

دوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإشباع المتحققة منها من سن ١٧- ١٨ سنة

أ. د. عبدالعزيز السيد عبدالعزيز
 عميد كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة جنوب الوادي بقنا
 د. عمرو محمد عبدالله
 مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
 صديق عادل البخشونجي

المخلص

تهدف الدراسة إلى التعرف على دوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإشباع المتحققة منها، والتعرف على أهم برامج الجرافيك الساخرة الأكثر مشاهدة حيث تأتي برامج الجرافيك الساخرة في مقدمة المواد الإعلامية التي يعتمد عليها المراهقون في إشباع احتياجاتهم المختلفة، لما لها من نسب مشاهدة على وسائل الإعلام الجديد من مواقع تواصل اجتماعي ومواقع الفيديو. في هذا الإطار ذكر موقع فيس بوك إنه يضم أكثر من ٢ مليار مستخدم، بينما أشار موقع يوتيوب إنه يضم أكثر من مليار مستخدم، أي حوالي ثلث الأشخاص الذين يستخدمون الإنترنت، وتعتبر الدوافع أحد أهم الخصائص الإنسانية من حيث أنها محركه لسلوك المراهقين، ويتوقف إشباع الدوافع على حسب احتياجاتهم، لذلك فإن المراهقين يعتبرون من أهم الجماهير المتابعين لبرامج الجرافيك الساخرة، حيث تؤثر على سلوكهم واتجاهاتهم ومعرفتهم. والوقوف على درجة متابعة وأنماط المشاهدة للمراهقين، وتناول نماذج لأنواع برامج الجرافيك الساخرة من كاريكاتير وكوميكس ورسوم متحركة. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة الميدانية بالتطبيق على عينة من المراهقين من سن (١٧- ١٨) عاماً، واستخدم الباحث في الدراسة استمارة استبيان (إعداد الباحث)، وطبقت على عينة من ٤٠٠ مفردة مقسمة بالتساوي على طلاب جامعات (عين شمس، ٦ أكتوبر، الأزهر، الزقازيق)، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الدوافع (الطوقسية-النفعية) لاستخدامهم لها، وتوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الإشباع (التوجيهية- الاجتماعية) المتحققة من ذلك الاستخدام، وتوجد أيضاً فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الإشباع المتحققة من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة تبعاً لاختلاف المستوى الاجتماعي والاقتصادي (مرتفع- متوسط- منخفض)، مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة تبعاً لاختلاف الجامعة (عين شمس- الأزهر- الزقازيق- ٦ أكتوبر). كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الإشباع المتحققة من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة تبعاً لاختلاف النوع (ذكور- إناث).

**The Motives of Adolescents' Exposure to Sarcastic Comic Graphic Shows on YouTube Website
 and The Achieved Gratifications**

The study aims to identify the motives of the teenagers' exposure to the sarcastic graphics programs and the gratifications achieved. To detect the important and most watched graphic programs, then to determine the teenagers' degree of follow-up, viewing patterns and the use of the models/examples of the different types of graphics from cartoons to comics and animation.

The study was based on the survey methodology in the field, and was applied on a sample of teenagers with age between 17 & 18 years.

The researcher used a questionnaire form (prepared by the researcher), and was applied on a sample of 400 individuals divided equally on university students (Ein Shams, 6th October, Al- Azhar, Zaqaqiz).

The results showed a statistically significant correlation between the rate of exposure of the respondents to the satirical graphic programs and the motives (ritualism & utilitarian) to use them, There is a statistically significant correlation between the rate of exposure of the respondents to the satirical graphic programs and the social steering impressions achieved by that use, There is also a statistically significant differences between the average scores of the respondents on the scale of gratification achieved by the exposure to the satirical graphic programs and the different socio-economic level (high- medium- low), There is also a statistically significant differences between the average scores of the respondents on the scale of gratification achieved by the exposure to the satirical graphic programs according to the different university (Ein Shams, 6th October, Al- Azhar, Zaqaqiz), and There is also a statistically significant differences between the average scores of the respondents on the scale of gratification achieved by the exposure to the satirical graphic programs according to the different of the genders (Males- Females).

٣. ما دوافع مشاهدة المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة؟
٤. ما الإنباعات المتحققة من مشاهدة برامج الجرافيك الساخرة عند المراهقين؟
٥. ما الموضوعات التي يفضل المراهقون متابعتها في برامج الجرافيك الساخرة؟
٦. ما علاقة التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة بتوجهات المراهقين؟

أهمية الدراسة:

- تكتسب هذه الدراسة أهميتها من خلال النقاط التالية:
١. معرفة دوافع المراهقين لمتابعة برامج الجرافيك الساخرة.
 ٢. رصد برامج الجرافيك الساخرة كنوع من النقد والتحليل للأوضاع الحالية في حالة ساخرة.
 ٣. دراسة العلاقة بين المراهقين والمضامين المقدمة في برامج الجرافيك الساخرة، حيث أصبحت هذه البرامج تحظى بدرجة عالية من تعرض ومتابعة المراهقين لها.

أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف:
١. التعرف على دوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة، والإنباعات المتحققة منها.
 ٢. التعرف على تأثير برامج الجرافيك الساخرة في التنمية الثقافية للمراهقين.
 ٣. التعرف على مدى اعتماد المراهقين على هذه البرامج كمصدر للمعلومات.
 ٤. التعرف على الأشكال والقوالب الفنية التي تقدم بها برامج الجرافيك الساخرة.
 ٥. تحديد الإنباعات التي يحققها التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة.
 ٦. تحديد أهم برامج الجرافيك الساخرة التي يحرص المراهقون على متابعتها.
 ٧. التعرف على مدى متابعة المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة.

فروض الدراسة:

١. توجد علاقة دالة إحصائية بين الدوافع (الطوقسية-النفعية) لتعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الإنباعات (التوجيهية-الاجتماعية) المتحققة من ذلك التعرض.
٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة تبعا لاختلاف الجامعة (عين شمس- الأزهر- الزقازيق- ٦ أكتوبر).
٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة تبعا لاختلاف المستوى الاجتماعي والاقتصادي (مرتفع- متوسط- منخفض).
٤. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الإنباعات المتحققة من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة تبعا لاختلاف النوع (ذكور- إناث).

الدراسات السابقة:

يستعرض الباحث بعض الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت متغيرات الدراسة الحالية:

١. دراسة Attalla, J. جسيكا عطا الله (٢٠١٧) بعنوان "فحص دوافع وتأثير عروض الجرافيك الكوميدي الساخرة على المراهقين في كندا، دراسة نوعية لبرنامج الساعة ٢٢ دقيقة" هدفت الدراسة إلى عرض دوافع تعرض المراهقين لعروض الجرافيك الكوميدي الساخرة وتأثير ذلك التعرض على المراهقين من خلال دراسة حالة نوعية لبرنامج الساعة ٢٢ دقيقة، استخدم البحث منهج دراسة الحالة النوعية لرصد دوافع وتأثير عروض الجرافيك الساخرة على المراهقين في كندا، تكونت عينة البحث من ٤٥٨ مفردة في سن المراهقة من جمهور مشاهدي برنامج الساعة ٢٢ دقيقة الجرافيك الساخر الأسبوعي في كندا متوسط العمر ما بين (١٤- ١٧) عام. أيضا تكونت العينة من ٦ حلقات لبرنامج الجرافيك الساخر لتحليلها نوعيا، تم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة المعلومات

