

أطر معالجة البرامج الكوميدية الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري

"برنامج أسعد الله مساءكم نموذجاً"

د / محمد محمد
عمارة *

مقدمة

لطالما تفاوتت الأهداف التي يسعى المضمون الكوميدي الساخر إلى تحقيقها؛ ما بين تسلية المشاهد والترفيه عنه، ونقد الأوضاع وإحراج الحكومات والمسؤولين، وكذلك إمداد المشاهد بمعلومات تمكنه من رفع درجة وعيه بالمشكلات المحيطة، إلى جانب السعي نحو وضع الحلول وتقديم البدائل التي تستهدف الحد من التأثيرات السلبية للأوضاع السائدة.

وقد أكدت الدراسات والبحوث الإعلامية أن هدف هذه البرامج الكوميدية المتعلقة بتسلية المشاهد والترفيه عنه يأتي في مقدمة هذه الأهداف، ولأن التلفزيون قد أصبح الأداة الرئيسية للتسلية والترفيه، فقد أصبح البرنامج الكوميدي الساخر أو الست كوم (sitcom) هو الشكل الأساسي للبرامج التلفزيونية، وهو مادة الترفيه الأساسية في القنوات المختلفة.⁽¹⁾

وتعد برامج الكوميديا الساخرة من أكثر أنواع البرامج التي يقبل عليها المشاهد، ويتقبلها، وذلك لأنها تفتح المجال لمناقشة القضايا التي تشغله على نحو كوميدي يخلو من الهموم ضحكات تخفف عن المشاهد وتهون من مشكلاته، وهو ما أدركته القنوات الفضائية، فأصبحت تحرص عليه عند وضع خططها البرمجية، ومن هنا أصبحت لا تخلو خريطة أى قناة فضائية من برنامج أو برنامجين من نوعية الكوميديا الساخرة.

هذا الواقع الذي فرضته برامجه الكوميديا الساخرة، أدى إلى اعتبار هذه النوعية من البرامج واحدة من أهم المواد البرمجية التي يتابعها قطاع عريض من الجمهور، وقد تزامن ظهورها في عالمنا العربي مع ثورات الربيع العربي، وكانت مصر وتونس هما أكثر الدول التي ازدهرت فيهما هذه النوعية من البرامج التلفزيونية، ومن قبلهما لبنان، حيث يرجع ذلك إلى ارتفاع سقف الحرية الإعلامية في هذه الدول التي مرت بالتغيير، وقد اختلفت الأساليب التي تلجأ إليها الحكومات والسلطات في مواجهة هذه النوعية من البرامج، حيث اتجهت بعضها إلى إنتاج ودعم برامج مضادة للبرامج التي تهاجمها أو تنتقد سياساتها، هذا إلى جانب الأساليب التقليدية في المواجهة، كإحالة القائمين على هذه البرامج للتحقيق والخضوع للاستجواب.⁽²⁾

* مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام وتكنولوجيا الإتصال - جامعة جنوب الوادي.

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساعكم نموذجاً"

ويعد ظهور هذه البرامج تطوراً طبيعياً لبرامج التوك شو، فاعتمدت على أسلوب السخرية ونقد كل ما هو سلبي في المجتمع، واستطاعت أن تحقق شعبية ضخمة، كما خطفت الأضواء من برامج التوك شو التقليدية التي أصابت المشاهدين بالاكنتاب والملل، فأعدت للمواطنين الابتسامه رغم ما يلاقونه في حياتهم اليومية من معاناة، ورغم الأحداث الدموية اليومية المليئة بالعنف والتخريب.

وكان من ضمن أنجح هذه البرامج برنامج "البرنامج" الذي يقدمه باسم يوسف على قناة CBC، وبرنامج "زلطة شو" على قناة الحياة، وبرنامج "الليلة مع هاني" على قناة MBC، بالإضافة إلى الحلقات الحديثة من برنامج "بنى آدم شو" على قناة الحياة⁽³⁾، وكذلك برنامج "أسعد الله مساعكم" الذي تقدمه قناة MBC مصر، والذي يقوم هذا البحث على تحليل مضمونه وعرض أهم القضايا التي تناولها.

ومن الجدير بالذكر أن برنامج أسعد الله مساعكم هو الحقبة الثانية من نشرة أخبار الخامسة والعشرين، الذي كان يُعرض عام 2008 على قناة نايل كوميدي، ويمثل التطور في هذا البرنامج عن النشرة أن أصبح له أستوديو خاص أكثر اتساعاً، كما أصبح مقدم البرنامج دائم الحركة والتنقل، يقدم عروضاً حية بدلاً من العروض المصورة، وقد جاء إسم البرنامج ليحمل الكلمة الافتتاحية المشهورة له "أسعد الله مساعكم"، وبذلك انتقل مقدم البرنامج أكرم حسني بشخصية أبو حفيظة إلى قناة MBC مصر حيث لاقى نجاحاً باهراً، وتطور الأمر إلى أن أصبح أبو حفيظة يظهر بشخصيته الحقيقية في فيديوهات مضحكة تتناول موضوع الحلقة؛ سواء كانت أغنية ساخرة أو تجسيد لمشهد معين من أحد الأفلام، وقد شهد البرنامج تطوراً ملحوظاً اتضح في إنتاج العديد من الأغاني المضحكة والفيديوهات المصورة، كما شمل هذا التطور الإسكربت الخاص بالحلقة حيث تحسن بشكل ملحوظ، وأصبح يوجه النقد للقضايا السياسية والاقتصادية والأحداث الجارية، إلى جانب نقد الشخصيات العامة⁽⁴⁾.

ويرصد سيد أبو حفيظة في هذا البرنامج الأسبوعي الكثير من الوقائع المختلفة التي تحدث داخل المجتمع المصري، كما يُحللها ويُعلق عليها بإسلوب شيق وساخر، ويقدم أيضاً رؤية حول الجوانب الإيجابية والسلبية التي يتصف بها الشعب المصري على نحو كوميدي، وفي إطار ذلك يقوم باستضافة العديد من الشخصيات فيجري معهم حواراً حول موضوع الحلقة، وقد أنتجت مجموعة قنوات MBC هذا البرنامج وبدأت في عرضه على قناة MBC مصر منذ 6 سبتمبر 2014.⁽⁵⁾

مشكلة الدراسة:

من خلال البحوث والدراسات التي تناولت بالرصد والتحليل البرامج الكوميديّة الساخرة، أكد الباحثون أن هذه البرامج لم تعد مجرد ظاهرة إعلامية عابرة، بل أصبحت توجهاً إعلامياً جديداً استطاع أن يتنامى ويحظى بشعبية ضخمة، فارتفعت

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعيّة داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساعكم نموذجاً"

معدلات عرض هذه النوعية من البرامج على القنوات الفضائية العامة والخاصة، كما تنوعت أشكالها وأساليب إنتاجها، وأصبح مضمونها لا يستهدف مجرد إطلاق النكات أو نشر المواقف المضحكة، إنما تطورت أهدافه لتشمل تنمية الوعي السياسي والإجتماعي لأفراد الجمهور، وترسيخ المفاهيم والقيم المجتمعية لديهم، وكذلك دفعهم نحو المشاركة في مجريات الحياة السياسية والإجتماعية.

من هنا يمكن تحديد مشكلة الدراسة في رصد وتوصيف وتحليل مضمون البرامج الكوميديّة الساخرة تجاه القضايا المجتمعيّة داخل المجتمع المصري، وذلك من خلال تحليل مضمون برنامج أسعد الله مساعكم الذي تقدمه قناة MBC مصر، كعينة ممثلة لهذه النوعية من البرامج، من حيث رصد وتحليل القيم والأخلاقيات التي يحملها البرنامج، والموضوعات التي يتناولها، وكذلك أسلوب العرض الذي يعتمد عليه، وطبيعة الرسالة التي يسعى إلى تحقيقها، ومدى التزامه بالأخلاقيات المهنية، وطبيعة الرؤية التي يقدمها حول القضايا المثارة.

أهمية الدراسة:

تكتسب الدراسة أهميتها من خلال ما يلي:

- أهمية مجال البرامج الكوميديّة الساخرة التي تقدمها القنوات الفضائية، باعتبار هذا المجال توجّهاً إعلامياً جديداً لم يلقَ الاهتمام الكافي بعد من جانب الدراسات العربية.
- خصوصية البرامج الكوميديّة الساخرة باعتبارها ظاهرةً إعلاميةً تختلف في خصائصها وتأثيراتها عن البرامج التلفزيونية الأخرى؛ من حيث كونها أكثر البرامج وصولاً للمشاهد، تقدم له رسالة موجزة من خلال استخدام رموز محددة تتسم بالطرافة والجاذبية، هذا إضافةً إلى أنها تلعب على وتيرة الدعابة والقدرة على استيعاب السخرية وترديدها، وهو ما يتناسب مع خصائص الشخصية المصرية إلى حد كبير.
- تمحور اهتمام الإعلاميين والنقاد حول هذه النوعية من البرامج، وتعدد الكتابات التي يعبرون من خلالها عن آرائهم وتحليلاتهم لهذا النوع من الكوميديا، الذي يتسم بأهمية بالغة كونه يتناول ظاهرة إعلامية جديدة دخلت الفضاء العربي، وأثارت الكثير من الجدل العام، و من خلال هذا البحث تم تسليط الضوء على الدور الجديد الذي أعطته هذه النوعية من البرامج لجمهورها.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة محل البحث نحو تحقيق هدف رئيسي واحد تنبثق منه مجموعة من الأهداف الفرعية، يوضحها الباحث على النحو التالي:

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساءكم نموذجاً"

الهدف الرئيسي:

رصد وتوصيف وتحليل مضمون البرنامج الكوميدي الساخر "أسعد الله مساءكم" تجاه القضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري.

الأهداف الفرعية:

- رصد وتحليل الموضوعات والقضايا التي يتناولها البرنامج الكوميدي محل الدراسة، واتجاهات معالجته لها، وطبيعة الرؤية التي يقدمها حول ذلك.
- رصد وتوصيف نوعية الأطر الخيرية التي يتم عرض المضمون من خلالها.
- رصد وتحليل أساليب عرض القضايا التي يهتم البرنامج بتناولها، والقوالب الفنية المستخدمة في إطار ذلك؛ من حيث القوالب الفنية واستضافة الضيوف.
- التعرف على اللغة المستخدمة في تقديم موضوعات البرنامج، ومدى التجاوز في استخدامها.
- رصد وتوصيف وتحليل الأهداف التي يسعى البرنامج إلى تحقيقها.
- التعرف على مصادر المادة الإعلامية التي يقدمها البرنامج.
- الكشف عن مدى التزام البرنامج بالأخلاقيات المهنية، وطبيعة التجاوزات الإعلامية التي يقع فيها مقدم البرنامج أو الضيوف.
- رصد وتحليل أساليب الإقناع العقلانية والعاطفية التي يوظفها البرنامج حول القضايا المختلفة.
- رصد وتحليل طبيعة الأطروحات المقدمة حول القضايا المثارة، وطبيعة اتجاه البرنامج نحو القوى الفاعلة المرتبطة بها.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بالاطلاع على مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت دور البرامج الساخرة التي تقدمها القنوات الفضائية في تناول القضايا المجتمعية المختلفة؛ وذلك بهدف استخلاص مؤشرات المعرفة والنظرية والمنهجية، ويستعرض الباحث هذه الدراسات على النحو التالي:

- دراسة رشا الخشاب (2017)⁽⁶⁾

استهدفت الدراسة التعرف على آراء واتجاهات الجمهور العام والنخبة الأكاديمية والإعلامية المتخصصة في مجال الإعلام حول مدى التزام البرامج الكوميديّة بالمسئولية الاجتماعية والمعايير الأخلاقية والمهنية للإعلام، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتم تطبيق البحث على عينة متاحة من الجمهور العام قوامها (350) مفردة، وعينة متاحة من النخبة الأكاديمية والإعلامية المتخصصة في الإعلام بلغت (100) مفردة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن البرامج الكوميديّة لا تتناسب مع أخلاقيات المجتمع وعاداته وتقاليده من ناحية، ومع أخلاقيات المذيع المهنية من ناحية أخرى؛ ويرجع ذلك إلى خروج الكثير منها عن مبادئ موثيق الشرف الإعلامية والمهنية، كما أنها لا تتناسب مع وضع الضيوف ومكانتهم الاجتماعية؛ بسبب ما يصدر عنهم من ردود أفعال غير أخلاقية، وقد اتفقت العينتان من الجمهور العام والنخبة الأكاديمية والإعلامية على أن برامج المقالب الكوميديّة لا تلتزم بالقيم الاجتماعية والأخلاقية للمجتمع، ولا تراعي دورها ومسئوليتها تجاه المجتمع.

