العلاقة بين التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة واتجاهات الرأي العام المصري نحو مؤسسات الدولة

د. ممدوح عبدالله مكاوي(*)

المقدمة:

شغلت التقييمات السلبية المتزايدة للنظام السياسى وللآداء الحكومى – من قبل الرأى العام – اهتمام علماء السياسة الأمريكيين منذ الستينيات حيث أشارت نتائج مسوح الرأى العام إلى الاتجاه المتنامى نحو انخفاض ثقة الرأى العام فى الحكومات والأنظمة السياسية، حيث أرجع الباحثون مسئولية التغير فى معدلات الثقة فى الأنظمة السياسية إلى عدد من العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، حيث تأثرت ثقة المواطنين فى الأنظمة السياسية إلى حد كبير بأداء الاقتصاد القومى وبرز تقييم المواطنين للاقتصاد بوصفه مؤشر لإنخفاض ثقة المواطنين فى تلك الأنظمة، وتنامى انخفاض الثقة أيضاً فى ظل ارتفاع معدلات الجريمة وتزايد الفقر وانتشار الفضائح السياسية وتزايد تركيز وسائل الاعلام على الفساد السياسى، وثار الجدل حول مدى ارتباط انخفاض الثقة السياسية بالسخط نحو النظام السياسى الذى يشمل المؤسسات السياسية والقادة السياسين[1]. وبالتطبيق علي الرأي العام المصري خلال فترة ماقبل 25 يناير فقد كانت للعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية المترديه تأثيراً في تشكيل رأي عام سلبي تجاه الحكومة والنظام السياسي المصري مما أدي إلي اندلاع ثورة يناير ضد نظام مبارك، وتخطت طموحات المجتمع المصري بكل فئاته توقعات نظام مرسي فَأُطيح به خلال ثورة يونيو.. وبعدها استطاعت المؤسسة العسكرية أن تبني علاقات ثقة – إلي حد ما– مع أبناء المجتمع.

وتمثل وسائل الإعلام الجماهيرية همزة الوصل الأساسية بين الجمهور وصانعى القرار، حيث يتابع صانعو القرار تقارير وسائل الإعلام حول الرأى العام، كما تعد وسائل الإعلام المصدر الرئيسى لمعلومات الجمهور حول صانعى القرار والسياسات التى يتخذونها إزاء القضايا المختلفة التى تتجاوز حدود الخبرة الشخصية للأفراد،

* مدرس الإذاعة والتليفزيون، بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة بني سويف .

وبذلك تقوم وسائل الاعلام بدور مهم فى إمداد الجمهور بالمعلومات حول مختلف القضايا مما يساهم فى تشكيل تقييمات الجمهور للقادة السياسيين وللسياسات المختلفة[2].

وبرزت البرامج الساخرة كأحد أهم المواد البرامجية التي يتابعها قطاع عريض من الجمهور وارتبط ظهور البرامج التلفزيونية الساخرة في عالمنا العربي مع ثورات الربيع العربي، ولعل مصر وتونس هما أكثر الدول التي ازدهرت فيها هذه النوعية من البرامج التلفزيونية' ومن قبلهما لبنان، وقد يكون السبب في ذلك هو ارتفاع سقف الحرية الإعلامية في بعض الدول التي مرت بالتغيير، على رغم الاتهامات ومحاربة السلطات الجديدة لهذه النوعية من البرامج، ولكن أدوات محاربة هذه البرامج قد تغيرت، إذ نشاهد برامج مضادة مدعومة من تلك الحكومات ضد بعض مقدمي تلك البرامج، كما حدث مع «باسم يوسف» صاحب «البرنامج» الأشهر سخرية في مصر والعالم العربي، الذي وصل إلى حد استجوابه من النائب العام المصري لساعات[3].

وقد أضحت البرامج التليفزيونية الساخرة من أهم ما تبثه القنوات الفضائية العربية, حتى غدت من أهم سمات التميز لبعض هذه القنوات, حيث تستهدف إلقاء الضوء على بعض الموضوعات المهمة والقضايا والمشكلات التي تشغل بال المشاهد العربي من خلال إبراز وجهات النظر المتعددة والمختلفة, ومن ثم فقد شهدت هذه النوعية من البرامج طفرة في اتساع مساحة التعبير عن وجهات النظر وحرية طرح الآراء فيها كما تنوعت الأفكار والموضوعات فجاءت أكثر جرأة وصراحة.. إلي الحد الذي يمكن تناول الملوك والرؤساء العرب وحكوماتها بالنقد الأمر الذي لم يكن محل نقد وسائل الإعلام لفترات طويلة.

وأصبحت مؤسسات الدولة خلال الفترة الأخيرة مادة إعلامية– لاسيما في فترة ما بعد ثورة يناير– لبرامج الفضائيات الإخبارية والحوارية والساخرة، حيث تناولها قبل ثورة يناير لم يكن بالسهولة التي يمكن تناولها كما جاء في الفترة الأخيرة، وأصبحت كل المؤسسات علي حد سواء في النقد والتقويم في وسائل الإعلام. لذا تحاول تلك الدراسة إلقاء الضوء علي ظاهرة البرامج التليفزيونية الساخرة ودورها في تكوين اتجاهات الجمهور المصري نحو مؤسسات الدولة ودورها المجتمعي في تحقيق العدالة الاجتماعية والتنمية المطلوبة للمجتمع المصري بكل فئاته وعلي معظم المستويات.

تحديد المشكلة البحثية:

يؤكد الباحثون في مجال الإعلام والاتصال السياسي على أن التحول الديمقراطي في مجتمعٍ ما من المجتمعات يستلزم وجود وسائل إعلامية فعّالة وقوية Robust Media ؛ بحيث تكون قادرة على تعقب الفساد، وطرح النقد البناء للسياسات الحكومية، وتسليط الضوء على القضايا والتحديات المصيرية في المجتمع، فضلاً عن تعبئة الرأي العام وصقل خبراته الديمقراطية عبر الزمن[4]. وفي هذا السياق يمكن القول بأن البرامج التليفزيونية الساخرة إحدي وسائل الإعلام الآنية التي يمكن أن تعبر عن مستوى من الوعي الشعبي، وتمارس توعية للجمهور اجتماعياً وشعبياً، وتشارك فى مهمة الرقابة على المؤسسات الرسمية وغير الرسمية التى هى مهمة مؤسسات المجتمع المدنى، وتُحفز المشاهدين للمشاركة وتساعدهم فى رسم صورة ذهنية وتشكيل اتجاهاتهم حول شخصيات أو قضايا مجتمعية، كما أن هذا التناول الساخر يؤثر فى إدراك الجماهير للواقع الاجتماعى والسياسي والاقتصادى.

كما تقوم البرامج التليفزيونية الساخرة بدور مهم فى توجيه الرأى العام، وتساهم فى الدعاية لشخصيات سياسية وبالمقابل تشويه شخصيات أخرى، ولوحظ ارتفاع معدلات متابعة تلك البرامج خاصة بعد ثورات الربيع العربى، وظهر تأثيرها علي فئات المجتمع المختلفة فى ادراكهم للواقع السياسى والاجتماعى والاقتصادى، وتكوين رأى حول قضايا وشخصيات عامة، كذلك خلخلة القيم السائدة والثوابت الموروثة. حيث يمكنها أن تصل للمشاهد بسهولة لما تحمله من نقد لسلبيات المجتمع وبعض القضايا وقد شاهدنا عدداً منها ترك بصمة لدى المشاهد منها "سيد أبو حفيظة" و"بنى آدم شو" و"قلة مندسة" و"البرنامج" و" الليلة مع هانى" .

لكل ماسبق تأتي الدراسة الحالية لبحث العلاقة بين التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة ودورها في تشكيل وتكوين اتجاهات الرأي العام نحو مؤسسات الدولة بقضاياها وأحداثها وقراراتها وتدابيرها وخططها التنموية المستقبلية وصراعاتها، وبالتالي يمكن صياغة المشكلة البحثية في تساؤل رئيسي: **ما العلاقة بين التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة واتجاهات الرأي العام المصري نحو مؤسسات الدولة؟**

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة في ضوء بعض الإعتبارات منها:

- أهمية الدور المجتمعي لمؤسسات الدولة (مؤسسة الرئاسة، المؤسسة الشرطية، المؤسسة القضائية، المؤسسة العسكرية) في الحفاظ علي حقوق وواجبات المواطن المصري وحقه في حياة كريمة يكفلها له الدستور لاسيما بعد عدة تغييرات طرأت علي دستور 1971م، بدأً ببعض الإعلانات الدستورية في عهد المجلس العسكري2011م، ودستور 2012م، ودستور 2014م.
- طبيعة المرحلة التي تعيشها مصر والبلاد العربية من صراعات سياسية واقتصادية واجتماعية وأمنية وغيرها من التطورات والتحولات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية قبيل ثورتي يناير ويونيو وبعدها، والتى أدت إلى ارتفاع سقف الحرية، وأصبحت البرامج الساخرة وسيلة للتعبير عن تلك الأوضاع، وعلي الوجه الأخر أضحت تلك البرامج محل اهتمام أغلبية قطاعات المجتمع.
- تحتل البرامج التليفزيونية الساخرة في الوقت الحالي مكانًا ثابتًا في معظم البرامج التليفزيونية العربية والعالمية؛ حيث تتميز تلك البرامج بعدة خصائص تجعل مشاهدي التلفزيون يفضلونها أكثر من البرامج الأخرى منها (اعتمادها علي السخرية، والتبسيط، وكشف العيوب، والتعبير عن هموم المجتمع، التأريخ للأحداث مثل الثورات والأزمات..وغيرها).
- تعتبر البرامج السياسية الساخرة من أكثر البرامج وصولا للمشاهد، بما تحمله من رسالة موجزة لها من الرموز ما يفهمها المشاهد وتتسم بالطرافة والجاذبية، وهي تكسب المشاهد الإحساس العميق بجوهر الأشخاص والأنماط والأفعال، وترتبط بإحدى خصائص الشخصية المصرية وهي الدعابة والقدرة على استيعاب السخرية وترديدها.
- التأثير البالغ للتناول الساخر للأخبار والشخصيات العامة وتوجيه الرأى العام للقبول أو الرفض، وإثارة مشاعر الرضا وعدم الرضا، حيث تفاقمت القضايا والأحداث وفشل بعض المسؤلين فى وضع الحلول الجذرية للمشكلات المجتمعية، وتباين الآراء حول القضايا والأحداث والأشخاص والرموز السياسية؛

كل ذلك أدي إلى اندلاع المظاهرات والإضطرابات، وأصبح مادة قوية لتغذية البرامج التليفزيونية الساخرة.

- غياب الدراسات العلمية التي تهدف لرصد وتقييم مؤسسات الدولة من وجهة نظر أصحاب المصلحة الأساسية وبالتالي يكون من الأهمية بمكان تقييم اتجاهات الرأي العام نحو برامج وسياسات الدولة المستقبلية. حيث يعد تقييم آداء مؤسسات الدولة أحد الركائز الأساسية للثقة السياسية التى تغذى الاستقرار السياسي. ويصبح الرأى العام أكثر احتمالاً للامتثال للقوانين الحكومية عندما تزداد معدلات ثقة الرأى العام فى مؤسسات الدولة. فالمواطن الذى يفتقد للثقة فى المؤسسات المختلفة يصبح أقل استعداداً للامتثال للقرارات والقوانين الحكومية مما يقوض شرعية النظام السياسي. وعلى النقيض فان ارتفاع ثقة الجمهور فى المؤسسات المختلفة وارتكاز النظام على الشرعية يؤدى بدوره إلى القبول والاستقرار فى المجتمع[5].
- قلة الدراسات العربية التى استخدمت نظرية التهيئة المعرفية بوصفها مدخلاً ملائماً للبحث فى تأثيرات وسائل الإعلام فى تشكيل تقييمات واتجاهات الرأي العام لآداء المؤسسات السياسية وللقائمين عليها والوقوف على فاعلية النظرية وتطبيقاتها في المجتمعات العربية.
- قلة الدراسات السابقة في مجال التناول الإعلامي لمؤسسات الدولة المصرية؛ لاسيما في البرامج التليفزيونية الساخرة بالفضائيات رغم تنامي أعداد هذه البرامج حيث يوجد أكثر من 5 برامج في هذا الإطار وهى "سيد أبو حفيظة" و"بنى آدم شو" و"قلة مندسة" و"البرنامج" و" الليلة مع هانى" ، ورغم ذلك لم تطرح هذه البرامج لتقييم علمي وخاصة في مجال تناولها لمؤسسات الدولة بالنقد الساخر.

أهداف الدراسة:

تسعي الدراسة في هدفها الرئيسي إلي اختبار العلاقة بين التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة واتجاهات الرأي العام المصري نحو مؤسسات الدولة، وينبثق عن هذا الهدف عدة أهداف فرعية منها:

- تحديد معدلات متابعة الجمهور المصري للبرامج التليفزيونية الساخرة.

- الكشف عن مدى تأثير المعلومات والموضوعات التي تتناولها البرامج التليفزيونية الساخرة على اتجاهات الجمهور المصري نحوه مؤسسات الدولة.
- معرفة أهم البرامج التليفزيونية الساخرة التي يعتمد الجمهور المصري عليها في الحصول على معلوماته حول مؤسسات الدولة.
- التعرف على مدى اهتمام الجمهور عينة الدراسة بمتابعة أداء مؤسسات الدولة من خلال البرامج التليفزيونية الساخرة.
- التعرف على مدى مصداقية البرامج التليفزيونية الساخرة كمصدر للمعلومات عن مؤسسات الدولة وأدائها لدى الجمهور.
- توضيح مدى رضا الجمهور المصري من عدمه عما تقدمه البرامج التليفزيونية الساخرة من معلومات عن مؤسسات الدولة.
- قياس تأثير المتغيرات الديموجرافية للجمهور عينة الدراسة على اتجاهاتهم نحو مؤسسات الدولة نتيجة تعرضهم للبرامج التليفزيونية الساخرة.
- اختبار فروض نظرية التهيئة المعرفية للتعرف على دور البرامج التليفزيونية الساخرة المختلفة فى تشكيل تقييمات الرأي العام المصري لمؤسسات الدولة.
- رصد نوعية التأثيرات المحتملة للبرامج التليفزيونية الساخرة من خلال منظور الآفة الإعلامية Media Malaise الذى يقترح التأثير السلبى لوسائل الإعلام على المصداقية، ومنظور الدائرة الفاضلة Virtuous Circle الذى يقترح التأثيرات الإيجابية لوسائل الإعلام من خلال دائرة متصاعدة تعزز الثقة والمصداقية.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة فى إطارها النظرى على نظرية التهيئة المعرفية Cognitive Priming Theory والتى تختبر تأثيرات وسائل الإعلام على تقييمات واتجاهات الجمهور السياسية. أدخل اينجار وكايندر Iyengar and Kinder مفهوم التهيئة المعرفية لأدبيات العلوم السياسية عام 1987 فى كتابهما "الأخبار المهمة" كإمتداد وتطور لأدبيات وضع الأجندة Agenda Setting. [6] حيث ميز الباحثان اينجار

وكايندر Kinder and Iyengar تأثيرات وسائل الإعلام المرتبطة بكل من وضع الأجندة والتهيئة المعرفية. وارتبط مفهوم وضع الأجندة بتأثير الوسيلة الاتصالية على الأهمية التى تحظى بها القضايا المختلفة لدى الجمهور، بينما ارتبط مفهوم التهيئة المعرفية بقدرة الوسيلة الاتصالية على التأثير على المعايير التى يقيم بمقتضاها الجمهور السياسات المختلفة والقائمين عليها[7].