مع تزايد عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي أصبح لبرامج الجرافيك الساخرة تأثير كبير على الجمهور في تكوين اتجاهاتهم وآرائهم ومعرفة ما هو جديد بشكل سريع، كما أنها تؤثر على جمهورها بشكل واضح ولها دور أساسي في التوعية في مختلف الموضوعات سواء أكانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو غيرها. وتأتي برامج الجرافيك الساخرة في مقدمة المواد الإعلامية التي يعتمد عليها المراهقون في إشباع احتياجاتهم المختلفة، لما لها من نسب مشاهدة على وسائل الإعلام الجديد من مواقع تواصل اجتماعي ومواقع الفيديو. في هذا الإطار ذكر موقع فيسبوك إنه يضم أكثر من ٢ مليار مستخدم، بينما أشار موقع يوتيوب إنه يضم أكثر من مليار مستخدم، أي حوالي ثلث الأشخاص الذين يستخدمون الإنترنت. وتعتبر الدوافع أحد أهم الخصائص الإنسانية من حيث أنها محركه لسلوك المراهقين، ويتوقف إشباع الدوافع على حسب احتياجاتهم، لذلك فإن المراهقين يعتبرون من أهم جماهير برامج الجرافيك الساخرة، حيث تؤثر على سلوكهم واتجاهاتهم.

وتعتبر برامج الجرافيك الساخرة ذات أهمية للمراهقين من خلال توصيل وإيضاح القضايا بشكل مباشر وأسلوب ساخر حتى يتم إيصالها بشكل بسيط. وبذلك تعد تلك البرامج من أكثر البرامج متابعة من قبل المشاهدين عموما والمراهقين على وجه الخصوص بالقنوات الساخرة وبرامجها على وسائل الإعلام الجديد في الآونة الأخيرة.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

لاحظ الباحث مؤخرا انتشار برامج الجرافيك الساخرة وتحقيقها لعدد مشاهدات وتفاعل مرتفع وخصوصا بعد الثورات المتتالية المختلفة، وقد ظهرت البرامج الساخرة الناقدة للوضع السياسي والاجتماعي والمواقف الحياتية التي يتم إلقاء الضوء عليها أو يتم تناولها بشكل واسع بين أفراد المجتمع، فتصبح بذلك مادة خصبة للسخرية بأسلوب لاذع يريد إيصال رسالة موجبة للجمهور متضمنة كل ما يدور على الساحة من تصرفات ومواقف مختلفة بأسلوب كوميدي.

ومن خلال اطلاع الباحث على الدراسات السابقة تبين أن هذه البرامج الساخرة لم تنل البحث والدراسة الكافية على الرغم من أنها تلعب دورا مؤثرا في المجتمع، لما لها من قوة تأثير كبيرة في جميع المجالات، حيث يمكن لمحتوى واحد من تلك البرامج الساخرة تشكيل أفكار المراهقين، وأن يسهم في توعيتهم ويقوم بالتنقيص عن المشاهدين، من خلال التعبير عن موضوعات مختلفة تحدث في النطاق الجغرافي المحيط بهم، وهذا ما يعطى للسخرية قيمتها ويجعل الجمهور في تشوق لرؤية المزيد، نظرا لصعوبة تناول تلك الموضوعات أو التعبير عنها من خلال الفنون الأخرى، ولم تكن مشاهدة تلك البرامج لمجرد التسلية والسخرية فقط، بالإضافة إلى أنها وسيلة لتفريغ شحناتهم التي يصعب عليهم التعبير عنها.

ويسعى الباحث في هذه الدراسة للكشف عن أهم الأسباب والدوافع التي تجعل المراهقين عينة الدراسة يتعرضون لتلك البرامج، ومحاولة التوصل إلى أهم الإنباعات المتحققة لهم نتيجة لهذا التعرض، وكذلك الكشف عن وجهات نظرهم وآرائهم حول ما تقدمه هذه البرامج ومقترحاتهم.

وبالتالي لا بد من التعرف على دوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإنباعات المتحققة منها، ودرجة الاهتمام التي يدركها المراهقون في المرحلة العمرية من (١٧- ١٨) عام للقضايا المختلفة، وذلك في إطار نظرية الاستخدامات والإنباعات.

وهنا يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل التالي ما هي دوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإنباعات المتحققة منها؟، وينبثق من هذا التساؤل الرئيس مجموعة التساؤلات الفرعية التالية:

١. ما أهم برامج الجرافيك الساخرة التي يشاهدها المراهقون؟
٢. ما أنماط تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة؟

الطبيعي التفسيري، شارك في الدراسة عينة قوامها ١٥٠ مفحوص من المراهقين الصينيين جمهور مشاهدي ٣ برامج جرافيك ساخرة أمريكية مترجمة، أعمارهم بين (١٥ - ١٧) عام، بالإضافة إلى تحليل محتوى ٣ برامج إخبارية يومية على قناة النيل للأخبار، تم تجميع البيانات باستخدام استبانة جوانب تأثير برامج الجرافيك الساخرة (يوان، ٢٠١٣)، استمارة تحليل محتوى البرامج (إعداد الباحث). تم التوصل من خلال التحليلات إلى النتائج التالية ظهور تأثير قوى ذو دلالة إحصائية لبرامج الجرافيك الساخرة على المراهقين، كما ظهر من خلال تحصيل الدرجات المرتفع على كل من الجوانب السلوكية والمعرفية من استبانة جوانب تأثير برامج الجرافيك الساخرة. وظهور فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالتأثر بمحتوى برامج الجرافيك الساخرة لصالح الذكور.

٥. دراسة أحمد عويس شاكر (٢٠١٥) بعنوان "علاقته التعرض للبرامج السياسية التليفزيونية الساخرة بالعنف اللفظي للمراهقين" هدفت الدراسة إلى التعرف على البرامج السياسية الساخرة المفضلة لدى المراهقين وأسباب تفضيلها. ومحاولة التعرف على ما تحتويه البرامج السياسية الساخرة من عنف لفظي من وجهة نظر المراهقين من خلال الاستبيان والتعرف على أسباب إقبال المراهقين على استخدام العنف اللفظي فيما بينهم، وكذا التعرف على رأى المراهقين في العنف اللفظي المستخدم في البرامج الساخرة وموقفهم منه. وكانت أهم نتائج الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس التعرض للبرامج السياسية الساخرة بالقنوات الفضائية لصالح الذكور وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي المناطق الريفية ومتوسطات درجات مبحوثي المناطق الحضرية على مقياس التعرض للبرامج السياسية الساخرة بالقنوات الفضائية لصالح مبحوثي المناطق الحضرية وتوجد علاقة دالة إحصائية بين النوع (ذكور - إناث) ومدى اعتقاد المبحوثين أن البرامج السياسية الساخرة التليفزيونية تلعب دورا في نشر العنف اللفظي وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس العنف اللفظي تبعا لاختلاف كثافة مشاهدة البرامج السياسية الساخرة بالقنوات الفضائية. كلما زادت كثافة المشاهدة كلما زاد استخدام المبحوثين للعنف اللفظي.

