتسييل الضوء عليها بطريقة بسيطة محبة وقريبة للنفس من أجل إيصال المعلومات في أقل وقت للجماهير، ومن خلال التعريف الإجرائي للباحث يتضح أن البرامج التلفزيونية الساخرة تختلف عن البرامج الكوميديية حيث أن البرامج التلفزيونية الساخرة يكون غرضها السخرية من المواقف السياسية الخاطئة وتقديم المعلومات حول موضوع أو قضية ما بطريقة ساخرة مع الاحتفاظ بالعرض الجاد والموضوعية، أما البرامج الكوميديية فغالبا يكون هدفها هو الإضحاك فقط دون تقديم أى معلومات حول الموضوعات والقضايا التي تتناولها مما يؤدي إلى تسطيح المشاكل التي تتناولها أى أن هدفها الرئيسي هو الترفيه عن المشاهدين .

ويندرج تحت هذا المصطلح العديد من المصطلحات التالية :-

#### • النكتة السياسية : Political Humor

النكتة بشكل عام من وجهة نظر الطب النفسى عبارة عن كلمات مختصرة لها معنى مباشر ومعنى آخر يختفى وراء الكلمات تؤدي غرض الإضحاك وتعتبر دفاع من الدفاعات النفسية ضد الألم والضغط النفسى وتعمل على توصيل معنى معين والتواصل مع الآخرين وتعبير عن درجة القهر السياسى ومستوى الفساد في البلاد وهى إحدى أطرف النكت بأنواعها المختلفة وأكثرها تجاوزا للإطار الزماني والمكاني<sup>(١٧)</sup>.

#### • الكوميديا السوداء : Black comedy

يمكن تعريفها إجرائياً بأنها تلك الكوميديا التي يتم من خلالها السخرية من الحقيقة المرة للواقع الاجتماعى والسياسى والاقتصادى للبلاد من خلال المزج بين الكوميديا والهجاء ويتم من خلالها التعاطي مع المواضيع بشكل فكاهي ساخر مع الاحتفاظ بجانب الجدية .

وعرفها جميل حمداوى بأنها تلك الكوميديا الساخرة التي تصور المفارقة الصارخة بين السلوك والقيم وتتسلح بالضحك والجنون والتهذيان والباروديا والمحاكاة الساخرة لتدمير كل الثوابت التي تستند إليها الأنظمة السياسية المعاصرة على جميع الأصعدة والمستويات . (١٨)

#### • السخرية السياسية : political cynicism

استخدم المصريون القدماء السخرية في العديد من المواضع ومن بينها السخرية من الحكام الهكسوس من خلال تصويرهم بأشكال مختلفة على جدران المعابد القديمة، وكتب المقرزي عن المصريين ومدى استخفافهم بالواقع وعدم تقديرهم لعواقب سخريتهم من كل شئ عن طريق النكات<sup>(١٩)</sup>، والسخرية السياسية هي أحد أهم أشكال الابداع، ولعبت السخرية السياسية على مر العصور دورا في تنفيذ الاحتقان السياسي عند المصريين وتوفير وسائل آمنة نسبيا للشعب في أن يشارك في التعبير عن آرائه السياسية بشكل ساخر ولا يتصادم مع ديكتاتورية الحكام وتضييقهم على الشعب من خلال قمعه عند محاولة تنظيم مشاركاته السياسية الجدية في الشارع<sup>(٢٠)</sup>، ويمكن تعريفها إجرائيا بأنها عملية نقد فكاهية بأسلوب ساخر لمواقف القادة والسياسيين عن طريق الكتابة أو اللقاءات التلفزيونية أو النكت .

(ب) الموضوعات السياسية :

يمكن تعريفها إجرائيا بأنها تلك الموضوعات السياسية التي حظيت بتغطية مكثفة وتم تناولها من خلال البرامج التلفزيونية الساخرة محل الدراسة وكانت الأكثر بروزا من حيث عدد مرات التغطية وزمنها ويستغلها مقدم البرنامج في عرض مواقف وآراء السياسيين والمسؤولين المرتبطة بالموضوعات محل النقاش .

#### الإجراءات المنهجية للدراسة :

أولا : اختيار العينة :

قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على عينة من الشباب الجامعي لتحديد أكثر البرامج التلفزيونية الساخرة مشاهدة ومن خلال نتائج هذه الدراسة توصل الباحث إلى اختيار ثلاثة برامج وهي : برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" المذاع على قناة CBC وبرنامج "بني آدم شو" المذاع على قناة الحياة الأولى المصرية وبرنامج "الليلة مع هاني" المذاع على قناة MBC مصر .

واختار الباحث الدورة التلفزيونية التي بدأت يوم ٢٠١٣/٣/١ وانتهت يوم ٢٠١٣/٥/٣١، وقد كان عدد الحلقات ١٢ حلقة لكل برنامج ليكون مجموع الحلقات ٣٦ حلقة لكل البرامج محل الدراسة .

وقام الباحث خلال فترة الدراسة بتسجيل البرامج التلفزيونية الساخرة محل الدراسة من خلال التلفزيون وشبكة الإنترنت (موقع اليوتيوب) وذلك حتى يكون هناك سهولة في العرض والإيقاف، وفيما يلي نبذة مختصرة عن البرامج التلفزيونية الساخرة محل الدراسة :

١- برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" :- (٢١)

يعد برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" من البرامج الرائدة في مجال البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة، وبدأ البرنامج في شهر مارس ٢٠١١ م على موقع اليوتيوب ثم إنتقل إلى قناة ONTV المصرية ليقدم الموسم الأول من برنامجه بها في ١ أغسطس ٢٠١١ م ثم انتقل بعد ذلك لتقديم البرنامج عبر قناة CBC المصرية وتم إذاعة أول حلقاته في يوم ٢٣ نوفمبر ٢٠١٢ م وأثارت الحلقات الأولى من الموسم الثاني بعض النزاعات خاصة بعد مهاجمة الجماعات الإسلامية في مصر والرئيس السابق محمد مرسي، ويذاع البرنامج حالياً على قناة MBC مصر .

وتنقسم الحلقة إلى ثلاثة أجزاء يتناول فيها بالنقد الساخر العديد من الموضوعات السياسية وفي نهايتها يستضيف أحد الشخصيات أو الفرق الفنية، ويتم تصوير البرنامج داخل "مسرح سينما راديو" .

الإحصائيات :-

حقق برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" نسب مشاهدة عالية حيث حقق أكثر من ١٢٠ مليون مشاهدة على موقع اليوتيوب وله أكثر من أربعة ملايين معجب على الصفحة الرسمية الخاصة بالبرنامج على الفيس بوك Facebook بالإضافة إلى أكثر من ٢ مليون متابع على موقع تويتر Twitter .