وتعني التهيئة في معناها اللغوي "جعل شيء ما بارزاً " Make Salient،[8] أو "تنشيط حافز (مثير) مرتبط بحدث ما"،[9] فالتهيئة لا تعني خلق اتجاه غير موجود، ولا إبراز شيء غير كائن، ولا إيجاد حافز غائب، ولكنها تعني "إبراز" شيء ما وإعطاءه أولوية على ما دونه في لحظة معينة، و"تفعيل" مثير ما من المثيرات الكامنة وجعله أكثر نشاطاً مقارنة بغيره من المثيرات، وهذا "الإبراز" و"إعطاء الأولوية" و"التفعيل" هو ما يعتقد إينجار وكايندر في كونه أهم تأثيرات وسائل الإعلام لاسيما في المجال السياسي.

وتتجلي **فروض النظرية** في:

1. **فرضية تركيز التغطية الإعلامية:** حيث أن "التغطية الإعلامية، من خلال تركيزها على بعض الأمور وتجاهلها لبعضها، تؤثر على المعايير والمحكات التي على أساسها يبني الأفراد (ويصدرون) تقييماتهم وأحكامهم حول: الرؤساء، الحكومات، السياسات...". [10].
2. "**فرضية ثبات معايير التقييم**": فمعايير التقييم ثابتة، والتغير إنما يكون في تعديل الأوزان النسبية ودرجات الأهمية التي تعطى لهذه المعايير، بحيث تجعل معياراً معيناً هو الأكثر بروزاً في لحظة معينة مقارنة بغيره من المعايير[11]. فعلى سبيل المثال: عندما ركزت وسائل الإعلام الأمريكية على قوة الاقتصاد الأمريكي في عهد كلينتون وعلى سياساته الناجحة في مجال مكافحة الجريمة، وعلى سياساته الخارجية المتوازنة والجيدة كانت هذه الموضوعات هي المعايير التي اتخذها الأفراد كمحكات عند إجراء عمليات التقييم له، ومع تفجر "فضيحة مونيكا" برز "المعيار الأخلاقي Integrity" كمحك للتقييم[12].

3. "**فرضية التعميم**": حيث تشير النظرية إلى "أن الأفراد يأخذون من حكمهم المحدد على قضية معينة معياراً للحكم على الأداء العام"[13]، وهذه الفرضية أشبه بالمنطق الاستدلالي؛ حيث نستدل بالجزء على الكل وبالأعراض على الماهيات[14]. فعلى سبيل المثال كان "مذبحة استاد بور سعيد" محكاً تقييمياً لأداء وزارة د. كمال الجنزوري بعد ثورة يناير بغض النظر عن نجاح وزارته في عهد مبارك عام 1997م..

وترتبط التهيئة المعرفية ببعض المفاهيم التي تحدد الكيفية التي تتم بها عملية التهيئة المعرفية هذه المفاهيم هي التنشيط المنتشر Spreading Activation والاسترجاع (سهولة الوصول) Accessibility والشبكة المعرفية المترابطة Associative Cognitive Network التي تساعد فى توضيح العلاقة بين التهيئة المعرفية ووسائل الإعلام والتقييم السياسي ويمكن توضحيها كما يلي:

1. بالتنشيط المنتشر: من خلال تنشيط عنصر من عناصر التفكير أو استحضاره إلى مركز الاهتمام[15].

2. سهولة الوصول (الاسترجاع) حيث ترتبط بمدى الاستعداد لاسترجاع الأبنية المعرفية المختزنة فى الذاكرة ومدى احتمال استخدامها لمعالجة المعلومات واصدار التقييمات. وعادة ما يتبع الأفراد طرقاً مختصرة فى التفكير لتبسيط عملية التقييم وهو ما يعرف بمدخل الاختزال[16].

3. تتكون الذاكرة البشرية بوصفها (شبكة) من بناءات معرفية مترابطة يرتبط فيها أى مفهوم ببناءات أخرى عندما يتم ترميزه (وضع الكود) فى الذاكرة الإنسانية. ويتم تعزيز الروابط بين البناءات فى كل مرة يتم فيها تنشيط مرادفاتها. وعندما يتم تنشيط الفكرة أو احضارها إلى الوعى البؤرى من خلال بعض الرموز ، يشع التنشيط من تلك العقدة المحددة عبر المسارات المرتبطة إلى العقد الأخرى مما يزيد من احتمال استحضار البناءات المشابهة إلى الذهن لتحفز قواعد التقييمات اللاحقة وتشكل الانطباعات الفردية حول القضايا المختلفة. وبذلك يبرز دور الوسيلة الاتصالية كمرشد للأفراد فى تشكيل معايير الحكم على الأحداث من خلال الأفكار التى تم تأكيدها فى الخطاب الإعلامى بوصفها اشارات تنشط البناءات المعرفية

المتعلقة فى ذاكرة الأفراد والتى تعمل بدورها كمعايير للحكم فى تقييم القضايا المختلفة[17].

وتعد نظرية التهيئة المعرفية إطاراًملائماً لهذه الدراسة للأسباب الآتية:

- يحاول هذا المدخل دراسة العلاقة بين التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة، واتجاهات الرأي العام المصري نحو مؤسسات الدولة، من خلال تركيز البرامج التليفزيونية الساخرة علي بعض القضايا والأحداث دون الأخري، وهنا يكمن معني البروز (أي انتقاء قضية دون غيرها)، حيث تعني التهيئة المعرفية "إبراز" شيء ما وإعطاءه أولوية على ما دونه في لحظة معينة.

- تركز البرامج التليفزيونية الساخرة علي بعض القضايا وهي في سبيل ذلك تجعل المشاهدين يوفقون تقييماتهم Adjust لأداء مؤسسات الدولة في هذه القضية بحيث تتفق وتتوافق مع تقييمهم العام السابق لتلك المؤسسات" معنى ذلك أن الأفراد قد يفسرون المواقف الجديدة أو يعيدون تفسير المواقف القديمة من أجل الحفاظ على الاتساق مع ميولهم الحالية. فعلى سبيل المثال، لو ركزت وسائل الإعلام على قضية البطالة ووجهت انتقادات حادة لرئيس ما على سياساته في هذا المجال، فإن المؤيدين لهذا الرئيس قد يفسرون ذلك في ضوء أن السبب في البطالة ليست سياسات الرئيس ولكن بسبب المنافسة الخارجية، أو بسبب السياسات السابقة التي انتهجها الرؤساء السابقون[18].

- تشكل البرامج التليفزيونة الساخرة تقييمات واتجاهات الرأي العام من خلال اتخاذهم موقف من مؤسسات الدولة بناء علي وضع قضية ما محكاً للحكم علي تلك المؤسسات في فترة زمنية معينة سرعان ما يتم أخذ قضية أخري محكاً للحكم أيضاً علي تلك المؤسسات، وهنا تتضح فرضية تعميم المعايير وهكذا. ومثال ذلك قضية سد النهضة كانت معياراً لأداء الرئيس مرسي في فترة زمنية معينة، ثم أزمات الكهرباء والغاز والبترول محكاً أيضاً للحكم علي أدائه في فترة زمنية أخري ، وكلها أمور ركزت عليها البرامج اللتليفزيونية الساخرة وساعدت في تقييمات وتشكيل اتجاهات الرأي العام المصري.

الإطار المعرفي للدراسة:

كانت البدايات الأولى للبرامج الإذاعية الساخرة في الستينيات من القرن الماضي ببرنامج (ساعة لقلبك) ثم أصبح برنامج تليفزيونى قدمه فؤاد المهندس ومجموعة من الممثلين، وعرضت الحلقات الأفكار والموضوعات والمشكلات المجتمعية بأسلوب ساخر. ومع ثورة الفضائيات تأثر الإعلام العربى بما يقدم فى الإعلام الأمريكى والأوروبى، وأصبح يقدم مضامين غربية بلسان عربى محاولاً الدمج بين الثقافتين، فوقع فى تناقض جوهرى بين الأصالة والمعاصرة[19].

ويلجأ معدوا البرامج الساخرة إلى تناول موضوعات بأسلوب ساخر، وبذلك لا يقع تحت طائلة القانون ويستطيع تناول موضوعات جرى العرف الإعلامي على التعتيم عليها، ونجد أن برنامج سيد ابو حفيظة الذي كان يعرض على القناة المصرية من أوائل البرامج الساخرة التي تناولت قضايا كالأطعمة المسرطنة وأزمة المواصلات والوقود وغيرها. وترتب علي ذلك انتشار الألفاظ التي تناولها مقدم البرنامج بين جمهور المشاهدين، مثل (يسعد مساكم) وغيرها، وبعدها تم إنتاج برنامج (قلة مندسة) وقدمه محمود عزب وقام فيه بتقليد شخصيات المشاهير والسياسيين، وأنتج برنامج ساخر (بني آدم شو) وقدمه احمد آدم، وبرنامج (البرنامج) وقدمه باسم يوسف، وبرنامج (الليلة مع هاني) وقدمه هاني رمزي.

والمتتبع للبرامج التلفزيونية المصرية يجد أشهرها برنامج "البرنامج" لباسم يوسف، حيث يحاكي من خلال شكله وطريقة معالجته للقضايا المطروحة أحد البرامج الساخرة الأمريكية لجون ستيوارت، وسعت برامج أخرى في العالم العربي إلى "تقليد" برامج أجنبية، إلا أنها تلقت انتقادات لعل أبرزها استعمال لغة "هابطة" أحياناً، لا ترقى بمستوى المشاهد، ولا تحترم العادات والتقاليد العربية، واشتهر باسم يوسف بتقديم برنامج ساخر على الانترنت بعد الثورة التي أطاحت بنظام الرئيس الأسبق حسني مبارك من السلطة.

ولقد أدي الحراك السياسي والاجتماعي الذي تعيشه مصر بعد ثورة يناير، لزيادة عدد الإعلاميين الساخرين، التي تضم باسم يوسف وأكرم حسني وأحمد آدم وهاني رمزي، ومؤخرًا انضم إليهم اسم "سلمى الدالي" التي قدمت برنامج «المستشارة» على قناة «دريم» في شهر رمضان 2013، وحاولت من خلاله انتقاد الأوضاع السيئة

التي يعاني منها المجتمع من المسؤولين عنه، وناقشت على سبيل المثال مشكلة سرقة السيارات، واستضافت لصًا حقيقيًا وأمين شرطة حقيقيًا، كما ناقشت أيضًا المستوى الرديء للغة الانجليزية عند الرئيس الأسبق محمد مرسي.

ونستطيع القول بأن الإعلام الساخر شهد طفرة كبيرة بظهور الإعلامي باسم يوسف الذي جاء ضمن الحملة الإعلامية الشرسة التي شنتها القنوات الخاصة ضد تيار الإسلام السياسي في مصر لكنه استطاع أن يقدم نمطًا جديدًا على المصريين وصل إلى حد التفاعل والقدرة على التأثير في الرأي العام معتمدًا في ذلك على قلة خبرة قيادات تيار الإسلام السياسي في كيفية التعامل مع وسائل الإعلام الأمر الذي أدى في النهاية إلى حشد جموع المصريين في 30 يونية 2013م، وإسقاط نظام الإخوان المسلمين في مصر.

ولعل البرامج السياسية الساخرة لها أهداف وليست مجرد نكات أو مواقف ضاحكة، وتتمثل أهم أهدافها في تنمية الوعي السياسي للجمهور، والتوعية المستمرة لرفع درجة الوعي السياسي بين الجمهور، وترسيخ المفاهيم والقيم السياسية، ودفع الجماهير علي المشاركة في الحياة السياسية.

ويرى الخبير الإعلامي المصري ياسر عبد العزيز أن هذه البرامج انتشرت بسبب كسر جدران الخوف في صفوف المواطنين المصريين وتراجع التحكم الأمني السلطوي في وسائل الإعلام بشكل كبير، بالإضافة إلى مشاركة فئات واسعة من المواطنين الذين كانوا مقصيين عن الحياة العامة، في السياسية والتعبير عن آرائهم؛ كما أنها شجعت "النزعة النقدية" لدى الكثير من فئات المجتمع، وأصبح للسخرية السياسية في التليفزيون دورها في التغييرات السياسية والاجتماعية، إلا أن لها جانبا سلبياً يتمثل في أنها تجاوزت فى تناول ألفاظ تنافى اللياقة الإعلامية، وتأثر الشباب سلباً وظهر ذلك فى تبنى السخرية من رموز فى الأسرة والمدرسة[20].

مراجعة الدراسات السابقة:

تركز عملية مراجعة الدراسات السابقة علي مجموعة الدراسات التي تهتم بالبرامج التليفزونية الساخرة وعلاقتها بالعملية السياسية لدي الجمهور.

- خلصت دراسة **وفاء فرغل** (2014م) [21] حول البرامج الساخرة بالتليفزيون وعلاقتها بادراك المراهقين للواقع الاجتماعى، إلى أن أداء الحكومة من أكثر الموضوعات التى تغطيها البرامج التليفزيونية الساخرة من وجهة نظر عينة الدراسة، وكشفت أيضا الدراسة أن رؤساء الدول يليهم الإعلاميين من أهم الشخصيات التى أبرزت البرامج الساخرة تناقضها من وجهة نظر عينة الدراسة، وأثبتت نتائج الدراسة ارتفاع مستوى ادراك عينة الدراسة للواقع الاجتماعى فيما يتعلق بالجانب السياسى.

- وانتهت دراسة **أحمد راشد** (2014م) [22] حول علاقة تعرض الشباب الجامعي للبرامج السياسية الساخرة واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية إلي أن الثورية كانت أكثر أساليب النقد الساخر التى استخدمت فى برامج السخرية السياسية عينة الدراسة، كما خلصت إلى وجود علاقة بين تعرض الشباب الجامعى لهذه البرامج والتأثيرات المعرفية والسلوكية لديهم.

- وخلصت دراسة **هولبرت آر R .Lance Holbert** (2013م) [23] إلي وجود علاقة بين درجة استهلاك البرامج السياسية الساخرة والمعرفة السياسية لدي الجمهور، حيث أشارت النتائج إلى أن الطريقة التى يتم بها عرض هذه البرامج يمكن أن تساعد الأفراد على إثارة الكثير من النقاشات الجدلية حول الموضوعات المختلفة مما يؤدى إلى خلق نوع من التفكير النقدي لديهم.

- بحثت دراسة **إدوارد فيليب وآخرون Philip Edward et al** (2012م) [24] فى تأثير الهجاء السياسي علي فهم وإدراك قدرات المرشح السياسي والسعي وراء انتخابة وكشفت النتائج عن وجود دور كبير لوسائل الترفيه السياسي فى تشكيل المواقف والإدراك والسلوكيات لدي المتلقي، وأن هذه البرامج لها دور فى فهم قدرات المرشح السياسي وبالتالي تساعد فى اختيار المرشح المناسب.