- دراسة تقي عاكف البدور (2017) (7)

هدفت الدراسة إلى التعرف على خصائص الخطاب الساخر في الإعلام الأردني، ورصد أبرز القضايا والإهتمامات السياسية التي تكون موضوعاً لبرامج السخرية السياسية الإخبارية على التلفزيون، أو ما يطلق عليه "News satire"، بالإضافة إلى التعرف على بدايات نشأة السخرية السياسية في الإعلام الأردني، وأبرز التحولات المرحلية التي مر بها، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقه التحليلي. حيث تم تحليل برنامجين وهما تشويش واضح و حكي جرايد كعينة للدراسة التحليلية.

وقد أكدت النتائج أنه يتم تأطير محتوى برامج السخرية السياسية حسب نوعية الموضوعات والقضايا المطروحة، وقد تطرقت أكثر من 50% من عينة الدراسة إلى نقد السياسات والسياسيين، فركزت على توجيه المساءلة السياسية للحكومة والمؤسسات السياسية، كما أظهرت الدراسة أن السخرية السياسية يتم توجيهها بشكل أكبر إلى الشخصيات الاعتبارية بنسبة 63.9%، بينما يتم توجيهها إلى الأفكار والمبادئ والأحداث بنسبة 36.1%.

- دراسة عايدة عوض (2015) (8)

استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات الجمهور والنخبة الأكاديمية نحو البرامج التلفزيونية الساخرة وعلاقتها بالمعايير المهنية والأخلاقية للإعلام، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وذلك من خلال تصميم صحيفة استقصاء تم توزيعها بالمقابلة بالنسبة للجمهور العام، وبالمراسلة الشخصية عن طريق الفيس بوك بالنسبة لعينة النخبة الأكاديمية، ليصبح إجمالي عدد العينة 400 مفردة.

وقد أكدت الدراسة عدم مشاهدة أفراد العينة من الجمهور العام للبرامج التلفزيونية الساخرة بنسبة 66.7%، وذلك لأنها تستخدم ألفاظاً تخرج عن نطاق الأدب والاحترام، وفي المرتبة التالية جاء تعبير الجمهور عن رغبته في مشاهدة البرامج التلفزيونية الساخرة بدافع التسلية والترفيه، أما بالنسبة للنخبة، فقد كانت نسبة مشاهدة

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساعكم نموذجاً"

البرامج الساخرة من أجل التسلية والترفيه بنسبة 62%، ومن الناحية المهنية وأخلاقيات التقديم، فقد رأى الجمهور العام أن مقدمي هذه البرامج يستخدمون رموزاً وعبارات وإشارات تمس الحياء العام بمتوسط 2.76، في حين عبرت النخبة عن ذلك بمتوسط حسابي 2.59.

- دراسة جيلان شرف (2015)⁽⁹⁾

تتحدد مشكلة الدراسة في تحليل محتوى البرنامج اليومي لجون ستيوارت، وبرنامج "البرنامج" مع باسم يوسف، باعتبارهما يمثلان نوعية جديدة من البرامج التليفزيونية، تقدم المضمون من خلال المحاكاة التهكمية الساخرة، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي التحليلي من خلال تحليل محتوى عينة عشوائية مكونة من 20 حلقة بواقع 10 حلقات لكل من البرنامج اليومي لجون ستيوارت، وبرنامج البرنامج لباسم يوسف، وذلك من خلال صحيفة تحليل المضمون.

وتوصلت الدراسة إلى أن البرنامجين يوظفان الكوميديا والسخرية، ليس فقط من أجل رسم الابتسامة على وجوه المشاهدين، إنما لدفعهم نحو التفكير أيضاً، ومن هنا استطاعت هذه البرامج أن تؤدي وظيفة أقرب إلى وظائف الصحافة، من حيث قدرتها على تنمية الرؤية الناقدّة للمشاهد حول ما يدور حوله من أحداث، ومساعدته لاكتشاف القضايا السياسية والاجتماعية المرتبطة بالمجتمع، ومن الناحية البنائية، فقد اعتمد كل برنامج على المونولوج وكليبات الفيديو والكليبات الصوتية، هذا إلى جانب الاستعانة بالمراسلين في تصميم التمثيليات وتنظيم المقابلات، وحول نوعية الضيوف، فقد اهتم برنامج ستيوارت باستضافة المشاهير من المؤرخين والسياسيين، في حين اهتم برنامج باسم يوسف باستضافة الفنانين والمطربين والموسيقيين.

- دراسة نيفين أبو الوفا (2013)⁽¹⁰⁾

سعت الدراسة لبحث المميزات الواقعية التي تميز هذا الشكل الشعبي من الحديث المضحك المعاصر، والتعرف على محتوى هذه البرامج الكوميديّة واللغة المستخدمة فيها، ودور هذه الأساليب الساخرة في التأثير على الجمهور من المشاهدين. وذلك بالتركيز على البرامج السياسية الساخرة التي ظهرت حديثاً في مصر، وخاصة برنامج باسم يوسف "البرنامج"، الذي ينتقد الشخصيات العامة والسياسية، حيث استعان باسم يوسف بالكليبات ليخلق حالة من الفكاهة والسخرية حول ما يتم تقديمه من نشرات الأخبار وبرامج التوك شو، وقد اعتمدت الباحثة على إجراء تحليل المضمون لخمس حلقات لباسم يوسف، كما أجرت الدراسة تحليلاً ميدانياً على عينة عشوائية مكونة من 200 مفردة من المشاهدين والمتابعين للبرنامج، بالاعتماد على منهج تحليل الخطاب النقدي، ومنهج جريس وزملانه في تحليل المحادثة والخطاب السياسي.

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساءكم نموذجاً"

وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية الفئات العمرية في المجتمع المصري تشاهد برنامج "البرنامج"، في حين يشاهد باقي أفراد العينة برامج ساخرة أخرى بنسبة 15%، كما أكدت النتائج أن هذه النوعية من البرامج تعد وسيلة للتعبير عن الاستياء العام أو السخط السياسي، حيث طالبت في مضمونها بتغيير بعض المسؤولين الحكوميين بنسبة 90%، وعلى الرغم من أن 75% من أفراد الجمهور المستهدف يعتبرون البرنامج وسيلة لإزاحة الستار عن أخطاء الحكومة والرئاسة فقط، ترى نسبة 7.5% من العينة أن البرنامج يعد مؤثراً في زيادة معدل الوعي لدى أفراد الجمهور العام، كما عبرت نسبة 90% من أفراد العينة المدروسة عن تفضيلها لمشاهدة مثل هذا النوع من البرامج السياسية الساخرة على نحو يفوق برامج التوك شو العادية.

- دراسة مورين وغرازيانو 2012 (Maureen&Graziano)(11)

استهدفت الدراسة البحث في التأثيرات الناتجة عن مشاهدة البرامج الكوميديّة الليلية على الشباب الأمريكي، مع الأخذ في الاعتبار الدافع وراء مشاهدة أو اختيار برامج بعينها، وقد تم اختيار العينة من فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 19 و40 سنة، واستخدمت الدراسة منهج المسح واعتمدت على صحيفة الاستبيان، وذلك بالتطبيق على البرنامج اليومي لجون ستينورات وبرنامج التقرير لستيفين كولبيرت، لدراسة تأثيرات المضمون على مستوى المعرفة السياسية لدى المشاهدين.

وقد توصلت النتائج إلى أن نصف عينة الدراسة قد قررت الحصول على المعلومات السياسية من كوميديا الليل المتأخرة، وأن الشباب الأمريكي يقبل على مشاهدة هذه البرامج لأنها تتناسب مع احتياجاتهم المعرفية والاجتماعية، كما تمكنهم من إشباع الحاجة إلى التسلية والهروب من وسائل الإعلام الرئيسية، وأكدت النتائج أيضاً أن الليبراليين يعتبرون المحتوى السياسي الكوميدي مفيداً بنسبة أكبر من المحافظين.

- دراسة ايمي بيكر 2011 (Amy Becker)(12)

استهدفت الدراسة البحث في توظيف استخدام البرامج السياسية الساخرة خلال فترات الانتخابات، بالتطبيق على الانتخابات الأمريكية لعام 2008.

وقد خلصت الدراسة إلى اعتماد جمهور الناخبين على محتوى البرامج السياسية الساخرة أثناء فترة الانتخابات على نحو يفوق اعتمادهم على مصادر الأخبار التقليدية، وكانت أبرز هذه البرامج الساخرة هي Daily show , late show with the onion , The david، فأصبحت البيئة الإعلامية تفيض بالتعليقات الساخرة، حيث تحول عدد كبير من الأمريكيين، خاصة من هم دون الثلاثين، إلى هذه الأشكال غير التقليدية من البرامج الإعلامية كمصدر للمعلومات.

- دراسة إيمي بيكر 2010 (Amy Becke) (13)

استهدفت الدراسة البحث في تصورات وإدراك المشاهدين من الجمهور الأمريكي للبرامج السياسية الساخرة، ودراسة تقييمات الجمهور لها بالمقارنة مع البرامج الإخبارية التقليدية، وذلك بالتطبيق على برنامج The daily show، وقد اعتمدت التحليلات المقدمة في هذه الدراسة على بيانات من دراسة تجريبية تم تطبيقها على عينة من الطلاب الجامعيين.

وتوصلت النتائج إلى وجود تأثير كبير للبرامج الكوميدية أو السياسية الساخرة في تصورات الجمهور وإدراكه للواقع المعاش على نحو يفوق البرامج الإخبارية التقليدية.

- دراسة دايفيد جاكوبس 2009 (David Jacobs) (14)

استهدفت الدراسة البحث في مجالات الاتصال المختلفة، وخاصةً الأخبار السياسية والتعليمية، لتحديد فاعلية وقيمة توظيف برامج الكوميديا في نقل المعلومات، حيث تم استخدام منهج المسح وإجراء المقابلات مع الشخصيات البارزة في مجال الاتصال.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الكوميديا وسيلة فعالة ومؤثرة في حفظ المعلومات وتذكرها، حيث يتم تقديم الكوميديا في قالب تعليمي يسهل عملية حفظ المشاهد للمعلومات، وقدرته على تذكرها أيضاً، كما جاءت إجابات أفراد العينة لتوضح تفضيلاتهم تجاه البيانات والتصريحات الجادة للمعلومات في أغلبية الموضوعات من التصوير الفكاهي أو الكوميدي لنفس المعلومات.

- دراسة سيسو كين 2009 (Susu Qin) (15)

استهدفت الدراسة التعرف على أهم أسباب تعرض الشباب للبرامج الإخبارية التقليدية والكوميدية ذات المحتوى السياسي، وتأثيرها على مستوى معرفتهم بالمسؤولين السياسيين وإتجاههم نحو السلطة، وذلك من خلال الاعتماد على المنهج التجريبي على عينة من طلاب الجامعة بلغت 400 طالب جامعي، حيث تعرضت المجموعة الأولى لبرنامج إخباري تقدمه شبكة CNN، في حين تعرضت المجموعة الأخرى لبرنامج The daily show كعينة من البرامج الكوميدية، وذلك بالتطبيق على التغطية الإخبارية لزيارة أوباما للشرق الأوسط.

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة تعرض المبحوثين للبرنامج الإخباري الذي تقدمه شبكة CNN تفوق نسبة تعرضهم للبرنامج الكوميدي The daily show، كما أكدت النتائج أن المبحوثين الذين تعرضوا للبرنامج الإخباري كانوا أقل في المستوى المعرفي من الآخرين الذين شاهدوا البرنامج الكوميدي.

- دراسة ستيفن هارينجتون 2009 (Stephen Harrington)⁽¹⁶⁾

استهدفت الدراسة البحث في العلاقة بين التليفزيون والسياسة والرأى العام، وكيف أصبحت البرامج الساخرة مصدرًا للمعلومات، حيث استخدم الباحث منهج المسح التحليلي لتحليل مضمون برنامجين ساخرين، وكذلك منهج المسح الميداني بالتطبيق على عينة من الجمهور تمثلت في 330 مفردة من الشباب.

وأكدت الدراسة انخفاض معدل مشاهدة الجمهور للنشرات الإخبارية والصحف، مقابل ارتفاع معدل تصفحهم للوسائل الإلكترونية، ومشاهدة البرامج الساخرة، كما أثبتت النتائج ارتفاع معدلات اهتمام البرامج التليفزيونية الساخرة بالأمور السياسية، حيث أدى ذلك إلى رفع درجة وعى الجمهور بالشئون السياسية، وتشكيل اتجاهاتهم نحو العاملين بهذا المجال.

