



جامعة العربي بن مهدي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال



رقم التسجيل

الرقم التسلسلي

المضامين السياسية عبر البرامج التلفزيونية الساخرة

دراسة تحليلية لبرنامج "جو شو"

في الفترة الممتدة بين أكتوبر 2018 إلى ديسمبر 2019

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ل م د في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: إعلام إذاعي وتلفزيوني

إشراف أ. د. :

نوال وسار

إعداد الباحثة:

نادية لمهل

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
نوال بومشطة	أستاذ محاضر أ	جامعة أم البواقي	رئيسا
نوال وسار	أستاذ التعليم العالي	جامعة أم البواقي	مشرفا ومقررا
نبيلة جعفري	أستاذ محاضر أ	جامعة أم البواقي	عضوا مناقشا
يسري صيشي	أستاذ محاضر أ	جامعة الشلف	عضوا مناقشا
مراد ميلود	أستاذ التعليم العالي	جامعة باتنة 1	عضوا مناقشا
توفيق عمري	أستاذ محاضر أ	جامعة قسنطينة	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023



﴿ فَاتَّخَذَتْهُمُوهِمِ سَخِرِ يَا حُنَى

أَنْسَوْكُمْ ذُكْرِي وَكُنْتُمْ مِنْهُمْ

تَضَحَكُونَ ﴾

الآية رقم 110 سورة المؤمنون

السخرية هي أن تسرق من قلب الدمعة ابتسامة, وأن تنسج من الواقع
المرنكة، وأن تجعل من صناع الماسي مهرجين كبار. انهما باختصار
أعظم اختراع بشري لمواجهة اليأس وأرق أشكال النضال لمقاومة الظلم
والديكتاتورية، لذلك يخشاها الظلمة والطغاة أكثر من
الجيوش الجرارة. خشيتهم من

الكاتب الساخر

حسان زهار

شكر وعرافان

أشكر الله رب العالمين الذي خلق فهدي وسدد الخطى فخرج هذا العمل بعونه وتوفيقه نحمده حمدا كثيرا مباركا فيه في
المبتدى والمنتهى وبعد:

اعترافا بالجميل...

أتقدم بوافر الشكر والامتنان إلى كل من كان لي سندا وعونا ولو بكلمة أو دعاء بداية بالأستاذة المشرفة البروفيسور:
نوال وسار جزاها الله عني خير الجزاء. كما أتقدم بالشكر والعرافان للأستاذة التالية أسماؤهم تقديرا لكل جهودهم وتعظيما
لنصائحهم وارشاداتهم لي طوال مدة البحث:

الدكتور ضياء مصطفى من دولة العراق الشقيق الذي كان كريما معي بتوجيهاته ودعمه " وشكره لا يكفي".

الدكتور عبد الله محمد أطيقه من دولة ليبيا الشقيقة .

الإعلامي ' أسعد طه" على تعاونه وتواضعه والدكتور "الطيب" جمال ولد عروس.

الدكتورة خديجة بريك "عزّابة هذا النجاح.

الصديقة العزيزة الدكتورة آمال جعفري، جامعة باتنة 1

الدكتور محمد كاديك والدكتور باديس لونيس،الدكتورة أسماء قرشوش من جامعة سطيف والدكتورة رحمة عيساني من
جامعة الامارات والدكتور بدر الدين زواقة جامعة باتنة والدكتور هشام بالطاهر جامعة جيجل والدكتورة زرقين فاطمة
الزهراء من جامعة باتنة

الأستاذة ليلي خمري معلمة الابتدائي التي علمتني أول حرف فكانت بصمتها واضحة على مساري العلمي.

الشكر موصول أيضا للأساتذة أعضاء لجنة المناقشة لكرم مناقشتهم هذا البحث.

كل الشكر للصدقات على الحب والدعم رحمة مدور، مباركة رحماني، سمية بن زكة، سهام دواس، آمال ساسي، منال
حداد، بزعي أسماء وشفيقة سعادي.

شكرا من القلب لكل من ساهم بأي شكل في إنجاز هذه الأطروحة، لكل من سأل ودعا لي بظهر الغيب.

إهداء

في البدء... إلى أبي

حبا... وخجلا... ودعاء لا ينفذ فلا كلمات تقي حقك فجزاك الله عني

وعن إخوتي خير الجزاء

ثم... إلى أمي

عرفانا بصبرك.. أينها الصبارة وشكرا على دعائك وطيبة قلبك.

إلى الذين أشد دهر أزمري.. إخوتي وأخواتي سندا لا يميل.

إلى الشهداء... والأسرى.. والمقهورين في كل مكان.

إلى هذا الوطن المجيد وكل طالب علم.

الفهرس

الفهرس:

الصفحة	العنوان
/	بسملة
/	آية قرآنية
/	مقولة
/	شكر وعرهان
/	إهداء
/	الفهرس
/	فهرس الجداول والأشكال
أ-ه	مقدمة
91-1	الفصل الأول موضوع الدراسة، إجراءاتها المنهجية وإطارها النظري
3	تمهيد
	1. مشكلة الدراسة وتساؤلاتها
8	2. أسباب اختيار الدراسة
9	3. أهمية الدراسة
10	4. أهداف الدراسة
11	5. مفاهيم الدراسة
16	6. الدراسات السابقة
42	7. نوع الدراسة والمنهج المعتمد
44	8. مجتمع البحث وعينة الدراسة
51	9. أدوات جمع البيانات
53	10. إجراءات التحليل
61	11. اختبارات الصدق والثبات
64	12. الخلفية النظرية للدراسة
91	خلاصة

-91 132	الفصل الثاني: النظم السياسية العربية ووسائل الاعلام
95	1. العلاقة بين النظم السياسية العربية ووسائل الإعلام
101	2. آليات تعامل النظم السياسية العربية مع الاعلام
104	3. واقع إعلام النظم السياسية العربية
110	4. وسائل الاعلام كحلقة قوية في الاتصال السياسي
114	5. استخدام وسائل الاعلام في المشاركة السياسية
119	6. الوعي السياسي بين مضامين التلفزيون والاعلام الجديد
124	7. مصداقية الفعالية السياسية لدى الرأي العام
128	8. حدود الموضوعية وأخلاقيات وسائل الاعلام في السياسة
132	خلاصة
-133 -172	الفصل الثالث: السخرية واستخداماتها في وسائل الاعلام
135	تمهيد
136	1. السخرية (بين النشأة والمفهوم)
139	2. تقاطع السخرية مع مفاهيم أخرى مشابهة لها
146	3. أهمية السخرية
152	4. الجدول حول أخلاقيات استخدام السخرية
154	5. أساليب تشكل السخرية
157	6. وظائف السخرية والخطاب الساخر
165	7. الاعلام الساخر كبديل للمعارضة السياسية وعلاقته بتشكيل الوعي السياسي
168	8. الخطاب الساخر بين التلفزيون ومنصات الاعلام الجديد
172	خلاصة
-173 196	الفصل الرابع: البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة وتأثيرها على الجمهور المتلقي
175	تمهيد
176	1. نشأة البرامج التلفزيونية وأسسها وعناصرها
177	2. ماهية البرامج التلفزيونية
181	3. أنواع البرامج التلفزيونية ومقومات إعدادها

183	4. خصائص البرامج التلفزيونية
185	5. أهداف البرامج التلفزيونية
186	6. أهمية البرامج التلفزيونية
187	7. العوامل المؤثرة في فعالية البرامج التلفزيونية
189	8. البرامج التلفزيونية الساخرة
196	خلاصة
-197 303	الفصل الخامس: الإطار التحليلي للدراسة
-199 238	أولاً: عرض ومناقشة بيانات الدراسة
204	1. فئة طرق العرض المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر "جو شو"
226	2. فئة اللغة المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر "جو شو"
231	3. فئة الإخراج الفني للبرنامج التلفزيوني الساخر "جو شو"
-238	ثانياً: التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون
238	1. فئة المضامين السياسية الواردة في البرنامج التلفزيوني الساخر "جو شو"
268	2. فئة السخرية من الإعلاميين العرب الموالين للسلطة
271	3. فئة الأساليب الساخرة المستخدمة في برنامج "جو شو"
276	4. فئة الشخصيات التي ظهرت في برنامج "جو شو"
284	5. فئة أهداف برنامج "جو شو"
286	6. فئة القيم الخبرية الموظفة في البرنامج الساخر "جو شو"
291	7. فئة مصادر المعلومات
295	النتائج العامة للدراسة
-306 309	المقترحات
310	المراجع
325	الملاحق

فهرس الجداول

والأشكال

أولاً: قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	عينة البحث	47
02	تواريخ عينات البحث	49
03	تصنيف برنارد كريك للنظم السياسية	95
04	مقياس الانتهاكات ضد حرية الصحافة لعام 2021	106
05	زمن البرنامج التلفزيوني الساخر "جو شو"	199
06	فئة مقتطفات الفيديو المستخدمة في برنامج "جو شو"	204
07	فئة الصور المستخدمة في برنامج "جو شو"	209
08	طرق العرض الأخرى المستخدمة في برنامج "جو شو"	217
09	اللغة العربية ولهجاتها المستخدمة في برنامج "جو شو"	226
10	اللغات الأجنبية المستخدمة في برنامج "جو شو"	229
11	فئة الاكسسوارات المستخدمة في برنامج "جو شو"	231
12	فئة المؤثرات الصوتية المستخدمة في برنامج "جو شو"	234
13	خطابات السياسيين العرب في برنامج "جو شو"	238
14	ممارسات السلطات العربية غير الديمقراطية في برنامج "جو شو"	241
15	فئة السخرية من الإعلاميين العرب الموالين للسلطة في برنامج "جو شو"	268
16	فئة الأساليب الساخرة المستخدمة في برنامج "جو شو"	272
17	فئة الشخصيات السياسية التي ظهرت في برنامج "جو شو"	277
18	فئة الشخصيات الدينية التي ظهرت في برنامج "جو شو"	280
19	يمثل فئة الخبراء والمختصين الذين ظهروا في برنامج "جو شو"	282
20	فئة المشاهير التي ظهرت في برنامج "جو شو"	283
21	فئة النطاق الجغرافي للمضامين الواردة في برنامج "جو شو"	285
22	فئة أهداف برنامج "جو شو"	287
23	فئة القيم الخبرية الموظفة في البرنامج الساخر "جو شو"	292
24	فئة مصادر المعلومات الواردة في برنامج "جو شو"	295

ثانياً: قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
199	زمن البرنامج التلفزيوني الساخر "جو شو"	01
205	مقتطفات الفيديو المستخدمة	02
209	فئة الصور المستخدمة في برنامج "جو شو"	03
218	طرق العرض الأخرى المستخدمة في برنامج "جو شو"	04
227	اللغة العربية ولهجاتها المستخدمة في برنامج "جو شو"	05
229	اللغات الأجنبية المستخدمة في برنامج "جو شو"	06
231	فئة الاكسسوارات المستخدمة في برنامج "جو شو"	07
235	فئة المؤثرات الصوتية المستخدمة في برنامج "جو شو"	08
238	خطابات السياسيين العرب في برنامج "جو شو"	09
242	فئة الممارسات غير الديمقراطية	10
269	فئة السخرية من الإعلاميين العرب الموالين للسلطة في برنامج "جو شو"	11
272	فئة الأساليب الساخرة المستخدمة في برنامج "جو شو"	12
278	فئة الشخصيات السياسية التي ظهرت في برنامج "جو شو"	13
280	فئة الشخصيات الدينية التي ظهرت في برنامج "جو شو"	14
283	يمثل فئة الخبراء والمختصين الذين ظهروا في برنامج "جو شو"	15
283	فئة المشاهير التي ظهرت في برنامج "جو شو"	16
285	فئة النطاق الجغرافي للمضامين الواردة في برنامج "جو شو"	17
287	فئة أهداف برنامج "جو شو"	18
292	فئة القيم الخبرية الموظفة في البرنامج الساخر "جو شو"	19
295	فئة مصادر المعلومات الواردة في برنامج "جو شو"	20

المخلص

ملخص الدراسة:

حققت البرامج التلفزيونية الساخرة انتشارا واسعا وسريعا بعد أحداث الربيع العربي ومكنت المتلقي من الاطلاع على المعلومات والمعارف خاصة تلك المتعلقة بالسياسة إضافة إلى الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية وغيرها حيث تحظى هذه البرامج بقدر من التأثير في تكوين المفاهيم والمعتقدات وتشكيل الرأي العام.

ترتكز دراستنا الموسومة ب "المضامين السياسية عبر البرامج التلفزيونية الساخرة -دراسة تحليلية لبرنامج "جو شو" في الفترة الممتدة بين أكتوبر 2018 وديسمبر 2019 -باعتبارها دراسة وصفية تحليلية - على تناول الأوصاف الدقيقة لظاهرة انتشار البرامج الساخرة وارتباطها المباشر بموضوع السياسة وتحليلا وتفسيرا معمقا بغرض الوصول إلى استنتاجات تحيل إلى فهمها حاضرا ومستقبلا تم عرضهما عبر خمسة فصول يضم كل منها عدة عناصر، وقد اشتملت الدراسة على جانبين؛ نظري وتطبيقي قدمت في البداية تقريرا حول : العلاقة بين النظم السياسية العربية ووسائل الإعلام، آليات تعامل النظم السياسية العربية مع الاعلام ثم انتقلنا الى استخدامات السخرية في وسائل الاعلام كما تضمنت أديبات البحث أيضا إلى البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة وتأثيرها على الجمهور المتلقي.

قامت الباحثة في هذه الدراسة بتحليل 15 حلقة كعينة من حلقات برنامج "جو شو" الساخر الذي تبثه قناة التلفزيون العربي كما طرحت الباحثة وفقا لذلك جملة من النتائج تمثل رؤية مستقبلية لماهية هذا الفن الساخر في شكله المتلفز وآفاق تطويره في البلدان العربية وخلصت إلى جملة من التوصيات منها ضرورة العمل على تدريب المختصين في هذا الفن وضرورة العمل على أخلقته أيضا بما يضمن له الاستمرارية في النقد البناء ومحاولة الإصلاح وبعيدا عن الاسفاف والتهريج.

الكلمات المفتاحية: البرامج التلفزيونية، السياسة، الاعلام الساخر

Résumé:

Les programmes télévisés satiriques ont connu une diffusion large et rapide après les événements du printemps arabe et ont permis au destinataire de visualiser des informations et des connaissances, en particulier celles liées à la politique, en plus des conditions sociales et économiques, etc. Ces programmes ont une certaine influence dans la formation des concepts et des croyances et la formation de l'opinion publique.

Notre étude, étiquetée "Political Contents Through Satirical TV Programs" – une étude analytique du programme "Joe Show" dans la période entre octobre 2018 et décembre 2019 – en tant qu'étude analytique descriptive – est basée sur le traitement de descriptions précises du phénomène de la diffusion des programmes satiriques et de son lien direct avec le thème de la politique et une analyse et une interprétation approfondies afin d'en arriver à des conclusions qui renvoient à leur compréhension actuelle et future. Elles ont été présentées à travers cinq chapitres, dont chacun comprend plusieurs éléments. L'étude comportait deux volets : théorique et pratique, j'ai d'abord présenté un rapport sur : les rapports entre les systèmes politiques arabes et les médias, les mécanismes des systèmes politiques arabes face aux médias, puis nous sommes passés aux usages de la satire dans les médias. La littérature de recherche comprenait également des programmes télévisés politiques satiriques et leur impact sur le public.

Dans cette étude, le chercheur a analysé 15 épisodes comme un échantillon des épisodes du programme satirique "**Joe Show**" diffusé par la chaîne de télévision arabe. En conséquence, le chercheur a présenté un certain nombre de résultats qui représentent une vision future de ce qu'est cet art satirique. sous sa forme télévisée et les perspectives de son développement dans les pays arabes. Elle a conclu un certain nombre de recommandations, parmi lesquelles la nécessité de travailler à la formation de spécialistes de cet art et la nécessité de travailler également sur sa morale, de manière à garantir la continuité dans la critique constructive et la tentative de réforme, loin des regrets et des pitreries.

Mots-clés : programmes télévisés, politique, médias satiriques

Abstract:

Satirical television programs achieved a wide and rapid spread after the events of the Arab Spring, and enabled the recipient to view information and knowledge, especially those related to politics, in addition to social and economic conditions, etc. These programs have a degree of influence in the formation of concepts and beliefs and the formation of public opinion.

Our study, tagged with "Political Contents Through Satirical TV Programs" – an analytical study of the "Joe Show" program in the period between October 2018 and December 2019 – as a descriptive analytical study – is based on dealing with accurate descriptions of the phenomenon of the spread of satirical programs and its direct connection to the topic of politics and an in–depth analysis and interpretation in order to reach Conclusions refer to their present and future understanding. They were presented through five chapters, each of which includes several elements. The study included two aspects: theoretical and practical. I initially presented a report on: the relationship between Arab political systems and the media, the mechanisms of Arab political systems dealing with the media, then we moved on to the uses Satire in the media The research literature also included satirical .political television programs and their impact on the audience

In this study, the researcher analyzed 15 episodes as a sample of the episodes of the satirical "**Joe Show**" program broadcasted by the Arab TV channel. Accordingly, the researcher presented a number of results that represent a future vision of what this satirical art is in its televised form and the prospects for its development in the Arab countries. She concluded a number of recommendations. Among them is the need to work on training specialists in this art and the need to work on its morals as well, in a way that guarantees continuity in constructive criticism and attempting reform, away from regret and clowning.

Keywords: television programs, politics, satirical media

مقدمة

مقدمة

ظلّ التلفزيون محافظاً على مكانته المميزة بين مختلف وسائل الاعلام الأخرى حتى في ظل التطور التكنولوجي الهائل الذي شهدته وسائل الاتصال في السنوات الأخير مما أكد من جديد ما تنبأ به الباحثون في حقل الاتصال منذ سنين سابقة بأن التلفزيون كوسيلة اعلام ثقيلة لن تتزعزع مكانته ولن تستطيع وسيلة اعلام أخرى منافسته.

يستفيد التلفزيون بوصفه وسيلة اعلام ثقيلة من مختلف الميزات التي تحدثها التطورات التكنولوجية السريعة حيث أصبح لكل قناة تلفزيونية منصة إلكترونية عبر مختلف وسائل التواصل الاجتماعي تبث من خلالها ما يتم بثه عبر القناة الفضائية مما أكسب هذه القنوات جمهوراً واسعاً من مختلف فئات المجتمع كالشباب الذين لا يشاهدون التلفزيون بكثافة ما يتصفحون المواقع الإلكترونية نظراً لسهولة استخدامها عبر شاشة الموبايل وكذا إمكانية تواجدها مع المتلقي في كل زمان ومكان.

بعد أحداث الربيع العربي برز شكل برامجي جديد سمي بالإعلام الساخر حيث ناقش بصورة لافتة قضايا الرأي العام بشكل مختلف وجريء سرعان ما حاز على اهتمام المتلقي العربي بل وأصبح يشكل قوة ضغط هائلة ضد الحكومات العربية.

وقد وجد الخطاب الإعلامي الساخر مكانته في فضاءات الاعلام العربي بتفاوت شديد من بلد إلى بلد آخر فمنذ بداية التسعينيات وظهور الفضائيات التي أصبحت عابرة للحدود والقارات وكسرت احتكار الاعلام الواحد (إعلام السلطة) ففي لبنان مثلاً ظهر فن المونودراما المسرحي الضاحك وسرعان ما انتقل إلى الصيغة التلفزيونية لكن الأدب السياسي المتلفز الساخر بمفهومه الواسع نشأ بالتزامن مع انفجار ثورات الربيع العربي خاصة في مصر.

إن السخرية هي رد فعل مثلها مثل البكاء أو الفرح وغيرها لكن ردة الفعل هذه قد تختلف من دولة إلى أخرى ففي مصر مثلا النكتة السياسية مسموحة لكن في دول أخرى كدول الخليج أو سوريا أو العراق فإن هذا النوع من النكات غير متاح إطلاقا اللهم إن كانت نكتة اجتماعية. فالسخرية السياسية تستعمل كسلاح احتجاجي أو تعبوي معارض وهي بذلك تصبح سلاحا خطيرا يشكل مصدر قلق للدول وما عدا ذلك فهي نكتة أو ضحك مجاني لا طائل منه.

من هذا المنطلق تتسابق الفضائيات العربية على بث البرامج الساخرة نظرا للشعبية الكبيرة التي تتمتع بها هذه الأخيرة. وقد اشتهر برنامج جو شو الذي تبثه قناة التلفزيون العربي والذي يعرف سبع مواسم منذ انطلاقاته إلى غاية كتابة هذه الأسطر.

إن غياب حرية الصحافة وظهور الإنترنت بمختلف وسائطها وانتكاسة الاعلام الرسمي وغياب الأحزاب السياسية المعارضة إضافة إلى عامل الكوميديا واستنساخ برامج غريبة وتعريبها كلها أسباب أدت إلى انتشار الفن التلفزيوني الساخر واكتسابه قاعدة جماهيرية تتخطى الملايين بهدف كسر هيبة السلطة (الآلهة) التي صنعتها أدوات السلطة السياسية العربية عبر عقود من الزمن.

ومن أجل معالجة هذا الموضوع قسمت الباحثة الدراسة إلى خمسة فصول كما هو موضح فيما يلي:

1. الفصل الأول: يعنى بعرض موضوع الدراسة نتطرق فيه إلى مختلف المراحل والخطوات

المنهجية المتبعة في الدراسة والتي تتمثل في: إشكالية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع، أهمية وأهداف الدراسة، مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة ثم أخيرا الخلفية النظرية للدراسة.

2. الفصل الثاني: خصصنا هذا الفصل للنظم السياسية العربية ووسائل الاعلام وقد تناولنا

فيه: العلاقة بين النظم السياسية العربية ووسائل الإعلام، آليات تعامل النظم السياسية العربية مع

الاعلام، واقع إعلام النظم السياسية العربية، وسائل الاعلام كحلقة قوية في الاتصال السياسي استخدام وسائل الاعلام في المشاركة السياسية الوعي السياسي بين مضامين التلفزيون والاعلام الجديد مصداقية الفعالية السياسية لدى ال ر أي العام وحدود الموضوعية وأخلاقيات وسائل الاعلام في السياسة.

3. الفصل الثالث: يبحث هذا الفصل في السخرية واستخداماتها في وسائل الاعلام وقد قسمناه

للعناصر التالية:

- السخرية (بين النشأة والمفهوم)
- تقاطع السخرية مع مفاهيم أخرى مشابهة لها
- أهمية السخرية الجدل حول أخلاقيات استخدام السخرية
- أساليب تشكل السخرية
- وظائف السخرية والخطاب الساخر
- الاعلام الساخر كبديل للمعارضة السياسية وعلاقته بتشكيل الوعي السياسي وتناولنا في العنصر الاخير الخطاب الساخر بين التلفزيون ومنصات الاعلام الجديد.

4. الفصل الرابع: وقد تطرقنا فيه للبرامج التلفزيونية السياسية الساخرة وتأثيرها على الجمهور المتلقي

وذلك من خلال العناصر التالية: نشأة البرامج التلفزيونية وأسسها وعناصرها، خصائص البرامج التلفزيونية، أنواع البرامج التلفزيونية ومقومات إعدادها، العوامل المؤثرة في فعالية البرامج التلفزيونية، مفهوم البرامج التلفزيونية الساخرة، تعرض الجمهور للبرامج السياسية الساخرة (قراءة في مسألة التأثير)

5. الفصل الخامس: الإطار التحليلي للدراسة وقد تناول هذا الفصل من الدراسة عرض وتحليل البيانات

المتعلقة بمحتوى المضامين السياسية التي عالجه برنامج "جو شو" من خلال اختيار عينة من 15 حلقة مثلت مادة التحليل. وانطلاقاً من ذلك قسمت الباحثة هذا الفصل إلى قسمين؛ إذ تناول القسم الأول التحليل

الكمي والكيفي لفئات الدراسة الخاصة بالشكل متمثلة في الفئات التالية: زمن البرنامج التلفزيوني الساخر وفئة طرق العرض المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر وفئة اللغة المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر وفئة الإخراج الفني للبرنامج التلفزيوني وفئة المؤثرات الصوتية المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة بينما تناول القسم الثاني التحليل الكمي والكيفي لفئات المتعلقة بالمضمون متمثلة في فئة المضامين السياسية الواردة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة وممارسات السلطات العربية غير الديمقراطية السخرية من الاعلاميين العرب الموالين للسلطة وفئة الأساليب الساخرة التي استخدمها مقدم البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة وفئة الشخصيات التي ظهرت في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة وفئة النطاق الجغرافي للمضامين الواردة في البرنامج وأهداف وقيم البرنامج عينة الدراسة .

الفصل الأول

موضوع الدراسة، إجراءاتها المنهجية

وإطارها النظري

الفصل الأول: موضوع الدراسة، إجراءاتها المنهجية وإطارها النظري

1. مشكلة الدراسة وتساؤلاتها
2. أسباب اختيار الدراسة
3. أهمية الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. مفاهيم الدراسة
6. الدراسات السابقة
7. نوع الدراسة ومنهجها
8. مجتمع البحث وعينة الدراسة
9. أدوات جمع البيانات
10. إجراءات التحليل
11. اختبارات الصدق والثبات
12. الخلفية النظرية للدراسة

1. مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

لقد واکب تطور وسائل الاتصال الجماهيرية في القرن العشرين تطور أدائها وجماهيريتها، حيث أصبح الاتصال بين الشعوب متاحا بشكل أوسع، فانتشرت المعلومة وتطورت أشكالها، وحققت تبعاً لذلك إشباعات متنوعة للجماهير، بداية بالصحف المقروءة إلى الإذاعات والتلفزيون والأقمار الصناعية وشبكة الأنترنت وما لحقها من تطور تكنولوجي كبير.

أمام هذا المعطى، تعددت أشكال الاتصال التي أتاحتها وسائل الإعلام؛ نظرا لتداخل الإعلام بشكل كبير مع مختلف القطاعات الأخرى، إذ يلتقي أو يتقاطع مع العديد منها، كالثقافة والفن والاقتصاد والسياسة، حيث شكلت هذه الأخيرة العديد من النقاشات حول العلاقة بينها وبين الإعلام، فقد نجد السياسي أصبح إعلاميا أو العكس، إضافة إلى كون الخطاب السياسي يمر للجمهور عن طريق وسائل الاعلام المختلفة.

على نحو موازٍ أثبتت التجارب الإنسانية المتعاقبة هذا الجدل القائم في علاقة التأثير والتأثير المتبادلة في هذين المجالين إذ شكلت وسائل الاعلام منذ سنين بؤقا تُمرر السلطة السياسية من خلالها خطاباتها، وكانت حرب الدعاية التي مورست أثناء الحرب الباردة خير دليل على ذلك. من أجل ذلك ظلت هذه السياسة منتهجة من طرف السلطة السياسية خاصة في البلدان النامية حيث شكلت قيودا أمام ممارسة الصحفيين لحرية التعبير ونقد سياسات الحكومات الحاكمة، وهذا ما يفسر دور القائم بالاتصال في ترتيب أولويات الجمهور بما يخدم مصالحه.

إن النظر اليوم إلى وسائل الاعلام باعتبارها طرفا محايدا، أمرٌ تجاوزه الزمن، حيث أظهرت التطورات السريعة التي مست تكنولوجيات الإعلام و الاتصال؛ أن للإعلام أيضا دور هام في التأثير على السياسة فلم تعد مهمة وسائل الإعلام تقتصر فقط على عملية تسويق صورة الساسة و إنجازاتهم ، بل تجاوزها

،حيث تحررت الممارسة الإعلامية -ولو جزئيا في البلدان التي تتمتع بالديموقراطية -من التبعية لسلطة المال و السلطة والتحكم في تدفق المضامين الإعلامية للمتلقي ،محددا بذلك ما سيراه الجمهور أو يسمعه أو يقرؤه ضمن أجندة معينة تحددها سياسة الوسيلة الإعلامية التحريرية وخطها الافتتاحي واستطاع الصحفي أيضا من ناحية أخرى أن يكسر سياسات تكميم الأفواه و القيود التعسفية التي كانت السلطة السياسية تفرضها على العمل الصحفي بل واستطاع بفضل ما تمنحه له سياسات تحرير الوسيلة التي يشتغل فيها ، من تفعيل دوره في حراسة البوابة الإعلامية ، من خلال تمرير ما يراه مناسب و حجب ما لا يخدمه، إذ تبرز هذه الفكرة في عملية التأطير الإعلامي التي تمر بها الرسائل الإعلامية من القائم بالاتصال نحو الجمهور المستهدف ،وفق مرجعيات و أطر يُحددها المرسل والوسيلة الإعلامية التي يعمل بها ، ممّا مكّن المواطن من تلقي المعلومات بشكل كبير و متسارع و مناقشتها فيما يسمى بالفضاء العمومي حيث تُدار الحوارات بكل حرية و دون قيد.

أما عربيا فقد برزت بشكل لافت (عقب ما سمي بثورات الربيع العربي) مشاركة الفرد في الحياة السياسية استنادا للدور الذي لعبته مختلف وسائل الإعلام في تنوير عقل الإنسان العربي و فتح النقاشات حول قضايا المظاهرات و المطالبة بضرورة التحول الديموقراطي و إسقاط الأنظمة الفاسدة ، إضافة إلى فضح الانتهاكات التي كانت تطال حقوق الإنسان و غيرها من القضايا محل النقاش ، فكانت الفضائيات التلفزيونية الخاصة متمثلة في الاعلام الحر غير الخاضع للسلطة ، إضافة لمنصات التواصل الاجتماعي كتويتر و فيسبوك و يوتيوب و غيرها فضاء حرا لنشر الوعي بالقضايا السياسية مما سمح بفتح المجال أمام الأفراد لتبادل الآراء و الأفكار و مناقشتها، وتحول بذلك الفرد العربي من فرد متلقي سلبي إلى منتج للمحتوى و متفاعل في العملية الاتصالية ، إذ يكفيه هاتف محمول موصول بشبكة الأنترنت و نقرة زر على أحد تطبيقاته و منصاته حتى يصل صوته إلى أبعد نقطة في العالم ،بل قد يصل حتى إلى المسؤولين و صناعات

القرار في بلده أو في العالم أجمع، وهو الأمر الذي حدث في ثورات الربيع العربي، كثورة الياسمين في تونس ومظاهرات ميدان التحرير في مصر والاحتجاجات الشعبية في اليمن وليبيا حيث تمكن شباب هذه الدول من تمرير مطالبهم و توحيد كلمتهم و فتح منابر للنقاش عبر مختلف هذه وسائل الاعلام ، ضمن ما أثبتته نتائج الدراسات على مر السنين ، من نجاعة وسائل الاعلام في بناء المجتمع، باعتباره نسقا يحتوي على مجموعة من الأجزاء المتكاملة بنائيا والمتساندة وظيفيا لبلوغ النسق لأهدافه.

تمتلك الساحة الإعلامية العربية اليوم العديد من الفضائيات، ذات المضامين المختلفة، حيث ظهرت و تطورت بغية المساهمة في تكوين أنساق معرفية و سلوكية و فكرية للمشاهد العربي ، و تمثل البرامج في القنوات العربية الفضائية و خاصة برامج "التوك شو" انعطافا حاسما في الإنتاج الإعلامي، كما شكلت نقلة نوعية في مسيرة الإعلام العربي، فقد استطاعت أن ترفع سقف الممكن إعلاميا ، من خلال التطرق لمواضيع كانت لزمان قريب من الممنوعات على التناول الإعلامي، وتمكنت من تزويد المتلقي العربي وحتى الأجنبي ببرامج تقوم على أسس مهنية و احترافية تقدم الأحداث بمعالجة إعلامية جديدة ، تنطلق من قوة الحدث في حد ذاته و دلالاته و تداعياته و تقدمه في قراءة تحليلية و تفسيرية و نقدية تقييمية من منظور متعدد الأفكار و الاتجاهات، الأمر الذي أسهم في إغناء المجرى التفاعلي و المعرفي للمشاهد بالحدث و تداعياته.

بناء على ما سبق ، استغل هذا النوع البرامجي الذي يطلق عليه " الإعلام الساخر " جو الحرية التي منحتها ثورات الربيع العربي ، وكشف ما بنفوس الشعوب من غضب جرأ سوء الأوضاع، حيث مكّن الشباب من تأسيس منبر رأي خاص بهم من خلال توظيف أسلوب السخرية كسلاح لفضح ممارسات السلطة و نقد الأوضاع الاجتماعية و كخيار بديل للتناول الإعلامي التقليدي للمضامين السياسية ،ومن بين أبرز الأسماء الإعلامية التي مثلت هذا النوع البرامجي الإعلامي، برنامج الإعلامي (يوسف حسين) أو "جو شو" كما يلقب ؛ و هو برنامج سياسي ساخر ، يتكون من حلقات منفصلة كانت تبث على اليوتيوب يسخر فيها

المذيع من الأوضاع السياسية في مصر بعد عام 2013 ، ثم انتقل البرنامج بعدها من منصة يوتيوب إلى قناة التلفزيون العربي بعنوان "جو شو" ويحظى هذا البرنامج التلفزيوني الساخر بملايين المشاهدات والتفاعل، "حيث وصلت نسبة مشاهدته إلى ثلاثة ملايين مشاهدة على موقع يوتيوب وفي موقع فيسبوك تعدت بعض حلقاته أربعة عشر مليون مشاهدة (عبد اللطيف، 2019، صفحة 2)، بينما سجلت حلقة محمد علي السيسي (الحلقة 14) من الموسم الرابع أعلى نسبة مشاهدة حيث بلغت 8.9 مليون مشاهدة (يمكنك الاطلاع عليها عبر هذا الرابط: <https://www.youtube.com/watch?v=9JWg73B6qQ0>) وحققت قناة البرنامج عبر منصة يوتيوب 04.4 مليون متابع .

تتخذ هذه البرامج من القضايا السياسية مضمونا مهما إذ تعالجه بالسخرية والنقد اللاذع، في قالب فكاهي يحمل رسائل للسياسيين، ويقدم الواقع الاجتماعي الذي يعيشه المواطن العربي بطريقة ساخرة تختلف عن التناول الجاد الذي تقدمه البرامج الأخرى وهو ما شكل نجاح هذا النوع البرامجي، وبرز الإقبال الكبير ونسب المشاهدة العالية التي تسجلها هذه البرامج.

انطلاقا مما سبق نطرح التساؤل التالي:

كيف عالج برنامج "جو شو" الساخر المضامين السياسية العربية في الفترة الممتدة بين أكتوبر 2018

إلى ديسمبر 2019؟

ولتوضيح مضمون إشكالية بحثنا صغنا عدة تساؤلات أخرى وفقا للتصنيف المنهجي الآتي:

1.1 تساؤلات مرتبطة بالشكل: كيف قيل؟

- ما المدة الزمنية المخصصة للبرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة؟
- ما طرق العرض المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة؟

- ما اللغات واللهجات المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة؟
- ما طرق الإخراج الفني المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة؟

2.1 تساؤلات مرتبطة بالمضمون: ماذا قيل؟

- ما المضامين السياسية التي تناولها البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة؟
- ما مضامين السخرية من أداء الإعلاميين المصريين في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة؟
- ما مضامين السخرية من أداء الإعلاميين العرب الموالين للسلطة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة؟

- ما الأساليب الساخرة التي وظفت في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة؟

- ما الشخصيات الفاعلة التي تحملها المضامين التي عالجه البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة؟

- ما التقسيم الجغرافي في المضامين التي طرحها البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة؟

- ما الأهداف التي سعى إلى تحقيقها البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة؟

- ما القيم الواردة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة؟

- ما مصادر المعلومات التي وظفت في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة؟

ستوفر الإجابة على هذه الاسئلة بيانات أكاديمية جديدة لتصنيف البرامج التلفزيونية الساخرة ولتقييم

طريقة معالجتها للمضامين السياسية بطريقة ساخرة.

2. أسباب اختيار الدراسة:

لا شك أن لكل باحث أسباب وراء اختياره لموضوع دراسته دوناً عن المواضيع الأخرى وعموماً

يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

1.2 الأسباب الموضوعية:

● الانتشار الواسع والنجاح الكبير الذي حققته البرامج الساخرة عالمياً وعربياً " وهو ما أكدته طلب مقدم برنامج (Last Week tonight) جون أوليفيه، حين طلب ذات مرة من جمهوره على الهواء أن يقوموا بزيارة موقع إلكتروني ما، الأمر الذي تسبب بتعطيل الموقع" (عبد اللطيف، فاعلية الخطاب النقدي و آليات اشتغاله، 2019، صفحة 2) وهذا ما يثبت التأثير الواسع الذي تحدثه مثل هذه البرامج على المتلقي.

● أهمية البرامج الساخرة كنوع برامجي جديد انتقل إلى الفضائيات العربية وسلط الضوء على أهم القضايا السياسية التي تهم المواطن العربي.

● محاولة تقديم إضافة في الدراسات المتعلقة بهذه الظاهرة البرمجية نظراً لتمييزها عن باقي المضامين الإعلامية التقليدية الأخرى.

● محاولة دراسة التأثيرات التي تحدثها مضامين البرامج التلفزيونية الساخرة على المتلقي نظراً لاهتمام القنوات التلفزيونية المتزايد بالبرامج الساخرة وبرمجتها على مدار السنة.

2.2 الأسباب الذاتية:

● الميل الشخصي لهذا النوع من البرامج ومحاولة التعمق فيها ودراسة كيفية توظيف آليات السخرية إعلامياً.

● الاهتمام بالسياسة واسقاطاتها في مختلف البرامج التلفزيونية خاصة ذات المضمون الساخر.

• الرغبة في إعداد دراسة تحليلية ومحاولة التحكم في تقنيات التحليل في المنهج الوصفي.

• الاهتمام الشخصي بقناة العربي ومحتوياتها الإعلامية وسياساتها الإعلامية.

• الرغبة في التعرف على سبب نجاح هذا البرنامج التلفزيوني الساخر محل الدراسة واستمراره على

مدى العديد من المواسم.

3. أهمية الدراسة:

تفيدنا هذه الدراسة في معرفة الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام، والبرامج الساخرة في عملية تشكيل الوعي السياسي، من خلال ما تقدمه من معلومات و تفسيرات وتحليلات لمختلف القضايا السياسية، التي تساهم بقدر كبير في إدراك الواقع السياسي و بالتالي مدى انعكاس ذلك على اتجاهات الأفراد و سلوكياتهم ، كما تساعدنا هذه الدراسة في الوقوف على الطريقة التي تعالج بها البرامج التلفزيونية الساخرة مختلف المضامين السياسية بموضوعاتها المختلفة، إضافة إلى إلقاء الضوء على البرامج الساخرة بوصفها ظاهرة جديدة في الاعلام العربي من خلال استكشاف الطريقة التي عالج بها مقدم برنامج "جو شو" المضامين السياسية في البرنامج و أخيرا محاولة إثراء المكتبة الجامعية بدراسة جديدة من حيث زاوية معالجتها.

4. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الكيفية التي عالج بها برنامج جو شو الساخر المضامين

السياسية بشكل ساخر، وذلك من خلال التعرف على الأهداف التالية:

• التعرف على المدة الزمنية المخصصة للمضامين السياسية وغير السياسية التي عالجها برنامج "جو

شو".

- التعرف على أهم المضامين السياسية التي تمت معالجتها عبر برنامج "جو شو".
- الكشف على اللغة المستخدمة في برنامج "جو شو".
- إبراز الإخراج الفني الذي استخدم في برنامج "جو شو".
- التعرف على طبيعة خطابات السياسيين العرب عبر برنامج "جو شو".
- التعرف على الممارسات غير الديمقراطية التي عالجها برنامج "جو شو".
- التعرف على الأساليب الساخرة الموظفة في برنامج "جو شو".
- إبراز أهم الشخصيات الفاعلة التي تحملها المضامين السياسية التي عالجها برنامج "جو شو".
- كشف أهداف برنامج "جو شو".
- التعرف على مصادر المعلومات التي اعتمد عليها برنامج "جو شو".