- واستهدفت دراسة **فونكس شيراتون وآخرون Sheraton Phoenix ,et al** (2012م) [25] التعرف على تأثير الأخبار الكوميدية الساخرة على التصورات السياسية للجمهور فى حالة تعرضهم لمصادر الأخبار المتعددة الأخري فى إسرائيل، وأوضحت النتائج أن التعرض للهجاء السياسي كان له أثر بالغ فى احساس المشاهدين بعدم فاعلية السياسيين والإحساس بالإغتراب، وأن

الشخصيات السياسية التى تعرضت للسخرية فى البرامج الكوميدية الساخرة كانت تمثل بالفعل الساسة والسياسة الإسرائيلية فى الواقع.

- انتهت دراسة **سندس محمد الفوال** (2012)[26]، من بحث علاقة تعرض المراهقين لمسلسلات كوميديا الموقف " الست كوم " بسلوكهم الاجتماعى.إلي أن 2،47% من المبحوثين يشاهدون مسلسلات كوميديا الموقف "الست كوم" بصفة دائمة، ويشاهدها 7،45% منهم أحياناً، وفى المقابل لا يشاهدها 1،7% منهم. كما أوضحت الدراسة أن 6،63% من المبحوثين يستخدمون اللغة الاجتماعية الجديدة "الروشنة" فى حياتهم اليومية دائماً، ويستخدمها 7،30% منهم أحياناً، وفى المقابل لا يستخدمها 7،5% منهم.وجاءت طريقة تعامل المبحوث مع أصدقائه فى مقدمة المواقف التى يستخدم فيها المبحوثين طرق التعامل المقدمة فى مسلسلا الست كوم بنسبة 5،54%، ثم طريقة تعامل المبحوث مع أسرته فى المرتبة الثانية بنسبة 4،27%، ثم طريقة تعامل المبحوثين مع المدرسين فى المدرسة فى المرتية الثالثة بنسبة 11%، ثم اخرى تذكر بنسبة 2،4% وقد انحصرت إجابة المبحوثين فى طريقة تعاملهم مع جيرانهم.

- وخلصت دراسة **محمد إمتياز** (2012)[27]، حول السخرية في البرامج الحوارية فى وسائل الإعلام الباكستانية، إلي أن السخرية الإذعية التى تفجر انفعال الضيوف للدفاع عن مبادئه كانت السمة الغالبة في البرامج الحوارية، وحققت البرامج الساخرة أعلى نسبة مشاهدة بين المبحوثين، كما شكلت القضايا الإقتصادية الفئة الأكثر تناولاً ويليها القضايا السياسية كمضمون ساخر نظراً لضعف التعاطى بالديموقراطية فى المجتمع الباكستانى، وتأكد وجود اهتمام المسؤولين بالظهور فى البرامج الساخرة لكسب الشعبية، وأثبتت الدراسة وجود سمات ايجابية بين إستضافة الشخصيات العامة فى البرامج الساخرة والإتجاه الإيجابى لدى الجمهور نحوها.

- واستهدفت دراسة **لويس جوس José Luis** (2011)[28]، التعرف على البرامج الساخرة فى التلفزيون البريطانى والقضايا والشخصيات التى تناولتها وتأثير ذلك على الجمهور واتجاهاته والصورة الذهنية لديهم عنها، ومقارنة ذلك بما يقدم فى التلفزيون الأسبانى، وتوصلت الدراسة إلى أن البرامج الساخرة كان

لها تأثير قوى على الجمهور فى كلا البلدين فى تناول السياسيين والقضايا وكذلك الإنتخابات، وأثبتت الدراسة تقدم التليفزيون البريطانى على نظيره الأسبانى فى سقف الحرية المتاح.

- واهتمت دراسة **هول جوتبيرس Gutbirth Joe Hole** (2011م) [29] بإجراء دراسة مقارنة بين وسائل الإعلام التقليدية التي تعتمد على الهجاء السياسي فى تحريرها للأخبار وكذا برامج السخرية السياسية مثل برنامج ذا ديلي شو مع جون استيوارت وتقرير كولبيرت، وأسفرت الدراسة عن أن جمهور ستيوارت لا يتعرضون للبرامج الساخرة من أجل الترفية ولكن كمصدر من مصادر المعلومات والأخبار بإعتبارها أكثر موضوعية من وسائل الإعلام التقليدية.

- وكشفت دراسة **فيلدمان لورين Lauren Feldman** (2011م) [30] عن أن الأفراد الذين يشاهدون برنامج "ذا ديلي شو" كمصدر للأخبار مع مزيج من الترفية هم أكثر تعلماً من هؤلاء الذين يشاهدون البرنامج كمصدر للترفية فقط وهو ما يسمي باستثمار الجهد العقلي فى معالجة الرسائل الكوميدية.

- واهتمت دراسة **هاريتون آماندا Amanda Hariton** (2011م) [31] ببحث العلاقة بين وسائل الإعلام الساخرة وآثارها على معدلات المشاركة السياسية للشباب المشاهدين لها، وقد أسفرت النتائج عن أن الطلاب الذين يشاهدون "ذا ديلي شو" وتقرير كولبيرت" بانتظام هم أكثر استعداداً للتصويت من أولئك الذين لا يشاهدون هذه البرامج.

- ناقشت دراسة **سارة بورتن Sarah j. Burton** (2010)[32]، الأخبار الساخرة بين النقد والترفيه، حيث كشفت الدراسة فشل وسائل الاعلام فى توصيل الأخبار السياسية لكل فئات المجتمع فى عصر ازدادت فيه وسائل المعلومات ووسائل الترفيه، مما أدى إلي ظهور البرامج الساخرة التى تكشف عن الحقيقة وتشرك الجمهور بالسياسة، كما أوضحت الدراسة أن مقدم البرامج الساخرة أصبح له تأثير قائد الرأى لدى الجمهور، وحرص السياسيون على المشاركة فى البرامج الساخرة لكسب تأييد وشعبية الجمهور، وأثبتت الدراسة وجود علاقة بين تناول البرامج الساخرة للشخصيات والقضايا (تأييداً أو معارضة) واتجاهات الجمهور نحوها.

- واستهدفت دراسة **كو اكسايكيا Xiaoxia Cao** (2010م) [33] التعرف على تأثير برنامج ذا ديلي شو لجون استيوارت وكذلك أحد عروض الكوميديا السياسية الأمريكية فى إدراك الجمهور للقضايا السياسية حيث أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباط ايجابية بين التعرض للبرنامج وبين متابعة القضايا التى تطرح من خلاله بشكل متكرر ومنتظم.

- استهدفت دراسة **ستيفن هارينجتون Stephen Harrington** (2009) [34]، بحث تغير العلاقة بين التلفزيون والسياسة والرأى العام، وكيف أصبحت البرامج الساخرة مصدر للمعلومات، حيث استخدم الباحث منهج المسح التحليلى لتحليل برنامجين ساخرين، ومنهج المسح الميدانى لعينة من الجمهور تمثلت فى 330 مفردة من الشباب، وتوصلت الدراسة إلي إنخفاض معدل المشاهدة للنشرات الاخبارية والصحف خاصة، مقابل ارتفاع معدل تصفح الوسائل الاليكترونية، ومشاهدة البرامج الساخرة.وارتفاع معدلات اهتمام البرامج التليفزيونية الساخرة بالأمور السياسية التي زادت وعي الجمهور بالسياسة وتشكيل اتجاهاتهم نحو الشخصيات السياسية.

- استهدفت **دراسة جودى وموريس Jody C (2008)**[35]، معرفة تاثير البرنامج الأمريكى الساخر "تقرير كولبرت" على الشباب، والتعرف على مقدم البرنامج كولبرت ودور الدعاية لممثلى النظام وأفكارهم ونشر رسالتهم، حيث توصلت الدراسة إلى ارتفاع معدل المشاهدة وتحول غضب الجمهور من الأحداث والسياسيين إلى سخرية، وأثبت الدراسة أيضاً أن متابعى البرامج الساخرة من المسؤلين يتابعونها باعتبارها مؤشرات لاتجاه الجمهور، وأصبحت السخرية السياسية أكثر انتشاراً وبدأ الباحثون بتحرى كيفية تأثير السخرية على الجوانب المختلفة للعملية للسياسية فى أمريكا، وحققت جهود الباحثين الفردية نتائج متفاوتة، ويبدو أن هناك إجماع فى الرأى على أن السخرية السياسية يكون لها تاثير قوى على المواقف والآراء يصل لدرجة نجاح أو إسقاط المرشحين السياسيين، وأظهرت النتائج أن الإشباعات المتحققة لدى الجمهورمن المتابعة تمثلت فى الترفيه بنسبة 75%، والحصول على المعلومات بنسبة 65%، وتأييد الجمهور لسياسات الحزب الجمهورى مقابل الحزب الديموقراطى.

تعقيب علي الدراسات السابقة:

- تركيز البرامج التليفزيونية الساخرة علي الجانب السياسي والموضوعات والقضايا والأحداث السياسية كمادة إعلامية لها، الأمر الذي يعكس حالة الإضطراب السياسي داخل المجتمعات الغربية والعربية علي حد سواء.
- ارتفاع معدلات متابعة الجمهور للبرامج التليفزيونية الساخرة، حيث أنها إحدي القوالب التليفزيونية المحببة لدي الجماهير تقدم من خلالها المعلومات بطريقة نقدية ساخرة ترفيهية.
- اهتمام الشخصيات السياسية بالظهور في البرامج التليفزيونية الساخرة، نظراً للإهتمام الجماهيري بها من ناحية؛ وقدرتها علي تشكيل اتجاهات الرأي العام نحوهم.
- تعكس البرامج التليفزيونية الساخرة حجم الحرية المتاح في المجتمعات من خلال قدرتها علي نقد الشخصيات السياسية وتناول القضايا المجتمعية المختلفة بشكل ساخر.
- أصبح لدي مقدمي البرامج التليفزيونية الساخرة تأثير قادة الرأي علي الجماهير، وفي سبيل ذلك حرص السياسيون علي المشاركة في تلك البرامج لكسب تأييد شعبية الجماهير.
- تمثل القضايا المجتمعية التي تتناولها البرامج التليفزيونية الساخرة محكاً لحكم وتقييم الجمهور لبعض المرشحين السياسيين وأداء بعض المؤسسات المجتمعية، وهذا ما ترتكز عليه نظرية التهيئة المعرفية التي تقوم عليها الدراسة الحالية.

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة دالة إحصائياً بين مستوى تعرض الجمهور عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الساخرة وطبيعة الاتجاه نحو مؤسسات الدولة.

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائياً بين الجمهور عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة تبعاً:

1. للمتغيرات الديموجرافية متمثلة في (النوع، المستوي التعليمي، المرحلة العمرية، المستوي الإقتصادي الاجتماعي، الإنتماء الحزبي).
2. لكثافة مشاهدة البرامج التليفزيونية الساخرة.
3. لمستوي الاهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة.
4. لمستوي المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة
5. لمستوي الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول تلك المؤسسات.

الفرض الثالث: توجد علاقة دالة إحصائياً بين مستوى تعرض الجمهور عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الساخرة ومستوي الرضا عن أداء تلك البرامج في تناولها مؤسسات الدولة.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الظواهر والأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها بهدف تحديد الظاهرة أو الموقف أو الحدث تحديداً دقيقاً واكتشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة. وتهدف الدراسة إلى اختبار فروض نظرية التهيئة المعرفية فى التعرف على العلاقة بين التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة واتجاهات الرأي العام المصري نحو مؤسسات الدولة، وما يمكن لتلك البرامج من تغيير آراء وأفكار وتقييمات واتجاهات الجمهور نحو مؤسسات الدولة المختلفة في ظل غياب الرؤية السياسية في مصر والوطن العربي بل والعالم، وظهور تخوفات المستقبل وقلقه لدي جموع فئات المجتمع.

وتعتمد الدراسة على منهج المسح الذي يُعد أحد المناهج الأساسية في البحوث الوصفية بشقه الميداني بهدف جمع البيانات وتفسيرها للوصول إلى دلالات ذات أهمية علمية يمكن أن تصبح رؤي بحثية واتجاهات مستقبلية في دراسات الإعلام والرأي العام.

عينة الدراسة:

اعتمد الباحث في سحب عينة الدراسة على أسلوب العينة المتاحة The Convenience or Availability Sampling؛ والتي تستند أساساً على مفهوم إتاحية المفردات البحثية ويسر الوصول إليها، فضلاً عن تبني الاتجاه المنهجي القائم على زيادة معدلات الاستجابة في الدراسة المسحية المعينة[36]. ويوصي خبراء مناهج البحث الإعلامي بأسلوب العينة المتاحة بوصفها الأنسب منهجياً في عملية جمع البيانات، والاستجابات من المبحوثين بشأن القضايا الحسّاسة، والجدلية Debatable Issues؛ والتي تتزايد المخاوف من إعراض المبحوثين عن الإدلاء بآرائهم بشأنها، لكونهم منخرطين فيها، أو فاعلين مؤثرين في تطوراتها[37]؛ وهو الأمر الذي ينطبق بدوره على موضوع مؤسسات الدولة، وبخاصةٍ بعديها الأمني، والسياسي.

وفي السياق ذاته، يسمح أُسلوب العينة المتاحة بتحري المنهجيّة عبر وعي الباحث بتمثيل المتغيرات المهمة بالعينة المسحوبة من المجتمع البحثي[38]. وفي هذا الصدد حرص الباحث على تمثيل متغير المنطقة الجغرافية من خلال جمع البيانات من المبحوثين في محافظات الشرقية، الإسكندرية، والقاهرة؛ على اعتبار أنهم المدن الأكثر حراكاً وفاعلية سياسية. وقد بلغ حجم عينة الدراسة 600 مبحوثاً؛ في ضوء استقرار خبراء مناهج البحث والإحصاء على ملائمة هذا الحجم لتمثيل المجتمعات البحثية كبيرة الحجم نسبياً.

أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة علي صحيفة الإستبيان التي تضمنت بعض المقاييس التجميعية وأهمها مقياس الإتجاه نحو مؤسسات الدولة، وتم عرض الاستبيان علي مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام ومناهج البحث في الجامعات المصرية[39]، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال فى ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الإستبيان، وقد أقر المحكمون صلاحية الإستبيان بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي إقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التى جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها 90٪ فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها فى ضوء الملاحظات التى أبداها المحكمون.

ولقياس ثبات الإستبيان تم تطبيقه على عينة مكونة من 60 مفردة من الجمهور المصرى ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمنى

قدره ثلاثة أسابيع، ثم قام الباحث بحساب معامل الثبات بين درجات الجمهور فى التطبيقين الأول والثانى، وقد أشارت معاملات الارتباط إلي الاتفاق بين الإجابات علي كل بعد من أبعاد الإستبيان بين التطبيقين الأول والثاني بنسبة بلغت 0.888 ويتضح ذلك من الجدول التالي :

جدول رقم (1)

معامل ثبات أداة الدراسة وأبعادها المختلفة

م	البعد	معامل الثبات	مستوى الدلالة
1	**بعد التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة**	0.911	دالة عند 0.01
2	**بعد الإهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة**	0.878	دالة عند 0.01
3	**بعد الرضا عن تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة**	0.881	دالة عند 0.01
4	**بعد المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة**	0.791	دالة عند 0.01
5	**بعد مقياس الإتجاه نحو مؤسسات الدولة**	0.871	دالة عند 0.01
	الدرجة الكلية	0.888	دالة عند 0.01

يتضح من الجدول السابق: مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (0.791 – 0.911) وجميعها معاملات ثبات دالة عند مستوى 0.01 ، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للمقياس قد بلغ 0.888 وهي نسبة توحي بالثقة في صلاحية الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة.

