

معالجة البرامج التلفزيونية الساخرة لقضايا الفساد في العراق

الباحث/ حاتم جسام محمد الجميلي

باحث دكتوراه في قسم الاعلام بكلية الآداب/ جامعة المنصورة

بحث مستل من رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الاعلام

تحت اشراف

أ.د/ محمود حسن اسماعيل

أ.د/ عبد الهادي احمد النجار

ملخص البحث باللغة العربية:

انطلاقاً من المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية التي تقع على عاتق وسائل الاعلام بمختلف انواعها لمحاربة الفساد والفاستين تسعى الكثير من البرامج التلفزيونية ومنها البرامج الساخرة الى معالجة قضايا الفساد في العراق ومكافحتها ونشر قيم النزاهة والشفافية في المجتمع من خلال تقديمها الاخبار والمعلومات حول الفساد بطريقة فكاوية ساخرة، مسلطاً الضوء على السلبيات الموجودة في المجتمع بهدف إضحاك الجمهور وخلق جماعات للضغط على النظم السياسية والاجتماعية من أجل تقويم وتصحيح المسار وفضح الفاسدين اينما وجدوا. وقد إنتشرت في السنوات الاخيرة ظاهرة البرامج التلفزيونية الساخرة في العراق، حيث أصبحت هذه البرامج التي إنطلقت بعد ما يعرف بثورات الربيع العربي مثل برنامج البشير شو وبرنامج ولاية بطيخ وغيرها من البرامج جاذبةً لأعداد كبيرة من جمهور وسائل الإعلام.

Dealing with satirical television programs on corruption issues in Iraq

Hatem Jassam Muhammed Aljumaili

**PhD Researcher in the Department of Media, Faculty of Arts,
Mansoura University**

Summary:

Beganing of the social and moral responsibility that rests on the shoulders of the media of all kinds to fight corruption and the corruprt, many television programs, with regard to satirical programs, seek to address and combat society issues in Iraq. The values of integrity and transparency in providing news and information about corruption are satirical, shedding light on the local community in the local community.

And creating a society of groups to pressure the political and social systems in order to correct and correct the path and expose the corrupt wherever they are. The phenomenon of satirical television programs has begun to appear in Iraq.

المقدمة

تعد قضايا الفساد في العراق من اخطر الظواهر الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تفاقمت في المجتمع عقب الاحتلال الامريكي للعراق في العام ٢٠٠٣ والتحول الجوهري الذي شهدته جميع مجالات الحياة في العراق، إذ تشير التقارير المحلية والدولية إلى انتشار الفساد في العديد من المؤسسات والهيئات الحكومية في الدولة العراقية، وقد جاء ترتيب العراق متأخراً على مؤشر الفساد الذي اصدرته منظمة الشفافية الدولية للعام ٢٠١٨ حيث حل بالترتيب ١٦٨ من مجموع ١٨٠ دولة على قائمة المؤشر. كما يعد الفساد من ابرز العوامل التي أدت

الى انطلاق احتجاجات تموز ٢٠١٨ في محافظات جنوب ووسط العراق التي طالبت بمحاسبة الفاسدين وتوفير الخدمات الضرورية للمواطنين. وأدى انتشار ظاهرة الفساد في المجتمع العراقي إلى اختلال نظام القيم السائد في المجتمع، وشيوع حالة من عدم الانضباط على المستويات كافة، وهدر المال العام وظهور أنماط من الجرائم لم يعرفها المجتمع العراقي من قبل، مثل انتشار العنف والمخدرات والجريمة المنظمة، وإعلاء القيم المادية وهبوط قيم التعاون والتسامح والنزاهة والشفافية، ناهيك عن انتشار الارهاب وسيطرته على ثلث الاراضي العراقية في العام ٢٠١٤ عندما اعلن تنظيم داعش الارهابي دولته في العراق والشام. ومما يشير الى تقشي ظاهرة الفساد وخطورتها في العراق اعتراف رئيس الحكومة السابق حيدر العبادي عقب تحرير الموصل من تنظيم داعش الارهابي بأن "المعركة ضد الفساد اخطر من معركة الارهاب" فضلاً عن اقرار هيئة النزاهة العراقية- وهي هيئة مستقلة ترتبط بالبرلمان العراقي- بأن العراق خسر بسبب قضايا الفساد نحو ٣٢٠ مليار دولار خلال السنوات الخمسة عشر الماضية.

وبالرغم من سعي الحكومات التي تعاقبت على حكم العراق منذ عام ٢٠٠٣ ولحد الان لمكافحة هذه الآفة الخطيرة ووجود العديد من الهيئات والاجهزة الرقابية للنزاهة ومكافحة الفساد سواء التي تتبع للسلطة التشريعية أو التي تتبع للسلطة التنفيذية الا إن مظاهر الفساد ما زالت تفتك بالمجتمع العراقي وتبدد امواله وثرواته في مختلف القطاعات.

وانطلاقاً من المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية التي تقع على عاتق وسائل الاعلام بمختلف انواعها لمحاربة الفساد والفاسدين تسعى الكثير من البرامج التلفزيونية ومنها البرامج الساخرة الى معالجة قضايا الفساد في العراق ومكافحتها ونشر قيم النزاهة والشفافية في المجتمع من خلال تقديمها الاخبار والمعلومات

حول الفساد بطريقة فكاوية ساخرة، مسلطاً الضوء على السلبيات الموجودة في المجتمع بهدف إضحاك الجمهور وخلق جماعات للضغط على النظم السياسية والاجتماعية من أجل تقويم وتصحيح المسار وفضح الفاسدين اينما وجدوا. وقد إنتشرت في السنوات الاخيرة ظاهرة البرامج التلفزيونية الساخرة في العراق، حيث أصبحت هذه البرامج التي إنطلقت بعد ما يعرف بثورات الربيع العربي مثل برنامج البشير شو وبرنامج ولاية بطيخ وغيرها من البرامج جاذبةً لأعداد كبيرة من جمهور وسائل الإعلام حتى أصبح لها دوراً مؤثراً في تشكيل الرأي العام لاسيما وان هذه البرامج تقدم نفسها على انها عين الرقيب وصوت المقهورين التي تحارب مظاهر الفساد ومواطن الخلل اينما وجدت في المجتمع.

لذا فإن هذه الدراسة تسعى الى معرفة الدور الذي تقوم به البرامج التلفزيونية الساخرة في معالجة قضايا الفساد في العراق وعلاقتها بتشكيل الصورة الذهنية للسلطة لدى الجمهور العراقي، فضلاً عن رصد كثافة تعرض الجمهور العراقي للبرامج التلفزيونية الساخرة والدوافع التي تجعله يتعرض لها لمتابعة قضايا الفساد بمختلف أنواعها عبر هذه البرامج، والتعرف على العوامل المؤثرة في إعتماده عليها كمصدر للمعلومات، ومدى تفاعله مع ما تطرحه من قضايا، فضلاً عن معرفة درجة ثقته بها ومدى اسهامها في تشكيل الصورة الذهنية للسلطة لدى الجمهور.

أولاً: السخرية Satire: (المفهوم والتعريف)

مفهوم السخرية: يختلط مفهوم السخرية بمفاهيم أخرى تقترب منه وتتداخل معه، ومن هذه المفاهيم الفكاهة، الهجاء، الكوميديا، الاستهزاء، التندر، الهزل، الدعابة والنكتة، والتي تقوم في أساسها على إثارة الضحك، وفي الحقيقة هناك فرق ما بين السخرية وهذه المفاهيم، فالسخرية ليست الهجاء ولا النكتة ولا المزاح ولا الفكاهة بل هي أرقى وأرفع من ذلك، فهي إنتقاد للذائل والحماقات البشرية وتشخيص العيوب الاجتماعية بهدف تصحيحها أو الحد منها⁽¹⁾.

وتعد السخرية من أروع الفنون الأدبية التي أنتجها الإنسان، وتأتي على رأس الأساليب الفنية الصعبة لأنها تتطلب التلاعب بمقاسات الأشياء تضخيماً أو تصغيراً عن طريق معيارية فنية تتمثل بتوجيه النقد الحاد المغلف بالفكاهة والإمتاع، ويختلف أسلوب السخرية من عصر إلى عصر، ويتفاوت من كاتب إلى آخر.