5. مفاهيم الدراسة:

يمثل تحديد المفاهيم أهمية كبيرة لأي بحث علمي ينشد الرصانة العلمية ويهدف للوصول إلى دقة في الطرح والمعالجة والاستنتاج، انطلاقاً من الرجوع إلى الأصول اللغوية المختلفة في الكلمة، بالإضافة إلى محاولة الإحاطة بمختلف التعريفات الاصطلاحية التي تبرز تنوع الرؤى واختلاف التوجهات، أما التعريف فهو ما ينقل الباحث إلى مرحلة الإجراءات الميدانية من خلال تحديد دقيق لأبعاد المفهوم ومؤشراته. ويعتبر ذلك بمثابة ضبط المعنى في الموضوع المبحوث فيه.

وعليه فسنحاول في هذه الدراسة تحديد المفاهيم التالية:

1.5 المضمون :

أولاً: لغة

المضمون هو المحتوى ومضمون الكتاب هو ما اشتمل عليه ومضمون الكلام هو فحواه وما

يفهم منه (علي ب.، 1991، صفحة 1962).

وجاء في موسوعة لا لاند الفلسفية: مضمون (Contenu)، محتوى، فحوى، في علم النفس؛ ما

هو قار في شيء آخر. مضمون الوعي في لحظة معينة هو مجمل الظواهر الواعية التي يملؤها الوعي أو

يكونها. إذ يمكن تمييز العمليات الفكرية بين شكل ومضمون، مثل: كل الناس أموات، يكون الشكل هو

ترسيم للقضية الكلية الإيجابية كل القضايا أ هي ب: يتكون المضمون من فكري إنسان وموت. وفي

المنطق، مضمون مفهوم ما هو اشتماله، تضمينه، هذا المعنى يستخدم بوجه خاص في اللغة الألمانية

Inhalt. (لالاند ، 2001، صفحة 219)

ثانياً: اصطلاحاً

عرّفه ابراهيم فتحي بأنه: مجموع العناصر والعمليات التي تشكل أساس شيء وتحدد وجوده وتطوره

وتعاقب أشكاله، والمضمون هو وحدة كل العناصر المكونة لشيء: خواصه وعملياته الداخلية، ارتباطاته

وتناقضاته واتجاهاته وقد تتركب أشياء مختلفة من نفس العناصر، لذلك فالمضمون هو النمط النوعي

للارتباط بين العناصر في شيء معين وهو ما يصنع بنية الشكل ويهبه ثباته النسبي وتحدّه. (فتحي إ.،

1986، صفحة 333).

ثالثاً: اجرائياً

من خلال الطرح السابق نقدم مفهوما إجرائيا للمضامين السياسية في هذه الدراسة حيث تشمل كل القضايا والموضوعات السياسية التي تم بثها ومناقشتها من خلال برنامج **جو شو** الذي عرضها بشكل هزلي ساخر عبر قناة التلفزيون العربي في الفترة الممتدة من أكتوبر 2018 إلى فيفري 2019 وقد تأخذ هذه قضايا عدة أشكال منها على سبيل المثال لا الحصر (خطابات الرؤساء، اغتيالات، انتخابات، مظاهرات، أنشطة الوزراء، انقلابات، نزاعات، اعتقالات... إلخ)

2.5 البرنامج :

أولاً: لغة

جاء في قاموس المنجد في اللغة العربية تعريف برنامج كما يلي: "برمج وضع برنامجا (فارسية): برمج إذاعة، برمج عقلا إلكترونيا، أعد برنامجا في حقل الغذاء و التنمية و سواهما: برمج المستقبل و مبرمج، تعليم مبرمج: " طريقة للتعليم بتطويع المادة المدرسية لقابلية كل فرد "، مبرمج: واضع برنامج: "مبرمج إذاعات " وبرنامج: ج برامج: منهج موضوع او خطة متبعة لغرض ما: "برنامج سياسي "، "برنامج حفلة "، "برنامج دراسات "، "برنامج منوعات " :بث إذاعي أو عرض تلفزيوني لموضوعات فنية غير محددة" (المنجد في اللغة العربية المعاصرة، 2001، صفحة 654)

ثانياً: اصطلاحا

عرّف **رشيد حسني راضي** البرنامج بأنه: بث مواد ومضامين متنوعة إلى جماهير واسعة ومتباينة

في العمر والمستوى المعيشي والوظيفي والثقافي والتعليمي (راضي ، صفحة 40)

لابد من الإشارة هنا، أن هذا التعريف أغفل نوع القناة التي تبتث هذه المواد والمضامين، فقد نجد قنوات أرضية، قنوات فضائية، قنوات عمومية وقنوات خاصة وأخرى متخصصة، إضافة إلى إغفاله لنوعية البرامج إذ تنقسم حسب محتواها إلى: برامج رياضية، سياسية، ترفيهية، ثقافية، تعليمية وغيرها.

5.3 السخرية

أولاً: لغة

جاء تعريف السخرية في كتاب تلخيص الذهب من لسان العرب كما يلي:

سَخَر منه وبه سَخْرًا و سَخَّرًا و مَسَخَرًا و سَخَرًا، و سُخْرًا و سُخْرِيًا و سُخْرِيًا و سُخْرِيًا و سُخْرِيًا: هزئ به، قال تعالى: "لا يسخر قوم من قوم" الحجرات الآية 11، وسخرتُ من فلان هي اللغة الفصيحة، وقال الأخفش سخرتُ منه وسخرتُ به وضحكت منه وضحكت به و هزئتُ منه و هزئتُ به، كل يقال و الاسم السُّخْرِيَّة و السُّخْرِيُّ و السُّخْرِي (محمد حسين ، 2014 ، صفحة 251)

وجاءت كلمة ساخر في قاموس المنجد للغة العربية كالتالي: من يضحك على غيره جهرا، نظر إليه ساخرا، بدا ساخرا، شخص أو كاتب بارع في السخرية أو ميال إليها، الذي يتصرف نحو غيره بلا احتشام واعتبار، يقال صبي زقاقي ساخر، أي دال على هزء وسخرية وسخرة: من يسخر به "كان سخرة رفاقه" وسخري: ساخر أي دال على سخرية (المنجد في اللغة العربية المعاصرة، 2001، صفحة 654)

ثانياً: اصطلاحاً

يعرف محمود شكري الألوسي السخرية نقلاً عن القرطبي بأنها: "الاستحراق والمهانة والاستهانة والتتبيه على العيوب والنقائص بوجع يضحك منه، وقد تكون بالمحاكاة بالفعل والقول أو الإشارة أو الإيماء

او الضحك على كلام المسخور منه إذا يخطب فيه أو غلط وعلى صنعته أو قبح صورته " (الإبياري، 2021، صفحة 15)

ثالثا: تعريف البرنامج التلفزيوني الساخر اصطلاحا

يعرفه ضياء مصطفى على بأنه: "منهاج يحمل رسالة اتصالية ذات شكل ومضمون درامي أو لا درامي أو كليهما معا عبر وسيلة التلفزيون، يهدف إلى نقد الظواهر الحياتية السياسية والاجتماعية بأسلوب يثير الضحك أو السخط أو كليهما معا لدى المتلقي، في إطار زمني محدد يعلن عنه مسبقا وبعنوان وموسيقى في بدايته ونهايته للتعريف به وفصله عما يسبقه أو يليه" (ناصر ، 2018، صفحة 15)

تجدر الإشارة هنا، أنه يُحمد لهذا التعريف محاولة تقديم تعريف شامل للبرامج التلفزيونية الساخرة، لكن يؤخذ عليه إغفاله لجوانب أخرى مهمة بإمكانها أن توظف في البرنامج التلفزيوني، وتكون أكثر أهمية من العنوان والموسيقى - كما أشار في تعريفه - حيث تعرف هذه البرامج تنوعا كبيرا في طريقة عرضها، كالاستعانة بالديكور والجغرافيكس والرسومات والفيديوهات والتمثيل بمختلف عناصره وغيرها من الأساليب الأخرى.

رابعا: التعريف الإجرائي للبرامج التلفزيونية الساخرة

نقصد بالبرامج التلفزيونية الساخرة في هذه الدراسة: "كل محتوى سمعي بصري يبث عبر قناة التلفزيون العربي ويقدم مضمونا ساخرا يستخدم فيه تقنيات كثيرة كالموسيقى والتمثيل والرسم الكاريكاتيري،

ويتعلق المضمون الإعلامي في هذا النوع البرامجي بشكل مباشر أو غير مباشر بالقضايا السياسية التي تعرفها الدول العربية".

وفيما يلي بعض المفاهيم الأخرى التي تفيد الدراسة سنورد تعريفاتها الاصطلاحية:

أ. السياسة: عرّفها مصلح الصالح بأنها: فرع من العلوم الاجتماعية يقوم على دراسة تنظيم الحكومة، نواذرها وتاريخها ونظريتها، وهو علم يتم باسم الدولة أو الحكومة إذ يعني الدراسة العلمية للسلوك السياسي أو الحكم، والعمليات التي تنطوي عليها السلوك الإنساني ويتم من خلالها إنهاء الصراع بين الخير العام ومصالح الجماعات. (الصالح ، 1999 ، صفحة 403)

ب. الوعي السياسي: يعرف قاموس أكسفورد الوعي بأنه: "المعرفة المتبادلة بين الأشخاص، أو المعرفة والايان الراسخ، والقناعة والحجج التي تؤدي إلى الإقناع بمجموعة من الأفكار والانطباعات والمشاعر الموجودة في الشخص الواعي، والوعي هي الصفة التي تميز مقدرة الأفراد على التفكير." (1961, p. 847)

وورد في تعريف آخر أن الوعي السياسي هو: "مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية، التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، يطلها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها" (محمد منير ، صفحة 83)

لا بد من الإشارة هنا أن هذا التعريف أغفل الطريقة التي يتلقى بها الفرد هذه القيم والمبادئ السياسية، والتي تكون غالبا إما عبر الاتصال الشخصي أو باستخدام مختلف وسائل الاعلام سواء التقليدية أو الحديثة.

I. الاتصال السياسي: عرّف الاتصال السياسي بأنه " الطريقة التي تقوم فيها الظروف السياسية

بتشكيل نوعية الاتصال وكميته من جهة ومن جهة أخرى هو الطريقة التي يمكن أن نعزو الاتصال السياسي

إلى أي تبادل للرموز أو الرسائل، والتي إلى حد ما تكون قد شكلتها أو أنتجتها النظم السياسية الفعالة (محمد منير ، صفحة 83)

إن الاتصال السياسي هو كل تلك الرسائل مهما كان شكلها وحجمها ترسل من أي هيئة سياسية عبر وسائل الاتصال أو العكس.

6. الدراسات السابقة:

تُعرف الدراسات السابقة بأنها: "الجهود البشرية السابقة التي بحثت الموضوع الذي يدرسه الباحث بعينه، أو موضوعا مقاربا له من زاوية من الزوايا وفي ظرف من الظروف البيئية المتعددة مما تم نشره بأي شكل من الأشكال بشرط أن تكون مساهمة ذات قيمة علمية " (سعيد إسماعيل، 1994، صفحة 154)

تساعد الدراسات السابقة الباحث في توضيح مواطن الإضافة التي ستقدمها دراسته من خلال تتبعه لما سبقه من دراسات في نفس تخصص بحثه ومن خلال البحث في أدبيات البحث السابقة تبين أن هناك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع الاعلام الساخر وتناولته من زوايا مختلفة وقد تنوعت هذه الدراسات بين العربية والأجنبية. وفيما يلي نستعرض هذه الدراسات التي تمت الاستفادة منها مع الإشارة إلى أبرز ملامحها والتعليق عليها متضمنا جوانب الاستفادة منها في الدراسة الحالية وقد اعتمدنا في تقسيمها التسلسل الزمني من الأقدم إلى الأحدث كالتالي:

أولا: الدراسات العربية

الدراسة الأولى: للباحث محمد عارف محمد عبد الله بعنوان: دور قناة الجزيرة الفضائية في إحداث التغيير السياسي في الوطن العربي: الثورة المصرية نموذجا، رسالة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، جامعة النجاح الوطنية في نابلس (فلسطين) 2012. (عبد الله م.، 2012)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه قناة الجزيرة الفضائية في عملية التغيير السياسي التي حدثت في الوطن العربي معتمدة على الثورة المصرية كنموذج وتأثير القناة أثناء وبعد الثورة المصرية على مسارها وعلى الفعاليات اليومية التي حفلت بها، وذلك بالنظر إلى أن الإعلام بات يمثل أحد أهم القوى المؤثرة في السياسة بشكل عام، وفي عملية التغيير السياسي بصفة خاصة.

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي حيث عملت الدراسة على وصف وتحليل دور قناة الجزيرة في الثورة المصرية من خلال تغطيتها وتناولها لمختلف أحداثها، وبالتالي قياس التأثير الذي أحدثته على التغيير السياسي في الوطن العربي بشكل عام، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان كوسيلة بحث، وذلك لقياس الدور الذي لعبته القناة خلال الثورة المصرية بالاعتماد على عينة مكونة من 100 شخص من الصحفيين والسياسيين وأساتذة الجامعات المصريين تم اختيارهم بطريقة عينة كرة الثلج.

I. من أهم نتائج هذه الدراسة:

- لعبت الجزيرة دوراً هاماً جداً في الثورة المصرية من خلال تغطيتها لها وأنها أسهمت في تشكيل رأي عام مصري وعربي مؤيد للثورة ومعارض للنظام المصري السابق، وأنها استخدمت مجموعة من القوالب التحريرية والفنية "الكلمة، المصطلح الألوان، الموسيقى، الصورة وغيرها" والتي كانت تتماشى مع الثورة ومطالبها وكانت تثير الإحساس والشعور الوطني في الوعي المصري مما أدى إلى دعم الثورة والثوار.
- هناك اتفاقاً عاماً تقريباً على تجاوز قناة الجزيرة في تغطيتها للثورة المصرية حدود التغطية الصحفية لتصل إلى حدود صناعة الحدث والمشاركة في الثورة، وهو ما يتنافى مع المهنية والموضوعية الصحفية التي يجب أن تتمتع بها وسائل الإعلام.

• تدخلت أجندة وأهداف القناة الخاصة في طبيعة التغطية للثورة المصرية، ولكن هذا الأمر مفهوم أيضاً كون أنه لا يوجد إعلام دون أجندة وأهداف، بالإضافة إلى أن فلسفة تغطية القناة للشأن المصري لم تتغير بحدوث الثورة، بل كانت استمراراً لنهج سابق تجاه النظام المصري وتجاه الأنظمة العربية الأخرى، وهو النهج الذي يعتمد على تبني وجهة نظر الشعوب وليس الحكومات أو الأنظمة.

II. أوجه الاستفادة من الدراسة:

من الملاحظ أن دراسة محمد عارف محمد عبد الله بعنوان: دور قناة الجزيرة الفضائية في إحداث التغيير السياسي في الوطن العربي: الثورة المصرية نموذجاً قد تشابهت مع الدراسة الحالية في بحثها في المواضيع السياسية التي تبثها القنوات التلفزيونية العربية حيث ركزت الدراسة على فترة ما سمي بالربيع العربي وهي الفترة التي تتزامن والدراسة الحالية فيما يتعلق بموضوع التغيير السياسي وهو نفس الموضوع الذي تحدث عنه برنامج جو شو في العديد من حلقاته و بالتالي فقد استفادت الباحثة من هذه الجزئية في إثراء الجانب النظري و كذا تفسير نتائج الدراسة ، إضافة إلى تشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في استخدام نفس المنهج الوصفي التحليلي.

الدراسة الثانية: للباحثة هنيذة أحمد أبو خليل بعنوان "درجة توجه المضمون السياسي لبرنامج

باسم يوسف الساخر في الفترة الممتدة بين 23 تشرين الثاني 2012 إلى 25 تشرين الأول 2013"،

رسالة ماجستير (2015)، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن. (أبو خليل،

(2015)

تمحورت إشكالية الدراسة في تعاضم دور وسائل الإعلام والاتصال إلى درجة بصعب فيها الفصل

بين الإعلام وبين البنى الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية، بينما ترى الباحثة أن تأثير دور الإعلام

والإتصال على البنية السياسية كان أكثر وضوحاً وأكثر أهمية من غيرها نظراً لأسباب متعددة أهمها أن العمل السياسي قائم على التواصل المجتمعي بمفهومه الواسع أولاً، بل هو في الحقيقة "عمليات اتصال" مثلما عرّفه بعض علماء السياسة، ومن ثم لأن العمل السياسي يتوجه إلى جمهور المتلقين على اختلاف فئاتهم، ولهذا فقد أدت هذه الأوضاع السياسية المتغيرة إلى ظهور وتفاعل نشاطات واسعة ومتحركة في كل المجالات الاجتماعية والفنية والأدبية، وقد ظهرت هذه النشاطات بشكل واضح في الساحة الإعلامية المصرية.

وقد جاء التساؤل الرئيسي كالتالي: ما درجة توجه المضمون السياسي لبرنامج باسم يوسف الساخر

في الفترة الممتدة بين 23 تشرين الثاني 2012 إلى 25 تشرين الأول 2013؟

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي بأسلوب تحليل المضمون واختارت الباحثة 15 حلقة

من حلقات البرنامج التي بثت على قناة CBC

I. من أهم نتائج هذه الدراسة:

● وجود علاقة دالة إحصائياً عند مستوى ($a < 0,05$) بين المواضيع التي تناولها باسم يوسف بطريقة جدية، أو بطريقة الاستعراض وبين درجة تأييدها لها، كما أشارت الدراسة أن المواضيع التي يؤيدها باسم يوسف أكثر تكراراً خلال البرنامج بنسبة (42,3%) فيما كانت المواضيع التي يعارضها البرنامج (44,1%). أما المواضيع التي يكون فيها محايداً فكانت بنسبة (37,6%).

● بينت الدراسة بأن المواضيع التي يؤيدها باسم يوسف، يستخدم فيها وبشكل أكبر الوثائق والفيديو بنسبة (50,8%) وتثبت نتائج اختبار مربع كاي وجود علاقة دالة إحصائياً عند مستوى ($a < 0,05$) بين استخدام المعينات في مواضيع البرنامج وموقف باسم يوسف منها.

II. أوجه الاستفادة من الدراسة:

تشارك هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المجال البحثي فكلتا الدراستين اهتمت بالبحث في المضمون السياسي للبرامج التلفزيونية الساخرة حيث اتخذت الدراسة السابقة من برنامج "البرنامج" الذي بثته قناة CBC عينةً للدراسة في حين اتخذت الدراسة الحالية برنامج "جو شو" كعينة للبحث، كما تقترب الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية من ناحية أهدافها حيث تهدف كلتا الدراستين إلى معرفة كيفية المعالجة الإعلامية الساخرة للمضمون السياسي، كما استفادت الدراسة الحالية من الأداة التي استخدمتها الدراسة السابقة وهي أداة تحليل المضمون حيث ساعدت الباحثة في تحديد بعض الفئات التي تبنتها في تصميم استمارة تحليل المضمون الخاصة بدراستها الحالية ما ساهم في التأكد من سلامة الإجراءات المنهجية باعتبار أن الدراستين تشتركان في نفس الخطوات المنهجية.

الدراسة الثالثة: للباحث بسنت مراد فهمي بعنوان: تعرض الجمهور لمقاطع الفيديو الساخرة على

موقع يوتيوب (YouTube) وتأثيره في مستويات الثقة في الشخصيات العامة، المجلة العلمية لبحوث

الإذاعة والتلفزيون - العدد الثاني عشر (فهمي ، 2017)

سعى الباحث إلى تقصي مدى تأثير مشاهدة الجمهور المصري لمقاطع الفيديو الساخرة للشخصيات العامة بالمجتمع في شتى المجالات السياسية و الاجتماعية و الرياضية و الإعلامية و غيرها على درجة ثقتهم في تلك الشخصيات و العوامل المؤثرة في تحديد درجة الثقة في ضوء متغيرات الدراسة التي شملت مستوى تذكرهم لها، تنتمي الدراسة الدراسات الوصفية ، و قد استخدم الباحث منهج مسح الجمهور لكشف العلاقات المخلفة بين المتغيرات ، و مدى وجود ارتباط بينهم من عدمه ، و اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان الالكترونية و ذلك لتسهيل عملية جمع البيانات.

هدفت الدراسة إلى التعرف على ما إذا كانت مشاهدة الجمهور المصري لمقاطع الفيديو الساخرة على موقع يوتيوب يؤثر على مدى ثقتهم في الشخصيات العامة، اشتمل مجتمع الدراسة على جميع مستخدمي موقع يوتيوب الذين يشاهدون مقاطع فيديو ساخرة وتمثلت عينة الدراسة في عينة غير عشوائية تكونت من 210 مفرد من مشاهدي مقاطع الفيديو الساخرة على موقع يوتيوب بأية كثافة.

I. من أهم نتائج هذه الدراسة:

- فاقت نسبة من يشاهدون يوتيوب سواء أحيانا أو دائما نسبة 47,6% و 43,8% على التوالي حيث تصدرت هذه النسب المرتبة الأولى. تصدر المحتوى الفني والترفيهي المرتبة الأولى 73,3%.
- وأشارت الدراسة أيضا أن المبحوثين يشاهدون المحتوى الساخر على موقع يوتيوب بشكل نادر بنسبة 55,2% وبنسبة 32,9% يشاهدونه مرتين إلى ثلاث مرات أسبوعيا حيث أكدت هذه النتائج أن السخرية عنصر جذب قوي للجمهور.
- وجاءت نسبة 70% فيما يتعلق بسبب مشاهدة المقاطع الساخرة حيث أرجعه المبحوثين إلى كون الشخصية موضع السخرية محبوبة أو غير محبوبة وجاءت نسبة 75,7% من افراد العينة يتذكرون مقاطع الفيديو الساخرة حول الشخصيات العامة كون هذا النمط يتميز بالجاذبية والقبول الجماهيري.

II. أوجه الاستفادة من الدراسة:

سعت دراسة تعرض الجمهور لمقاطع الفيديو الساخرة على موقع يوتيوب وتأثيره على مستويات الثقة في الشخصيات العامة إلى تقصي مدى ثقة الجمهور بالشخصيات العامة بعد تعرضه لمقاطع الفيديو الساخرة عبر يوتيوب وقد اشتركت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في تناولها لمتغير السخرية كأحد أهم متغيرات الدراسة في حين اختلفت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تبنيها لمنهج مختلف وهو منهج المسح

"مسح الجمهور" وبالتالي فإن الدراستين تختلفان في نوع الوسيط عينه الدراسة بين موقع يوتيوب كأحد منصات التواصل الاجتماعي والاعلام الجديد وبين التلفزيون العربي كأحدى القنوات الفضائية، مما مكّن الباحثة من معرفة أهم الفروق التي يمكن أن تكون بين محتوى ساخر يُبث عبر فضائية تلفزيونية وبين آخر يُبث عبر مواقع التواصل الاجتماعي يوتيوب نموذجاً. إضافة إلى استفادة الباحثة من شق الدراسة التوثيقي في إثراء جانب الدراسة النظري في الدراسة الحالية.

الدراسة الرابعة للباحث ضياء مصطفى ناصر بعنوان: "أساليب السخرية في برامج القنوات الفضائية وعلاقتها بالتحريض السياسي"، أطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، 2018 (ناصر ، 2018)

طرح الباحث التساؤل التالي: ما علاقة أساليب السخرية في برامج القنوات الفضائية في غرس ثقافة التحريض السياسي لدى الجمهور، سواء كان التحريض إيجابياً بهدف تنوير السلطة وخدمة المجتمع أم سلبياً يرمي إلى إسقاط السلطة وتفكيك المجتمع؟

قام الباحث بمسح شامل لأهم البرامج التلفزيونية الساخرة التي عرضت في القنوات العراقية ما بين 2003 و2018، واستعان بالمنهج المسحي لدراسة العلاقة بين أساليب السخرية في البرامج التلفزيونية، والتحريض السياسي للوصول إلى وجود هذه العلاقة من عدمها، وكذلك لمعرفة أسباب هذه الظاهرة والعوامل المتحكمة بها، وقد استخدم الباحث أدواتي الملاحظة والمقابلة وكذا الاستبيان بالإضافة إلى تحليل المضمون.

I. من أهم نتائج هذه الدراسة:

● سعت البرامج التلفزيونية الساخرة عن طريق أساليبها ومضامينها لغرس ثقافة التحريض السياسي الإيجابي والسلبى، إلا أن التحريض الإيجابي قد حاز على النسب الأكبر وهذا يؤكد الدور التنويري والإصلاحي والرقابي في البرامج التلفزيونية الساخرة وكذا التحريض السلبى على نطاق محدود جداً.

• حاولت البرامج التلفزيونية الساخرة عن طريق أساليبها ومضامينها لغرس ثقافة التحريض الإيجابي باتجاه انتقاد أفعال السلطة غير المشروعة وناهضت العنف والكراهية والتمييز العرقي والطائفي وكذلك التحريض الإيجابي باتجاه دعم السلطة.

• وظفت البرامج التلفزيونية الساخرة مضامينها وأساليبها في انتقاد الواقع السياسي والاجتماعي للعراق.

• اتجه الأفكار في البرامج التلفزيونية الساخرة كانت معارضة في الغالب للإدلاء السياسي والحكومي

للسلطة.

• وظفت البرامج التلفزيونية الساخرة الأشكال الفنية وغير الدرامية في تقديم المضامين والأساليب

الساخرة.

• يهدف الجمهور من خلال تعرضه للمضامين الساخرة إلى الحصول على التسلية والضحك وليس

لبناء موقف سياسي تجاه قضية أو شخصية.

II. أوجه الاستفادة من الدراسة:

تقترب هذه الدراسة من حيث أهدافها من الأهداف البحثية التي حددتها الدراسة الحالية إذ تبحث

كلتاهما في موضوع السخرية السياسية كما تعالجها البرامج التلفزيونية الساخرة وعليه فقد استفادت الباحثة

من الدراسة السابقة في عدة نقاط من أهمها توضيح الرؤية أكثر فيما يخص بالسخرية السياسية كمفهوم

وأنواع وأساليب وعليه فقد استفادت الباحثة من الدراسة السابقة في عدة نقاط أهمها توضيح الرؤية أكثر فيما

يخص إثراء الجانب النظري، إضافة إلى مساعدة الباحثة في تحديد فئات استمارة تحليل المضمون وخاصة

ما تعلق بفئة المواضيع، فئة أساليب السخرية وغيرها من الفئات. وسيتم توظيف النتائج التي توصلت إليها

الدراسة السابقة في تحليل بيانات ومعطيات الدراسة الحالية لاحقاً. وتختلف هذه الدراسة عن مختلف

الدراسات الموظفة في كونها اعتمدت على أدوات بحث مختلفة حيث جمعت بين الاستبيان والمقابلة واستمارة تحليل المضمون.

الدراسة الخامسة للباحث عبد اللطيف حيدر (2019) بعنوان "البرامج السياسية الساخرة في شبكة الجزيرة: فاعلية الخطاب النقدي وآليات اشتغاله" دراسة ماجستير في الإعلام والدراسات الثقافية، معهد الدوحة للدراسات العليا في قطر، خلال أبريل/نيسان 2019 (عبد اللطيف، 2019)

تمثلت إشكالية الدراسة في معرفة خصائص ومضامين المعالجة الساخرة للموضوعات السياسية في برنامجي "فوق السلطة" و "السليط الاخباري" اللذان يبتان على شبكة الجزيرة الإعلامية وقد طرح الباحث التساؤل التالي:

ما مضامين المعالجة الساخرة للموضوعات السياسية في برنامجي "فوق السلطة" و"السليط الإخباري" في شبكة الجزيرة العالمية؟

وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المختلط، القائم على الجمع بين المنهج الكيفي والمنهج الكمي وذلك باستخدام أداة تحليل المضمون في الجانب الكمي وأداة المقابلة في الجانب الكيفي، فيما تمثل مجتمع البحث لهذه الدراسة في برنامجي "فوق السلطة" الذي تبثه قناة الجزيرة الاخبارية وبرنامج "السليط" الذي بثه موقع الجزيرة بلس، إذ اعتمد الباحث على العينة القصدية من خلال اختيار 67 حلقة من حلقات البرنامجين بواقع 27 حلقة من برنامج فوق السلطة و40 حلقة من برنامج السليط.

I. من أهم نتائج هذه الدراسة:

- بينت الدراسة وجود اختلاف بين البرنامجين، من حيث البناء واللغة المستخدمة، والاختلاف في نسبة تناول الموضوعات السياسية العربية والعالمية؛ حيث جاءت "التغييرات الجديدة في السعودية" في

المرتبة الأولى في الموضوعات السياسية التي تناولها برنامج "فوق السلطة" بنسبة 17 %، بينما كان النظام السياسي المصري الأكثر تناولاً في برنامج "السليط الإخباري" بنسبة 13 % من النسبة الإجمالية للموضوعات السياسية التي ناقشها البرنامج، وقد تمثلت أبرز الموضوعات في: حصار قطر، والتوظيف السياسي للدين، والتغييرات الجديدة في السعودية، وموجة التطبيع مع إسرائيل، والنظام السياسي المصري، والديمقراطية العربية.

• أما بالنسبة للفئة الأكثر استهدافاً فقد جاءت كالتالي: "الإعلاميون، والمشاهير، ومشايخ الدين، وأجهزة الإعلام" بنسبة 32 % لكليهما. وفيما يتعلق بلغة الجسد الهزلية فقد توصل الباحث أنها تأتي على رأس تقنيات السخرية الأكثر استخداماً في البرنامجين؛ حيث وردت بنسبة 28 % في برنامج "فوق السلطة"، مقابل 37 % في برنامج "السليط الإخباري".

• فيما أوضحت النتائج أيضاً، أن أبرز أهداف السخرية في البرنامجين تمثلت في نقد السياسيين؛ حيث جاء بنسبة 48 % في برنامج "فوق السلطة"، مقابل 39 % في برنامج "السليط الإخباري".

• بينما جاءت الفيديوهات والمواد المرئية على رأس طرق العرض المستخدمة في البرنامجين؛ حيث جاءت في برنامج "فوق السلطة" بنسبة 70 %، مقابل 65 % في برنامج "السليط الإخباري".

• كما توصل الباحث أن السخرية الصريحة جاءت على رأس استراتيجيات السخرية المستخدمة في البرنامجين، بنسبة بلغت 84 % في برنامج "فوق السلطة"، مقابل 77 % في برنامج "السليط الإخباري".

II. أوجه الاستفادة من الدراسة:

تقترب هذه الدراسة أيضاً بشكل كبير مع الدراسة الحالية حيث تبحث هي الأخرى في كيفية المعالجة الإعلامية للموضوعات السياسية في برنامجي "فوق السلطة" و"السليط الإخباري" في شبكة الجزيرة العالمية،

و قد اعتمد الباحث إضافة إلى البرنامج التلفزيوني على برنامج يُبث عبر موقع الجزيرة كعينة لدراسته وقد استفادت الباحثة من الجزئية الأولى باعتبارها تهم دراسته الحالية بشكل مباشر خاصة فيما تعلق بتصميم استمارة تحليل المضمون واختيار مختلف فئاتها ومؤشراتها، إضافة إلى استفادة الباحثة من نتائج هذه الدراسة لتفسير و التعليق على نتائج تحليل الدراسة الحالية.

الدراسة السادسة: مقال علمي للباحثتين فائزة بوزيد وسامية جفال بعنوان: معايير القائم بالاتصال في تحديد أولويات القضايا السياسية بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد: "قراءة نظرية في مستجدات نظرية القائم بالاتصال"، مجلة المعيار، مجلد: 42 عدد: 15، 2020. (جفال و بوزيد، 2020)

تعد هذه الدراسة من المقاربات النظرية التحليلية، التي تبحث في مستجدات البيئة الرقمية الجديدة، وما طرحته من متغيرات على مستوى نظرية حارس البوابة، ودور القائم بالاتصال في صناعة المحتوى الإعلامي السياسي، في بيئة إعلامية يصعب التحكم في مدخلاتها ومخرجاتها. خاصة وان نظرية حارس البوابة، من النظريات المهمة والأساسية لفهم الأبعاد المختلفة في صناعة المحتوى الاتصالي والإعلامي، ومدى تأثير هذا الأخير على صناعة الرأي العام وبناء الصورة الذهنية للمجتمع. كما هدفت الدراسة إلى استقراء الأدوار والتمظهرات الجديدة للقائم بالاتصال في ظل الإتاحة التي توفرها الوسائط الإعلامية الجديدة لجمهير التدفق الإعلامي الكبير، وعلى جميع الأصعدة الاجتماعية والسياسية.

طرحت الباحثتان التساؤل التالي:

ما هي المعايير المتحركة في القائم بالاتصال، كمتغيرات جديدة في بناء أولويات القضايا

السياسية في ظل وسائل الاعلام الجديدة؟

I. أهم نتائج هذه الدراسة:

توصلت الدراسة إلى خلاصة مفادها أن الضغوط التي تفرضها اليوم التكنولوجيا الحديثة بفضل التطور الكبير في الوسائط وخصائصها، بفضل حالة التغلغل والغزو التي تمارسها التقنية في حياة الأفراد والمجتمع، انتشار ثقافة التواجد الدائم على الشبكة، البحث عن المواكبة والرغبة في المشاركة في المعلومة وصنعها سار بالعملية الاتصالية في سياق منح للمرسل والمستقبل نفس معايير السلطة على صناعة المحتوى الإعلامي السياسي، إضافة أن تغير مركز السلطة الإعلامية وانتقالها من الصحفيين المهنيين القائمين على المحتوى الإعلامي والسياسيين ممثلي الأحزاب السياسية أو الحكومات على المحتوى السياسي إلى الجماهير العريضة؛ التي تعي جيدا الواقع الاجتماعي والسياسي وتتقن النقاش والتحاور وكذلك المناورات الإعلامية والسياسية.

كما أن تطور المنظومة الإعلامية والاتصالية بتقنياتها وممارستها، يستلزم تطويرا في المقاربات العلمية والمنطلقات النظرية التي ارتبطت ولبرهة من الزمن بوسائل الإعلام التقليدية، والتي لم يعد مناسباً الاعتماد عليها في تفسير الظواهر الإعلامية والاجتماعية في بيئة رقمية تفرض متغيرات تختلف جذريا عن متغيرات البيئة الإعلامية التقليدية.

II. جوانب الاستفادة من الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى محاولة البحث عن المعايير المتحركة في القائم بالاتصال، كمتغيرات جديدة في بناء أولويات القضايا السياسية في ظل وسائل الاعلام الجديدة و الاعلام التقليدي، و قد استفادت الدراسة الحالية من هذا الاهتمام البحثي في بلورة إشكالية دراستها الحالية و ضبط مصطلحاتها بما يتوافق و أهداف الدراسة، باعتبار أن الدراسة الحالية تبحث في المضامين السياسية حيث ساعدت الدراسة السابقة الباحثة في إثراء الجانب النظري للدراسة بما يتفق والمواضيع السياسية التي ثبتها وسائل الاعلام التقليدية باعتبارها كعينة للدراسة إضافة إلى استفادة الدراسة الحالية من النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة

السابقة في تحليل نتائج البحث و كذا استفادة الباحثة من الخلفية النظرية لهذه الدراسة في توجيه الدراسة الجالية نحو نفس المقاربة النظرية المتبناة (نظرية ترتيب الأولويات).

ثانيا: الدراسات الأجنبية

الدراسة الأولى: للباحثين Nazir Farrukh و Mohamed Bilal bahatti بعنوان:

Impact of Political Satirical Shows on Political Socialization An

(Farrukh & Bhatti, 2016).2016,Analysis

هدفت الدراسة إلى البحث عن تأثير البرامج السياسية الساخرة على التنشئة السياسية وكذلك ومعرفة التأثير السياسي للعروض الساخرة على مستوى الوعي السياسي وطرح الباحثان التساؤل التالي هل تزيد العروض الساخرة من المعرفة السياسية لدى الناس؟ وطرح الباحثان التساؤلات التالية:

● هل ينظر المشاهدون إلى المعلومات التي تم الحصول عليها من البرامج السياسية الساخرة على أنها جديرة بالثقة أم لا؟

● ما هو تأثير البرامج السياسية الساخرة في الوعي السياسي بين المشاهدين؟

● ما هو تأثير البرامج السياسية الساخرة في سلوك المشاهدين في التصويت للانتخابات؟

ووضع الباحثان الفرضيات التالية:

- إن التعرض للبرامج السياسية الساخرة يرتبط ارتباطا إيجابيا بالتنشئة الاجتماعية السياسية؛
- إن البرنامج السياسي الساخر الذي تبثه قناة Géo tv، له تأثير كبير على التنشئة السياسية بين المشاهدين أكثر من البرامج السياسية الساخرة لتلفزيون Aaj Tv و قناة Dunya Tv.

I. أهم نتائج هذه الدراسة:

قام الباحثان بإجراء مسح على 300 شاب تم اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة، وتم توزيع 300 استمارة استبيان على شباب العاصمة باكستان " إسلام آباد ". توصل الباحثان إلى مجموعة من النتائج نلخصها فيما يلي:

● استخدم الباحثان معامل ارتباط Spearman لفحص قوة العلاقة بين المتغيرين وكانت العلاقة المتبادلة كبيرة عند مستوى 1% SIG ثنائي الطرف 0,003 وكانت قيمة المعامل 0.210 وأظهرت نتائج الانحدار بيوتا التي أشارت إلى 0.16 16% من التباين في التنشئة السياسية والذي يفسر التعرض للبرامج السياسية بنتائج انحدار قدرت ب 3,02 وبهذا تحققت الفرضية الأولى $F(1, 198) = 9,13$ $P < 0,001$.

● أظهرت النتائج أن للمشاهدين إدراك إيجابي قوي بالدور الذي تلعبه العروض السياسية الساخرة وبينت الدراسة أن المشاهدين وجدوا أن محتويات البرامج الساخرة جديرة بالثقة وذات مصداقية ودقيقة.

● كما أظهرت نتائج الدراسة أن العروض الساخرة كانت إيجابية في زيادة الوعي بين المشاهدين الذين أظهروا مستويات ثقة عالية في محتويات العروض الساخرة.

II. جوانب الاستفادة من الدراسة:

هدفت الدراسة السابقة إلى البحث عن تأثير البرامج السياسية الساخرة على التنشئة السياسية وكذلك معرفة التأثير السياسي للعروض الساخرة على مستوى الوعي السياسي للمشاهدين، وبالتالي فإن هذه الدراسة تشترك مع دراستنا الحالية في بحثها عن ماهية البرامج التلفزيونية الساخرة وعن موضوعاتها السياسية حيث

تلتقي مع الدراسة الحالية في هذا الجانب حيث بينت نتائج الدراسة الدور الذي تلعبه البرامج التلفزيونية الساخرة في زيادة الوعي السياسي للمتلقي وهذا ما تستفيد منه دراستنا الحالية في تحليل نتائجها لاحقاً.

الدراسة الثانية للباحثة: **Francesca Ruggieri** بعنوان

ATIRENCOURAGES CRITICAL AWARENES POLITICAL: POLITICAL SATIRE ON TELEVISION: HOWS ISSUES AND CONTRIBUTES TO THE FORMATION OF A CIVIC CULTURE. (Ruggieri, 2013)

السخرية السياسية على شاشة التلفزيون: كيف تشجع السخرية السياسية الوعي النقدي بالقضايا السياسية وكيف تساهم في تكوين الثقافة المدنية.

تبحث هذه الدراسة في طبيعة السخرية السياسية في تلفزيون المملكة المتحدة وإيطاليا، بداية من ظاهرة السياسة الشعبية التي تحتاج إلى نهج جديد في التعامل معها، بما يتناسب مع الثقافة المتطورة التي تهيمن عليها وسائل الاعلام وخاصة برامج السخرية السياسية التي تقدم حسب الباحثة مستوى من الصدق لا نجده في البرامج التقليدية الإخبارية.

وطرحت الباحثة التساؤل التالي: كيف يمكن أن تشجع السخرية السياسية الوعي النقدي بالقضايا السياسية وإلى أي مدى تساهم السخرية في تكوين وعي مدني؟

ركزت الدراسة على الجانب النوعي وليس الكمي، وقد تم ذلك وفقاً لمنهجية المجموعات المركزة، واختارت الباحثة تحليل برنامج " نعم رئيس الوزراء " على التلفزة الإنجليزية و " برنامج إيطاليا لاند " على التلفزة الإيطالية.