مقاييس الدراسة:

- **مقياس التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة:** تم قياس معدلات التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة من خلال ثلاثة أسئلة تضمنتها الإستبيان. وتم حساب المتوسطات لكل مبحوث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين 3 : 11 درجة ، تم تقسيمه إلي ثلاث فئات تتمثل في (منخفض التعرض: أقل من 5 درجات، متوسط التعرض: من 6 : 8 درجات، كثيف التعرض: من 9 : 11 درجة) .

- **مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة:** تم قياس مستوى الاهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة من خلال سؤال واحد تضمنته صحيفة الاستبيان، وتم حساب المتوسطات لكل مبحوث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين 1 : 6 درجه، تم تقسيمه إلي ثلاث فئات تتمثل في (منخفض الاهتمام: أقل من 2 درجات، ومتوسط الاهتمام: من 3 : 4 درجات، ومرتفع الاهتمام: من 5 : 6 درجات).

- **مقياس مستوى الرضا عن تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة:** تم قياس مستوى الرضا عن تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة من خلال سؤال تضمنته صحيفة الإستبيان وتم حساب المتوسطات لكل مبحوث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين 1 : 6 درجه، تم تقسيمه إلي ثلاث فئات تتمثل في (منخفض الرضا: أقل من 2 درجات، ومتوسط الرضا: من 3 : 4 درجات، ومرتفع الرضا: من 5: 6 درجات).

- **مقياس مستوى المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة:** تم قياس مستوى المصداقية عن تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة من خلال سؤال تضمنته صحيفة الإستبيان وتم حساب المتوسطات لكل مبحوث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين 1 : 6 درجه، تم تقسيمه إلي ثلاث فئات تتمثل في (منخفض المصداقية: أقل من 2 درجات، ومتوسط المصداقية: من 3 : 4 درجات، ومرتفع المصداقية: من 5 : 6 درجات).

- **مقياس مستوى كثافة المشاهدة النشطة لأداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة:** تم قياس مستوى كثافة المشاهدة النشطة لأداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة من خلال سؤال تضمنته صحيفة الاستبيان ويتمثل فى جدول يضم 10 عبارات لقياس مستوى نشاط المشاهدة ويتم الاختيار بين ثلاث بدائل وهى موافق ومحايد ومعارض.وبناءً على ذلك تم حساب المتوسطات لكل مبحوث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين 10 : 30 درجه ، تم تقسيمه إلي ثلاث فئات تتمثل فيما يلي: (منخفض مستوى كثافة نشاط المشاهدة:من 10 : 16 درجة، ومتوسط مستوى كثافة نشاط المشاهدة: من 17 : 23 درجة، ومرتفع مستوى كثافة نشاط المشاهدة: من 24 : 30 درجه).
- **مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة:** يتحدد هدف هذا المقياس في التعرف علي مستوى اتجاه الجمهور المصري نحو مؤسسات الدولة، وقد كان من المبررات العلمية والمنهجية التي أدت إلي تصميم هذا المقياس أنه لكل فترة زمنية سماتها وخصائصها التى تتسم بها فمقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة فى الوقت الراهن وبعد أحداث ثورتي 25 يناير، و30 يونيو، لا بد أن يكون ملائمًا لطبيعة الفترة التى تم تطبيق المقياس فيها، حيث تتسم الفترة بالتحول السياسى الذى يتيح للجمهور المشاركة بحرية إذا ما قورنت هذه الفترة بالفترة التى سبقت الثورتين، وتتمثل أهداف المقياس في التالي:
  - تقدير مستوى اتجاه الرأى العام نحو مؤسسات الدولة في درجته الكلية.
  - تقدير مستوى اتجاه الرأى العام نحو مؤسسات الدولة في أبعاده المختلفة (بعد الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية – الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية – الاتجاه نحو المؤسسة القضائية – الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية).
  - بيان العلاقة بين حجم تعرض الجمهور للموضوعات المتعلقة بمؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة ومستويات الاتجاه المختلفة نحو مؤسسات الدولة.

- بيان الفروق بين الجمهور فى مستوى الاتجاه نحو مؤسسات الدولة وفقاً لحجم تعرضهم للموضوعات المتعلقة بمؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة.

ولقياس مستوى الاتجاه نحو مؤسسات الدولة قام الباحث بإعداد مقياس يحتوى على 48 عبارة بطريقة ليكرت الخماسية، ويتم الإجابة عليها من خلال الاختيار بين خمسة بدائل (موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة) وتأخذ التصحيحات (5، 4، 3، 2، 1) على التوالى. وتم حساب المتوسطات لكل مبحوث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين 48 : 240 درجه، تم تقسيمه إلي ثلاث فئات تتمثل فيما يلي:(اتجاه سلبى: من 48 : 111 درجه، واتجاه محايد: من 112 : 175 درجه، واتجاه ايجابى: من 176 : 240 درجه) .

وتم استخدام المقياس لقياس الأبعاد الأربعة للاتجاه نحو مؤسسات الدولة (بعد الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية – الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية – الاتجاه نحو المؤسسة القضائية – الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية)، وتم تحديد 12 عبارة تمثل كل بعد، وتراوحت قيمة درجات كل عبارة ما بين 1: 5 درجات، حيث تم حساب مجموع الدرجات لإعطاء كل مبحوث درجة واحدة تمثل حاصل جمع قيم العبارات لكل بعد، وذلك للحصول على مقياس لمستوى الاتجاه نحو مؤسسات الدولة لكل بعد من الأبعاد بشكل منفرد، وبناءً على ذلك تم حساب المتوسطات لكل مبحوث على كل بعد من الأبعاد، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين 12 : 60، تم تقسيمه إلي ثلاث فئات تتمثل فيما يلي:(اتجاه سلبى: من 12 : 27 درجه، واتجاه محايد: من 28 : 43 درجه، واتجاه ايجابى: من 44 : 60 درجه).

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج

" الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية: تم اللجوء الي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.
- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين علي وجود فرق بينها.
- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.
- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين علي أحد متغيرات الدراسة.
- اختبار كا2 لجداول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى.
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2.
- الوزن المرجح والوزن المئوى.
- اختبار "Z .Test " لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين.

نتائج الدراسة:

(أ) نتائج الدراسة الميدانية:

1. معدل مشاهدة الجمهور عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الساخرة:

جدول (2)

معدل مشاهدة الجمهور عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الساخرة وفقاً للنوع.

النوع / معدل المشاهدة	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	223	64.45	153	60.24	376	62.67
أحياناً	100	28.9	96	37.8	196	32.67
لا أشاهدها	23	6.65	5	1.97	28	4.67
الإجمالي	346	100	254	100	600	100

قيمة كا^2= 10.83 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.133 الدلالة = 0.01

بحساب قيمة كا^2 من الجدول السابق: عند درجة حرية =2 ، وجد أنها = 10.83 وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.01، أى أن مستوى المعنوية أصغر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.133 تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور – إناث) ومعدل مشاهدة الجمهور عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الساخرة.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق: أن نسبة الجمهور مرتفعي التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة من إجمالى مفردات عينة الدراسة بلغت 62.67% ، موزعة بين 64.45% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 60.24% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة الجمهور متوسطي التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة من إجمالى مفردات عينة الدراسة 32.67% موزعة بين 28.90% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 37.80% من إجمالى مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة الجمهور الذي لايتعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة من إجمالى مفردات عينة الدراسة 4.67% موزعة بين 6.65% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 1.97% من إجمالى مفردات عينة الإناث .

وتعكس هذه النتيجة ارتفاع مستوي تعرض الجمهور المصري للبرامج التليفزيونية الساخرة، ومدي الإقبال علي تلك النوعية من البرامج التليفزيونية التي أصبحت أحد وسائل التنفيس عما يعاني منه المجتمع من اضطرابات سياسية وأمنية واقتصادية وأخلاقية في الفترة التي أعقبت ثورتي يناير ويونيو، وتشارك مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، تويتر ...وغيرها) البرامج التليفزيونية الساخرة في التنفيس عن أفكار وحاجات ورغبات واتجاهات الجمهور نحو الأوضاع السائدة في المجتمع المصري .

2. مدى اهتمام الجمهور عينة الدراسة بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة:

جدول (3)

مدى اهتمام الجمهور عينة الدراسة بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة وفقاً للنوع.

النوع / مدى المتابعة	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	107	33.13	117	46.99	224	39.16
أحياناً	160	49.54	96	38.55	256	44.76
لا أتابعها	56	17.34	36	14.46	92	16.08
الإجمالي	323	100	249	100	572	100

قيمة كا^2= 18.69 درجة الحرية = 3 معامل التوافق = 0.174 الدلالة = 0.001

بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =3 ، وجد أنها = 18.69 وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001، أى أن مستوى المعنوية أصغر من 0.001، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.174 تقريباً مما يؤكد

وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور – إناث) مدى متابعة الجمهور عينة الدراسة لأداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق: أن نسبة من يتابعون أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة بصفة منتظمة من إجمالى مفردات من يشاهدون البرامج التليفزيونية الساخرة من إجمالى مفردات عينة الدراسة بلغت 39.16% ، موزعة بين 33.13% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 46.99% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يتابعها بصفة غير منتظمة (أحياناً) من إجمالى مفردات من يشاهدون البرامج التليفزيونية الساخرة من إجمالى مفردات عينة الدراسة 44.76% موزعة بين 49.54% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 38.55% من إجمالى مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لا يتابعون أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة مطلقاً من إجمالى مفردات من يشاهدون البرامج التليفزيونية الساخرة من إجمالى مفردات عينة الدراسة 16.08% موزعة بين 17.34% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 14.46% من إجمالى مفردات عينة الإناث.

3. استجابات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس مستوى المشاهدة النشطة لأداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة.

جدول (4) استجابات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس مستوى المشاهدة النشطة لأداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة

درجة الموافقة / العبارات	موافق		محايد		معارض		الوزن المرجح	
	ك	%	ك	%	ك	%	النقاط	الوزن المئوي
أثناء مشاهدة البرنامج أقوم بعمل شئ آخر.	72	15	344	71.67	64	13.33	968	13.07
أنا عادة أنظم وقتى بحيث لا يفوتنى مشاهدة البرنامج	108	22.5	100	20.83	272	56.67	796	10.75
إذا توقعت أنه سيفوتنى البرنامج أشاهده عبر اليوتيوب	92	19.17	112	23.33	276	57.5	776	10.48
أستطيع بعد مشاهدة البرنامج أن أتذكر تفاصيله كاملة.	76	15.83	128	26.67	276	57.5	760	10.26
أنصت باهتمام لكل كلمة تقال فى الحوار أثناء مشاهدة البرنامج	36	7.5	180	37.5	264	55	732	9.89
أقارن بين ما أشاهده فى البرنامج وبين ما أراه فى الواقع.	68	14.17	88	18.33	324	67.5	704	9.51
أقوم بمناقشة ما حدث فى البرنامج مع أصحابى وأفراد أسرتى.	48	10	116	24.17	316	65.83	692	9.35
أشعر بالخسارة الكبيرة إذا فاتنى مشاهدة البرنامج.	40	8.33	124	25.83	316	65.83	684	9.24
أتابع باهتمام كل سلوك يصدر عن مقدم البرنامج	48	10	80	16.67	352	73.33	656	8.86
قد ألغى كل أعمالي التى أود القيام بها من أجل مشاهدة البرنامج	36	7.5	84	17.5	360	75	636	8.59
مجموع الأوزان	480						7404	

تشير بيانات الجدول السابق: إلى استجابات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس مستوى المشاهدة النشطة لأداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة، حيث جاءت عبارة " أثناء مشاهدة البرنامج أقوم بعمل شئ آخر" بوزن مئوى 13.07%،

جاءت عبارة "أنا عادة أنظم وقتى بحيث لا يفوتنى مشاهدة البرنامج." بوزن مئوى 10.75%، وجاءت "إذا توقعت أنه سيفوتنى البرنامج أشاهده عبر اليوتيوب" بوزن مئوى 10.48%، وجاءت "أستطيع بعد مشاهدة البرنامج أن أتذكر تفاصيله كاملة" بوزن مئوى 10.26%، وجاءت "أنصت باهتمام لكل كلمة تقال أثناء مشاهدة البرنامج" بوزن مئوى 9.89%، وجاءت "أقارن بين ما أشاهده فى البرنامج وبين ما أراه فى الواقع من حولى" بوزن مئوى 9.51%، وجاءت "أقوم بمناقشة ما حدث فى البرنامج مع أصحابى وأفراد أسرتى" بوزن مئوى 9.35%، وجاءت "أشعر بالخسارة الكبيرة إذا فاتنى مشاهدة البرنامج" بوزن مئوى 9.24% ، وجاءت "أتابع باهتمام كل سلوك يصدر عن مقدمي البرنامج" بوزن مئوى 8.86%، وجاءت "قد ألغى كل أعمالي التى أود القيام بها من أجل مشاهدة البرنامج" بوزن مئوى 8.59%.

4. مدى رضا الجمهور عينة الدراسة عن تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة.

جدول (5)

مدى رضا الجمهور عينة الدراسة عن تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة وفقاً للنوع.

النوع / مدى الرضا	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
بدرجة كبيرة	2	0.75	2	0.94	4	0.83
بدرجة متوسطة	72	26.97	104	48.83	176	36.67
بدرجة منخفضة	193	72.28	107	50.23	300	62.5
الإجمالي	267	100	213	100	480	100

قيمة كا^2= 29.08 درجة الحرية = 3 معامل التوافق = 0.215

الدلالة = 0.001

بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =3 ، وجد أنها = 29.08 وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001، أى أن مستوى المعنوية أصغر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.215 تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور – إناث) ومدى رضا الجمهور عينة الدراسة عن تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق: أن نسبة من لديهم مستوي رضا مرتفع عن تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة بلغت 0.83% ، موزعة بين 0.75% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 0.94% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من لديهم مستوي رضا متوسط 36.67% موزعة بين 26.97% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 48.83% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من لديهم مستوي رضا منخفض عن تناول أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة 62.50% ، موزعة بين 72.28% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 50.23% من إجمالى مفردات عينة الإناث.

5. مستوي مصداقية البرامج التليفزيونية الساخرة في تناولها لأداء مؤسسات الدولة من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة.

جدول (6)

مستوي مصداقية البرامج التليفزيونية الساخرة في تناولها لأداء مؤسسات الدولة من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة وفقاً للنوع.