٦. دراسة وردشان عبدالمطلب (٢٠١٤) بعنوان "دوافع تعرض المراهقين للبرامج السياسية الساخرة بالفصائيات العربية والإشباع المتحققة منها" تهدف الدراسة إلى التعرف على دوافع تعرض المراهقين للبرامج السياسية الساخرة بالفصائيات العربية والإشباع المتحققة منها، وذلك تبعا لاختلاف المستوى الاجتماعي والاقتصادي، ونوع التعليم وغيرها من المتغيرات الديموجرافية، وكانت أهم نتائج الدراسة أن القنوات التليفزيونية الفضائية العربية المفضل مشاهدتها في عينة الدراسة جاءت CBC في الترتيب الأول بمتوسط ٤٢%، تلاها في الترتيب الثاني MBC مصر بمتوسط ٣٦%، وفي الترتيب الثالث النهار بمتوسط ٢٨%، وجاءت أهم البرامج التي يفضل المبحوثون مشاهدتها في القنوات الفضائية العربية في عينة الدراسة البرامج الإخبارية والسياسية في الترتيب الأول بمتوسط ٥١%، تلاها في الترتيب الثاني البرامج السياسية الساخرة بمتوسط ٤٧%، وفي الترتيب الثالث البرامج الرياضية بمتوسط ٢٨%.

مصطلحات الدراسة:

١. السخرية Ridicule: هي طريقة من طرق التعبير، يستعمل فيها الشخص ألفاظا تقلب المعنى إلى عكس ما يقصده المتكلم حقيقة، وهي النقد والضحك أو التجريح الهازئ.

٢. الجرافيك Graphic: هو كل خط مكتوب أو مرسوم أو منسوخ ينتج عنه عملا إبداعيا سواء رسوما متحركة أو ثابتة، ثلاثية الأبعاد أو ثنائية الأبعاد.

٣. الدوافع Motives: هي حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك

(دوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك ...)

الديموجرافية، استبانة استخدام وتأثير عروض الكوميك الساخرة - نسخة مترجمة (لونجان، ٢٠١٢)، استمارة التحليل العاملي لبرامج الكوميك الساخرة. توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: أظهرت استمارة التحليل العاملي وجود ٨ عوامل لتأثيرات عروض الكوميك الساخرة على المراهقين أهمها الإبهار والسخرية والحدائث والتحرر، ومعالجة المشكلات والقضايا بطريقة مبتكرة على أعلى التعميمات العاملية، أظهرت التحليلات وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج الجرافيك الساخرة وإشباع حاجات جمهور المراهقين.

٢. دراسة كولين ستوارت (٢٠١٦) بعنوان "تأثير مشاهدة برامج الجرافيك الساخرة على المراهقين والإشباع المتحققة منها" هدفت الدراسة إلى تقييم أثر مشاهدة برامج الجرافيك الساخرة على المراهقين، وتحديد الإشباع المتحققة لهم من المشاهدة، استخدم البحث التصميم النوعي الوصفي من خلال التحليل الكمي لتجميع بيانات متممة حول التغييرات في إشباع حاجات المراهقين نتيجة لتعرض لبرامج الجرافيك الساخرة. تكونت عينة البحث من ١٨٠ فرد في مرحلة المراهقة ما بين (١٥ - ١٧) عام من تم اختيارهم عمدا من بين مشاهدي برامج الجرافيك الساخرة تم تجميعهم من خلال أصحاب المشاركات على الصفحة الرسمية لأحد تلك البرامج على شبكة التواصل الاجتماعي تويتر. تم تقسيم أفراد العينة إلى مجموعتين متساويتين ضمت كل منهما ٩٠ مفردة: المجموعة الأولى (المشاهدين لبرامج الجرافيك الساخرة بشكل مكثف)، المجموعة الثانية (المشاهدين لتلك البرامج بنسبة ضعيفة)، تم تجميع البيانات باستخدام الأدوات التالية: استطلاع رأى إلكتروني حول تأثير مشاهدة برامج الجرافيك الساخرة على إشباع حاجات المراهقين. المقابلات عبر الهاتف مع مجموعة التركيز من أفراد العينة عددهم ٣٨، توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: ظهرت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠١ بين الجمهور في المجموعتين من حيث مستوى إشباع حاجات المراهقين لصالح أفراد المجموعة الأولى (ذات المشاهدة الأعلى لبرامج الجرافيك الساخرة)، وأظهرت التحليلات أن مظاهر إشباع حاجات المراهقين من خلال مشاهدة محتوى برامج الجرافيك هو الرموز ٦٢%، المعرفة ٢٧%، ثم الشكل ١١%.

٣. دراسة سوسوا تشين (٢٠١٥) بعنوان "الاستخدامات والإشباع الناتجة عن تعرض المراهقين لبرامج وعروض الجرافيك الساخرة". هدفت الدراسة إلى فحص العلاقة بين استخدام المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإشباع المتحققة للمراهقين، استخدمت الدراسة الحالية المنهج النوعي والكمي للتعرف على استخدامات المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإشباع المتحققة منها، تكونت عينة الدراسة من ٢٠٠ مشاهدي سلسلة عروض ماى شو الجرافيك الساخرة لمدة ١٣ ساعة اسبوعيا على الأقل متوسط أعمارهم (١٤ - ١٦) سنوات، ٥٠% ذكور، ٥٠% إناث. تم تطبيق الأدوات على عينة المشاركين للتعرف على العلاقة بين المتغيرات، وتم تجميع البيانات باستخدام الأدوات التالية: مقياس استخدامات وإشباع برامج الجرافيك الساخرة (إعداد المؤلف). استبانة أندرسون للتأثير الإعلامي لبرامج الجرافيك الساخرة. وتم التوصل من خلال التحليلات إلى النتائج التالية كشفت التحليلات الارتباطية عن وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين إجمالي زمن تعرض المراهقين لبرامج الكوميك الساخرة ومقدار إشباع حاجاتهم منها، وشملت أكثر استخدامات برامج الجرافيك الساخرة كل من: الترفيه ٧٢%، المعرفة ١٣%، وتمضية الوقت ١٥%. كشفت تحليلات كأي عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بإشباع الحاجات من برامج الجرافيك الساخرة لصالح الذكور.

٤. دراسة زوكسون تشو (٢٠١٥) بعنوان "أثر التعرض للبرامج الساخرة الأمريكية على المراهقين الصينيين" هدفت الدراسة إلى وصف وفهم أثر التعرض للبرامج الساخرة الأمريكية على سلوكيات ومعارف المراهقين الصينيين من خلال دراسة حالة لأحد تلك البرامج، اتبعت الدراسة المنهج النوعي من خلال اتباع التصميم