I. أهم نتائج هذه الدراسة:

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نلخصها فيما يلي:

● أكدت النتائج على وجود علاقة بين السياسية والتلفزيون والسخرية، وكذا دور المشاهدين الذين يعتبرون مواطنين فاعلين من الناحية الأخرى.

● وأكدت المناقشة التي جرت في المجموعات المركزة، أن الناس أصبحوا جزء نشط في العملية السياسية.

● جاءت النتائج مختلفة بين الدولتين، باعتبار أن السخرية السياسية هي مرآة للمجتمع، فهي تمثل ماهية الناس وما يفكرون به وما يتصرفون.

II. جوانب الاستفادة من الدراسة:

تتشابه دراسة **Francesca Ruggieri** إلى حد بعيد مع دراستنا الحالية باعتبارها تشترك معها في نفس الإشكالية البحثية، حيث بحثت الدراسة السابقة عن الكيف التي يمكن أن تشجع السخرية السياسية عبر البرامج التلفزيونية في تشكيل الوعي النقدي بالقضايا السياسية وإلى أي مدى تساهم السخرية في تكوين وعي مجتمعي بذلك. وبالتالي فقد استفادت الدراسة الحالية في إثراء جانبها النظري.

الدراسة الثالثة للباحثتين: **Nahed El Tantawy و AMAL IBRAHIM**

Egypt's Jon Stewart: Humorous Political Satire and Serious Culture

Jamming. (IBRAHIM & ELTANTAWY, 2017)

بحثت هذه الدراسة في ظهور نوع جديد من السخرية السياسية عبر برنامج "باسم يوسف" على يوتيوب، الذي أكسبه شعبية والملايين من المشاهدين في الأشهر القليلة الأولى فقط بعد ثورة 25 يناير،

بعد فترة وجيزة، بدأ يوسف الذي أطلق عليه اسم "جون ستوارت في مصر"، في تقديم برنامجه الساخر التلفزيوني الشهير "البرنامج" (The Show)، والذي كان أول تحول من الإنترنت إلى التلفزيون في الشرق الأوسط والأول من نوعه في مصر.

أثار مزيج برنامج باسم يوسف من الفكاهة والمحاكاة الساخرة والهجاء سلسلة من النقاشات في الخطاب السياسي المصري من خلال البيئة الإعلامية الجديدة ومشاركة الجمهور في منصات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب.

اعتمدت هذه الدراسة على تحليل الخطاب النقدي لوصف وتوليف محتوى البرنامج والإجابة على أسئلة مثل، ما هي ميزات التشويش الثقافي المطبقة في شكل ومحتوى البرنامج؟ ما هي الموضوعات / الموضوعات الرئيسية في الخطاب، وتقنيات السخرية، وخصائص التنسيق المطبقة في العرض؟ أخيراً، يعزز المقال النقاش حول العولمة وتوطين تنسيق التلفزيون من خلال استخلاص بعض الاستنتاجات - من منظور متعدد الثقافات - حول أوجه التشابه والاختلاف بين البرامج التلفزيونية الأمريكية والمصرية جون ستوارت.

كما اعتمدت الدراسة على تحليل عينة من حلقات البرنامج التي أثارت مستويات عالية من الجدل في الخطاب المصري، واكتسبت أيضاً أعلى معدلات المشاهدة. الحلقات المختارة مأخوذة من المواسم الثلاثة للبرنامج التي تم بثها من 2011 إلى 2014 على ثلاث محطات تلفزيونية مختلفة: ONTV و CBC و MBC.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نلخصها فيما يلي:

• قدم برنامج يوسف منفذًا إعلاميًا فريدًا وقدم صوتًا بديلاً قويًا وشكلاً جديدًا يمزج السياسة بالهزاء الساخر، حيث كان هذا النوع الجديد من السخرية التلفزيونية قادرًا على تشويش الخطاب السياسي المصري المهيمن وثقافة الإعلام التقليدية من خلال العديد من استراتيجيات التشويش في كل من الشكل والمحتوى (على سبيل المثال، التركيز على التناقضات المنطقية، والأخطاء الواقعية، والمبالغات، ومونتاج الفيديو السريع، والنقد الحاد).

• عمل برنامج البرنامج كشكل جديد من أشكال الصحافة النقدية والرقابة على وسائل الإعلام الرئيسية التي سخرت من معظم مذيعي البرامج الحوارية التلفزيونية، وانتقدت تناقضاتهم وعدم احترافهم في مناسبات مختلفة ومع مرور الوقت. باستخدام استراتيجية مونتاج الفيديو في برنامج The Daily Show لقطاعات مختارة من برامج الإعلام السائدة.

• تمكن باسم يوسف من تسليط الضوء على لحظات من الممارسات الصحفية غير الاحترافية، من خلال اختيار وإبراز شرائح معينة من هذه العروض وكذلك مقارنة المشاهدات السابقة مع المشاهدات الحالية لتنبه الجمهور إلى تقلب الرأي على الرغم من أن يوسف، الساخر، كان ينقل رسائله في أشكال من الفكاهة والنكات، إلا أن السخرية المتضمنة في العرض كانت مريرة وتناولت قضايا خطيرة في المجتمع المصري.

• يوضح برنامج البرنامج أيضًا كيف يمكن تعديل برامج تلفزيونية عالمية و تعديلها بنجاح ليناسب المشهد السياسي والثقافي والإعلامي للبلدان العربية، يشير العمل السابق على الوسائط العالمية وعملية التعريب - التي يشار إليها غالبًا باسم glocalization إلى أنه على الرغم من تجانس تنسيق الوسائط العالمية، فإن "بناء محتواها محلي بشكل متزايد، فبرنامج البرنامج هي النسخة المترجمة المصرية التي اعتمدت نفس تنسيق The Daily Show، مع النسخة المصرية التي تعد مثالاً آخر ناجحًا على globalisation بالإضافة إلى ذلك، نجح يوسف، الذي غالبًا ما يوصف بأنه جون ستوارت المصري أو

جون ستيوارت العالم العربي، في تبني تقنيات ستيوارت الساخرة، مثل الوجوه المضحكة واللغة الجريئة وحركات الجسد والنقد القاسي.

● كان للوسائط الالكترونية في العصر الرقمي تأثير أوسع بكثير على المجتمعات، مقارنة بمحتوى الوسائط التقليدية، فالفكاهة هي وسيلة فعالة للمعارضين لتوزيع رسالتهم على نطاق واسع، والوصول إلى الجماهير الأقل انخراطاً في السياسة.

● نظراً لتاريخ مصر الطويل في السيطرة على وسائل الإعلام وانعدام حرية التعبير، لم يكن من المستغرب إذن أن نرى تجربة سخرية سياسية جديدة مثل برنامج البرنامج تنتهي بشكل مفاجئ في عام 2014، في بلد لا يزال يعاني من مشاكل ضخمة نتيجة الانعكاسات السياسية والاقتصادية والمجتمعية لثورة 25 يناير 2011.

● أكدت الدراسة بأن المكسب المركزي لهذه الثورة لم يكن فقط رفع آمال الشعب المصري في إجراء إصلاحات اجتماعية وسياسية جوهرية، ولكن أيضاً رفع مستوى الوعي السياسي والمشاركة.

III. جوانب الاستفادة من الدراسة:

تعتبر دراسة **Nahed El Tantawy** و **AMAL IBRAHIM** من الدراسات الحديثة نسبياً التي بحثت في ماهية البرامج الساخرة شكلاً و مضموناً و معالجة فنية، حيث حللت الباحثتان برنامج "البرنامج" الذي يعتبر أول برنامج سياسي ساخر يضاهاى برامج الغرب شهرة و احترافية، و قد اشتركت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في اتباعهما لنفس الاداة البحثية الامر الذي ساعد الباحثة في تصميم فئات استمارة المضمون الخاصة بدراستها على ضوء ما توصلت اليه هذه الدراسة السابقة.

الدراسة الرابعة للباحثين: Catalina Gayà و Marçal Sintes و Carme Ferré-Pavia

بعنوان:

The perceived effects of televised political satire among viewers and the communication directors of political parties: A European case.

(Gayà, Sintes, & Ferré, 2016)

التأثيرات المتصورة للسخرية السياسية المتلفزة بين المشاهدين ومديري الاتصالات في الأحزاب

السياسية: الحالة الأوروبية.

تعالج هذه الدراسة مسألة تأثير السخرية السياسية المتلفزة على النحو المتصور من قبل المشاهدين وهو يقدم منظوراً جديداً حول التصورات المتباينة بين المواطنين ومديري الأحزاب السياسية فيما يتعلق بقدرة البرامج الساخرة على تحقيق نتائج والتغييرات أو المساهمة في نشر المعلومات عن القضايا السياسية.

حاولت الدراسة الإجابة عن السؤال البحثي التالي: هل ينظر المواطنون ومديرو الاتصالات في

الأحزاب السياسية إلى آثار السخرية السياسية بنفس الطريقة؟

وهدفت الدراسة إلى مقارنة كيفية تقييم أهميته من قبل مشاهدي التلفزيون ومديرو الاتصال على حد

سواء وخبراء من مختلف الأحزاب السياسية واستخدام التقنيات النوعية والكمية (المقابلات ومجموعات

التركيز والدراسات الاستقصائية) لتقييم الآثار المتصورة من قبل مختلف الجماهير ويمكن أن تزودنا

بمعلومات قيمة لتحليل التأثير المتصور للسخرية.

تمثلت عينة الدراسة في البرنامج التلفزيوني Polònia ليكون محور هذه الدراسة وهو برنامج ساخر تبثه محطة تلفزيون منطقة كتالونيا ذاتية الحكم في إسبانيا (Televisió de Catalunya) على قناتها الرئيسية، TV3، منذ عام 2006.

منذ البداية، لقيت Polònia استقبلاً جيداً من قبل المشاهدين وكانت تقييماتها أعلى بكثير من تلك الخاصة بالبرامج السياسية التقليدية على التلفزيون وأنهت Polònia موسمها 2012-2013 (الثامن) بمتوسط تقييمات يقارب 20% من حصة الجمهور (19.7%) ومتوسط 630.000 مشاهد لكل برنامج أسبوعي. يبلغ عدد سكان كتالونيا حوالي 7.5 مليون نسمة.

انطلقت الدراسة من الهدف العام لمقارنة تصورات المواطنين والمستشارين السياسيين فيما يتعلق بالتأثير الذي قد يكون لـ Polònia على المعرفة السياسية والرأي. والحالة المختارة هي برنامج يفسر أخبار الأسبوع من خلال مجموعة من القضايا ويضع الجهات الفاعلة/القادة السياسيين في أوضاع ساخرة. ومن خلال اختيار البنود وتحديد أولوياتها كما تفعل البرامج الإخبارية التقليدية، تقوم شركة Polethnia بوضع جدول أعمالها الخاص، أي ما تراه جديراً بالاهتمام والتعليق عليه. وتمشيا مع قوانين السخرية والكاريكاتير، يعمل البرنامج على إبراز ومبالغة بعض السمات المميزة في كل شخصية من شخصياته.

طرح الباحثون التساؤلات التالية:

- ما هي صورة القادة السياسيين التي يتصورها مشاهدو برنامج "بولونيا"؟

وبالاستعانة بدراسة استقصائية ومجموعات تركيز ومقابلات استفسر الباحثون عن مسألة ما إذا كان البرنامج يؤدي وظيفة زاخرة بالمعلومات في مواجهة الشخصيات السياسية، سواء وهو يُنظر إليه على أنه

وسيلة لإضفاء الطابع الإنساني على صورة هؤلاء القادة، وما إذا كانت هناك تغييرات من وجهة نظر المستهلكين.

● هل يعتقد مشاهدو التلفزيون أن البرنامج يثير اهتمامهم في السياسة أو يحفز مشاركتهم؟

انطلقت الدراسة من الفرضية العامة القائلة إنه نظرًا لأننا نتعامل مع جمهور متنوع من الأشخاص الذين هم إما قريبون جدًا من السياسة بفضل مهنتهم، أو بعيدون عنها، فإن جميع أسئلتنا ستحقق نتائج مختلفة للقطاعات قيد التحليل.

اعتمدت الدراسة على ثلاثة أساليب منهجية: استبيان، مجموعة بؤرية ومقابلات مع مستشاري الاتصالات للأحزاب السياسية. وتم إجراء الاستطلاع في شوارع برشلونة ومنطقتها الحضرية من قبل فريق من 20 من المحاورين في صيف عام 2008. ولم يتم قبول سوى المشاركين الذين شاهدوا البرنامج. كان هناك 1241 مستجيبًا ذكروا أنهم على دراية بالبرنامج إلى حد ما. بمجرد تصفيتها، تشكلت العينة في النهاية كمجموعة من 987 شخصًا تمت مقابلتهم. تم استبعاد بعض الأشخاص الذين تصادفوا بشكل مفرط من حيث العمر أو الملف الشخصي المهني لتجنب التحيز الاجتماعي (تم تنزيل 5 أشخاص من نفس المجموعة من موقع ecs.sagepub.com في مكتبة جامعة ستوكهولم في 3 أغسطس 2015، أنشئت على سبيل المثال ما لا يزيد عن 5 طلاب معماريين في العشرينات من العمر). في تمثيل إجمالي عدد السكان، كان هامش الخطأ في العينة 3.7 في المائة، مستوى ثقة 98 في المئة.

بالنسبة لمجموعة التركيز: تكونت عينة المسح من 476 امرأة و512 رجلاً، وبحسب العمر، شملت المواطنين الذين تتراوح أعمارهم بين 17 و88 عامًا (باستثناء 86 و87 عامًا). اتخذ الاستبيان شكل 13 سؤالاً، 10 منها مغلقة و3 أسئلة مفتوحة. باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS.

أتاح العمل مع مجموعة التركيز إمكانية التحقيق بعمق في القيم المتعلقة بالسياسة وتأثير برنامج مثل Polònia على المشاركة المدنية والانتخابية. تتكون المجموعة من ستة أفراد، جميعهم متوسطي المستوى الاجتماعي والاقتصادي غير مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بأطراف أو مؤسسات، من أجل تجنب معرفة المشاركين للباحثين، تم اقتراحهم جميعاً عبر أطراف ثالثة. كانت ملفاتهم الشخصية عشوائية. تطورت المناقشة حول خمسة أسئلة رئيسية. بمجرد نسخ النتائج، تم إنشاء نظام مؤشرات من أجل تقييمها بما يتماشى مع أهداف البحث. سمح استخدام نفس الفئات في المسح بمراجعة البيانات التي تم الحصول عليها.

I. نتائج الدراسة:

• تجدر الإشارة إلى أن جمهور Polònia يختلف عن الفئة العمرية التقليدية التي تجذبها عادةً العروض التلفزيونية الساخرة حيث وصلت نسبة مشاهدته في الفئة العمرية من 17 إلى 25 عاماً إلى 62 في المائة.

• في الوقت نفسه، أفاد 23 بالمائة فقط من مشاهدي برنامج "ديلي شو" المنتظمين أنهم يتابعون الأخبار الصعبة عن كذب، بينما يبلغ الرقم 32 بالمائة لنفس الفئة العمرية في كتالونيا.

• توصلت الدراسة أن 58.6% من المستجيبين ذكروا أن البرنامج الساخر يتمتع بحرية أكبر في توفير المعلومات مقارنة ببرنامج الأخبار التقليدي. هذا يدل على عدم الثقة في البرامج الإخبارية التقليدية وصورة الشخصيات العامة والتعريف بالشخصيات السياسية.

• تظهر العينة العشوائية أن البرنامج يمكن أن يساعد في التعريف بالشخصيات السياسية بشكل أفضل، كان 83.5 في المائة من الذين تمت مقابلتهم يعرفون من هي نائبة رئيس الوزراء في الحكومة الإسبانية في ذلك الوقت، وقد سمو منصبها بشكل صحيح.

• أشارت ما نسبته 87.9 في المائة إلى أن المشاهدة المنتظمة للبرنامج ستحسن قليلاً من معرفة الجمهور بالشخصيات السياسية أو على الأقل، حتى بدون أي إحصائيات مهمة، تؤكد على الأقل العلاقة بين المعلومات ومشاهدة البرنامج فيما يتعلق بنوع الجمهور.

• في تحليل نتائج المجموعة البؤرية، يظهر برنامج Polònia كبرنامج يوفر معلومات تتعلق بالشخصيات السياسية ويخلص أعضاء المجموعة إلى أن البرنامج يضيء الطابع الإنساني على السياسيين ويقربهم من المواطنين.

• يتفق مديرو الاتصالات للأحزاب على أن البرنامج يساهم بشكل كبير في زيادة المعرفة بالشخصيات السياسية.

• تُظهر استنتاجات مجموعة التركيز أيضاً أن التنسيق يضيء طابعاً إنسانياً على السياسيين من خلال تقديمهم بطريقة مريحة وفيها روح الدعابة وبإضفاء الطابع الشخصي على صورة السياسي في البرنامج لأن هذا الأسلوب يقرب الشخصيات السياسية من المشاهدين.

• يتفق المتخصصون في الاتصال السياسي على أن برنامج TV3 له تأثير على التصورات التي قد تكون لدى مشاهدي التلفزيون تجاه السياسيين ويمكن أن يكون ذلك إيجابياً أو سلبياً. ومن ثمة، فإن حوالي نصف من تمت مقابلتهم يوافقون على أن السخرية قد أحدثت تغييرات في مواقفهم اليومية.

• كان الاستنتاج الذي توصلت إليه مجموعة التركيز أن Polònia تساعد الناس على معرفة المزيد عن الشؤون السياسية طالما لديهم معلومات مسبقة. العلاقة التي أقيمت مع المعلومات هي علاقة تبعية، أي أن المشاهد يحتاج إلى أن يكون على علم من أجل فهم محتويات البرنامج. يحتاج المشاهد إلى إعلامه من أجل فهم وإدراك المعنى الكامل للنكات الساخرة في Polònia. واليمين مقابل اليسار.

• يرى مارك ريوس (ICV-EUiA) أن البرنامج يمكن أن يشجع على زيادة الاهتمام بالسياسة. "بالنسبة للأشخاص الذين ليس لديهم العديد من الأدوات للتفكير في السياسة، يمكن أن تكون بالتأكيد أداة لتقريبهم منها، وعلى هذا الأساس، خلق الاهتمام".

المواطنون الذين شاركوا في الاستطلاع لن يقبلوا أن البرنامج قد يجعلهم أكثر اهتماما بالسياسة، أو إحداث تغيير في الرأي، أو التأثير على تصويتهم، أو يؤدي إلى الامتناع عن التصويت. في المقابل، أجمع مستشاري الأحزاب السياسية على الرأي المعاكس من خلال إثبات وجود علاقة بين المشاهدة الساخرة واستهلاك الأخبار والمشاركة السياسية.

فيما يتعلق بالهدف الأول من البحث، والذي يركز على صورة القادة السياسيين، فإن المواطنين والخبراء يسلطون الضوء على قوة البرنامج في زيادة المعرفة العامة بالشخصيات السياسية. علاوة على ذلك، يعتبرون أن شكله يجعله أكثر جاذبية للمواطنين الذين لديهم معرفة قليلة أو معدومة بالشؤون السياسية الحالية. تتطابق كلتا المجموعتين في التصور القائل بأن البرنامج يميل إلى إضفاء الطابع الإنساني على القادة الساخرين وتقريبهم من الجمهور. هذه النقطة الوحيدة التي يُظهر المواطنون والسياسيون موافقتهم عليها.

تستمر السخرية السياسية في التطور وتصبح أكثر قوة من أجل تقريب المشاهدين من السياسة كما أن هذه البرامج تغير طريقة تفكير المشاهدين وتصرفهم.

II. جوانب الاستفادة من الدراسة:

تكتسي دراسة **Carme Ferré-Pavia و Marçal Sintes و Catalina Gayà** أهمية بالغة رغم اختلاف إجراءاتها المنهجية عن الدراسة الحالية حيث استخدمت هذه الدراسة المجموعات البؤرية و

الاستبيان و المقابلة، إلا أن الدراسة الحالية استفادت من ثراء هذه الدراسة بالمعلومات المتلفة بالاتصال السياسي حيث ساعدت الباحثة في ضبط بعض مباحث الدراسة وفق ما توصلت إليه هذه الدراسة السابقة من نتائج في هذا الخصوص ، إضافة الى استفادة البحث من توجه مهم اثارته هذه الدراسة وهو تأثير البرامج الساخرة على السياسيين في حد ذاتهم و ليس فقط على المشاهدين و هو الأمر الذي ستوظفه الباحثة لاحقا في تفسير نتائج دراستها التحليلية .

III. استفادة عامة من الدراسات السابقة:

تميزت الدراسات السابقة بأهمية بالغة وخاصة أنها تناولت المضامين السياسية للبرامج التلفزيونية

وربطتها بالسخرية، حيث ساعدتنا هذه الدراسات في عدة نقاط نوردتها فيما يلي:

• ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في صياغة منهج الدراسة وأدواتها، وإحكام صياغة استمارة تحليل

المحتوى.

• في الجانب النظري للدراسة، ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في التعرف على التطور التاريخي

للسخرية بداية بالمخطوطات والفنون والمسرح وصولا إلى الاستخدامات الإعلامية.

• ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في تقديم رؤية جديدة لخصائص الاعلام الساخر والتعرف على

ماهيته، أنواعها أساليبه.

• ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في التعرف على الأداء الإعلامي والعوامل المؤثرة فيه.

7. نوع الدراسة والمنهج المعتمد:

1.7 نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية التي تستهدف حسب الباحث محمد عبد الحميد " وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا وشاملا بالاعتماد على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص النتائج، وتستهدف الدراسات الوصفية في الدراسات الإعلامية لأغراض الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات، ووصف الاتجاهات والدوافع الحاجات وكذا استخدام وسائل الإعلام، والقيم والتفضيل والاهتمام، وكذلك وصف الوقائع والأحداث ثم وصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر، وبعضها في إطار علاقات فرضية يمكن اختبارها " (محمد ع.، 2004، صفحة 146)

أما التحليل فيرتبط بالشق الأداتي للدراسة، ويقصد بالأمر في هذه الحالة أداة تحليل المضمون من أجل وضع فئات ووحدات التحليل التي يتطلبها هذا النوع من الدراسات.

وحسب حسين محمد سمير فإن الدراسات الوصفية " لا تقف عند حد جمع البيانات وإنما تمتد إلى تصنيف البيانات والحقائق التي تم تجميعها وتسجيلها وتفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها " (حسين م.، 1996، صفحة 127)

لذلك يمكن القول إن الدراسة الحالية هي دراسة وصفية تحليلية تصف أحد أهم الظواهر الإعلامية الجديدة والراهنة وهي البرامج الساخرة حيث تقوم على جمع البيانات حول هذه الظاهرة وتفسيرها وتحليلها بغية التعرف على كيفية معالجتها للمضامين السياسية بشكل ساخر بهدف تحقيق أهداف الدراسة والتوصل بنتائج علمية دقيقة عن الموضوع.

2.7 منهج الدراسة:

باعتبار أن مناهج البحث متعددة فإنه يستوجب على الباحث اختيار المنهج الذي يخدم بحثه بطريقة علمية ومنهجية سليمة تخدم الأهداف المسطرة في بداية البحث.

عرف موريس أنجرس المنهج بأنه "طريقة تصور وتنظيم البحث حول دراسة ما" (موريس، 2010، صفحة 99)

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح والذي يعرف بأنه: "منهج بحثي يهدف إلى مسح الظاهرة موضوع الدراسة والوقوف على واقعها بصورة موضوعية تمكن الباحث من استنتاج علمي لأسبابها والمقارنة فيما بينها وقد تتجاوز ذلك للتقييم تبعاً لما تخلص له من نتائج" (المشهداني س.، 2019، صفحة 132)

وحتى تتفادى الباحثة المسح الشامل لمجتمع الدراسة الذي يحتاج إلى الوقت والجهد اختارت المسح بالعينة وذلك لاستحالة دراسة كافة البرامج التلفزيونية الساخرة التي تناولت مضمونا سياسيا وبالتالي فدراستنا تعنى بمسح عينة من مضمون حلقات برنامج جو شو الذي بث على قناة التلفزيون العربي في الفترة الممتدة من أكتوبر 2018 إلى ديسمبر 2019.

8. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

1.8 مجتمع البحث:

إن أهم ما يميز الدراسات الإعلامية هو تعاملها مع قاعدة ضخمة من المعلومات والمعطيات يستحيل الرصد الشامل لمفرداتها لذلك يلجأ الباحث إلى اختيار عينات تكون ممثلة لمجتمع البحث الكلي بما يتفق وأهداف الدراسة والإمكانيات المتاحة للباحث.

يعرف **منير حجاب** مجتمع البحث على أنه " جميع المفردات أو الأشياء التي نريد معرفة حقائق عنها، وقد تكون أعدادا كما في حالة تقييم مضمون وسائل الاعلام او برامج إذاعية او نشرات إخبارية " (حجاب، الموسوعة الاعلامية، صفحة 1766)

كما عرفه **سمير محمد حسين** بأنه: "جميع الأعداد التي صدرت من الصحيفة أو مجموعة الصحف التي تم اختيارها خلال الفترة المحددة للدراسة، أو جميع الكتب أو الوثائق أو المطبوعات المطلوب تحليلها، أو جميع البرامج الإذاعية أو التلفزيونية أو جميع الأفلام أو المسرحيات أو المسلسلات موضع التحليل والتي أذيعت أو عرضت خلال فترة التحليل" (حسين س.، 1983، صفحة 116)

فيما يرى **يوسف تمار** أن مجتمع البحث في تحليل المضمون نقصد به: "مجموعة الرسائل المتماثلة والمعبرة في حوامل يطلق عليها وسائل الاتصال والتي يريد الباحث معرفة خصائصها" (تمار، 2007، صفحة 20)

يتمثل **مجتمع البحث المستهدف في دراستنا** في جميع حلقات "برنامج جو شو" التي بثتها قناة التلفزيون العربي في الفترة الممتدة بين أكتوبر 2018 إلى غاية ديسمبر 2019، ويأتي اختيار هذه الفترة نظرا لتزامنها مع وقت اختيار موضوع الدراسة للأحداث السياسية المهمة التي عرفت المنطقة العربية خلال تلك الفترة و التي انعكست على أداء البرنامج من خلال تحليلاته و معالجته الساخرة لتلك الأحداث بداية باغتيال الصحفي السعودي جمال خاشقجي في سفارة بلده بتركيا و ما أعقبه من ردود فعل عربي و عالمية

واسعة و كذا تداعيات الحصار الخليجي على دولة قطر و ما جاء بعدها من أحداث سياسية و اقتصادية عصفت بالعلاقات العربية إضافة إلى الأوضاع السياسية و الاجتماعية المتدهورة في مصر منذ تولي السيسي الحكم في البلاد ، كل هذه الأحداث و غيرها شكلت مادة إعلامية ناقشها برنامج جو شو بشكل ساخر.

2.8 عينة البحث

نظرا لصعوبة الحصر الشامل لمجتمع البحث المكون من أربع مواسم وقت بداية الدراسة و اختيار العينة و احتواء كل موسم على أكثر من 40 حلقة من 60 حلقة (مفردة) في فترة الدراسة فقد تم اختيار اللجوء الى مجتمع البحث المتاح و متمثلا في فترة اختيار الدراسة من أكتوبر 2018 إلى ديسمبر 2019 و باختيار العينة العشوائية المنتظمة باستخدام أسلوب الدورة (الأسبوع الصناعي) حيث يرى محمد عبد الحميد أن أسلوب الدورة "يحقق العديد من المزايا منها أنه يعطي فرصة متساوية لجميع أيام الصدور في تمثيل العينة، كما يتمكن الباحث باستخدام هذا الأسلوب من بناء الفترات الصناعية المنتظمة لأغراض التحليل مع ضمان نفس البعد الزمني بين كل الأيام وبعضها بدلا من اقترابها أو تباعدها في الاختيار العشوائي لبناء هذه الفترات، مع ضمان تمثيل أيام الفترات الصناعية في العينة بنفس المستوى " (محمد ع.، 2004، صفحة 146)

تم اعتماد العينة العشوائية المنتظمة باستخدام أسلوب الدورة (الأسبوع الصناعي) حيث أن حلقات البرنامج تبث كل خميس أي بمعدل أربع حلقات في الشهر، وقد قامت الباحثة باختيار المفردة الأولى من خميس الأسبوع الأول من شهر أكتوبر، ثم المفردة الثانية من الخميس الثاني والمفردة الثالثة من الخميس الثالث بوضع مسافة أسبوع بين كل مفردة، وهكذا حتى وصلنا إلى المفردة الخامسة عشر والأخيرة من الأسبوع الثالث يوم 19 ديسمبر 2019 وهو ما توضحه الجداول التالية:

الجدول رقم 01: عينة البحث

رقم المفردة	الأسبوع	الشهر	عنوان الحلقة	تاريخ بث الحلقة	رابط الحلقة على موقع يوتيوب
01	الأول	أكتوبر	Best Of	2018/10/04	https://2u.pw/b3Tcx
02	الثاني	نوفمبر	جمهورية البطاطس	2018/11/08	https://2u.pw/FdgEp
03	الثالث	ديسمبر	شعب كروش	2018/11/20	https://cutt.us/R301G
04	الرابع	جانفي	تحدي العشر سنين	2019/01/24	https://2u.pw/1pt8x
05	الأول	فيفري	تعديل الدستور	2019/02/07	https://2u.pw/SgGao

https://2u.pw/QSDJU	2019/03/14	صادق وأمين	مارس	الثاني	06
https://cutt.us/qSVtf	2019/04/08	نعمين للدستور	أفريل	الثالث	07
https://cutt.us/Px4Zn	2019/05/02	الأخيرة	ماي	الأول	08
https://cutt.us/ktrGf	2019/06/13	مصر في العالم الافتراضي	جون	الثاني	09
https://cutt.us/zKVbQ	2019/07/11	ارحل يا فاسد	جويلية	الثاني	10
https://cutt.us/MwAwv	2019/08/15	إرهاب تافه	اوت	الثالث	11
https://cutt.us/pbV3P	2019/09/26	ارحل بقى	سبتمبر	الرابع	12
https://cutt.us/VL59C	2019/10/03	معانا ولا مع الشيطان	اكتوبر	الاول	13
https://cutt.us/JPJn4	2019/11/14	السيبي في دقيقتين	نوفمبر	الثاني	14
https://cutt.us/Cykt3	2019/12/19	shake hand you	ديسمبر	الثالث	15

المصدر: من اعداد الباحثة بناءً على تواريخ بث الحلقات

1. المفردة الأولى يوم الخميس الأول 4 أكتوبر 2018، (الحلقة 13 بعنوان Best Of)

2. المفردة الثانية من الخميس الثاني 8 نوفمبر 2018 (الحلقة 18 بعنوان جمهورية البطاطس)
3. المفردة الثالثة من شهر ديسمبر الخميس الثالث 20 ديسمبر 2018 (الحلقة 24 بعنوان شعب كروش)
4. اخترنا المفردة الرابعة من الخميس الرابع 24 جانفي 2019 (الحلقة 29 بعنوان تحدي العشر سنين)
5. اخترنا المفردة الخامسة من الأسبوع الأول 7 فيفري 2019 (الحلقة 31 بعنوان تعديل الدستور)
6. اخترنا المفردة السادسة من الأسبوع الثاني 14 مارس 2019 (الحلقة 36 بعنوان صادق وأمين)
7. اخترنا المفردة السابعة من الخميس الثالث 18 أبريل الخميس 2019 (الحلقة 41 بعنوان نعمين للدستور)
8. اخترنا استثناء هذه المرة المفردة الثامنة الخميس الأول من شهر ماي لكون حلقة 2 ماي هي الحلقة الأخيرة من الموسم الثالث وتوقف بث البرنامج لمدة أسبوع الرابع (بعنوان الحلقة الأخيرة ... الحلقة 43)
9. ونظرا لاستئناف البرنامج في موسمه الرابع في الأسبوع الثاني من شهر جوان فقد اضطررنا لاختيار المفردة التاسعة من الخميس الثاني وليس الأول (الحلقة 1 13 جوان 2019 مصر في العالم الافتراضي)
10. اخترنا المفردة العاشرة من الأسبوع الثاني 11 (الحلقة 5 جويلية 2019 بعنوان ارحل يا فاسد)
11. اخترنا المفردة الحادية عشر من الأسبوع الثالث 15 أوت 2019 (إرهاب تافه الحلقة 10)
12. اخترنا المفردة الثانية عشر من السبوع الرابع 26 سبتمبر 2019 (ارحل بقي الحلقة 16)
13. اخترنا المفردة الثالثة عشر من الأسبوع الأول 3 أكتوبر 2019 (معانا ولا مع الشيطان الحلقة 17)
14. اخترنا المفردة الرابعة عشر من الأسبوع الثاني 14 نوفمبر 2019 (السيبي في دقيقتين الحلقة 23)
15. اخترنا المفردة الخامسة عشر من الأسبوع الثالث 19 ديسمبر 2019 (Shake hand You) .

بالتالي فقد اعتمدنا على 15 حلقة وذلك لارتباطها الوثيق بالفترة الزمنية المطروحة في هذه الدراسة ولتقادي أي تحيز في شكل ومضمون المحتوى محل الدراسة وكي لا يؤثر على صدق النتائج. والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم 2: تواريخ عينات البحث

خميس الأسبوع				السنة	أشهر عينة الدراسة
الرابع	الثالث	الثاني	الأول		
			X	2018	أكتوبر
		X			نوفمبر
	X				ديسمبر
X				2019	جانفي
			X		فيفري
		X			مارس
	X				أفريل
			X		ماي
		X	عطلة (لم تبث الحلقة)		جوان

		X		جويلية
	X			أوت
X				سبتمبر
			X	أكتوبر
		X		نوفمبر
	X			ديسمبر

المصدر: من اعداد الباحثة بناء على تواريخ بث الحلقات

9. أدوات جمع البيانات

أولاً: أداة الملاحظة

تُعد الملاحظة من الأدوات البحثية التي تستعمل للحصول على معلومات تتعلق ببعض الظواهر والوقائع وقد عرفت لها رجاء وحيد دويدي بأنها "عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقاتها، بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف، بقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات، والتنبؤ بسلوك الظاهرة أو توجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية احتياجاته". (دويدي ، 2000 ، صفحة 44)

وقد استخدمت الباحثة هذه الأداة من خلال مراقبة البيئة الإعلامية في الوطن العربي و استخلاص المضامين السياسية الساخرة و ذلك بالتعرض المستمر والرصد الدقيق لهذا النوع من البرامج و الوقوف على مختلف الأساليب التي يعالج بها مضامينه، إضافة إلى الوقوف على الأهداف التي تسعى هذه البرامج إلى

تحقيقها ومدى مطابقتها مضامينها للواقع السياسي والاجتماعي في البلدان العربية وقد اعتمدت الباحثة على الملاحظة كواحدة من الأدوات الأولية، لجمع بيانات مبدئية عن البرنامج التلفزيوني المراد تحليله وتكوين فكرة عامة عن فئات الشكل والمضمون التي تخدم تساؤلات الدراسة ، وكذا رصد أهم الميزات الشكلية والضمنية للبرنامج التلفزيوني عينة الدراسة .وقد استخدمت الباحثة أداة الملاحظة لتدوين أهم المضامين السياسية التي طرحها البرنامج الساخر "جو شو"، من أجل ضبط المصطلحات التي ساعدت الباحثة في التحديد الدقيق لفئات التحليل.

ثانياً: استمارة تحليل المضمون

تعتبر استمارة تحليل المضمون من أبرز الأدوات التي تستخدم في البحوث الإعلامية بهدف كشف مضمون وسائل الاتصال وما تطرحه هذه الوسائل من قيم وأفكار واتجاهات ومعلومات تؤثر في سلوك الأفراد واتجاهاتهم، باعتباره تقنية واسعة الاستخدام في بحوث الاعلام، حيث تقوم بتحويل المضمون الاعلامي (السمعي البصري) كما في دراستنا الحالية الى وحدات قابلة للقياس بالاعتماد على عدد تكرارات الرموز أو الجمل أو الكلمات التي وردت في المادة قيد التحليل وكذا استخراج معاني وأفكار متضمنة في المادة الاعلامية محل الدراسة.

اعتمدت الباحثة من هذا المنطلق على تحليل المضمون لأنه أكثر الأساليب التحليلية الوصفية شيوعاً واستخداماً وخدمة لأهداف هذه الدراسة، وقد عرفه عبد الرحمان مشاقبة كالتالي: " هو مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة للبحث و لفترة زمنية كافية للدراسة بهدف

تكوين قاعدة أساسية من البيانات و المعلومات المطلوبة في مجال معين او تخصص معين" (بسام عبد الرحمن ، 2009، صفحة 63)

ومن أبرز التعريفات الشاملة لمفهوم تحليل المضمون هو تعريف (بيرلسون) نقلا عن الطائي إذ اعتبره: " طريقة بحث يتم تطبيقها من أجل الوصول إلى وصف كمي هادف ومنظم لمحتوى أسلوب الاتصال " (أبو بكر و الطائي، 2002، صفحة 127)

رغم أن (بيرلسون) يمثل رائد تحليل المضمون وواضع أسسه الأولى أربعينيات القرن الماضي، إلا أنه أشار إلى الشق الكمي فقط لتحليل المحتوى، لكن الكثير من الأكاديميين والمختصين في المنهجية يؤكّدون على تضمّن تحليل المضمون للشق النوعي، وذلك بعد الادعاءات العلمية التي طالت البحوث الكمية من حيث سطحية نتائجها، ما جعل المهتمين بتحليل المضمون يضيفون إليه الجانب النوعي.

عرفه **محمد عبد الحميد** أيضا على أنه " مجموعة القواعد المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى" (عبد الحميد، 2004، صفحة 353)

استنادا إلى ما سبق فإن هذه الأداة تساعدنا على تحقيق أهداف الدراسة وتمكننا من الإحاطة بأبعاد تناول المضامين السياسية في البرنامج إضافة إلى النظر لواقع استخدام أسلوب السخرية في تقديم برنامج "جو شو" محل الدراسة، من خلال الكشف عن المضامين السياسية وتحليلها واستخلاص أجوبة لتساؤلات الدراسة.

10. إجراءات التحليل

بعد الملاحظة المتكررة لبرنامج جو شو عينة الدراسة وبناء على مشكلة الدراسة وأهدافها ومن أجل وصف عناصر المضمون والشكل كميًا قامت الباحثة بتصميم استمارة تحليل المضمون لتحليل عينة من برنامج "جو شو" المذاع على قناة العربي ومن خلالها استطاعت الباحثة وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها، حيث تضمنت مجموعة من الوحدات والفئات الخاصة بالتحليل على الشكل التالي:

أولاً: تحديد وحدات التحليل

نقل يوسف تمار عن **Jean de Bonville** تعريفه لوحدات التحليل كالتالي: "وحدة التحليل هي مقطع محدد من رسالة أو مجموعة من الرسائل ممثلة لنفس خصائص وطبيعة الفئة" وهي حسب تمار؛ الشيء الذي نقوم بحسابه فعلا حسب طبيعة الاشكالية التي ينطلق منها الباحث. (تمار، 2007، صفحة 83)

لذلك تعتبر الوحدات أصغر عناصر عملية التحليل، وهي التي يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة، ويعطي وجودها، أو غيابها وتكرارها، أو إبرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية، وهي الأخرى تتطلب تعريفا إجرائيا واضحا ودقيقا من السهل تمييزه، ويمكن في السياق الإشارة إلى أن ثمة ثلاثة أنواع من الوحدات تستعمل غالبا من قبل الباحثين في تحليل المضمون وهي وحدات التسجيل، وحدات السياق ووحدات العد. (بن طبة ، 2015 ، صفحة 325)

يعتمد الوصف الكمي لمضمون الاتصال على تقسيم المضمون إلى وحدات أو فئات، أو عناصر معينة وحساب التكرار الخاص بها على النحو التالي: (لطاد، وآخرون، 2019، صفحة 156)

● **وحدة الكلمة:** أصغر وحدة تستخدم في تحليل المضمون، وقد تعبر عن رمز أو كلمة؛

● **وحدة الموضوع أي الفكرة:** التي يدور حولها موضوع التحليل: وقد تشمل القيم أو الأسلوب المتبع

في الفكرة؛

● **وحدة الشخصية:** وتشير إلى الأشخاص المعنيين بالفكرة؛

● **وحدة المفردة:** وتعني المادة الإعلامية التي يتولى الباحث تحليلها؛

● **وحدة المساحة والزمن:** وتتمثل في تقسيم المضمون تقسيمات مادية، سواء بالنسبة لمواد الاتصال

المرئية مثل الأعمدة وعدد السطور وعدد الصفحات، أو المسموعة مثل عدد الدقائق التي يستغرقها برنامج معين، أو المرئية المسموعة مثل طول الفيلم ومدة إذاعة برنامج تليفزيوني.