تعريف السخرية: عند النظر الى المدلول اللغوي للسخرية نجد أنها تأتي بمعنى الإستهزاء والإستخفاف والإحتقار وعدم الإهتمام، بينما نجد المدلول الإصطلاحي يشير إلى أن السخرية تعني نسبة عيب إلى شخص، أو تضخيم ذلك العيب فيه بهدف الإصلاح والتهذيب بطريقة فكاهية، بمعنى أنها وسيلة للتهذيب والإصلاح والتقويم فضلاً عن التسلية، وهي مرتبطة بالإنسان وتنمو وتتطور في كنف ملكته الفطرية، وتتغذى على الموهبة والذكاء ومدى اتساع مخيلة الشخص الساخر، فهي فن جميل يتولد عن قريحة وقادة، ويعبر عن الأعمال البشرية المنظمة وغير المنظمة^(٢).

وتعرّف السخرية على أنها إحدى الفنون الأدبية التي تنتقد السلوكيات والعادات بهدف إصلاح المجتمع، عن طريق إستخدام التهكم والمبالغة في نقد الأخطاء والحقاقات البشرية من أجل تصحيح السلوك البشري، وتتميز بالفكاهة سواء كانت السخرية إجتماعية أو سياسية^(٣).

ويعرفها قاموس أكسفورد على أنها إستخدام الفكاهة أو التهكم أو المبالغة أو الهجاء لفضح وانتقاد غياب الناس أو ذائلهم، لا سيما في سياق السياسة المعاصرة والقضايا الموضوعية الأخرى، وقد تكون على شكل مسرحية أو رواية أو فيلم أو أي عمل آخر يستخدم السخرية^(٤).

والسخرية نوع من التأليف الأدبي الذي يقوم أساساً على إنتقاد الحماقات والردائل والنقائص البشرية، أو الحط من قدرها لتصبح مدعاة للضحك بغرض

مكافحة الصفات والخصائص السلبية، وهي وجه من أوجه الفكاهة تهتم وتهدف إلى إنتقاد الوضع الراهن في الأخلاق والسلوكيات والسياسة الذي نتج عن ممارسات خاطئة في السابق، وكذلك يمكن القول أن السخرية أسلوب عام للتفكك والتحذير وشكل من أشكال المقاومة^(٤).

وهي خطاب ثقافي يقوم على أساس مهاجمة الرذائل والحماقات الإنسانية الفردية منها والجماعية عن طريق التهكم المرير والتندر أو الهجاء الذي يطغى فيه المعنى بعكس ما يظنه الإنسان، ولربما كانت من أكثر صور البلاغة عنفاً وإخافةً وفتكاً، وإذا ما استعملها شخص ذو موهبة وذكاء وأتقن عرضها أصبحت في يده سلاحاً فتاكاً^(٥).

ويعرفها عبد الحليم حفني بأنها أسلوب أو سلاح عدائي من أسلحة الحرب النفسية، قد تشتد حدته وقد تلين، إلا إن هذا السلاح محاط بغلاف الفكاهة والمرح المحبب إلى النفوس^(٦).

ويستنتج الباحث مما سبق أن السخرية هي إحدى طرق التعبير عن السخط والإستهزاء والتحقير، عن طريق الإشارة أو القول أو الفعل بشكل مثير للضحك، وهي صورة من صور الفكاهة، وهدفها توجيه النقد لتصحيح الأخطاء أو محاولة النيل من الخصوم، كما أنها سلاح ذو حدين، حدّ فيه الإصلاح، والحد الآخر فيه التدمير.

ثانياً: تاريخ السخرية:

يحفل تاريخ الأدب العربي بفن السخرية بصوره المتعددة، فنجدها في العصر الجاهلي مرتبطة بالهجاء والذم في قصائد الشعراء، والهجاء بخشونته وقساوته يعد نوعاً من انواع السخرية، فبالرغم مما يبعثه في النفس من ضيق وألم إلا أنه يثير الضحك من خلال إبراز العيوب وتضخيمها والمبالغة فيها^(٧)، فكان هو الصفة الغالبة على السخرية في ذلك العصر والتي تسخر من العيوب السلوكية، ومخالفة

المكارم والاخلاق، والبخل والجبن، والتخاذل عن نصره الأهل وحماية المستجير، وقد كان للهجاء دور كبير في توجيه المجتمع والحفاظ على قيمه ليصبح الفن الذي يقود حركة المجتمع ويفضح زيف الناس ويقوم الانحرافات وينتقد الصفات والافعال الذميمة^(٩).

وفي العهد الأموي ظهرت السخرية بشكل بارز في شعر النقائض، الذي يمثل تطور الهجاء عما كان عليه في العصر الجاهلي، إلا أن التطور الحقيقي للسخرية في الأدب العربي ظهر في عهد الدولة العباسية بعد إن شهدت الحياة تطوراً حضارياً في جوانبها المختلفة، فظهرت مؤلفات وكتب اشتملت على أدب الفكاهة والسخرية، مثل كتب ابن المقفع والجاحظ وغيرهم من الأدباء والكتّاب^(١٠).

ثالثاً: ظهور السخرية في العراق ومراحل تطورها:

يرتبط ظهور السخرية في العراق بصدر جريدة (مرقعة الهندي) التي أصدرها أحمد حمدي المشراقي في البصرة بتاريخ ١١/٢١/١٩٠٩م، والتي تميزت بأسلوبها الساخر في مقالاتها وموضوعاتها ومعالجاتها، وقد رسمت الصحافة الساخرة لنفسها نهجاً مميزاً حاولت من خلاله محاكاة الصحف الكاريكاتيرية الصادرة في اسطنبول عاصمة الدولة العثمانية حينها، لكنها عجزت عن إجادة فن الكاريكاتير حيث لم يكن يجيده أحد من العاملين في الصحافة بالإضافة الى أن الصورة الصحفية كان يتعذر نشرها في الصحافة العراقي لاسباب فنية، ومع ذلك فقد كانت تزخر بالمقالات الساخرة، وفي العام ١٩٢٣م حدث تطور في تاريخ الصحافة العراقية عندما ظهرت الرسوم الكاريكاتيرية في الصحف وهو بمثابة اعلان ولادة الرسام الكاريكاتيري العراقي، وبعد أن تم تأسيس الحكم الوطني في العراق، دعا الملك فيصل إلى حرية تأسيس صحافة حرة تمارس عملها على أسس تقدمية منفتحة على التيارات الليبرالية الغربية، الأمر الذي فسح المجال لصدور العديد من الصحف الساخرة أبان العشرينيات من القرن الماضي ولا سيما في

بغداد، فكانت المعبر عن هموم الناس الإجتماعية من خلال الكاريكاتير والنقد الساخر، ومن تلك الصحف نجد ما يأتي^(١١):

جريدة جحى الرومي: وهي أول صحيفة عراقية تنشر على صفحاتها رسماً كاريكاتيرياً ولم تسبقها في هذا أي صحيفة أخرى، وهي أسبوعية صدرت في بغداد بتاريخ ١٩/١٠/١٩٢٣م، لصاحبها ومديرها المسؤول رشيد الصوفي.

جريدة الهزل: وهي جريدة اسبوعية ساخرة صدرت في بغداد بتاريخ ٢٤/١٠/١٩٢٤م، لصاحبها ومحررها علاء الدين عوني.

جريدة كناس الشوارع: وهي جريدة ساخرة صدرت في بغداد بتاريخ ١/٤/١٩٢٥م، لصاحبها ميخائيل تيسي وقد تميزت صفحتها الأولى بصورة كاريكاتيرية ملازمة لإسم الصحيفة تمثل صورة كناس بمكنسته وكتب تحتها (من لم يمت بالسيف مات بضرب المكنسة تنوعت الأسباب والموت واحد)، وقد إنصبّ نقد كناس الشوارع على شؤون الحياة المختلفة التي أدت الى تأخر العراق، وركزت على إنتقاد مسألة نظافة الشوارع وإنارتها وتعبيدها وكشف المتلاعبين بقوت الشعب.