النوع / مستوي المصداقية	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
بدرجة كبيرة	67	25.09	60	28.17	127	26.46
بدرجة متوسطة	178	66.67	136	63.85	314	65.42
بدرجة منخفضة	22	8.24	17	7.98	39	8.13
الإجمالي	267	100	213	100	480	100

قيمة كا^2= 0.577 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.035

الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =2 ، وجد أنها = 0.577 وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05، أى أن مستوى المعنوية أكبر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.035 تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور– إناث) ومستوي مصداقية البرامج التليفزيونية الساخرة في تناولها لأداء مؤسسات الدولة من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق: أن نسبة مرتفعى مستوى المصداقية لتناول البرامج التليفزيونية الساخرة في تناولها لأداء مؤسسات الدولة بلغت 26.46%، موزعة بين 25.09% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 28.17% من إجمالى مفردات عينة الإناث ، وبلغت نسبة متوسطى مستوى المصداقية 65.42%، موزعة بين 66.67% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 63.85% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة منخفضى مستوى المصداقية 8.13%، موزعة بين 8.24% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 7.98% من إجمالى مفردات عينة الإناث.

6. أهم البرامج التليفزيونية الساخرة التى يفضل الجمهور عينة الدراسة مشاهدتها بالفضائيات.

جدول (7)

أهم البرامج التليفزيونية الساخرة التى يفضل الجمهور عينة الدراسة مشاهدتها بالفضائيات وفقا للنوع.

النوع / البرامج	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
البرنامج	264	98.88	204	95.77	468	97.5	1.172	غير دالة
أسعد الله مساءكم	194	72.66	138	64.79	332	69.17	0.423	غير دالة
بني آدم شو	183	68.54	105	49.3	288	60	2.796	دالة**
الليلة مع هاني	34	12.73	50	23.47	84	17.5	3.436	دالة***
جملة من سئلوا	267		213		480			

تشير بيانات الجدول السابق: إلى أهم البرامج التليفزيونية الساخرة التى يفضل الجمهور عينة الدراسة مشاهدتها بالفضائيات وفقا للنوع، حيث جاء فى الترتيب الأول برنامج البرنامج لباسم يوسف بنسبة بلغت 97.50%، موزعة بين 98.88% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 95.77% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً ، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.172 وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء فى الترتيب الثانى برنامج أسعد الله مساءكم لأكرم حسني، بنسبة بلغت 69.17%، موزعة بين 72.66% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 64.79% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.423 وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء فى الترتيب الثالث برنامج بني آدم شو لأحمد آدم، بنسبة بلغت 60%، موزعة بين 68.54% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 49.30% من إجمالى مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0.01، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 2.796 وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99%.

وجاء فى الترتيب الرابع برنامج الليلة مع هاني لهاني رمزي، بنسبة بلغت 4.17%، موزعة بين 7.49% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 0.00% من إجمالى مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0.001، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 3.894 وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 999%.

7. أهم الوسائل المستخدمة في البرامج التليفزيونة الساخرة وتزيد من مصداقيتها من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة.

جدول (8)

أهم الوسائل المستخدمة في البرامج التليفزيونة الساخرة وتزيد من مصداقيتها من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة وفقا للنوع.

النوع / الوسائل	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
الصور ومقاطع الفيديو	263	98.5	205	96.24	468	97.5	1.371	غير دالة
الأرقام والإحصائيات	189	70.79	143	67.14	332	69.17	0.407	غير دالة
استخدام اللغة والإيحاءات والإستمالات	190	71.16	138	64.79	328	68.33	0.142	غير دالة
طريقة مقدم البرنامج	173	64.79	111	52.11	284	59.17	1.526	غير دالة
جملة من سئلوا	267		213		480			

تشير بيانات الجدول السابق: إلى أهم الوسائل المستخدمة في البرامج التليفزيونة الساخرة وتزيد من مصداقيتها من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة وفقا للنوع، حيث جاء فى الترتيب الأول أن الصور ومقاطع الفيديو بنسبة بلغت 97.50%، موزعة بين 98.50% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 96.24% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً ، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.371 وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء فى الترتيب الثانى الأرقام والإحصائيات بنسبة بلغت 69.17%، موزعة بين 70.79% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 67.14% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً ، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.407 وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء فى الترتيب الثالث استخدام اللغة والإيحاءات والإستمالات بنسبة بلغت 68.33%، موزعة بين 71.16% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 64.79% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً ، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.142 وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء فى الترتيب الرابع طريقة مقدم البرنامج بنسبة بلغت 59.17%، موزعة بين 64.79% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 52.11% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً ، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.526 وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

8. أهم الأحداث والقضايا المتعلقة بأداء مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة.

جدول (9)

أهم الأحداث والقضايا المتعلقة بأداء مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة وفقا للنوع.

النوع / الأحداث	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
شخصيات التيارات الإسلامية	241	90.26	203	95.31	444	92.5	2.831	دالة**
أداء الرئيس السابق محمد مرسي	179	67.04	141	66.2	320	66.67	0.916	غير دالة
الإعلاميون ومواقفهم من مؤسسة الرئاسة	178	66.67	138	64.79	316	65.83	0.699	غير دالة
الأداء الحكومي	191	71.54	121	56.81	312	65	1.831	غير دالة
الإستفتاء علي الدستور	180	67.42	116	54.46	296	61.67	1.537	غير دالة
بناء سد النهضة	189	70.79	107	50.23	296	61.67	3.023	دالة**
ثورة 30يونيو	177	66.29	119	55.87	296	61.67	1.041	غير دالة
الإنتخابات الرئاسية	173	64.79	107	50.23	280	58.33	1.909	غير دالة
العلاقات المصرية الخارجية	172	64.42	104	48.83	276	57.5	2.127	دالة*
مؤؤسسة القضاء وتدخلاتها السياسية	97	36.33	107	50.23	204	42.50	3.597	دالة***
جملة من سئلوا	267		213		480			

تشير بيانات الجدول السابق: إلى أهم الأحداث والقضايا المتعلقة بأداء مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة وفقا للنوع، حيث جاء فى الترتيب الأول شخصيات التيارات الإسلامية بنسبة بلغت 92.50%، موزعة بين 90.26% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 95.31% من إجمالى مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0.01 ، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 2.831 وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99%.

وجاء فى الترتيب الثانى أداء الرئيس السابق محمد مرسي بنسبة بلغت 66.67%، موزعة بين 67.04% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 66.20% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان ، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً ، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.916 وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء فى الترتيب الثالث الإعلاميون ومواقفهم من مؤسسة الرئاسة بنسبة بلغت 65.83%، موزعة بين 66.67% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 64.79% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان ، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.699 وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء فى الترتيب الرابع الأداء الحكومي بنسبة بلغت 65%، موزعة بين 71.54% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 56.81% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان ، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.831 وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء فى الترتيب الخامس الإستفتاء علي الدستور بنسبة بلغت 61.67% ، موزعة بين 67.42% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 54.46% من إجمالى مفردات عينة الإناث، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.573 وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

9. آراء الجمهور عينة الدراسة نحو مهنية البرامج التليفزيونية الساخرة بالفضائيات.

جدول (10)

آراء الجمهور عينة الدراسة نحو مهنية البرامج التليفزيونية الساخرة بالفضائيات وفقا للنوع.

النوع / الآراء	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
نجحت في تصوير ما يجري في الشارع المصري وانقساماته	205	76.78	147	69.01	352	73.33	0.338	غير دالة
تعبر عن مستوي الحرية السياسية المتاحة في المجتمع	196	73.41	152	71.36	348	72.5	0.783	غير دالة
أثارت بلبلة في الشارع المصري	97	36.33	107	50.23	204	42.5	3.597	دالة***
تعتمد أحياناً علي المبالغة والتضخيم والتهويل في تناولها أداء مؤسسات الدولة	41	15.36	63	29.58	104	21.67	4.138	دالة***
تعتمد علي التعبئة والحشد في تناولها لأداء مؤسسات الدولة	33	12.36	47	22.07	80	16.67	3.190	دالة***
تلتزم الأمانة والصدق في تناولها الإعلامي لمؤسسات الدولة	22	8.24	30	14.08	52	10.83	2.344	دالة*
تستخدم رموز وعبارات وايحاءات تمس الحياء العام	20	7.49	16	7.51	36	7.5	0.264	غير دالة
تخطئ في فهم الحرية السياسية والإعلامية	22	8.24	10	4.69	32	6.67	1.269	غير دالة
جملة من سئلوا	267		213		480			

تشير بيانات الجدول السابق: إلى آراء الجمهور عينة الدراسة نحو مهنية البرامج التليفزيونية الساخرة بالفضائيات وفقا للنوع، حيث جاء فى الترتيب الأول نجحت في تصوير ما يجري في الشارع المصري وانقساماته بنسبة بلغت 73.33%، موزعة بين 76.78% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 69.01% من

إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً ، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.338 وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء فى الترتيب الثانى تعبر عن مستوي الحرية السياسية المتاحة في المجتمع بنسبة بلغت 72.50%، موزعة بين 73.41% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 71.36% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان ، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً ، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.783 وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء فى الترتيب الثالث أثارت بلبلة في الشارع المصري بنسبة بلغت 42.50%، موزعة بين 36.33% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 50.23% من إجمالى مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0.05، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 3.597 وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99%.

وجاء فى الترتيب الرابع تعتمد أحياناً علي المبالغة والتضخيم والتهويل في تناولها أداء مؤسسات الدولة بنسبة بلغت 21.67%، موزعة بين 15.36% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 29.58% من إجمالى مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0.001، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 4.138 وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 999%.

وأخيراً تخطئ في فهم الحرية السياسية والإعلامية بنسبة بلغت 6.67%، موزعة بين 8.24% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 4.69% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان ، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.269 وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

(ب) اختبار فروض الدراسة:

<u>الفرض الأول</u>: توجد علاقة دالة إحصائياً بين مستوى تعرض الجمهور عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الساخرة وطبيعة الاتجاه نحو مؤسسات الدولة.

جدول رقم (11)

العلاقة بين مستوى تعرض الجمهور عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الساخرة وطبيعة الاتجاه نحو مؤسسات الدولة

مستوى التعرض / الاتجاه	مرتفع		متوسط		منخفض		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إيجابي	88	70.97	184	61.33	12	21.43	284	59.17
محايد	28	22.58	80	26.67	36	64.29	144	30
سلبى	8	6.45	36	12	8	14.29	52	10.83
الإجمالي	124	100	300	100	56	100	480	100

قيمة كا^2= 45.156 درجة الحرية = 4 معامل التوافق = 0.293

الدلالة = 0.001

بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق: عند درجة حرية =4 ، وجد أنها = 45.156 وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، أى أن مستوى المعنوية أصغر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.293 تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى تعرض الجمهور عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الساخرة وطبيعة الاتجاه نحو مؤسسات الدولة.

وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق: إلى أن الجمهور ذوى الاتجاه الإيجابي نحو مؤسسات الدولة بلغت نسبتهم 59.17%، موزعة بين 70.79% للجمهور مرتفعى التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة فى مقابل 61.33% للجمهور متوسطى التعرض ، 21.43% للجمهور منخفضى التعرض. بينما بلغت نسبة الجمهور ذوى الاتجاه المحايد نحو مؤسسات الدولة 30.00%، موزعة بين 22.58% لجمهور مرتفعى التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة فى مقابل 26.67% للجمهور متوسطى

التعـرض، 64.29% للجمهـور منخفضــى التعـرض. وجـاءت نسـبة الجمهـور ذوى الاتجـاه السـلبى نحـو مؤسسـات الدولـة 10.83%، موزعـة بـين 6.45% للجمهـور مرتفعى التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة فى مقابل 12.00% للجمهور متوسطى التعرض ، 14.29% للجمهور منخفضى التعرض.

ويمكـن اسـتعراض نتـائج العلاقـة بـين مسـتويات التعـرض للبـرامج التليفزيونيـة الساخرة بالفضائيات والأبعاد الأربعة للاتجاه نحو مؤسسات الدولة كالتالي.

جدول (12)

الارتباط بين مستويات التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة بالفضائيات وأبعاد الأربعة للاتجاه نحو مؤسسات الدولة

المتغير / المتغير	مستوى تعرض الجمهور عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الساخرة		
	كا2	معامل التوافق	مستوى الدلالة
الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية	67.186	0.350	دالة***
الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية	35.577	0.263	دالة***
الاتجاه نحو المؤسسة القضائية	6.493	0.116	غير دالة
الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية	45.576	0.294	دالة***
المقياس ككل	45.156	0.293	دالة***

كما تشير نتائج الجدول السابق: إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة ومستوى اتجاه الجمهور نحو المؤسسة الرئاسية، حيث بلغت قيمة كا2 67.186 وهى قيمة دالة عند مستوى دلالة 0.001 وهو ما تؤكده قيمة معامل التوافق التى بلغت 0.350.

كما تشير نتائج الجدول السابق: إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة ومستوى اتجاه الجمهور نحو المؤسسة الشرطية،

حيث بلغت قيمة كا2 35.577 وهى قيمة دالة عند مستوى دلالة 0.001 وهو ما تؤكده قيمة معامل التوافق التى بلغت 0.263.

وتشير نتائج الجدول السابق: إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة ومستوى اتجاه الجمهور نحو المؤسسة العسكرية، حيث بلغت قيمة كا2 45.576 وهى قيمة دالة عند مستوى دلالة 0.001 وهو ما تؤكده قيمة معامل التوافق التى بلغت 0.294.

بينما تشير نتائج الجدول السابق: إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة ومستوى اتجاه الجمهور نحو المؤسسة القضائية، حيث بلغت قيمة كا2 6.493 وهى قيمة غير دالة عند مستوى دلالة 0.05 وهو ما تؤكده قيمة معامل التوافق التى بلغت 0.116

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة تبعاً

1. **للمتغيرات الديموجرافية متمثلة في (النوع، المستوي التعليمي، المرحلة العمرية، المستوي الإقتصادي الاجتماعي، الإنتماء الحزبي).**

أ) **الفروق تبعاً للنوع:**

جدول (13)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة تبعاً للنوع

أبعاد المقياس	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية	ذكور	346	2.546	0.663	3.084	598	دالة**
	إناث	254	2.374	0.693			
الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية	ذكور	346	2.017	0.493	1.382	598	غير دالة
	إناث	254	1.961	0.501			
الاتجاه نحو المؤسسة القضائية	ذكور	346	1.934	0.537	0.312	598	غير دالة
	إناث	254	1.949	0.66			
الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية	ذكور	346	2.358	0.801	2.782	598	دالة**
	إناث	254	2.173	0.811			
المقياس ككل	ذكور	346	2.428	0.657	2.798	598	دالة**
	إناث	254	2.268	0.738			

تشير نتائج اختبار "ت" فى الجدول السابق: إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالى مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة لصالح الذكور، حيث بلغت قيمة "ت" 2.798 وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01.