- دراسة جوانثن موريس 2008 (Jonathan S. Morris)⁽¹⁷⁾

اهتمت الدراسة بالبحث في تأثير البرامج السياسية الساخرة على اتجاهات الرأى العام السياسية، من خلال رصد العلاقة بين الترفيه والسياسة، وذلك بالتطبيق على برنامج The daily show.

وقد أثبتت الدراسة استخدام السياسيين لتلك البرامج السياسية الساخرة، وحرصهم على الظهور فيها وتوظيفها كأداة إستراتيجية للتأثير على جمهور الناخبين المحتملين، كما أشارت أن هذه البرامج لديها القدرة على تنقيف المشاهدين سياسيًا وإثارة اهتمامهم السياسي، إلى جانب قدرتها على التأثير في الخطاب السياسي للمسؤولين والمواقف السياسية بشكل عام، بالإضافة إلى ذلك، أكدت الدراسة أن متابعي تلك البرامج السياسية الساخرة لديهم مستويات عالية من المعرفة بالتطورات السياسية على نحو يفوق متابعي الأخبار التقليدية.

- دراسة جودى وموريس 2008 (Jody C)⁽¹⁸⁾

استهدفت الدراسة معرفة تأثير البرنامج الأمريكي الساخر "تقرير كولبرت" على الوعى السياسي لفئة الشباب، ودور هذا البرنامج في الدعاية لممثلي النظام وأفكارهم ونشر رسالتهم.

وقد توصلت الدراسة إلى ارتفاع معدلات مشاهدة الجمهور للبرنامج محل الدراسة، وتأثير هذه المشاهدة على العملية الإدراكية للجمهور، حيث تحول الغضب الناتج عن مجريات الأحداث السياسية إلى سخرية، وأثبتت الدراسة أيضًا إقبال المسؤولين على متابعة هذه البرامج باعتبارها تقدم مؤشرات حول اتجاهات الجمهور، كما أثبتت التأثير القوي للسخرية السياسية على مواقف المشاهدين واتجاهاتهم إلى حد يصل إلى القدرة على إنجاح أو إسقاط المرشحين السياسيين، وأضافت النتائج أن

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساءكم نموذجاً"

دوافع متابعة الجمهور لهذه البرامج قد تمثلت في الترفيه بنسبة 75%، والحصول على المعلومات بنسبة 65%.

- دراسة كواو بروير 2007 (Brewer، Cao)⁽¹⁹⁾

استهدفت الدراسة البحث في مفهوم برامج الكوميديا السياسية وتأثيرها على عملية المشاركة السياسية، وذلك بالتطبيق على برنامج "جون ستوربات"، بالاعتماد على منهج المسح، حيث تم إجراء المسح خلال الفترة من 19 ديسمبر 2003 حتى 4 يناير 2004 بالتطبيق على عينة قوامها 506 مفردة من الجمهور العام.

وأكدت نتائج الدراسة أن التعليم له علاقة إيجابية هامة بمستوى الاهتمام السياسي للجمهور ومستوى المعرفة السياسية له، وكذلك مشاركته في الأنشطة السياسية المختلفة، بينما لا يوجد للمتغيرات الحزبية أى ارتباط منهجي بالمشاركة نفسها، وتوصلت النتائج أيضاً إلى تأثير مشاهدة برامج التوك شو على كافة مراحل المشاركة السياسية خلال الحملات الانتخابية، بينما يؤدي التعرض لبرامج الكوميديا السياسية إلى الحد من عملية تعزيز الاتصال بالأنظمة المنتخبة.

- دراسة شانون ماكرو 2006 (Shannon Mccraw)⁽²⁰⁾

استهدفت الدراسة البحث في تأثير البرامج السياسية الساخرة على الخبرة السياسية للشباب، ومدى وجود ارتباط بين تعرض الشباب لهذه البرامج ومستوى معرفتهم السياسية بالمرشحين السياسيين، وكذلك مستوى المشاركة السياسية لهم، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتم اختيار عينة من الشباب تتراوح أعمارهم من 18 حتى 24 عامًا، تم اختيارهم من الطلبة الجدد المقيدون بجامعة "أوكلاهوما" حيث بلغ عدد أفراد العينة 412 طالب.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود ارتباط إيجابي وهام بين البرامج الكوميديّة السياسية ومعرفة المشاهد الشخصية بالسياسة العامة للمرشح، كما أكدت دور هذه البرامج في رفع مستوى معرفة الجمهور بالقضايا السياسية المختلفة، إلى جانب رفع مستوى المعرفة بالبرنامج الخاص بالمرشح نفسه، وأثبتت النتائج أيضاً أن مشاهدة هذه البرامج تؤثر على معدلات السخرية السياسية، بينما لا تملك برامج التوك شو الليلية هذا التأثير.

تعليق عام على الدراسات السابقة:

بعد استعراض مجموعة الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، يمكننا الخروج بمجموعة من المؤشرات تتمثل فيما يلي:

- كانت مساحة الاهتمام الأكبر في هذه الدراسات من نصيب الكوميديا الساخرة ذات الطابع السياسي، وقد اتفقت جميعها على أن هذه البرامج الكوميديّة السياسية تزيد

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساءكم نموذجاً"

من المعرفة السياسية لدى الشباب, كما تعد مصدرًا هامًا للمعلومات والنقاشات السياسية.

- أثبتت معظم الدراسات السابقة أن الدافع وراء مشاهدة هذا النوع من البرامج يرجع إلى كونها مصدرًا للتسلية والترفيه, إضافةً إلى كونها مصدرًا للمعلومات والأخبار.

- جاء تركيز البرامج التليفزيونية الساخرة على الجانب السياسي والموضوعات والقضايا والأحداث السياسية كمادة إعلامية لها ليعكس حالة الاضطراب السياسي داخل المجتمعات الغربية والعربية علي حد سواء.

- يعكس نجاح البرامج التليفزيونية الساخرة حجم الحرية المتاحة في مجتمعاتها, فكلما زادت نسبة تمتع مجتمعها بالحرية, أتيحت لها فرصة أكبر في نقد الشخصيات السياسية, وتناول القضايا المجتمعية المختلفة على نحو ساخر.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفاد الباحث, من خلال الإطلاع على هذه الدراسات, في جوانب أضافت أبعاداً مهمة في وضع تصور عام للدراسة والتحديد الدقيق لمشكلة الدراسة وأهدافها, كما ساهمت هذه الدراسات على المستوى الإجرائي في صياغة تساؤلات الدراسة الحالية, فضلاً عن تحديد أهمية الدراسة وفروضها, وبالتالي فإن هذه الدراسة باستهدافها البرامج الكوميديّة الساخرة وتحليلها للمضمون الذي تقدمه, تحاول أن تضيف جديدًا للدراسات السابقة, وتلفت النظر إلى مجال قل التركيز عليه من قبل الباحثين بشكل عام, وفي بيئة الدراسة بشكل خاص.

ويمكن تحديد مجموعة من أوجه الاستفادة فيما يلي:

- التعرف على المناهج والأدوات والأساليب البحثية المستخدمة, وكيفية توظيفها لخدمة الدراسة.

- الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات في صياغة المشكلة البحثية, وتحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتها, وتحديد أهمية الدراسة.

- استكمال مسيرة الدراسات التي اهتمت بالبحث في مضمون البرامج الساخرة, ودورها في تناول الموضوعات والقضايا المختلفة.

- إمكانية إجراء المقارنة بين نتائج تلك الدراسات والنتائج التي سنتوصل إليها هذه الدراسة, كل في مجاله, مما يدعم التواصل العلمي بين الدراسات العلمية في الميدان المشترك, ويساعد في تفسير بعض النتائج الجديدة بشكل أكثر عمقًا.

- تكوين رؤية أشمل حول الدور الذي تؤديه البرامج الكوميديّة الساخرة في المجتمعات المختلفة.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الإطار الإعلامي:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الإطار الإعلامي؛ حيث تعبر هذه النظرية عن دور إضافي لوسائل الإعلام، تقوم من خلاله بعرض المضمون القادر على إحداث التأثير سواء بتغيير أو تعديل اتجاهات المتلقين نحو الوقائع والأحداث والصور والرموز، وذلك من خلال إعادة تنظيم الرسائل والنصوص الإعلامية الخاصة بهذه الوقائع والأحداث ووضعها في سياقات أو أطر إعلامية Frames تؤكد معنى معيناً أو تنفيه، كما يلتقي هذا الأثر مع الخبرات الأولية أو الحقائق المهيمنة Dominant Reality للمتلقين أو الواقع المدرك لهم، فيؤثر بالتالي على أحكامهم نحو الوقائع أو الأحداث، كما يؤثر على تقديراتها بالنسبة لهم.⁽²¹⁾

وتعد نظرية تحليل الإطار الإعلامي واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال؛ حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها البرامج الساخرة، كما تقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور البرامج التليفزيونية الساخرة في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وتوضيح علاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا.⁽²²⁾

ويعتبر مفهوم الإطار الإعلامي أحد المفاهيم الجوهرية التي يتفاعل في تكوينها العديد من المداخل النظرية الساعية نحو تناول دور وسائل الإعلام وتأثيراتها، كما يعتبر المكون الرئيسي لنظرية "تحليل الأطر الإعلامية"، لذا تعتبر هذه النظرية مدخلاً مناسباً لدراسة التناول الإعلامي للقضايا على اختلاف طبيعتها مضمونها، حيث يمكن النفاذ من خلالها إلى المحتوى الضمني للنص الإعلامي ودلالاته بأبعادها المختلفة، الأمر الذي تتكامل به الرؤية التحليلية تجاه القضايا باختلاف أنواعها ودرجة أهميتها.⁽²³⁾

ويتحدد الغرض الرئيسي من النظرية في إمكانية النظر إلى القضية من وجهات نظر متنوعة، وتفسير الآثار المترتبة عليها أو انعكاساتها على القيم والاعتبارات، فتشير الأطر إلى العملية التي يقوم الناس من خلالها بتطوير مفاهيم القضية أو إعادة توجيه تفكيرهم حول قضية معينة.⁽²⁴⁾

كما تفترض النظرية أن معلومات الجمهور واتجاهاته نحو القضايا والأحداث المختلفة، تتشكل في ضوء تأثيره بالمعالجات التي تطرحها وسائل الإعلام لتلك القضايا والأحداث؛ ومن ثم تؤثر الأطر في المعارف والاتجاهات والسلوكيات، وينعكس ذلك

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساءكم نموذجاً"

على اتخاذ الجمهور للقرارات نحوها⁽²⁵⁾، ويُقصد بالإطار اختيار بعض جوانب الموضوع وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي؛ وبذلك يتم تحديد المشكلة، وتقديم التفسيرات، وطرح الحلول والبدائل بشأنها⁽²⁶⁾، ويؤدي اختلاف المعالجات الإعلامية التي تطرحها وسائل الإعلام حول القضايا المختلفة، إلى اختلاف وجهات النظر بشأنها، وتباين الأحكام تجاهها.

ويتم توظيف مبادئ وفرضيات نظرية الإطار الإعلامي في رصد وتحليل طبيعة المعالجات التي يقدمها برنامج "أسعد الله مساءكم" نحو القضايا المختلفة التي ترتبط بالمجتمع المصري، إلى جانب رصد وتحليل أبرز الأطر التي قدمها البرنامج في تناوله وعرضه لهذه القضايا، بما يساهم في تقديم وصف وتحليل لطبيعة اتجاهات المعالجة والرؤية التي يقدمها البرنامج تجاه القضايا المثارة.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة محل البحث نحو الإجابة عن تساؤل رئيسي واحد تنبثق منه مجموعة من التساؤلات الفرعية، يوضحها الباحث على النحو التالي:

التساؤل الرئيسي:

ما طبيعة وخصائص المضمون الذي يقدمه البرنامج الكوميدي الساخر "أسعد الله مساءكم" تجاه القضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري؟

التساؤلات الفرعية:

- ما المساحة الزمنية لحلقات البرنامج الكوميدي الساخر عينة الدراسة التحليلية، والمساحة التي يحتلها في الخريطة البرمجية للقناة التي تقدمه؟
- ما طبيعة الموضوعات والقضايا التي يتناولها البرنامج الكوميدي محل الدراسة، واتجاهات معالجته لها، وطبيعة الرؤية التي يقدمها حولها؟
- ما نوعية الأطر الخبرية التي قام البرنامج بعرض المضمون من خلالها؟
- كيف قام البرنامج بعرض القضايا التي تناولها، من حيث القوالب الفنية واستضافة الضيوف؟
- ما نوعية اللغة المستخدمة في تقديم موضوعات البرنامج، ومدى التجاوز في استخدامها؟
- ما الأهداف التي يسعى البرنامج إلى تحقيقها؟
- ما مصادر المادة الإعلامية التي يقدمها البرنامج؟
- إلى أي حد التزم البرنامج بالأخلاقيات المهنية، وما طبيعة التجاوزات الإعلامية التي يقع فيها مقدم البرنامج أو الضيوف؟

- كيف قدم البرنامج الأطروحات حول القضايا المثارة؟
- كيف وظف البرنامج أساليب الإقناع العقلانية والعاطفية حول القضايا التي تناولها؟
- ما طبيعة التصورات والاتجاهات التي قدمها مضمون البرنامج حول القوى الفاعلة المرتبطة بالقضايا المطروحة؟

فروض الدراسة:

تحدد فروض الدراسة فيما يلي:

- الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوعية الأطر الخيرية المستخدمة في البرنامج، وأسلوب معالجة البرنامج للقضايا المطروحة.
- الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاه البرنامج نحو القضايا المثارة والرؤية التي يقدمها البرنامج تجاه هذه القضايا.
- الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه البرنامج نحو القضايا المثارة، والقالب الفني الذي يتم عرض البرنامج من خلاله.

نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف ظاهرة أو مشكلة محددة، وتصويرها كمياً اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات، وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً كافياً ودقيقاً؛ لاستخلاص دلالاتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل البحث.

منهج الدراسة:

قام الباحث بتوظيف منهج المسح "Survey" في الدراسة محل البحث، ويعد منهج المسح جهداً علمياً منظماً يستهدف الحصول على بيانات وأوصاف عن الظاهرة المدروسة، ومعرفة كافة جوانبها المختلفة⁽²⁷⁾، حيث يمكن استخدامه في تحقيق أهداف عديدة قد تكون وصفية، أو تحليلية، أو استكشافية⁽²⁸⁾.

وهكذا استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي كونه المنهج الأكثر ملائمة للدراسات الوصفية؛ حيث إهتمت الدراسة بمسح مضمون عينة ممثلة للبرامج الكوميديّة الساخرة، وذلك من خلال دراسة المادة الإعلامية التي ينتجها البرنامج الكوميدي الساخر "أسعد الله مساءكم" الذي تقدمه قناة MBC مصر، بغرض تحليل المعالجات التي يقدمها البرنامج تجاه مختلف القضايا، وأساليب عرضه للمحتوى، وطبيعة الأطروحات التي يقدمها تجاه هذا المحتوى، وكذلك اتجاهاته نحو القوى الفاعلة المرتبطة بالقضايا المثارة.

مجتمع وعينة الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في البرنامج الكوميدي الساخر الذي تبثه قناة MBC مصر، وقام الباحث بأخذ عينة من هذا البرنامج لتحليل أطر المعالجة الإعلامية للسلوكيات المجتمعية بالمجتمع المصري بذلك البرنامج، و تمثل مجتمع الدراسة التحليلية خلال الفترة من (2017/1/1) إلى (2017/6/30) ، وقد بلغ عدد الحلقات التي تناولتها الدراسة 34 حلقةً بإجمالي 1392 دقيقة.

أداة جمع البيانات :

أداة تحليل المضمون :

اعتمد الباحث على أداة التحليل الكمي والكيفي للمضمون الذي يقدمه البرنامج محل الدراسة، وذلك بهدف رصد طبيعة المعالجات التي يقدمها البرنامج تجاه القضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري.

وقد حدد الباحث وحدة التحليل بالحلقة، والتي تمثل الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية، ويقصد بها الوحدة الإعلامية المتكاملة التي يقوم الباحث بتحليلها، وهي التي يستخدمها منتج المادة الإعلامية لتقديم المادة إلى الجمهور من خلالها.⁽²⁹⁾

تصميم إستمارة تحليل المضمون:

قام الباحث بتصميم إستمارة تحليل المضمون من خلال الخطوات التالية:

- الصياغة المبدئية لإستمارة تحليل المضمون من خلال تحديد الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها، ومن خلال الاستفادة من الاطلاع على مجموعة الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة.
- تحديد وحدات التحليل وفئاته التي تتضمنها إستمارة تحليل المضمون، والتي تخدم البحث وتجيب عن التساؤلات التي تطرحها الدراسة.
- مراجعة إستمارة تحليل المضمون وعرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام، وذلك للتأكد من كفاية فئات التحليل لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها، وقد قام الباحث بإجراء كل التعديلات المطلوبة والمقترحة من جانب الأساتذة المحكمين، وصياغة الصحيفة في صورتها النهائية.
- إجراء الثبات مع اثنين من الباحثين؛ بهدف التأكد من عدم وجود أخطاء في التحليل، وذلك حسب درجة الثبات.

اختبار الصدق والثبات لصحيفة تحليل المضمون:

- اختبار الصدق:

ويقصد به التأكد من صلاحية الاستمارة للتطبيق وتحقيق أهدافها في جمع البيانات المطلوبة، وهو ما يسمى بصدق الاستمارة Validity، أي صلاحية الاستمارة لتحقيق الهدف الذي صممت من أجله (قياس ما هو مطلوب قياسه).⁽³⁰⁾

وقد تم قياس صدق صحيفة تحليل المضمون من خلال عرض استمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين^(*)، وبناء على ملاحظاتهم، قام الباحث بإجراء التعديلات التي تم إقرارها، ثم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية لتحقيق صدق الاستمارة والصحة المنطقية لأسلوب القياس.

- اختبار الثبات:

ويقصد به مدى ثبات النتائج التي يتوصل إليها الباحث بتكرار القياس على الخاصية ذاتها.⁽³¹⁾

وقد قام الباحث بإجراء اختبار الثبات مع إثنين من الباحثين^(**)، وذلك من خلال تزويدهما بالتعريفات الإجرائية الخاصة بفئات التحليل، وتم إجراء الثبات على عينة مختارة من الحلقات البرمجية التي تضمنتها عينة الدراسة، وقد تم اختيار هذه الحلقات من برنامج "أسعد الله مساءكم" لضمان تمثيل العينة.

مفاهيم الدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

يمكن تحديد المفاهيم التي تشكل الإطار العام لموضوع الدراسة وتعريفاتها الإجرائية على النحو التالي:

- المعالجة

ويُقصد بالمعالجة هنا أسلوب التناول الإعلامي للقضايا المجتمعية التي يهتم البرنامج محل الدراسة بعرضها ومناقشتها، وخصائص هذا التناول.

- السخرية

هي طريقة من طرق التعبير، تعتمد على استعمال ألفاظ تقلب المعنى إلى عكس المقصود منه في الحقيقة، فيكون غرضها توجيه النقد للأوضاع القائمة وإثارة الضحكات حولها، وقد اتخذت كلمة سخرية أشكالاً عديدة في ثقافة العصر الحديث، وأصبحت تُستخدم كأداة للكشف عن أوجه القصور في الطبيعة البشرية ووصف الأحداث الحالية.⁽³²⁾

- البرامج التلفزيونية الساخرة

وهي تلك البرامج التي تعتمد على النقد اللاذع للواقع الاجتماعي والسياسي والإعلامي والثقافي للمجتمع بشكل كوميدي ساخر، فهي ليست مجرد برامج ترفيهية فكاهية؛ حيث لا تسعى إلى تحقيق الإضحاك كغاية في حد ذاته، إنما تعمل على تعرية الحقائق وتسليط الضوء على سلبيات المجتمع بأسلوب يبعث على السخرية مما يجري من أحداث، كما تستطيع أن تمد المشاهدين بالمعلومات من خلال أسلوب ظريف ومحبيب إلى النفس.⁽³³⁾

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من تحليل مضمون الدراسة التحليلية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية"، وقد تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- تحليل التباين الأحادي One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.
- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.
- اختبار كا² لجداول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى.

نتائج الدراسة التحليلية:

يتضمن هذا الجزء من الدراسة عرضاً لنتائج الدراسة التحليلية لبرنامج "أسعد الله مساءكم" الذي تقدمه قناة MBC مصر، بهدف الإجابة عن التساؤلات التي تطرحها الدراسة وتحقيق أهدافها، وذلك من خلال دراسة مجموعة الفئات المتعلقة بالشكل والمضمون؛ من حيث القلب البرامجي للقضايا المطروحة، وطبيعة هذه القضايا وأسلوب معالجتها داخل البرنامج. وكذلك الأهداف التي يسعى البرنامج إلى تحقيقها، والاستمالات الإقناعية والعاطفية المستخدمة في إطار ذلك، وفيما يلي عرضاً لنتائج الدراسة التحليلية للبرنامج الكوميدي الساخر محل الدراسة:

أولاً: توصيف البرنامج

- يتم عرض برنامج "أسعد الله مساءكم" على قناة MBC مصر الفضائية المُذاعة على القمر الصناعي المصري نايل سات لمدة 58 دقيقة من الساعة العاشرة مساءً كل خميس، ويعاد عرضه يوم السبت، ويقدمه الإعلامي المصري أكرم حسني، ويشاركه كل حلقة نجم جديد، حيث يقدمان إسكتشات ساخرة يعبر البرنامج من خلالها عن الجوانب الإيجابية والسلبية في المجتمع المصري بطريقة كوميدية ساخرة؛ حيث يرصد بصورة أسبوعية العديد من الوقائع المختلفة التي يشهدها المجتمع، كما يحللها ويعلق عليها بأسلوب ساخر.

- هذا البرنامج من إنتاج مجموعة MBC، وقد تم تطوير فكرته من خلال إنتاج الإسكتشات والأغاني المضحكة، والتركيز على جزئية الـ "الأفيهاات" وإلقائها على المشاهدين، فضلاً عن التركيز على الشكل الاستعراضي في عرض المضمون، حيث يعتمد البرنامج في حلقاته على تقديم أغنية تتناول موضوع كل حلقة من هذه الحلقات، هذا إلى جانب الإسكتشات التمثيلية الفكاهية التي يستعرض البرنامج من خلالها الكثير من المواقف الحياتية اليومية التي تمس فئات متنوعة من حياة المشاهدين في إطار ساخر وغير تقليدي، وفي كل حلقة أيضاً يتم عرض إسكتشات ضاحكة يتخللها أحياناً أغاني وفيديوهات كوميدية يتم إعدادها خصيصاً لهذه الحلقات، ويُشارك بالتمثيل في بعض الحلقات عدد من النجوم والضيوف، حيث يظهر بعضهم في إطار جديد غير تقليدي.

- تنوعت الموضوعات التي تناولها برنامج "أسعد الله مساءكم" خلال فترة التحليل، على نحو يؤكد اهتمام البرنامج محل الدراسة بطرح مشكلات المجتمع المصري، وعرض وجهات النظر حيالها، ومحاولة تقديم الحلول المناسبة لها، بما يتفق مع الدور المنوط بالإعلام في أن يكون مرتبطاً بالمجتمع ومشكلاته وليس في عزلة عنه، إذ كشفت نتائج التحليل عن تناول هذا البرنامج عدة موضوعات في مقدمتها: أبو حفيظة يسخر من الكرة المصرية، أبو حفيظة ينعي شهداء مصر، إعرفي شخصية حبيبك عن طريق الفلانتاين، أنماط المرشحين، أنواع الجيران في مصر، أبطال مسلسل ريح المدام، أبو حفيظة ينتقد التلفزيون المصري حيث (أن أهم الأفكار الخلاقة في التلفزيون المصري هو أسماء البرامج، يعني لو برنامج رياضي لازم يكون اسمه (بانوراما الرياضة) ولو منوعات (بانوراما المنوعات)، أغنية تهاجم الحكومة، الأسعار نار، الامتحانات ودليل أبو حفيظة للثانوية العامة للطلاب و أولياء الأمور، الفجوة بين الآباء والأبناء في عالم التكنولوجيا، القضايا الاجتماعية الهامة مثل الطلاق والزواج، الموظف المصري والروتين، مشكلة المياه، الوحدة العربية، دليل أبو حفيظة للتعامل مع الأسعار المرتفعة، زكريات مدرستنا، سخرية أبو حفيظة من الإعلاميين وتقليد أكثر من رائع، مبادئ السياسة على طريقة أبو حفيظة

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساءكم نموذجاً"

، معاناة المواطنين مع الكهرباء، مقارنة بين أنواع الصداقة ، نصائح قبل الإرتباط وبعده ، نصائح لتعش سعيدياً في مصر ، نصائح ابو حفيظة للبنات ، شغلانة خدمة العملاء و نوعية العملاء.