٢- برنامج "بنى آدم شو" :- (٢٢)

برنامج كوميدى ساخر قدمه الممثل أحمد آدم من إخراج رشاد يحيى وإنتاج تلفزيون الحياة، يتناول فيه أحمد آدم موضوعات بعضها حقيقي وبعضها الآخر مؤلف ولكنه مستوحى من الواقع، يطرحها أحمد آدم بشكل ساخر وكوميدي في إطار هادف وينتهي بمغزى، ويستضيف البرنامج في كل حلقة ضيف يشارك برأيه، وقد تناولت الحلقات موضوعات عدة مثل البطالة والثانوية العامة في مصر والأزمة المالية العالمية ومشكلات المواطنين وبعض العادات والتقاليد الموروثة .

٣- برنامج "الليلة مع هانى" :-

برنامج كوميدى ساخر يقدمه الفنان هانى رمزي على قناة MBC مصر (٣ حلقات/الأسبوع)، ويتناول من خلاله العديد من المواضيع السياسية والاجتماعية وغيرها مع استضافة عدد من الشخصيات لمناقشة الأوضاع العامة في البلد، وبلغت عدد حلقاته خلال الموسم الأول ٩٩ حلقة .

ثانياً : تصميم استمارة تحليل المضمون :

قام الباحث بتصميم استمارة تحليل المضمون لتحليل عينة من البرامج التلفزيونية الساخرة والمتمثلة في برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" المذاع على قناة CBC المصرية وبرنامج "الليلة مع هانى" المذاع على قناة MBC مصر وبرنامج "بنى آدم شو" المذاع على قناة الحياة الأولى

المصرية، ومن خلالها استطاع الباحث وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها .

ثالثاً : اختبارات الصدق والثبات :

(أ) صدق الاستمارة :

بعد إعداد الباحث استمارة تحليل المضمون فى صورتها الأولية تم الاعتماد على الصدق الظاهرى لقياس صدق المقياس من خلال التأكد من أن الفقرات التى يتكون منها المقياس تقيس بالفعل ما وضعت من أجله وللتحقق من صدق التحليل تم تحديد فئات ووحدات التحليل ووضع التعريفات الإجرائية الخاصة بهم وتم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة والتخصص للتعرف على مدى ملاءمتها لجمع البيانات المراد تحقيقها ،ووفقاً لأراء المحكمين تم إجراء بعض التعديلات بالحذف والإضافة لتصبح الاستمارة فى صورتها الحالية التى طبقت على عينة الدراسة .

(ب) ثبات الاستمارة :

قام الباحث بإجراء اختبار الثبات مع محكم واحد خارجى<sup>(٣٣)</sup> بعد اطلاعه على أهداف وأهمية الدراسة مع توضيح متغيراتها والتعريفات الإجرائية لفئات ووحدات التحليل ثم إجراء التحليل لمعرفة مدى علاقة هذه الفئات لعملية التحليل خلال الفترة الزمنية للدراسة وحساب معامل الثبات بين إجابة المحكمين وما توصل إليه (المرمزان) للتأكد من قدرة الأداه على المقياس، وقد قام الباحث باستخدام معادلة هولستى لقياس معامل الثبات وقد بلغت نسبة الثبات المتوسطة لكل الفئات ٩٥% وهى نسبة ثبات عالية تدل على وضوح المقياس وثبات استمارة تحليل المضمون وصلاحيتهما للتطبيق .

رابعاً : المعالجة الإحصائية للدراسة التحليلية :

• تم تفرغ بيانات الدراسة التحليلية عن طريق استخدام التكرارات والنسب المئوية أسلوباً للاستدلال على بعض المؤشرات المتعلقة بالدراسة التحليلية ،والاستعانة بمعادلة "هولستى" لاختبارات قياس الثبات للدراسة التحليلية ،كما تم الإستعانة ببرنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية – SPSS" لاستخراج قيمة كاي<sup>٢</sup> ( Chi Square Test ) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية ( Nominal ) .

نتائج الدراسة :

أولاً : مضمون النقد الساخر :

يوضح الجدول التالى حساب التكرارات والنسب لمضامين النقد الساخر فى البرامج

التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة وذلك فيما يلى :-



جدول رقم (١) يبين مضامين النقد الساخر في البرامج التليفزيونية الساخرة عينة الدراسة

معامل التوافق	الدلالة ح. د	٢٤	المجموع ن=٣٦		الليلة مع هاني ن=١٢		بنى آدم شو ن=١٢		البرنامج ن=١٢		البرنامج مضمون النقد الساخر
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
-	٠,٦٤١	٠,٨٨٩	٧٥	٢٧	٨٢,٣	١٠	٦٦,٧	٨	٧٥	٩	مؤسسة الرئاسة
-	٠,٢٦٤	٢,٦٨٧	٥٠	١٨	٥٠	٦	٦٦,٧	٨	٣٣,٣	٤	السلطة التنفيذية
-	٠,٥٨٩	١,٠٥٩	٥,٦	٢	٨,٣	١	-	-	٨,٣	١	السلطة التشريعية
-	٠,١٩٧	٣,٢٥٢	١٣,٩	٥	-	-	١٦,٧	٢	٢٥	٣	حزب الحرية والعدالة
-	٠,٠٩١	٤,٨٠٠	٤١,٧	١٥	٣٣,٣	٤	٦٦,٧	٨	٢٥	٣	جماعة الإخوان المسلمين
-	٠,٤٠٠	١,٨٣٣	٣٠,٦	١١	٣٣,٣	٤	٤١,٧	٥	١٦,٧	٢	دول خارجية
-	٠,٣٥٨	٢,٠٥٧	٢,٨	١	-	-	٨,٣	١	-	-	المعارضة السياسية
٠,٦٤٣	٠,٠٠١	٢٥,٣٧١	٥٨,٣	٢١	-	-	٩١,٧	١١	٨٣,٣	١٠	المشايخ والأئمة
٠,٦٣٣	٠,٠٠١	٢٤,٠٨٠	٣٦,١	١٣	٨,٣	١	٨,٣	١	٩١,٧	١١	الإعلام الخاص
-	٠,٥٤٩	١,٢٠٠	١٦,٧	٦	٨,٣	١	١٦,٧	٢	٢٥	٣	أخرى