ويعتبر واختيار إحدى هذه الوحدات أو مجموعة منها أمراً غير اعتباطي ذلك أنه تتحكم فيه هو

الآخر الإشكالية التي ينطلق منها الباحث، وطبيعة المضمون المراد تحليله كما ترتبط بالفئات المختارة، لأن

حساب الوحدات وتكرارها يعني في النهاية حساب الفئة وطبيعتها واتجاهها. (تمار، 2007، صفحة 83)

وفي هذه الدراسة المعنونة ب: **المضامين السياسية عبر البرامج التلفزيونية الساخرة -دراسة تحليلية**

لحلقات من برنامج جو شو، تم الاعتماد على وحدات العد والقياس التالية:

● **الوحدة الطبيعية للتحليل:** اعتمدت الباحثة على الحلقة كوحدة تسجيل طبيعية للتحليل؛

● **وحدة الفكرة والموضوع:** أصغر وحدات التحليل، حيث مكنت الباحثة من خلالها معرفة حجم تناول

برنامج جو شو للمضمون السياسي وكل ما له علاقة بفئات التحليل ومؤشراته؛

● **وحدة الشخصية:** وتخضع في الغالب كما هو الحال في هذه الدراسة إلى الشخصيات الفاعلة أو

الشخصيات الرئيسية في المضمون الإعلامي المعالج، لتعبر في النهاية عن الشخصيات التي

تظهر في برنامج جو شو أثناء معالجته لمختلف مضامينه؛

● وحدة الزمن: من خلال حساب الدقائق والثواني للمحتوى السمعي البصري الذي يبثه برنامج جو شو عينة الدراسة والتي تتوافق مع فئات التحليل.

ثانياً: تحديد فئات التحليل

تسعى عملية وضع الفئات "catégorisation" حسب يوسف تمار إلى تنظيم وفي نفس الإطار أشياء " أشخاص من نفس الطبيعة وهي تهدف إلى تقسيم المحتوى إلى منظومة من الأفكار التي لها علاقة مباشرة بإشكالية وأهداف الدراسة، ومنه تجنب باقي الأفكار التي لا تخدم تلك التوجهات، وعلى هذا فإنه لا توجد فئات نمطية صالحة لكل أنواع البحوث، بل يتوقف اختيارها على إشكالية البحث وأهدافه. (تمار، 2007، صفحة 42)

تعتبر التقيئة استناداً على ذلك أحد أهم مراحل تحليل المضمون، بل إن النجاح في تحقيق نتائج موضوعية وصحيحة لدراسة مضمون ما، رهينة أساساً بمدى قدرة الباحث على تقديم فئات دقيقة لقياس الأبعاد المطلوبة لعملية التقيئة في الأساس هي عملية تجزئة المحتوى إلى وحدات قابلة للقياس والعد.

لذلك يعرفها مادلين قرويتز **Madeline Grawitz** بأنها " خانات ذات دلالة على أساسها يصنف

ويكتم محتوى الاتصال". (Grawitz, 1972, p. 65)

وعليه فقد قامت الباحثة استناداً على متطلبات الدراسة من إشكالية وتساؤلات وأهداف ومراعاة

لخصوصية البرامج السياسية الساخرة كمادة للتحليل، باعتماد الفئات التالية:

I. فئات الشكل:

قسمتها الباحثة إلى فئات فرعية هي:

1. زمن البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة.

أ. الزمن الكلي للحلقة الواحدة.

ب. الزمن الإجمالي للمضمون السياسي الساخر في الحلقة الواحدة مقارنة بزمن الحلقة ككل.

ت. الزمن الإجمالي للمضمون غير السياسي الساخر في الحلقة الواحدة مقارنة بزمن الحلقة ككل.

2. طرق العرض المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة.

أ. مقتطفات الفيديو المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة.

● مقتطف فيديو من برنامج تلفزيوني (إخباري أو فني)

● مقتطف فيديو من أغاني مصورة

● مقتطف فيديو من مواقع الكترونية

● مقتطف فيديو من أفلام ومسلسلات.

ب. الصور المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة.

● صور عادية ● صور ساخرة (مميز).

ت. طرق العرض الأخرى المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة.

● وثائق رسمية

● شريط إخباري

● خرائط

● Show استعراض داخل الاستوديو.

● تصميم جرافيكس

1. 3 اللغة المستخدمة في البرنامج التلفزيوني عينة الدراسة.

1.3.1 اللغة العربية ولهجاتها.

- اللهجة المصرية
- لهجات عربية أخرى
- لغة عربية فصحي

2.3.1 اللغات الأجنبية

- اللغة الإنجليزية
- اللغة الفرنسية
- لغة أخرى
- مزيج بين اللغات

4.1 الإخراج الفني للبرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة.

الاكسسوارات:

- ملابس
- لافتات صور
- مكبر صوت
- كتاب
- منشار
- مبيد حشرات
- مناديل
- اكسسوارات أخرى.

المؤثرات الصوتية المستخدمة في البرنامج التلفزيوني عينة الدراسة.

- موسيقى حزينة
- موسيقى ساخبة
- تصفيق الجمهور
- أصوات ضحك الجمهور
- موسيقى ساخرة
- موسيقى هادئة
- أخرى

2. فئات المضمون

1.2 فئة المضامين السياسية الواردة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة.

1.1.2 خطابات السياسيين العرب.

- خطابات السياسيين داخل مصر
- خطابات السياسيين خارج مصر.

2.1.2 ممارسات السلطات العربية غير الديمقراطية

- قمع حرية العمل النقابي
- قمع وقتل المتظاهرين
- قمع حرية الصحافة
- قمع أحزاب المعارضة
- الانقلابات العسكرية
- تزوير الانتخابات
- قمع الاعلام المعارض
- سوء تسيير الإدارة
- الاعتقالات التعسفية
- اهدار المال العام.
- الاغتيالات السياسية
- سوء استخدام النفوذ
- التدخل في شؤون الدول
- العنصرية.
- الدكتاتورية.

2. 2 السخرية من الاعلاميين العرب الموالين للسلطة

- اعلاميين داخل مصر.
- اعلاميين من خارج مصر.

3.2 الأساليب الساخرة التي استخدمها مقدم البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة

- أسلوب التورية.
- أسلوب السخرية بالمحاكاة.
- أسلوب السخرية باستخدام نبرة الصوت.
- أسلوب التعريض.
- أسلوب المقارنة.
- أسلوب النقد المباشر.
- أسلوب السؤال الآخر.
- أسلوب التكرار.

- أسلوب الألفاظ البذيئة.
- أسلوب التجريح الشخصي.

4.2 فئة الشخصيات التي ظهرت في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة

أ. الشخصيات السياسية

- رؤساء دول وملوك
- وزراء حكومات

- نشطاء أحزاب سياسية.

ب. الشخصيات الدينية

- أئمة ودعاة
- رجال دين مسيحيين
- رجال دين يهود.

ت. الخبراء والمختصين

- خبير عسكري
- خبير سياسي
- خبير اجتماعي ونفسي
- خبير تكنولوجي
- خبير قانوني
- خبير اقتصادي
- خبير أمني
- خبير صحة وتغذية
- خبير رياضي

ث. المشاهير

- مطربين
- ممثلين.
- لاعبي كرة قدم
- مؤثرين .

5.2 النطاق الجغرافي للمضامين الواردة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة

- عربي
- إقليمي
- دولي.

6.2 أهداف البرنامج

- كشف فساد الأنظمة السياسية العربية
- تقديم المعلومات والأخبار
- الاضحاك والتسلية
- التحريض
- كشف التضليل الإعلامي.

7.2 القيم الخبرية الواردة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة

- قيمة السلبية
- قيمة القرب
- قيمة الشهرة
- قيمة الجدة والحدثة
- قيمة الصراع
- قيمة التأثير الشخصي.

8.2 مصادر المعلومات التي استشهد بها البرنامج التلفزيوني عينة الدراسة

- قنوات تلفزيونية وإذاعات.
- مواقع الكترونية
- وكالات أنباء
- مجلات وجرائد
- وثائق رسمية
- فريق الاعداد
- شهود عيان
- مراسلون.

11. اختبارات الصدق والثبات:

أولاً: اختبار صدق الاستمارة

يشير الصدق حسب فوضيل دليو إلى "درجة استقلالية الإجابات عن الظروف العرضية للبحث، وبالتالي إلى مدى دقة وصلاحيّة أداة جمع البيانات لقياس ما وضعت لقياسه لأن الصدق يرتبط أساساً بقابلية تكرار التجارب والاكتشافات العلمية". (دليو، 2005 ، صفحة 256)

ويقصد بصدق التحليل في الدراسات التحليلية الكمية لمواد الإعلام والاتصال المتنوعة؛ التأكد العلمي من إن استمارة التحليل تقيس فعلا ما يراد قياسه، وعليه ينصح الطلبة والباحثون في هذا السياق بضرورة الحرص على صدق الأداة انطلاقا من: تحديد الفئات طبقا للقواعد المنهجية المعروفة والقيام بتعريف الفئات وعناصرها الأساسية تعريفا اجرائيا دقيقا.

بعد إعداد الباحثة لاستمارة تحليل المضمون في صورتها الأولية تم الاعتماد على الصدق الظاهري لقياس صدق المقياس من خلال التأكد من أن الفقرات التي تتكون منها الاستمارة تقيس بالفعل ما وُضعت من أجله وللتحقق وللتأكد من صدق الأداة، هناك عدة أساليب أيسرها هو صدق المحكمين حيث تم تحديد فئات ووحدات التحليل ووضع التعريفات الإجرائية الخاصة بهم وتم عرض الاستمارة على مجموعة من المُحكّمين من ذوي الخبرة والتخصص للتعرف على مدى ملاءمتها للتحليل. ووفقا لآراء المُحكّمين تم إجراء بعض التعديلات بالحذف أو الإضافة لتصبح الاستمارة في صورتها الحالية التي طبقت على عينة الدراسة.

أسماء الأساتذة المحكمين:

الدكتورة: نزهة حنون جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

الدكتورة: أمينة علاق جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

الدكتورة: سكينة بلعابد جامعة قسنطينة

الدكتورة: قبيطة فاطمة الزهراء جامعة الجزائر 3

الدكتور: أحمد فلاق جامعة الجزائر 3

الدكتور: باديس لونيس جامعة باتنة 1

ثانياً: اختبار الثبات

إن مفهوم الثبات حاسم في تحليل المحتوى، فإذا أردنا أن يكون التحليل موضوعياً، عندئذ يجب أن تكون إجراءاته ومقاييسه ثابتة، فلو أعدنا قياس نفس المادة فسنحصل على نفس الاستنتاجات. (روجر وجوزيف، 2013، صفحة 178)

نقل سعد سلمان المشهداني عن ريتشارد بن وآخرون تعريف الثبات بأنه: "إمكانية تكرار تطبيق الاستمارة والحصول على نتائج ثابتة كل مرة والثبات بأبسط معانيه هو المأمونية Reliability وهو القدرة على التكرار أو الإعادة مع تحقيق نتائج متسقة، ولا توجد صعوبة كبيرة في تحقيق الثبات فهو يعني أن الباحث يحصل عند القياس على النتائج نفسها إذا استخدم ذات الأساليب على المادة المبحوثة " (المشهداني س.، 2017، صفحة 153)

وتبين الأدبيات في هذا السياق عن وجود العديد من الاختبارات الإحصائية المهمة لقياس الثبات: خاصة الثبات الكلي (إعادة الاختبار)، الاتساق الداخلي (لمفردات الأدوات)، ثبات المحكمين تقاطع ملاحظاتهم (الخطأ المعياري) ومن المعاملات الإحصائية ما تم اعتماده من طرف الباحثة وهو قياس الاتساق الداخلي لمفردات البحث ومن أشهر المعاملات المعتمدة في تحليل المضمون اختبار (هولستي) للاتفاق بين المحللين.

قامت الباحثة بقياس ثبات التحليل من خلال ترميز 10% من اجمالي عينة الدراسة التحليلية حيث طبقت الباحثة معادلة هولستي :

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{عدد الوحدات المتفق عليها} \times 2}{\text{مجموع وحدات الترميز}}$$

$$\text{معامل الثبات} = \frac{20 \times 2}{21 + 21} = \frac{40}{42} = 0.95 \text{ وهو معامل ثبات عالي.}$$

وبعد إخضاع الاستمارة في تصميمها الأولي للاختبارات السابقة والتي أسفرت نتائجها عن صدق الأداة وثباتها، قامت الباحثة بالتصميم النهائي للاستمارة وبالتالي أصبحت جاهزة لجمع البيانات والمعطيات بتطبيقها على الحلقات عينة الدراسة.

12. الخلفية النظرية للدراسة:

يعتبر التأصيل النظري شرطاً هاماً في أي دراسة علمية، وحتى لا تتطرق دراستنا هذه من فراغ فهي تستوجب الاستناد إلى براديجم ونظرية محددة، هذا الأمر يمكنه أن يقدم صفة العمق والشمول للبحث وذلك من خلال الاستفادة من التراكم المعرفي وبالتالي توجيه العمل التطبيقي من خلال تحديد التساؤلات تحديداً واضحاً والاعتماد عليها في تفسير وتحليل ما توصلنا إليه من النتائج وإحصائيات.

تماشياً مع إشكالية وتساؤلات الدراسة وكذا أهدافها يتضح لنا أن مدخل البنائية الوظيفية هو أنسب المداخل النظرية لتفسير موضوع الدراسة ومن خلال خبرات الباحثة السابقة وقراءاتها الواعية والمتأنية حول نظريات الاعلام وعلاقتها بالعملية الاعلامية والاتصالية ورغبة منها في التحقق من أفكارها وقولبتها بما يتماشى وموضوع الدراسة من خلال القراءة المبنية على العقل النقدي وبالتالي محاولة تحديد العلاقة بين المتغيرات وتقديم وتفسير الظاهرة محل الدراسة.

أولاً: البنائية الوظيفية كبراديجم للدراسة

تشكل البنائية الوظيفية إطارا تحليليا هاما لتفسير الظاهرة الإعلامية، وكذا مختلف الآثار المترتبة عنها.

طرح (أفلاطون) في جمهوريته فكرة البناء لمجتمع ما كمصدر لاستقراره من خلال عملية القياس بين المجتمع والكائن العضوي، فكلاهما يعني نظاما من أجزاء مرتبطة في توازن ديناميكي، إذ تقوم كل فئة من المشاركين في هذا الهيكل الاجتماعي بإنجاز الأنشطة التي تساهم في تحقيق التناسق الاجتماعي العام، وقد طور علماء الاجتماع المعاصرين مثل (إميل دوركايم) هذا التوجه في نهاية القرن التاسع عشر، وأصبحت فكرة أن المجتمع نظام ديناميكي من الأنشطة المتكررة وفكرة هامة أيضا في تحليل المجتمعات البدائية من جانب علماء أصل الإنسان الأنثروبولوجي أمثال (برونيسلاف مالينوفسكي) وبعده (زاد كليف براون)، وفي العصر الحديث استمرت مجهودات الباحثين في استكشاف مجموعة الافتراضات الخاصة بالمذهب البنائي الحديث من خلال كتابات (روبرت ميرتون) و (تالكوت بارسونز) وغيرهم. (مكاوي و السيد، 1998، صفحة 124)

من هذا المنطلق عرف هذا التيار بالمدرسة البنائية الوظيفية للثقافة والمجتمع، وهي تهتم بوصف وتحليل الشكل البنائي Structural Forms، أي الصور والعلاقات ذات الطبيعة الهامة دون الاهتمام بالاختلافات أو نوعية الأفراد الذين تنشأ بينهم هذه العلاقات. (الحوات، 1998، صفحة 94).

يشير مصطلح بناء **structure**؛ إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع، والواقع أن السلوك الأسري والنشاط الاقتصادي والنشاط السياسي والعقيدة والسحر وغيرها من أشكال الأنشطة المجتمعية تعد درجة عالية من التنظيم من وجهة النظر السلوكية، كما يشير مصطلح وظيفة *fonction* إلى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع. (مكاوي و السيد، 1998، الصفحات 124-125)

من البديهي أن تتأسس أي نظرية على مجموعة من المسلمات والافتراضات، التي تسعى إلى تبريرها والتحقق من صحتها، وقد قام (روبرت ميرتون) عام 1957 بتلخيص العملية البنائية الوظيفية للمجتمع بافتراض ما يلي: (مكاوي و السيد، 1998، صفحة 125)

أ. أنسب طريقة للنظر إلى المجتمع، هي اعتباره نظاما لأجزاء مترابطة، وأنه تنظيم للأنشطة المرتبطة والمتكررة والتي يكمل كل منها الآخر.

ب. المجتمع بطبعه متوازن ديناميكيا، لكن إذا حدث داخله أي تنافر، فإن قوى محددة ستقوم بعمل ما، من أجل استعادة توازنه.

ت. كل الأنشطة المتكررة والنماذج القائمة في المجتمع تلعب على استقرار النظام فيه.

ث. بعض الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر كمتطلبات أساسية وظيفية تلبى الحاجات الملحة للنظام ولا يمكن الاستغناء عنها.

وإذا طبقنا الافتراضات السابقة على الاتصال الجماهيري نلاحظ أن وسائل الإعلام تقوم بأنشطة متكررة ومتماثلة في النظام الاجتماعي تساهم في تحقيق التوازن الاجتماعي لهذا المجتمع وبمعنى آخر تترتب عليها نتائج بالنسبة للمجتمع ككل. (مكاوي و السيد، 1998، صفحة 125)

تعد **الوظيفية** والنسقية منها وتفكيراً وتحليلاً يقومان على افتراض مبادئ مؤداها أن المجتمع عبارة عن نسق يتكون من مجموعة نظم اجتماعية وأنماط محددة للثقافة وأن هذه النظم الاجتماعية خاضعة لتنظيم محدد، وأنماط الفعل الاجتماعي مبنية في هيكل خاص بها وتضرب في جذورها في الحاجات والمصالح الإنسانية، وترتكز على عواطف قوية وتمثل تجسيدا للقيم الاجتماعية والثقافية. (المقاربة الوظيفية والتفاعلية الرمزية، 2020)

يشير كلا من حسن مكاوي وويلي السيد أن وسائل الإعلام، هي مكون هام في البناء الاجتماعي ولا يمكن للمجتمع المعاصر أن يستمر بدون هذه الوسائل، لكن على النقيض من ذلك، فإنه بإمكان وسائل الإعلام أن تشكل أحد عوامل الخلل الوظيفي إذا لم تقم بواجباتها على أكمل وجه، كأن تستعين بخطاب التحريض والكرهية والعنصرية وبالتالي يحدث التنافر في المجتمع باعتبار أن وسائل الاعلام اليوم تشكل صناعة قائمة بذاتها لها مؤسساتها وهياكلها. (مكاوي و السيد، 1998، صفحة 126)

I. البنائية الوظيفية في دراسات الاعلام

اللافت أن وسائل الاعلام ارتبطت بشكل مباشر بكل مناحي الحياة، فنجدها تركز على الحياة السياسية من خلال تغطية الانتخابات وتتركز على الاقتصاد من خلال دعم المنتجات الصناعية ونجدها ترتبط بكل جوانب المجتمع فتبث ثقافته وحضارته ومشاكله، مشكلة بذلك نسقا مترابطا مع المجتمع بكل أجزائه.

بما أن النظرية البنائية الوظيفية تهتم بتحليل الوظيفي الذي تقوم به عناصر وأجزاء من النظام الاجتماعي القائم للحفاظ على توازنه و استقراره ، وهذه الاجزاء والوحدات والمؤسسات التي تأخذ دورا وظيفيا لبناء النظام الاجتماعي واستمراريته، فبحسب بارسونز لا بد من وجود أربعة ملامح بنائية رئيسية لأي مجتمع للحفاظ على بقائه تتمثل في؛ الاقتصاد، النسق السياسي، تنظيمات المجتمع المحلي و التنظيمات الثقافية ، حيث يقوم بدمج كل هذه الانساق و يعمل على إبراز القيم الاجتماعية و تعزيزها . (أحمد، 2004،

صفحة 31)

II. توظيف البنائية الوظيفية في هذه الدراسة

إن تبني الباحثة للبنائية الوظيفية كبراديجم للدراسة يجعل من البرامج التليفزيونية -باعتبارها تقدم محتوى سياسي في قالب ساخر- عبارة عن منظومة اتصال سياسي بحكم معالجتها للعديد من المضامين

السياسية، هذه الأخيرة تعتبر عنصرا أساسيا ومكونا للنسق الاجتماعي، وتظهر ملامح البنائية الوظيفية في هذه الدراسة من خلال البحث في كيفية المعالجة الساخرة من قبل وسائل الإعلام للمضامين والموضوعات السياسية باعتبار ان وسائل الاعلام تشكل نسقا من مجموع الانساق المشكلة للمجتمع، و بالتالي تساهم كما أسلفنا بشكل مباشر في التطور الاجتماعي للفرد و استمراريته و التنبؤ بسلوكياته مستقبلا ، وهذا هو الهدف الرئيسي الذي انطلقت منه الباحثة، والذي تسعى للوصول إليه من خلال الإجابة على تساؤلات دراستها.

ثانيا: نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة)

توالى بحوث الاتصال منذ بدايتها، لبحث وتأكيد طبيعة التأثير الخاص بوسائل الإعلام، انطلاقا من افتراضات تتعلق بالتأثير القوي لوسائل الإعلام مطلع عشرينيات القرن الماضي، انتقالا إلى النقيض بنظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام من حيث الاتجاهات والسلوك، وصولا إلى اتجاه جديد يتعلق بالتأثير المعتدل لوسائل الإعلام، وعلى رأسه نظرية ترتيب الأولويات التي تعتمد إلى دراسة العلاقة الارتباطية لتحديد أجندة كل من وسائل الإعلام والجمهور وفق أولويات المجتمع في شتى المجالات الحياتية.

تعد نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) واحدة من أهم الأطر النظرية التي تبحث في تأثير وسائل الإعلام حيث تهتم بحوث "ترتيب الأولويات" بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور التي تتعرض لتلك الوسائل لتحديد أولويات القضايا السياسية والاجتماعية التي تهتم المجتمع.

قُدمت العديد من التعريفات لترتيب الأولويات والتي يطلق عليها عملية وضع الأجندة، أين عرفها سانشاز (M.Sanchez) على أنها "عملية تهدف إلى إعادة صياغة جميع الأحداث التي تقع في البيئة المحيطة بنا، إلى نموذج بسيط قبل أن نتعامل معها"، حيث تسمح لوسائل الإعلام بتحديد "بما نفكر وحول ماذا نقلق"، مبرزا كون الإعلام هو المسيطر على خلق الصور في أذهاننا، "ورد فعل الجمهور يكون تجاه

تلك الصور وليس تجاه الأحداث الفعلية"، فيما عرفها كل من روبرت لاروز وجوزاف ستروبار (Joseph Straubhaar et Robert La Rose) "بأنها قدرة وسائل الإعلام على تحديد القضايا المهمة". (حمودة ، 2015، صفحة 4)

تقدم نظرية الأجندة حسب الباحثان راضي وذياب على أنها "معركة تنافسية مستمرة بين عدد من القضايا بهدف النجاح والاستحواذ على اهتمام الإعلاميين والجمهور العام أو النخب"، ومن ثم دراستها لمحاولة تفسير كيفية حدوث التغيير الاجتماعي في المجتمعات. (ذياب و راضي، التلفزيون و بناء الأجندة، 2020، صفحة 124)

في السياق ذاته، يمكن اعتبار نظرية وضع الأجندة على أنها إعادة صياغة للأحداث المحيطة بقالب جديد، يتم ترتيب أهميتها في الوسيلة الإعلامية بما يتناسب مع سياسة تحرير المؤسسة الإعلامية، بغية إقناع الجمهور وتغيير اتجاهه بما يتوافق مع التوجهات الأيديولوجية للوسيلة. (حمودة ، 2015، صفحة 5)

I. الأصول النظرية لترتيب الأولويات (تاريخها ونشأتها)

يرجع المؤشر الأول لوظيفة ترتيب الأولويات حسب أبو أصعب لمقال لـ "نورتون لونغ- Nortonlong" عام 1958، فيما كان أفضل تصريح حولها لـ "برنارد كوهين- Bernard Cohen" ضمن كتابه الصحافة والسياسة الخارجية عام 1963، يبرز فيه بأن الصحافة يمكن ألا تكون ناجحة كثيرا في أن تقول للناس بماذا يفكرون، ولكنها ناجحة إلى حد كبير في أن تقول للقراء عن الأشياء التي يفكرون حولها". (أبو إصعب، 2006، صفحة 144)

بينما أرجع البعض أصولها إلى والتر ليبمان **Walter Lippmann** عبر كتابه "الرأي العام 1922"، أين أعاد الفضل في تشكل الصور الذهنية لدى الجمهور لوسائل الإعلام، وعملها على تكوين رأي عام بتقديمها لقضايا وموضوعات تهم المجتمع. (حمودة ، 2015 ، صفحة 6)

فيما أشار **خليل أبو إصبع**، على ما عثر عليه كأقدم نص مباشر عن وظيفة وضع الأجندة، والذي لم يلتفت إليه الباحثون قبلاً، وذلك عندما "اعتبر **بيرنارد بيرلسون** في مقالته "الاتصالات والرأي العام"، أن وسائل الإعلام هي المسرح السياسي للمناظرات الجارية"، فالناس يتحدثون في السياسة معتمدين في ذلك على ما تقدمه وسائل الإعلام والاتصال من ومؤشرات وخطوط، فهي لا تكتف بتقديم معلومات وشروحات عن موضوع أو قضية معينة، بل تتعدى ذلك إلى توجيه الجماهير إلى مدى أهميتها وفقاً لسياستها وما تقدمه عبر محتواها حول تلك القضايا. (أبو إصبع، 2006 ، صفحة 145).

إتضح لكل من **Show** و **McCorms** في دراسة لهم حول دور وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية للرئاسة الأمريكية سنة 1968، أن بروز الاتجاهات نحو القضايا السياسية هو نتيجة ما ترتبه وسائل الإعلام عبر أجندتها للحملات السياسية فيما اعتبر **بيكر Beacker** و **McCombs** و **ويفر Weaver** ، الوقت متلازمة مهمة لترتيب الأولويات بالنسبة للقضايا، حتى أنهم اقترحوا "ضرورة مرور عدة أشهر لانتقال أجندة الأولويات من وسائل الإعلام إلى أجندة أولويات الجمهور". (أبو إصبع، 2006 ، صفحة 145)

II. اهتمامات نظرية ترتيب الأولويات:

اهتمت بحوث هذه النظرية منذ نشأتها، بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتلقى رسائلها بغية تحديد أولويات القضايا على اختلاف أنواعها، سياسياً واجتماعياً واقتصادياً وثقافياً وغيرها مما يهم المجتمع وإفراده. تم تجاهل هذه النظرية في الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي، لتعود

بعد فترة بواسطة أبحاث كوهين الذي عمد إلى إحياء وجهة نظر ليبمان، متبنياً فكرة أن وسائل الإعلام رغم عدم نجاحها في تكوين اتجاهات الجماهير، إلا أنها تتجح في إبلاغهم ما يجب أن يفكروا فيه.

ونظراً لأهميتها في الحياة السياسية، نقل سيد مكاوي و ليلي السيد عن كل من لانج ولانج Lange et Lange دراستهما التي اهتمت بالتركيز على "التأثير المتراكم للمعلومات" المنقولة عبر وسائل الإعلام في رسم الصورة الذهنية السياسية لعامة الناس في فترة الانتخابات، مؤكداً أن وسائل الإعلام هي التي تصنع القضايا، تحدد الشخصيات، وذلك خلال فترة زمنية طويلة، ما يجعل من تأثيرها هذا غير مباشر وصعب الإدراك مباشرة، وتتمكن من خلاله من تشكيل المناخ السياسي ورسم الصورة الذهنية للأحزاب والمرشحين، وبالتالي التأثير على أصوات الناخبين في نهاية المطاف وهو الهدف المبتغى من كل ما سبق. (مكاوي و السيد، 1998، الصفحات 289-290)

وهو ما أكده ماكومبيس وشاو في بحثهما التطبيقي للنظرية، موظفين أداة تحليل المحتوى لمعرفة طرق تقديم وسائل الإعلام للأخبار السياسية عن المرشحين ومواضيع الانتخابات خلال مدة زمنية معينة، حيث لوحظ كنتيجة لعملهما "وجود علاقة ارتباط قوية بين التصويت الانتخابي وأولويات القضايا" التي تم طرحها عبر وسائل الإعلام. (مكاوي و السيد، 1998، صفحة 291)

كما وجدت دراسة تشابل هيل وجود ارتباط كبير بين ترتيب القضايا في التغطية الإخبارية للحملة الرئاسية عام 1968 وترتيب هذه القضايا نفسها بين الجمهور وقد حفز هذا الاكتشاف الأولي المئات من الدراسات اللاحقة باستخدام دراسات الفريق والتجارب بالإضافة إلى لتوثيق التأكيد السببي لوضع جدول الأعمال على أن أجندة وسائل الإعلام تؤثر على الأجندة العامة للجماهير (Valenzuela, 2014, p.

III. أهمية نظرية (ترتيب الأولويات) وضع الأجندة

تبرز أهمية النظرية حسب حمادة بسيوني من خلال: (بسيوني ، صفحة 3)

- تزايد الدراسات التطبيقية في ميدان ترتيب الأولويات بشكل مستمر ومنتظم؛
- توفيرها، تحت لوائها، للتكامل بين عدة مجالات بحثية فرعية للاتصال الجماهيري؛
- القدرة على توليد قضايا بحثية تتعدد بتعدد المواقف والمتغيرات الاتصالية.

تشير نسرين حمودة في الفكرة نفسها إلى:

- وجود اتساق كبير بين أولويات وسائل الإعلام وتلك الخاصة بالجمهور، ما يؤمن الإحساس المشترك بالمجتمع الواحد الذي يجابه بدوره حالات التفكك الاجتماعي والسياسي.
- دراستها لعلاقة وتعامل الأفراد مع البيئة المحيطة بهم، نظرا لصعوبة تعاملهم معها كونها معقدة وشاسعة، وتأتي وسائل الإعلام وتركيزها على قضايا معينة، وتبسيطها وإعادة تقديمها لتسهيل وتسرع إدراكها من قبل المتلقين والاهتمام بها وفق ترتيب تقديمها. (حمودة ، 2015، صفحة 8)
- كما تبرز أهميتها أيضا في تحولها إلى أحد مناهج دراسة الديمقراطية في المجتمعات المعاصرة، وهنا يظهر للعيان الرأي العام كمفهوم وعامل قوي في نشاط العمليات السياسية، فحسب أبراهام لنكولن فإن السياسة لا يمكنها النجاح دون رأي عام، غير أن الجدل حول كيفية ممارسته لدوره في العمل السياسي كان ولا يزال مطروحا، حيث تقترض الديمقراطية التقليدية الاستجابة المباشرة للحكومات لرغبات الرأي العام، فيما يسعى الإعلام لترجمة اهتمامات الرأي العام إلى سياسات وقرارات، ليظهر بما يعرف بديمقراطية

الإعلام أين ومن خلالها وبحسب علماء الاتصال الجماهيري، فإن وسائل الإعلام تمارس دور الوسيط لتصل الحكومة بالرأي العام، ما "يخلق علاقة مباشرة بين الرأي العام والسياسات العامة".

يؤكد **بسيوني حمادة** أن النظام السياسي لا يستطيع التعامل مع عدد لا نهائي من القضايا ولأن النظرية الديمقراطية لا تقتصر على معرفة ومشاركة الجماهير في قضايا السياسة العامة، جاءت نظرية وضع الأجندة كونها "تسمح بالكشف عن أولويات القضايا لدى كل من وسائل الإعلام والرأي العام في فترة زمنية محددة"، أين تفترض النظرية اتساقا بين ما يراه الإعلام والجمهور، وبما يخلق إحساسا مشتركا في المجتمع الواحد "بما يصد حالات التفتت الاجتماعي والتصدع السياسي". (بسيوني ، الصفحات 3-4)

• وتبرز أهميتها بشكل أكبر في الجانب السياسي حسب **سانشاز Sanches** ، أين تؤثر أجندة وسائل الإعلام في علاقة متعدية في بناء أولويات الجمهور وفي الجانب السياسي، خاصة في الحملات الانتخابية والمرشحين الذين يسعون مثلا إلى التركيز على ما يرغب الجمهور في سماعه ويحظى باهتمامه من قضايا ومشاكل، فيما يُؤول **مات غليكلر Matt Gleckler** أهميتها لتقديمها تفسيرات لاعتناق جمهور معين وهو الجمهور المنقاد، الذي يرغب في المتابعة الدائمة ويحتاج إلى توجيه مستمر، فيتأثر دائما بما تقدمه وسائل الإعلام وإشباع فضولهم بالأخبار المقدمة. (حمودة ، 2015، صفحة 9)

أشار **يوسف تمار** في أطروحته، نقلا عن دراسة **شو وماكابس** التي تؤكد الوظيفة التنظيمية لوسائل الاعلام، التي تكتسي أهمية بالغة في فترة الحملات الانتخابية، أين يستقي الناخبون جل معلوماتهم التي تكون جديدة بالنسبة لهم من وسائل الإعلام أثناء الحملة الانتخابية، وذلك تبعا لما تبديه وسائل الإعلام من إصرار في عملها على عرض المشاكل المتناقش عليها خلال فترة الحملة الانتخابية. (تمار ، اطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام و الاتصال، 2004، الصفحات 97-98)

IV. وظيفة ترتيب الأولويات:

تُعد ترتيب الأولويات حسب أبو أصبغ وظيفة تأثيرية لوسائل الإعلام المعتدل، عمليا، الموجه الأساس في تشكل الثقافة السياسية للجمهور، يربطها بين "إدراك الناس للواقع السياسي وبين الشؤون والاهتمامات السياسية اليومية"، حيث تعمل خلالها وسائل الإعلام كوسيط اجتماعي على "تحقيق الإجماع حول بعض الاهتمامات لدى الجمهور"، بما يمكن ترجمتها فيما بعد باعتبارها رأيا عاما. (أبو إصبغ، 2006، صفحة 147)

تسعى إذن عملية ترتيب الأولويات إلى توجيه الجماهير بتحديد أفكارهم وحول انشغالاتهم وما يثير قلقهم، وزيادة وعي الجماهير بقضايا معينة إثر عرض وتركيز وسائل الإعلام عليها، ما يحولها لموضوع هام يمكن تمييزه وسط مختلف القضايا المتناولة عبر تلك الوسائل.

إن ترتيب أولويات الجمهور، بالتركيز على قضايا في حد ذاتها دوناً عن غيرها كما أشارت إليه نسرین حمودة تسعى من خلاله وسائل الإعلام في هذه النظرية إلى تكوين رأي عام متماسك تجاه قضية معينة وبالتالي حصول اتفاق عام حولها، بالإضافة إلى التركيز على جملة من الموروثات الثقافية المادية والمعنوية، والعمل على حفظها اجتماعيا وثقافيا عبر الإعلام لتثبث الأفراد بها عبر العصور المختلفة، والتعرف على المشكلات المجتمعية والعمل على إيجاد حلول لها انطلاقا مما يحدث ويتلاءم والبيئة الداخلية والخارجية للمجتمع. (حمودة ، 2015، الصفحات 4-10)

وبالتالي فإن وظيفة وضع الأجندة للاتصال الجماهيري، تتمثل "في قدرتها على التأثير في تغيير معارف الأفراد وبناء تفكيرهم، وهو ما يُبرز أبلغ تأثير لوسائل الاتصال، ألا هو مقدرتها على ترتيب العالم وتنظيمه عقليا لنا". (أبو إصبغ، 2006، صفحة 145)

V. عناصر عملية ترتيب الأولويات:

حسب ما أشارت إليه نسرین حمودة فإن عملية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) تضم 3 مكونات:

أ. أجندة الجمهور، التي تقوم على اهتمامات الجمهور كمتغير مستقل وتغيرها ينطلق تبعاً للأخير، حيث تتكون من الأجندة الذاتية، والخاصة بالمجتمع، ظهر هذا الاتجاه مع شو وماكامب مرتكزة على تأثير وسائل الإعلام على أولويات الجمهور، عبر جملة من الاعتبارات التي يتم التأكيد عليها وترسخها، وتشمل الاعتياد، الظهور الذاتي، التفضيل.

ب. أجندة وسائل الإعلام، تتكون من أجندة مختلف وسائل الإعلام، متخذة من أولويات قضايا وسائل الإعلام متغيراً تبعاً لها، حيث تشتمل على الرؤية، البروز لدى الجمهور، التكافؤ.

ت. وضع أجندة السياسة العامة، تتشكل بواسطة الحكومة والسياسة، لتشتمل التأييد الفعلي والمتوقع وحرية اتخاذ القرار، تكون فيه اهتمامات وسائل الإعلام المتغير المستقل فيما تأتي أولويات قضايا السياسة العامة ودوائر صنع القرار وصانعيها كمتغير تابع لها. (حمودة ، 2015 ، صفحة 11)

VI. فروض نظرية ترتيب الأولويات:

تستند نظرية وضع جدول الأعمال على افتراضين أساسيين:

الافتراض الأول هو أن وسائل الإعلام تقوم بتصنيفية وتشكيل ما نراه بدلاً من مجرد بث الأخبار للجمهور. مثل اقتراب العاصفة بدلاً من قصة حدثت مؤخراً أثرت على عدد كبير من الناس.

الافتراض الثاني هو أنه كلما زاد اهتمام وسائل الإعلام بقضية ما، زاد احتمال اعتبار اهتمام الجمهور بهذه القضية، مثال؛ لا تخبرنا مؤسسات الإعلام الجماهيري بما يجب أن نفكر فيه أو كيف يجب أن نشعر

حيال قصة أو قضية، ولكنها تقدم لنا قصصًا أو قضايا معينة يجب أن يفكر فيها الناس أكثر. (The Agenda-Setting Theory in Mass Communication, 2018)

تقوم هذه الافتراضات لنظرية وضع الأجندة، على الوفاق الحاصل ما بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام وترتيب أولويات الجمهور، للتركيز والاهتمام بقضايا وموضوعات معينة، وهو ما يبرز الدور المنوط للوسائل الإعلامية في هذا المجال، أين تركز على الأحداث العامة والقضايا المصيرية لتكوين الخطاب الجمعي وتحقيق الالتفاف حولها، حيث أبرزت مختلف الدراسات المقامة على النظرية اهتمام وتداول الجمهور للقضايا بنفس الترتيب المعروض لها عبر وسائل الإعلام.

تضيف نسرين حمودة مجموعة من الفرضيات التي رافقت نظرية وضع الأجندة، على غرار:

- التأثير القوي لوسائل الإعلام على الجمهور.
- التركيز الكبير على المرسل كأساس للعملية الاتصالية.
- التفسير المشابه والموحد لمجموع القضايا والأحداث من قبل الصحفيين ومصادرهم والجمهور.

(حمودة ، 2015 ، صفحة 6)

إضافة إلى وجود ميزة نفسية لنظرية وضع جدول الأعمال. كلما تم الإعلان عن قصة ما في وسائل الإعلام، كلما تم تخزينها بشكل بارز في ذكريات الأفراد عندما يُطلب منهم تذكرها، حتى لو لم تؤثر عليهم على وجه التحديد أو تم تسجيلها كمسألة بارزة في أذهانهم. (The Agenda-Setting

Theory in Mass Communication, 2018)

VII. أنواع ترتيب الأولويات (وضع الأجندة)

مكّن هذا التقسيم الذي وضعه كوب **Cobb** والد **Elder** من إظهار قوة الأجندة خاصة في جانبها السياسي وعلى ممارستها تحديدا وفصلوها إلى نوعين:

الأجندة المنتظمة، وترد إلى جملة النزاعات السياسية المتمحورة حول مدى الشرعية، التي تستحوذ اهتمام الجمهور، ليأتي الصراع العربي - الصهيوني، في مقدمة هذا النموذج.