- معين يشبع أو يرضى حالة ما.
- الإشباع Gratifications هي تلك النتائج التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من تعرضه لهذه البرامج وتصنف إلى نوعين:
1. إشباع محتوى Content Gratifications: هي الإشباع التي تنتج من التعرض لمحتوى برامج الجرافيك الساخرة.
 2. إشباع العملية الاتصالية Process Gratifications: وهي الإشباع المتحققة من استخدام الوسائل الاتصالية، أي أن الفرد يتحقق له إشباع معينة عندما يصبح جزء من العملية الاتصالية، وأن السلوك الاتصالي في حد ذاته قد أشبع في تقوية مضمون الرسالة نفسها.
- تعريف برامج الجرافيك الساخرة: عرف (Adams, 2016, 75) برامج الجرافيك الساخرة بأنها نوع من البرامج الثرية بالمحتوى الرسومي المصور (جرافيك) والفنون البصرية، وتتضمن العديد من الخصائص والمحتوى الساخر بهدف انتقاد أفراد أو حكومات أو مجتمعات من أجل تحسينها.
- وتعرف أيضا بأنها تصوير رسومي مجسم لشخص، فكرة أو موقف بطريقة ساخرة بهدف إحداث تأثير سلوكي أو طرح قضايا معينة. (Bassett, R; Beagan, S. & Gwen, E. C. 2015, 119)
- عوامل تأثر المراهقين بمحتوى برامج الجرافيك الساخرة: حدد (Boyer, 2014, 144) أن تأثر المراهقين بمحتوى البرامج الجرافيك الساخرة يرتبط بمجموعة من العوامل أهمها:
1. السمات الشخصية للمراهقين.
 2. مستويات النضوج العقلي.
 3. البيئة والخلفية الاجتماعية.
 4. الحاجة للحصول على المعلومات والترفيه.
 5. عناصر الجرافيكس التي تثير فضول المراهقين واهتماماتهم العامة بمتابعة محتواها.
- الإشباع المتحققة لدى المراهقين من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة: لخص كل من (Downey & Karen, 2012, 67) الإشباع المتحققة لدى المراهقين من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة كما يلي:
1. الحصول على المعلومات، حيث أحدثت برامج الجرافيك الساخرة ثورة في مجال التوعية ونشر المعلومات خاصة بين الفئات صغيرة السن كالمراهقين. ساهم ذلك في ظهور ما يعرف باسم الإعلام الموازي الذي يعتمد على نشر المعلومات والمعرفة عبر التهمك والسخرية من خلال الصور والرسوم.
 2. الاستمتاع بالعناصر البصرية والتفاعلية للموضوعات المطروحة ببرامج الجرافيك الساخرة.
 3. تقدم الصور والتفاعل الرسومي عبر برامج الجرافيك الساخرة إبهارا وكوميديا، مما يساهم في نشر الفكرة بسهولة.
- خصائص برامج الجرافيك الساخرة الموجهة للمراهقين: وصف (Frey & Douglas, 2015, 19) خصائص برامج الجرافيك الساخرة كما يلي:
1. برامج الجرافيك الساخرة تستمد محتواها ومادتها من واقع الحياة اليومية والقضايا التي تهتم المراهقين.
 2. برامج الجرافيك الساخرة تعتمد على الصور والأشكال الرسومية.
 3. تعتمد برامج الجرافيك الساخرة على الفكاهة والسخرية في عرض الموضوعات، والتي من أهم مظاهرها:
 - أ. المبالغة في تعبيرات وجوه الشخصيات.
 - ب. تكرار العبارات.
 - ج. التركيز على خصائص جسدية ومادية معينة للشخصيات لإحداث عنصر السخرية.
- سمات البرامج الساخرة ومظاهر تأثيرها على المراهقين: تتميز البرامج الساخرة

نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية Descriptive Study التي تهدف إلى توصيف الحقائق والبيانات حول المشكلة أو مجموعة من الظواهر الموجودة في جماعة معينة، مما يساعد على القياس الكمي وخضوع البيانات للتحليل الكيفي، مما يساعد على إمكانية التعميم، واستخلاص البيانات والدلالات المترتبة على دوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإشباع المتحققة منها. واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح بالعينة الميدانية بالتطبيق على عينة من المراهقين من سن (١٧-١٨) عام.

عينة الدراسة الميدانية:

قام الباحث بتحديد مجتمع عينة الدراسة ونوع العينة من الخطوات المنهجية الهامة التي تؤدي إلى التوصل إلى نتائج علمية دقيقة، ويتمثل مجتمع عينة الدراسة في جمهور شباب الجامعات المصرية من طلاب الصف الأول الجامعي. حيث تم سحب عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مبحوثا، ومقسمة بالتساوي على الجامعات المصرية المختلفة من شباب الجامعات كالتالي:

- ٢٠ جامعة عين شمس: ممثلين للجامعات الحكومية (١٠٠ مفردة).
- ٢٠ جامعة ٦ أكتوبر: ممثلين للجامعات الخاصة (١٠٠ مفردة).
- ٢٠ جامعة الزقازيق: ممثلين للجامعات الإقليمية (١٠٠ مفردة).
- ٢٠ جامعة الأزهر: ممثلين للجامعات الإسلامية (١٠٠ مفردة).

بمختلف اتجاهاتهم ولتحقيق قدر أكبر من الحيادية والموضوعية، ولتيسير عملية التعميم عند تفسير النتائج للوصول لرؤية عامة.

حدود الدراسة:

- ٢٠ الحدود الموضوعية: تتمثل في عرض برامج الجرافيك الساخرة ومعرفة دوافع تعرض المراهقين لها والإشباع المتحققة منها.
- ٢٠ الحدود الجغرافية: تتمثل في تطبيق الدراسة على عينة من شباب الجامعات المصرية (عين شمس، ٦ أكتوبر، الزقازيق، الأزهر).
- ٢٠ الحدود الزمنية: وهي الفترة التي استغرقها الباحث في الدراسة الميدانية من بداية شهر مايو حتى شهر يونيو ٢٠١٧.

أدوات الدراسة:

- ٢٠ صحيفة استبيان: استخدم الباحث استمارة استبيان وتم تطبيقها على شباب

بين درجة كل بند مع الدرجة الكلية للمقياس بعد استبعاد قيمة هذا البند من الدرجة الكلية، فجاءت قيم معاملات الارتباط الناتجة دالة عند مستوى ٠,٠١ مما يشير إلى اتساق العبارات الفرعية وصدق محتواها في قياس ما وضعت لقياسه، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (٥) يوضح معاملات الارتباط لصدق مقياس الإشباع المتحققة من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة

العبارات	معاملات الارتباط	العبارات	معاملات الارتباط
١	**٠,٢٨٦١٦٤	٨	**٠,٣٩٧٦٤٠
٢	**٠,٤١٠١٦٨	٩	**٠,٤٠٧٨٦٨
٣	**٠,٤٣٤٤٠٩	١٠	**٠,٥٣٦٤٢٨
٤	**٠,٥٢٥٦٩٥	١١	**٠,٤٤٠٢٧٠
٥	**٠,٥١٨٩٢	١٢	**٠,٣٦٣٠٥٨

٢. ثانياً ثبات المقياس: وقد تم حساب معامل ثبات الإشباع المتحققة من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة على عينة قوامها ٣٠ مفردة، بواقع ١٠% من إجمالي العينة على طريقة إعادة التطبيق حيث تم تطبيق المقياس فتم تطبيق المقياس على عينة مكونة من ٣٠ مفردة من الشباب الجامعي ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره أسبوعين، ثم قام الباحث بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني، ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول (٦) معامل ثبات مقياس الإشباع المتحققة من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة لمعامل ألفا كرومباخ

البيد	عدد العبارات	معامل الثبات
١. توجيهية	٦	٠,٧٠٨٢٨٣
٢. اجتماعية	٦	٠,٨٠١٤٨١
الدرجة الكلية	١٢	٠,٨٦٣٨٢٠

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (٠,٧٠٨٢٨٣ - ٠,٨٠١٤٨١) وهي معاملات ثبات دالة عند مستوى ٠,٠١، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للمقياس قد بلغ ٠,٨٦٣٨٢٠ وهي نسبة توحى بالثقة في صلاحية المقياس كأداة من أدوات الدراسة.