وتشير تلك النتائج السابقة بوجه عام إلى ثراء برنامج أسعد الله مساءكم بقناة إم بي سي مصر وتنوع الموضوعات التي تناولها وطرحه لمختلف المشاكل في المجتمع المصري.

ثانياً: النتائج العامة للدراسة

1- القالب الفني الذي يتم من خلاله عرض البرنامج التليفزيوني محل الدراسة.

جدول رقم(1): القالب الفني المستخدم في عرض البرنامج التليفزيوني محل الدراسة

القالب الفني للبرنامج	ك	%
حوار داخل الاستوديو	28	82,4
الأداء التمثيلي	5	14,7
حوار خارج الاستوديو	1	2,9
الإجمالي	34	100

يتضح من بيانات الجدول السابق أن القالب الفني الأكثر استخداماً في عرض البرنامج هو الحوار داخل الاستديو، وذلك بنسبة تصل إلى 82,4%، يلي ذلك الأداء التمثيلي بنسبة 14,7%، وأخيراً الحوار خارج الاستديو بنسبة 2,9%.

وبذلك تأتي أعلى النسب لصالح القالب الحواري داخل الاستديو، مما يؤكد اتجاه البرنامج محل الدراسة نحو تفضيل نمط القالب الحواري مع الضيف، نظراً لكونه أقوى أنواع الحوارات؛ حيث يتم بين المقدم وضيفه وجهاً لوجه دون تدخل أي وسائط اتصالية، وقد يرجع ذلك أيضاً إلى قدرة هذا القالب على توفير بيئة ملائمة للعمل وتفادي أي أخطاء مهنية قد تقع عند بث البرنامج.

وقد اتفقت نتائج الدراسة موضع البحث مع دراسة سارة عبد اللطيف (2011) (34) في تأكيد اتجاه البرامج الساخرة نحو الجمع بين التصوير الداخلي والخارجي، كما اتفقت مع دراسة رشا محمد الخشاب (2017) (35) في تأكيد أهمية تنوع أشكال القوالب الفنية لتلك البرامج، من حوار عادي بسيط داخل الاستديو إلى تصوير خارج الاستديو، وصولاً إلى تصميم تمثيلية يقوم بها طاقم العمل بالتعاون مع مقدم البرنامج من أجل خداع الضيوف المشاركين.

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساعكم نموذجاً"

2- مدى المزج بين الأشكال والقوالب الفنية التليفزيونية في عرض البرنامج محل الدراسة.
جدول رقم(2): مدى المزج بين الأشكال والقوالب الفنية التليفزيونية في عرض البرنامج

شكل البرنامج	ك	%
حواري فقط	17	50,0
يجمع بين أكثر من شكل	9	26,4
حواري وتقرير	4	11,8
حواري وصور أرشيفية	4	11,8
الإجمالي	34	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن شكل البرنامج الحواري قد حظى بأعلى نسبة حيث وصلت إلى 50% ، يلي ذلك الجمع بين أكثر من شكل بنسبة تصل إلى 26,8%، بينما ورد في المرتبة الأخيرة بنسبة 11,8% كل من الشكل "الحواري والتقرير" والشكل "الحواري والصور الأرشيفية".

وتحمل النتيجة الخاصة بسيطرة الشكل الحواري، دون المزج بينه وبين أى من الأشكال الأخرى، دلالة قوية حول أهمية العملية التفاعلية بين المقدم والضيف داخل البرنامج المدروس، حيث تسمح هذه التفاعلية بتبادل الأقوال والأفعال في سياق الحوار الدائر بينهما، وتتبع هذه الأهمية من ارتفاع درجة تفضيل المشاهد لمتابعة هذه الحوارات التي تمثل بالنسبة له مادة مسلية قائمة على تبادل الأسئلة والإجابات بين طرفين مما يبعد عنه الشعور بالملل.⁽³⁶⁾

وقد جاءت هذه النتيجة لتتفق مع دراسة أمال الغزاوي (2009)⁽³⁷⁾ ودراسة ريهام سامي يوسف (2005)⁽³⁸⁾ في التأكيد على توظيف البرامج الكوميديّة الساخرة للقالب الحواري في المقام الأول، إلى جانب المزج بينه وبين الحديث المباشر، باعتبارهما من أهم القوالب الفنيّة القادرة على تناول المضمون على نحو شيق ومؤثر، قادر على نقل رؤية البرنامج والتأثير في المشاهد.

بينما اختلفت هذه النتيجة مع دراسة سارة عبد اللطيف (2011)⁽³⁹⁾ التي أكدت أهمية المزج بين استخدام التقارير المصورة والحديث المباشر والمقابلة التليفزيونية، وكذلك دراسة إيمان عز الدين دوابة (2005)⁽⁴⁰⁾ التي ركزت في نتائجها على أهمية الحديث المباشر، إلى جانب دراسة رباب عبد الرحمن (2012)⁽⁴¹⁾ التي أعطت الأولوية للقالب الخبري في عرض المحتوى الساخر.

3- عدد الضيوف الذين تتم استضافتهم في حلقات البرنامج.

جدول رقم(3): عدد الضيوف في حلقات البرنامج

عدد الضيوف في البرنامج	ك	%
واحد	30	88,2
لا يوجد	4	11,8
الإجمالي	34	100

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساءكم نموذجاً"

يتضح من هذا الجدول أن عدد الضيوف في كل حلقة من البرنامج يتمثل في ضيف واحد فقط بنسبة تصل إلى 88,2%، بينما تأتي فئة "لا يوجد ضيوف في حلقات البرنامج" بنسبة بلغت 11,8%، بينما لم يقدّم البرنامج في أي من حلقاته باستضافة أكثر من ضيف، وهكذا يتضح جلياً اهتمام البرنامج باستضافة ضيف واحد في أغلب حلقاته، حيث يعد إجراء الحوار مع ضيف واحد هو أقدم أشكال المقابلات وأبسطها، فمن خلاله يقوم الضيف بعرض المعلومات التي يملكها عن موضوع معين أو يذكر رأيه في قضية ما، وهنا يرى الباحث ضرورة إتاحة أساليب للتواصل مع الجمهور عند إجراء هذه المقابلات حتى لا يكون الاتصال أحادي الاتجاه.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة سارة عبد اللطيف عبد الحليم (2010) (42) التي أكدت الاتجاه الدائم للبرامج الكوميديّة نحو استضافة أكثر من ثلاثة ضيوف فضيفان.

4- فئات وتخصصات الضيوف الذين تتم استضافاتهم في حلقات البرنامج.

جدول رقم (4): فئات وتخصصات ضيوف البرنامج

فئات الضيوف	ك	%
فنانون	20	6.66
إعلاميون	7	3.23
رياضيون	3	8.1
الإجمالي	30	100

يوضح الجدول السابق أن فئة الفنانين كانت أكثر فئات الضيوف المُستضافة في البرنامج محل الدراسة بنسبة 66,6%، ثم وردت فئة الإعلاميين بنسبة 23,3%، وأخيراً فئة الرياضيين بنسبة 1,8%.

وقد جاءت استضافة البرنامج للفنانين في المقام الأول نظراً لعلاقات الصداقة التي تجمع بينهم وبين مقدم البرنامج بحكم الوسط الفني، مما يجعل إقناع بعضهم بعضاً أكثر سهولة وأكثر مصداقية، ويسهل عملية استضافتهم، وخلال فقرات الاستضافة هذه، يجري الحوار حول الأعمال الفنيّة لهؤلاء الفنانين وما يمرون به من تجارب شخصيّة، كما يهتم البرنامج باستضافة المواهب الفنية الشابة لدعمها وتعريف الجمهور بها، وقد جاء ذلك على حساب استضافة الفئات الأخرى من الإعلاميين والرياضيين، حيث جاء ذلك بنسب ضعيفة، بينما لم يقدّم البرنامج مطلقاً باستضافة أحد أفراد الجمهور العام.

وقد اختلفت هذه النتيجة مع دراسة سارة عبد اللطيف (2011) (43) التي أكدت اهتمام البرامج الساخرة باستضافة فئة الإعلاميين في المقام الأول، كما أوضحت لجوء هذه البرامج إلى استضافة فئة المسؤولين الحكوميين، وهي الفئة التي لم يتجه البرنامج محل الدراسة نحو استضافتها أو إجراء أي حديث معها، كما اختلفت هذه النتيجة أيضاً مع دراسة مجيب أحمد حازم (2011) (44) التي حددت الفئات

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساءكم نموذجاً"

المستضافة، في هذه النوعية من البرامج، في مجموعة من المتخصصين؛ تشمل الكتاب والإعلاميين والخبراء والأكاديميين.

وبينما تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة جيلان شرف (2015)⁽⁴⁵⁾ من التأكيد على اتجاه هذه النوعية من البرامج في العالم العربي نحو استضافة الفنانين؛ من الممثلين والمطربين والموسيقيين في المقام الأول، فهي تختلف معها في النتائج المتعلقة بنوعية الضيوف الذين تتم استضافاتهم في البرامج الساخرة في البلدان الغربية، حيث يتم الاهتمام باستضافة المؤرخين والسياسيين في المقام الأول.

5- طبيعة اللغة المستخدمة في تقديم البرنامج الكوميدي محل الدراسة.

جدول رقم (5): طبيعة اللغة المستخدمة في تقديم البرنامج محل الدراسة

اللغة المستخدمة في التقديم	ك	%
المزج بين الفصحى والعامية	26	76,5
العامية	8	23,5
الإجمالي	34	100

توضح نتائج الجدول السابق أن الأسلوب اللغوي الأكثر استخداماً في تقديم البرنامج محل الدراسة قد اعتمد على المزج بين اللغة العامية والفصحى، يلي ذلك استخدام اللغة العامية فقط بنسبة 23,5%.

وقد جاء استخدام هذا المزج ليتناسب مع طبيعة هذه النوعية من البرامج الكوميديّة، حيث يتم عرض مضمون الحلقة ومناقشته مع الضيف من خلال اللغة العامية والفصحى أيضاً، بينما كانت العامية هي الأساس في تقديم كل تترات البرنامج، نظراً لبساطتها وقدرتها على الوصول إلى المتلقين بسهولة.

وجاءت هذه النتيجة لتتفق مع نتائج دراسة مروة ياسين (2010)⁽⁴⁶⁾ في بعض الجوانب ولتختلف معها في جوانب أخرى، حيث أكدت اعتماد قنوات الكوميديا على اللغة العامية في المقام الأول، فاعتمدت قناة موجة كوميدي في مضمونها اللغوي على اللغة العامية المبتدلة في المقدمة، ثم اللغة الدخيلة، فالعامية المعتدلة، بينما جاء توظيف اللغة الفصحى في المرتبة الأخيرة، كما جاء توظيف قناة النيل للكوميديا للغة العامية المعتدلة في المقام الأول، فالعامية الدخيلة، ثم الخط بين الفصحى والعامية والدخيلة والأجنبية.

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساعكم نموذجاً"

6- مدى التجاوزات المرتبطة بالأسلوب اللغوي في تقديم البرنامج محل الدراسة.
جدول رقم(6): مدى التجاوزات المرتبطة بالأسلوب اللغوي في تقديم البرنامج

التجاوزات في لغة التقديم	ك	%
الإيحاءات	34	100
استخدام الألفاظ مزدوجة المعنى	34	100
تشويه في نطق اللغة	20	58,8
ألفاظ خارجة	4	11,8
لا توجد تجاوزات	4	11,8
الإجمالي (ن)	34	

يتضح من نتائج الجدول السابق أن أبرز التجاوزات في لغة التقديم لبرنامج أسعد الله مساعكم كانت في استخدام كل من الإيحاءات والألفاظ مزدوجة المعنى، وذلك في المرتبة الأولى بنسبة 100%، يليهما في المرتبة الثانية التشويه في نطق اللغة بنسبة 58,8%، ثم الألفاظ الخارجة وعدم وجود تجاوزات في المرتبة الأخيرة بنسبة 11,8%.

ويتضح مما سبق عدم التزام البرنامج بمبادئ وأخلاقيات العمل المهني الإعلامي، فيما يتعلق بلغة التقديم، على طول الخط، حيث شهدت بعض حلقاته مجموعة من التجاوزات المتعلقة بذلك، يمكن تحديدها في خروج مقدم البرنامج عن حدود القيم والأخلاقيات، وارتكابه لبعض المخالفات اللغوية، تتمثل في استخدام الألفاظ مزدوجة المعنى، ثم الإيحاءات الجسدية واللفظية، فالتشويه في نطق الكلام، واستخدام الألفاظ الخارجة.