الأجندة المؤسساتية، تتمثل في "مجموعة من الموضوعات المبرمجة لسبب جاد وفعال"، والتي يحددها أصحاب القرار في جهة أو مؤسسة معينة، ليطم إبراز جملة من القضايا المحددة من قبل وسائل الإعلام لتتحول إلى أولويات للجمهور، وتنتقل من النطاق الخاص إلى العام جماهيريا من حيث المتابعة والتأثير. (أبو إصبع، 2006، صفحة 146)

VIII. خصائص نظرية ترتيب الأولويات:

تتميز نظرية ترتيب الأولويات بالعديد من الخصائص لخصتها نسرين حمودة فيما يلي:

- التزايد المطرد في البحوث والدراسات التطبيقية في مجالها
- القدرة على توليد مواضيع وأساليب بحثية جديدة، وفقا لتغير المواقف والمتغيرات الاتصالية
- تجسيدها باقتدار للتكامل والجمع بين عدة مجالات بحثية فرعية تحت لوائها للاتصال الجماهيري.

(حمودة ، 2015 ، صفحة 8)

IX. خطوات تشكل عملية وضع الأجندة

وفق ما ذكره الباحثان لونج ولونج **Lang et Lang**، فإن وضع الأجندة يتم في ست مراحل:

أ. إلقاء الصحافة للضوء على بعض الأحداث وإبرازها.

ب. حاجة بعض القضايا إلى أكبر قدر من التغطية لإثارة الانتباه.

ت. وضع القضايا أو الأحداث المثيرة للاهتمام في إطار مناسب يسهل إدراكها ويعطي لها المعنى المناسب.

ث. حسن اختيار اللغة المستخدمة في إيصال رسالة الحدث المعين، بما يؤثر على مدركات الجمهور ويوقنه بأهمية القضية.

ج. يزداد وضع الأجندة ويتم بسرعة أكبر عند مبادرة بعض الأفراد الموثوق فيهم بالتحدث في قضية معينة.

ح. ربط وسائل الإعلام بين الأحداث محل الاهتمام وبين بعض الرموز الثانوية التي تكون معروفة نوعا ما في الخارطة السياسية المعمول عليها، وذلك لحاجة الأفراد لأساسي مادي لاتخاذ قرار من القضية المتناولة. (حمودة ، 2015، الصفحات 11-12)

X. العوامل المؤثرة في وضع الأولويات

تدخل مجموعة من المتغيرات للتأثير في عمل وتشكيل الأجندات لدى الجمهور:

1. ماهية القضايا المقدمة

يقصد بها حسب ما أشار إليه السيد و مكاي مدى كونها ملموسة ومدركة من قبل أفراد الجمهور التي يكون للأفراد خبرة وعلاقة تماس مباشرة معها كالبطالة، أو مجردة وغير ملموسة ولا يملك الفرد علاقة مباشرة معها، كالتلوث والمخدرات، والدبلوماسية، ومدى ميلان كفة الأولوية تجاه أحد النوعين، وفق ما قام به عديد الباحثين من دراسات في الموضوع، فيما أكد البعض منهم على ضرورة تحديد نوع القضايا أساسا

قبل تحديد أولويتها، فعلى سبيل المثال في الوقت الذي كان يرى زوكر أن الجريمة قضية ملموسة، كان ويفر وزملاؤه يرى أنها قضية غير ملموسة. (مكاوي و السيد، 1998، صفحة 294)

فيما يبرز تحديد آخر لطبيعة القضايا المتناولة على مستوى الرأي العام حسب يوسف تمار والتي أشار إليها بريغمان وميسكا 1986، قسمها إلى قضايا الانشغال ذات الأهمية الأكبر لدى الرأي العام، وقضايا الجدل التي تبقى محل اعتراض ونظرة سلبية لها في الغالب، خاصة بين الأطراف السياسية المتنافسة. (تمار ، اطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام و الاتصال، 2004، صفحة 101)

حيث وضعت دراسة كارتر وآخرون Carter et al، فرضية وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين "درجة اهتمام الجمهور بالقضية وزيادة حصولها على اهتمام أكبر"، فيما أبرزت نتائج ذات الدراسة الاهتمام أكثر من قبل الجماهير بالقضايا التي تملك مقومات سلبية وتتسبب في التهديد والخوف، مثل التلوث والأمراض الفيروسية (حمودة ، 2015، صفحة 13)

2. الخصائص الديموغرافية:

أبرزت بعض الدراسات أن الخصائص الديموغرافية ترتبط بترتيب الأولويات، كمتغير التعليم الذي يلعب دورا أساسيا في ترتيب الأولويات نحو القضايا المثارة في وسائل الإعلام، حيث تزيد قدرة تلك الوسائل في وضع أولويات المتعلمين مقارنة بمن دونهم، وهو ما خلصت إليه ويتي في أحد دراساتهما، بينما أشارت دراسات أخرى على غرار حسن عماد مكاوي إلى كون هذه الخصائص، حسبهم، ليست من العوامل المؤثرة في تحديد الأولويات. (مكاوي و السيد، 1998، صفحة 295)

3. الإتصال الشخصي:

رغم ما لوسائل الإعلام من مكانة تأثيرية، إلا أنها لم تتمكن من إزاحة الدور الهام الذي يقوم به الاتصال الشخصي في تكوين الآراء واكتساب المعلومات، خاصة وأن تلك الوسائل ليست المصدر الوحيد لتلقي المعارف، حيث يعد الاتصال الشخصي ووفق دراسات العديد من الباحثين على غرار لازارسفيلد وكاتز، أكثر تأثيراً من وسائل الاتصال الجماهيري، وأحد الدعائم الاجتماعية، ومصادر ضغطها، خاصة في البيئة التي تملك تشابهاً قيمياً وظروفاً اجتماعية وثقافية واقتصادية مماثلة، تجعل المرء يتبع ويتأثر بقراراتها الاختيارية، وقد أدرج الدكتور تمار معها الجماعة المرجعية التي تشكل أساس تكوين الطبيعة الاجتماعية للفرد ومواقفه وآرائه". (تمار ، اطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام و الاتصال، 2004، الصفحات 114-117)

4. الفترة الزمنية:

يؤثر زمن التغطية الإعلامية لقضية معينة على تحديد أهميتها، وإحداث تأثير على قائمة أولويات الجمهور، خاصة في فترة الانتخابات أين يدعم تكرار الرسائل تأثير وسائل الإعلام في تحديد الأولويات، وتلبية حاجات الأفراد في معرفة مجريات الساحة السياسية في تلك الفترة. (حمودة ، 2015، صفحة 13)

5. توقيت إثارة القضايا:

أين أكدت العديد من الدراسات المقامة، الدور الهام لوسائل الإعلام في ترتيب الأولويات، وخاصة الميولات الانتخابية في فترة الانتخابات بشكل أقوى وأبرز منها في بقية الأوقات. (مكاوي و السيد، 1998، صفحة

(296)

فيما ترتبط العوامل المتعلقة بالوسائل الإعلامية - كما أشار إلى ذلك يوسف تمار - بطريقة العرض للقضايا، من حيث الاستمرارية والتراكم ولو بشكل متقطع لكن دائم، في نقل وتقديم نفس القضايا على اختلاف أنواعها خاصة في المجال السياسي، وتحديدًا في فترة الانتخابات وحملاتها الانتخابية، الاتفاق في طبيعة الرسائل المقدمة، حتى وإن اختلفت وتنافست وسائل الإعلام فيما بينها، إلا أنها وحسب دراسات بيار بورديو **pierre bourdieu** تصل في نهاية المطاف إلى "تدفق مغلق للمعلومات"، جراء تناقلها بين بعضها للأخبار والمعلومات، ما يُحدث نوعًا من الحصار والانسداد الفكري الذي يؤد بنفس القالب المعلوماتي والاهتماماتي للجمهور من قبل وسائل الإعلام. (تمار ، اطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، 2004، الصفحات 106-111)

بالإضافة إلى التأثير الأيديولوجي الذي يبرز أكثر في عمل التلفزيون باعتباره أبرز وسيلة اتصال جماهيرية متابعة وتأثيرًا، والتي تحيل إلى الإطار الفكري السائد في المجتمع، والذي يعمل التلفزيون ضمنه، أين تبرز علاقة وطيدة بين الأيديولوجية والنظام السياسي السائد في المجتمع، ما يؤدي إلى تأثير صانعي ومحركي السياسة المجتمعية الذين تحكمهم ضغوط عديدة سياسيًا، على عملية صناعة القرار التي تؤثر بدورها على بروز قضايا معينة دون غيرها لتصدر أولوية أجندة التلفزيون.

عدا عن التأثيرات الخارجية من قبل جماعات الضغط التي تؤثر في المضمون وإبراز موضوعات معينة، العوامل الداخلية من طبيعة أهداف القناة التي تسعى لتحقيقها، وتأثيرات نظام العمل وضغوطاته اليومية، وأخرى ذاتية من قبل حراس البوابة الإعلامية التي تؤثر في رسم الأجندة العامة للبرامج من خلال اتجاهاتهم وخلفياتهم الشخصية. (ذياب و راضي ، 2020، الصفحات 127-128)

وفق بيسيوني إبراهيم فإن هناك إجماعًا شبه عام بين أساتذة الاتصال على اختلاف انتماءاتهم، وتياراتهم، أنه لا توجد أيديولوجيا خاصة بالدولة وأخرى بوسائل الاتصال، بل هناك أيديولوجيا واحدة تحدد

الخط السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة، كما تحدد موقف الأخيرة من الاتصال وأدواره ووظائفه التي تتكامل مع سائر مؤسسات الدولة، مستهدفة تحقيق توازن يؤدي إلى دعم وحماية قيم ومصالح القوى المسيطرة في المجتمع، وبالتالي التحكم في أدوات التغيير السياسي والأنظمة التعليمية والثقافية والاجتماعية. (حمادة ، 1993، صفحة 157)

XI. الأبحاث الخاصة بنظرية وضع الأجندة

عدَّ بسيوني إبراهيم، ما يقارب 300 دراسة منشورة تناولت وضع الأجندة وفق مداخلها البحثية الثلاث، وهي كالتالي: (بسيوني ، الصفحات 6-7)

- الاتجاه البحثي الأول انطلقاً من وضع أجندة الجماهير، ويركز على الدراسات التي تناولت مجموعة من القضايا لدى وسائل الإعلام وأخرى لدى الجماهير، وخلصت إلى أن اتجاه التأثير يكون من قبل وسائل الإعلام على الجمهور لا العكس.
- الاتجاه البحثي الثاني تركز فيه البحوث على دراسة قضية واحدة لدى الجمهور ووسائل الإعلام معاً، وقياس أجندة الجمهور خلالها بأسلوب تجميعي، أين يُبرز هذا النوع درجة عالية من الاتساق بين قضايا الإعلام والجمهور على حد سواء.
- الاتجاه البحثي الثالث يركز على أجندة وسائل الإعلام أين يرى هذا المدخل أن اهتمام وسائل الإعلام يعكس نفس الترتيب لذات القضايا لدى كل الأفراد على حدٍ.

XII. تقييم نظرية ترتيب الأولويات:

أجمع الباحثون على أن بحوث الأجندة ساهمت في استيعاب دور وسائل الإعلام مجتمعيًا، خاصة وأنها أدت إلى تعزيز "استخدام مفهوم الآثار بعيدة المدى للتأثير الاجتماعي لوسائل الإعلام"، بالإضافة إلى قدرتها على توليد قضايا بحثية جديدة، ونمو الدراسات التطبيقية ضمنها وفق عمل توافقي لعدة مجالات بحثية، خاصة وأنها أوجدت أرضية مشتركة بين علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية والاجتماعية وكذا علم النفس الاجتماعي، تبرز النواحي الإيجابية للنظرية في نقاط الأهمية التي تم تناولها سابقًا.

رغم ذلك، تلقت نظرية ترتيب الأولويات مجموعة من الانتقادات من قبل عدة باحثين في المجال الإعلامي والسياسي، على غرار "كاراجيه" الذي اعتبر النظرية قاصرة من حيث المجال المتاح لحركية البحوث فيها، وعدم تفصيلها كفاية خاصة في نقطة السببية منهجيا، مقابل تعدد الأساليب المنهجية الموظفة خلالها، بالإضافة إلى تركيزها على قضايا بحد ذاتها نظرا لقدرة وسائل الإعلام على تحديد موضوعات مثيرة للجدل من بين سياق أكبر من الموضوعات العامة". (مكاوي و السيد، 1998، صفحة 298)

توجه نسرین حمودة نقدا لنظرية ترتيب الأولويات بالنظر إلى تركيزها على دور وسائل الإعلام التقليدية في وضع أجندة الجمهور، لكن وفاء الأخير لها تقلص مع التطور التكنولوجي الرهيب الحاصل، أين بات ينتقل بين مختلف الوسائل والوسائط الإعلامية ولتكنولوجية للوصول لما يرغب به من معلومات بنفسه، بالإضافة إلى الترفيه والتسلية. (حمودة ، 2015 ، صفحة 20)

بينما نقل أبو أصبع الانتقاد الذي وجهه كل ليندا كيد Kaid وكاثير هيل Hale وويليامز Williams عن إهمال النظرية لبعض الأحداث السريعة والطارئة التي تؤثر بقوة وسرعة غير منتظرتين وبالتالي تأثيرها في أجندة وسائل الإعلام من جهة وأولويات الجمهور من جهة أخرى. (أبو إصبع، 2006، صفحة 146)

لا يمكن لأحد إنكار أهمية النظرية ومكانتها إعلامياً حسب بيسيوني حمادة في شتى المجالات وخاصة السياسية منها، أين تبرز نشاط وتحليل النظرية أكثر في مجال الحقل السياسي ويبلغ ذروته في الحملات الانتخابية، وهو ما أكدته وعمدت إليه أغلب الدراسات البحثية المقامة منذ ظهورها، ومع التوصيات لضرورة الاهتمام أكثر ببقية العناصر والمتغيرات المؤثرة والمساهمة في عملها، تبقى أهم حوصلة تعكس النظرية ما جاء به **كوهين Cohen** عام 1963 بأن "الصحافة قد لا تتجح معظم الوقت في التأثير في اتجاهات الناس، ولكنها تؤثر بقوة في تحديد نوعية القضايا التي يهتمون بها". (بسيوني ، صفحة 5)

XIII. تطبيق نظرية ترتيب الأولويات على الاعلام السياسي والمضامين الساخرة:

يفترض هذا المدخل أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تحدث في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً عن الموضوعات التي لا تطرحها وسائل الإعلام، وعملية الانتقاء اليومي لموضوعات قائمة أولويات وسائل الإعلام وأساليب إبراز أو طمس تلك الموضوعات، وتحريكها صعوداً أو هبوطاً لا تستهدف إثارة اهتمام الجمهور العام فقط، إنما هي عملية تستهدف - أيضاً - صانعي القرار السياسي .

ثالثاً: نظرية التأطير الإعلامي

I. معنى التأطير:

إن الإطار النظري الواضح للتواصل المرئي هو التأطير، والذي يعتمد في الواقع على فكرة الصورة، عندما يلتقط المصورون صوراً، لا يمكنهم التقاط العالم بأكمله في إطار الصورة، بل يجب على المصورين

تحديد جزء فقط من العمل الحقيقي للظهور داخل إطار الصورة، مع التخلص من كل شيء آخر وبالتالي فإن فكرة التأطير تنظر في اختيار المحتوى المضمن في الصورة، ولماذا اختار المصور هذا المحتوى على محتوى آخر والتأثير الذي سيحدثه على المتلقي. (FAHMY, MARY, & WANTA, 2014, p. 2)

تُعزى أصول البحث في دراسات التأطير إلى عمل إرفينج جوفمان الأساسي في عام 1974، "تحليل الإطار مقال في تنظيم التجربة" في بحثه الانتوجرافي الذي فحص كيف يفهم الأفراد بيئتهم وتفاعلاتهم الشخصية، يشرح أن هذا الإطار هو "مخطط للتفسير" يزود القارئ بسياق لفهم قضية يمكنهم من خلالها "تحديد موقع، إدراك و تحديد وتسمية " فالكلمات وفقاً لجوفمان هي محفزات تساعد الأفراد على التفاوض حول المعنى من خلال المعتقدات الثقافية القائمة ووجهات النظر العالمية. (Srivastava & Mahesh, 2015)

إن نظرية التأطير الإعلامي كما طورها جوفمان في الستينيات والسبعينيات هي نظرية تركز على المستوى الجزئي على كيفية فهم الأفراد لعالمهم الاجتماعي، واستمرت نظرية التأطير في اكتساب الاهتمام والقبول حيث أخذ باحثون آخرون أفكار جوفمان ووسّعوها لإنشاء إطار مفاهيمي يأخذ في الاعتبار السياق الاجتماعي والسياسي الذي يحدث فيه التأطير، والعواقب الاجتماعية والسياسية طويلة المدى للأطر التي تعتمد وسائل الإعلام، من أبرز هؤلاء الباحثين تود جيتلين وجاي توكمان.

فكثيراً ما يُستشهد بعملهم إذ لعبوا دوراً مهماً في توسيع نطاق أفكار جوفمان، حيث ركز جيتلين في دراسة له على التغطية الإخبارية للجماعات الراديكالية سياسياً خلال أواخر الستينيات وقال إنه تم تقديمهم بشكل منهجي بطرق تحط من قدر أنشطتهم وتتجاهل أفكارهم، هذه التمثيلات جعلت من المستحيل عليهم تحقيق أهدافهم. وركز توكمان في دراسته على عمل إنتاج الأخبار والقيود الخطيرة الكامنة في استراتيجيات

محددة لتغطية الأحداث على الرغم من أن القصد من هذه الممارسات هو توفير تغطية إخبارية موضوعية، فإن النتيجة هي قصص إخبارية يتم فيها تأطير الأحداث بطرق عديدة. (Baran, 2015, p. 300)

تقترح نظرية التأطير أن كيفية تقديم شيء ما للجمهور يسمى "الإطار" وهو يؤثر على الخيارات التي يتخذها الأشخاص حول كيفية معالجة المعلومات فالإطارات هي تجريدات تعمل على تنظيم أو بناء معنى الرسالة. الاستخدام الأكثر شيوعاً للإطارات هو من حيث الإطار الذي تضعه الأخبار أو وسائل الإعلام على المعلومات التي تنشرها من خلال تقديم عناصر إخبارية بسياق محدد مسبقاً، كما يمكن تصميم الإطارات لتحسين الفهم. (Arowolo, 2017, p. 3)

• فروض نظرية التأطير الإعلامي:

تفترض نظرية التأطير أن توقعاتنا مبنية اجتماعياً على:

1. تستند التوقعات إلى تجربة سابقة نوعاً ما، سواء كانت مستمدة من رسالة إعلامية أو تجربة شخصية مباشرة (بمعنى آخر، لم نولد معها).
2. يمكن أن تكون التوقعات مقاومة للتغيير، حتى عندما تتعارض مع المعلومات الواقعية المتاحة بسهولة.
3. غالباً ما ترتبط التوقعات أو تثير مشاعر قوية مثل الكراهية أو الخوف أو الحب.
4. غالباً ما يتم تطبيق التوقعات من قبلنا دون وعينا خاصةً عند إثارة مشاعر قوية تتعارض مع قدرتنا على تفسير المعلومات الجديدة المتوفرة في الموقف. (Baran, 2015, p. 331)

استناداً جزئياً إلى فلسفة Ludwig Wittgenstein اللغوية - لا سيما مفهومه عن الألعاب اللغوية، طور عالم الاجتماع إرفينج جوفمان (1974) تحليل الإطار لتقديم حساب منهجي لكيفية استخدامنا

للتوقعات لفهم مواقف الحياة اليومية كان جوفمان مفتونًا بالأخطاء التي نرتكبها في حياتنا اليومية - بما في ذلك الأخطاء التي لم نلاحظها أبدًا، مثل عندما يخطئ شخص ما في مغازلة شخص آخر، أو عندما يُنظر إلى الجهود التي يبذلها شخص ما للتحرك بسرعة عبر المطار على أنها مريبة.

دعونا ننظر في مثال عمليات التفتيش الأمنية في المطار، ربما نكون مسافرين مع مجموعة من الأصدقاء فنجد صعوبة في التعامل مع الفحص الأمني على محمل الجد أو يزعجنا أننا بحاجة إلى توشي الحذر ننسى بعض الأشياء التي نقوم بها عادة عندما يبدأ الأمن بالتحقق ولكن بعد ذلك يدق ناقوس الخطر، فجأة تصبح الأمور جادة. يتعين علينا إجراء تعديلات سريعة ولكننا نقوم بذلك بسهولة إلى حد ما ابتسامتنا تختفي نقف بشكل مستقيم ونولي اهتمامًا كبيرًا لموظفي الأمن من المحتمل أننا نلوم أنفسنا على ارتكاب أخطاء غبية؛ نسينا خلع أحذيتنا أو إزالة مفاتيحنا من جيوبنا وفقًا لجوفمان فقد انتقلنا من تأطير الموقف بشكل هزلي إلى فرض إطار جاد. (Baran, 2015, p. 332)

إذا كان التفاعليون الرمزيون على حق وكانت قدرتنا على صنع المعنى كبيرة جدًا ومبتكرة ومرنة جدًا، كيف يمكننا تنسيق أفعالنا مع الآخرين وتجربة الوجود اليومي على أنه له نظام ومعنى - كيف يمكننا أن نكيف أنفسنا بشكل روتيني مع الحياة ضمن الحدود التي تضعها المؤسسات الاجتماعية، كما يعتقد البنائيون الاجتماعيون؟

يرى جوفمان بأن الحياة تشبه إلى حد كبير الأداء الدرامي، ننتقل من عالم أو مجال اجتماعي إلى آخر بنفس الطريقة التي ينتقل بها الممثلون بين المشاهد ومع تغير المشاهد وتحولها يمكننا تغيير طريقة فهمنا لها بشكل جذري فنحدد مجموعات جديدة من التوقعات. في بعض الأحيان، كما هو الحال في مثال الفحص الأمني، لا نقوم بإجراء التغيير المناسب ثم نضطر للقيام بذلك ولكن كيف نعرف نحن والأشخاص من حولنا متى نقوم بإجراء التحولات؟ كيف نعرف متى ينتهي أحد المشاهد وبداية أخرى.

وفقًا لجوفمان، نحن نراقب دائمًا البيئة الاجتماعية بحثًا عن الإشارات الاجتماعية التي تشير إلى الوقت الذي يتعين علينا فيه إجراء تغيير، وغالبًا ما نكون أنفسنا ماهرين جدًا في استخدام هذه الإشارات. بالعودة إلى مثال المطار، ماذا لو كان رجال الأمن يرتدون ملابس الشارع أو في ثياب البحر؟ ماذا لو وقفوا بشكل عرضي وتجاهلوا إنذارات الماسح الضوئي؟ ماذا لو كانوا يمزحون مع بعضهم البعض بدلاً من مراقبة المعدات بعناية؟ هل نأخذهم على محمل الجد؟ هل يمكننا تأطير الموقف بشكل هزلي؟ يمكن للإشارات الاجتماعية أن تحدث فرقًا كبيرًا في الطريقة التي نقرر بها هيكلة أفعالنا. (Baran, 2015, p. 332)

والسؤال الذي يطرح نفسه هنا، كيف تدخل وسائل الإعلام في هذه النظرية؟

قام **جوفمان** بالعديد من الاستكشافات الإرشادية للطريقة التي قد تؤثر بها وسائل الإعلام على استخدامنا للإطارات، بما في ذلك مقال بعنوان "حديث الراديو" ظهر في كتابه أشكال الحديث (1981) وفي كتاب آخر، إعلانات الجنس (1979) في العمل الأخير قدم حجة ثاقبة فيما يتعلق بالتأثير الذي يمكن أن يكون للإعلان على تصورنا للجنس الآخر.

تُوفر نظرية **جوفمان** طريقة مثيرة للاهتمام لتقييم كيف يمكن لوسائل الإعلام تطوير وتعزيز الثقافة العامة المهيمنة، فهناك العديد من الرسائل الدقيقة وغير الدقيقة في الطريقة التي يتم بها تصوير النساء في الإعلانات، إحدى الرسائل السائدة هي "استهلك المنتج واحصل على الفتاة". والشيء الآخر هو أن المرأة الجذابة جسديًا تكون نشطة جنسيًا ومحبة للمرح حيث يتم توجيه الرسالة الإعلامية بانتظام لتأطير المواقف بطريقة ما دون الأخرى. (Baran, 2015, p. 334)

ينصب اهتمام جامسون على قدرة الحركات الناشطة على إحداث تغيير اجتماعي إنه يشارك وجهة النظر البنائية الاجتماعية الفائلة بأن المؤسسات الاجتماعية والنخب التي تقودها قادرة على السيطرة على العالم الاجتماعي من خلال نشر الأطر التي تخدم مصالحهم لكنه يعتقد أن الحركات لديها القدرة على إنشاء وتعزيز أطر بديلة يمكن أن تحدث تغييراً مهماً في النظام الاجتماعي لكن لكي يحدث هذا، تحتاج الحركات إلى تطوير أطر مقنعة تعبر عن آرائها، وعليهم إقناع الصحفيين لإنتاج قصص إخبارية تقدم هذه الأطر بشكل فعال ومتعاطف عندها فقط سيتم نشر مثل هذه الأطر على جمهور أكبر بحيث يبدأ المزيد من الناس في رؤية العالم الاجتماعي بالطريقة التي يتعامل بها أعضاء الحركة. (Baran, 2015, p. 336)

في دراسة **Seals Katrina** تظهر نتائج تحليل المحتوى الذي يفحص التغطية الإخبارية للمشاجرة بين الأستاذ وضابط الشرطة أن وسائل الإعلام الإخبارية عادة ما تؤكد على موضوع وحشية الشرطة في تغطية الحدث، باستخدام التلاعب بتأطير الحدث، نجد أن التعرض لإطار القانون والنظام وإطار وحشية الشرطة يؤثر بشكل كبير على تقييمات ضابط الشرطة والأستاذ وكذلك له عواقب سياسية، مما يؤثر على تصورات الناس للعنصرية في العمل الشرطي كمشكلة في المجتمع. تم تأطير الشجار على أنه حالة من وحشية الشرطة وكمثال على "القانون والنظام" المبرر قبل أن يكتسب الجمهور وعياً بالحادثة وبدلاً من السماح للأدلة بالتحدث عن نفسها. (Seals, 2021, p. 92)

لفهم نظرية التأطير بشكل أفضل، من المهم الاعتراف بنظرية ترتيب الأولويات، يتم وضع أجندة الأعمال عندما تنشر منافذ الأخبار معلومات حول قضية أو حدث، باتباع منطق نظرية وضع الأجندة، يمكننا القول إن الصحافة تشكل ما "يدركه" الجمهور على أنه "واقع بمعنى تنشأ علاقة بين الصحافة ومصادرها، والجمهور العام الذي يحدد "ما هو مقبول كأجندة عامة" (Seals, 2021, p. 93)

يرى **Vallaste** أن وسائل الإعلام هي المصادر الأولى للمعلومات حول الأحداث المحلية والعالمية، مما يمنحها سلطة واسعة على كيفية تأطير القصص الإخبارية، فوسائل الإعلام بقوة هائلة في التحكم في سرد الموقف. أظهر فحص العناوين والمقالات من مواقع الويب المختلفة كيف يمكن لمصدر الأخبار "تأطير" المعلومات لإنشاء استجابة محددة، سواء من المشاركين ومن المستهلك. (Seals, 2021, p. 93)

• إعادة التأطير البصري وتحطيم المعتقدات التقليدية:

في عام 2003، بثت قناة سي إن إن **CNN** للعالم أجمع فيديو هدم تمثال صدام حسين في بغداد واعتبر منتج تلك اللقطات أن المجتمع العالمي يمكن أن يتقاسم معنى هذا العمل الرمزي؛ لم يتطلب الجمهور جهودًا معرفية كبيرة لفهم هذا الفعل حيث توضح الأمثلة طوال القرن العشرين الحكومات التي تمت الإطاحة بها وأصبحت جزءًا من الذاكرة الجماعية. تم استخدام إسقاط التماثل على نطاق واسع في التاريخ الحديث لإعلان استبدال السلطة علنًا. هذا النوع من المخططات الرمزية له علاقة بمفهوم التأطير البصري يقدمون إشارات بصرية لتفعيل الأطر المعرفية لدى المشاهدين/يركز التأطير البصري على كيفية تعريف الفاعلين المختلفين للمشاكل الاجتماعية من خلال الصور، "اختيار بعض جوانب الواقع المتصور، وإبرازها للآخرين من خلال الاتصال المرئي، وجعلها بارزة وذات مغزى ولا تُنسى، بحيث يتم الترويج بصريًا لبعض الصفات أو التفسيرات أو التقييمات للقضية أو العنصر الموصوف". عادة ما يوظف السياسيون والصحفيون والحركات الاجتماعية الصور لتوليد معاني في الأمور السياسية. إنهم يسلطون الضوء على الجانب السياسي للأفعال باستخدام مثل هذا التأطير. (Valhondo, 2021, p. 419)

في السياق ذاته يقدم موضوع تقنين الماريجوانا مثالًا حسب العديد من الدراسات مثالًا واضحًا بشأن كيفية تنفيذ الدول للسياسات التي تنحرف عن تلك التي قدمتها الحكومات، وهذا الصراع يعني أن تقنين

الماريجوانا هو قضية سياسية وبالتالي، يمكن أن يؤثر التوجه السياسي للصحف على اختيار إطارات معينة تتعلق بإضفاء الشرعية على الماريجوانا من عدمها.

يمكن تأطير قصة تقنين الماريجوانا ، على سبيل المثال ، كمسألة طبية ، تصف النقاش العام حول الفوائد الطبية أو مخاطر الماريجوانا بالتناوب ، كما يتم تأطير تقنين الماريجوانا كقضية اقتصادية، ومناقشة الآثار على الإيرادات الضريبية وتنشيط الاقتصادات الإقليمية (Hwalbin & Kim, 2018, p. 456)

خلاصة

إن الاتصال الجماهيري يخلق ثقافة جماهيرية ووضع الأجندة هو قدرة وسائل الإعلام على تحديد بروز القضايا المتعلقة بالأخبار ، " وهي عملية استرداد قضية في الذاكرة لذلك، فإن أي قضية يعتقد الناس أنها مهمة تعتمد بشكل كبير ليس فقط على طول البث ولكن أيضًا على موقعها وكمية المعلومات. على سبيل المثال، يعتبر معظم الناس أن أخبار الصفحة الأولى في الصحف أكثر أهمية من الصفحات الأخرى. وبالمثل، إذا تم نشر مقال إخباري بشكل متكرر وفي وسائط مختلفة في وقت واحد، فإن الأخبار تصبح أكثر قيمة. تُظهر وسائل الإعلام وجهات نظرها المتحيزة التي يتبناها الجمهور وتحرم الجمهور من التفكير الذاتي فيأتي وضع الأجندة بعد عمل البوابة، وهو تحرير الأخبار بواسطة حراس البوابة، مثل المحررين، قبل أن تصل إلى الجمهور العام.

الفصل الثاني

النظم السياسية العربية ووسائل

الاعلام

الفصل الثاني: النظم السياسية العربية ووسائل الاعلام

تمهيد

1. العلاقة بين النظم السياسية العربية ووسائل الإعلام
2. آليات تعامل النظم السياسية العربية مع الاعلام
3. واقع إعلام النظم السياسية العربية
4. وسائل الاعلام كحلقة قوية في الاتصال السياسي
5. استخدام وسائل الاعلام في المشاركة السياسية
6. الوعي السياسي بين مضامين التلفزيون والاعلام الجديد
7. مصداقية الفعالية السياسية لدى الرأي العام
8. حدود الموضوعية وأخلاقيات وسائل الاعلام في السياسة

خلاصة.

الفصل الثاني: النظم السياسية العربية ووسائل الاعلام

تمهيد:

إن العلاقة بين وسائل الإعلام العربية والأنظمة السياسية علاقة معقدة فمنذ نشأته في الخمسينيات من القرن الماضي، كان التلفزيون العربي- كأحد أهم وسائل الاعلام انتشارا وقوة - مملوكًا ومُدارًا من قبل الحكومات، معظمها غير منتخبة وسلطوية حتى التسعينيات، كانت هناك استثناءات قليلة بعد خصصة قطاع الاعلام في العديد من الدول على غرار لبنان ومصر والعراق ، لكن التطورات التقنية في عالم الأعمار الصناعية والأحداث السياسية و الاجتماعية أجبرت الحكومات العربية على وضع الاعلام في قلب السياسة العالمية و على الرغم من عولمة الاعلام العربي إلا أن معظم وسائل الاعلام العربية لا تخرج رسائلها عن أخبار البروتوكول السلطوي و البرامج الموجهة من طرف السلطة، لكن مع تطور تكنولوجيات الاتصال و تدفق المعلومات عبر شبكة الأنترنت أصبح من الصعب بما كان احكام سيطرة الدولة على مصادر المعلومة حيث شكل ذلك مصدر قلق للسلطة التي حاولت ابتكار وسائل ضغط عديدة تستعيد بها السيطرة على وسائل الإعلام.

1. العلاقة بين النظم السياسية العربية ووسائل الإعلام

يعرف إيستون النظام السياسي بأنه مجموعة من التفاعلات والأدوار التي تتعلق بالتوزيع السلطوي للقيم وفي مقدمتها عملية تخصيص القيم أي -من يحصل على ماذا- ويضلع النظام السياسي هنا بعملية التوزيع وتنظيمها بما يتخذه من قرارات ملزمة للجميع (يوسف ، 2006 ، صفحة 19)

جدول رقم 3 يمثل تصنيف برنارد كريك للنظم السياسية (يوسف ، 2006 ، صفحة 19)

شمولي	جمهوري	أوتوقراطي	النظام
			التصنيف
فرض أيديولوجية تدعى بالشمول	تواجد مصالح مختلفة في بنية السلطة بالاختيار الحر	فرض رأي مجموعة بالقوة والإجبار	الحفاظ على النظام
حشد الجماهير خلف القيادة	المشاركة التطوعية	الخضوع والطاعة السلبية	دور الجماهير
الامتثال أيديولوجي أو عقيدي	الامتثال مطلوب ومبرر على أسس نفعية	الامتثال واجب والحكومة مقدسة	المذهب الرسمي
تعتمد على الوظيفة أو الدور السياسي	طبقة وسطي كبيرة	طبقة جامدة لا حراك	البنية الاجتماعية
مجموعة حزبية صغيرة	منفتحة واختيارها ديموقراطي	مغلقة وأرستقراطية	النجبة السياسية
مخطط وموجه مركزيا	حر رأسمالي أو مختلط حكومي رأسمالي	زراعي أو استخراجي للاكتفاء الذاتي	التنظيم الاقتصادي

يُقصد بالإعلام الرسمي العربي؛ وسائل الإعلام التي تملكها الدولة أو النظم السياسية وهي تحديداً، وسائل البث العام المتمثلة بالبث التلفزيوني الرسمي والبث الإذاعي بالدرجة الأولى، ولا تزال بعض الدول العربية تملك أو تدير بشكل مباشر أو غير مباشر، صحفاً يومية واذاعات وقنوات تلفزيونية. (الطويسى، 2017، صفحة 13)

يشير يحيى اليحياوي إلى عدة عوامل أدت ولا تزال تؤدي دوراً هاماً في التأثير على فاعلية العلاقة بين الإعلام والسياسة وترتبط هذه العوامل بنوعية النظم السياسية وطبيعتها، ثم بشكل نظام التواصل والإعلام السائد فيه، بالإضافة إلى عوامل داخلية تتمثل في بنية المجتمع، وعوامل خارجية، تتمثل بالأساس في طفرة تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وخاصة تطور الشبكات الرقمية، منذ ظهور شبكة الإنترنت وإلى حين انتشار شبكات التواصل الاجتماعي. ف"الأنظمة غير الديمقراطية في دول العالم الثالث ومنه في العالم العربي باستثناءات قليلة، تكون وسائل الإعلام فيها خاضعة للسلطة، ومنفذة لتوجهاتها وملبية لأوامرها، وساعية باستمرار لخدمة أهدافها. ولهذا، فإن مثل هذه العلاقة أحادية الجانب، لا يمكن لوسائل الإعلام أن تقوم بأي دور أو تسهم في أي حدث، وهو ما ينعكس سلباً على اتجاهات الجمهور نحوها وتصوره لأدوارها". (اليحياوي، 2017)

لقد بقي الإعلام الرسمي العربي حسب ما أشار إليه باسم الطويسى حتى عام 2010 يمثل أداة في يد السلطة، وعلى الرغم من الانفتاح الذي أحدثته القنوات الإخبارية إلا أن الإعلام الرسمي لم يوفق في أحداث تغيير تاريخي في مصادر معلومات المجتمع العربي عن الديمقراطية وحقوق الإنسان. ولئن كانت هذه المرحلة شهدت توسعاً في المضامين التي تتناول حقوق الإنسان والمشاركة السياسية والمطالب الشعبية وحركة الجماهير العربية فإنه من المبالغة القول إن هذه الوسائل شجعت بشكل جاد مساءلة الحكومات أو ممارسة رقابة حقيقية أو هيأت الجماهير إلى التحول الديمقراطي. (الطويسى، 2017، صفحة 13)

إن واقع الاعلام في مجتمع ما حسب **حنان يوسف** ليس سوى انعكاس للنظام السياسي والاجتماعي والثقافي السائد في ذلك المجتمع ودرجة التطور الحضاري به، وقد حال التعدد في النظم السياسية من إقامة نموذج اعلامي موحد وانتهى الأمر بوجود نظامين إعلاميين على المستوى الدولي وهما:

1. النظام الإعلامي الغربي انعكاسا للنظام الليبرالي: ينطلق من حق الفرد في المعرفة مع الأخذ

بالتعددية الاتصالية والملكية الفردية لوسائل الاتصال.

2. النظام الإعلامي الشرقي إنعكاسا للنظام الاشتراكي: لا يستطيع هذا النظام أن يخفي هويته السلطوية

من خلال سيطرة وخدمة حزب أو جماعة بعينها (يوسف ، 2006 ، صفحة 19) فالمجتمع العربي اليوم بأمية قسم منه و جهل قسم ثان و تهاون قسم آخر بات أسيرا لسياسة إعلامية مرسومة وفق خطة تكاملية، مدعمة بوسائل نفسية حديثة امتهنت لتفعيل هذه الخطة و تأمين استمراريتها (الشعراني ، 2017 ، صفحة

(13

يترتب على ذلك فقدان الجماهير للثقة في السلطة وفي وسائل الإعلام معا، مما يؤدي إلى العزوف

السياسي، أو اتجاه الجمهور إلى قنوات التواصل الخارجية الأخرى، للبحث عن المعلومة واستقاء الخبر ومعرفة المستجدات.

يشير **عبد الله العليان** إلى أن السلطة السياسية تستخدم الاعلام كأداة أساسية للترويج لمشاريعها

الاجتماعية ، السياسية و الاقتصادية و الوصول إلى الجمهور بكل فئاته و اتجاهاته كما يتعامل الاعلام

العربي مع النظم السياسية على أنها مصدر مهم للوصول الى الأخبار السياسية و الاقتصادية التي تتبناها

الحكومات حيث تحاول السلطة السياسية إخضاع الصحافة لها و السيطرة عليها فالعلاقة بينهما جدلية

فالعلاقة التي تربط السلطة السياسية و الفكرية و الاجتماعية بوسائل الاعلام هي علاقة تحكمها المصالح

المتبادلة بين هذه الاطراف و بين وسائل الاعلام في الدول الديمقراطية بينما تحكم هذه العلاقة التوجهات السياسية و الفكرية و الاجتماعية في الدول غير الديمقراطية التي لا تزال تسيطر على وسائل الاعلام بشكل مباشر او غير مباشر و هو الحال في الوطن العربي. (العليان، 2021)

فيما يؤكد **صابر حارص** أن وسائل الاعلام تولت سابقا مهمة الدعاية والمذيع لكن الحرب الأخيرة على العراق أكدت أن تسمية وسائل الاعلام بالسلطة الرابعة ليس بالصدفة اذ تحول الاعلام إلى عنصر مكون للسلطة ومرآتها وقد لعب الاعلام العربي الدور الاكبر في تهيئة الشعوب العربية لتقبل الحرب من خلال تهيئة الرأي العام بالأدلة والبراهين في سياق مصطنع بضرورة احترام الشرعية الدولية في حين كان المواطن العربي البسيط يدرك تماما أن لا شرعية دولية ولا قوانين إلا حين يتعلق الأمر بالعرب (حارص، 2008، الصفحات 91-99)

حسب **عبد الرحمن أسامة** تتحدد الكيفية التي تتعامل بها الأنظمة السياسية مع الاعلام من خلال **الوظائف** التي تمنح للإعلام في تلك الأنظمة، ففي الدول الديمقراطية فإن وظيفة الاعلام تتعلق أساسا بتكوين الرأي العام والإخبار إضافة إلى النقد والرقابة ويمكن حصر هذه الوظائف فيما يلي: (عبد الرحمن ، صفحة 6) .