نتائج الدراسة:

٢. أهم أنواع برامج الجرافيك الساخرة التي يفضل المبحوثون (عينة الدراسة) مشاهدتها:
جدول (٧) أهم أنواع برامج الجرافيك الساخرة التي يفضل المبحوثون (عينة الدراسة) مشاهدتها وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		قيمة (Z)	الدالة	الترتيب
	ك	%	ك	%			
البرامج الكاريكاتير	٦٣	٣٢,٠	٧٣	٣٩,٢	٣٥,٥	٠,٧١٠٨٥	غير دالة
الكوميكس	١٥٢	٧٧,٢	١٣٥	٧٢,٦	٢٨٧	٠,٤٤٧٦٥	غير دالة
الرسوم المتحركة	٦٤	٣٢,٥	٧٢	٣٨,٧	٣٥,٥	٠,٦٠٨٦٢	غير دالة
جملة من سنلوا	١٩٧		١٨٦		٣٨٣		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أنواع برامج الجرافيك الساخرة التي يفضل المبحوثون (عينة الدراسة) مشاهدتها وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول الكوميكس بنسبة بلغت ٧٤,٩% من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الجرافيك الساخرة، موزعة بين ٧٧,٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٧٢,٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٤٤٧٦٥، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

الجامعات المصرية لمعرفة دوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة موضوع الدراسة.

إجراءات الصدق والثبات لاستمارة الاستبيان: ولكي يطمئن الباحث على عدم تسرب الخطأ في أية مرحلة من مراحل الدراسة، أخذ في الاعتبار مدى توافر الصدق والثبات في جميع مراحل الدراسة، وفيما يلي توضيح ذلك:

اختبار الصدق: هناك عدة وسائل لقياس صدق الاستبيان، وقد استخدم الباحث الصدق الظاهري الذي يقوم على أساس الفحص المبدئي لفقرات الاستبيان ومدى الاتساق الداخلي لها، وهذا ما تم عمله من خلال عرض الاستمارة المقترحة على المشرف، ثم على عدد من الأساتذة في مجالات الإعلام والاتصال (من المحكمين)، وبعد مراجعة الخبراء لصحيفة الاستبيان تم إدخال بعض التعديلات عليها وفق ملاحظات الخبراء، حيث عدلت بعض الأسئلة غير الواضحة وحذف عدد من الفقرات وإضافة أخرى، وفي ضوء هذه الملاحظات خرج الباحث بالاستمارة النهائية، وأصبحت جاهزة لتطبيق الإجراءات الميدانية.

٢. مقياس دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة

١. أولاً صدق المقياس: عن طريق حساب صدق الاتساق الداخلي فتم حساب الصدق والاتساق الداخلي للمقياس وذلك عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة كل بند مع الدرجة الكلية للمقياس بعد استبعاد قيمة هذا البند من الدرجة الكلية، فجاءت قيم معاملات الارتباط الناتجة دالة عند مستوى ٠,٠١ مما يشير إلى اتساق العبارات الفرعية وصدق محتواها في قياس ما وضعت لقياسه، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (١) يوضح معاملات الارتباط لصدق مقياس دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة

العبارات	معاملات الارتباط	العبارات	معاملات الارتباط
١	**٠,٢٨٧٨٧٤	٨	**٠,٣٥٢٩١٠
٢	**٠,٤٤٧٨٥٥	٩	**٠,٣٩٢٦٨٨
٣	**٠,٤٠٨٨٦٢	١٠	**٠,٣٢٢١٣٢
٤	**٠,٢٨٩٦٩٢	١١	**٠,٢٩٧٤٩٣
٥	**٠,٤٧١٢٨٤	١٢	**٠,٣٩١٤٠٥
٦	**٠,٤٠٨١٤٧	١٣	**٠,٣١٧٠١٧

٢. ثانياً ثبات المقياس: وقد تم حساب معامل ثبات دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة على عينة قوامها ٣٠ مفردة، بواقع ١٠% من إجمالي العينة على طريقة إعادة التطبيق حيث تم تطبيق المقياس على عينة مكونة من ٣٠ مفردة من الشباب الجامعي ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره أسبوعين، ثم قام الباحث بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني، ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول (٢) معامل ثبات مقياس دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة لمعامل ألفا كرومباخ

البيد	عدد العبارات	معامل الثبات
١. طفرسية	٦	٠,٦٩٦٠٧٢
٢. نفعية	٧	٠,٧٧٩٥٤٥
الدرجة الكلية	١٣	٠,٧٣٧٦٧٥

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (٠,٦٩٦٠٧٢ - ٠,٧٧٩٥٤٥) وهي معاملات ثبات دالة عند مستوى ٠,٠١، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للمقياس قد بلغ ٠,٧٣٧٦٧٥ وهي نسبة توحى بالثقة في صلاحية المقياس كأداة من أدوات الدراسة.

٢. مقياس الإشباع المتحققة من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة

١. أولاً صدق المقياس: عن طريق حساب صدق الاتساق الداخلي فتم حساب الصدق والاتساق الداخلي للمقياس، وذلك عن طريق حساب معامل الارتباط

أكثر أسباب المشاهدة لبرامج الجرافيك الساخرة من وجهة نظر المبحوثين (عينة الدراسة):

جدول (٨) أكثر أسباب المشاهدة لبرامج الجرافيك الساخرة من وجهة نظر المبحوثين (عينة الدراسة)

العبارة	أوافق بشدة		لا أوافق بشدة		محايد		أوافق		لا أوافق بشدة		الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
	قيمة كا ^٢		لا أوافق بشدة		محايد		أوافق		لا أوافق بشدة		
لأنها تزودني بوجهات نظر مختلفة	٨٣	٢١,٧	١٦٥	٤٣,١	١٠٦	٢٧,٧	٢٦	٦,٨	٣	٠,٨	دالة**
تضيف إلى معلوماتي المختلفة	٤٩	١٢,٨	١٤٦	٣٨,١	١٣٥	٣٥,٢	٥٠	١٣,١	٣	٠,٨	دالة**
أتعرف منها على أخبار العالم	٩١	٢٣,٨	١٤٣	٣٧,٣	١١١	٢٩,٠	٣٠	٧,٨	٨	٢,١	دالة**
تعمق فهمي للمشكلات بشكل ترفيهي	١٦٩	٤٤,١	١٢٥	٣٢,٦	٦٦	١٧,٢	١٥	٣,٩	٨	٢,١	دالة**
الاستمتاع بمشاهدة فن الجرافيك والرسوم المتحركة	١٤٤	٣٧,٦	١٣٣	٣٤,٧	٨٣	٢١,٧	١٩	٥,٠	٤	١,٠	دالة**
تساعدني في المناقشات الموضوعية مع الآخرين	٤٤	١١,٥	١٢٥	٣٢,٦	١٢١	٣١,٦	٧٢	١٨,٨	٢١	٥,٥	دالة**
وسيلة تعبر عن آرائي ومشكلاتي	٩٢	٢٤,٠	١١٩	٣١,١	١١٣	٢٩,٥	٤٧	١٢,٣	١٢	٣,١	دالة**
التعرف على القضايا المختلفة التي تتناولها بشكل ساخر	١١٦	٣٠,٣	١٥٣	٣٩,٩	٨١	٢١,١	٢٨	٧,٣	٥	١,٣	دالة**
اكتساب مهارات اجتماعية جديدة	٨٢	٢١,٤	١٣٥	٣٥,٢	٩٩	٢٥,٨	٥٦	١٤,٦	١١	٢,٩	دالة**
للمتعة والترفيه	٢١٩	٥٧,٢	١٢٧	٣٣,٢	٣٠	٧,٨	٧	١,٨	-	-	دالة**
لتنضية أوقات الفراغ	٢٠٠	٥٢,٢	١٠٥	٢٧,٤	٥٠	١٣,١	١٩	٥,٠	٩	٢,٣	دالة**