يتضح من الجدول رقم (١) أن الإعلام الخاص جاء في المرتبة الأولى بنسبة ٩١,٧% من مضامين النقد الساخر ببرنامج "البرنامج مع باسم يوسف" ولعل ذلك يرجع إلى الأداء السيئ للقنوات الفضائية المعارضة أو التابعة للنظام الحاكم في مصر وتحيز كل قناة للحزب والجماعة التابعة لها ، ونسبة ٨٣,٣% منه كانت للمشايخ والأئمة حيث ظهر في الفترة الأخيرة مجموعة من الدعاة الذين يقومون بتوظيف الدين للدفاع عن مواقف النظام الحاكم والحكومة مما أدى بهم إلى اللجوء إلى استخدام أساليب الخداع والحيل مما أضر بالدعوة الدينية وتدهورها ، ونسبة ٧٥% منه كانت لمؤسسة الرئاسة نظرا لحرص مقدم برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" على متابعة أداء الرئيس السابق محمد مرسى وخاصة خطاباته ومواقفه وتوجيه النقد الساخر إليه من أجل أن يحسن أداءه، ونسبة ٣٣,٣% منه للسلطة التنفيذية حيث لم ينجح د/ هشام قنديل رئيس الوزراء السابق من النقد الساخر بسبب تصريحاته وكذلك باقى الوزراء وخاصة وزير الكهرباء والرئى نظرا لانقطاع الكهرباء والماء بشكل شبه دائم خلال فترة توليها الوزارة ، ونسبة ٩١,٧% من مضامين النقد الساخر ببرنامج "بنى آدم شو" تناولت المشايخ والأئمة ، ونسبة ٦٦,٧% منه كانت لمؤسسة الرئاسة ، ونسبة ٦٦,٧% منه للسلطة التنفيذية ، ونسبة ٦٦,٧% منه كانت لجماعة الإخوان المسلمين ، ونسبة ٨٣,٣% من مضامين النقد الساخر ببرنامج "الليلة مع هاني" تناولت مؤسسة الرئاسة ، ونسبة ٥٠% منه كانت للسلطة التنفيذية، ونسبة ٣٣,٣% منه لدول خارجية ، ونسبة ٣٣,٣% منه كانت لجماعة الإخوان المسلمين .

وجاء فى المرتبة الخامسة ببرنامج "البرنامج مع باسم يوسف" كل من حزب الحرية والعدالة وجماعة الإخوان المسلمين وذلك نظرا لانتماء رئيس الجمهورية السابق إليهما حيث كان عضواً من أعضاء جماعة الإخوان المسلمين ورئيسا لحزب الحرية والعدالة قبل أن يرشح نفسه بالإضافة إلى التصريحات غير المسئولة والمتتالية من أعضاء جماعة الإخوان وحزب الحرية والعدالة وتدخلكم الدائم فى إدارة شئون مصر، وكان فى المرتبة الخامسة أيضا عدة شخصيات أخرى منها مرتضى منصور وعادل حمودة والإعلامى سيد على والمرشح الرئاسى السابق أحمد شفيق ، وجاء حزب

الحرية والعدالة بالمرتبة الرابعة ببرنامج "بنى آدم شو" وجاءت جماعة الإخوان بالمرتبة الثانية ببرنامج "بنى آدم شو" والثالثة ببرنامج "الليلة مع هاني".

وفي المرتبة السادسة ببرنامج "البرنامج مع باسم يوسف" جاءت الدول الخارجية وعلى رأسها دولة قطر نظرا لعلاقتها بجماعة الإخوان المسلمين وتدخلها الدائم في شئون مصر وتليها الولايات المتحدة الأمريكية وروسيا، وجاءت في المرتبة الثالثة ببرنامج "بنى آدم شو" و "الليلة مع هاني".

وجاءت السلطة التشريعية في المرتبة الأخيرة ببرنامج "البرنامج مع باسم يوسف" وربما يعود ذلك لعدم وجود مجلس النواب وقلة اجتماعات أعضاء مجلس الشورى خلال فترة الدراسة.

ويتضح كذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البرامج الثلاث عينة الدراسة في مضامين النقد الساخر، حيث كانت قيم كاي ٢ غير دالة عند مستوى ٠.٠٥. فيما عدا نقد المشايخ والأئمة كانت هناك فروق لصالح برنامج "بنى آدم شو" وبرنامج "البرنامج مع باسم يوسف" حيث كانت قيمة كاي ٢ دالة عند مستوى ٠.٠٠١. وفي نقد الإعلام الخاص لصالح برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" حيث كانت قيمة كاي ٢ دالة عند مستوى ٠.٠٠١.

ثانياً : أساليب النقد الساخر :

يوضح الجدول التالي حساب التكرارات والنسب لأساليب النقد الساخر في البرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة وذلك فيما يلي :-

جدول رقم (٢) يبين أساليب النقد الساخر المستخدمة بالبرامج عينة الدراسة

معامل التوافق	الدلالة د.ح	كا	المجموع ن=٣٦		الليلة مع هاني ن=١٢		بنى آدم شو ن=١٢		البرنامج ن=١٢		البرنامج أساليب النقد الساخر
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
-	٠,٦١٨	٠,٩٦٣	٣٦,١	١٢	٤١,٧	٥	٢٥	٣	٤١,٧	٥	المحاكاة الساخرة
٠,٤٧٨	٠,٠١	١٠,٦٦٧	٢٥	٩	٨,٣	١	٨,٣	١	٥٨,٣	٧	المفارقة
٠,٣٩٢	٠,٠٥	٦,٥٤٥	٨,٣	٣	-	-	-	-	٢٥	٣	المضاهاة والمقارنة
-	٠,١٦٥	٣,٦٠٠	١٦,٧	٦	٨,٣	١	٨,٣	١	٣٣,٣	٤	التساؤل الساخر
٠,٣٨١	٠,٠٥	٦,١٠٧	٧٧,٨	٢٨	١٠٠	١٢	٧٥	٩	٥٨,٣	٧	المبالغة
٠,٤٩٤	٠,٠١	١١,٦١٣	٨٦,١	٣١	٥٨,٣	٧	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	التورية

يتضح من الجدول رقم (٢) أن نسبة ١٠٠% من أساليب النقد الساخر ببرنامج "البرنامج مع باسم يوسف" كانت التورية، ونسبة ٥٨,٣% منه كانت المفارقة، ونسبة ٥٨,٣% منه كانت المبالغة، ونسبة ٤١,٧% منها كانت المحاكاة الساخرة، ونسبة ١٠٠% من أساليب النقد الساخر ببرنامج "بنى آدم شو" كانت التورية، ونسبة ٧٥% منه كانت المبالغة، ونسبة ٢٥% منها كانت المحاكاة الساخرة، ونسبة ١٠٠% من أساليب النقد الساخر ببرنامج "الليلة مع هاني" كانت المبالغة، ونسبة ٥٨,٣% منه كانت التورية، ونسبة ٤١,٧% منها كانت المحاكاة الساخرة.