1. **وظيفة إخبارية معرفية:** حيث يعمل المرسل على نقل المعلومات والوقائع والأفكار إلى المتلقي، وإعلامه بما يجري في العالم من أحداث.

2. **وظيفة تعليمية تنموية:** بتدريب المتلقين عن طريق تزويدهم بالمعلومات والمهارات.

3. **وظيفة إقناع وتغيير:** بإحداث ت وُالت في وجهات نظر الآخرين مما يدفع المتلقي للحصول على معلومات جديدة تساعد في اتخاذ القرارات، والتصرف بشكل مقبول اجتماعياً وتُعدُّ هذه أهم الوظائف.

4. وظيفة ترفيهية: بالتروي عن نفوس أفراد المجتمع وتسليتهم، فيجد المتلقي الراحة والمتعة والتسلية.

5. وظيفة إعلانية: وباتت إحدى أهم وأبرز وظائف الإعلام وأخطرها أيضاً، فمع تحول الإعلام إلى صناعة وسلعة، أصبح الإعلام جزءاً من الحركة الاقتصادية والتجارية.

يرى الباحثان **صابر نفحوط، ومحمد البخاري** أن وظائف الاتصال على صعيد السياسة الخارجية تتمثل بما يلي: الاتصال بالأفراد والجماعات والكتل السياسية والمنظمات داخل الدولة والتي تمارس نشاطات إعلامية داخلها وتتمثل بالحوار مع القوى المؤثرة في اتخاذ القرار السياسي من شخصيات وأحزاب وكتل برلمانية سواء أكانت في السلطة أم المعارضة على السواء إضافة إلى الاتصال المباشر بال جماهير الشعبية عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري من خلال المؤتمرات الصحفية البرامج الإذاعية والتلفزيونية والعروض السينمائية والمسرحية وافلام الفيديو و غيرها للوصول إلى تأثير إعلامي أفضل وأكثر فاعلية. (الدليمي ع،، 2011، الصفحات 229-231)

تُعتبر علاقة الصحافة بالسلطة السياسية (الحكومات) -كما أشار **محمد حسني نصر**- مقدمة ونتيجة في الوقت ذاته للحديث عن حرية التعبير وبالتالي حرية الصحافة، لذلك يُنظر إلى هذه العلاقة في مختلف الأنظمة السياسية والإعلامية على أنها محدد هام من محددات حرية الاعلام، ومقياس رئيسي للحكم بوجود هذه الحرية في بلد ما. وهو الأمر الذي جعل الباحثين والدارسين يعتبرون هذه العلاقة مدخلا للبحث في العلاقة بين حرية التعبير والسلطات السياسية في بلد ما. (نصر ، 2011، صفحة 53)

في السياق ذاته يشير الباحثان **بوحنيفة وبن الشيخ** أنه وفي سياق ما سمي ب"الربيع العربي" لعبت القنوات الإخبارية الفضائية دوراً إعلامياً مختلف تماماً عن الإعلام الحكومي، حيث عملت على تغطية مطالب التغيير التي طالب بها الجماهير ، واستطاعت أن تسقط أربعة أنظمة سياسية - و على الأقل قياداتها - في تونس ومصر وليبيا واليمن، وبظهور هذا النوع من القنوات الإعلامية الإخبارية الجديدة، تميزت

التغطية الإعلامية بنمطين من الأداء، نمط يقوم بتوظيف "الصورة" من خلال إعلام حرّ "يغطّي الأحداث" دون توجيه مسارها، لا يزيّف الحقائق في انحياز واضح للإرادة الشعبية، مقابل إعلام تقليديّ سلطوي ، "يغطّي على الأحداث"، ويحاول فرض وتبني رؤية رسمية أحادية أو فرض قراءات أخرى مغلوبة وأخرى و تشكيكية ، بالتزامن مع رسائل تخويفية مفادها: "التسلّط أو الفوضى"، "الأمن أو الإرهاب"، "الاستقرار أو التنازع"...، لإطالة أمد النظام، وريح الوقت. (بوحنية و بن الشيخ ، 2012)

قبل التسعينات كانت معظم وسائل الإعلام في العالم العربي مملوكة للحكومات وتعمل غالبيتها تحت إشرافها الصارم فكانت الحكومات تسيطر إلى حد كبير على وسائل الإعلام من أجل احتكار المعلومة وبالتالي محاولة منع الناس من المشاركة في الحياة السياسية والمناقشات الوطنية، لكن بعد التسعينات ومع ظهور القنوات الفضائية والإنترنت، غير زمن السماوات المفتوحة هذا الوضع، فبدأت شبكة الإنترنت تنتشر في جميع أنحاء العالم العربي وأصبحت المعلومة منتشرة بشكل كبير. ومع ذلك، فإن المنطقة العربية عانت من الفجوة الرقمية نتيجة جملة من التحديات: كنقص الموارد البشرية والتكنولوجية، والأمية وأمية الكمبيوتر، ونقص الأموال المخصصة لتكنولوجيا المعلومات والبحث والتطوير.

أشار سعد بن سعود بن محمد إلى العديد من الدراسات التي استهدفت تقييم دور وسائل الاعلام في إعطاء الشرعية للنظام السياسي، وقد توصلت دراسة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن بقاء وسائل الاتصال مرهون ببقاء النظام السياسي، إضافة الى دراسة أخرى حللت خطاب الرئيس الأمريكي لمعرفة من يرتب أجندة الصحف الرئيس أم الصحف؟، وقد أظهرت هذه الدراسة أن القضايا التي تلقى أولوية وتأكيذا متزايدا من وسائل الاعلام هي نفس القضايا التي تلقى أولوية في خطاب الرئيس. (آل سعود،

2006، صفحة 12)

في الجزائر وعلى مر التاريخ أثرت التحولات السياسية على العمل الصحفي بشكل عام فقد كانت الصحافة بعد الاستقلال عمومية ووطنية تروج لسياسات الحكومة وبرامجها، لكن بعد أحداث أكتوبر 1988 فتح المجال للحريات السياسية والإعلامية مما سمح بإنشاء الأحزاب والبرامج التي سعت الى معالجة مختلف القضايا السياسية لكن سرعان ما تقلصت هذه الحريات بإيقاف صدور هذه الصحف. (لحضيبي ، 2020 ، صفحة 66)

في خضم كل تلك الأحداث التي شهدتها الجزائر، تم إيقاف عدة صحف عن الصدور مثل **le Quotidien d'Algérie** وهو أسلوب يقضي إلى إخضاع المعارضة وتحويل مسارها نحو تناول قضايا ثانوية ومحاولة إبعادها عن القضايا الرئيسية المتعلقة بطبيعة النظام و مشكل التداول على السلطة. (تمار ، 2020 ، صفحة 89)، إضافة إلى مساهمة العديد من الاغتيالات في تعقد علاقة الصحافة المكتوبة بالسلطة السياسية مما جعل هذه التداويات الأمنية و السياسية تخلق التباسا في مفاهيم حرية التعبير و الصحافة ومعايير تطبيقها . (لحضيبي ، 2020 ، صفحة 67)

2. آليات تعامل النظم السياسية العربية مع الإعلام

- نذكر كلا من **العامري والسعدي** العديد من المحددات التي تحكم علاقة النظم السياسية العربية بوسائل الاعلام والتي تظهر من خلالها آلية تعاملها معها، نوردتها فيما يلي:
- **حرية التعبير:** تعتبر حرية التعبير مقيدة في النظرية السلطوية من خلال النظم الرقابية السابقة واللاحقة، والعقوبات التي تفرضها السلطة في مجال النشر وقضايا القذف والتشهير.
 - **مصدر الأخبار والمعلومات:** تعد السلطة المصدر الرئيسي للأخبار والمعلومات.

• **التشريعات والقوانين:** تتدخل الحكومة من خلال التشريعات والقوانين في تنظيم المهنة ووضع ضوابط الانتماء اليها. بينما يتمتع الصحفيون في نظام الحرية بحريتهم كاملة في تنظيم المهنة والانتماء الى تشكيلاتها أو تنظيماتها المهنية. وهذا ما يفسر وحدة المحتوى الإعلامي في هذه النظم السياسية بينما أهم ما يميز النظم الإعلامية الحرة هو تعدد الوسائل وتنوع المحتوى بما يتيح فرص الحوار بين كافة الأفكار والاتجاهات.

• **الرقابة:** أشار حمد خير الله حسيب في كتابه الاعلام والسلطة الرابعة الى أن أي مؤسسة إعلامية تحتوي على هيئة داخلية مهمتها هي المحافظة على مصداقية العمل الصحفي أمام الجمهور، تعمل هذه الهيئة أيضا على تنمية النقد الذاتي وتشجع الصحفيين على الالتزام بأخلاقيات المهنة. (حسيب ، 2015، صفحة 8)

لكن على النقيض من ذلك تمارس الأنظمة السياسية نوعا آخر من الرقابة على وسائل الاعلام حيث تحدث حمد حسيب عن مصطلح الرقابة الناعمة أو المباشرة التي تمارسها الأنظمة السياسية للتأثير على التغطية الإخبارية من خلال تطبيق الضغط المالي على الشركات الإعلامية، الأمر الذي يعتبر أساسيا بالنسبة لحكومة ما أو لدعم سياساتها أو من خلال مكافأة الصحفيين العاملين بوسائل الاعلام والصحفيين الفرديين الذين تربطهم علاقة ودية مع الحكومة. (حسيب ، 2015، صفحة 28)

تعد الرقابة عنصر من عناصر الاعلام السلطوي العربي حيث تمارسه السلطة بشكل مباشرة أو غير مباشر، حيث نجد معظم الحكومات تربط بين وجودها بذاتها وتحقيق أهدافها، حيث لا تقبل في أغلب الاحوال توجيه النقد أو التقليل من جهودها. (العامري و السعدي، صفحة 10).

لا يعترف القادة السياسيون العرب حسب أبو شنب أن ملكية الدولة لوسائل الاعلام أدت إلى تغييب فئات كثيرة في المجتمع إضافة إلى تولي الأجهزة البيروقراطية أمر وضع السياسات الاتصالية وتنفيذها الأمر الذي يؤدي إلى عدم استيعاب كافة احتياجات المجتمع (أبو شنب، 2009، الصفحات 127-128).

ووفقاً للعامري والسعدي فإن وسائل الاعلام تعتبر في الدول العربية أسيرة لمن يتحكمون في الاقتصاد والسياسة والقوى الاجتماعية المسيطرة في النظام، أي أن كل النظم الاعلامية والصحفية تعمل كوكيل لمن يمتلك القوة والنفوذ السياسي والاقتصادي على الرغم من امتلاكها الفرصة لممارسة الاستقلال عن هذه القوى. وبالتالي فإن مضمون ومحتوى الرسالة الاعلامية يعكس اهتمامات دوائر تمويل الصحافة. وتحاول قوى أخرى عديدة في المجتمع من اصحاب المصلحة في السيطرة على هذه النظم الإعلامية. (العامري و السعدي، صفحة 10)

إن حقيقة أن وسائل الإعلام في الدول العربية تقع تحت سيطرة الدولة أمر لا يمكن إنكاره، خاصة ما تعلق بوسائل الاعلام السمعية البصرية التي تعرف رقابة شديدة عكس الصحافة المكتوبة التي تعرف بعض الحرية وإن كانت نسبية.

يشير حمد خير الله حسيب إلى وجود نظريتين تحكمان علاقة الأنظمة السياسية بالإعلام وهما: (حسيب ، 2015، الصفحات 33-34)

أ. نظرية المصلحة العامة:

تقترح نظرية المصلحة العامة، والتي يشار إليها أيضًا بنظرية بيجو، أن تكون ملكية الحكومة للإعلام مرغوبة وتم تقديم ثلاثة أسباب لذلك. السبب الأول هو أن نشر الأخبار هو مصلحة عامة، وعدم الكشف عنها سيكون مكلفًا، ثانيًا، ميزانية توفير ونشر المعلومات عالية، ولكن بمجرد تكبد التكاليف الأساسية، تكون

التكاليف الحدية لتوفير المعلومات منخفضة وبالتالي تخضع لزيادة العائدات. وأخيراً، يمكن أن تكون ملكية الدولة للإعلام أقل انحيازاً وأكثر اكتمالاً ودقة عند جهل المستهلكين وبالإضافة إلى الإعلام الخاص الذي من شأنه خدمة الطبقات الحاكمة. ومع ذلك، فالاقتصاديون من أتباع بيجو، الذين يدافعون عن التنظيم والتأميم، داعمون للإعلام الحر والخاص.

ب. نظرية الخيار العام:

ترى هذه النظرية أن الإعلام الذي تملكه الدولة يتلاعب بالمعلومات ويحرفها لصالح السلطة الحاكمة بهدف دعم وترسيخ حكمها في حين يمنع الجمهور من اتخاذ قرارات مستنيرة، وبالتالي يقوض المؤسسات الديمقراطية وهذا من شأنه منع الإعلام الخاص والمستقل، والذي يقدم الأصوات البديلة التي تسمح للأفراد اختيار السياسيين والسلع والخدمات وما إلى ذلك دون خوف من تطبيق اللوائح. إضافة إلى ذلك، فإن هذا من شأنه منع المنافسة بين شركات الإعلام والتي تضمن للمستهلكين عادة الحصول على معلومات دقيقة وغير منحازة وأيضاً، تكون هذه المنافسة جزءاً من نظام ضوابط وموازن ديمقراطية تعرف باسم السلطة الرابعة، جنباً إلى جنب مع السلطة القضائية والتنفيذية والتشريعية.

3. واقع إعلام النظم السياسية العربية

وفقاً لعدنان علي أحمد يتميز إعلام النظم السياسية العربية بعدة ميزات أهمها:

- إعلام النظم السياسية العربية أحادي الجانب يعتمد على تدفق متواصل من الأعلى (السلطة) إلى الأسفل (المتلقي).
- إعلام يعبر عن رأي واحد ولون واحد هما رأي السلطة ولونها رغم ما يبذل أحياناً من محاولات لتطعيم رأي السلطة بآراء أخرى دون أن تبلغ هذه المحاولات درجة التغيير الحقيقي

- تقديم المادة السياسية المرتبطة بالمسؤولين الرئيسيين أو بالدعاية السياسية للبلد على ما سواها، والتعامل مع هكذا مواد بما يشبه التقديس بحيث لا يجوز التصرف أو الاختصار فيها.
- على رغم أن وسائل الاعلام الرسمية توجه بشكل دائم انتقادات متفرقة بشأن الأداء الاقتصادي والخدمات في مرافق الدولة، إلا أن انتقادات تظل بحدود معينة بحيث لا تطل المسؤولين الكبار في الدولة أو حتى القوى الاقتصادية والاجتماعية ذات النفوذ. (علي ع.، 1996، صفحة 67)
- يخضع الصحفي لأحكام قانون العقوبات في حالة ارتكابه لبعض الأخطاء كما تبرز مشكلة الإعلان وسيطرة الجهاز الحكومي على الموارد الأساسية للإعلان وبالتالي أصبحت وظيفة الإعلام هي وظيفة دعائية مباشرة تبرر سياسات السلطة وقراراتها. ونشير أيضا في هذا الصدد الى تبعية الاعلام العربي للغرب فيما تعلق بالمعدات وهذا يقودنا للحديث عن التبعية الثقافية للغرب و ما تشكله من خطورة علة هوية و خصوصية المجتمعات العربية (أبو عامود، 2008، الصفحات 95-96) .
- إضافة إلى افتقاد الإعلام العربي للكفاءات والخبرات العالية فإن وجدت فهي إما تغيب أو تهاجر خارج أوطانها لتبرز فيما بعد ككفاءات عالية ساهمت في تأسيس قنوات عالمية نذكر على سبيل المثال الصحفيين الجزائريين العاملين في قنوات من Bbc أو قناة الجزيرة والذين كانوا من مؤسسي هذه القناة ومما يتميز به واقع الاعلام العربي هو افتقاده للمصداقية نظرا للتحول السريع في مواقفه ومحتويات رسائله الاتصالية فتراه اليوم يمجّد شخصية ما وسرعان ما يتقلب عليها في الغد.
- حسب موقع مراسلون بلا حدود وفي التصنيف العالمي لحرية الصحافة لعام 2021، احتلت الجزائر المرتبة 146 من بين 180 دولة، حيث أصبحت حرية الإعلام مهددة أكثر من أي وقت مضى، ففي سياق أزمة كورونا وتوقف المظاهرات الاحتجاجية الحاشدة التي هزت البلاد منذ فبراير/شباط 2019، استغلت

السلطات الوضع لسن قوانين فضفاضة، بهدف تشديد قبضتها على حرية الإعلام أكثر فأكثر، فيما احتلت مصر الترتيب 166 حيث أصبحت من أكبر السجون في العالم بالنسبة للصحفيين، حيث تتوالى حملات الاعتقالات والمتابعات على نحو مستمر فيما تتنيل باقي الدول العربية التصنيف (العمل الصحفي هو اللقاح الأنجع ضد التضليل، 2021).

يشير الطويسى أن التلفزيون المصري يخضع لهيمنة الحكومة والمؤسسات السيادية على السياسات التحريرية وعلى تصعيد القيادات الإعلامية، وعلى الهياكل التمويلية. وفي ظل الظروف السياسية الراهنة وتحت مبررات الحفاظ على الأمن القومي ما زالت مؤسسات الإعلام المصري الرسمي بعيدة عن الاستقلالية على الرغم من بعض الإصلاحات التي حدثت. (الطويسى، 2017، صفحة 13)

جدول رقم 4: مقياس الانتهاكات ضد حرية الصحافة لعام 2021

مقياس الانتهاكات ضد حرية الصحافة لعام 2021	
عدد القتلى في عام 2021	أرقام السجناء حتى الآن
12 قتلى صحفيين	324 صحفيون سجناء
0 قتلى من أوساط المواطنين الإلكترونيين	102 عدد السجناء في أوساط المواطنين الإلكترونيين
4 قتلى في أوساط معاونون	13 معاونون السجناء

المصدر: <https://2u.pw/khnlU>

وهذا لا ينفي أن الموجة الجديدة من التحولات العاصفة التي شهدتها المنطقة العربية بعد عام 2011، ساهمت في تغيير وجه الإعلام، ونالت حتى أطراف الإعلام الرسمي، ويبرز ذلك ضمن المحددات التالية التي أشار إليها الطويسي :

- انتشار أوسع لوسائل الإعلام التقليدية، وتحديداً البث التلفزيوني الفضائي؛ حيث تزايد عدد القنوات الفضائية نحو ثلاثة أضعاف من 500 قناة في عام 2010 إلى نحو 1400 قناة في عام 2014.
- تراجع أعداد القنوات الرسمية مقارنة بإجمالي قنوات البث التلفزيوني؛ حيث أصبحت لا تتجاوز 10% من مجموع القنوات العربية.
- لم تستثمر القنوات الرسمية الوطنية تراجع مكانة بعض القنوات الإخبارية العربية في كسب ثقة المشاهدين العرب بل في بعض الدول ازدادت أزمة هذه القنوات.
- شهدت بعض الدول محاولات لإصلاح البث التلفزيوني الرسمي، ونالت هذه المحاولات الأثر التنظيمية الوطنية حيث يوجد هناك 8 دول عربية أنشأت هيئات جديدة لتنظيم البث المرئي والمسموع أو عدلت على أنظمة هيئات موجودة، وفي الأغلب تُعرف هذه الهيئات نفسها بأنها هيئات مستقلة.
- لم يصل التغيير الذي حدث في الدول العربية التي شهدت تحولات على شكل ثورات أو حركات احتجاجية، لإصلاحات جوهرية في التنظيم الداخلي والممارسات المهنية والمحتوى بما يرتقي إلى معايير الخدمة العامة، وتفاوتت هذه التجارب بين دولة وأخرى.
- على الرغم من التطور الكبير الذي شهدته بعض المجتمعات العربية في "حرية التعبير" في فترة الربيع العربي فإنه في المجمل لم تشهد حرية الإعلام تطوراً إيجابياً واضحاً، كما يعكسه رصد تقارير

حرية الإعلام في عدد من الدول العربية التي تصدرها بعض المؤسسات الدولية المتخصصة (الطويسي، 2017، صفحة 13)

تشير رندة هنوز في السياق ذاته أن دور الإعلام في الوطن العربي يتحدد في تبرير سلوك الدولة والدفاع عن شرعيتها، ومهاجمة خصومها، وفرض قيود على التعرض للموظفين العموميين، وقد شاع على نطاق واسع استخدام مصطلحات مثل حماية الأمن القومي، والصالح العام لفرض سياج من السرية على تداول المعلومات، أو قمع الحريات المختلفة. (هنوز، وسائل الإعلام و الحراك السياسي في المنطقة العربية - مقارنة نظرية-، 2017، الصفحات 208-209)

إن تحرير الإعلام حسب العامري والسعدي وتحرير الطاقات حتى تدع وتنتج رسالة إعلامية تتماشى مع طموحات الجماهير ومقتضيات التنمية والتطور، يتمثل في الاستثمار الأمثل في القدرات والطاقات والإمكانيات المادية والبشرية لإرساء قواعد ومستلزمات صناعة إعلامية متطورة رشيدة وفعالة وقوية تستطيع أن تشكل الرأي العام والسوق الحرة للأفكار والمجتمع المدني الذي يؤسس للديمقراطية وللالتزام والشفافية والحوار الصريح والبناء من أجل مصلحة الجميع. (العامري و السعدي، صفحة 10)

حاول William A Ruger على مدار ثلاثة عقود تسليط الضوء على الاعلام العربي من خلال خصائص كل دولة على حدة، وخلص عبر كل مستويات تحليله إلى أن العامل الأقوى الذي يؤثر على عمل وسائل الاعلام في العملية السياسية هو الواقع السياسي الفعلي الذي يسود كل بلد، وقد أشار الى أربع أصناف للأنظمة العربية في علاقتها مع الاعلام نوجزها فيما يلي:

الصنف الأول: الاعلام التعبوي

في هذه الأنظمة لا توجد أحزاب سياسية متنافسة ولا انتخابات، لأن النظام يحتكر السلطة ويحرض على تقييد دور الصحافة في مسرحية الأخبار (كما سماها)، حيث يمنع النظام وسائل الاعلام من التعبير عن أي معارضة عن الخط الرسمي فليس في القضايا الحساسة فحسب، بل إنه يستخدم الاعلام بشكل عام كأداة لحشد الدعم الشعبي لبرامجه السياسية، حتى وإن كانت وسائل الاعلام ملك للقطاع الخاص فن النظام يمارس سيطرة قوية على هذه الوسائل من خلال موظفين يعينهم ويوجههم لخدمة مصالحه (Rugh, 2007, p. 4)

الصف الثاني: الاعلام الموالي

في هذا الصف لا تسعى الأنظمة إلى استغلال وسائل الاعلام لتعبئة الجمهور لأغراض سياسية محددة لكنها تصر على عدم انتقاد وسائل الاعلام لسياسات الحكومة، وذلك باستخدام وسائل غير مباشرة كإصدار قوانين تحدد بدقة ما يسمح لوسائل بثه ونشره فضلا عن عقوبات عدم الامتثال وكذا إعطاء وزارات الاعلام سلطة مراقبة وسائل الاعلام. (Rugh, 2007, pp. 5-6)

الصف الثالث: الإعلام المنفتح

هذا الصف من الأنظمة منفتحة نسبيا على حرية التعبير، حيث جميع الصحف مملوكة لأفراد أو أحزاب سياسية، حيث توجد قيود قليلة لا يتم تطبيقها بصرامة، فنجد الصحف تنتقد الحكومات بصورة علنية من خلال زوايا ووجهات نظر مختلفة لأنهم يختلفون بشكل كبير في سياساتهم التحريرية. (Rugh, 2007, p. 7)

الصف الرابع: إعلام المرحلة الانتقالية

تعتبر أنظمة هذه الدول معقدة للغاية و غير مستقرة ، حيث تميل الصحف الى أن تكون أكثر دعماً للحكومة في حين أن البعض الآخر المملوك للأفراد و الأحزاب السياسية كان تناوله محدود في انتقاد الحكومات ، بالإضافة الى القوانين و المثبطات الاقتصادية ، و يشير William إلى أن الأنظمة العربية تعتبر الراديو و التلفزيون أكثر حساسية من الناحية السياسية من وسائل الاعلام المطبوعة و بالتالي فإنها تميل الى منحها مزيداً من الاهتمام ، و أشار الباحث الى تجربة قناة الجزيرة باعتبار التأثير الكبير الذي أحدثته في الاعلام العربي و العالمي و تغييرها للخطاب الإعلامي الذي كان سائداً حيث ناقشت القناة منذ ظهورها العديد من القضايا التي كانت محرمة من قبل على التناول الإعلامي، ففي المستقبل ، إذا تغيرت الظروف السياسية في أي مكان ، فمن المحتمل أن تكون أنظمة الإعلام أيضاً عرضة للتغيير. قد يحدث هذا، على سبيل المثال في العراق، عندما ينتهي الوجود الأمريكي هناك. (Rugh, 2007, p. 10)

وقد تحدث **ألmond** في عبارته الشهيرة: «كل شيء في السياسة اتصال» عن الأدوار والوظائف المختلفة التي تقوم بها وسائل الإعلام لخدمة السياسي بدرجة تجعل استحالة أن تتعايش الدول دون استخدام وسائل الإعلام، إذ إن النظم السياسية تعتمد على وسائل الإعلام المختلفة في الحفاظ على النظام السياسي و غرس القيم والمعايير السياسية الخاصة بالمجتمع إضافة إلى بث روح الإجماع وتكوين الرأي العام، وتعزيز الهوية واللحمة الوطنية، والسيطرة على الصراعات. في حين تعتمد وسائل الإعلام والإعلاميين على النظام السياسي في التسهيلات القانونية والتشريعية لحمايتهم، والمصادر الرسمية وغير الرسمية للمعلومات والأخبار ، والعوائد المالية من الإعلانات السياسية والإعانات المالية. (المديفر ، 2018)

تشير إحدى الدراسات إلى أن هناك تشابهاً كبيراً في السياسات الإعلامية لدول العالم الثالث، ومنها الدول العربية حيث تعرف هذه الأخيرة سيطرة الحكومات على وسائل الاتصال، وعلى المضمون الذي تطرحه هذه الوسائل، من خلال تطبيق بعض الآليات، التي تبدأ بالتحكم المسبق في النشر بواسطة الرقابة

المباشرة، أو عن طريق تفويض رئيس تحرير معين من قبل السلطة في تنفيذ هذه المهمة، وإبلاغه بالموضوعات الحساسة التي يجب ألا تنتشر أو تبث أو حتى من خلال إصدار قوانين تسهل هذه المهمة. (محرز ، 2003 ، صفحة 63)

4. وسائل الاعلام كحلقة قوية في الاتصال السياسي

إن ارتباط الاتصال بالسياسة ليس جديدا إذ يرجع إلى إسهامات أرسطو في كتاب "السياسية " و" الخطابة"، لكن الاتصال السياسي كحقل أكاديمي ومعرفي يعد ظاهرة جديدة. وقد ظهر الاتصال السياسي حديثا مع تطور الفكر والمعرفة السياسية وانتشار مفاهيم الديمقراطية والتعددية الحزبية.

يشير كل من نيمو وساندور في كتابيهما (hand of political communication) إلا أن أول ذكر للاتصال السياسي كمجال مستقل كان عام 1956، حيث ظهر كتاب بعنوان السلوك السياسي يناقش تبادل التأثيرات السياسية بين الحكومة والمواطن، فالاتصال السياسي قديم قدم النشاط السياسي، فهو ميزة الامبراطورية الاغريقية والرومانية، كما أنه تخلل جميع الأنظمة السياسية في العصر الحالي، فدمقرطة غالبية الأنظمة السياسية غيرت من طبيعة الاتصال السياسي، فالاتصال السائد في عهد الإغريق والرومان يختلف عن الاتصال في وقتنا الحالي نظرا لاختلاف الوسائل المستعملة، وكذلك عدد الأفراد الذين تتم معهم العملية الاتصالية... هذا التغيير ناتج عن انتقال النشاط السياسي إلى الفضاء العمومي. فالأفراد أصبحوا مُقحمون في المجال السياسي وأصبحوا يؤديون دورا كبيرا في العملية السياسية وهذا راجع الى حق كل الافراد في الاعلام وكذا ارتفاع نسبة التعلم وانخفاض نسبة الأمية. (معايش ا.، 2014، صفحة 4).

تؤكد الباحثة حنان يوسف على أهمية العلاقة المتبادلة بين الاتصال والسياسة فالاتصال يمثل حلقة الوصل لرجال السياسة مع الجماهير والنخبة والسياسة لا يمكن تصورها دون وسائل الاتصال، التي تربط

بينها وبين مفردات المجتمع الأخرى، كل ذلك يعطي دلالة على مدى قوة الاتصال في عملية التأثير السياسي على المواطنين بل وعلى السياسة وصانعي القرار (يوسف ، 2006 ، صفحة 19)

بالإضافة إلى ذلك، يرى **Brian** أن وسائل الإعلام تصدر تصريحات حول السياسة في حد ذاتها، في شكل تعليقات وافتتاحيات وأسئلة مقابلة، قد يكون لهذه التصريحات تأثير كبير على البيئة السياسية الأوسع. العلاقة بين الإعلام والعملية السياسية علاقة جدلية، تنطوي على فعل ورد فعل. تقوم وسائل الإعلام بالإبلاغ عن النشاط السياسي وتحليله، لكنها أيضاً جزء منه، ومتاحة كمصدر للفاعلين السياسيين ومستشاريهم. وبالتالي، فإن للأخيرة اهتماماً كبيراً بفهم كيفية عمل وسائل الإعلام، وأفضل السبل لتحقيق أهداف الاتصال الخاصة بهم من خلالها. (Brian, 2011, p. 26)

إن الاتصال السياسي حسب **Pippa Norris** هو عملية تفاعلية تتعلق بنقل المعلومات بين السياسيين ووسائل الإعلام والجمهور حيث تدير هذه العملية في اتجاه نزولي من المؤسسات الحاكمة نحو المواطنين وأفقياً في الروابط بين الفاعلين السياسيين، وأيضاً صعوداً من الرأي العام تجاه السلطات. (Norris, 2001, p. 165)

والاتصال السياسي حسب **Kiran** هو دراسة كيفية عرض الحملات والسياسات السياسية على المواطنين، إذ يركز على كيفية استخدام السياسيين وأصحاب المصلحة الآخرين لتقنيات الاتصال لإقناع الآخرين بوجهة نظرهم. وهو نوع من الاتصال يستخدم للتأثير على الرأي العام. يمكن أن يكون ذلك من قبل الحكومة أو السياسيين أو الأحزاب السياسية أو مجموعات المصالح للوصول إلى جمهور أكبر وإقناعهم باتخاذ إجراءات محددة. (V, 2020)

شكّلت التحولات السياسية المعاصرة في العقود الأخيرة تغيرات كثيرة في مناخ وفلسفات ومرجعيات الأنظمة الحاكمة فبعد انهيار الاتحاد السوفياتي تشكل نموذج ديموقراطي قائم على التعددية الإعلامية والسياسية وحرية المشاركة السياسية وبهذا تعالت الأصوات خاصة في الداخل العربي المطالبة بالإصلاح السياسي و تبني هذا النهج، تكرر هذا المطلب أكثر فأكثر بعد الغزو الأمريكي على العراق حيث ظهرت الكثير من المبادرات العربية و العالمية المطالبة بإنهاء احتكار الدول لوسائل الاعلام و رفع الرقابة عن العمل الصحفي بشتى أنواعه إضافة الى المطالبة بإصلاح التشريعات الخاصة بالحق في التعبير و التظاهر والحق في المعلومة . (هنوز، مقارنة نظرية ، 2017، صفحة 210)

تبرز أهمية وسائل الاعلام والاتصال الجماهيري في عملية الاتصال السياسي في النقاط التالية:

- تتميز هذه الوسائل بقدرتها على التوصيل السريع والسهل للأفكار والمعلومات.
- تساهم هذه الوسائل في مخاطبة فئات كبيرة من قطاعات واسعة الانتشار من الجماهير في وقت واحد.

- تساعد هذه الوسائل في تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات والمعارف السياسية.
 - تتميز هذه الوسائل بالتنوع بما يتناسب مع مقابلة ما بين الأفراد من اختلاف في خصائصهم.
- (معايش إ.، 2014، صفحة 51)

تقوم وسائل الإعلام على اختلافها بلعب دور كبير في الحياة السياسية من خلال بثها للرسائل الاتصالية التي تهدف من خلالها الى بناء أولويات الرأي العام وكذا ادارة الحوار داخل المجتمع، لإيصاله إلى صناع القرار في السلطة وتحقيق التفاعل الاجتماعي المطلوب وذلك نظرا للمكانة التي تتمتع بها وسائل الاعلام التي تمثل مصدرا للمعلومات والأخبار لا يستغني عنها المواطن ولا صانع القرار في تبنيه لمختلف سلوكياته وقراراته.

يشير إيدير معياش في دراسته وسائل الاعلام وعملية الاتصال السياسي إلى أن معظم الديمقراطيات في العصر الحديث يدل الاتصال السياسي فيها على مجمل الأفعال التي يقودها محترفو التواصل السياسي كالمستشارين و غيرهم ؛ العاملون لحساب السياسيين وليس بمقدور أي نظام سياسي حديث أن يعمل دون مساعدة وسائل الاتصال... ذلك أن الاتصال المشتغل بالمسائل السياسية يكون عادة أداة مساعدة للسياسة، ينقل سياسات صناع القرارات إلى الشعوب، ويبلور اتجاهات ومواقف الشعوب حتى يستفيد منها صناع القرارات فهو العنصر الدينامي للوجود السياسي الذي يعنى بنقل الرسائل فيما بين أجزاء النظام الاجتماعي . (معياش إ.، 2014، صفحة 54)

في العالم العربي، كما في أي مكان آخر تشير تجربة قناة الجزيرة مثلا إلى أن ممارسات الصحافة على النمط الغربي في استقلال التحرير، والتحرر من الإشراف والرقابة الحكومية الصارمة، -وما شابه - تخلق مصداقية للإعلاميين في كل مكان، لقد بنت الجزيرة مصداقيتها مع الجمهور العربي بمجرد الالتزام بهذه الممارسات.

يشير كلا من **Esser Frank** و **Barbara Pfetsch** إلى أن الالتزام بهذه الممارسات لوسائل الإعلام بتولي دور الفاعل السياسي له تأثير كبير في تشكيل النقاش العام والتصورات. هذه القوة، بدورها تقود السياسيين إلى السعي للتأثير على محتوى قناة الجزيرة، حيث حاولت مجموعة من الحكومات العربية والغربية أن تفعل الأمر علانية من خلال عرض مقابلات مع مسؤوليها، وفي الخفاء من خلال محاولة ممارسة الضغط من خلال الحكومة وغيرها من القنوات الضغط الأخرى. (Esser & Pfetsch, 2004, p. 79)

في هذا السياق لعبت وسائل الاعلام بمختلف أنماطها في السنوات الأخيرة دورا مهما في الحراك السياسي العربي حيث شكلت احد أهم فواعله و المعبر عنه ،كما أنها مثلت نموذجا و شكلا من أشكال

التحرر و كسر القيود التي فرضت على الشعوب العربية منذ عقود طويلة ،مستفيدين من التقنية الحديثة لتكنولوجيات ووسائل الاعلام ،رغم وجود بعض العوائق المتمثلة في صعوبة الإطاحة بالأنظمة الاستبدادية و كذا محدودية وسائل الاعلام المعارضة في تحقيق مكاسب واقعية تتجاوز حدود شاشات التلفاز و الحواسيب و الأجهزة الالكترونية . (هنوز ، مقارنة نظرية ، 2017 ، صفحة 214)

5. استخدام وسائل الاعلام في المشاركة السياسية

لا تكتفِ وسائل الإعلام، بالطبع، بنقل ما يجري في الساحة السياسية من حولها وبطريقة محايدة وغير منحازة، هناك أكثر من تحليلات كافية لوسائل الإعلام في أدبيات دراسات الاتصال تظهر أن تغطية وسائل الاعلام للأحداث السياسية مليء بالأحكام القيميّة والذاتية والتحيزات.

يؤكد كايد وآخرون أن الواقع السياسي يشتمل على ثلاث فئات:

- أولاً، واقع سياسي موضوعي، يشمل الأحداث كما تحدث بالفعل.
- ثانياً: هناك إذن واقع ذاتي - "واقع" الأحداث السياسية كما يراها الفاعلون والمواطنون.
- ثالثاً، وهو أمر حاسم لتشكيل الفئة الثانية من التصورات الذاتية، هو الواقع المركب، أي الأحداث التي تغطيها وسائل الإعلام. (Brian, 2011, p. 26)

• مفهوم المشاركة السياسية:

من أبرز من تحدث في مجال المشاركة السياسية، عدد من علماء السياسة أمثال (هنتنجتون HANTINGTON) الذي يرى أن المشاركة السياسية هي نشاط المواطن الهادف إلى التأثير على القرار الحكومي ومن أهم ميزاتها:

- المشاركة نشاطا شخصيا من قبل المواطن وليست اتجاه.
- ليس بالضرورة ان تكون أنشطة المشاركة السياسية قانونية او تتفق مع معايير النظام السياسي لذلك فالشغب والعنف والمظاهرات تمثل مشاركة سياسية (يوسف ، 2006 ، صفحة 19)
- أما (ميل برث MILBRAT) قدم تصورا متكاملًا لمفهوم المشاركة السياسية نوجزه فيما يلي:
- المشاركة ظاهرة وخفية.
- المشاركة مستقلة ومشاركة بالتزمر أحيانا أخرى.
- المشاركة تتم سواء بالاقتراب أو الابتعاد.
- المشاركة سلوك سياسي عرضي مثل الانتخابات أو مستمر مثل الانتماء الحزبي.
- المشاركة تمثل نوعا من العطاء والأخذ في نفس الوقت.
- المشاركة تتطلب مهارات اجتماعية كالاتصال الشخصي او مهارات لفظية خاصة (يوسف ، 2006 ، صفحة 19).

ويطرح هنتجتون ونلسون في كتابهما (الاختيار ليس سهلا) خمس أنماط للمشاركة السياسية

نوردها على النحو التالي:

- نشاط الانتخاب.
- الأنشطة الخاصة بممارسة الضغط والتأثير على المسؤولين وقراراتهم.
- الأنشطة التنظيمية ومنها عضوية التنظيمات والجماعات والأحزاب.
- الاتصال بالمسؤولين لعرض المشكلات.
- الأنشطة العنيفة وهي عادة غير قانونية كأعمال العنف والشغب والثورة (يوسف ، 2006 ، صفحة

(19)

إن الحديث عن علاقة السياسة بالإعلام، وما تتجر عنه من سلوكيات وتحديات يخضع لها أفراد المجتمع بشكل مباشر أو غير مباشر، يقودنا للحديث عن المجال العام، كأهم مخرج من مخرجات علاقة السياسة بوسائل الاعلام.

فيما يلي أهم شروط هامبراس من أجل وجود مجال عام حقيقي: يلخصها Brian على النحو

التالي:

أولاً ، يجب أن يكون المجال العام في متناول جميع المواطنين.

ثانياً ، يجب أن يكون هناك وصول حر إلى المعلومات.