جريدة حزبوز: جريدة أسبوعية ساخرة صدرت في بغداد بتاريخ ١/٩/١٩٣٠م، لصاحبها نوري ثابت الذي كتب في إفتتاحية عددها الأول مقالة طويلة حافلة بالنكات والتلميحات السياسية وبالإشارات الى زعماء البلاد واحزابها، ونورد بعضاً مما قاله فيها: "إن هذه الصحيفة فكاوية، أدبية، فنية بحتة (على طول الخط) لا علاقة لها (توبة أستغفر الله العظيم) بالسياسة والاحزاب إطلاقاً"، وقد نالت هذه الجريدة رواجاً واسعاً في العراق، وكان لها تأثير كبير في شتى الأوساط ومقروءة من طبقات الشعب المختلفة، وكان نوري ثابت الذي يعد رائد الصحافة الساخرة في العراق، كاتباً صحفياً خفيف الظل ويمتلك أسلوباً محبب

للنفوس فحاز محبة الناس، واستمرت حزبوز بالصدور لغاية العام ١٩٣٨م بعدما داهمت المنية نوري ثابت عن عمر ناهز ٥٦ سنة^(١٢).

رابعاً: أنواع السخرية:

١- السخرية الاجتماعية: إن اضطراب الموازين في المجتمعات وفقدان العدالة الاجتماعية، كلها أمور تدعو المفكرين والشعراء إلى النقد الاجتماعي الصريح، فضلاً عن أن تدهور الحياة الاقتصادية وتردي واقع المؤسسات الادارية وما يرافقه من شيوع الإنحراف الأخلاقي يؤدي الى ظهور السخرية الاجتماعية، في محاولة لإصلاح الأوضاع الشاذة والفاصلة والمتردية في المجتمع، فالسخرية الاجتماعية رسالة أخلاقية و إصلاحية، وينطوي تحت هذا النوع فن الشكوى، ونراه في النقد الاجتماعي والشعر الفكاهي وتكون موضوعاتها إنتقاد صفات سيئة في ذات المجتمع أو الإنسان مثل البخل وغيره، أو إنتقاد فئات إجتماعية معينة مثل المرأة والتجار^(١٣).

ويكتسب خطاب السخرية تأثيراً مهماً ويؤدي دوراً فاعلاً في السياق الاجتماعي إذا تم ممارستها بكثافة في الفضاء العام وتم تداوله بين الجمهور العام.

٢- السخرية الثقافية: يرتبط الواقع الثقافي ارتباطاً وثيقاً بالواقع السياسي، فاختلاف الأنظمة السياسية يؤدي الى الخواء الثقافي وانتشار الإرهاب الفكري والقمع السياسي وما يصاحب ذلك من تخلف وتراجع في دور الثقافة في حياة المجتمع فتصبح موضوعات للسخرية^(١٤).

٣- السخرية السياسية: كانت السخرية من الفنون القديمة التي وجدت مع وجود الإنسان، وهي بمثابة السلاح الذي يدافع به الفرد عن حقوقه، ومنتفساً له عن آلامه وجراحه نتيجة الأوضاع السياسية المتردية جراء إستبداد الحكام وطمعهم وصراع السياسيين على السلطة والحكم، الأمر الذي أدى الى فوضى سياسية وكوارث عديدة حلت على البشرية، لذلك نجد أن الجزء الأكبر

من السخرية اللاذعة يتحرك في داخل هذا الأفق، فتحوّلت السخرية الى سلاح لا يمكن لأحد أن ينزعه أو يستولي عليه^(١٥)، وقد لاحظ الباحث أن أغلب البرامج والمضامين الساخرة يطغى عليها السخرية السياسية، ولذلك سنتناولها بشكل أوسع من سائر انواع السخرية.

حيث يرتبط وجود السخرية السياسية بوجود المناورات السياسية في أنظمة الحكم، وتفشي الظلم السياسي والإجتماعي، وهناك علاقة طردية بين السخرية والقهر السياسي، فهي تكثر وتزداد وتتنوع في عهود الظلم والطغيان والديكتاتورية، وتتناقص وتختفي في عهود العدل والمساواة، فهي تهدف الى تقويم المجتمع وتطويره عن طريق النقد الساخر الذي يثير الضحك والابتسام لفضح الرذائل السياسية وتعريتها، ويرى البعض أن السخرية السياسية أداة تعمل على إيقاظ الجمهور وتوعيته للإنخراط والمشاركة في العملية السياسية، فضلاً عن إسهامها في كشف الفساد ورصد الأخطاء التي يرتكبها السياسيون والمسؤولون في الدولة مما يساعد على تحسين الأداء الحكومي، ويمكن لرسالة ساخرة واحدة أن تؤثر في اتخاذ موقف سياسي^(١٦).

وقد إختلف الباحثون في نظرتهم للسخرية وفيما إذا كانت تدعم الوضع القائم أم أنها تقاوم القهر السياسي والفساد، فالسخرية بتراكمها الكمي تؤدي الى ظهور الفعل الكيفي أو النوعي، الا وهو المقاومة ثم تتحول فعاليات ومظاهر المقاومة بتراكمها الكمي الى الفعل المفارق النوعي، الا وهو الثورة، وهذا على خلفية من الترددي المجتمعي في كل المجالات^(١٧).

خامساً: أساليب السخرية:

١- التلاعب بالألفاظ والمعاني Pun: يعتمد هذا الاسلوب على الإشتراك المعنوي في اللفظ الواحد أو على الجناس والطباق، وهو ظاهرة تمثل نوعاً من المهارات في استخدام اللغة ومن أمثلته التورية والكناية والتعريض والقلب والمفارقة^(١٨).

- ٢- **المفارقة أو التهكم Irony**: وهي أسلوب بلاغي يدل على وجود تعارض أو عدم الإنسجام بين ما يقوله الشخص وبين ما يقصده أو ما يفهم بشكل عام، وتدل المفارقة على التناقض بين فهم الواقع أو توقع بعض أحداثه وبين الواقع الفعلي أو ما يحدث في الحقيقة، وكذلك حين يكون هناك تضاد بين الحقائق المنطوقة والحقائق المدركة، وتعد السخرية مثلاً جلياً على المفارقة اللفظية^(١٩).
- ٣- **المحاكاة الساخرة Parody**: ويقصد بها التقليد الضاحك أو الأسلوب الذي يتخذه الكاتب أو الممثل للإستهزاء والسخرية عن طريق استخدام العمل أو الالفاظ الأصلية لكاتب ما أو عمل فني آخر لإثارة الضحك والفكاهة، بدون نية السخرية أو حتى التعليق على ذلك العمل أو الكاتب، والتقليد الضاحك هو ليس محاكاة نقدية على حساب النص المقلد بل يمكنه أن يكون عملاً إبداعياً بحد ذاته^(٢٠).
- ٤- **المبالغة Hyperbole**: وهي إحدى الأساليب البلاغية التي تستهدف إثارة مشاعر قوية أو خلق انطباع قوي حيال شيء معين، ومن النادر أن تعني حرفياً الالفاظ المستخدمة، ولذلك هي تستخدم بصورة واسعة في السخرية، ومن عبارات المبالغة مثلاً (هذا الكتاب وزنه طناً) كناية عن وزنه الثقيل، أو (يمكن أن أنام لمدة مائة عام) كناية عن تعب المتكلم.
- ٥- **المضاهاة والمقارنة Analogy**: إحدى الأساليب البلاغية التي تستعمل في عملية الشرح والتفسير وعملية المحاججة، من خلال مقارنة شيئين أو مفهومين مختلفين، مثل مقارنة جهاز الحاسوب بالجهاز العصبي للكائنات الحية، ويستخدم هذا الأسلوب أحياناً في السخرية عن طريق عقد مقارنات بين أشياء تبدو بعيدة عن بعضها، وينتج هذا الاسلوب من المفارقة ويكّله.
- ٦- **التساؤل الساخر Rhetorical Question**: وهو اسلوب يستخدم التساؤل بهدف إقناعي دون توقع رداً على هذا التساؤل ويدفع المستمع الى التأمل في

الإجابة الضمنية، فعندما يتسائل شخص (الى أي مدى يجب أن نتحمل هذه المظالم؟) يصبح التساؤل هنا أداة بيد المتحدث حتى يؤكد شيئاً معيناً أو ينفيه مثل التمرد أو رفض الخنوع أو لكي يسخر من شخص أو فكرة معينة. ويكون المعنى البلاغي للتساؤل هو الإستنكار^(٢١).