ويتضح كذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البرامج الثلاث عينة الدراسة في أساليب النقد الساخر، حيث كانت قيم كا ٢ غير دالة عند مستوى ٠.٠٥ فيما عدا المفارقة والمضاهاه والمقارنة كانت هناك فروق لصالح برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" حيث كانت قيمة كا ٢ دالة عند مستوى ٠.٠٠١، ٠.٠٥، وفي المبالغة لصالح برنامج "الليلة مع هاني" حيث كانت قيمة كا ٢ دالة عند مستوى ٠.٠٥، وفي المبالغة لصالح برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" وبرنامج "بنى آدم شو" حيث كانت قيمة كا ٢ دالة عند مستوى ٠.٠١ .

ثالثاً : اتجاه وجهات نظر الضيوف :

يوضح الجدول التالى حساب التكرارات والنسب لاتجاه وجهات نظر الضيوف فى البرامج التليفزيونية الساخرة عينة الدراسة وذلك فيما يلى :-

جدول رقم (٣) يبين اتجاه وجهات نظر ضيوف البرامج عينة الدراسة

الاتجاه	البرنامج		البرنامج		بنى آدم شو		الليلة مع هانى		المجموع		٢١	الدلالة د.ح
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
معارضة	١	٨,٣	٢	٢٥	١	٨,٣	٣	١٣,٩	٣	١٣,٩	٢,٠٨٦	٠,٧٢٠ غير دالة
	٢	٢٥	٣	٢٥	٤	٣٣,٣	١٠	٢٧,٨	١٠	٢٧,٨		
	٨	٦٦,٧	٦	٥٠	٧	٥٨,٣	٢١	٥٨,٣	٢١	٥٨,٣		
المجموع	١٢	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	١٠٠	٣٦	١٠٠	٣٦	١٠٠		

يتضح من الجدول رقم (٣) أن نسبة ٦٦.٧% من اتجاه وجهات نظر الضيوف ببرنامج "البرنامج مع باسم يوسف" كانت شخصية سلبية، ونسبة ٢٥% منه كانت شخصية محايدة، ونسبة ٨.٣% منه كانت وجهة نظر معارضة سلبية، ونسبة ٥٠% من اتجاه وجهات نظر الضيوف ببرنامج "بنى آدم شو" كانت شخصية سلبية، ونسبة ٢٥% منه كانت شخصية محايدة، ونسبة ٢٥% منه كانت وجهة نظر معارضة سلبية، ونسبة ٥٨.٣% من اتجاه وجهات نظر الضيوف ببرنامج "الليلة مع هاني" كانت شخصية سلبية، ونسبة ٣٣.٣% منه كانت شخصية محايدة، ونسبة ٨.٣% منه كانت وجهة نظر معارضة سلبية .

كما يتضح أنه لم يتم استضافة أى شخصية تابعة للنظام الحاكم وربما يعود ذلك إلى أن البرامج التليفزيونية الساخرة تهدف إلى إبراز السلبيات فى المجتمع أو بسبب موقف الشخصيات التابعة للنظام الحاكم من هذه النوعية من البرامج .

ويتضح كذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البرامج الثلاث عينة الدراسة في اتجاه وجهات نظر الضيوف ، حيث كانت قيم كا ٢ غير دالة عند مستوى ٠.٠٥ .

رابعاً : نوع الموضوعات المثارة داخل البرامج :

يوضح الجدول التالى حساب التكرارات والنسب لنوع الموضوعات المثارة داخل البرامج التليفزيونية الساخرة عينة الدراسة وذلك فيما يلى :-

جدول رقم ( ٤ ) يبين نوع الموضوعات المثارة داخل البرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة

الدالة ع.د	٢كا	المجموع		الليلة مع هاني		بنى آدم شو		البرنامج		نوع الموضوعات المثارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٥٢٨ غير دالة	٣,١٨٢	٩١,٧	٣٣	١٠٠	١٢	٨٣,٣	١٠	٩١,٧	١١	سياسية
		٥,٦	٢	-	-	٨,٣	١	٨,٣	١	اجتماعية
		٢,٨	١	-	-	٨,٣	١	-	-	دينية
		١٠٠	٣٦	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٤) أن نسبة ٩١,٧% من نوع الموضوعات المثارة ببرنامج "البرنامج مع باسم يوسف" كانت موضوعات سياسية، ونسبة ٨,٣% منه كانت موضوعاتها اجتماعية، ونسبة ٨,٣% من نوع الموضوعات المثارة ببرنامج "بنى آدم شو" كانت موضوعات سياسية، ونسبة ٨,٣% منه كانت موضوعاتها اجتماعية، ونسبة ٨,٣% منه كانت موضوعاتها دينية، ونسبة ١٠٠% من نوع الموضوعات المثارة ببرنامج "الليلة مع هاني" كانت موضوعاتها سياسية .

ويتضح كذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البرامج الثلاث عينة الدراسة في نوع الموضوعات المثارة، حيث كانت قيم ٢كا غير دالة عند مستوى ٠,٠٥ .  
خامسا : علاقة الصور والمواد المرئية للمصاحبة للموضوعات بالنص المقروء :

يوضح الجدول التالي حساب التكرارات والنسب لعلاقة الصور والمواد المرئية للمصاحبة للموضوعات بالنص المقروء فى البرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة وذلك فيما يلى :-

جدول رقم ( ٥ ) يبين علاقة الصور والمواد المرئية للمصاحبة للقضايا والموضوعات بالنص المقروء

الدالة د.ح	٢كا	المجموع		الليلة مع هاني		بنى آدم شو		البرنامج		علاقة الصور المصاحبة للموضوعات بالنص المقروء
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠١	٤٨,٠٠	١١,١	٤	-	-	-	-	٣٣,٣	٤	متوافقة مع النص
		٨,٣	٣	٢٥	٣	-	-	-	-	متوافقة إلى حد ما
		٣٦,١	١٣	٤١,٧	٥	-	-	٦٦,٧	٨	تضيف للنص
		٨,٣	٣	٢٥	٣	-	-	-	-	لا علاقة لها بالنص
		٣٦,١	١٣	٨,٣	١	١٠٠	١٢	-	-	أخرى
معامل التوافق = ٠,٧٥٦		١٠٠	٣٦	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٥) أن نسبة ٦٦,٧% من علاقة الصور للمصاحبة للموضوعات بالنص المقروء ببرنامج "البرنامج مع باسم يوسف" كانت تضيف للنص ويعود ذلك إلى اعتماد برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" على الصور والمواد المرئية من أجل دعم محتوى ومضمون البرنامج حيث يقوم بعرض صور و مواد مرئية متوافقة مع المضمون وتضيف إليه على يمين شاشة العرض وذلك من خلال عرض صور للمسئول أو الموضوعات الذى يتحدث عنها، ونسبة ٣٣,٣% منها كانت متوافقة مع

النص، ونسبة ١٠٠٪ من علاقة الصور المصاحبة للموضوعات بالنص المقروء ببرنامج "بنى آدم شو" كانت علاقات أخرى ولم يتم الاعتماد على الصور أو المواد المرئية نهائيا خلال فترة الدراسة، وربما يعود ذلك إلى اعتماده أكثر على الإلقاء المباشر أمام الجمهور، ونسبة ٤١.٧٪ من علاقة الصور المصاحبة للموضوعات بالنص المقروء ببرنامج "الليلة مع هاني" كانت تضيف للنص، ونسبة ٢٥٪ منها كانت متوافقة إلى حد ما مع النص، ونسبة ٢٥٪ منها كانت لا علاقة لها بالنص.