وتشير النتائج التفصيلية لاختبار "ت" فى الجدول السابق إلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة لصالح الذكور، حيث بلغت قيمة "ت" 3.084 وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 .
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة لصالح الذكور، حيث بلغت قيمة "ت" 2.782 وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة "ت" 1.382 وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس الاتجاه نحو المؤسسة القضائية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة "ت" 0.312 وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

ب) الفروق تبعاً للمستوي التعليمي:

جدول رقم (14)

تحليل التباين أحادي الاتجاه لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة تبعاً لاختلاف المستوى التعليمى

أبعاد المقياس	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية	بين المجموعات	42.504	2	21.252	53.974	دالة***
	داخل المجموعات	235.069	597	0.394		
	المجموع	277.573	599			
الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية	بين المجموعات	19.101	2	9.55	44.242	دالة***
	داخل المجموعات	128.873	597	0.216		
	المجموع	147.973	599			
الاتجاه نحو المؤسسة القضائية	بين المجموعات	28.196	2	14.098	46.335	دالة***
	داخل المجموعات	181.644	597	0.304		
	المجموع	209.84	599			
الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية	بين المجموعات	23.388	2	11.694	18.89	دالة***
	داخل المجموعات	369.572	597	0.619		
	المجموع	392.96	599			
المقياس ككل	بين المجموعات	40.771	2	20.385	48.784	دالة***
	داخل المجموعات	249.469	597	0.418		
	المجموع	290.24	599			

تشير بيانات الجدول السابق: إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات التعليمية المختلفة، وذلك علي إجمالى مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة ف 48.784 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001.

وتشير النتائج التفصيلية لإختبار تحليل التباين إلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون المستويات التعليمية المختلفة، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة ، حيث بلغت قيمة ف 53.974 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001 .
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون المستويات التعليمية المختلفة، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو وفيما يتعلق بالاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة ف 44.242 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001 .
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون المستويات التعليمية المختلفة، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو المؤسسة القضائية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو وفيما يتعلق بالاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة ف 46.335 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001 .
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات التعليمية المختلفة، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو وفيما يتعلق بالاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة ف 18.890 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (15)

نتائج اختبار L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة تبعاً للمستوى التعليمى

أبعاد المقياس	المجموعات	مؤهل جامعي فأعلي	مؤهل متوسط	مؤهل أقل من متوسط	المتوسط
الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية	مؤهل جامعي فأعلي	–			2.596
	مؤهل متوسط	***0.6653	–		1.931
	مؤهل أقل من متوسط	0.0703	***0.7356	–	2.667
الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية	مؤهل جامعي فأعلي	–			1.963
	مؤهل متوسط	*0.1012	–		1.862
	مؤهل أقل من متوسط	***0.6200	***0.7213	–	2.583
الاتجاه نحو المؤسسة القضائية	مؤهل جامعي فأعلي	–			1.807
	مؤهل متوسط	***0.5030	–		2.31
	مؤهل أقل من متوسط	***0.4427	0.0603	–	2.25
الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية	مؤهل جامعي فأعلي	–			2.394
	مؤهل متوسط	***0.4979	–		1.896
	مؤهل أقل من متوسط	0.2278	*0.3701	–	2.167
المقياس ككل	مؤهل جامعي فأعلي	–			2.486
	مؤهل متوسط	***0.6587	–		1.827
	مؤهل أقل من متوسط	0.0138	***0.6724	–	2.5

ولمعرفة مصدر التباين بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، وفيما يتعلق بإجمالى مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى التعليمى الأقل من المتوسط والجمهور ذوى المستوى التعليمى المتوسط بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.6724 لصالح الجمهور ذوى المستوى التعليمى المتوسط, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى

0.001 ، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى التعليمى المتوسط والجمهور ذوى المستوى التعليمى الجامعي فأعلي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.6587 لصالح الجمهور ذوى المستوى التعليمى الجامعي فأعلي, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوى المستوى التعليمى الأقل من المتوسط والمبحوثين ذوى المستوى التعليمى الجامعي فأعلي حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.0138, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى 0.05.

وفيما يتعلق بالاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى التعليمى الأقل من المتوسط والجمهور ذوى المستوى التعليمى المتوسط بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.7356 لصالح الجمهور ذوى المستوى التعليمى المتوسط, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001 ، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى التعليمى المتوسط والجمهور ذوى المستوى التعليمى الجامعي فأعلي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.6653 لصالح الجمهور ذوى المستوى التعليمى الجامعي فأعلي, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى التعليمى الأقل من المتوسط والجمهور ذوى المستوى التعليمى الجامعي فأعلي حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.0703, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى 0.05.

وفيما يتعلق بالاتجاه نحو المؤسسة الشرطية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى التعليمى الأقل من المتوسط والجمهور ذوى المستوى التعليمى المتوسط بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.7213 لصالح الجمهور ذوى المستوى التعليمى المتوسط, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001 ، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى التعليمى المتوسط والجمهور ذوى المستوى التعليمى الجامعي فأعلي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.1012 لصالح الجمهور ذوى المستوى التعليمى الجامعي فأعلي, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.05، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى التعليمى الأقل

من المتوسط والجمهور ذوى المستوى التعليمى الجامعي فأعلي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.6200 لصالح الجمهور ذوى المستوى التعليمى الجامعي فأعلي, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى 0.001.

وفيما يتعلق بالاتجاه نحو التسويق المؤسسة القضائية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى التعليمى الأقل من المتوسط والجمهور ذوى المستوى التعليمى الجامعي فأعلي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.4427 لصالح الجمهور ذوى المستوى التعليمى المتوسط, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001 ، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى التعليمى المتوسط والجمهور ذوى المستوى التعليمى الجامعي فأعلي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.5030 لصالح الجمهور ذوى المستوى التعليمى الجامعي فأعلي, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى التعليمى الأقل من المتوسط والجمهور ذوى المستوى التعليمى المتوسط حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.0603, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى 0.05.

وفيما يتعلق بالاتجاه نحو المؤسسة العسكرية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى التعليمى الأقل من المتوسط والجمهور ذوى المستوى التعليمى المتوسط بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3701 لصالح الجمهور ذوى المستوى التعليمى المتوسط, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.05، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى التعليمى المتوسط والجمهور ذوى المستوى التعليمى الجامعي فأعلي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.4979 لصالح الجمهور ذوى المستوى التعليمى الجامعي فأعلي, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى التعليمى الأقل من المتوسط والجمهور ذوى المستوى التعليمى الجامعي فأعلي حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.2278, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى 0.05.

ت) الفروق تبعاً للمرحلة العمرية:

جدول (16)

تحليل التباين أحادي الاتجاه لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة تبعاً لاختلاف السن

أبعاد المقياس	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية	بين المجموعات	33.839	2	16.92	41.137	دالة***
	داخل المجموعات	240.61	597	0.411		
	المجموع	274.449	599			
الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية	بين المجموعات	15.671	2	7.835	34.646	دالة***
	داخل المجموعات	132.302	597	0.226		
	المجموع	147.973	599			
الاتجاه نحو المؤسسة القضائية	بين المجموعات	9.063	2	4.532	13.207	دالة***
	داخل المجموعات	200.733	597	0.343		
	المجموع	209.796	599			
الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية	بين المجموعات	25.238	2	12.619	20.324	دالة***
	داخل المجموعات	363.225	597	0.621		
	المجموع	388.463	599			
المقياس ككل	بين المجموعات	27.367	2	13.683	30.9	دالة***
	داخل المجموعات	259.055	597	0.443		
	المجموع	286.422	599			

تشير بيانات الجدول السابق: إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون المستويات العمرية المختلفة، وذلك علي إجمالى

مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة ف 30.900 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001.

وتشير النتائج التفصيلية إلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون المستويات العمرية المختلفة، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة ف 41.137 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون المستويات العمرية المختلفة، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة ف 34.646 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون المستويات العمرية المختلفة، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو المؤسسة القضائية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة، حيث بلغت قيمة ف 13.207 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون المستويات العمرية المختلفة، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة ف 20.324 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي .

جدول (17)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة

أبعاد المقياس	المجموعات	45 إلى 60 سنة	30 إلى أقل من 45	18 إلى أقل من 30	المتوسط
الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية	45 إلى 60 سنة	–			2.307
	30 إلى أقل من 45	0.2410**	–		2.067
	18 إلى أقل من 30	0.3407***	0.5817***	–	2.648
الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية	45 إلى 60 سنة	–			1.808
	30 إلى أقل من 45	0.0410	–		1.766
	18 إلى أقل من 30	0.3132***	0.3542***	–	2.12
الاتجاه نحو المؤسسة القضائية	45 إلى 60 سنة	–			1.731
	30 إلى أقل من 45	0.1026	–		1.833
	18 إلى أقل من 30	0.3022***	0.1996***	–	2.033
الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية	45 إلى 60 سنة	–			2.115
	30 إلى أقل من 45	0.1821	–		1.933
	18 إلى أقل من 30	0.3132***	0.4952***	–	2.428
المقياس ككل	45 إلى 60 سنة	–			2.192
	30 إلى أقل من 45	0.1923*	–		2
	18 إلى أقل من 30	0.3242***	0.5165***	–	2.516

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، وفيما يتعلق بإجمالى مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، اتضح أن هناك اختلافًا بين مبحوثى المرحلة العمرية من 30 إلى 45 ومبحوثى المرحلة العمرية من 18 إلى 30 سنة، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.5165 لصالح مبحوثى المرحلة العمرية من 18 إلى 30 سنة, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين مبحوثى المرحلة العمرية من 30 إلى 45 ومبحوثى

المرحلة العمرية من 45 سنة إلي 60 سنة، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.1923 لصالح مبحوثى المرحلة العمرية من 45 سنة إلي 60 سنة, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.05، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين مبحوثى المرحلة العمرية من 18 إلى 30 ومبحوثى المرحلة العمرية من 45 سنة إلي 60 سنة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3242, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001.

وفيما يتعلق بالاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، اتضح أن هناك اختلافًا بين مبحوثى المرحلة العمرية من 30 إلى 45 ومبحوثى المرحلة العمرية من 18 إلى 30 سنة، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.5817 لصالح مبحوثى المرحلة العمرية من 18 إلى 30 سنة, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين مبحوثى المرحلة العمرية من 30 إلى 45 ومبحوثى المرحلة العمرية من 45 سنة إلي 60 سنة، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.2410 لصالح مبحوثى المرحلة العمرية من 45 سنة إلي 60 سنة, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.01، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين مبحوثى المرحلة العمرية من 18 إلى 30 ومبحوثى المرحلة العمرية من 18 إلى 30 سنة ، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3407, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001.

وفيما يتعلق بالاتجاه نحو المؤسسة الشرطية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، اتضح أن هناك اختلافًا بين مبحوثى المرحلة العمرية من 30 إلى 45 ومبحوثى المرحلة العمرية من 18 إلى 30 سنة، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3542 لصالح مبحوثى المرحلة العمرية من 18 إلى 30 سنة, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين مبحوثى المرحلة العمرية من 18 إلى 30 ومبحوثى المرحلة العمرية من 45 سنة إلي 60 سنة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3132, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين مبحوثى المرحلة العمرية من 30 إلى 45 ومبحوثى المرحلة العمرية من 45 سنة إلي 60 سنة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.0410, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى 0.05.

وفيما يتعلق بالاتجاه نحو المؤسسة القضائية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، اتضح أن هناك اختلافًا بين مبحوثى المرحلة العمرية من 30 إلى 45 ومبحوثى المرحلة العمرية من 18 إلى 30 سنة، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.1996 لصالح مبحوثى المرحلة العمرية من 18 إلى 30 سنة, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين مبحوثى المرحلة العمرية من 18 إلى 30 ومبحوثى المرحلة العمرية من 45 سنة إلي 60 سنة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3022, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين مبحوثى المرحلة العمرية من 30 إلى 45 ومبحوثى المرحلة العمرية من 45 سنة إلي 60 سنة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.1026, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى 0.05.

وفيما يتعلق بالاتجاه نحو المؤسسة العسكرية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، اتضح أن هناك اختلافًا بين مبحوثى المرحلة العمرية من 30 إلى 45 ومبحوثى المرحلة العمرية من 18 إلى 30 سنة، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.4952 لصالح مبحوثى المرحلة العمرية من 18 إلى 30 سنة, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين مبحوثى المرحلة العمرية من 18 إلى 30 ومبحوثى المرحلة العمرية من 45 سنة إلي 60 سنة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3132, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين مبحوثى المرحلة العمرية من 30 إلى 45 ومبحوثى المرحلة العمرية من 45 سنة إلي 60 سنة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.1821, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى 0.05.

ث) الفروق تبعاً للمستوي الإقتصادي الاجتماعي:

جدول (18)

تحليل التباين أحادي الاتجاه لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادى الاجتماعى

أبعاد المقياس	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية	بين المجموعات	17.243	2	8.621	19.771	دالة***
	داخل المجموعات	260.331	597	0.436		
	المجموع	277.573	599			
الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية	بين المجموعات	18.488	2	9.244	42.619	دالة***
	داخل المجموعات	129.486	597	0.217		
	المجموع	147.973	599			
الاتجاه نحو المؤسسة القضائية	بين المجموعات	11.897	2	5.949	17.941	دالة***
	داخل المجموعات	197.943	597	0.332		
	المجموع	209.84	599			
الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية	بين المجموعات	47.479	2	23.739	41.022	دالة***
	داخل المجموعات	345.481	597	0.579		
	المجموع	392.96	599			
المقياس ككل	بين المجموعات	55.124	2	27.562	69.984	دالة***
	داخل المجموعات	235.116	597	0.394		
	المجموع	290.24	599			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة، وذلك علي إجمالى مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية

الساخرة المصرية، حيث بلغت قيمة ف 69.984 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001.

وتشير النتائج التفصيلية إلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة ف 19.771 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة ف 42.619 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو المؤسسة القضائية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة ف 17.941 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001 .
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة ف 41.022 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي .

جدول (19)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة

أبعاد المقياس	المستوي الإقتصادي الاجتماعي	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية	مرتفع	-			2.533
	متوسط	***0.6015	-		2.525
	منخفض	***0.6103	0.0087	-	1.923
الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية	مرتفع	-			1.692
	متوسط	***0.2749	-		1.967
	منخفض	***0.7744	***0.4995	-	2.467
الاتجاه نحو المؤسسة القضائية	مرتفع	-			1.615
	متوسط	***0.3190	-		1.934
	منخفض	***0.6513	***0.3322	-	2.267
الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية	مرتفع	-			1.385
	متوسط	***1.001	-		2.385
	منخفض	***0.8154	0.1852	-	2.2
المقياس ككل	مرتفع	-			1.385
	متوسط	***1.0826	-		2.467
	منخفض	***0.9487	0.1339	-	2.333

يتبين من الجدول السابق اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل الجمهور ذوى المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة على مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة السياسية المصرية، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، وفيما يتعلق بإجمالى مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض والجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المرتفع، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.9487 لصالح الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى

المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط والجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المرتفع، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.0826 لصالح الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض والجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.1339, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى 0.05.

وفيما يتعلق بمقياس الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة ، اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض والجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المرتفع، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.6103 لصالح الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط والجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المرتفع، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.6015 لصالح الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض والجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.0087, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى 0.05.

وفيما يتعلق بمقياس الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض والجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المرتفع، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.7744 لصالح الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط والجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المرتفع، بفرق

بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.2749 لصالح الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض والجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.4995, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001.

وفيما يتعلق بمقياس الاتجاه نحو المؤسسة القضائية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض والجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المرتفع، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.6513 لصالح الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط والجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المرتفع، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3190 لصالح الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض والجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.3322, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001.