٧- **العَبَث Absurd**: وهو أسلوب فكاهي يرتبط بلاغياً بالكتابات السريالية ويعتمد على تركيب الجمل الغريب والمواقف العبثية التي لا يكون لها أي معنى، ويعد عنصراً مهماً من عناصر الفكاهة العبثية أو السريالية التي تفقد الى المنطق، وفيه تتابع عبارات الكاتب واحدة تلو الأخرى دون نتيجة منطقية يمكن استخلاصها من ذلك، ويشيع استخدام السخرية العبثية في المسرح والسينما والعروض الفكاهية في التلفزيون حتى أصبحت عنصراً هاماً في الثقافة الجماهيرية في الغرب^(٢٢).

٨- **التصوير المبالغ فيه Caricature**: ويشير الكاريكاتير الى اسلوب المبالغة الهادف الى إحداث تأثير هزلي أو ساخر يتعلق بصفة محددة من صفات الإنسان المستهدف بالسخرية، ويقصد منه تحقيق تأثير مضحك أو استهزائي ويظهر هذا الاسلوب عادة في الرسوم أكثر من الكتابة ويتم في هذا الاسلوب وضع الشخص في صورة مضحكة بحيث يبالغ الساخر في تضخيم عيب المسخور منه حتى يجعله لا يُعرف الا بهذا العيب الذي جسده الساخر وزاد من حجمه مثل ضخامة الجسم أو نحافته أو ملامح الوجه ولا سيما الأنف.

سادساً: وظائف السخرية:

تتعدد وظائف السخرية بحسب الغايات والأهداف التي يسعى لتحقيقها الشخص الساخر، والحالة النفسية التي يكونون عليها، ويمكننا القول إن هناك وظيفتين رئيسيتين للسخرية بالرغم من تعدد الوظائف التي تقوم بها، وهاتان الوظيفتان إحداهما الوظيفة الاجتماعية والأخرى الوظيفة النفسية.

ومن الملاحظ على السخرية نزعتها الإنتقادية، فهي تحاول تسليط الضوء على كل ما تعج به الحياة من أمور سلبية من خلال مراقبة ما يجري في الواقع وتناوله بالنقد بهدف الإصلاح والتقويم، وتعمل السخرية أيضاً على بث الوعي في النفوس، وهنا تتمثل الوظيفة الإجتماعية السامية للسخرية والدور المهم للشخص الساخر الذي يؤدي رسالته في الحياة، وغالباً ما تكون هذه الرسالة حضارية ومشرفة وشاققة في الوقت ذاته، فهو يقوم بعرض صورة متكاملة للواقع ويقاوم النقص والسلبات الموجودة فيه، ويسعى الى محاربة الإنحراف وتقويمه لأنه رقيق الحس وعميق الإدراك ومعتز بمجمعه الذي ينتمي إليه، ومحب للإنسانية التي يمنحها كل إهتمامه^(٢٣).

وتقوم السخرية بوظيفة تنبيه الإنسان الى حقه الضائع من خلال طريقة ذكية وخفية بإثارة مشاعره وتحفيزه على إسترداد الحقوق المستلبة منه بكل حماسة وبمختلف الوسائل، بالإضافة الى ذلك فهي تؤدي وظيفة تربية في غاية الأهمية ألا وهي مساعدة الفرد على تثقيف نفسه وتنمية قدراته في توخي المنطق السليم، ومن الناحية النفسية فإنها تؤدي دوراً صحياً لا نجد له نظير، فمن خلالها يستطيع الفرد الهروب ولو بشكل مؤقت من بعض مشاغل الحياة والهموم والآلام، فهي تربي النفوس على مقارعة الحاضر والإستعداد للمستقبل بعد شحنها بطاقة جديدة من شأنها أن تعيد الثقة بالنفس وترفع المعنويات لدى الشخص الساخر ومناصره^(٢٤).

سابعاً: دوافع السخرية:

هناك العديد من الدوافع والأسباب التي تدفع الكاتب أو الأديب أو الأفراد والجماعات إلى اللجوء لإسلوب السخرية بهدف توجيه النقد لإصلاح والعيوب وتصحيح الأخطاء أو المطالبة بالحقوق أو التعبير عن الغضب والرفض تجاه ظاهرة ما أو موقف معين، ومن هذه الدوافع ما يأتي:

١. **المشكلات الإجتماعية:** تعد المشكلات الإجتماعية من أبرز مصادر النقد الإجتماعي الذي يجري على ألسنة الأشخاص والكتاب الساخرين في من خلال توجيه النقد بهدف معالجة ظاهر سيئة في المجتمع مثل البطالة وتدني القيم الأخلاقية وتفكك العلاقات الإجتماعية، فيكون للسخرية دور كبير في تصوير هذه الأمور والتعبير عنها بصورة صادقة في أغلب الأحيان.
٢. **المشكلات السياسية:** إن التعبير عن آلام الناس ومعاناتهم ومقاومة تردي الأوضاع السياسية ومعالجتها عن طريق السخرية مائل للعيان من خلال النكتة السياسية والكاريكاتير والبرامج الساخرة والمسرح السياسي الهازل والمقالات الصحفية الساخرة وما شابه، لا تعبر عن مشاعر الناس فحسب وإنما تعبر عن ما يجيش في صدورهم ومكنوناتهم الداخلية تجاه مواقف سياسية معينة والتي يعدها السياسيون ضغطاً سياسياً عليهم، وبهذا فإن النكتة السياسية والمسرحية السياسية الهازلة على سبيل المثال، لا تهدف الى الإضحاك فقط وإنما الى جانب ذلك هي جزء من الموقف السياسي والرؤية السياسية للأفراد والجماعات وأنها تؤثر على القرار السياسي في الكثير من الأحيان لأنها تتخذ من الضحك والإستهزاء وسيلة للنقد السياسي اللاذع والقائم على رؤية عميقة للأحداث السياسية^(٢٥).
٣. **الانتقام:** إن الشعور بالحيف والظلم هو أحد أسباب السخرية التي تجعل الشاعر أو الكاتب يسخر من عيوب المجتمع ونقائصه حينما تتعدم العدالة ويعم الإضطراب فيسود فانون الغاب وتتعدم القيم وتصبح الغلبة للإشراار مما يؤدي الى الفساد، وإذا أخفق الخص في الوصول الى هدفه وغايته في هكذا مجتمع نمت في نفسه الأحقاد والرغبة في الإنتقام، والتي يحققها من خلال السخرية اللاذعة في بعض الأحيان.

٤. القيود الإجتماعية: تكون السخرية في كثير من الاوقات طريقة آمنة للتعبير عن الأفكار المرتبطة برفض القيود الإجتماعية والعادات والتقاليد التي يريح الشخص تحت وطأتها، فيلجأ الى السخرية والفكاهة للتعبير عن سلوكه النفسي ورفضه للقيود الإجتماعية وتصريف طاقته وتخفيف آلامه المتركمة^(٢٦).
٥. تخفيف الآلام عن النفس: تمتلئ النفس البشرية بالألم والأسى والهموم التي لا يستطيع أن يظهرها الإنسان لإسباب معينة، فيقع بين عامل الثورة والإنفجار بهذه الهموم وعامل يمنعه مراعاة لعوامل عديدة، فيقوده العقل المدبر والفكر السليم الى التنفيس عن ما يحتبسه من هموم وأعباء، عن طريق التصريح دون التعرض لعقاب، فتكون السخرية هي الحل الذي ينشد فيه راحته ويعالج آلامه ووجدانه، كما إن السخرية منهج الأقوياء^(٢٧).