ويتضح كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البرامج الثلاث عينة الدراسة في علاقة الصور المصاحبة للموضوعات بالنص المقروء، حيث كانت قيم كا ٢ دالة عند مستوى ٠.٠٠١.

سادسا : المصادر التي يعتمد عليها البرامج :

يوضح الجدول التالي حساب التكرارات والنسب للمصادر التي يعتمد عليها البرامج التليفزيونية الساخرة عينة الدراسة وذلك فيما يلي :-

جدول رقم (٦) يبين المصادر التي يعتمد عليها البرامج التليفزيونية الساخرة عينة الدراسة

معامل التوافق	الدلالة ح.د	كا	المجموع ن=٣٦		الليلة مع هاني ن=١٢		بنى آدم شو ن=١٢		البرنامج ن=١٢		البرنامج المصادر التي يعتمد عليها البرنامج
			ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٠,٦٠٢	٠,٠٠١	٢٠,٤٧٥	١٦	٤٤,٤	١١	٩١,٧	-	-	٤١,٧	٥	صور ومواد مرئية من الإنترنت
٠,٦٣١	٠,٠٠١	٢٣,٨٢٥	١١	٣٠,٦	١	٨,٣	-	-	٨٣,٣	١٠	صور ومواد مرئية من القنوات الفضائية
-	٠,٠٥٩	٥,٦٧٥	٧	١٩,٤	١	٨,٣	١	٨,٣	٤١,٧	٥	صور ومواد مرئية لها أكثر من مصدر
٠,٦٨٤	٠,٠٠١	٣١,٦٨٠	١١	٣٠,٦	-	-	١١	٩١,٧	-	-	أخرى

يتضح من الجدول رقم (٦) أن نسبة ٨٣.٣٪ من المصادر التي يعتمد عليها البرامج ببرنامج "البرنامج مع باسم يوسف" كانت صور ومواد مرئية من القنوات الفضائية وربما يعود ذلك إلى فريق عمل البرنامج الذي يحرص على متابعة غالبية القنوات الفضائية لتغطية كافة الأحداث والمواقف في حلقات البرنامج، ونسبة ٤١.٧٪ منها كانت صور ومواد مرئية من الإنترنت، ونسبة ٤١.٧٪ منها كانت صور ومواد مرئية لها أكثر من مصدر، ونسبة ٩١.٧٪ من المصادر التي يعتمد عليها البرامج ببرنامج "بنى آدم شو" كانت مصادر أخرى، ونسبة ٨.٣٪ منها كانت صور ومواد مرئية لها أكثر من مصدر، ونسبة ٩١.٧٪ من المصادر التي يعتمد عليها البرامج ببرنامج "الليلة مع هاني" كانت صور ومواد مرئية من الإنترنت، ونسبة ٨.٣٪ منها كانت صور ومواد مرئية من القنوات الفضائية، ونسبة ٨.٣٪ منها كانت صور ومواد مرئية لها أكثر من مصدر.

ويتضح كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البرامج الثلاث عينة الدراسة في صور ومواد مرئية من الإنترنت لصالح برنامج "الليلة مع هاني"، حيث كانت قيم كا ٢ دالة عند مستوى ٠.٠٠١، للدراسة في صور ومواد مرئية من القنوات الفضائية لصالح برنامج "البرنامج مع باسم يوسف"،

حيث كانت قيم كا ٢ دالة عند مستوى ٠,٠٠١، الدراسة في صور ومواد مرئية أخرى لصالح برنامج "بنى آدم شو"، حيث كانت قيم كا ٢ دالة عند مستوى ٠,٠٠١ .  
سابعاً : تخصصات ضيوف البرامج التلفزيونية الساخرة :

يوضح الجدول التالي حساب التكرارات والنسب لتخصصات ضيوف البرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة وذلك فيما يلي :-

جدول (٧) يبين تخصصات ضيوف البرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة

الدالة أح.د	كا	المجموع		الليلة مع هاني		بنى آدم شو		البرنامج		البرنامج تخصصات ضيوف البرنامج
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٢٢٤ غير دالة	١٠,٦١٨	٥,٦	٢	-	-	٨,٣	١	٨,٣	١	سياسي
		١٣,٩	٥	١٦,٧	٢	٢٥	٣	-	-	إعلامي
		١١,١	٣	١٦,٧	٢	١٦,٧	٢	-	-	قانوني
		٦١,١	٢٣	٥٠	٦	٤١,٧	٥	٩١,٧	١١	فني
		٨,٣	٢	١٦,٧	٢	٨,٣	١	-	-	أخرى
		١٠٠	٣٣	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	المجموع

يلاحظ الباحث أن البرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة كانت تعتمد بشكل كبير على التخصصات الفنية وكانت غالباً ما تستضيف فرقاً فنية تقدم محتوى ذا طابع سياسي حيث يتضح من الجدول رقم (٧) أن نسبة ٩١,٧% من تخصصات ضيوف البرنامج ببرنامج "البرنامج مع باسم يوسف" كانت تخصصات فنية ،ونسبة ٨,٣% منها كانت تخصصات سياسية ،ونسبة ٤١,٧% من تخصصات ضيوف البرنامج ببرنامج "بنى آدم شو" كانت تخصصات فنية ،ونسبة ٢٥% منها كانت تخصصات إعلامية ،ونسبة ١٦,٧% منها كانت تخصصات قانونية ،ونسبة ٥٠% من تخصصات ضيوف البرنامج ببرنامج "الليلة مع هاني" كانت تخصصات فنية ،ونسبة ١٦,٧% منها كانت تخصصات إعلامية ، ونسبة ١٦,٧% منها كانت تخصصات قانونية .

عينة الدراسة في تخصصات ضيوف البرنامج، حيث كانت قيم كا ٢ غير دالة عند مستوى ٠,٠٠٥ .