وقد جاءت هذه النتيجة لتتفق مع نتائج مجموعة الدراسات التي تناولت بالتحليل مضمون البرامج الساخرة، حيث أكدت تسجيل مقدمي البرامج الساخرة لمعدلات مرتفعة من الخروج عن القيم والأخلاق في لغة تقديم هذه البرامج.

7- نوعية الموضوعات الواردة في البرنامج محل الدراسة.

جدول رقم(7): نوعية الموضوعات الواردة في البرنامج محل الدراسة

فئة الموضوعات الواردة في برنامج أسعد الله مساعكم	ك	%
موضوعات اجتماعية	15	44,1
موضوعات اقتصادية	10	29,4
موضوعات سياسية	10	29,4
موضوعات فنية	9	26,4
موضوعات رياضية	5	14,7
موضوعات ثقافية	2	5,9
الإجمالي (ن)	34	

تشير بيانات الجدول السابق أن أكثر أنواع الموضوعات، التي اهتم بمناقشتها البرنامج محل الدراسة، كانت الموضوعات الاجتماعية وذلك بنسبة 44,1%، وتتحدد

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساءكم نموذجاً"

هذه الموضوعات في تدنى مستوى المعيشة، والطلاق والزواج، والمشكلات التي يواجهها الموظف المصري وروتين الحياة، وكذلك مشكلة المياه وأزمة المواصلات، إلى جانب الإهمال في أداء العمل وخاصةً في مجالي التعليم والصحة.

يلي ذلك اهتمام البرنامج بطرح كل من الموضوعات الاقتصادية والسياسية بنسبة 29,4% لكل منهما، وتتحدد هذه القضايا في ارتفاع بعض أسعار السلع الغذائية، والإرهاب في سيناء، وقضايا الوحدة العربية، بينما تأتي الموضوعات الفنية في المرتبة الثالثة بنسبة 26,4%، يليها الموضوعات الرياضية في المرتبة الرابعة بنسبة 14,7%، بينما يأتي اهتمام البرنامج بالموضوعات الثقافية في المرتبة الأخيرة بنسبة 5,9%.

ويأتي اتجاه البرنامج نحو مناقشة الموضوعات والقضايا الاجتماعية في المقام الأول متسقاً مع طبيعة اهتمامات جمهور هذه النوعية من البرامج الساعية نحو مناقشة هذه المشكلات من أجل وضع الحلول لها والتخفيف من وطأتها على المشاهدين، ورغم اهتمام البرنامج بالقضايا المرتبطة بالتعليم والصحة، فقد أهمل بعض القضايا الأخرى الملحة؛ مثل مشكلة انقطاع الكهرباء وارتفاع أسعارها، وكذلك نقص السلع الغذائية في الأسواق وارتفاع أسعارها، ومعاناة المواطنين من أجل الحصول عليها، فجاء تناوله لها بسيطاً وسطحياً.

وقد اتفقت الدراسة في نتائجها هذه مع دراسة سارة عبد اللطيف (2011) (47) في التأكيد على تصدر الموضوعات الاجتماعية في مقدمة اهتمامات هذه البرامج الساخرة، بينما اختلفت مع دراسة كل من مجيب أحمد حازم (2011) (48)، وعبد الرحمن الشامي (2005) (49)، وحنان عبد العليم (2012) (50) في التأكيد على اهتمام هذه البرامج بالموضوعات السياسية في المقام الأول.

8- طبيعة الأهداف الوظيفية التي يسعى البرنامج الساخر إلى تحقيقها.

جدول رقم (8): طبيعة الأهداف الوظيفية للبرنامج

البيانات الوظيفية للبرنامج	ك	%
تقديم وتجسيد ما يحدث في الواقع بشكل ساخر	34	100
إضفاء البهجة والسعادة	34	100
مساعدة المشاهد على نسيان همومه وضغوطه اليومية	20	58,8
هدف إعلاني لتحقيق أرباح للقناة يجذب المشاهد من خلال إثارته	10	29,4
الإجمالي (ن)	34	

توضح نتائج الجدول السابق أن أهم الأهداف الوظيفية للبرنامج قد تحددت في الهدف الخاص بتقديم وتجسيد ما يحدث في الواقع بشكل ساخر وكذلك هدف إضفاء البهجة والسعادة، حيث ورد كل منهما في المرتبة الأولى بنسبة 100%، يلي ذلك في المرتبة الثانية الهدف المتعلق بمساعدة المشاهد على نسيان همومه وضغوطه اليومية بنسبة 58,8%، وأخيراً يأتي الهدف الإعلاني لتحقيق أرباح للقناة لجذب المشاهد من خلال إثارته بنسبة 29,4%.

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساعكم نموذجاً"

وبذلك تتنوع الأهداف الوظيفية للبرنامج الساخر محل الدراسة وترتبط ببعضها البعض، حيث يرتبط هدفها الرئيسي المتعلق بتقديم وتجسيد ما يحدث في الواقع بشكل ساخر وإضفاء البهجة والسعادة، بقدرة البرنامج على مساعدة المشاهد على نسيان همومه وضغوطه اليومية من خلال عرض المحتوى الكوميدي الخفيف، والذي يُعد للمشاهد بمثابة أسلوب من أساليب التنفيس والهروب النفسي والعقلي والانفعالي من روتين الحياة على وجه العموم. (51)

9- نوعية المصادر التي تستند إليها المعلومات والأخبار الواردة بالبرنامج.

جدول رقم(9): نوعية المصادر التي تستند إليها المعلومات والأخبار الواردة بالبرنامج

ك	%	مدى استناد المعلومات والأخبار المنشورة ببرنامج أسعد الله مساعكم
19	55,9	مسئول حكومي
18	52,9	هيئة مستهدفة
13	38,2	هيئات واتحادات دولية
8	23,5	شخصية عامة
34		الإجمالي (ن)

توضح بيانات الجدول السابق تنوع مصادر المعلومات والأخبار التي يقدمها برنامج أسعد الله مساعكم، فتأتي في المقدمة فئة المسئول الحكومي بنسبة 55,9%، تليها فئة الهيئة المستهدفة بنسبة 52,9%، ثم فئة الهيئات والاتحادات الدولية في المرتبة الثالثة بنسبة 38,2%، بينما تأتي فئة الشخصيات العامة في المرتبة الأخيرة بنسبة 23,5%.

ويأتي استناد المعلومات والأخبار الواردة في البرنامج إلى المسؤولين الحكوميين في المقام الأول باعتبارهم المصادر الرسمية لكافة القرارات التي تتخذها الحكومة والتي تلقي بتبعاتها على المشاهدين.

10- مدى التزام البرنامج محل الدراسة بالدقة المهنية في عرض المضمون.

جدول رقم(10): مدى التزام البرنامج بالدقة المهنية في عرض المضمون

ك	%	فئات معايير المصداقية في المضمون ببرنامج أسعد الله مساعكم
28	82,4	متابعة الأحداث وتطوراتها
17	50,0	نقل الخبر دون تعنيم
16	47,1	التوازن في عرض المعلومات والأخبار
16	47,1	الشمولية في عرض جوانب الخبر
14	41,2	الفصل بين الحقائق والآراء
10	29,4	توافر آنية المضمون الإخباري
10	29,4	مراعاة المسؤولية الاجتماعية
2	5,9	مراعاة الموضوعية دون التحيز
34		الإجمالي (ن)

أطر معالجة البرامج الكوميدية الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساءكم نموذجاً"

يتضح من بيانات الجدول السابق تنوع معايير المصادقية والدقة المهنية في المضمون الذي يقدمه برنامج أسعد الله مساءكم، حيث جاء في المرتبة الأولى متابعة الأحداث وتطورها بنسبة تصل إلى 82,4%، يليها في المرتبة الثانية نقل الخبر دون تعميم بنسبة 50%، ثم تأتي كل من الشمولية في عرض جوانب الخبر، والتوازن في عرض المعلومات والأخبار في المرتبة الثالثة بنسبة 47,1% لكل منهما، يلي ذلك في المرتبة الرابعة الفصل بين الحقائق والآراء بنسبة 41,2%، وفي المرتبة الخامسة يأتي كل من توافر آنية المضمون الإخباري، ومراعاة المسؤولية الاجتماعية بنسبة 29,4% لكل منهما، وأخيراً تأتي مراعاة الموضوعية دون التحيز بنسبة 5,9%.

11- مدى ارتكاب مقدم البرنامج أو الضيوف للتجاوزات الإعلامية.

جدول رقم (11): مدى ارتكاب مقدم البرنامج أو الضيوف للتجاوزات الإعلامية

التجاوزات الإعلامية التي ارتكبها المقدم أو الضيوف	ك	%
الاعتماد على الشائعات	18	52,9
الخلط بين الحقيقة والرأى	16	47,1
استخدام مصادر تنتمي لتيار سياسي بعينه	16	47,1
التهويل والمبالغة	14	41,2
طرح الأسئلة الإيحائية	14	41,2
غياب التوازن في طرح وجهات النظر	12	35,3
عدم إتاحة حق الرد على بعض الاتهامات الواردة	12	35,3
تسييس المحتوى الخبري	12	35,3
السخرية من مؤسسات الدولة	10	29,4
استخدام لغة جسدية غير لائقة	10	29,4
استخدام ألفاظ تنطوي على سب أو قذف	6	17,6
انتهاك خصوصية الأفراد	4	11,8
السخرية من آراء بعض الضيوف	2	5,9
الإجمالي (ن)	34	

تشير بيانات الجدول السابق أن أعلى التجاوزات الإعلامية التي ارتكبها المقدم أو الضيوف كانت الاعتماد على الشائعات بنسبة 52,9%، يليها كل من الخلط بين الحقيقة والرأى، واستخدام مصادر تنتمي لتيار سياسي بعينه في المرتبة الثانية بنسبة 47,1% لكل منهما، ويأتي في المرتبة الثالثة طرح الأسئلة الإيحائية، والتهويل والمبالغة بنسبة 41,2% لكل منهما، يليها كل من غياب التوازن في طرح وجهات النظر، وعدم إتاحة حق الرد على بعض الاتهامات الواردة، وكذلك تسييس المحتوى الخبري بنسبة 35,3% لكل منهم، وفي المرتبة الخامسة تأتي السخرية من مؤسسات الدولة، واستخدام لغة جسدية غير لائقة بنسبة 29,4% لكل منهما، ثم انتهاك خصوصية الأفراد بنسبة 11,8%، وأخيراً السخرية من آراء بعض الضيوف بنسبة 5,9%.

أطر معالجة البرامج الكوميدية الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساعكم نموذجاً"

12- طبيعة الأطروحات التي يقدمها البرنامج محل الدراسة حول القضايا المثارة.

جدول رقم(12): طبيعة الأطروحات التي يقدمها البرنامج حول القضايا المثارة

طبيعة الأطروحات المقدمة حول القضايا المثارة	ك	%
معالجة الحدث بأسلوب ساخر	34	100
ذكر النتائج المترتبة على الحدث	34	100
وصف الحدث وأسباب وقوعه بأسلوب ساخر	32	94,1
اقتراح الحلول للحدث	18	52,9
ذكر أساليب الإقناع بأهمية الحدث	10	29,4
الإجمالي (ن)	34	

تشير بيانات الجدول السابق إلى طبيعة الأطروحات المقدمة حول القضايا المثارة في البرنامج محل الدراسة، حيث يأتي أسلوب معالجة الحدث بأسلوب ساخر، وذكر النتائج المترتبة على الحدث في المرتبة الأولى بنسبة 100% لكل منهما، بينما يأتي في المرتبة الثانية وصف الحدث وأسباب وقوعه بأسلوب ساخر بنسبة 94,1%، ثم اقتراح الحلول للحدث في المرتبة الثالثة بنسبة 52,9%، وأخيراً ذكر أساليب الإقناع بأهمية الحدث بنسبة 29,4%.

13- نوعية الأطر الخيرية المستخدمة في عرض مضمون البرنامج.

جدول رقم(13): نوعية الأطر الخيرية المستخدمة في عرض مضمون البرنامج

نوعية الأطر الخيرية البارزة في البرنامج	ك	%
إطار الصراع	11	32,3
إطار المسئولية	7	20,6
الإطار الاقتصادي	5	14,7
الإطار الأخلاقي	4	11,8
إطار المقارنة	4	11,8
الإطار الإنساني	3	8,8
الإجمالي	34	100

توضح نتائج الجدول السابق أن إطار الصراع يأتي في مقدمة الأطر الخيرية البارزة في البرنامج بنسبة 32,3%، يليه إطار المسئولية بنسبة 20,6%، ثم الإطار الاقتصادي في المرتبة الثالثة بنسبة 14,7%، فكل من الإطار الأخلاقي وإطار المقارنة بنسبة 11,8% لكل منهما، وأخيراً إطار الإنساني بنسبة 8,8%.