ثامنا: السخرية في وسائل الإعلام بالمجتمع العراقي:

مثلت السخرية بأشكالها المتعددة وسيلة تواصلية وإعلامية وأداة للتعبير، مما جعلها قوة إعلامية مؤثرة لا غنى عنها في حياتنا اليومية سياسياً واجتماعياً، ومن خلال دراسة توظيف السخرية في وسائل الإعلام نجد أن وظيفة الإخبار إحتلت المرتبة الثانية في الإعلام الساخر و أن الرأي احتل المرتبة الأولى والأهم فيها، مثلما هو الحال في مقالات الرأي والأعمدة الصحفية الساخرة والرسوم الكاريكاتيرية والبرامج التلفزيونية الساخرة في القنوات الفضائية ومواقع الإنترنت المخصصة للفكاهة والضحك.

وأصبح الخطاب الإعلامي الساخر منذ ظهوره يعمل على كسر التابوهات السياسية التي ظلت تسيطر على يوميات المواطنين، إذ يحظى الإعلام الساخر بمكانة خاصة مقارنة ببقية الأنواع الإعلامية الأخرى، ويتمتع بجماهيريّة واسعة نظراً لما يحمله من مضامين سياسية واجتماعية ونفسية تثير الضحك والنقد والتحريض، فهو يحمل في ثناياه أفكار وتصورات ومحرضات وقيم وأنماط سلوك

نجدها في مجتمعاتنا ربما تعارض توجهات ومفاهيم السلطة، كما تكمن قدرته في التأثير على الجماهير تأثيراً غير مباشر، ويعد هذا الأسلوب من الأساليب الناجحة في التأثير وذلك لأن التوجيه والوعظ المباشر قد يأتي بنتائج عكسية، فضلاً عن إن البرامج التلفزيونية الساخرة على سبيل المثال، تمتلك أدوات إبهار وعناصر جذب، في تقرب من هموم الجماهير وتمس جوهر مشكلاتهم لدمجها بين الصورة والصوت، كما إن الإعلام الساخر يركز بشكل كبير على إثارة انتباه المتلقي عن طريق الإنتقاء المقصود في تبيان مظاهر المضمون الأكثر إستثارة بالتركيز والإهتمام من وجهة نظر القائمين على المضامين الساخرة والتي تعمل على نقد الأوضاع والأداء الحكومي والسياسي والأوضاع الإجتماعية بشكل ساخر ولإذع، حيث تتمثل وظيفة الإعلام الساخر في الرقابة وفضح مختلف مظاهر الفساد^(٢٨).

وشهدت البرامج الساخرة في العراق ازدهارا مضطرباً في السنوات الاخيرة، سواء على صعيد مواقع التواصل الإجتماعي أم على صعيد الفضائيات، ويرى بعض المتابعين ان برنامج "باسم يوسف" كان له دور أساس في تشجيع ظهور هذه البرامج في العراق، وقد ظهرت في هذا الصدد أعمال ذات أساليب مختلفة لكنها تتشابه من حيث توظيفها للسخرية لنقد الواقع السياسي والاجتماعي العراقي، ومن هذه البرامج: "ستاند أب كوميدي" لأحمد وحيد وبرنامج "قف للتحشيش" مع محمد قاسم، لكن أشهرها حالياً برنامجان هما: "البشير شو" و"ولاية بطيخ"^(٢٩).

برنامج البشير شو^(٣٠): هو برنامج عراقي سياسي ساخر يقدمه الإعلامي أحمد البشير، ويخرج البرنامج عن التقاليد السائدة في البرامج التلفزيونية، ويتناول المشاكل اليومية العراقية وينتقد كل ما هو سلبي بنكهة فكاهية هزلية وجريئة ويعرض إسبوعياً في كل يوم جمعة على مدى ساعة كاملة، اعتمد البرنامج الذي يذاع عبر التلفزيون العراقي علي انشاء قناة عبر موقع اليوتيوب يقدم من خلالها المحتوى الذي يقوم بتقديمه عبر برنامجه التلفزيوني.

ويعمل على إعداد البرنامج إلى جانب مقدمه أحمد البشير فريق يضم مجموعة من الشباب العراقيين، ويعتبر من أكبر وأشهر البرامج العراقية الساخرة مشاهدة على اليوتيوب. بثت أول حلقة لبرنامج البشير سنة ٢٠١٤م بعنوان "دجاج طائفي" ووصل عدد مشاهداتها الى ١.٢٥ مليون مشاهدة، وقد نجح البرنامج في استقطاب أكثر من ١٨ مليون مشاهد حتى اليوم، وعمل أحمد البشير مراسلاً صحفياً لعدد من القنوات الفضائية العراقية. وقد نجا بأعجوبة عام ٢٠١١ من تفجير انتحاري حين كان يغطي مهرجاناً شعرياً في مدينة الرمادي (١٠٠ كم غرب بغداد) وراح ضحية الانفجار سبعة من زملائه، وتلقى أحمد البشير بسبب برنامجه وسخريته اللاذعة العديد من التهديدات بالقتل حال عودته الى العراق.

برنامج ولاية بطيخ: هو برنامج عراقي كوميدي ساخر، يتناول القضايا والشؤون السياسية و الاجتماعية والإقتصادية في المجتمع العراقي طريقة كوميدية هزلية، ويعد البرنامج نوع من برامج الكوميديا السوداء، وهو من إعداد وتقديم واخراج علي فاضل ويشترك معه مجموعة من الممثلين الشباب، ويعرض إسبوعياً على قناة دجلة الفضائية^(٣١)، ويقول مقدمه علي فاضل ان "فكرة تقديم برنامج سياسي كوميدي ساخر بدأت عام ٢٠١٤، حيث قدمت اربع حلقات من برنامج ساخر كان اسمه (سخاطة)، وفي البداية كانت القناة متخوفة من خطورة الطرح فتوقف البرنامج، ولكن بعد ظهور برنامج البشير شو عادت الفكرة لتتضح في اطار جديد مختلف ومغاير، فقدمنا برنامج ولاية بطيخ وهو ايضا اعتمد علي انشاء قناة عبر موقع اليوتيوب يقدم من خلالها المحتوى الذي يقوم بتقديمه عبر برنامجه التلفزيوني^(٣٢).

تاسعاً: السخرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في العراق:

ظهرت في السنوات القليلة الماضية بشكل سريع وملفت للانتباه مجتمعات السخرية الإلكترونية على شبكة الإنترنت، لا سيما على مواقع التواصل

الاجتماعي، حيث تزايد بشكل ملحوظ عدد متابعيها في كثير من دول إقليم الشرق الأوسط، وهي عبارة عن صفحات تقوم بالاعتماد على نمط السخرية في نقد الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية، ليس فقط تجاه أنظمة الحكم لعدم نجاح بعضها، وإنما أيضاً تجاه النخب والقوى السياسية المعارضة لعدم قدرتها على توفير بدائل جادة قابلة للتطبيق لما تقدمه الحكومات من برامج وسياسات لمواجهة المشكلات الخاصة بتداعيات ما بعد الثورات التي حدثت في البلدان العربية. وتأخذ المواد المنشورة فيها عدة صور، من أبرزها رسومات الكاريكاتير، والصور المركبة المعلق عليها، والنكات السياسية، ومقاطع الفيديو الساخرة من تصريحات بعض المسؤولين والشخصيات العامة والأحداث الجارية^(٣٣).

وما زال الإهتمام بالمضامين الساخرة يتصاعد على شبكة الإنترنت، وذلك يعود الى أن الجمهور الفعال والنشط أصبح يمثل فارقاً واضحاً بين وسائل الإعلام الجديد ووسائل الإعلام التقليدية، إذ يتميز مستخدمي مواقع الإنترنت بأنهم فعّالين وإيجابيين في اختيارهم للمواد الإعلامية والرسائل التي تتماشى مع توجهاتهم، وتعبّر عن ذاتهم، وتعمل لصالحهم بما في ذلك المواد الساخرة، بالإضافة الى أن رسائل السخرية الغامضة تكون مفضلة أكثر من غيرها عند جمهور الإنترنت^(٣٤).