العبارة "أتعرف منها على أخبار العالم" حيث جاءت قيمة كا^٢ = ١٦٥,٤٩٨ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ وبرأى أوافق، وجاءت العبارة "تعمق فهمي للمشكلات بشكل ترفيهي" حيث جاءت قيمة كا^٢ = ٢٥٤,٤٨٠ هي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ وبرأى أوافق بشدة.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أكثر أسباب المشاهدة لبرامج الجرافيك الساخرة من وجهة نظر المبحوثين (عينة الدراسة)، حيث جاءت العبارة "لأنها تزودني بوجهات نظر مختلفة" قيمة كا^٢ = ١٧,٩٧٩ برأى أوافق، وجاءت قيمة كا^٢ في العبارة "تضيف إلى معلوماتي المختلفة" = ١٩٧,٣٠٠ وبرأى أوافق، وجاءت

كيفية تأثير برامج الجرافيك الساخرة من وجهة نظر المبحوثين (عينة الدراسة):

جدول (٩) كيفية تأثير برامج الجرافيك الساخرة من وجهة نظر المبحوثين (عينة الدراسة) وفقا للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة (Z)	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
عن طريق تقليد المراهقين للمحتوى الساخر	١٠٢	٥٥,٤	١٢٩	٧٦,٨	٢٣١	٦٥,٦	٢,٠٠٠٨٢	دالة**	١
تبني بعض الأفكار التي تغير اتجاهاتهم	٥٤	٢٩,٣	٥٨	٣٤,٥	١١٢	٣١,٨	٠,٤٨٥٠٤	غير دالة	٣
التقاش في الموضوعات المختلفة	٢٩	١٥,٨	٤١	٢٤,٤	٧٠	١٩,٩	٠,٨١٠٠٣	غير دالة	٦
احترام آراء الآخرين	٣٣	١٧,٩	٣٥	٢٠,٨	٦٨	١٩,٣	٠,٢٧١٦٢	غير دالة	٧
نسيان الهموم والمشكلات الواقعة في المجتمع	٩٧	٥٢,٧	٧٧	٤٥,٨	١٧٤	٤٩,٤	٠,٦٤٥١١	غير دالة	٢
اكتساب موضوعات جديدة ومفيدة	٢٩	١٥,٨	٥٢	٣١,٠	٨١	٢٣,٠	١,٤٢٣٦١	دالة*	٤
تبني رؤى مختلفة	٣٦	١٩,٦	٤٢	٢٥,٠	٧٨	٢٢,٢	٠,٥٠٩٣٠	غير دالة	٥
جملة من ستلوا	١٨٤		١٦٨		٣٥٢				

تشير نتائج اختبار سبيرمان في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة ودوافعهم الطقوسية، حيث بلغت قيمة (R) = ٠,١٨٥٢٣٢** وهي قيمة دالة إحصائية عند مستويات الدلالة ٠,٠١ مما يدل على صحة الفرض وهو توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الدوافع الطقوسية لاستخدامهم لها.

وأيضا تشير نتائج اختبار سبيرمان في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة ودوافعهم النفعية، حيث بلغت قيمة (R) = ٠,١١٨٧٣** وهي قيمة دالة إحصائية عند مستويات الدلالة ٠,٠١ مما يدل على صحة الفرض وهو توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الدوافع النفعية لاستخدامهم لها.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الإشباع (التوجيهية- الاجتماعية) المتحققة من ذلك الاستخدام.

جدول (١١) نتائج معامل ارتباط سبيرمان لبيان العلاقة بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الإشباع المتحققة من ذلك الاستخدام

الدلالة	اتجاه العلاقة	معدل التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة	
		معامل الارتباط R	العدد
دالة**	موجبة	٠,١٦٠٦٥٢**	٣٨٣
		٠,١٠٨٢١٦*	

تشير نتائج اختبار سبيرمان في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين

تشير بيانات الجدول السابق إلى كيفية تأثير برامج الجرافيك الساخرة من وجهة نظر المبحوثين (عينة الدراسة) وفقا للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول "عن طريق تقليد المراهقين للمحتوى الساخر" بنسبة بلغت ٦٥,٦% من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الجرافيك الساخرة، موزعة بين ٥٥,٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٧٦,٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث إن هناك فارق بين النسبتين وهو دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠١، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة = ٢٢,٠٠٠٨٢** وهي أكبر من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين.

نتائج التحقق من صحة الفروض:

يحتوي هذا الجزء على خلاصة ما توصلت إليه الدراسة الراهنة من نتائج تطبيق الاستبيان، وسوف يتناول الباحث في هذا الجزء نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة والإجابة عن بعض تساؤلاتها البحثية، ثم يقدم ملخصا عن هذه النتائج، والتي في ضوءها يمكن طرح عددا من المقترحات والتوصيات، وفي ضوء أهداف الدراسة وفروضها سوف يتم عرض نتائج التحقق من صحة الفروض فيما يلي:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الدوافع (الطقوسية- النفعية) لاستخدامهم لها.

جدول (١٠) نتائج معامل ارتباط سبيرمان لبيان العلاقة بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين دوافع استخدامهم لها

الدلالة	اتجاه العلاقة	معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة	
		معامل الارتباط R	العدد
دالة**	موجبة	٠,١٨٥٢٣٢	٣٨٣
		٠,١٠٨٢١٦*	

بنسبة بلغت ٤٩,٩%، وفي الترتيب الثاني فترة السهرة ما بعد الساعة ١٠م بنسبة بلغت ٣٨,٤%، وفي الترتيب الثالث الفترة الصباحية قبل الساعة ١٢ ظهرًا بنسبة بلغت ٦,٠%، وفي الترتيب الرابع فترة الظهيرة من ١٢ ظ حتى ٥م بنسبة بلغت ٥,٧%.

٧. أثبتت الدراسة أن أفضل من يشاهد المبحوثين معهم برامج الجرافيك الساخرة جاء في الترتيب الأول مع الأصدقاء بنسبة بلغت ٧٠,٨%، وجاء في الترتيب الثاني بمفردي، حيث جاءت بنسبة ٦٠,١%، وجاء في الترتيب الثالث مع الأسرة بالمنزل حيث جاءت بنسبة ١٤,٤%.

٨. أثبتت الدراسة أن أهم أنواع برامج الجرافيك الساخرة التي يفضل المبحوثون مشاهدتها جاء في الترتيب الأول الكوميكس بنسبة بلغت ٧٤,٩%، وجاء في الترتيب الثاني الكاريكاتير، حيث جاءت بنسبة ٣٥,٥%، وجاء في الترتيب الثاني مكرر الرسوم المتحركة، حيث جاءت بنسبة ٣٥,٥%.

٩. جاء عدد برامج الجرافيك الساخرة التي يشاهدها المبحوثون في الأسبوع الواحد جاء في الترتيب الأول لا تذكر بنسبة بلغت ٣٩,٩%، وفي الترتيب الثاني برنامج واحد بنسبة بلغت ١٨,٨%، وفي الترتيب الثالث أكثر من ثلاثة برامج بنسبة بلغت ١٥,٤%، وفي الترتيب الرابع ثلاث برامج بنسبة بلغت ١٣,٣%، وفي الترتيب الخامس برنامجين ١٢,٥%.