ثالثاً ، يجب أن تكون وسائل نقل المعلومات في متناول أولئك الذين يمكن أن يتأثروا بها و يجب

أن تكون هناك ضمانات مؤسسية لوجود المجال العام. (Brian, 2011, p. 26)

لا يمكن بأي حال إسقاط هذه الشروط على الدول النامية ومنها الدول العربية، وذلك لافتقارها لمعظم هذه الشروط فلا وجود لوصول حر للمعلومات نظرا لهيمنة الدولة على مصادر الأخبار، ولا وجود لضمانات مؤسسية لإتاحة المجال العام بسبب قمع حرية التعبير والصحافة.

ويؤكد يورغن هابرماس حسب ما أشار إليه الطويسي إلى الدور الكبير لوسائل الإعلام في المجال العام، ويفرق في هذا الإطار بين الصحافة وبين التطورات الحالية لتكنولوجيا الاتصال والتي تتمثل في الإنترنت، فالصحافة البريطانية الأولى -خلال القرن السابع عشر- كانت عضوا فاعلا وشريكا في الجدل السياسي (الطويسي، 2017، صفحة 13)

هذا المفهوم حسب الزهراني هو ما ينقص الأنظمة العربية التي تنتهج أنماطاً جامدة من الحكم، حيث اتجهت إلى تعزيز الإجراءات الأمنية وتضييق هامش الحريات وعدم الاهتمام بحقوق الإنسان، وقد

أدى ذلك إلى غياب الإرادة السياسية في التغيير، وهذا يعني الفشل السياسي والاقتصادي والثقافي العربي، وبالتالي فإن عملية الإصلاح السياسي ستصبح حتمية في المراحل القادمة، ولن تستطيع النظم العربية الجامدة الاستمرارية في ذات النمط من السياسة والحكم، وستسعى الشعوب العربية إلى المشاركة في العملية السياسية وتحسين الأداء المجتمعي العام (الزهراني ، 2015)

قد تساعد وسائل التواصل الاجتماعي كما يشير **Cristian** إلى زيادة المشاركة السياسية بطرق مختلفة: من خلال توفير المعلومات حول القضايا السياسية، وتقديم الإشارات الاجتماعية التي تحفز المواطنين على اتخاذ الإجراءات، ومن خلال تقليل تكاليف العمل الجماعي فأن المواطنين يكتسبون الأخبار السياسية ويعالجونها من خلال دمج البيانات على الإنترنت وخارجها وأن المحتوى السياسي عبر الإنترنت هو الأكثر تأثيرًا. على النقيض من ذلك، فإن استخدام الإنترنت له تأثير ضئيل على المشاركة السياسية إذا لم يناقش المواطنون السياسة عبر الإنترنت وخارجه. (Cristian, et al., 2013, p. 6)

هكذا فإن السؤال الذي طرحه **Cristian** هو ما إذا كانت مناقشة السياسة على الإنترنت تُترجم إلى محادثة خارج الإنترنت فوفقاً لدراسة (لنوريس وكيرتس) أثناء الانتخابات العامة البريطانية لعام 2005 ، والذي وجد أن الأفراد المهتمين بشدة بالسياسة يعملون كقادة رأي ، ويكتسبون المعلومات عبر الإنترنت وينشرونها خارج تواجدهم على الشبكة أثناء مناقشة موضوع الانتخابات مع مواطنين آخرين، وإذا أخذنا كمثال الاتصال السياسي الإيطالي فهو يتميز بعدد من السمات المميزة التي تؤثر على الطرق التي تطورت بها السياسة الرقمية حيث اعتبر 55 % من الإيطاليين منصة تويتر كأحد أهم مصدرين للمعلومات لقرارات التصويت الخاصة بهم، مما يشير إلى أن تويتر قد يوفر فرصاً جديدة للتعبير عن الرأي وإمكانية مميزة لمحاكاة النخب ، خاصة أن السياسيين والصحفيين يعتمدون بشكل متزايد على تويتر للحصول على إشارات فورية حول تفضيلات الأقليات الشديدة أو عامة الناس. تشير نتائج هذه الدراسات إلى أن ما يحدث

عبر الإنترنت لا يظل متصلاً بالإنترنت، بل ينتقل إلى الخارج ويؤثر على المشاركة السياسية للمواطنين.

(Cristian, et al., 2013, p. 6)

من ثم نجد ذلك ينعكس على سلوكهم حسب البشر ، ويتشكل ذلك في أنماط سلوكية متعددة، مثل: مناقشة أبعاد هذا الحدث مع الآخرين عن طريق الاتصال الشخصي أو حتى المشاركة الفعلية في مجريات هذا الحدث، وهو ما يمثل قمة المشاركة في العملية السياسية، والتي هي نوع من أنواع التأثير بوسائل الإعلام. (البشر، 2008)

خلصت دراسة محمد درادكة إلى أن أحداث الربيع العربي أدت إلى زيادة درجة الاهتمام السياسي بالقضايا الوطنية والعامية في الأردن، كما أشارت نفس الدراسة الى أن أحداث الربيع العربي أدت إلى زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأحد أدوات ومتطلبات المشاركة السياسية. (درادكة ، 2016، صفحة 302)

كما نؤكد هنا أن هذه الدراسات لا تمثل الشاهد الوحيد على حقيقة علاقة وسائل الاعلام بالمشاركة السياسية، بل إن الواقع أيضاً يؤكد ذلك. وإن مما يلاحظ أنه وفي أثناء الأحداث السياسية الهامة - مثلاً- نجد أن الجمهور يتجه إلى وسائل الإعلام كمصدر من مصادر الحصول على المعلومة عن ملابسات هذا الحدث.

6. الوعي السياسي بين مضامين التلفزيون والاعلام الجديد

إن النظر إلى المؤسسات الإعلامية على أنها جهات فاعلة أمر مهم في العملية السياسية فبين إرسال رسالة سياسية وتلقيها من قبل الجمهور، يحدث لها شيء ما، يتم تغييره بطرق مختلفة، بوعي أو كنتيجة لعملية الإنتاج الإعلامي، بحيث يتغير معناه وبالتالي تأثيره على الجمهور.

أشار **Brian** في دراسته إلى وصف إدموند بيرك وسائل الإعلام الوليدة في أواخر القرن الثامن عشر بأنها "السلطة الرابعة" (الثلاثة الأولى هي الأذرع التنفيذية والتشريعية والقضائية للدولة) ، كان يعترف بأهميتها بالنسبة لصحة الديمقراطية الليبرالية حيث تمثل وسائل الإعلام مصدرا مستقلا للمعرفة، ليس فقط لإعلام الناس بالسياسة، ولكن أيضا حمايتهم من إساءة استخدام السلطة، ولتحقيق هذا الدور، كان على وسائل الإعلام أن تكون خالية من تهديد التدخل السياسي على حد تعبير (سكانيل) و(كارديف): "كان النضال من أجل إنشاء صحافة مستقلة ، كمصدر للمعلومات حول أنشطة الجمعية ، وكمنتدى لتشكيل الرأي العام والتعبير عنها جانب مهم من المعركة الطويلة من أجل نظام تمثيلي كامل للحكومة الديمقراطية". (Brian, 2011)

يظهر جليا إذن أن الاتصال السياسي يرفع حالة الوعي السياسي للأفراد في الدول الديمقراطية والمتطورة، بينما في المجتمعات النامية والتي تمارس الدكتاتوريات فإنه يهدف إلى الهيمنة والتحكم في سلوك الأفراد والجماعات.

بالإضافة إلى ما سبق، يشير **عبد الفتاح علي** إلى أن الاعلام يلعب دور الوسيط في الاتصال السياسي ويساهم في صياغة وتشكيل الحقيقة السياسية في المجتمعات الديمقراطية التي تمنح وسائل الاعلام حرية التعبير عن القضايا التي تشغل جماهير المجتمع، وتعتبر وسائل الاعلام مرآة المجتمع العاكسة لأهم القضايا التي تثير الساسة وصناع القرار. ولوسائل الاعلام قدرة في ترتيب أوليات الجماهير، فهناك نوعين من الجمهور يتناولهم الاعلام السياسي في طرح القضايا السياسية والآراء "جمهور نخبوي" تتأثر به وبطبيعة القضايا المهمة التي تشغله "وجمهور عام" يسهل التأثير عليه، وأغلب تلك الجماهير ليست لها ولاءات سياسية وغير مهتمة بمواضيع السياسة ولا بالمشاركة السياسية. (عبد الفتاح، 2014)

أصبح التلفزيون والسياسة حسب أبو عامود سعد محمد مؤسسات مكملة لبعضها البعض، حيث تقدم السياسة المواد الخام ويقوم التلفزيون بتعبئتها، وإعادة بنائها بمهارة ومن ثم تسليمها إلى الجماهير، لكن مع مرور الوقت حالت قواعد اللعبة الصحفية دون أي إعادة تغليف رئيسية للرسائل السياسية، ومن ثم سمحت للمصادر السياسية بالسيطرة الكاملة على رسائلها. ، بدأت قواعد اللعبة تتغير تدريجياً وبرزت سلسلة من الأحداث التاريخية (على سبيل المثال ، حرب فيتنام و ووترغيت) بالإضافة إلى التغييرات السياسية والتكنولوجية التي دفعت المرسلين التلفزيونيين والمحريين والمديرين التنفيذيين إلى تبني مواقف أكثر تشككاً وأقل احتراماً وأكثر عدوانية تجاه السياسة والسياسيين حيث كان لقواعد اللعبة المتغيرة بعض النتائج المهمة (أبو عامود، 2008)

انتقل التلفزيون بذلك إلى مركز المسرح السياسي، حيث تولى دور "المنتج المشترك" للرسائل السياسية بدلاً من دور "المراسل" المعتمد صحفياً، أي دور نقل الأحداث السياسية وربطها للجمهور كما لو كان من خارج الدولة الأحداث. كما انتقل التلفزيون تدريجياً من دور مراقب الأحداث ومقدم الروايات (القصص) وبرز كمحدد للواقع السياسي ومنشئه بدون خرق بالضرورة الصحفي. من خلال إدخال السياسة إلى المنزل، ساهم التلفزيون بلا شك في توسيع جمهور السياسة. وقد أدرجت في العملية السياسية أفراداً وجماعات في المجتمع لم يعتبروا أنفسهم في فترة ما قبل التلفاز مشاركين في العملية السياسية، لأن تعرضهم لها كان في أحسن الأحوال ضئيلاً وهامشياً. ويتوقف الجدل على افتراض أن التغييرات في أشكال التلفزيون السياسي، ومن بينها إدخال مناظرات متلفزة بين القادة السياسيين، حدّت من قدرة المشاهدين على ممارسة التعرض الانتقائي للرسائل السياسية.

يشير عبد الفتاح علي في السياق نفسه وكما أوضحت العديد من الدراسات أن وسائل الاعلام تلعب دوراً تأسيسياً وسياسياً في المجتمع لأنها تضع وتقرر الكثير في برامج العمل السياسي فهي تساعد على

تحديد أي المطالب السياسية التي ستثار وأيها متاح لها فرصة الارضاء أو التحقيق وأي المطالب سوف توجل أو تهمل نسبيا، كما تلعب دورا في اختيار المرشحين ومثال ذلك فوز مارغريت تاتشر رئيسة وزراء بريطانيا في الانتخابات عام 1983 والسبب في ذلك يعود الى وقوف أجهزة الاعلام(الصحف) ومؤسسات استطلاع الرأي العام إلى جانبها. (عبد الفتاح، 2014)

يضيف عبد الفتاح علي في كتابه الاعلام الدبلوماسي والسياسي قوله إن غلق الصحيفة بعد 168 عام شكّل إيذانا أيضا بنهاية، أو إعادة تعريف، العلاقة بين السياسي والإعلامي في بريطانيا، التي ابتدأتها رئيسة الوزراء البريطانية السابقة، مارغريت تاتشر، من أجل أن تضمن دعم وسائل الاعلام لها في معاركها السياسية وهذا ما أقره رئيس الوزراء البريطاني نفسه، عندما قال إن قادة الأحزاب ببريطانيا تجاهلوا أخطار علاقة الإعلام بالسياسة، بسبب تنافسهم من أجل كسب تأييد الصحف وبالطبع، هناك دروس كثيرة مستفادة من فضيحة الصحيفة التي أقدمت على التجسس على قرابة 4 آلاف شخص ببريطانيا؛ من الأسرة المالكة، إلى ضحايا الجرائم، والمشاهير، وأسر ضحايا الجيش البريطاني، ذلك أن سيطرة السياسي على الإعلامي قد تؤدي إلى حجب الحقائق، لكن سيطرة الإعلامي على السياسي قد تؤدي إلى كشف الفساد (عبد الفتاح، 2014)

من جهة أخرى خلصت نتائج الدراسة التي أجراها كنواي **Conway** وستيفن **Stevens** وشميث **Smith** و نقلها البشر محمد بن سعود في كتابه " مقدمة في الاتصال السياسي " حول استخدام وسائل الإعلام وعلاقتها بتنمية الوعي المعرفي السياسي لدى الناشئة إلى أن لوسائل الإعلام تأثيراً كبيراً في هذا الصدد، وأكدت على أن وسائل الإعلام تقدم المعلومات الضرورية للناشئة، والمتعلقة بالمتغيرات الأساسية للبيئة السياسية، مثل النظام السياسي والأعراف والقيم السياسية السائدة في المجتمع، والكيفية التي تمارس بها السياسية في هذا النظام أو ذاك، وعن المؤسسات السياسية الهامة في المجتمع و يؤكد لين Lane في

هذا الصدد أن ما يتيح التلفزيون للفرد من فرص التزود بمعلومات حول البيئة السياسية المحيطة به من شأنه أن يُطور حاسّة الرغبة في التفاعل مع البيئة السياسية، ويقول: إن التعرض لوسائل الإعلام يؤدي إلى اشتراك الفرد في حوارات ومناقشات حول القضايا السياسية التي تعرضها، وكلما اشتراك الفرد في مثل هذه الحوارات والمناقشات؛ كلما زاد تعرضه لوسائل الإعلام وبطريقة عكسية، لأنه يحتاج لهذه الوسائل في بحثه عن معلومات متعلقة بقضايا ناتجة عن هذه الحوارات والمناقشات. (البشر، 2008)

أما في بيئة وسائل الإعلام الجديدة، يشير **Michael** وآخرون الفاعلون السياسيون يتعرضون لضغوط أكبر من أي وقت مضى لإنشاء صور إعلامية خاصة بهم. ففي إيطاليا، أنشأ الممثل الكوميدي الراديكالي Beppe Grillo المدونة الأكثر شعبية في البلاد، وجذبت تعليقات عامة أكثر بكثير من تلك المرسلة إلى الأحزاب السياسية الرئيسية. (MICHAEL, STEPHEN, & JAY G, 2009, p. 164)

يشير **Cristian** إلى أن موقع **Twitter** يعتبر خدمة تدوين مصغر تتيح للمستخدمين إرسال رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرفاً، يمكن للمستخدمين التسجيل "لمتابعة" المستخدمين الآخرين، ولكن يمكنهم أيضاً البحث في الرسائل عن طريق الكلمات الرئيسية، نما مستخدمو **Twitter** الإيطاليون بشكل كبير بين عامي 2010 و 2012 ، حيث ارتفع إجمالي عدد المستخدمين شهرياً من 1.4 مليون في ديسمبر 2010 إلى 3.3 مليون في أكتوبر 2012 خلال حملة عام 2013 ، طور جميع قادة ومرشحي الأحزاب الوطنية تقريباً استراتيجية **Twitter** (أو على الأقل التواجد) وغالباً ما نقلت وسائل الإعلام تغريدات السياسيين وردود فعل المواطنين عليها. (Cristian, et al., 2013, p. 6)

في السياق ذاته أشار الباحث محمد مساهل إلى ثلاث محددات عبر مختلف الوسائط التكنولوجية

تشكل الممارسة السياسية:

• **تعبئة الرأي العام:** تقوم الجماعات المنتشرة في الشبكات الاجتماعية بدور فعال في تعبئة الرأي العام اتجاه القضايا السياسية فقد أضحت مجالاً للدعوة للاحتجاجات وتنظيم مختلف المظاهرات وغيرها من النشاطات.

• **ظهور المواطنة الافتراضية:** لقد فتحت التكنولوجيات الحديثة متمثلة في الشبكات الاجتماعية المجال أمام ممارسة المواطنة عبر الانترنت والمطالبة بالحقوق السياسية.

• **تفعيل دور المجتمع المدني:** تروج العديد من الأحزاب السياسية والنقابات والجمعيات من خلال الشبكات الاجتماعية لأفكارها وسياساتها من أجل حشد الداعمين والمنخرطين وقد نجحت في ذلك. (مساها ، 2020)

إن تأثير وسائل الاعلام الجديدة على المشاركة السياسية يأتي من خلال تسهيل الحصول على المعلومة من مصادرها مباشرة وتسهيل وصولها الى الجمهور دون تدخل السلطات، وهذا ما يسمح للناس بإبداء آرائهم وطرح أفكارهم، وبالتالي تتحقق حرية التعبير والمشاركة الديمقراطية. (السليحات ، 2014، صفحة 368)

توصلت دراسة مها السيد بهنسي الى أن مستخدمي الشبكات الاجتماعية من عينة دراستها، لديهم درجة مرتفعة من الاهتمام بالتعرف على ما يدور من أحداث على الساحة السياسية والدخول في مناقشات سياسية حولها وكذا الادلاء بأصواتهم في الانتخابات التي تجرى في البلد عينة الدراسة، وبالنسبة لتعرض مستخدمي الشبكات الاجتماعية للمواد السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فان الدراسة نفسها توصلت الى تفوق موقع فيسبوك بنسبة 91% مقارنة بموقع تويتر بنسبة 34% وذلك لإمكانية استعانة موقع فيسبوك بالصور ومقاطع الفيديو. (بهنسي ، 2014)

7. مصداقية الفعالية السياسية لوسائل الاعلام لدى الرأي العام

إن وسائل الإعلام حسب Brian مهمة في العملية السياسية باعتبارها ناقلة للرسائل من المواطنين إلى قادتهم السياسيين ففي تغطيتها لاستطلاعات الرأي، على سبيل المثال، قد تدعي وسائل الإعلام أنها تمثل "الرأي العام" ، الذي يمكن من خلاله فهم أو تقييم الوضع السياسي ، غالبًا من حيث النقد أو التحذير للسياسيين وبهذه الطريقة يتم إيصال آراء المواطن إلى السلطات العليا ،تزامنا مع تأثيرات ملحوظة على سلوك الأفراد، تنشر الصحف أيضًا رسائل القراء ، مما يوفر منتدى للنقاش العام حول القضايا السياسية، في بعض الصحف ولا سيما The Times ، تتم قراءة صفحة الرسائل من قبل السياسيين كدليل على الرأي العام (أو جزء كبير منه) ،وقد يكون هذا الامر أحد الاعتبارات الهامة في صنع السياسات و في الوقت الحالي أصبح البث الآن غارقًا في النقاش السياسي حيث يجتمع أفراد الجمهور معًا لمناقشة القضايا الملتهبة في اليوم ، وللتعبير عن آرائهم حول مختلف القضايا . (Brian, 2011)

يرى فاروق يوسف أحمد أن الرأي العام يتكون وفق خمس مراحل هي:

أ. مرحلة إدراك المشكلة وتلعب وسائل الإعلام دورا مهما في اثاره هذه المشكلة.

ب. مرحلة المناقشة وتعدد الآراء.

ت. مرحلة الصراع بين القوى الاجتماعية والأفراد.

ث. مرحلة التركيز من أجل فهم أبعاد الصراع ومحاولة تقارب وجهات النظر.

ج. مرحلة الرضا والاتفاق والوصول الى حلول وسطى أو غلبة رأي معين. (الزبيدي ، 2003)

يؤكد ديفيد ابتر أن عدم اكتمال دائرة المعلومات في العملية الاتصالية او النقص في المعلومات يؤثران بشكل سلبي في فاعلية القرار السياسي وفاعلية النظام السياسي ذاته، ويعقد ابتر مقارنة بين التدفق الإعلامي في النظم السياسية للدول الديمقراطية والدول النامية، حيث تكون دائرة المعلومات في الأولى غالباً مكتملة ومستمرة ولا شك ان ذلك سيؤثر في الاستقرار السياسي كذلك (يوسف ، 2006).

في كانون الثاني (يناير) 1997، على سبيل المثال، بثت قناة ITV البريطانية الملكية: برنامج الأمة تقرر، تم الإعلان عن البرنامج باعتباره أكبر نقاش مباشر تم بثه على الإطلاق على التلفزيون البريطاني، حيث سمح البرنامج لـ 3000 مواطن، بتشجيع من لجنة من الخبراء المؤيدين والمعارضين للملكية، للتعبير عن آرائهم حول الأداء الماضي والحاضر للملكة البريطانية، ودورها في المستقبل، بعبارات حرجة غير مسبوقة، والتي كان من الحماسة تجاهلها من قبل العائلة المالكة البريطانية وأي حكومة مسؤولة عن رعاية التطور الدستوري للبلاد. (Brian, 2011)

بالنسبة لاستطلاعات الرأي العام ليست فقط مقياساً (وإن كان ناقصاً) للمواقف والنوايا السياسية إذ يتفق العديد من المراقبين على أنها يمكن أن تصبح عاملاً سببياً في سلوك التصويت.

في الولايات المتحدة الأمريكية تعرض مذيعو الأخبار لضغوط في الانتخابات الرئاسية الأخيرة لتأجيل الإعلان عن نتائج استطلاعات الرأي الخاصة بهم (المأخوذة بعد تصويت المواطنين) التي أجريت على الساحل الشرقي للبلاد حتى يتم إغلاق أكشاك الاقتراع على الساحل الغربي (بعد ثلاث ساعات)، أو على الأقل حتى تصويت غالبية سكان الساحل الغربي. ويرى بعض المحللين أن نتائج هذه الاستطلاعات قد تؤثر على من لم يصوتوا بعد. على سبيل المثال، إذا أشارت استطلاعات الرأي التي أجريت في نيويورك إلى خسارة أحد المرشحين، فقد يقرر مؤيدو الساحل الغربي للمرشح الآخر عدم إزعاج التصويت، مما يؤدي إلى تشويه النتيجة النهائية، وهذا ما يفسر انتصار المحافظين غير المتوقع في الانتخابات العامة البريطانية

لعام 1992 حيث أشارت استطلاعات الرأي إلى تقدم كبير في حزب العمال أدت إلى تهدئة أعضاء الحزب والمؤيدون لكن تبين فيما بعد أنه شعور زائف بالأمان، حيث تمكن المحافظين من إحراز تقدم حاسم في الأيام القليلة الأخيرة من الحملة. وكذلك تهيئة الإدارة الأمريكية للرأي العام الدولي لإسقاط نظام بغداد عام 2003م وما تلى ذلك من أحداث كبيرة بدعوى الحرب على الإرهاب، وغير ذلك من الأحداث العالمية التي أثرت على مسرح السياسة الدولية (Brian, 2011, p. 26)

ويؤكد الزبيدي نقلاً عن مستشار الأمن القومي الأمريكي السابق برجنسكس على ضرورة الاستخدام الفعال لآخر تقنيات الاعلام لكي تلعب بالعواطف وتسيطر على عقول الجماهير. (الزبيدي ، 2003 ،
صفحة 163)

تؤدي وسائل الإعلام حسب الزهراني دوراً هاماً في خدمة السياسة، وذلك لتأكيد شرعية الحكومات أو لدعم قوى وتأمين مصالح جماعات مختلفة سواء اقتصادية أو سياسية أو دينية أو اجتماعية، ويختلف دور الصحافة من دولة إلى أخرى، حسب مستوى الحرية وديمقراطية الدولة وباختلاف سياسة الأنظمة الحاكمة في تلك الدول، واختلاف أوضاعها ومكانتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وما تتمتع به من حرية واستقلالية وما تسعى إليه من تحقيق لأهدافها وغاياتها (الزهراني ، 2015 ، صفحة 21)

يقترح Brian خمس وظائف لوسائل الاتصال في المجتمعات الديمقراطية: (Brian, 2011)

- أولاً، يجب عليهم إبلاغ المواطنين بما يحدث حولهم (ما يمكن أن نسميه وظائف "المراقبة" أو "المراقبة" لوسائل الإعلام).

• **ثانياً،** يجب أن يتقنوا معنى وأهمية "الحقائق" (تشرح أهمية هذه الوظيفة مدى الجدية التي يحمي

بها الصحفيون موضوعيتهم ، لأن قيمتهم كمعلمين تقتضى انفصلاً مهنيًا عن القضايا التي يتم تحليلها).

• **ثالثاً،** يجب أن توفر وسائل الإعلام منبراً للخطاب السياسي العام، وتسهيل تكوين "الرأي العام"،

وإعادة هذا الرأي إلى الجمهور من حيث أتى. يجب أن يشمل ذلك توفير مساحة للتعبير عن المعارضة، والتي بدونها لن يكون مفهوم الإجماع الديمقراطي بلا معنى.

• **رابعاً،** مهمة وسائل الإعلام رقابية.

• **خامساً،** تعمل وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية كقناة للدفاع عن وجهات النظر السياسية.

تتطلب الأحزاب منفذاً لتوضيح سياساتها وبرامجها للجمهور الجماهيري، وبالتالي يجب أن تكون وسائل الإعلام مفتوحة لهم. علاوة على ذلك، فإن بعض وسائل الإعلام، وخاصة المطبوعة، تتحاز لبعض الأحزاب السياسية خاصة في أوقات الانتخابات وفي هذا المعنى الأخير، قد يُنظر إلى وظيفة المناصرة الإعلامية على أنها وظيفة إقناع تُظهر الدراسات الاستقصائية أنه بالنسبة للغالبية العظمى من الناس، تمثل وسائل الإعلام، بما في ذلك الإنترنت الآن، والتي تزداد أهمية مع كل عام، المصدر الرئيسي لمعلوماتهم حول السياسة.

في عام 1962 صاغ **دانيال بورستين** مصطلح "حدث زائف" ردًا على ما رآه على أنه نزعة متزايدة

من وسائل الإعلام الصحفية لتغطية "الأحداث" غير الواقعية وغير الأصلية، وجادل بأن هذا الاتجاه ارتبط بظهور الصحافة الشعبية في القرن التاسع عشر وما بعده والزيادة الدراماتيكية المقابلة في الطلب على المواد الإخبارية، أصبحت الضغوط تجاه صنع الأحداث الزائفة أقوى من أي وقت مضى حيث تحول جمع

الأخبار إلى صناعة الأخبار من المصادر المهمة للأحداث الزائفة لوسائل الإعلام بالطبع العملية السياسية - المقابلات مع قادة الحكومة وتسريبات الأخبار والمؤتمرات الصحفية توفر جميعها مواد يمكن الإبلاغ عنها وهكذا، يقول بورستين **Boorstin** إن القرن العشرون شهد علاقة من الملاءمة المتبادلة والترابط المتبادل بين السياسي والإعلامي المحترف ، حيث يسعى المرء لإشباع جوع الآخر للأخبار وفي الوقت نفسه تعظيم دوره الشخصي ،بالنسبة لبورستين في عام 1962 ، لم يكن هذا الاتجاه موضع ترحيب في مجتمع ديمقراطي تشمل حرية الكلام والصحافة والإذاعة حرية إنشاء أحداث زائفة حيث يتنافس السياسيون والصحفيون ووسائل الإعلام في هذا الخلق. أنهم يتنافسون مع بعضهم البعض في تقديم حسابات وصور جذابة "مفيدة" للعالم. إنهم أحرار في التكهن بالحقائق، وإيجاد حقائق جديدة، والمطالبة بإجابات لأسئلتهم المفتعلة. (Brian, 2011, p. 26)

8. حدود الموضوعية وأخلاقيات وسائل الاعلام في السياسة

كان الجدل حول علاقة السياسة بالأخلاق حسب بن سعيد يشغل العلماء والفلاسفة والسياسيين عبر ألفي عام مضت ففي أثينا القديمة كان النظام السياسي يشجع المواطنين على إبداء آرائهم، والمشاركة في صنع القرارات، وساعد على ازدهار الخطابة وجود البرلمان، واعتماد المواطنين على أنفسهم في الترافع أمام القضاء غير أن أفلاطون كان يرى أن من الخطابة ما يجعل السيء يبدو حسناً، والقبيح يبدو جميلاً، وأن الحكمة والمعرفة أمران ضروريان لخطابة صالحة مفيدة لصحة الروح: روح الفرد والروح الجماعية للمدينة. (بن سعيد أ.، 2010، صفحة 211)

الرئيس الأميركي السابق جورج بوش (الأب) وعد إبان حملته الانتخابية عام 1998 بأنه لن يزيد الضرائب إذا تم انتخابه معلناً: "اقرأوا شفتي: لا ضرائب جديدة"، تظهر إعلانات الحملات الانتخابية، لا سيما في الولايات المتحدة الأميركية، سلبيات أخلاقية كالتضليل والخداع، وعدم إنصاف المنافسين والخصوم.

وتؤكد أن الإعلان السياسي في رأي كثير من المراقبين السياسيين غير قادر بطبيعته على تهيئة مناخ إعلامي متوازن، يمكن الناخبين من اتخاذ قرارات عقلانية ناضجة ويهاجم سبيرو Spero الإعلان السياسي، فيصفه بأنه "أكثر أنواع الإعلان خداعاً وتضليلاً وظلماً وكذباً بلا جدال." (Kaid, 1991, p. 146)

أشار كل من طراد وقول إلى المخاطر المهددة لمهنة الصحافة ولخصاها فيما يلي: (قول و طراد،

2016، صفحة 39)

- تبعية الصحفي والمؤسسات الإعلامية لرجال الأعمال والسياسيين والشركات الاقتصادية الكبرى، فتعكس مواقفهم وآراءهم، هذا الأمر أوجد هوة بين الصحفي والجمهور الذي بات يشعر بأن هدف الصحفي ليس التوجه إليه بشكل مباشر ولا التعبير همومه ومشاكله.
- وقوع الصحافة في أخطاء أخلاقية ومهنية: حققت الصحافة الرياضية والترفيهية وصحافة الفضائح، نجاحات شعبية ومالية كبيرة على حساب قيم المهنة وحياة الإنسان الفردية.
- الفساد الإعلامي: من خلال تسخير الصحفي مهنته لمصالحه الشخصية لاسيما المادية منها من خلال قبول الأموال والهدايا والتقديمات المختلفة من النافذين مالياً وسياسياً أو استغلال موقعه لأهداف شخصية.
- غياب النزاهة المهنية: تفترض النزاهة المهنية عدم إتباع وسائل رخيصة وغير مشروعة لتحقيق أهداف معينة، كمثل اللجوء إلى ابتزاز الأشخاص أو المؤسسات أو الدول، اللجوء إلى الإثارة أو افتعال الأحداث والتعرض لحياة الناس الشخصية.

تركز الدراسات النقدية للدور الديمقراطي لوسائل الإعلام على أخلاقيات الصحافة المهنية المتمثلة في الموضوعية، حيث تطورت هذه الأخلاق مع وسائل الإعلام في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن

العشرين، وتم الاعتداء عليها منذ ذلك الحين، يُقال إن التقارير السياسية لوسائل الإعلام متحيزة ومعيبة وذاتية، وليست نزيهة.

لقد أدى ظهور وسائل الإعلام، والتلفزيون على وجه الخصوص، إلى دخول الجماهير في العملية السياسية إلى درجة غير مسبوقه تاريخياً، ويستمر الجدل، لماذا لا يكون الأداء الإعلامي معياراً شرعياً للعملية السياسية، في عالم تعتبر فيه وسائل الإعلام أساسية جداً للعملية السياسية؟ إن منتقدي الدور الموسع لوسائل الإعلام، من وجهة النظر هذه يستندون في طرحهم الى ان مستخدمي الانترنت وخاصة موقع **YouTube** يقومون بتشويه الحقائق وتعديلها وتنقيحها رقمياً فهم يرون ان الاتصال السياسي على الإنترنت عرضة لتدخلات المستخدمين الذين ينشئون المحتوى الرقمي بما يتناسب وأهواؤهم. (Brian, 2011)

كان **طوني بلير**، زعيم حزب العمال البريطاني من 1994 إلى 2007، محاوراً ممتازاً، وقاد حزبه إلى ثلاثة انتصارات متتالية في الانتخابات العامة. على النقيض من ذلك، اعتبر خليفته غوردون براون فاشلاً في هذا الصدد، واعتبر عدم ارتياحه لتقنيات وسائل الإعلام الحديثة عاملاً مساهماً في هزيمة حزب العمال في الانتخابات عام 2010. نفاق براون المزعوم وجرجه الواضح في العمل مع **YouTube** وغيرها جعل القنوات الإعلامية الجديدة عبئاً خطيراً عليه، على الرغم من نقاط قوته المعترف بها عالمياً كسياسي محنك. (Brian, 2011, p. 26)

وهذا ما يؤيده رأي **ليبمان** في عام 1922 حين قال: "كل صحيفة عندما تصل إلى القارئ هي نتيجة لسلسلة كاملة من الإجراءات فيما يتعلق بالعناصر التي ستم طباعتها، وفي أي موضع ستم طباعتها، ومقدار المساحة التي ستشغلها كل صحيفة، وما هو التركيز الذي يجب يأخذه كل عنصر فلا توجد معايير موضوعية هنا. هناك اتفاقيات" (Brian, 2011)

في ظل مناخ فاسد نصطدم بالكثير من النصوص المقيدة للحريات العامة والديمقراطية بشكل عام ولحرية الرأي وتداول الأخبار مما انعكس على كفاءة العمل الاعلامي في أداء رسالته جزاء مناخ من التقييد ومن سمات ذلك عقوبات الحبس والغرامة المسلطة لا سيما مع ظهور الكثير من القنوات الغربية الناطقة بالعربية عبر الفضائيات أو الانترنت والتي تعتمد على تأطير الخطاب الرسمي وقدرته الفائقة على الحذف والاضافة بما يتفق مع أجندة المرسل (قول و طراد، 2016، صفحة 35).

خلاصة:

بشكل عام، يمكن القول إن انتشار القنوات التلفزيونية الفضائية والإنترنت قد أحدث تغييراً كبيراً فقد انتقلنا من نموذج إعلامي موحد خاضع لسيطرة الدولة ومملوك للحكومة إلى بانوراما متعددة ومتنوعة من أشكال الاتصال ، حيث يمكن سماع الأصوات التي تمثل المواقف والتوجهات السياسية المختلفة في وقت واحد، وإبداء آرائهم في المناقشات السياسية المستمرة الامر الذي يساعد في تشكيل الرأي العام. فقد أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف وسائطها مجالا خصبا لتبادل المعلومات و الصور و الأفكار بين المستخدمين و بالتالي تشكيل اتجاهاتهم و آرائهم ، و قدمت الانترنت في العالم العربي بديلا عن إعلام الدولة و رقابتها الحكومية و هو ما يفسر كيف نجح الشباب العربي في استخدام هذه التكنولوجيا في القيام بثورات الربيع العربي و إيصال صوت الشعب للعالم أجمع ، لكن في الوقت نفسه التكنولوجيا لا تؤدي إلى التغيير السياسي لكنها توفر قدرات جديدة على الفاعلين السياسيين ، بعبارة أخرى ، الأمر متروك للفاعلين السياسيين لإحداث تغيير سياسي حقيقي ، بمساعدة وسائل الإعلام الجديدة واستراتيجيات الاتصال الفعالة.

كما يجب أن يُنظر إلى وسائل الإعلام، أو أولئك الذين يعملون فيها، على أنهم فاعلون سياسيون مهمون في حد ذاتهم لأنهم لا ينقلون رسائل المنظمات السياسية إلى الجمهور فحسب، بل يقومون بتحويلها من خلال عمليات مختلفة لصنع الأخبار وتفسيرها فما يرغب السياسي في قوله ليس بالضرورة ما نقلته وسائل الإعلام عنه.

الفصل الثالث

السخرية واستخداماتها في وسائل

الاعلام

الفصل الثالث: السخرية واستخداماتها في وسائل الاعلام

تمهيد

1. السخرية (بين النشأة والمفهوم)
2. تقاطع السخرية مع مفاهيم أخرى مشابهة لها
3. أهمية السخرية
4. الجدول حول أخلاقيات استخدام السخرية
5. أساليب تشكل السخرية
6. وظائف السخرية والخطاب الساخر
7. الاعلام الساخر كبديل للمعارضة السياسية وعلاقته بتشكيل الوعي السياسي
8. الخطاب الساخر بين التلفزيون ومنصات الاعلام الجديد

خلاصة

الفصل الثالث: السخرية واستخداماتها في وسائل الاعلام

تمهيد

السخرية ليست معطًى جديد وليست ظاهرة تُخصّ دولة دون أخرى أو فضاءً جغرافياً معيناً ولا هويات ثقافية بعينها بل هي ظاهرة تمتد إلى آلاف السنين وتتجاوز هذه الابعاد بالنظر الى امكانياتها في تلبية مختلف حاجيات الناس ومن المهم الاعتراف أن جذورها تتعدى الصحافة الساخرة وكذلك السخرية السياسية المتلفزة والتي ظهرت منذ العقد الأول من القرن العشرين.

ما الذي يجعل الناس يسخرون؟ ما تاريخها؟ ما هي وظائف واستخدامات السخرية؟ ما هي أهميتها؟
هل وجدت في كل الثقافات؟

1. السخرية بين النشأة والمفهوم

إن لفظ "سخرية" في حقلها الدلالي في القرآن الكريم تحمل الكثير من المعاني حيث أشار الأصفهاني إلى السخرية بمعنى الاستهزاء، وسخرت منه، واستخرته للهزة منه، قال تعالى في سورة هود: { وَيَصْنَعُ الْفُلْكَ وَكُلَّمَا مَرَّ عَلَيْهِ مَلَأَ مِنْ قَوْمِهِ سَخِرُوا مِنْهُ قَالَ إِنْ تَسْخَرُوا مِنَّا فَإِنَّا نَسْخَرُ مِنْكُمْ كَمَا تَسْخَرُونَ } (الآية 38) (الشريف ، 2020، صفحة 64)

وقد وردت مادة "سخر" وما يشتق منها في مواضع قرآنية أخرى توزعت على معاني عديدة منها الاستهزاء، من ذلك قوله تعالى في سورة الحجرات: { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِنْ قَوْمٍ عَسَى أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِنْ نِسَاءٍ عَسَى أَنْ يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَرُوا بِالْألقَابِ بِئْسَ الإِسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الإِيمَانِ وَمَنْ لَمْ يَتُبْ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ } (الآية 11) سورة الحجرات

وفي قوله تعالى في سورة الأنعام جامعا بني لفظتي "السخرية" والهزة " : { وَقَدِ اسْتَهْزَى بِرُسُلٍ مِنْ

قَبْلِكَ فَحَاقَ بِالَّذِينَ سَخِرُوا مِنْهُمْ مَا كَانُوا بِهِ يَسْتَهْزِئُونَ } (الآية 10) سورة الأنعام

وفي سورة التوبة تكرر لفظة السخرية بمشتقاتها مرتين و قبلها يذكر فعل يلمزون : {الَّذِينَ يَلْمِزُونَ الْمُطَّوِّعِينَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ فِي الصَّدَقَاتِ وَالَّذِينَ لَا يَجِدُونَ إِلاَّ جُهْدَهُمْ فَيَسْخَرُونَ مِنْهُمْ ۖ سَخِرَ اللَّهُ مِنْهُمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ } (الآية 79) و يذكر كذلك لفظة السخرية في سورة البقرة في قوله تعالى: { زُيِّنَ لِلَّذِينَ كَفَرُوا الْحَيَاةَ الدُّنْيَا وَيَسْخَرُونَ مِنَ الَّذِينَ آمَنُوا وَالَّذِينَ اتَّقَوْا فَوْقَهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ۗ وَاللَّهُ يَرْزُقُ مَنْ يَشَاءُ بِغَيْرِ حِسَابٍ } (الآية 212) (كتاف، 2019، صفحة 91).