ولجأ العراقيون اليوم إلى سلاح السخرية والنقد اللاذع والنكتة ضد الطبقة السياسية المهيمنة على المشهد، وأصبح هناك نخب ثقافية وفنية شبابية تؤدي مهرجاناً عالي النبرة في مواجهة السياسيين ودعاياتهم الانتخابية، عبر العديد من الوسائل الإعلامية كالبرامج التلفزيونية الساخرة التي ارتفعت شعبيتها في العراق، والأكثر قوة تلك التي تبث من خارج العراق خوفاً من الملاحقة، أو الكاريكاتير الغنائي الساخر أو الصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدم أشكال متعددة للسخرية.

وليس السخرية والاستهزاء اللاذع وحدهما في ميدان المواجهة الساخرة للأوضاع السياسية القائمة والأحداث الجارية في العراق، بل تكثر النكتة كذلك بين العراقيين، وقد يمتزج فيها ما يسمى عند أهل جنوب العراق "الحسجة" وهي القصة الرمزية، فالعراقيون موصوفون بحبهم وحفظهم للنكتة والدعابة اللغوية خلال المجالس، والآن عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

عاشراً: مقاطع الفيديو الساخرة:

- **مقطع الفيديو Video Clip:** عبارة عن حلقات قصيرة من مواد الفيديو المسجلة أو صور متحركة تنقل المعلومات بصرياً، ويعتبر الفيديو من الوسائط المتعددة التي تدمج ما بين الصورة والصوت ويتم تسجيله عن طريق كاميرا الفيديو. وأصبح هذا المصطلح أكثر انتشاراً بسبب استخدام مقاطع الفيديو عبر الإنترنت^(٣٥).
 - **مواقع مشاركة مقاطع الفيديو:** أوجدت ثورة تكنولوجيا الإنترنت والشبكات الاجتماعية في الألفية الثالثة ممارسات وتطبيقات جديدة، إنتشرت بسرعة كبيرة لتصبح ظواهر إتصالية وإعلامية لا يمكن إنكارها في نقل ومشاركة مقاطع الفيديو الإنترنت Internet Video Clips، التي توفرها مواقع مشاركة الفيديو على شبكة الإنترنت، وهي من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية، التي يتم من خلالها يومياً تحميل الملايين من مقاطع بمختلف موضوعاتها، ويعد موقع يوتيوب YouTube النموذج الأكثر شهرة بين مواقع مشاركة الفيديو، وهو موقع مميز من بين مجموعة كبيرة من المواقع الشبيهة التي تعتمد على نشر مقاطع الفيديو مثل Live Leak , Metacafe Daily , Yahoo Video، وغيرها من المواقع، ولكنها لا تصل الى الحجم الهائل الذي يتم تحميله على موقع يوتيوب من مشاركات مقاطع الفيديو^(٣٦).
- وأدت الشعبية المتزايدة لموقع يوتيوب الى تكريسه كمنصة لمؤسسات اعلامية كبرى ومنبراً للإعلانات الترويجية، إذ يؤسس الموقع لمفهوم إتصالي يطلق عليه

ترويج مقاطع الفيديو بصفقات تبادل وتوزيع عبر الانترنت، حيث تقوم المؤسسات الإعلامية بعرض برامج في الموقع تتضمن أخباراً ومقاطع فيديو موسيقية ورياضية وترفيهية وغيرها من البرامج.

عوامل نجاح البرامج علي اليوتيوب عن التلفزيون:

حين نجد أن التلفزيون اليوم غير قادر على مخاطبة الاهتمامات الخاصة التي تهم مجموعة صغيرة من الجمهور، والمعلن غير قادر على دعمها، بينما تتاح هذه الخصائص على "اليوتيوب" وفي حين نري ظاهرة نجاح البرامج على "يوتيوب"، وتحققها أرقام مشاهدة هائلة، وهي أرقام موثقة، كما أنه لم يمكن القول أن هذه الفيديوهات تحقق أرباحاً إعلانية مميزة مقارنة بشركات الإنتاج التقليدية الأخرى، وهو نجاح تجاري هائل^(٣٧).

لذلك لا بد أن نعرف السر الذي جعل هذه الفيديوهات تستولي على اهتمام ومتابعة ملايين المشاهدين رغم صنعها الإنتاجية المتواضعة، ورغم أن قنوات التلفزيون "تتطاحن" فيما بينها في السنوات العشر الأخيرة لإنتاج أعمال كوميدية كلفت مئات الملايين في مجموعها، وهذا لا يشمل ميزانيات التسويق التي عملت لجذب المشاهد لها^(٣٨).

فمعرفة نقاط قوة الإعلام الرقمي الجديد تسمح لنا بالتفكير والاستفادة منها بأفضل شكل ممكن، حتى يستمر الأداء المميز ولا نسمح للنجاح المفاجئ أن يخلق نسخاً مكررة من الأعمال تؤثر على ذلك النجاح بشكل سلبي^(٣٩).

هناك أربعة عوامل لنجاح برامج "اليوتيوب الساخرة".

العامل الأول هو "التلاؤم" Relevance:-

التلاؤم هو ببساطة مدى القرب من الجمهور وثقافته. مشكلة عملية الإنتاج التلفزيوني أنها تستهلك دورة عمل طويلة تصل إلى تسعة أشهر من الفكرة وحتى انتهاء الإنتاج، وبيروقراطية الشركات التلفزيونية ودورة عمل الإنتاج لم تستطع

تقليل هذه الفترة، وهذا يسبب ابتعاد الأعمال التلفزيونية عن واقع الاحداث وعن الاحداث اليومية والتي تتغير بسرعة خرافية، وفقدان قدرته على التعليق على الأحداث اليومية^(٤٠). في دول كثيرة أدركت قنوات التلفزيون هذه المشكلة فركزت على ما يسمى بالبرامج الحوارية الحية Talk Shows والاستثمار فيها بشكل واسع منذ أكثر من ٥ عقود زمنية، بينما المحاولات العربية ظلت هزيلة، حيث إن التلاؤم يظهر بشكل أوضح في البرامج الترفيهية والكوميديا بينما يقل وضوحه في أنواع البرامج الإخبارية والسياسية الأخرى

العامل الثاني: فئات الجمهور:-

التلفزيون مضطر لكسب أكبر قدر من فئات الجمهور، حتى يستطيع كسب المعلن، وهذا يعني التخلي عن مخاطبة الجمهور المحلي جدا والضيق، وهذا مرة أخرى يقلل من التلاؤم، ويعطي ميزة كبيرة لبرامج "يوتيوب" على أنواعها، لأنه عندما نتكلم عن الاهتمامات الخاصة والتي تهتم مجموعة صغيرة من الجمهور؛ تجد التلفزيون غير قادر على مخاطبتها، والمعلن غير قادر على دعمها، بينما على "يوتيوب" يمكن ذلك بالتأكيد، ويمكن الحصول على المعلن (لأن التكلفة منخفضة)، ويفترض نظريا أن تلك الطريقة تجذب المعلنين لأنه في خطط التسويق؛ تجد الشركات صعوبة في الوصول لنوعيات الجمهور المتخصصة، وهذه الميزة هي من أكبر عوامل النمو السريع للإعلان الرقمي الجديد، وهي أيضا ميزة لم تستغلها إنتاج الـ"يوتيوب" العراقية بعد بما يكفي^(٤١).

العامل الثالث: المشاهدة حسب الطلب:-

حيث أنه تغيرت اذواق الجماهير في أنحاء العالم، وصار انتظار جدول تلفزيوني معين لمشاهدة برنامج أو مسلسل أمرا أقل قبولا، وبالتالي صار التلفزيون أمرا لشغل وقت الفراغ عبر تقليب القنوات أو مهما لمتابعة الأحداث الحية (الأخبار، المباريات الرياضية، البرامج الضخمة)، بينما استطاع "يوتيوب" وكافة

أشكال المشاهدة حسب الطلب على "الموبايل" والإنترنت أن يصبح الأكثر تفضيلاً، واحد أهم أسباب سرعة هذا النجاح بشكل غير متوقع سابقاً هو الشبكات الاجتماعية، حيث أصبح تناقل فيديو بين الناس أمراً شائعاً، وهناك أدلة موثقة على جاذبية خرافية لتناقل ملفات الفيديو، وهذا يخدم فقط المشاهدة حسب الطلب^(٤٢). هناك أيضاً كما هو معروف الانتشار السريع لأجهزة "الموبايل" الذكية وخاصة في دول الخليج واستخدامها في مشاهدة برامج "يوتيوب" (٧٦% من مشاهدات "يوتيوب" في العراق تتم عبر الأجهزة الذكية).