وفيما يتعلق بمقياس الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة ، اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض والجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المرتفع، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.8154 لصالح الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط والجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المرتفع، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.001 لصالح الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى 0.001، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين الجمهور ذوى المستوى الاجتماعى

الاقتصادى المنخفض والجمهور ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.1852, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى 0.05.

ج) الفروق تبعاً للإنتماء الحزبي:

جدول (20)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة تبعاً للإنتماء الحزبي

أبعاد المقياس	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية	ينتمي	111	2.541	0.693	2.020	598	دالة*
	لا ينتمي	489	2.427	0.669			
الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية	ينتمي	111	2.033	0.512	1.612	598	غير دالة
	لا ينتمي	489	1.966	0.485			
الاتجاه نحو المؤسسة القضائية	ينتمي	111	1.967	0.543	0.932	598	غير دالة
	لا ينتمي	489	1.921	0.623			
الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية	ينتمي	111	2.279	0.751	0.033	598	غير دالة
	لا ينتمي	489	2.281	0.849			
المقياس ككل	ينتمي	111	2.377	0.658	0.496	598	غير دالة
	لا ينتمي	489	2.348	0.722			

بينما تشير نتائج اختبار "ت" فى الجدول السابق: إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور الذي ينتمي لحزب سياسي ومتوسطات درجات الجمهور الذي لا ينتمي لحزب سياسي على إجمالى مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة ، حيث بلغت قيمة "ت" 0.496 وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

بينما تشير النتائج التفصيلية لاختبار "ت" فى الجدول السابق إلى:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور الذي ينتمي لحزب سياسي ومتوسطات درجات الجمهور الذي لا ينتمي لحزب سياسي على مقياس الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة لصالح الجمهور الذي ينتمي لحزب سياسي، حيث بلغت قيمة "ت" 2.020 وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور الذي ينتمي لحزب سياسي ومتوسطات درجات الجمهور الذي لا ينتمي لحزب سياسي على مقياس الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة "ت" 1.612 وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور الذي ينتمي لحزب سياسي ومتوسطات درجات الجمهور الذي لا ينتمي لحزب سياسي على مقياس الاتجاه نحو المؤسسة القضائية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة "ت" 0.932 وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور الذي ينتمي لحزب سياسي ومتوسطات درجات الجمهور الذي لا ينتمي لحزب سياسي على مقياس الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة، حيث بلغت قيمة "ت" 0.033 وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05 .

2. **<u>الفروق تبعاً لكثافة مشاهدة البرامج التليفزيونية الساخرة.</u>**

جدول (21)

تحليل التباين أحادي الاتجاه لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور المصري عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة تبعاً لكثافة مشاهدة البرامج التليفزيونية الساخرة

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	82.008	2	41.004	137.875	دالة***
داخل المجموعات	141.859	477	0.297		
المجموع	223.867	479			

تشير بيانات الجدول السابق: إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات كثافة المشاهدة المختلفة لأداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة، وذلك علي إجمالى مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة، حيث بلغت قيمة ف 137.875 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي .

جدول (22)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات الجمهور المصري عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة تبعاً لكثافة مشاهدة البرامج التليفزيونية الساخرة

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.792
متوسط	0.0136	-		1.941
منخفض	***0.8510	***0.8647	-	1.927

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أن الاتجاه يزداد نحو الإيجابية لدى الجمهور كثيفى التعرض لأداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة أكثر من الجمهور متوسطى وقليلى التعرض. حيث اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور منخفضى التعرض لأداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة والجمهور متوسطى التعرض لها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.8647 لصالح الجمهور متوسطى التعرض, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور منخفضى التعرض لأداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة والجمهور مرتفعى التعرض لها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.8510 لصالح الجمهور كثيفى التعرض, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.001، بينما تبين أنه ليس هناك اختلافاً بين الجمهور متوسطى التعرض لأداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة والجمهور كثيفى التعرض لها، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.0136, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05.

3. **<u>الفروق تبعاً لمستوي الاهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة.</u>**

جدول رقم (23)

تحليل التباين أحادي الاتجاه لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور المصري عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة تبعاً لمستوي الاهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	10.142	2	5.071	15.097	دالة***
داخل المجموعات	160.225	477	0.336		
المجموع	170.367	479			

تشير بيانات الجدول السابق: إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات الاهتمام المختلفة بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة، حيث بلغت قيمة ف 15.097 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001 .

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (24)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات الجمهور المصري عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة تبعاً لمستوي الاهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.229
متوسط	***0.3453	-		2
منخفض	0.1154	*0.2299	-	1.885

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أن الإتجاه السلبي نحو مؤسسات الدولة يزداد لدى الجمهور مرتفعى مستوى الاهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة أكثر من الجمهور متوسطى ومنخفضى مستوى الاهتمام.

حيث اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور منخفضى مستوى الاهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة والجمهور متوسطى مستوى الاهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.2299 لصالح الجمهور مرتفعى مستوى الاهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور متوسطى مستوى الاهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة والجمهور مرتفعى مستوى الاهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3453 لصالح الجمهور مرتفعى مستوى الاهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.001، بينما تبين أنه ليس هناك اختلافًا بين الجمهور منخفضى مستوى الاهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة والجمهور مرتفعى مستوى الاهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.1154, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05

4. **الفروق تبعاً لمستوي المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة.**

جدول (25)

تحليل التباين أحادي الاتجاه لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور المصري عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة تبعاً لمستوي المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	7.826	2	3.913	11.484	دالة***
داخل المجموعات	162.54	477	0.341		
المجموع	170.367	479			

تشير بيانات الجدول السابق: إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات المصداقية المختلفة في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة، وذلك علي مقياس الإتجاه نحو مؤسسات الدولة، حيث بلغت قيمة ف 11.484 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (26)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات الجمهور المصري عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة تبعاً لمستوي المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.232
متوسط	***0.2876	-		2.051
منخفض	**0.2064	***0.2812	-	1.9449

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث تبين أن الإتجاه السلبي نحو مؤسسات الدولة يزداد لدى الجمهور مرتفعى مستوى المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة أكثر من الجمهور متوسطى ومنخفضى مستوى المصداقية.

حيث اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور متوسطى مستوى المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة والجمهور منخفضى مستوى المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.2812 لصالح الجمهور متوسطى مستوى المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.001، كما تبين أن هناك اختلافًا بين الجمهور مرتفعى مستوى المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة والجمهور منخفضى مستوى المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.2064 لصالح الجمهور مرتفعى مستوى المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.01، كما تبين أن هناك اختلافًا بين الجمهور متوسطى مستوى المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة والجمهور مرتفعى مستوى المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.2876 لصالح الجمهور مرتفعى مستوى المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.001.

5. **<u>الفروق تبعاً لمستوي الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول تلك المؤسسات.</u>**

جدول (27)

تحليل التباين أحادي الاتجاه لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور المصري عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة تبعاً لمستوي الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول تلك المؤسسات

أبعاد المقياس	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية	بين المجموعات	89.378	2	44.689	239.541	دالة***
	داخل المجموعات	88.989	477	0.187		
	المجموع	178.367	479			
الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية	بين المجموعات	6.193	2	3.097	14.551	دالة***
	داخل المجموعات	101.507	477	0.213		
	المجموع	107.7	479			
الاتجاه نحو المؤسسة القضائية	بين المجموعات	1.815	2	0.907	3.047	دالة*
	داخل المجموعات	142.052	477	0.298		
	المجموع	143.867	479			
الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية	بين المجموعات	186.869	2	93.435	452.787	دالة***
	داخل المجموعات	98.431	477	0.206		
	المجموع	285.3	479			
المقياس ككل	بين المجموعات	149.24	2	74.62	476.961	دالة***
	داخل المجموعات	74.626	477	0.156		
	المجموع	223.867	479			

تشير بيانات الجدول السابق: إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات الرضا المختلفة عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة، وذلك علي إجمالى مقياس الاتجاه

نحو مؤسسات الدولة، حيث بلغت قيمة ف 476.961 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001.

كما تشير بيانات الجدول السابق إلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات الرضا المختلفة عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة، حيث بلغت قيمة ف 239.541 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001 .
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات الرضا المختلفة عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة ، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة، حيث بلغت قيمة ف 14.551 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001 .
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات الرضا المختلفة عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو المؤسسة القضائية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة، حيث بلغت قيمة ف 3.047 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.05.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات الرضا المختلفة عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة، وذلك علي مقياس الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة، حيث بلغت قيمة ف 452.787 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي .

جدول (28)

تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور المصري عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة تبعاً لمستوي الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول تلك المؤسسات

أبعاد المقياس	المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
الاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية	مرتفع	-			2.970
	متوسط	***0.3701	-		2.600
	منخفض	***0.9236	***0.5535	-	2.046
الاتجاه نحو المؤسسة الشرطية	مرتفع	-			2.400
	متوسط	***0.4000	-		2.000
	منخفض	0.0233	***0.4233	-	1.977
الاتجاه نحو المؤسسة القضائية	مرتفع	-			2.015
	متوسط	0.0851	-		2.100
	منخفض	*0.1079	*0.1930	-	1.907
الاتجاه نحو المؤسسة العسكرية	مرتفع	-			2.970
	متوسط	***0.8701	-		2.100
	منخفض	***1.3190	***0.4488	-	1.651
المقياس ككل	مرتفع	-			2.970
	متوسط	***0.7701	-		2.200
	منخفض	***1.1795	***0.4093	-	1.790

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أن الاتجاه يزداد نحو الإيجابية لدى الجمهور مرتفعى مستوى الرضا أثناء التعرض لأداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة أكثر من الجمهور متوسطى وقليلى مستوى الرضا.

فيما يتعلق بإجمالى مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور منخفضى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة والجمهور متوسطى مستوى الرضا بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.4093 لصالح الجمهور متوسطى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة , وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور منخفضى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة والجمهور مرتفعى مستوى

الرضا بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.1795 لصالح الجمهور مرتفعى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة , وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور متوسطى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة والجمهور مرتفعى مستوى الرضا بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.7701 لصالح الجمهور مرتفعى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة , وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.001.

وفيما يتعلق بالاتجاه نحو المؤسسة الرئاسية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور منخفضى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة والجمهور متوسطى مستوى الرضا بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.5535 لصالح الجمهور متوسطى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة , وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور منخفضى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة والجمهور مرتفعى مستوى الرضا بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.9236 لصالح الجمهور مرتفعى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة , وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور متوسطى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة والجمهور مرتفعى مستوى الرضا بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3701 لصالح الجمهور مرتفعى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة , وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.001.

فيما يتعلق بالاتجاه نحو المؤسسة الشرطية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور منخفضى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة والجمهور متوسطى مستوى الرضا بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.4233 لصالح الجمهور متوسطى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة , وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.001، كما ظهر أن هناك

اختلافًا بين الجمهور متوسطى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة والجمهور مرتفعى مستوى الرضا بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.4000 لصالح الجمهور مرتفعى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة , وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.001، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين الجمهور منخفضى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة والجمهور مرتفعى مستوى الرضا حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.0233, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05.

فيما يتعلق بالاتجاه نحو المؤسسة القضائية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور منخفضى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة والجمهور متوسطى مستوى الرضا بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.1930 لصالح الجمهور متوسطى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة , وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور منخفضى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة والجمهور مرتفعى مستوى الرضا بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.1079 لصالح الجمهور مرتفعى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة , وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين الجمهور متوسطى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة والجمهور مرتفعى مستوى الرضا حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.0851, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05.

فيما يتعلق بالاتجاه نحو المؤسسة العسكرية كأحد أبعاد مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة اتضح أن هناك اختلافًا بين الجمهور منخفضى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة والجمهور متوسطى مستوى الرضا بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.4488 لصالح الجمهور متوسطى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة , وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين

الجمهور منخفضى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة والجمهور مرتفعى مستوى الرضا بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.3190 لصالح الجمهور مرتفعى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة , وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الجمهور متوسطى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة والجمهور مرتفعى مستوى الرضا بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.8701 لصالح الجمهور مرتفعى مستوى الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول مؤسسات الدولة , وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.001.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى تعرض الجمهور عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الساخرة ومستوي الرضا عن أداء مؤسسات الدولة.

جدول (29)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الإرتباط بين مستوى تعرض الجمهور عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الساخرة ومستوي الرضا عن أداء مؤسسات الدولة

المتغيرات	مستوي الرضا عن أداء مؤسسات الدولة	
	معامل الارتباط	الدلالة
مستوى تعرض الجمهور عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الساخرة	0.67	0.001

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين مستوى تعرض الجمهور عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الساخرة ومستوي الرضا عن أداء مؤسسات الدولة، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.67)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.001).

خاتمة الدراسة:

سعت الدراسة في هدفها الرئيسي إلي اختبار العلاقة بين التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة واتجاهات الرأي العام المصري نحو مؤسسات الدولة، واستخدمت الدراسة صحيفة الإستبيان كأداة لجمع البيانات من خلال دراسة ميدانية علي 600

مفردة من الجمهور المصري بمحافظات القاهرة والشرقية والإسكندرية، وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج يمكن توضيحها كالتالي:

- رصدت الدراسة ارتفاع مستوي تعرض الجمهور المصري للبرامج التليفزيونية الساخرة، وزيادة الإقبال علي تلك النوعية من البرامج التليفزيونية حيث أصبحت أحد وسائل التنفيس عما يعاني منه المجتمع من اضطرابات سياسية وأمنية واقتصادية وأخلاقية في الفترة التي أعقبت ثورتي يناير ويونيو، وساعدت في التنفيس عن أفكار وحاجات ورغبات واتجاهات الجمهور نحو الأوضاع السائدة في المجتمع المصري.

- رصدت الدراسة الإهتمام الملحوظ بمتابعة الجمهور المصري لأداء مؤسسات الدولة (المؤسسة الرئاسية، والمؤسسة الشرطية، والمؤسسة القضائية، والمؤسسة العسكرية)، حيث ركزت معظم البرامج التليفزيونية الساخرة علي الأداء الرئاسي والحكومي والقضائي في المجالات المختلفة، وذلك من خلال الظهور الإعلامي لتلك المؤسسات في العديد من البرامج التليفزيونية والصحافة الإذاعية؛ مما شكل مادة إعلامية ثرية للقائمين علي البرامج التليفزيونية الساخرة لتناولها بالنقد الساخر وتقديمها للجمهور.

- أوضحت الدراسة مستوي الرضا المرتفع عن تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة، فيري البعض أنه لابد من التناول الإعلامي لمثل هذه المؤسسات لتسليط الضوء علي أهم المشكلات المجتمعية وازاحتها عن عاتق المواطن المصري، ويري أخرون أن التناول الساخر لمؤسسات الدولة هو أمر محبب ليعيد القائمون علي تلك المؤؤسسات خطابهم ورؤياهم واستراتيجياتهم في تطوير تلك المؤسسات ورفع المعاناه عن المواطن المصري، بينما يري القليل من الجمهور المصري عينة الدراسة أن التناول الساخر لمؤسسات الدولة أمر فيه تقليل من هيبة الدولة فلابد والحفاظ علي رموز وقيادات الدولة، ويري فريق آخر بأن تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة أمر يؤكد علي مبدأ الحرية والديموقراطية في تقييم الأداء الحكومي والمؤسسي.