ثامناً : ضيوف البرنامج :

يوضح الجدول التالي حساب التكرارات والنسب لضيوف البرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة وذلك فيما يلي :-

جدول (٨) يبين نوعية ضيوف البرامج التليفزيونية الساخرة عينة الدراسة

معامل التوافق	الدلالة ح.د	٢كا	المجموع ن=٣٦		الليلة مع هاني ن=١٢		بنى آدم شو ن=١٢		البرنامج ن=١٢		ضيوف البرنامج
			ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
-	٠,١٢٤	٤,١٧٩	٢٢,٢	٨	٤١,٧	٥	٨,٣	١	١٦,٧	٢	شخصيات عامة ومسؤولين
٠,٥٤٣	٠,٠٠١	١٥,٠٧٥	٤٤,٤	١٦	٥٨,٣	٧	-	-	٧٥	٩	ممثلين (لاعبي أدوار)
٠,٦٦٠	٠,٠٠١	٢٧,٧٥٠	٣٣,٣	١٢	-	-	٩١,٧	١١	٨,٣	١	أخرى
-	-	-	١٠٠	٣٦	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	جمهور عام

يتضح من الجدول رقم (٨) أن نسبة ١٠٠٪ من ضيوف البرنامج ببرنامج "البرنامج مع باسم يوسف" كان جمهور عام، ونسبة ٧٥٪ منها كانوا ممثلين (لاعبي أدوار) ونسبة ١٦,٧٪ منها كانوا شخصيات عامة ومسؤولين، ونسبة ١٠٠٪ من تخصصات ضيوف البرنامج ببرنامج "بنى آدم شو" كان جمهور عام، ونسبة ٩١,٧٪ منها كانت أخرى، ونسبة ٨,٣٪ منها كانوا شخصيات عامة ومسؤولين، ونسبة ١٠٠٪ من تخصصات ضيوف البرنامج ببرنامج "الليلة مع هاني" كان جمهور عام، ونسبة ٥٨,٣٪ منها كانوا ممثلين (لاعبي أدوار)، ونسبة ٤١,٧٪ منها كانوا شخصيات عامة ومسؤولين.

ويتضح كذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البرامج الثلاثة عينة الدراسة في ضيوف البرنامج، حيث كانت قيم كاي غير دالة عند مستوى ٠,٠٥، فيما عدا أن الضيوف كانوا ممثلين (لاعبي أدوار) لصالح برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" عند مستوى ٠,٠٠١، وفي ضيوف آخرين كانت هناك فروق لصالح برنامج بنى آدم شو عند مستوى ٠,٠٠١.

تاسعا : حجم مشاركة الجمهور بالبرامج التليفزيونية الساخرة :

يوضح الجدول التالي حساب التكرارات والنسب لحجم مشاركة الجمهور بالبرامج التليفزيونية الساخرة عينة الدراسة وذلك فيما يلي :-

جدول (٩) يبين حجم مشاركة الجمهور بالبرنامج

المجموع	الليلة مع هاني		بنى آدم شو		البرنامج		مشاركة الجمهور بالبرنامج
	ك	%	ك	%	ك	%	
١٠٠	٣٦	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	١٠٠	يشترك
-	-	-	-	-	-	-	لا يشترك
١٠٠	٣٦	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٩) أن نسبة ١٠٠٪ من مشاركة الجمهور ببرنامج "البرنامج مع باسم يوسف" كانوا مشاركين، ونسبة ١٠٠٪ من مشاركة الجمهور ببرنامج "بنى آدم شو" كانوا مشاركين، ونسبة ١٠٠٪ من مشاركة الجمهور ببرنامج "الليلة مع هاني" كانوا مشاركين، حتى وإن كانت تقتصر هذه المشاركة على حضور البرنامج للمشاهدة فقط أثناء التصوير.

عاشرا : طبيعة مشاركة الجمهور بالبرنامج :

يوضح الجدول التالى حساب التكرارات والنسب لطبيعة مشاركة الجمهور فى البرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة وذلك فيما يلى :-

جدول ( ١٠ ) يبين طبيعة مشاركة الجمهور بالبرامج عينة الدراسة

المجموع		الليلة مع هانى		بنى آدم شو		البرنامج		البرنامج	طبيعة مشاركة الجمهور بالبرنامج
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
-	-	-	-	-	-	-	-	-	تقديم معلومات حول القضايا المطروحة
-	-	-	-	-	-	-	-	-	إبداء وجهة نظر حول القضايا المطروحة
١٠٠	٣٦	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	مجرد حضور البرنامج فقط	
١٠٠	٣٦	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	المجموع	

يتضح من الجدول (١٠) أن نسبة ١٠٠% من مشاركة الجمهور ببرنامج "البرنامج مع باسم يوسف" كانت مجرد حضور البرنامج فقط ،ونسبة ١٠٠% من مشاركة الجمهور ببرنامج "بنى آدم شو" كانت مجرد حضور البرنامج فقط ،ونسبة ١٠٠% من مشاركة الجمهور ببرنامج "الليلة مع هانى" كانت مجرد حضور البرنامج فقط ،ولاحظ الباحث أن الجمهور كان أكثر تجاوبا وإيجابية أثناء تصوير حلقات برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" ،كما لاحظ أن برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" بدأ فى إشراك الجمهور وذلك من خلال فتح مناقشة مع الجمهور بالمسرح لمعرفة آرائهم واقتراحاتهم حول الحلقة .

حادى عشر : دورية البرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة :

جدول ( ١١ ) يبين دورية البرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة

الدالة	٢٤	المجموع		الليلة مع هانى		بنى آدم شو		البرنامج		البرنامج	دورية البرنامج
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
٠,٠٠١	٣٦,٠٠	٦٦,٧	٢٤	-	-	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	مرة واحدة	أسبوعى ٣ مرات
		٣٣,٣	١٢	١٠٠	١٢	-	-	-	-		
معامل التوافق =	٠,٧٠٧	١٠٠	٣٦	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	المجموع	

يتضح من الجدول (١١) أن نسبة ١٠٠% من دورية برنامج "البرنامج" كانت مرة واحدة يوميا ،ونسبة ١٠٠% من دورية برنامج "بنى آدم شو" كانت مرة واحدة يوميا ،ونسبة ١٠٠% من دورية برنامج "الليلة مع هانى" كانت ثلاث مرات أسبوعيا ،ويتضح كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البرامج الثلاث فى دورية البرنامج ،حيث كانت قيم كا ٢٤ دالة عند مستوى ٠,٠٠١ .