العامل الرابع: قصر المادة لمقاطع الفيديو على مواقع التواصل

الاجتماعي يوتيوب

مع انتشار وتزايد استخدام مقاطع الفيديو برزت ظاهرة الإنتاج الإعلامي الترفيهي القصير أو اللحظي وهو ما يمكن أن يكون مؤشراً لاعادة التفكير في المدى الزمني الذي تستغرقه المسلسلات والتقارير التلفزيونية، حيث أن الاتجاه العالمي هو الاتجاه للمادة القصيرة، وهذه معاناة خاصة للشبكات التلفزيونية والتي بنت نفسها بنمط تقليدي جداً من حيث جدولة البرامج وبيع الإعلانات ورصد عدد المشاهدين، بحيث يصبح تقليل طول المادة التلفزيونية إلى ١٠ دقائق مشكلة وذات أثر سلبي مالياً على القنوات^(٤٣).

الخصائص الإعلامية لمواقع الفيديو:-

١- النقل الفوري للأحداث ولأخبار بصورة تلفزيونية: عمل موقع اليوتيوب علي متابعة التطورات التي تطرأ علي الساحة والمجتمع مما جعلها تنافس الوسائل الإعلامية الأخرى مثل التلفزيون بل أن الفيديو بات " ينافس التلفزيون في عنصر الفورية الذي احتكره، وبدأ سبق حتى القنوات الفضائية التي تبث الاخبار في مواعيد ثابتة، فيما يجري نشر بعض الاخبار في الصحف الالكترونية بعد أقل من ٣٠ ثانية من وقوع الحدث ٢٤^(٤٤).

٢- **مقاطع الفيديو في مواقع مشاركة الفيديو اليوتيوب تتميز باختراق الحدود:**
من أهم السمات الإعلامية لموقع اليوتيوب قدرته علي اختراق الحدود والرقابة وبشكل فوري، ورخيص التكاليف، وذلك عبر الانترنت، وبذلك فإن هناك الكثير من الاحداث في كثير من البلدان المغمورة بات بمقدور المواطنين تغطيتها وبثها الي العالم اجمع بحيث اصبح يعتمد عليها كبريات الصحف ووكالات الانباء وبثها علي شاشات التلفزيون ومواكبة الاحداث المستمرة وتسليط الضوء عليها، وذلك لاحتوائها علي نوعية جيدة من المضامين^(٤٥).

٣- **التمويل الاعلاني** حيث اتجهت الكثير من الشركات الإنتاجية والكثير من المعلنين الي البرامج علي اختلاف أنواعها علي اليوتيوب وذلك لما تتمتع به هذه الوسيلة من اقبال علي نطاق واسع من جميع الشرائح الاجتماعية وجميع الفئات العمرية ولجوء الكثير من الشركات العالمية الي تخصيص إعلانات عن منتجاتها فقط علي اليوتيوب لجوء معظم القنوات التلفزيونية التي تربط بثها علي موقع اليوتيوب إلى التمويل من خلال هذه الاعلانات، وقد أصبح الاعلان المتكرر على كل فيديو المسمى هو مصدر الدخل الرئيسي لهذه القنوات^(٤٦).

٤- **توفير احصائيات دقيقة:** توفر تقنية فيديوهات الاخبار علي اليوتيوب إمكانية الحصول على احصاءات دقيقة عن زوار مواقع التلفزيون، وتوفر للقناة مؤشرات عن اعداد مشاهديها وبعض المعلومات عنهم كما تمكنها من التواصل معهم بشكل مستمر^(٤٧).

٥- **تقنية رجع الصدي الفوري:** منحت تقنيات فيديوهات اليوتيوب عملية رجع الصدى (Feed Back) أمكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من قبل بوسائل الاعلام التقليدية، وخصوصاً بالنسبة للتلفزيون، وبات الحديث ممكناً عن تفاعل بين الفناه والمشاهد بعد أن ظلت العلاقة محدودة وهامشية طيلة عمر

التلفزيون التقليدي. ويمكن أن يجد مشاهد قناة البرامج الاخبارية علي اليوتيوب خدمة الطلب من القارئ أن يبدي رأياً حول الموضوع أو يكتب تعليقاً عليه وفي حالة قيام المستخدم بذلك سيظهر تعليقه فوراً على موقع القناة حيث يصبح بإمكان المستخدمين في أي مكان الاطلاع عليه، وتشمل هذه الامكانية بطبيعة الحال رسائل القراء التي تنشر فوراً تحت كل فيديو يتم نشره من قبل القناة علي اليوتيوب^(٤٨).

٦- **خدمة الأرشيف الالكتروني:** توفر خدمة القناة علي اليوتيوب ونشر الفيديوهات فرصة حفظ أرشيف الكتروني سهل الاسترجاع غزير المادة، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن ينقب عن تفاصيل حدث ما أو يعود الى فيديوهات قديمة بسرعة قياسية بمجرد أن يذكر أسم الموضوع الذي يريد ليقوم باحث الكتروني بتزويده خلال ثواني بقائمة تتضمن كل ما نشر حول هذا الموضوع في الموقع المعين، في فترة معينة^(٤٩).

تأثير مقاطع الفيديو الساخرة على الشباب العراقي:

أكدت الدراسات الحديثة التي أجريت لبحث تأثيرات المواد الساخرة على الشباب أن العرض الساخر يجعل الرسالة تصل بإقرب الطرق الى المتلقي الذي يتعرض للرسالة وبدون تشكيك في مصادرها أو محتواها ويتأثر بها بشكل مباشر، وفي المقابل إذا تم عرضها بجدية يتم التشكيك بها وبمصادرها ايضاً، فعلى سبيل المثال كانت النكتة حاضرة قبل البرامج السياسية الساخرة، حيث كانت النكتة واسعة الإنتشار والتأثير، وكانت رسالة النكتة شديدة التأثير في فئات المجتمع على إختلافها وبالمثل فإن البرامج الساخرة تتمتع بنفس التأثير في المجتمع، لاسيما بين الشباب، وبالإشارة الى استخدام البرامج الساخرة لنموذج الإحتمالات المتضاربة في عرضها للمعلومات لإقناع المشاهدين بقضية معينة، يؤكد المختصون أن هذا النموذج يفترض أن الرسالة الإقناعية تكون على مستويين

مختلفين، أحدهما مستوى مركزي والآخر طرفي وتأخذ عملية الإقناع الأسلوب المركزي ذا التعقيدات والأفكار البسيطة ويستخدم لغة الشارع ويمثل السخرية الناقدة للأحداث^(٥٠).

● النتائج المترتبة علي إنتشار مقاطع الفيديو عبر مواقع التواصل الإجتماعي^(٥١):

- ١- إلغاء الخطوط الفاصلة بين منتجي مقاطع الفيديو من الإعلاميين والمحترفين وبين الجمهور العادي، إذ أصبح بإمكان أي فرد أن يصور مقاطع الفيديو بمختلف الموضوعات ويقوم بتحميلها على مواقع التواصل الإجتماعي ومواقع مشاركة الفيديو بكل سهولة، ونشرها للملايين من الجمهور.
- ٢- أصبحت مقاطع الفيديو في مواقع التواصل الإجتماعي منافساً شرساً للمؤسسات الإعلامية، لأن الجمهور أصبح أقل تقبلاً وربما إقتناعاً بالمحتوى الإخباري والمعلومات المقدمة في المؤسسات الإعلامية المعروفة وكذلك بسبب إمكانية إعادة استخدام المحتوى في وقت عبر مواقع التواصل والتعليق عليه وتوجيه النقد والتفاعل مع ما ينشر.
- ٣- إستخدام مقاطع الفيديو عبر مواقع التواصل الإجتماعي في عملية التسويق السياسي، حيث ينشط استخدام مواقع التواصل الإجتماعي من قبل الأحزاب والسياسيين ضمن حملات الدعاية الانتخابية والتسويق السياسي بهدف كسب التأييد ودعم الجمهور.
- ٤- أصبحت مواقع مشاركة الفيديو مصدراً مهماً للمعلومات لدى شريحة الشباب، وهي تتجاوز بالنسبة لهم أهمية الصحف والتلفزيون.