١٠. أثبتت الدراسة أن أكثر برامج الجرافيك الساخرة التي يفضل المبحوثون مشاهدتها كان الترتيب الأول Asa7be بنسبة بلغت ٥٢,٢%، والترتيب الثاني فاصل مش إعلاني بنسبة بلغت ٥١,٢%، وفي الترتيب الثالث Egypt Sarcasm Society بنسبة بلغت ٤٧,٨%، والترتيب الرابع الورقة بنسبة بلغت ٤٦,٧%، وجاء في الترتيب الخامس إيجيب تون بنسبة بلغت ٤١,٨%، والترتيب السادس جاء ميدياوي بنسبة بلغت ٢٧,٩%، وفي الترتيب السابع جاء تمت الترجمة بنسبة بلغت ٢٣,٨%، وفي المركز الثامن خرايش بنسبة بلغت ٢١,٧%، والترتيب التاسع والأخير Banking Comics بنسبة بلغت ١٨,٨%.

التوصيات والمقترحات:

من خلال ما استعرضناه لدوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإشباع المتحققة منها وعلى ضوء النتائج المستخلصة من التحليل والاستنتاج، وفي سبيل تطوير هذه البرامج التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي، فقد توصل الباحث إلى مجموعة من الآراء والمقترحات وهي:

١. الاهتمام بتناول برامج الجرافيك الساخرة بكليات الإعلام على اعتبارها أحد أنواع البرامج الإعلامية التي تلعب دورا هاما في تشكيل وعي المراهقين وتشجيعهم.
٢. ضرورة إجراء المزيد من البحوث والدراسات العلمية في هذا المجال، حيث تكاد تكون هناك ندرة في البحوث والدراسات والمراجع المصرية والعربية التي تناولت برامج الجرافيك الساخرة.
٣. عمل ميثاق شرف لصناع برامج الجرافيك الساخرة من أجل الحفاظ على المصداقية وعلى الآداب العامة وإعداد قوانين لمن يخالف الذوق العام في هذه البرامج حتى تصبح مناسبة لجميع الأعمار.
٤. توعية المراهقين بانقاء المضامين التي يتلقونها والتفرقة بين ما هو هادف وما هو غير ذلك ومعرفة الهدف من الترفيه والتسلية من خلال الرقابة الذاتية.
٥. التأكيد على عدم انعزال المراهقين مع أجهزتهم المحمولة وتشجيعهم على التعايش في الحياة الاجتماعية الواقعية ومناقشة الموضوعات المختلفة.
٦. الاهتمام بهذا النوع من البرامج لأنها أصبحت مصدر اهتمام ترفيهي وتنقيفي رئيسي للشباب.

دراسات وبحوث مقترحة:

١. إجراء دراسة تحليلية لبرامج الجرافيك الساخرة لأهم المضامين التي تقدم فيها وأثرها على المراهقين.

الإشباع الاجتماعي، حيث بلغت قيمة (R) ١٦٠,٦٥٢**، وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستويات الدلالة ٠,٠١ مما يدل على صحة الفرض وهو توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الإشباع الاجتماعي لاستخدامهم لها.

وأيضا تشير نتائج اختبار سبيرمان في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وإشباعهم التوجيهية، حيث بلغت قيمة (R) ١٠٨,٢١٦* وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستويات الدلالة ٠,٠٥ مما يدل على صحة الفرض وهو توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين إشباعهم التوجيهية لاستخدامهم لها.

٢ الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة.

جدول (١٢) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين دوافع تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وفقا لاختلاف النوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	١٩٧	٢,٦٩٥٤٣١	٠,٤٨٣٠٠٧	٠,٠٧٢٣٩	٣٨١	غير دالة
إناث	١٨٦	٢,٦٩٨٩٢٥	٠,٤٥٩٩٦٣			

تشير نتائج اختبار (ت) في الجدول السابق إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة تبعا لاختلاف النوع (ذكور- إناث)، حيث بلغت قيمة (ت) ٠,٠٧٢٣٩٦ وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند جميع مستويات الدلالة، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض، والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة.

النتائج العامة للدراسة:

١. أثبتت الدراسة أن نسبة من يشاهدون برامج الجرافيك الساخرة في الدراسة بلغت ٩٥,٨%، بينما بلغت نسبة من لا يشاهدون برامج الجرافيك الساخرة مطلقا من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٤,٢%.
٢. أثبتت الدراسة أن مدى مشاهدة المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة جاء بالترتيب الأول دائما بنسبة بلغت ٣٧,١%، وفي الترتيب الثاني أحيانا بنسبة بلغت ٥٣,٣%، وفي الترتيب الثالث مطلقا بنسبة بلغت ٩,٧%.
٣. أثبتت الدراسة أن مدة مشاهدة المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة جاء بالترتيب الأول من سنة إلى أقل من سنتين بنسبة بلغت ٢٩,٥%، وفي الترتيب الثاني ٣ سنوات فأكثر بنسبة بلغت ٢٧,٧%، وفي الترتيب الثالث من سنتين إلى ٣ سنوات بنسبة بلغت ١٩,٦%، وفي الترتيب الرابع أقل من ٦ أشهر بنسبة بلغت ١٥,٤%، وفي الترتيب الخامس من ٦ أشهر إلى أقل من سنة بنسبة بلغت ٧,٨%.
٤. وجاء معدل مشاهدة المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة في الترتيب الأول أكثر من مرة في اليوم بنسبة بلغت ٣٧,٩%، وفي الترتيب الثاني مرة كل يوم بنسبة بلغت ١٩,٨%، وفي الترتيب الثالث مرة كل أسبوع بنسبة بلغت ١٨,٨%، وفي الترتيب الرابع أكثر من مرة في الأسبوع بنسبة بلغت ١٦,٢%، وفي الترتيب الخامس مرة كل شهر بنسبة بلغت ٧,٣%.
٥. وجاء معدل الوقت الذي يقضيه المبحوثون في مشاهدة برامج الجرافيك الساخرة في الترتيب الأول أقل من ساعة بنسبة بلغت ٦٣,٧%، وفي الترتيب الثاني من ساعة إلى ساعتين بنسبة بلغت ٢٣,٠%، وفي الترتيب الثالث أكثر من ثلاث ساعات بنسبة بلغت ١٣,٣%.
٦. أثبتت الدراسة أن الفترات التي يفضل المبحوثون مشاهدة برامج الجرافيك الساخرة فيها هي فترة المساء من ٦م حتى ١٠م، حيث جاءت في الترتيب الأول