ثانى عشر : أشكال وقوالب تقديم فقرات البرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة :

يوضح الجدول التالى حساب التكرارات والنسب لأشكال وقوالب تقديم فقرات البرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة وذلك فيما يلى :-



جدول (١٢) يبين أشكال وقوالب تقديم فقرات البرامج التليفزيونية الساخرة عينة الدراسة

معامل التوافق	الدلالة ح. د	٢ك	المجموع ن=٣٦		الليلة مع هاني ن=١٢		بنى آدم شو ن=١٢		البرنامج ن=١٢		البرنامج أشكال وقوالب تقديم فقرات البرنامج
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	-	١٠٠	٣٦	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	حديث مباشر
-	٠,٠٧٢	٥,٢٥٠	٦٦,٧	٢٤	٨٣,٣	١٠	٧٥	٩	٤١,٧	٥	حوار
-	٠,٠٩١	٤,٨٠٠	١٦,٧	٦	١٦,٧	٢	-	-	٣٣,٣	٤	تقارير
-	٠,٣٥٨	٢,٠٥٧	٢,٨	١	-	-	-	-	٨,٣	١	أخرى

يتضح من الجدول (١٢) أن نسبة ١٠٠٪ من أشكال وقوالب تقديم فقرات البرنامج ببرنامج "البرنامج مع باسم يوسف" كانت حديث مباشر، ونسبة ٤١,٧٪ منها كانت حواراً، ونسبة ٣٣,٣٪ منها كانت تقاريراً، ونسبة ١٠٠٪ من تخصصات أشكال وقوالب تقديم فقرات البرنامج ببرنامج "بنى آدم شو" كانت حديثاً مباشراً، ونسبة ٧٥٪ منها كانت حواراً، ونسبة ١٠٠٪ من تخصصات أشكال وقوالب تقديم فقرات البرنامج ببرنامج "الليلة مع هاني" كانت حديثاً مباشراً، ونسبة ٨٣,٣٪ منها كانت حواراً، ونسبة ١٦,٧٪ منها كانت تقارير.

ويتضح كذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البرامج الثلاث عينة الدراسة في أشكال وقوالب تقديم فقرات البرنامج، حيث كانت قيم كاي غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

ثالث عشر: طرق العرض المستخدمة في تقديم البرامج التليفزيونية الساخرة:

يوضح الجدول التالي حساب التكرارات والنسب لطرق العرض المستخدمة في تقديم البرامج التليفزيونية الساخرة عينة الدراسة وذلك فيما يلي :-

جدول (١٣) يبين طرق العرض المستخدمة في تقديم البرامج التليفزيونية الساخرة عينة الدراسة

معامل التوافق	الدلالة ح. د	٢ك	المجموع ن=٣٦		الليلة مع هاني ن=١٢		بنى آدم شو ن=١٢		البرنامج ن=١٢		البرنامج طرق العرض المستخدمة في تقديم البرنامج
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٤٠٣	٠,٠٥	٦,٩٧٥	٥٥,٦	٢٠	٢٥	٣	٧٥	٩	٦٦,٧	٨	الإسكتشات والاستعراضات الغنائية
٠,٦٠٠	٠,٠٠١	٢٠,٢٨٥	٤٧,٢	١٧	٢٥	٣	١٦,٧	٢	١٠٠	١٢	صور ثابتة
٠,٧٠٧	٠,٠٠١	٣٦,٠٠	٣٣,٣	١٢	-	-	-	-	١٠٠	١٢	فيديوهات ومواد مرئية
٠,٧٠٧	٠,٠٠١	٣٦,٠٠	٣٣,٣	١٢	-	-	-	-	١٠٠	١٢	الفوتومونتاج
-	٠,٤٠٨	١٠,٣٨٢	٥٨,٤	٢١	٨٣,٣	١٠	٣٣,٣	٤	٥٨,٣	٧	أخرى

يتضح من الجدول (١٣) أن نسبة ١٠٠٪ من طرق العرض المستخدمة في تقديم البرامج ببرنامج "البرنامج مع باسم يوسف" كانت فيديوهات ومواد مرئية، ونسبة ١٠٠٪ منها كانت صور ثابتة، ونسبة ٦٦,٧٪ منها كانت الإسكتشات والاستعراضات الغنائية، ونسبة ٧٥٪ من تخصصات طرق العرض المستخدمة في تقديم البرامج ببرنامج "بنى آدم شو" كانت الإسكتشات والاستعراضات

الموضوعات السياسية كما تعكسها البرامج التلفزيونية الساخرة في القنوات الفضائية "دراسة تحليلية"

الغنائية، ونسبة ٢٥٪ منها كانت المؤثرات الصوتية، ونسبة ١٦,٧٪ منها كانت صور ثابتة، ونسبة ٨٣,٣٪ من تخصصات طرق العرض المستخدمة في تقديم البرامج ببرنامج "الليلة مع هاني" كانت المؤثرات الصوتية، ونسبة ٢٥٪ منها كانت الإسكتشات والاستعراضات الغنائية، ونسبة ٤١,٧٪ منها كانت صور ثابتة .

ويتضح كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البرامج الثلاث عينة الدراسة في طرق العرض المستخدمة في تقديم البرامج لصالح برنامج "البرنامج مع باسم يوسف"، حيث كانت قيم كاي دالة عند مستوى اقل من ٠,٠٥ .

رابع عشر : مدى حالية الموضوعات التي يتم تناولها بالبرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة :

جدول ( ١٤ ) يبين مدى حالية الموضوعات والقضايا التي يتم تناولها بالبرامج

البرنامج	البرنامج		بنى آدم شو		الليلة مع هاني		المجموع		٢٥	الدلالة ٢ح.د
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
سابقة	٧	٥٨,٣	١٢	١٠٠	١١	٩١,٧	٣٠	٨٣,٣	٨,٤٠٠	٠,٠٥
حالية	٥	٤١,٧	-	-	١	٨,٣	٦	١٦,٧		
المجموع	١٢	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	١٠٠	٣٦	١٠٠		معامل التوافق = ٠,٤٣٥

يتضح من الجدول (١٤) أن نسبة ٥٨,٣٪ من برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" كانت سابقة وربما يعود ذلك إلى أن هذه البرامج لا تنازع بشكل يومي مما يؤدي إلى صعوبة مناقشة الموضوعات والأحداث الجارية في وقتها، ونسبة ٤١,٧٪ منها حالية، ونسبة ١٠٠٪ من برنامج "بنى آدم شو" كانت سابقة، ونسبة ٩١,٧٪ من برنامج "الليلة مع هاني" كانت سابقة، ونسبة ٨,٣٪ منها حالية، ويتضح كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البرامج الثلاث عينة الدراسة في مدى حالية الموضوعات التي يتم تناولها بالبرامج التلفزيونية الساخرة، حيث كانت قيم كاي دالة عند مستوى ٠,٠٥ .