شواهد ومراجع البحث:

- (¹) آصف دريبياتي، (٢٠١٦)، السخرية في شعر نديم محمد، عمان، الأردن، دار الجنان للنشر والتوزيع، ص ص ٨-٩.
- (²) رباح محمد العويبي، (٢٠١٣)، فن السخرية في أدب الجاحظ، أربد، الأردن، دار الكتاب الثقافي للنشر، ص ص ٣٢-٣٣.
- (³) Patricia Green, 2008, **The Golden Age of Satire: Alexander Pope and Jonathan Swift**, Houston Teachers Institute, p. 60. Available at:<http://www.uh.edu/honors/Programs-Minors/honors-and-the-schools/houston-teachers-institute>.
- (⁴) Oxford Dictionary, www.en.oxforddictionaries.com/definition/satire
- (⁵) شريف درويش اللبان، (٢٠١٤)، الإعلام الساخر ٢: من يعقوب صنوع إلى أحمد رجب وباسم يوسف، المركز العربي للبحوث والدراسات، ٤ مايو، <http://www.acrseg.org/5813>
- (⁶) سعاد سلامي، (٢٠١٥)، السخرية والتهكم في ملصقات عز الدين ميهوبي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ص ٧.
- (⁷) عبد الحلیم حفني، (١٩٩٢)، التصوير الساخر في القرآن الكريم، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ص ١٥.
- (⁸) شمسي واقف زاده، (٢٠١١)، مرجع سابق، ص ١١١.
- (⁹) حسني عبد الجليل يوسف، (٢٠٠١)، الأدب الجاهلي: قضايا وفنون ونصوص، القاهرة، دار المختار للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ص ١٠٧.
- (¹⁰) نزار عبدالله خليل الضمور، (٢٠٠٥)، مرجع سابق، ص ١٩.
- (¹¹) سعد سلمان المشهداني، (٢٠١٣)، تاريخ وسائل الإعلام في العراق: النشأة والتطور، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط ١، ص ص ١٣٤-١٣٥.
- (¹²) هشام جابر، (٢٠٠٩)، النكتة السياسية عند العرب، بيروت، لبنان، الشركة العالمية للكتاب، ط ١، ص ص ١٥٩-١٦٠.

- (١٣) محمد عبد الرحمن الجبوري، (٢٠١١)، السخرية في شعر البردونني، كركوك، العراق، المكتب الجامعي الحديث، ط١، ص٧٧.
- (١٤) محمد عبد الرحمن الجبوري، (٢٠١١)، مرجع سابق، ص ١٤٤.
- (١٥) سعيد أحمد عبد العاطي غراب، (٢٠١٠)، السخرية في الشعر المصري في القرن العشرين، دسوق، مصر، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع، ط ١، ص ١٥٦.
- (١٦) سارة محمود عبد العزيز سلام، (٢٠١٦)، مرجع سابق، ص ص ١١٧-١١٨.
- (١٧) محمد حسام الدين إسماعيل، (٢٠١٤)، ساخرون وثوار، القاهرة، مصر، العربي للنشر والتوزيع، ط ٢، ص ٢٧.
- (١٨) ضياء مصطفى، (٢٠١٤)، السخرية في البرامج التلفزيونية، بغداد، دار ميزوبوتاميا للنشر، الطبعة الاولى، ص ص ١٤٥-١٤٦.
- (19) Elena– Daniela Neacsu, (2011), Political Satire And Political News, **Ph.D**, Graduate School-New Brunswick Rutgers, The State University of New Jersey, USA. P. 82.
- (20) Margaret A. Rose, (2000), Parody: Ancient and Postmodern, Cambridge Press, London, Digital printing, p. 18.
- (٢١) محمد حسام الدين إسماعيل، (٢٠١٤)، مرجع سابق، ص ٣١.
- (22) Richard J. Alexander, (1997), Aspects of Verbal Humor in English, Gunter Narr Verlag Tubingen Inc., Germany, p.p. 121.
- (٢٣) محمد بن قاسم ناصر بوحجام، (٢٠٠٤)، السخرية في الأدب الجزائري الحديث ١٩٢٥-١٩٦٢، الجزائر، جمعية التراث، ص ٣٢.
- (٢٤) محمد ناصر بوحجام، (٢٠٠٤)، المرجع السابق نفسه، ص ٣٣.
- (٢٥) ضياء مصطفى، (٢٠١٤)، مرجع سابق، ص ١٤٣.
- (٢٦) آصف دريبياتي، (٢٠١٦)، مرجع سابق، ص ٢٠.
- (٢٧) نشأت محمود العناني، (١٩٧٤)، فن السخرية في أدب الجاحظ، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، ص ٢٦.

(٣٦) عباس صادق، (٢٠٠٨)، الاعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، عمان، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، ص ٩٢.

(37) Mrinal Todi, (2012), Advertising on Social Networking Websites, Wharton Research Scholars Journal, University of Pennsylvania, Scholarly Commons, vol.5, no.1, 2012, Pp.17-18.

(38) Rob Salmond, (2014), MeTube: Political Advertising, Election Campaigns, and YouTube, Issue in Technology Innovation, Center for Technology Innovation at Brookings, Number 16, March 2014, Pp.1-10.

(٣٩) رحيمة الطيب عيساني، (٢٠١٣)، الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الاعلام، جامعة بغداد، العدد ٢٠، ص ٥٤.

(40) Aditya Pisharody, (2013) , The Future of Television: Will broadcast and cable television networks survive the emergence of online streaming?, Master of Science, Graduate College Leonard N. Stern School of Business, New York University, May 2013, P 24.

(41) Tyler West, (2011), Going Viral: Factors That Lead Videos to Become Internet Phenomena, The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, vol. 2, no. 1, spring 2011, p80.

(٤٢) يسرى خالد إبراهيم، (٢٠١٠)، التلفزيون الرقمي والتلفزيون التفاعلي: تقنيات عملية الاتصال وتطورها دراسة نظرية في بنية الاتصال الحديثة، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الاعلام، جامعة بغداد، العدد (٩-١٠)، ص ٢٥٢.

(43) Elly A. Konijn, others, YouTube as Research Tool—Three Approaches, Department of Communication Science, VU University Amsterdam, The Netherlands. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 16(9), 2013, P7.

(٤٤) اسامة محمود شريف، (٢٠٠٠)، مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الالكترونية، الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب، عمان، الاردن، ٢٠٠٠، ص ٦٩.

(٤٥) مها عبد المجيد صلاح، (٢٠١٠)، مواقع الفيديو التشاركي: واقعها ومستقبلها وتأثيراتها، ورقة عمل مقدمة للمتلقى العربي الأول للصحافة الالكترونية، مستقبل وسائل الاعلام في العصر الرقمي، القاهرة، ٢٠١٠.

(٤٦) أسماء مسعد عبدالمجيد، (٢٠١١)، مرجع سابق، ص ٧٥.

(47) C'edric Richier, others, (2014), modelling view-count dynamics in youtube, research study on university of avignon,, france, may 2014, pp.1-10.

(48) Mike Thelwall, Pardeep Sud, (2012), Commenting on YouTube Videos: From Guatemalan Rock to El Big Bang, Journal of The American Society for Information Science and Technology, Volume 63, Issue 3, pages 616–629, March 2012.

(49) Jason Clark, (2015), Developing a Digital Video Library with the YouTube Data API, Journal Cod (4) lib, issn 1940-5758, Issue 30. <http://journal.code4lib.org/articles/7847>.

(٥٠) أحمد عويس شاكراً عويس، (٢٠١٥)، علاقة التعرض للبرامج الساخرة بالعنف اللفظي لدى المراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ص ٤٨.

(٥١) أسماء مسعد عبد المجيد، (٢٠١١)، مرجع سابق، ص ٦١ – ٦٢.