وتأتي هذه النتيجة لتتنسق مع طبيعة البرنامج الساخر وطبيعة القضايا التي يتناولها، حيث يوضح إطار الصراع المعاناة التي يواجهها المشاهد خلال حياته اليومية، نتيجة ما يواجهه من مشكلات وعقبات يسعى البرنامج إلى التعبير عنها على نحو ساخر يوضح واقع هذه المعاناة ويخفف من وطأتها.

أطر معالجة البرامج الكوميدية الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساعكم نموذجاً"

14- أساليب الإقناع والبرهنة المستخدمة في عرض مضمون البرنامج.

جدول رقم(14): أساليب الإقناع والبرهنة المستخدمة في عرض مضمون البرنامج

أساليب الإقناع والبرهنة المستخدمة		
ك	%	
30	88,2	تقديم تحليلات وتفسيرات
24	70,6	عرض حقائق ووقائع
16	47,1	عرض أرقام وإحصائيات
10	29,4	عرض أدلة وشواهد
26	76,5	التخويف والتحذير
10	29,4	التبرير
2	5,9	الاثنين معاً
34		

يتضح من بيانات الجدول السابق تعدد الاستمالات الإقناعية والعاطفية التي اعتمد عليها برنامج أسعد الله مساعكم، عينة الدراسة، في معالجة القضايا الخاصة بالمجتمع المصري، وتتفاوت هذه الاستمالات ما بين استمالات عقلانية وأخرى عاطفية.

وتأتي في مقدمة هذه الاستمالات الإقناعية تقديم التحليلات والتفسيرات بنسبة 88,2%، يليها عرض الحقائق والوقائع بنسبة 70,6%، وفي المرتبة الثالثة يأتي عرض الأرقام والإحصائيات بنسبة 47,1%، ثم عرض الأدلة والشواهد في المرتبة الأخيرة بنسبة 29,4%.

وتتفق هذه النتيجة مع طبيعة المعالجة التي تقدمها البرامج الساخرة، حيث تستعين دائماً بتحليلات وتفسيرات عن القضايا المطروحة، كما تهتم بعرض الحقائق والوقائع، فتلجأ إلى توظيف الاستمالات العقلانية باعتبارها أقوى استمالات الإقناع.

وفيما يتعلق بأساليب الإقناع العاطفية، فقد تحددت في التخويف والتحذير بنسبة 76,5%، يليها التبرير بنسبة 29,4%، كما اتجه البرنامج نحو المزج بين أساليب الإقناع المنطقية والعاطفية في عرض القضايا المثاوة بنسبة تصل إلى 5,9%.

15- اتجاهات البرنامج نحو القوى الفاعلة المرتبطة بالقضايا التي يتناولها.

جدول رقم(15): اتجاهات البرنامج نحو القوى الفاعلة المرتبطة بالقضايا المثارة

الاتجاه نحو القوى الفاعلة في القضايا المثارة		
ك	%	
17	50,0	سلبى
13	38,2	محايد
4	11,8	إيجابى
34	100	الإجمالى

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساعكم نموذجاً"

توضح نتائج الجدول السابق أن اتجاهات البرنامج نحو القوى الفاعلة في القضايا المثارة كانت اتجاهات سلبية في المقام الأول وذلك بنسبة 50%، بينما كانت محايدة في المرتبة الثانية بنسبة 38,2%، وكانت إيجابية في المرتبة الأخيرة بنسبة 11,8%.

ويؤكد ذلك اتجاه البرنامج المؤيد لحال المشاهد والمتحدث بلسانه، حيث تعبر اتجاهات البرنامج السلبية تجاه القوى الفاعلة عن دعم البرنامج للجمهور العام ومشاركته له في تحميل المسؤولين مسؤولية تدهور الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والمشكلات الناجمة عنها.

16- اتجاهات معالجة البرنامج للقضايا المثارة.

جدول رقم(16): اتجاهات معالجة البرنامج للقضايا المثارة

اتجاه معالجة البرنامج	ك	%
معارض	17	50.0
محايد	9	26,5
مؤيد	8	23,5
الإجمالي	34	100

توضح بيانات الجدول السابق أن اتجاه معالجة البرنامج كان معارضاً في المرتبة الأولى بنسبة 50,0%، ثم محايداً في المرتبة الثانية بنسبة 26,5%، وأخيراً كان مؤيداً بنسبة 23,5%.

وتتفق هذه النتيجة مع طبيعة البرامج الكوميديّة الساخرة التي تتبنى الاتجاه المعارض لما يقع من أحداث ولما يشهده المجتمع من ظواهر، بهدف إظهار مواطن الضعف والقصور في السياسات التي تحكم المجتمع.

17- نوع المعالجة الإعلامية التي يقدمها البرنامج الساخر محل الدراسة حول القضايا المختلفة.

جدول رقم(17): نوع المعالجة الإعلامية التي يقدمها البرنامج حول القضايا المختلفة

نوع المعالجة	ك	%
تفسيرية	17	50,0
نقدية	11	32,4
تقريرية	6	17,6
الإجمالي	34	100

يتضح من بيانات الجدول السابق أن البرنامج قد استند في تناوله وعرضه للقضايا المختلفة على معالجة تفسيرية تحليلية في المقام الأول، وذلك بنسبة 50,0%، يليها المعالجة النقدية بنسبة 32,4%، فالمعالجة التقريرية بنسبة 17,6%.

وبذلك فقد تنوعت أنماط المعالجة التي تبناها البرنامج محل الدراسة، ويأتي اهتمام

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساءكم نموذجاً"

البرنامج بالمعالجة التفسيرية والنقدية متسقاً مع الدور المتنامي لوسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الجمهور وتوجيهها. (52)

18- مدى التزام البرنامج بالأخلاقيات المهنية العامة في حلقاته.

جدول رقم(18): مدى التزام البرنامج بالأخلاقيات المهنية العامة

مدي التزام البرنامج بالأخلاق المهنية	ك	%
يلتزم بأخلاقيات المهنة	26	76,5
لا يلتزم بأخلاقيات المهنة	8	23,5
الإجمالي	34	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة التزام البرنامج بالأخلاقيات المهنية في عرض القضايا المختلفة حيث وصلت إلى 76,5%، مما جاء معبراً عن التزام هذه النوعية من البرامج الساخرة بأخلاقيات المجتمع والأخلاقيات المهنية.

وتأتي هذه النتيجة مختلفة مع ما توصلت إليه دراسة رشا الخشاب (2017) (53)، تلك التي أكدت عدم ملائمة أساليب عرض البرامج الكوميديّة الساخرة لأخلاقيات المجتمع وعاداته وتقاليده من ناحية، وأخلاقيات المذيع المهنية من ناحية أخرى، وذلك من حيث خروجها عن مبادئ موثيق الشرف الإعلامية.

وتختلف هذه النتيجة أيضاً مع دراسة عابدة عوض (2015) (54) التي أوضحت أن مقدمي هذه البرامج يستخدمون رموزاً وعبارات وإشارات تمس الحياء العام.

19- طبيعة رؤية البرنامج التي يقدمها حول القضايا المثارة.

جدول رقم(19): طبيعة رؤية البرنامج حول القضايا المثارة

الرؤية	ك	%
يقدم رؤية شاملة	30	88,2
يقدم رؤية متحيزة	4	11,8
الإجمالي	34	100

يتضح من نتائج الجدول السابق أن رؤية البرنامج حول القضايا المثارة كانت رؤية شاملة بنسبة كبيرة تصل إلى 88,2%، بينما اتصفت هذه الرؤية بكونها متحيزة بنسبة 11,8%، مما يؤكد تميز الرؤية التي يقدمها البرنامج محل الدراسة.

ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوعية الأطر الخبرية المستخدمة في البرنامج، وأسلوب معالجة البرنامج للقضايا المطروحة.

أطر معالجة البرامج الكوميدية الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساعكم نموذجاً"

جدول رقم (20): نتائج اختبار (ف) لدلالة الفروق بين الأطر الخبرية وأسلوب معالجة البرنامج

مؤشرات إحصائية	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الأطر الخبرية	
				درجة الحرية	إحصاء الاختبار
0.049 دال	ف=2.230	5	28	إطار الصراع	0,302
				الإطار الإنساني	1,155
				الإطار الاقتصادي	0,548
				إطار الأخلاقيات	1,155
				إطار المسؤولية	0,690
				إطار المقارنة	0,000
				الإجمالي	0,702

تشير نتائج اختبار "ف" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات استخدام الأطر الخبرية وأسلوب معالجة البرنامج للقضايا والموضوعات المختلفة، حيث بلغت قيمة "ف" 2.230 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.049. أي أن مستوى المعنوية أصغر من 0.05.

وبذلك تتضح صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوعية الأطر الخبرية المستخدمة وأسلوب المعالجة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاه البرنامج نحو القضايا المثارة، والرؤية التي يقدمها تجاه هذه القضايا.

جدول رقم (21): معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين اتجاه البرنامج نحو القضايا المثارة والرؤية التي يقدمها

النوع	القيمة	المعنوية
بيرسون	0.329+	0.057 دال

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اتجاه برنامج أسعد الله مساعكم نحو القضايا المختلفة التي تناولها في حلقاته، وبين رؤية البرنامج لهذه القضايا المثارة، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.329)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.057).

وبذلك تتضح صحة الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اتجاه البرنامج نحو القضايا المثارة والرؤية التي يقدمها تجاه هذه القضايا.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه البرنامج نحو القضايا

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساءكم نموذجاً"

المثارة، والقالب الفني الذي يتم عرض البرنامج من خلاله.

جدول رقم(22): نتائج اختبار (ف) لدلالة الفروق بين الاتجاه نحو القضايا
المثارة في البرنامج والقالب الفني المستخدم

الاتجاه	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية	
				إحصائي الاختبار	درجة الحرية
مؤيدة	8	1,00	0,000	ف=6.106	2
محايدة	9	2,78	2,279		
معارضة	17	4,41	2,785		
الإجمالي	34	3,18	2,645		

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية بين الاتجاه نحو القضايا المثارة في برنامج أسعد الله مساءكم والقالب الفني الذي يتم عرض البرنامج من خلاله، حيث جاءت قيمة ف(6.106) عند درجة حرية(0,506) بمستوى معنوية (0,006) وهي دالة إحصائية.

وبذلك يتضح صحة الفرض الثالث القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه البرنامج نحو القضايا المثارة، والقالب الفني الذي يتم عرض البرنامج من خلاله.

خاتمة الدراسة:

تؤدي البرامج الكوميديّة الساخرة دوراً فعالاً في عرض وتناول مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، حيث تتمتع هذه البرامج بالقدرة على الوصول إلى رجل الشارع العادي من خلال استخدامها للغة سهلة وبسيطة، ومن خلال قدرتها على إمتاع المشاهدين ورسم الابتسامات على وجوههم، ولا يتوقف تأثير هذه البرامج عند هذا الحد، بل يمتد ليشمل حث المشاهدين على نقد الأوضاع والتفكير في وضع الحلول للمشكلات التي تواجههم.⁽⁵⁶⁾

وقد سعت الدراسة موضع البحث نحو رصد وتحليل مضمون هذه البرامج بالتطبيق على برنامج أسعد الله مساءكم الذي يبث على قناة MBC مصر كعينة ممثلة لهذه النوعية من البرامج، وذلك بهدف معرفة وتحليل القيم والأخلاقيات التي يحملها البرنامج، والأفكار التي يعتمد عليها، وأساليب العرض والتقديم التي يظهر بها مقدم البرنامج وضيوفه، وكذلك البحث في قدرة البرنامج على تحقيق رسالته، وطبيعة الرؤية التي يقمها حول القضايا المثارة، ومدى التزامه بالأخلاقيات المجتمعية والمهنية، ومن خلال الاعتماد على نظرية الأطر الإعلامية، وتوظيف منهج المسح الإعلامي وأداة تحليل المضمون، توصل البحث إلى عدة نتائج نستعرضها فيما يلي:

سيطر القالب الحواري على البرنامج المدروس، يليه الجمع بين أكثر من شكل، ثم التنوع ما بين الشكل الحواري والتقرير والحواري والصور الأرشيفية، وفي هذا

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساءكم نموذجاً"

دلالة واضحة على اهتمام البرنامج بتحقيق حالة من التفاعل الاجتماعي والإنساني، تتحقق من خلال إدارة الحوار بين مقدم البرنامج والضيف، وقد اقتصر عدد الضيوف في البرنامج على ضيف واحد فقط في الحلقة، وكانت أكثر فئات هؤلاء الضيوف الفنانين، تليها فئة الإعلاميين، وأخيراً فئة الرياضيين بنسبة ضعيفة جداً.