- رصدت الدراسة معدلات المصداقية المرتفعة لتناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة، فيري أغلبية الجمهور المصري عينة الدراسة أن تلك البرامج تعتمد في عرض مادتها الإعلامية علي المادة الفيليمية وفيديوهات وصور لردود فعل القائمين علي مؤسسات الدولة وأهم التقارير والقرارات التي تصدر عن تلك المؤسسات بما لا يدع مجالا للشك في صدق المادة المعروضة حول تلك المؤسسات وأداء القائمين عليها، ويوفر قدر كبير من المصداقية في كل ماتتناولها البرامج التليفزيونية الساخرة من قضايا وموضوعات ومشكلات مجتمعية.

- تصدر برنامج (البرنامج لباسم يوسف) مقدمة البرامج التليفزيونية الساخرة التي يفضل الجمهور المصري عينة الدراسة متابعتها؛ نظراً لتصدي البرنامج للأمور السياسية والأمنية والإقتصادية وتسليط الضوء علي أداء المسئولين في شتي المجالات وبراعة مقدم البرنامج في تقديم القضايا والأحداث ورصد الأداء الإعلامي تجاهها، يليه برنامج (أسعد الله مساءكم لأكرم حسني)، ويليه برنامج (بني آدم شو لأحمد آدم)، ثم برنامج (الليلة مع هاني لهاني رمزي).

- احتلت (شخصيات التيارات الإسلامية) أهم الأحداث والقضايا المتعلقة بأداء مؤسسات الدولة التي تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة؛ وتعكس ذلك تردي الخطاب الديني في مصر من ناحية؛ وتركيز البرامج التليفزيونية الساخرة علي تلك الشخصيات مما يثير القصد والأهداف من وراء ذلك التناول لتلك الشخصيات من جهة أخري، ثم (أداء الرئيس السابق محمد مرسي) في المرتبة الثانية، ثم (الإعلاميون ومواقفهم من مؤسسة الرئاسة) في المرتبة الثالثة، ثم (الأداء الحكومي) في المرتبة الرابعة، وفي المرتبة الخامسة (الإستفتاء علي الدستور).

- تمحورت آراء أغلبية الجمهور عينة الدراسة حول مهنية البرامج التليفزيونية الساخرة بالفضائيات في كونها نجحت في تصوير ما يجري في الشارع المصري وانقساماته، وعبرت عن مستوي الحرية السياسية المتاحة في

المجتمع، كما أنها أثارت بلبلة في الشارع المصري، وأخيراً تخطئ في فهم الحرية السياسية والإعلامية.

- اختبرت الدراسة فروض نظرية التهيئة المعرفية للتعرف على دور البرامج التليفزيونية الساخرة المختلفة فى تشكيل تقييمات الرأي العام المصري لمؤسسات الدولة، حيث أكدت نتائج فروض الدراسة علي وجود علاقة بين مستوى تعرض الجمهور عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الساخرة وطبيعة الاتجاه نحو مؤسسات الدولة. وجاء الإتجاه السلبي نحو مؤسسات الدولة لدي مرتفعي التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة، والإتجاه المحايد نحو مؤسسات الدولة لدي متوسطي التعرض لتلك البرامج التليفزيونية الساخرة، والإتجاه الإيجابي نحو مؤسسات الدولة لدي منخفضي التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة.

- رصدت الدراسة نوعية التأثيرات المحتملة للبرامج التليفزيونية الساخرة من خلال منظور الآفة الإعلامية Media Malaise الذى يقترح التأثير السلبى لوسائل الإعلام على المصداقية،حيث أسفرت نتائج فروض الدراسة عن وجود تأثير سلبي وتقيم واتجاه سلبي لدي مرتفعي التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة؛ حيث عندما يزداد التعرض لتلك البرامج وتزداد المصداقية لدي الجمهور يتكون رأي عام سلبي عن مؤسسات الدولة. ومن منظور الدائرة الفاضلة Virtuous Circle الذى يقترح التأثيرات الإيجابية لوسائل الإعلام من خلال دائرة متصاعدة تعزز الثقة والمصداقية؛ فكشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة بين مستويات المصداقية التي تتمتع بها البرامج التليفزيونية الساخرة في تناولها لأداء مؤسسات الدولة ومعدلات التعرض لتلك البرامج ومدي الرضا عن أداء تلك المؤسسات.

- أسفرت نتائج الفروض عن وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة كما تناولتها البرامج التليفزيونية الساخرة تبعاً للمتغيرات الديموجرافية متمثلة في (النوع، المستوي التعليمي، المرحلة العمرية، المستوي الإقتصادي الاجتماعي، الإنتماء الحزبي).

- كما خلصت الدراسة إلي وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور المصري عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة تبعاً لكثافة مشاهدة البرامج التليفزيونية الساخرة.
- وكشفت الدراسة عن وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور المصري عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة تبعاً لمستوي الاهتمام بمتابعة أداء مؤسسات الدولة بالبرامج التليفزيونية الساخرة.
- ورصدت الدراسة وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور المصري عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة تبعاً لمستوي المصداقية في تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة.
- كما خلصت الدراسة إلي وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور المصري عينة الدراسة علي مقياس الاتجاه نحو مؤسسات الدولة تبعاً لمستوي الرضا عن أداء البرامج التليفزيونية الساخرة في تناول تلك المؤسسات.
- وكشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى تعرض الجمهور عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الساخرة ومستوي الرضا عن أداء مؤسسات الدولة.

ماتثيره الدراسة من دراسات وبحوث مستقبلية:

يمكن للدراسة الحالية طرح عدد من الدراسات والبحوث المستقبلية في ضوء ما انتهت إليه من نتائج، ويمكن توضيحها كالتالي:

- دراسة صورة الشخصيات السياسية كما تعكسها البرامج التليفزيونية الساخرة.
- بحث التأيرات المرغوبة وغير المرغوبة للبرامج التليفزيونية الساخرة.
- دراسة المسئولية الاجتماعية للبرامج التليفزيونية الساخرة.
- بحث دور البرامج التليفزيونية الساخرة في المعرفة السياسية لدي فئات الجمهور المختلفة.
- دراسة الضوابط المهنية التي تحكم القائمين علي البرامج التليفزيونية الساخرة.

هوامش الدراسة:

(1) Virginia A. Chanley, Thomas J. Rudolph and Wendy M. Rahn , The Origins and Consequences of Public Trust in Government: A Time Series Analysis, **Public Opinion Quarterly**, Vol. 64, 2000, pp. 239 – 256

(2) Stuart N. Soroka, Media, Public Opinion, and Foreign Policy, **The Harvard International Journal of Press/Politics**, Vol. 8, No. 1, 2003, pp. 27 – 48

(3) محمود حسن اسماعيل, **البرامج التليفزيونية الساخرة**، تحت الطبع, سينشر الكتاب عن دار الفكر العربي، 2014م ص 34.

(4) Henriot , Peter,(2007),"Democratic and The Robust Media", **Paper Prepared for The POST Press Freedom Committee, Lusaka, Zambia,** Sebtember,25,pp.1-2.

(5) Jack Dennis, Steven H. Chaffee, Legitimation in the 1976 U.S Election Campaign, **Communication Research**, Vol. 5, No. 4, 1978, pp. 371 – 394

(6) شيماء ذو الفقار حامد زغيب، دور المادة الإخبارية فى التليفزيون المصرى فى تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو آداء الحكومة دراسة مسحية ، **رسالة ماجستير غير منشورة** (القاهرة: جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2000).

(7)Bruce M Sabin, Review Of News That Matters, By Shanto Iyengar and Donald R. Kinder, available {on line} www.brucesabin.com/news_that_matters.

(8)Pechmann, Cornelia & Knight, Susan: An Experimental Invistigation of the Joint Effects of Advertising and Peers on Adolescents' beliefs and Intentions about cigarette Consumption. **Journal of Consumer Research**, Vol.29, No.1,2002 p.7.

(9) Bargh, John: "Conditional Automaticity: Varieties of automatic Influence in social Perception and cognition in: John Bargh & James Ulman (Eds): ***Unintended Thought***. New York, Guilford,1990, p.18.

(10) Iyengar, Shanto & Kinder, Donald (1987): ***Op. Cit.***, p.63.

(11) Krosnick, John & Brannon, Lauro (1993): The Impact of gulf War on The Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of political Involvement. ***Journal of Social Issues***, Vol.49, No.4, pp.168-169.

(12) Ibid

(13) Newman Brain: Integnity and Presidential Approval, 1980-2000. **Public Opinion quarterly**, Vol.67, No.3.2003 pp.335-368.

(14) أيمن منصور ندا. " تأثير التعرض للأخبار الإيجابية والسلبية على الحالة المزاجية العامة للجمهور المصرى: (دراسة شبه تجريبية)". **المؤتمر العلمي السنوي السادس عشر: الإعلام وقضايا الفقر والمهمشين، لكلية الإعلام جامعة القاهرة،13 – 15 يوليو 2010** . ص ص. 569- 618..

(15)Nicholas A. Valentino, Crime News and the Priming of Racial Attitudes During Evaluations of the President, **Public Opinion Quarterly,** Vol.63. 1999, pp. 293 - 320

(16) نشوة سليمان محمد عقل ، المعالجة التليفزيونية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها فى تشكيل اتجاهات الجمهور العام نحو البرلمان ، **دراسة دكتوراة غير منشورة** (القاهرة: جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة ، 2006) ص ص 49 – 70.

(17)Zhongdang Pan, Gerald M. Kosicki, Priming and Media Impact on the Evaluations of the President's Performance, **Communication Research**, Vol. 24, No. 1, 1997, pp. 3 – 30

(18)Shah, Dhavan et al: News Framing and Cueing of Issue Regimes: Explaining Clinton's Public Approval in Spite of Scandle. ***Public Opinion Quarterly***, Vol.66, No.3,2002 pp.339-371.

(19) هالة اسماعيل بغدادى . صناعة المعرفة وقيود الحرية، (**مجلة الفن الإذاعى،** عدد199، يوليو 2010)، ص 140 .

(20) ياسر عبد العزيز . **جريدة الشروق** . عدد 9832 . تاريخ 5 / 1/ 2014.

(21) وفاء فرغل سيد." البرامج الساخرة بالتليفزيون وعلاقتها بادراك المراهقين للواقع الاجتماعي, **رسالة ماجستير غير منشورة**,(جامعة عين شمس, معهد الدراسات العليا للطفولة , 2014م)

(22) أحمد راشد." علاقة تعرض الشباب الجامعي للبرامج السياسية الساخرة واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية, **رسالة ماجستير غير منشورة**,(القاهرة: جامعة المنصورة, كلية التربية النوعية , 2014م)

(23) Lance Holbert "DevelpingAnormative Approach To political Satier : An Empirical Perspective : **International Journal Of communication** vol 7 ,2013 pp 305 -323

(24)Philip Edward Jones et all " The Effects Of Political Satier On Perceptions Of Candidate Viability And Electability : An Ecologically Valid Experimental Approach " **Ph.DUnpuplished** , University of Delware , 2012.

(25)Sheraton Phoenix ,et all , " When Soft News Becom Applicable : Simultaneous Exposure To Multiple News Sourses And Political Perceptions Of Inefficacy , Alientation and Cyncism " . **Paper presented at annual meeting of international communication** 24-5-2012 .Avilableat :http\\allacadimic .com

(26) سندس محمد محمود محمد الفوال : تعرض المراهقين لمسلسلات كوميديا الموقف " الست كوم " وعلاقته بسلوكهم الاجتماعى, **رسالة ماجستير غير منشورة**, (القاهرة: جامعة عين شمس , معهد الدراسات العليا للطفولة , 2012)

(27) Muhammad Imtiaz Subhani et al., Satire in Talk Shows: Pakistan's Media Pungent Approach, European **Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences** - Issue 51 (2012).

(28) José Luis Valhondo Crego, Monarchy, jesters, politicians and audiences Comparison of TV satire in UK and Spain , 2011

(29)Gutbirth Joe Hole " Satire As Journalism : The Daily Show And AmericanPolitices At Turn of The Twenty First Century " Columbia university , **proQuest UMI Dissertation puplishing** 2011.
(30)Lauren Feldman. "learning About Politics From The Daily Show : The ROLE Of Processing Motivation " **paper presented at The Annual Meeting of the association of Education in Journalism and Mass communication American University** ,2011.
(31)Amanda Hariton ,"Satirical Political Media And Youth Political Participation : **Look at the Daily Show With Jon Stewart And The Colbert Report** " Indian University Bloomington ,2011.
(32) Sarah j. Burton, "More than entertainment": the role of satirical news in dissent, deliberation, and democracy, **a thesis in media studies for the degree of master of arts**, the Pennsylvania State university, December 2010.
(33)Xiaoxia Cao: " Hearing It From Jon Stewart : The Impact Of Daily Show On Puplic Opinion Attentiveness To Politics " **International Journal Puplic Opinion Research**, Vol , 36,No .6, Feb .2010.
(34)Stephen Harrington, Public knowledge beyond journalism: infotainment, satire and Australian television, **doctorial thesis BCI**, April, 2009. Queensland university of technology, Australia.
(35) Jody C Baumgartner and Jonathan S. Morris, One ''Nation,'' Under Stephen? The Effects of The Colbert **Report on American Youth, Journal of Broadcasting & Electronic** Media/December, 2008
(36) Bertrand, Ina,& Hughes, Peter, "**Media Research Methods: Audiences, Institutions, Texts**",(New York: Palgrave Macmillan,2005),p.68.
(37) Rea, M. Louis, & Parker, A. Richard, "**Designing and Conducting Survey Research: A Comprehensive Guide**", (San Francisco: Jossey-Bass Publishers,1992), p.160.
(38) خالد صلاح الدين. اتجاهات الرأي العام نحو معالجة القنوات التليفزيونية المصرية لقضية الهجرة السرية والأداء الحكومي بشأنها: في إطار النظرية البنائيّة للرأي العام، **المؤتمر العلمي السنوي السادس عشر: الإعلام وقضايا الفقر والمهمشين**، لكلية الإعلام جامعة القاهرة،13 – 15 يوليو 2010 . ص ص. 569- 618.
(39) قام بتحكيم صحيفة الإستبيان السادة (مرتبون أبجدياً حسب الدرجة العلمية):
- أ.د/ آمال حسن الغزاوي: أستاذ الإذاعة والتليفزيون، كلية الآداب، جامعة الزقازيق.
- أ.د / عادل عبدالغفار: عميد كلية الإعلام، جامعة بني سويف.
- أ.د / محمود حسن إسماعيل: أستاذ ورئيس قسم الإعلام، جامعة عين شمس.
- أ..م.د/ محمد زين: أستاذ الإعلام المساعد ووكيل كلية الإعلام، جامعة النهضة.
- أ.م.د / زكريا إبراهيم الدسوقي. أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال المساعد، جامعة عين شمس.