٢. إجراء دراسة عن سلبيات وإيجابيات برامج الجرافيك الساخرة.
٣. إجراء دراسات حول التفاعل الاجتماعي للشباب مع برامج الجرافيك الساخرة.
٤. يمكن أن يقوم الباحث بدراسة التقنيات المستخدمة لإخراج هذه البرامج.
٥. يمكن أن يقوم الباحث بدراسة المفردات اللغوية التي تتناولها تلك البرامج الجرافيكية الساخرة وتأثيرها على الشباب.
- المراجع:**
١. أحمد عويس شاكر. (٢٠١٥) "علاقته التعرض للبرامج السياسية التليفزيونية الساخرة بالعنف اللفظي للمراهقين". معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
٢. إيمان عاشور سيد. (٢٠١٦) "تعرض الشباب للبرامج الساخرة فى القنوات الفضائية وعلاقته بالقيم التربوية" رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنيا. كلية التربية النوعية. قسم الإعلام التربوي.
٣. عمرو محمد سعد. (٢٠١١) العلاقة بين استخدام الشباب المصرى لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية: دراسة على موقعى اليوتيوب وفيسبوك، رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة.
٤. هاجر حلمى دسوقي. (٢٠١٦) "تعرض المراهقين للإعلام الجديد وعلاقته باتجاهاتهم نحو الإعلام التقليدي"، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة المنوفية. كلية التربية النوعية. قسم الإعلام التربوي.
٥. وردشان عبدالمطلب. (٢٠١٤) "دوافع تعرض المراهقين للبرامج السياسية الساخرة بالفصائيات العربية والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
6. Adams, Jeff. (2016). "Of Mice and Manga: Comics and Graphic Novels in Art Education". **Journal of Art and Design Education**.
7. Attalla, J. (2017). "Examining the Exposure and Impact of Canadian Graphic Satire Shows on Adolescent Generation: A Qualitive Investigation of This Hour Has 22 Minutes", **MA Thesis**, University of Ottawa: Canada.
8. Bassett, Raewyn, Brenda L. Beagan, Svetlana Ristovski- Slijepcevic, and Gwen E. Chapman. (2015). **Tough Teens: The Methodological Challenges of Interviewing**
9. Denis McQuail's. (2005). **Mass communication theory**. 5th (London: Sage publications).
10. Qin, S. (2015). The Uses, Gratifications of Adolescents Watching casts And Late Night Graphic Satire Shows, **MA Thesis**, Iowa State University: USA.
11. Stewart, C. (2016). Effects of Improve Graphic Satire Shows on Adolescent Students and Achieved Gratification, **PhD Thesis**, Illinois State University: USA.
12. Zhou, Z. (2015). The Impact of American Satire Television Programs on Chinese Adolescents, **MA Thesis**, Wake Forest University: USA.
13. Bassett, Raewyn, Brenda L. Beagan, Svetlana Ristovski- Slijepcevic, and Gwen E. Chapman. (2015). **Tough Teens: The Methodological Challenges of Interviewing**
14. Adams, Jeff. (2016). "Of Mice and Manga: Comics and Graphic Novels in Art Education". **Journal of Art and Design Education**
15. Bassett, Raewyn, Brenda L. Beagan, Svetlana Ristovski- Slijepcevic, and Gwen E. Chapman. (2015). "**Tough Teens: The Methodological Challenges of Interviewing**"

دور قنوات الطهي الفضائية المصرية والعربية في التثقيف الغذائي لدى المرأة المصرية: دراسة تحليلية ميدانية

أ. د. محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

د. حازم أنور البنا

أستاذ الإذاعة والتليفزيون المساعد كلية التربية النوعية جامعة المنصورة

سارة محمد بونس

مدرس مساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة

ملخص

الهدف: تهدف الدراسة إلى التعرف على شكل ومضمون قنوات الطهي الفضائية العربية والمصرية وبرامجها، والأدوات والأساليب التي اعتمدت عليها قنوات الطهي الفضائية في تقديم الموضوعات والفضايا المختلفة، ورصد أنماط تعرض جمهور المرأة عينة الدراسة لقنوات الطهي الفضائية المتخصصة، وأهم وسائل التواصل المختلفة بين هذه البرامج بقنوات الطهي الفضائية وبين جمهور المرأة المصرية مثل (التليفونات- البريد الإلكتروني e.mail- الرسائل، مواقع التواصل الاجتماعي)، ودرجة تناول قنوات الطهي الفضائية لموضوعات الثقافة الغذائية المختلفة عبر برامجها، مثل (امراض سوء التغذية، السمنة، النحافة، فقر الدم).

الأدوات: اشتملت أدوات البحث على إستمارة الإستبيان، ومقياس التثقيف الغذائي، وإستمارة تحليل المضمون.

الجمهور: يمثل في ناحيتين هما برامج الطهي المقدمة عبر برامج الطهي الفضائية باختلاف أنواعها، والعينة البشرية وهي ممثلة في المرأة المصرية.

النوع والمنهج: نعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح الإعلامي.

النتائج: توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها اعتماد قنوات الطهي الفضائية (عينة الدراسة) على مقدمي برامج من الإناث أكثر من الذكور، فقد بلغت نسبة اعتماد قناة CBC سفرة على الإناث ٨٦,٥% مقابل ١٣,٥% من الذكور، وبالنسبة لقناة فتايفت جاءت بنسبة ١٠٠% في كافة البرامج، وأن أكثر التخصصات التي اعتمدت عليها قنوات الطهي الفضائية (عينة الدراسة) في تقديم برامجها جاء استشارى تغذية في الترتيب الأول بالنسبة لقناة CBC سفرة وبنسبة ٥٣,٣%. أما بالنسبة لقناة فتايفت جاء شيف في الترتيب الأول وبنسبة ٨٣,٣%، وتصدرت السرعات الحرارية والعناصر الغذائية الموجودة بالأطعمة قائمة موضوعات وقضايا التثقيف الغذائي التي تم تناولها بقناة CBC سفرة وبنسبة ٣١,٢% يليه الدائيت بنسبة ١٣,٦%، وفي المرتبة الثالثة جاء موضوع توعية الأطفال بالأغذية الهامة والمحبة لهم بنسبة ١١,٧%، وبالنسبة لقناة فتايفت فقد تصدر موضوع استخدام الأعشاب والمكونات الغذائية الطبيعية وطرق الطهي الصحي للحوم المختلفة قائمة قضايا التثقيف الغذائي بنسبة ١٧,٨%.

The Role of Egyptian and Arab Cooking Space Channels in Nutrition Edification for the Egyptian Woman**An Analytical and field study**

Aims: The study aims at identifying Form and Content of the Egyptian and Arab satellite cooking channels, Tools and techniques these satellite cooking channels depend on to present various topics and issues, Observing patterns of exposure of women crowds/ public, sample of study to specialized satellite cooking channels, and the most important different means of communication among these programs in satellite cooking channels and the Egyptian woman public/ crowds, such as telephones- e- mail messages and social communication sites, and The degree to which (How far) these satellite cooking channels tackle topics of various food education in their programs such as I malnutrition diseases, obesity, thinness and anemia.

Tools: This study uses a big number of tools to collect data, Questionnaire Form, Food education meter/ scale, and A form of content analysis.

Type and Method: This study is regarded one of the descriptive studies that depend on the methodology of media survey.

Results: The study reached many results most important of which are, That satellite cooking channels, sample of study, depended on program presenters of females more than males. The rate/ percentage of the dependence of cbc sufra on females was 86% VS 13.5% of males. Concerning Fatafeet channel, the rate/ percentage was 100% in all programs, The most specializations that satellite cooking channels, sample of study depended on in presenting their programs a nutrition counselor was in the first position as for cbc sufra channel with a rate/ percentage of 53.3%, but as far as Fatafeet channel is concerned, the chief came first with a rat/ percentage of 83.3%, and Calories and food elements in foods was at the head of topics and issues of food education dealt with in cbc sufra channel with a rate/ percentage of 31.2% following by (Diet) with 13.6% and in the third place came the topic (Educating children in important and favourite foods with a rate/ percentage of 11.7%. As for Fatafeet channel the topic of using herbs and natural food components and healthy cooing ways of various meats came to the front.