كما قام البرنامج بالمزج بين اللغة العامية والفصحى في عرض المضمون، وتحددت استخدامه للغة العامية في التترات والمقاطع الغنائية ذات الصلة بموضوع الحلقة، وكانت أبرز التجاوزات في لغة التقديم للبرنامج هي الإيحاءات واستخدام الألفاظ مزدوجة المعنى، ثم التشويه في نطق اللغة، ثم استخدام الألفاظ الخارجة.

ومن الجدير بالذكر أن الموضوعات الاجتماعية قد احتلت المرتبة الأولى من حيث اهتمام البرنامج محل الدراسة، حيث جاء ذلك معبراً عن مجموعة كبيرة من القضايا والمشكلات التي ترتبط بالمشاهد، كما اهتم البرنامج بالموضوعات الاقتصادية والسياسية، وقلت نسبة اهتمامه بالموضوعات الفنية والرياضية وكذلك الثقافية.

وكانت أهم الأهداف الوظيفية للبرنامج هي تقديم وتجسيد ما يحدث في الواقع بشكل ساخر وإضفاء البهجة والسعادة على المشاهد، كما اهتم البرنامج بمساعدة المشاهد على نسيان همومه وضغوطه اليومية، هذا إضافة إلى سعيه نحو إثارة المشاهد وجذبه من أجل تحقيق هدف إعلاني يرتبط بتحقيق أرباح للقناة.

وقد تنوعت أساليب الإقناع والبرهنة التي لجأ إليها البرنامج في عرضه للقضايا والموضوعات المختلفة، وذلك ما بين الأساليب المنطقية مثل عرض التحليلات والتفسيرات، والحقائق والوقائع، وكذلك الأرقام والإحصائيات والأدلة والشواهد، والأساليب العاطفية كالتخويف والتحذير والتبرير، وفي إطار هذا تناول للقضايا والموضوعات المختلفة، اعتمد البرنامج على المعالجات التفسيرية والتحليلية في المقدمة، بينما اهتم بالمعالجات النقدية والتقريرية بنسب أقل.

إلى جانب ماسبق، كانت اتجاهات البرنامج نحو القوى الفاعلة المرتبطة بالقضايا المثارة سلبية إلى حد كبير تفوق اتجاهاته المحايدة والإيجابية، مما عكس رؤية البرنامج حول التعاطف مع المشاهد وتحميل الجهات الرسمية مسؤولية تردي الأوضاع.

توصيات الدراسة:

في إطار ما تم عرضه، يقدم الباحث مجموعة من التوصيات والمقترحات، تتمثل فيما يلي:

- وضع ميثاق شرف إعلامي أخلاقي للبرامج الكوميديّة الساخرة، وتفعيل

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساءكم نموذجاً"

- تطبيق هذا الميثاق من أجل محاربة أى تجاوزات، وإخضاع هذه النوعية من البرامج للرقابة المباشرة.
- تطوير القوانين والمواثيق الموجودة بالفعل, وجعلها أكثر حسماً عند معاقبة كل من يتجاوز.
- إجراء دراسات أعمق للتعرف على أسباب ودوافع تأثير التعرض للبرامج التلفزيونية الساخرة في القنوات الفضائية العربية للاستفادة منها في تفسير التأثيرات الناجمة عن ذلك التعرض.
- إجراء دراسات تحليلية مقارنة لتقييم أداء مقدمي البرامج الساخرة في القنوات المصريّة والعربية خاصّة في وقت الأزمات.
- إجراء دراسات حول دور البرامج الساخرة في القنوات الخاصّة والحكوميّة على التأثير في درجة المشاركة السياسيّة لفئات الجمهور المختلفة وخاصّة الشباب.

قائمة المراجع

- (1) رشا محمد عبد النبي الخشاب، الاتجاهات نحو البرامج الكوميديّة المذاعة في القنوات الفضائية الخاصة من منظور نظرية المسؤولية الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2017) ص 10.
- (2) محمود حسن اسماعيل، البرامج التلفزيونية الساخرة (القاهرة: دار الفكر العربي، 2014) ص 34.
- (3) خالد إبراهيم " خبراء الإعلام يختلفون حول البرامج الكوميديّة والساخرة " *جريدة اليوم السابع*، بتاريخ 17 مارس 2015 متاح على الرابط <http://www.youm7.com/story/2015/3/17>
- (4) <http://www.mbc.net/ar/programs/asaad-allah-masaoukm.html>
- (5) <https://www.elcinema.com/work/2033280/#jump-here-genre> موقع السنما.كوم
- (6) رشا محمد عبد النبي الخشاب، مرجع سابق.
- (7) تقى عاكف البدور، تحليل مضمون برامج السخرية السياسية في الإعلام الأردني: البرامج التلفزيونية "تشويش واضح" و"حكي جرايد" نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة (الأردن: معهد الإعلام الأردني، 2017).
- (8) عائدة محمد عوض المر "اتجاهات الجمهور والنخبة الأكاديمية نحو البرامج التلفزيونية الساخرة وعلاقتها بالمعايير الأخلاقية والمهنية للإعلام"، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأول يناير مارس 2015، ص ص 153 - 234.
- (9) جيلان شرف، "برامج النقد السياسي في مصر والولايات المتحدة الانريكية: دراسة مقارنة"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 50، يناير - مارس 2015، ص ص 1-44.
- (10) نيفين أبو الوفا، "The Role of political Satirical TV programs during Political crises" *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، جامعة الملك سعود بالرياض، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد 9، مايو 2013، ص ص 21 - 33.
- (11) Maureen A. Graziano, "Political Learning Among America's youth: The Consequences of late night comedy viewing", **Master Thesis**, (University of Nebraska at Omaha), 2012
- (12) Amy B. Becker^a Political Humor as Democratic Relief? The Effects of Exposure to Comedy and Straight News on Trust and Efficacy. **Atlantic Journal of Communication**. Volume 19, Issue 5, 2011
- (13) Amy Becker & others. Sizing up the daily show: audience perceptions of political comedy programming. **Atlantic Journal of Communication** .Volume 18, Issue 3, 2010
- (14) David Jacobs Garr, "The Duty of comedy is to amuse men by correcting them " analyzing the value and effectiveness of using comedy as an informational tool" ، **Master Thesis** ,(Washington DC), 2009
- (15) Susu Qin, "The uses, gratifications and political knowledge young adults obtain from watching network newscasts and late night comedy

- shows", **Unpublished MA Thesis**, University of Iowa State, 2009, pp. 53 : 60.
- (16) Stephen Harrington, Public knowledge beyond journalism: infotainment, satire and Australian television, doctoral thesis BCI, **Queensland university of technology**, Australia. April, 2009
- (17) Jonathan S. Morris ,The Daily Show with Jon Stewart and Audience Attitude Change During the 2004 Party Conventionsonline: 6 May 2008._ Springer Science+Business Media, LLC 2008
- (18) 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**
- (19) Cao,xiaoxia&Brewer.R,pual, "Political Comedy Show and Public Participation in Politics" ,**International Journal of public opinion Research**, Vol.20,No 1. 2008, pp.6-120
- (20) Shannon.K.McGraw,"late night Television talk show and political comedy programs: a study of young voter, political experiences", **PhD Thesis** (USA: the university of Oklahoma, Norman.), 2006, pp 1- 201.
- (21) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثانية (القاهرة: عالم الكتب ، 2004) ص 402.
- (22) حسن عماد مكوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الثامنة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009) ص348.
- (23) دينا يحيى، تأثير أبعاد الإطار الإعلامية للصحف المصرية على معالجة قضايا الرأي العام: دراسة في إطار نظرية تحليل الأطر الإعلامية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الرابع، العدد المزدوج (جامعة القاهرة : كلية الإعلام , 2003) ص ص193- 194.**
- (24) Dennis Chong, James N. Druckmann , A Theory of Framing and Opinion Formation in Comprtitive Elite Environments. **Journal of Communication**, Vol. 57, No. 1, 2007, p. 104.
- (25) Stanley J. Baran, Dennis,. **Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future**, Wadsworth, U.S., 4th ed. 2006, p. 265.
- (26) Dietram A. Scheufele & David Tewksburg. Framing, Agenda-Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models, **Journal of Communication**, Vol 57, 2007-p. 103-122
- (27) Kevin M. carragee& Wim Roefs, The Neglect of Power In Recent Framing Research, **Journal of Communication**, Vol. 54, No. 2, June 2004, p. 215..
- (28) سامى طابع, "بحوث الإعلان" (القاهرة: دار النهضة العربية, 2001) ص167.
- (29) هبة شاهين، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية:دراسة تحليلية ميدانية, رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة،كلية الاعلام، 2001) ص336.
- (30) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 387.
- (31) شيماء ذو الفقار زغيب، **مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية فى الدراسات الاعلامية**

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساعكم نموذجاً"

- (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009) ص 87.
- (32) Jeffrey P. Jones, Jonathan Gray and Ethan Thompson, **Satire TV: Politics and Comedy in the Post-Network Era** by Eds., New York. University Press , 2009
- (33) عابدة محمد عوض المر ، مرجع سابق ، ص 174.
- (34) سارة عبد اللطيف عبد الحليم، " المسؤولية الاجتماعية لقنوات التلفزيون المصرية الحكومية والخاصة كما تراها النخبة دراسة تحليلية وميدانية "، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2011).
- (35) رشا محمد عبدالنبي الخشاب، مرجع سابق
- (36) سحر محمد صوفي، تقييم معايير الأداء المهني لمقدمي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية الخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 2016) ص 130
- (37) أمال الغزاوي، المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث، المجلد التاسع، يناير/يونيو 2009).
- (38) ربهام سامى يوسف، " دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008).
- (39) سارة عبد اللطيف عبد الحليم، مرجع سابق.
- (40) إيمان عز الدين دواية، " دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام "، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2005).
- (41) رباب عبد الرحمن، أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية لبرامج الحوار التلفزيونية بالقنوات الحكومية والخاصة في تغطية انتخابات الرئاسة المصرية 2012: **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني والأربعون، أكتوبر 2013)
- (42) سارة عبد اللطيف عبد الحليم، مرجع سابق، ص 180
- (43) **المرجع السابق نفسه**
- (44) مجيب أحمد حازم الشميري، " دور برامج الرأي في الفضائيات الإخبارية العربية في تدعيم المشاركة السياسية لدى طلاب الجامعات اليمنية"، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2011).
- (45) جيلان محمود عبد الرازق، "أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء في القنوات الفضائية العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004).
- (46) مروة ياسين ، "المضمون اللغوي والقيمي بقناتي موجة كوميدى والنيل كوميدى"، دراسة تحليلية ميدانية، دراسة **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 36، يوليو وديسمبر 2010)، ص 132.
- (47) سارة عبد اللطيف عبد الحليم، مرجع سابق
- (48) مجيب احمدحازم الشميري، مرجع سابق
- (49) عبد الرحمن الشامي. برامج الرأي في الفضائيات العربية: دراسة حالة برنامج منبر الجزيرة، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الحادي عشر: مستقبل وسائل الإعلام المرئية (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005).

أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري
"برنامج أسعد الله مساءكم نموذجاً"

- (50) حنان عبد العليم جوهر، "التفاعلية في برامج الرأي بالقنوات الفضائية المصرية وعلاقتها بأداء القائم بالاتصال من وجهة نظر النخبة"، رسالة ماجستير غير منشورة (اسيوط: كلية الآداب، قسم إعلام، جامعة اسيوط، 2012).
- (51) رشا محمد عبدالنبي الخشاب، مرجع سابق.
- (52) محمد نبيل الألفي، دور البرامج الإخبارية في القنوات الفضائية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو تدعيم المشاركة السياسية في مصر بعد ثورة 25 يناير 2011م، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001)، ص193.
- (53) رشا محمد عبد النبي الخشاب، مرجع سابق.
- (54) عايدة محمد عوض المر، اتجاهات الجمهور والنخبة الأكاديمية نحو البرامج التلفزيونية الساخرة وعلاقتها بالمعايير الأخلاقية والمهنية للإعلام، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الأول، يناير-مارس، 2015.
- (*) أسماء السادة المحكمين :
- أد: عربي الطوخي :أستاذ الإعلام بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة حلوان.
- أد:صالح العراقي : أستاذ الإعلام المساعد ورئيس قسم الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة الزقازيق
- أد:حلمي محسب :أستاذ الإعلام المساعد ووكيل كلية الإعلام جامعة جنوب الوادي.
- (**) استعان الباحث باثنين من الباحثين هما إلهام سيد السايح وإسراء أحمد محمد