## المراجع :

- ١- كريم قاسم، "الأنماط غير التقليدية للمشاركة السياسية للشباب في مصر (قبل وأثناء وبعد الثورة)"، (القاهرة: روافد للنشر والتوزيع، ٢٠١٢)، ص ٢١٠ .
- ٢- دافيد إلكسندر، "النقد السياسي الساخر في إسرائيل"، ترجمة: محمد أحمد صالح، ط ١، (القاهرة: دار الكتب الجامعية للطباعة والنشر، ٢٠٠٧)، ص ٢٨ - ٢٩ .
- 3- Bryndís Gunnarsdóttir, "The Satire as a Social Mirror: Jonathan Swift's A Modest Proposal in Context", 2009 ,P 4 , Retrieved on May 26, 2013, Available on the following link:  
[http://skemman.is/en/stream/get/1946/2387/7697/1/A\\_Modest\\_Proposal\\_fixed.pdf](http://skemman.is/en/stream/get/1946/2387/7697/1/A_Modest_Proposal_fixed.pdf)
- 4- Philip Edward Jones, Dannagal Goldthwaite Young, and Paul R. Brewer , "The Effects of Political Satire on Perceptions of Candidate Viability and Electability

- : An Ecologically Valid Experimental Approach" . **Ph.D Unpublished** , (University of Delaware , 2012) .
- 5- Lauren Feldman . "Learning about Politics from The Daily Show : The Role of Processing Motivations" , **Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication** , American University , 2011.
- 6- Amanda Hariton, "Satirical Political Media and Youth Political Participation: A Look at The Daily Show with Jon Stewart and The Colbert Report" , Indiana University Bloomington, 2011.
- 7- Rally to Restore Fear and/or Sanity : The Rally to Restore Sanity and/or Fear was a gathering that took place on October 30, 2010 at the National Mall in Washington, DC.
- 8- Landreville, Kristen. , et. al. , "The Influence of Late-Night TV Comedy Viewing on Political Talk: A Moderated-Mediation Model" , **Paper presented at the annual meeting of the NCA 96th Annual Convention** , San Francisco , 2010.
- 9- Lauren Bratslavsky, "The Daily Show as Scapegoat: Examining Cynicism Toward Politics and the News Media" , **Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication** , Boston , 2009.
- 10- Xenos, Michael. and Becker, Amy., "Moments of Zen: The Daily Show, Information seeking, and Partisan Heuristics" , **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association** , Montreal , Canada , 2008.
- 11- Stewart, Daxton. ""The Daily Show Effect" Revisited: Satire's contributions to political participation in trust in young audiences" , **Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication** , Washington, DC, University of Missouri , 2007.
- 12- R. Lance Holbert, et. al., "Primacy effects of The Daily Show and national tv news viewing: young viewers, political gratifications, and internal political self-efficacy" , **journal of broadcasting & electronic media**, vol (51), no (1), 2007. pp. 20-38.
- 13- Dorman, Larissa. , "The Comedy of Political Participation: The Daily Show with Jon Stewart and American Youth" , **Paper presented at the annual meeting of the western political science association** , Las Vegas, Nevada , 2006.
- 14- Compton, J. and Pfau, M. "Effects of Late Night Political Comedy on Candidate Image During Campaigns", **Paper presented at the 55th annual meeting of the International Communication Association** , New York , 2005 .

- الموضوعات السياسية كما تعكسها البرامج التلفزيونية الساخرة في القنوات الفضائية "دراسة تحليلية"
- ١٥- فهد بن عبد الرحمن الشميمري ، "التربية الإعلامية : كيف نتعامل مع الإعلام" ، ط١ ، (الرياض ، ٢٠١٠) .
- ١٦- فرانسو باسيلي ، "باسم شو والإنتفاضة الكوميديّة" ، جريدة اليوم السابع الإلكترونيّة ، تم استرجاعه في ١١ أكتوبر ٢٠١٣ ، متاح على الرابط التالي  
<http://www.youm7.com/News.asp?NewsID=404827> .
- ١٧- لماذا يضحك المصريون ؟ ، فيلم وثائقي ، قناة الجزيرة الوثائقية ، تم إسترجاعه في ١٢ مايو ٢٠١٣ ، متاح على الرابط التالي  
[doc.aljazeera.net/ourproduction/2012/05/20125981544225535.html](http://doc.aljazeera.net/ourproduction/2012/05/20125981544225535.html) .
- ١٨- جميل حمداوي ، "نظرية الكوميديا السوداء في المسرح المغربي" ، موقع دروب ، موقع رقمي ، تم استرجاعه في ٢١ أكتوبر ٢٠١٣ ، متاح على الرابط التالي :  
<http://www.doroob.com/?p=16721>.
- ١٩- كريم قاسم ، مرجع سابق ، ص ٢١٠ .
- ٢٠- المرجع السابق ، ص ص ٢١٠ - ٢١١ .
- ٢١- راجع الباحث عددا من المواقع والصفحات الرسمية للبرنامج بتاريخ ٢٥ مايو ٢٠١٣ :  
\_ <http://www.albernameg.com/>  
\_ <https://www.facebook.com/alBernameg>  
\_ <http://www.youtube.com/albernameg>
- ٢٢- بنى آدم شو ، الموسوعة الحرة - ويكيبيديا - ، تم استرجاعه في ٢١ مايو ٢٠١٣ ، متاح على الرابط التالي : <http://goo.gl/2VLIH> .
- ٢٣- المُحكّم الخارجى لإختبار الثبات : أ/ خالد كمال المغاوري : باحث ماجستير بكلية التربية النوعية - جامعة المنصورة .

## Summary

### **Introduction :**

Recently, many television programs, which criticize the events, the reality and the political and social subjects in a cynic way holds the comic spirit ,stays away from triviality and maintain its serious nature and objectivity away from the stereotypes that the traditional media follows and working on exposing and highlight facts, have appeared .

### **Problem of the study :**

The problem of the study summarize an attempt to study methods of analysis sarcastic criticism, and templates professional sarcastic used in television programs, the quality of the topics dealt with by, and sources on which it depends .

### **Objectives of the study :**

the Objective of this study to identify the most prominent methods sarcastic criticism and the most important functional templates used to display the topics within sarcastic program, display methods used in providing these programs.

### **Type and methodology of the study:**

This study is a descriptive study, and depends on the media survey in analytical parts to get information, data and descriptions to the phenomena and knowing all their sides through surveying the satire television programs .

### **The sample of study :**

The analytical sample includes some satire television programs like "Albernameg with Bassem Youssef", "Bany Adam show" and "Alila Maa Hany".

***The Results :***

- Pun was one of the satire criticism methods that most commonly used in the satire television programs by 86.1% followed by exaggeration by 77.8% .
- The satire television programs that represent the sample of the study pay attention to the political subjects with a rate of 91.7% .
- Images and visible materials used in the television programs were added to the readable text by 36.1% .
- The most important sources that depend on the satire television programs during the study period were images and visible materials from the internet reached to 44.4% of other sources .
- Sketches and singing reviews were the most approaches using in these programs by 55.6% for each of them .