يشير سلطان الزغلول في مقال حول السخرية أن السخرية جاءت للتنفيس عن احتقانات الناس

النفسية فكان الضحك كوسيلة للترويح عن النفس، فالسخرية مرتبطة بحضارات الشعوب ومستويات مآسيها

وهو ما تحتفظ به أدبيات كثيرة في التراث الإنساني، ومن أقدم ما وصلنا لوحة لفنان مصري قديم تمثل صقرا يصعد شجرة لكن ليس بجناحيه كما هو معروف بل باستخدام سلم بينما يجلس ثور اعلى الشجرة وهذه الصورة الساخرة تقدم نقدا لاذعا للواقع السياسي والاجتماعي الذي كان سائدا في مصر القديمة (الزغول ، 2021).

لقد كان المصريون روادا للنكتة والطرفة، وقد عرف العالم التعبير الساخر، منذ النشأة الأولى للحضارة الفرعونية، وربما كانت روح الدعابة التي اتصف بها المصريون على مرّ العصور رغم المعاناة والأزمات، أبرز أسلحتهم في مواجهة القهر والاحتقان. وكان المنتج الساخر واحداً من أفخر منتجاتهم المحببة للآخرين. أما في الحضارة اليونانية فقد ذكر **Engelsbel Ellen** في دراسته أن الكاتب اليوناني (أريستوفانيس) أنتج مسرحيات ذات تعليقات سياسية ومجتمعية ناقدة خاصة في تصويره للجنرال كليون في مسرحية **The Knights** على أنه محرض فاسد ومثير للحروب. (Ellen , 2019, p. 04)

إضافة إلى ما وصلنا من آثار السخرية في كل الحضارات القديمة فقد وجدت رسومات كثيرة ساخرة على جدران المعابد الفرعونية نطلق عليها الآن فن الكاريكاتير (السيد، 2021) وقد عرف العرب السخرية منذ الجاهلية مرورا بعصره الأموي والعباسي وذلك من خلال أهاجي الخطيئة و نقائص الفرزدق و الأخطل و جرير و هجاء أبي النواس للعرب و تصوير الفقر عند ابن الرومي و هجاء المتنبي لكافور الإخشيدي و غيرهم (الشداي ، 2021)

في مقال له بعنوان " السخرية كحاجة اجتماعية"، أشار **الخويلدي** إلى أن أدباء عرب كأبي عثمان **الجاحظ** (775 - 868) صاحب كتاب «البخلاء»، أبرز من نقل روح الطرفة بمستواها الشعبي البسيط، التي تميل للتصوير والوصف والنقد الاجتماعي اللاذع. ومثله الفارسي، **عبد الله بن المقفع** (724 - 759)

صاحب «كليلة ودمنة» المترجم عن اللغة الهندية، وكذلك الأديب المصري عبد الله ابن النديم (1842 - 1896) الذي أصدر في يونيو 1891 صحيفته «التكيت والتكيت» كأول صحيفة تمارس النقد بأسلوب ساخر. (الخويلدي ، 2015).

بالإضافة إلى ذلك ذكر شمسي واقف زادة في دراسته أن الدراسات والابحاث الأثرية كشفت عن وجود رسومات كاريكاتورية ساخرة خلفها الإنسان القديم على جدران الأهرامات المصرية وكذا في أرجاء المعابد القديمة، نذكر من ذلك بردية مصرية قديمة بيد رسام ساخر مجهول عن طائر يصعد الى شجرة ليس بواسطة جناحين وانما بواسطة سلم خشبي وهو فعل مخالف للواقع مما يجعله يبدو تهكما وسخرية. (شمسي ، 1970، صفحة 104)

في القرن 17 ظهر فنانون احترفوا السخرية -بكل أشكالها - وتخصصوا بها حيث أخذت تظهر الاتجاهات التي تتعد عن الكلاسيكيات وأخذت معالم الجمال المطلق من أعمال الفنانين ويحل محلها عناصر السخرية والمبالغة هذه الأخيرة وإن طبعت أعمال عدد من الفنانين إلا أن هذه المبالغة لم تسع إلى النقد في البداية.

وثقت مقالة لبوفريوا خالد في السنوات السابقة أول من استخدم الرسم الساخر بهدف النقد حيث ذكر الكاتب أن الإنجليزي "وليم هوغارت" يعتبر مؤسس اتجاه النقد الاجتماعي في الفن الأوروبي، وكان (دوميهيه) أول من استخدم الكاريكاتير كسلاح سياسي في فترة حرب الإصلاحات الدينية التي قادها مارتن لوثر ضد الكنيسة الكاثوليكية في الفاتيكان والذي يقول في أحاديثه داعيا إلى تكريس السخرية كسلاح في هذا الصراع ضد الكنيسة الكاثوليكية أن القساوسة والخوارنة يجب أن يرسموا على جميع الجدران وحتى على أوراق اللعب بشكل يجعل الناس يشعرون بالقرف عندما ينظرون إليهم أو يسمعون عنهم (بوفريوا ، 2018)

حرص محمد كاديك في كتابه "سؤال السخرية وأدوات الكتابة الساخرة" أن يوضح إشكالية المصطلح في اللغة العربية ونقل عن فلاديمير بانكيليفيتش 1903-1985 الذي قال أن السخرية مستعصية عن التحديد، و يقول أن هناك سخرية أولية تشتبه بـ "المعرفة" وهي مثل "الفن" بنت الترفيه، ولكن السخرية بالتأكيد "أخلاقية" إلى درجة أنها لا يمكن أن تكون فنية وهي "قاسية" إلى درجة أنها لا يمكن أن تكون "فكاهية". (كاديك، 2021، صفحة 20)

2. تقاطع السخرية مع مفاهيم أخرى مشابهة لها

تشكل السخرية عنصرا هاما -في مرحلة ما- لنظام مفاهيمي متفق عليه لفهم العالم، لكنه يتغير في مراحل أخرى، لذلك نجد الكثير من المفاهيم المشابهة للسخرية والتي شغلت الكثير من الدراسات والأبحاث. فلنبدأ بتفكيك معنى السخرية لأنه قد يكون في الواقع مصطلحًا أقل فهما من التورية على المستوى الأساسي، تعني السخرية أن تقول شيئًا ما وتعني العكس. وفقًا لشون هول، "السخرية تدور حول الأضداد"، عندما يقول الناس عكس ما يقصدونه "إنهم يعبرون عن معتقد أو شعور يتعارض مع ما يقولونه ظاهريًا". وغالبًا ما يشيرون إلى أنهم يسخرون باستخدام المبالغة الشديدة. ومفتاح السخرية إذن هو الطبقة المزدوجة بين ما يقال والمراد. (McClennen & Maisel, 2016, p. 108)

يؤكد الباحث محمد كاديك أن "مفهوم السخرية يواجه إشكالية تطرحها ترجمته إلى العربية حيث اختلط مفهوم السخرية بالفكاهة والمفارقة وهذا ناتج عن غموض الخلفيات الفلسفية التي نشأ في حضانها " (كاديك، 2021، صفحة 22)

أشارت الباحثة هاجر مدقن في إحدى دراساتها، أنه ولأسباب مختلفة بقي مفهوم السخرية مفهوما غير مستقر؛ مطاط وغامض، فهو لا يعني اليوم ما كان يعنيه في القرون السالفة ولا يعني نفس الشيء من بلد الى بلد. وهو في الشارع غيره عند المؤرخ والناقد الأدبي. فيمكن أن يتفق ناقدان ادبيان اتفاقا كاملا في تقديرهما لعمل أدبي غير أن أحدهما قد يدعوه عملا ساخرا في حين يدعوه الثاني عملا "هجائيا"، أو حتى عملا "هزليا" أو "فكاهيا" أو "مفارقة" أو "حواريا" أو "غامضا" (مدقن، 2016، صفحة 107)

• بين السخرية والهجاء:

يمكننا الجزم أن أسلوب السخرية يكون أرقى من أسلوب الهجاء، على اعتبار أن هذا الأخير يجنح إلى استخدام الكلمة البذيئة والجارحة في حين يكون أسلوب السخرية بعيدا كل البعد عن اعتماد مثل هذه الالفاظ وبالمقابل نجده يحقق هدفه وذلك من خلال كشف خبايا الأشياء وانتقادها بأسلوب غير مباشر.

يتميز كل من قويدر نورة حاج وبن سعد محمد السعيد بين السخرية والهجاء في فكرة أن الهجاء سخرية هجومية ومعاييره الأخلاقية واضحة نسبيا، والسباب الخالص أو الشتائم هي هجاء يكاد يخلو من السخرية لكن عندما تساور القارئ الشكوك حول اتجاه المؤلف أو حول ما ينبغي أن يكون اتجاهه من الناحية الثانية فتلك هي سخرية تكاد تخلو من الهجاء. هناك أيضا من يربط السخرية بالهجاء ويجعله نوعا من السخرية على اعتبار انه يثير الضحك رغم فظاظته وخشونته لأنه يقوم بالمبالغة بتصوير العيوب، وممن نجدهم يربطون السخرية بالتهكم ميخائيل باختين في قوله: وشبيه بكلمة المحاكاة الساخرة، الكلمة الغيرية التهكمية وكل كلمه مستخدمه بدلالة مزدوجة. (قويدر و بن سعد، 2012، صفحة 354)

• بين السخرية والفكاهة:

تعتبر الباحثة **Shereen Elshindy** الفكاهة تجربة معرفية تحتوي على إعادة تعريف داخلية للثقافة الاجتماعية للواقع الذي ينتج عنه حالة ذهنية مبهجة ، والتي تظهر أحياناً في شكل ضحك وهناك ثلاث نظريات تتعلق بالفكاهة :هي نظرية التناقض و نظرية التفوق و نظرية الراحة ، حيث تركز نظرية التناقض على العلوم المعرفية بينما تتخذ نظرية التفوق نهجا اجتماعيا للفكاهة في حين تعتبر نظرية الراحة نظرية نفسية ، فالنسبة للنظرية الأولى فهي تتناول العمليات الإدراكية التي يتم فيها فهم الفكاهة من خلالها فقد رأى ارسطو ان الفكاهة تظهر عندما يشكل النسان توقعات معينة ثم يجد شيئاً آخر مناقضا للواقع أما نظرية التفوق فهي تستكشف الوظيفة الاجتماعية للفكاهة فالناس يضحكون على الآخرين عندما يجدون أنفسهم في مرتبة أعلى منهم في حين حيث يقترح فرويد نظرية الراحة لتفسير الفكاهة على أنها استراتيجية تستخدم لتحرير التوتر و تفريغ الطاقة السلبية (Shereen , 2019, p. 12)

تتطوي الفكاهة حسب فرويد على قدر كبير من الانحدار فنحن نطلق بعض المفاهيم النبيلة من الأنا الأعلى لكن يتم اختراقها بوقاحة على شكل ضحك وهذا ما يدمر واجهتنا الأخلاقية (تيري ، 2019، صفحة 26) ،ويتحدث هيغل في كتابه فلسفة الفنون الجميلة عن الفكاهة باعتبارها تصادم بين دافع حسي لا يمكن ضبطه وبين إحساس بالواجب، إنه صراع ينعكس في ضحك صاحب (السالم ، 2014، صفحة 11)

ومن الأدباء من يذهب إلى أن كل من الدعابة والمزاح والهزل والتهكم والسخرية جميعها فكاهة، لأن كاتبها يريد بها الفكاهة مهما اختلف الاسم. لكن الفكاهة شيء والسخرية شيء آخر، ويبدو أن منشأ الخلط بينهما يعود إلى النظر إلى «الضحك» بصفته الغاية الكبرى والأساسية من الفكاهة والسخرية على حد سواء، وهذا التصور أدى بطبيعة الحال إلى تجاهل الفروق اللغوية والنفسية والدلالية الدقيقة الأخرى، ولهذا فإنه لا ينبغي أن يُذهب إلى إنكار الصلة الوثيقة بين السخرية والفكاهة وبين الإضحاك؛ فصاحب السخرية

كصاحب الفكاهة محتاج إلى شيء من خفة الروح، ولكن هذه الخفة في «الفكاهة» بريئة من المعنى الخفي، وغايتها المرح، أما السخرية فإنها غير بريئة منه سواء أكان ذلك ظاهراً جلياً، أم خفياً لا يدرك إلا بمزيد عناية وتأمل. (لزرقي، 2014)

اقترح **شاكر عبد الحميد** شكلاً يضع فيه تصوّراً للعلاقة بيني الفكاهة والضحك وبعض مظاهرها وأنواعها الدالة عليهما، تلج فيه السخرية بحصّة لا بأس بها في السخرية "كفكاهة تعتبر أرقى أنواع الفكاهة، لأنها تحتاج إلى قدر كبير من الذكاء والخفاء والمكر ولذلك اتّخذ منها الفلاسفة والأدباء أداة يستخدمونها لبيان رأيهم في الخرافات السائدة أو المذاهب التي يختلفون معها ويهزؤون بها (بلمبروك، 2015)

• أنواع الفكاهة:

حسب مقال منشور في موقع عربي بوست تأخذ الفكاهة عدة أشكال: (الفكاهة والهزل في الادب العربي، 2016)

أ. **الظرف**: يختلف هذا النوع عن الفكاهة في كونه يعتمد على خلفية ذهنية وخبرة في الحياة اليومية، أكثر من اعتماده على التضارب التي ينشأ في كثير من المواقف، ومعظم الفكاهة تجلب الابتسامة ولكن الظرف ما يجعل الناس ينخرطون في ضحك فجائي.

ب. **التهكم**: يحاول التهكم عادة أن يعالج الحماقة بأن يجعل الناس يضحكون عليها.

ت. **السخرية**: وهي أكثر قسوة من التهكم إذ أنها غالباً ما تأخذ شكل خطاب لاذع.

ث. **الفكاهة التهكمية**: فقد تبدأ مديحاً، أو حديثاً عادياً، ولكنها تخفي وراء ذلك نقداً حاداً، ويتم التعبير عن التهكم عادة بواسطة نبرة صوتية معيّنة، كما أنها غالباً ما تكون تعبيراً عن واقع الأمر بصورة تخفف من وطأة تأثيره.

ج. **المحاكاة التهكمية الساخرة**: وهي تغيير كلمات الشخصية وأخذها على غير معناها لخلق

نتائج كوميدية وتقليد لعادات شخص آخر أو حركاته أو حديثه من أجل خلق أثر كوميدي.

• بين السخرية والضحك:

إن أهم ما يميز الإنسان حسب ما أشار إليه علاء جانب هي خاصية الضحك لدرجة أن بعض علماء النفس عرّفوا الإنسان بأنه مخلوق ضاحك وقد فسر العديد من الدارسين ظاهرة الضحك تفسيرات سيكولوجية وأخرى فيسيولوجية واتفق كلا التفسيرين أن الضحك يخلص الإنسان من ترسبات نفسية لولا خروجها على شكل ضحك لأصاب الإنسان المرض والكآبة (جانب، 2121).

أما كلوستر فيرى أن الضحك ينشأ من تداعي أمرين متعارضين ومثال ذلك حادثة وقعت لأحد الأعيان في بلاط لويس الرابع عشر إذ فوجئ بزوجته بين ذراعي كاهن فسار نحو النافذة وصاح مباركاً من الخارج وحين سأله قال رأيت المحترم يمارس عملي فمارست بدوري عمله (جابر ، 2009، صفحة 24) بينما تحدث كانط في كتابه نقد الحكم عن الضحك باعتباره؛ تأثير ناتج عن التحول المفاجئ من توقعات عالية إلى لا شيء (تيري ، 2019، صفحة 22)

بينما ينسب سبنسر الضحك في مقالة له بعنوان فيسيولوجية الضحك إلى تجمع من الطاقة العصبية ينشأ عنه تحرك عضلي يؤدي إلى الضحك، ويجوز التمثيل هنا بوضع جمهور من الناس يشاهدون دكتاتوراً يتعثر ويسقط وهو يهّم بإلقاء خطاب يصدعهم به (جابر ، 2009، صفحة 24)

يرى برغسون أن الضحك يلعب دور المصلح الاجتماعي لأنه يلفت النظر إلى العيوب المسيئة للمجتمع والتي تصيبه بالخلل، ولهذا يضحك الناس على الشخص الأحمق أو النحيل، لقد حاول برغسون إظهار السمة النبيلة للضحك لكونه صفة جمعت الإنسان بالإنسانية ولعبت دور صوت الضمير الذي يخاطب الأرواح ويمتد إلى الأبعاد التي لا نشعر بها، فالضحك سلوك اجتماعي بواسطته ينبه المجتمع مشيراً، إلى الحس السليم، كل أولئك الذين ينحرفون عن النشاط الاجتماعي المستقيم والحقيقي والذين يسعون، إلى تقنيت التماسك الاجتماعي. (واوجا، 2018)

فالضحك بهذه الميزة التي شرحها برغسون يتشابه مع السخرية في نقطة أن لكليهما هدف النقد وإصلاح المجتمع، ذلك ان برغسون اعتبره ميزة إنسانية خالصة وبالتالي فالهدف منها هو هدف سام يسعى لخدمة المجتمع وإصلاحه.

وكان للعرب رأي في الضحك، إذ يقول أبو حيان التوحيدي أن للضحك قدرة واقعة بين العقلانية والحيوانية حيث تنشط هذه القدرة حين يصيب النفس حالة من الدهشة تدعوها للبحث عن أسبابها. (جابر ، 2009، صفحة 24)

ونلاحظ تعارض هذا المفهوم مع مفهوم برغسون، فالأول يعتبر الضحك خاصية إنسانية محضة بينما يعتبره الأخير قدرة واقعة بين العقل والحيوانية، وهو ما يؤكد لنا صعوبة الوقوف على حدود فاصلة بين كل هذه التراكيب اللفظية التي تؤدي حسب سياقات مختلفة معان مختلفة يتحكم فيها التاريخ والجغرافيا وأسباب أخرى.

توصلت أولبريشتس تيتيكا - حسب ما نقله عمر الإبياري في كتابه برامج النقد الساخر - أن الضحك ليس دليلا حتميا على فاعلية السخرية وذلك لعدة أسباب منها أن الضحك لا يعكس دائما نفس المعاني، فهو ظاهرة طقوسية مرتبطة بجماعة ما، فعلى سبيل المثال في مناطق عديدة من افريقيا يدل الضحك على الحيرة والخجل وليس المتعة، كما الضحك يختلف باختلاف طبائع الناس ومستواهم التعليمي والسن وغيرها، كما لاحظ أوبوبين أن الناس لديهم القدرة على التظاهر بالضحك. (الإبياري، 2021، صفحة 32)

• بين السخرية والكوميديا:

كثيرا ما نفهم الكوميديا على أنها شيء يثير الضحك، ولكن هذا غير صحيح فقد كان لفظ كوميديا في العصور الوسطى كما أشار نيفيل كوجهيل يحمل معنى التوافق والمصالحة وليس الظرف وسرعة البديهة

والمرح الصاخب. وكانت معظم الملهوات في ذلك الوقت عبارة عن قصص تبدأ بمشكلة تعترض طريق السعادة، ولكنها تنتهي وقد ازيلت جميع الصعاب (خليل س.، 2020).

إن الكوميديا مثل أي فن ينتج عن وجود قوى متصارعة تخلق ما اصطلح عليه التعقيد فالكوميديا هي احتفال بالحياة و قدرة الأنا على تخطي الصراعات وعلاج العيوب الموجودة في العلاقات البشرية، فالكوميديا تمثل سخرية على مختلف المظاهر الاجتماعية اذ تقترن بالضحكات على هذه المظاهر الخاطئة و قد صنف الدارسون الكوميديا الى الكثير من الأنواع نذكر منهم هذين النوعين ،كوميديا الطبايع و التي تقترن بتصوير البخل و البلاهة مثلا ، و كوميديا الأنماط كشخصية الاب الغني الماكر او البنت المخادعة و غيرها من الأنواع الأخرى التي لا يتسع المقام لذكرها . (عناني، 1998، الصفحات 14-15)

وطرح الفيلسوف الدانماركي كير كجورد 1813 - 1855 أسئلة كثيرة في كتاباته حول طبيعة الفكاهة والتهمك والسخرية والضحك وأدوارها داخل عمليات الاتصال أو التخاطب الإنساني الأخلاقية منها والدينية وربطه بين الفلسفة والدين وموضوعات الفكاهة والضحك وهو القائل "حيث توجد الحياة، يوجد التناقض وحيث يوجد التناقض، يكون المضحك موجوداً" فالفكاهة من وجهة نظره هي حالة عابرة فقط فسريراً ما تتحل هذه الحالة ويتجاوزها الفرد ويعود إلى جديته حيث يأخذ المتفكك وضعه الخاص فيعمل على التعليق للجانب الخاص بالمعاناة من الحياة على هيئة شيء مضحك (ضياء، 2014، صفحة 123)

أشار محمد كاديك إلى أن مشكلة الإحاطة بمفهوم السخرية تتعاضم نتيجة طبيعتها المعقدة ، حيث تخترق بطريقة عجيبة كل مخرجات الكلام و باقي أشكال التواصل ،خاصة حين ندرك تقلبات المفهوم عبر مساره التاريخي بين النظريات الفلسفية و الأدبية و اللغوية مما جعل كلمة سخرية تنضم إلى مجموع الألفاظ "المفخخة"، حيث وصفها ايريك بوردا (Éric Borda) بأنها تمثل إشكالية مرجعية غير واثقة ، فهي تكون

على شكل /مجاز، شكل فكر، أخلاق، فلسفة، ظاهرة، وحتى موسيقى أو رقص أو هندسة معمارية أو نحت و غيرها " (كاديك، 2021، صفحة 21)

يقول (نييتشه) "فقط ما ليس له تاريخ يمكن تعريفه". لهذا السبب ولأسباب أخرى، فإن مفهوم السخرية غامض وغير مستقر ومتعدد الأشكال لا تعني كلمة "سخرية" الآن فقط ما كانت تعنيه في القرون السابقة ، ولا تعني في بلد ما كل ما قد تعنيه في بلد آخر ، ولا تعني في الشارع ما قد تعنيه في الدراسة ، ولا لعالم واحد ما قد تعنيه يعني لآخر. قد تبدو الظواهر المختلفة التي يتم تطبيق الكلمة عليها مرتبطة ببعضها البعض بشكل ضئيل للغاية. (McClennen & Maisel, 2016, p. 8)

نستخلص من كل ما سبق أن السخرية كمعطى انساني تتوزع على العديد من الحقول المعرفية، فتأخذ شكل كل حقل بما ينسجم ومتطلباته ومفهوم السخرية يمكن تشبيهه بسفينة في المرساة عندما تسحبها كل من الرياح والتيار، والقوى المتغيرة والثابتة، ببطء من رسوها.

3. أهمية السخرية

على مدى قرون، حاول الفلاسفة وعلماء النفس وعلماء الاجتماع حل لغز السخرية؟ لماذا يستمتع الناس بالسخرية؟

السخرية هي حدث يومي فنحن نقرأ القصص الساخرة في الصحف أو نخرط في سخرية مع أصدقائنا ونضحك من العبثية التي تواجه مواقفنا، فالسخرية تشكل بذلك نوعا من الفكاهة والمرح نجعل منها وسيلة أساسية للتفاعل الاجتماعي، إذ يقول **Nezlek** أن الناس يستخدمون السخرية لعدة أسباب كالتعامل مع المواقف غير المألوفة وغير السارة، بناء علاقات اجتماعية، تحسين الثقة بالنفس وتحقيق الراحة النفسية وتجاوز الخوف (Andrew, 2005, p. 3)

ويقول (ميلان كونديرا) في كتابه الضحك والناس أن الناس يضحكون عندما تخرج الأمور عن السيطرة ويلقى بها خارج النظام ويمثل هذا النوع من الفكاهة فترة راحة مؤقتة ضد العالم الاستبدادي وترى (الينكاروبانشيتش) في دراستها حول الكوميديا أن السخرية ترفع طبيعة الوعي لتصنع المعنى المحفوف بالمخاطر فهي الحقيقة الخفية للنظام الرمزي للغة (تيري ، 2019، صفحة 40)

وتحدث (جاك لا كان) عن قيمة السخرية وامكانياتها في اللعب ضد الهراء الاجتماعي فهي تسمح لطبيعة الواقع الاجتماعي بالتغلب على مشاكله وبالتالي التغلب على هشاشته (تيري ، 2019، صفحة 42)

إن السخرية باعتبارها معطى ينتج الضحك فإن أهميتها من أهمية الضحك ففي كتابه نهاية الأرب في فنون الأدب يقول الجاحظ أن الجد مبغضة والمزاح محبة والضحك يظهر النفس ويملك مفتاح المزاج الهادئ والفكر الواضح للحياة ففي السخرية والفكاهة راحة للنفوس ونشاط للخواطر (جابر ، 2009، صفحة 25)

يزعم الفلاسفة ومنهم إم كابيل أنه " لا توجد حياة بشرية أصيلة ممكنة بدون السخرية"، لذلك قد نتفق مع أناتول فرانس في مقالته عن Rabelais بأن "العالم بدون سخرية سيكون مثل غابة بدون طيور" لكننا لا نريد أن نتمنى لشجرة طائراً أكثر من ورقة. بدلاً من ذلك، قد نرى السخرية وغير السخرية على أنها، أضداد مكملة، مثل العقل والعاطفة، كل منها مرغوب فيه وضروري ولكن ليس كافياً لجميع احتياجاتنا. (McClennen & Maisel, 2016, p. 7)

والضحك هو عنوان الإنسانية ولو أن الشيطان ضحك لما طُرد من حضره الله كما يقول الفيلسوف برنارد شو (جابر ، 2009، صفحة 26)

يقول (ابن مطران): الدم الجيد يولد الفرح والفرح يبعث على الضحك وفي هذا الإطار يقول خالد القشطيني أن السخرية السياسية هي مرحلة راقية من المزاح فنوادر جحا قديماً وأبي النواس لم تخلُ من

انتقاد الحكام، ويقول **غسان كنفاني** في كتابه "فارس فارس": الأدب الساخر ليس تسلية وليس قتلا للوقت ولكنه درجة عالية من النقد وعلى الكاتب الساخر أن يقدمه كضرورة ومن طبائع السخرية أنها تتطلق من قاعدة وتسدد نحو الهدف فهي ليست مجرد تنكيت لمجرد الاضحاك (جابر ، 2009، صفحة 9)

يوضح كتاب هل الهجاء ينقذ أمتنا؟ السخرية والسياسة الأمريكية أن تنظران إلى الكوميديا الساخرة التي أنتجها متخصصون مثل ستيفارت وكولبير، وكذلك مواطنون مثل بيندر، من أجل إظهار أن أحد أقوى دعم للديمقراطية اليوم يأتي من أولئك الذين يمزحون بجدية، في لحظة من تاريخ الولايات المتحدة تبدو فيها السياسة ووسائل الإعلام الرئيسية بعيدة بشكل خطير عن الواقع، يأتي صوت العقل والدفاع عن الديمقراطية بشكل متزايد من الساخرين، لقد وضح هذا الكتاب لماذا قد تكون السخرية هي الطريقة الوحيدة التي يمكننا من خلالها إنقاذ الديمقراطية وتقوية الأمة. (McClennen & Maisel, 2016, p. 6)

وفي الولايات المتحدة الأمريكية تم توجيه الانتقال من التعليق الكوميدي الساخر إلى ممارسة الفعل السياسي من خلال التغييرات السياقية والرغبات للوصول إلى المزيد من الجماهير وإحداث تأثير أكبر في الشؤون العامة بدلاً من التحديق في الكاميرا وإلقاء النكات حول عدم اتخاذ الكونغرس لإجراء في الحصول على تمويل المتضررين من أحداث 11 سبتمبر للرعاية الصحية التي يحتاجون إليها، قرر جون ستيفارت تخصيص عرض كامل لإجراء حوار مع مجموعة من أربعة رجال من هذا القبيل حول مشاكلهم الصحية والحاجة إلى اتخاذ إجراءات سياسية. في الواقع، كان من أبرز سمات هذا العرض غياب الفكاهة والضحك لمواجهة الضرورة السياسية، شعر ستيفارت وفريقه بالانجذاب لاستخدام سلطاتهم من أجل الخير (Becker & Baumgartner, p. 14)

في زيارة قام بها المذيع الأمريكي الساخر (كولبيرت) إلى الكونغرس الأمريكي للدفاع نيابة عن عمال المزارع المهاجرين في حقهم للحصول عن مشروع قانون من شأنه أن يمنحهم وضعاً قانونياً، قال "كولبيرت"

لأعضاء مجلس نواب اللجنة القضائية مازحا: "أمل أن تتمكن نجوميتي من مساعدة هؤلاء المزارعين و بهذا يكون (كولبيرت) استطاع تجاوز الحدود النموذجية للكوميديا فقد ترشح أيضا لمنصب الرئيس وخلق ما يسمى بـ Super PAC الذي يجمع أكثر من مليون دولار، واستجوب قادة العالم حول شرعية الحروب. ولم يبد أن أيًا من هذه الأمور خارج نطاق اختصاصه. (Becker & Baumgartner, p. 14)

بعد أحداث 11 سبتمبر الشهيرة، كان أي انتقاد للحكومة يعتبر خيانة وتم شيطنة المعارضة الديمقراطية، الصحفيون والمفكرون وغيرهم من الشخصيات العامة الذين تجرأوا على تقديم وجهات نظر بديلة لتلك التي قدمتها الحكومة والتيار السائد تعرضت وسائل الإعلام للاضطهاد والطرده والتشهير العلني في هذا السياق، برزت السخرية كواحدة من أقوى أصوات الفكر النقدي والتداول الديمقراطي. بمزيجها الذكي من الفكاهة والتفكير النقدي والتحدث بالحقيقة إلى السلطة، حولت الهجاء ديمقراطيتنا الآخذة في الذبول إلى ديموقراطية حقيقية وقوية. (McClennen & Maisel, 2016, p. 7)

يرى لارسن أن السخرية أشبه بالسلاح وهي تعبير عن العدوان والمقاومة حيث قال إن "النكتة السياسية هي صمام أمان وطريقة يحافظ بها الشعب المضطهد على عقله ففي مصر مثلا النكات السياسية جزء لا يتجزأ من الحياة المصرية ويمكن سماعها حتى في المكاتب الحكومية من قبل البيروقراطيين الذين يمضون الوقت في المقاهي المحلية بين الأصدقاء. (Hassan, 2013, p. 551) كما يساعد تداول النكات والقصص الساخرة ذات المحتوى المناهض للنظام على التخفيف من القلق والإحساس بالعجز في السياقات السياسية الخاضعة للسيطرة الشديدة. (Oriol , 1977)

رغم أن السخرية لا تحتاج إلى أن تكون مضحكة، إلا أن شبكات التلفزيون والمنتجين (وربما حتى الجماهير) يتوقعون أن تكون مضحكة بشكل عام، حيث ينظرون إليها باعتبارها شكلاً آخر من أشكال "الكوميديا" التي لا بد وأن تتألف من نفس السمات النصية (مثل النكات) وتنتج نفس ردود فعل

الجمهور (مثل الضحك) كما هو الحال في البرنامج الكوميدي ويقول بيتر كيترون إن التلفزيون هو "الأقل ثقة" في وسائل الإعلام، والأكثر قابلة للرفض. إذا توقفت عن أن تكون مضحكا للحظة واحدة، فسيصل جمهوره إلى جهاز التحكم عن بعد. (Jonathan , Jones, & Thompson, 2009, p. 28).

فالضحك مرتبط بالهدف المعياري المتمثل في التصحيح الاجتماعي - أي الحاجة إلى التقليل من شأن المنحرف ومن ثم السيطرة عليه هكذا استند عالم السلوك (كونراد لورينز) إلى مفهوم الضحك وأكد بأن الضحك يعزز كل من التقارب القوي داخل المجموعة والعدوانية ضد الغرباء بحيث "يشكل الضحك رابطاً ويرسم خطأ في نفس الوقت" بالتالي فإن الاستجابة للكوميديا تتبع من الشعور بالهيمنة على الآخرين. (Swart, 2009, p. 891) ، لهذا السبب بالذات ، تعتبر السخرية والنكات "أسلحة الضعفاء" (Scott, 1985, p. 35)

يشرح رالف روزين ، الفرضية الإرشادية للسخرية هي "أن الشيء ليس" كما ينبغي أن يكون "، ويتطلب الأمر ساخرًا ليضع العالم في نصابه" و يضيف غالبًا ما تكون السخرية هي المصدر الوحيد للأخبار التي يستهلكها الجمهور، وغالبًا ما يكون مصدرًا للأخبار موثوقًا به أكثر من منافذ الأخبار السائدة، هذا التحول مهم للغاية، لدرجة أن السخرية أصبحت مصدرًا للمعلومات وليس مجرد ناقد لها، في دراسة أجريت عام 2007 بواسطة مركز بيو لأبحاث الناس والصحافة ، احتل جون ستوارت مرتبة أعلى من بيتر جينينغز وولف بليترز على أنهما "أكثر شخصية إخبارية تحظى بالإعجاب". كانت هذه هي المرة الأولى في تاريخ الولايات المتحدة التي يتم مساواة ممثل كوميدي ساخر بالصحفي كمصدر أخبار مثير للإعجاب. (McClennen & Maisel, 2016, p. 12)

كما أوضحت ماكلينن في كتابها عن برنامج كولبير الساخر، أن السخرية اليوم هي شكل رئيسي من أشكال "التربية العامة" حيث تعلم حرفيا الجمهور حول القضايا الحيوية المركزية لصحة ديمقراطيتنا. ويشير

Amber Day إلى أنه من الخطأ النظر إلى السخرية والصدق على أنهما "متعارضان"، حيث يمكنهما العمل معًا لخلق رؤية سياسية مثمرة (McClennen & Maisel, 2016, p. 127)

إن هذه الأهمية التي تتميز بها السخرية كمعطى انساني له مكانته في المجتمع، يفسر الاضطهاد والقمع الذي تمارسه السلطة حتى في الدول المتقدمة ضد مقدمي البرامج الساخرة ورسامي الكاريكاتير باعتبارهم أداة لفضح الممارسات الخاطئة التي يرتكبها النظام.

يوجد بعدان أخيران للسخرية التي تجعلها شكلاً مهماً من أشكال الخطاب السياسي حيث تتطلب السخرية حالة عالية من الوعي والمشاركة الذهنية في جمهورها (ناهيك عن المعرفة). إنه شكل ثابت تاريخياً من أشكال التعبير الثقافي الذي ولّدته الاحتياجات المجتمعية والفردية لمثل هذه الأشكال من التعبير. فعندما يعرض الواقع التاريخي فترات من التمزق الاجتماعي والسياسي (مثل الحروب الثقافية ، والحروب الساخنة ، والقادة غير المحبوبين) ، تصبح السخرية وسيلة فعالة وهو الامر الذي من شأنه التأثير في المجتمع و تشكيل آرائه و اتجاهاته . (Jonathan , Jones, & Thompson, 2009, p. 30)

يؤكد الممثل الكوميدي البريطاني مارك ستيل على قوة السخرية في إثارة الجماهير المتعطشة للمعنى حيث يقول :لن تجعل من حزب المحافظين اشتراكياً من خلال السخرية ولكن يمكنك أن تجعل [الجماهير] تشعر بمزيد من الثقة بشأن أفكارهم ، وهو أمر لا شك فيه بمعنى أنك تغير أفكارهم لأنك تجعل شخصاً يقول ، "حسنًا ، أنا لا أتفق مع جميع أشكال الظلم في المجتمع ولكن لا يبدو أن أحدًا آخر يبالي سواي" فإذا كنت تستطيع أن تجعلهم يفكرون و يشعرون بالحماس تجاه قضية ما . (Jonathan , Jones, & Thompson, 2009, p. 30)

في السياق ذاته يقول **شوتز** أن السخرية السياسية لا تخاطب الأفراد فحسب، بل تساعد الأفراد على رؤية صلاتهم بالآخرين أو مع مجتمعات الآخرين يقول ذلك لان السخرية السياسية كفن تواصلية تتطلب تجاوز الاهتمام الخاص بقضية ما واحتضان المصلحة العامة لجمهورها. في عملية تحدي خصمه فالمذيع الساخر الذي ينتمي لحزب ما يعلن من خلال فكاهته السلام معه، ويدعو المشاهدين إلى الشعور بذلك بل ويذكر الجمهور بأخلاقهم. (Jonathan , Jones, & Thompson, 2009, p. 30)

وحتى الساخرين مثل **جون ستوارت** يدركون دورهم التمثيلي كصوت للمجتمع - حتى ولو كان هذا المجتمع هو التيار الرئيسي في السياسة الأميركية يقول ستوارت: "كوميديتي ليست كوميديا العصبية نحن مجموعة الإنصاف، الحس السليم، والاعتدال، نحن واضعون". (Jonathan , Jones, & Thompson, 2009, p. 30)

4. الجدل حول أخلاقيات استخدام السخرية

رغم كل ما سبق والحديث عن أهمية السخرية بكل أشكالها وتأثيراتها إلا أن هناك من يرى أن السخرية لا تجدي ويرجعون ذلك إلى استمرار الطغاة والمستبدين إضافة إلى استمرار كل أشكال العنف الاجتماعي وانتشار الظواهر السلبية في المجتمع.

ترى **(الينكا زوبانسيك)** أن السخرية تحافظ على استبداد النظام حيث تغذي الشعور بوهم الحرية (تيري ، 2019، صفحة 162).

إن الإصرار على أخلاق هادفة للسخرية حسب ما أشار إليه Caron, James E له تاريخ طويل في الفكر الغربي حيث قدم (اللورد شافت سبيري) عام 1709 "مقالا عن الحرية من الذكاء والفكاهة" أشار فيه إلى الروابط التقليدية بين الضحك والأطفال أو الضحك والجنون بالإضافة إلى الإشارة إلى أن المفكرين الدينيين يربطون بشكل روتيني بين الضحك والشياطين للتأكيد على ما يسميه تشارلز بودلير صفته الشيطانية وبالنسبة لروبرت إيوت تحرق السخرية ما يجب أن تضيئه ؟ وأوضح مثال على ذلك العنف الحرفي الرهيب الذي أطلقته بعض الرسوم الكاريكاتورية في المجلة الساخرة الفرنسية شارلي إيبدو في عام 2015 وما يحمله العنف الرمزي للسخرية الساخرة حتى من أجل مصلحة مدنية ظاهرية. وبالتالي تثير السخرية في كثير من الأحيان، الجدل حول حرية التعبير والاعتداء على حرية الآخرين ومقدساتهم ومساحاتهم الآمنة وبالتالي يتحول الكلام الساخر إلى خطاب يحض على الكراهية (Caron, 2016, p. 158)

من الواضح أن هناك نوعين من السخرية: عرضية ومنهجية، إذا كانت السخرية حقًا مجازًا لغويًا مشبوهًا للوهلة الأولى، بل إنها تلمح أحيانًا إلى الخطأ الأخلاقي الشخصي للمتحدث أو حتى الكفاءة الأخلاقية و قد تتطوي السخرية على اغتراب اجتماعي وأخلاقي، لكن هذا أقل ريبة من الإنكار العدمي للقيمة الذي قد يؤدي إلى الاغتراب عن الذات. (Airaksinen, 2020, p. 365)

أود أن أتطرق إلى موضوع الأخلاق في السخرية من وجهة نظر ثقافية، ففي حوار يتضمن سخرية بين عربي وشخص أمريكي لن تكون ألفاظ العربي باعثة فعلا على التهكم والاستهزاء والضحك، ونفس الشيء بين الأمريكي والأوروبي؛ ذلك لأن السخرية ذكية فهي تتأقلم مع البيئة والشعوب والثقافات، فالسخرية تتيح لنا النظر للأشياء من منظورات مختلفة وهي بذلك تزرع اليقينيات.

من جهة أخرى وفي مسألة الدعاية أثناء الحروب مثلا باستخدام الملصقات أو الكتابات، لا يمكن الحديث عن أخلاق للسخرية فقد يصور لنا شخص فقير ينزلق على قشرة موز، يدفعنا هذا المشهد للتعاطف معه، في مقابل لو انزلق رجل ثري أو سياسي على قشر الموز فهذا يدفعنا للسخرية.

يزخر تاريخ برامج النقد الساخر في مختلف دول العالم بالكثير من الملاحقة و الإيقاف حتى في الدول الغربية التي تدعي الديمقراطية و حق لناس في التعبير ففي أواخر الستينات تم إيقاف برنامج النقد الساخر الأمريكي The Smothers Brothers Comedy Hour والذي كانت تبثه قناة CBS رغم تحقيقه نسب مشاهدات عالية بسبب نشره لقضايا مثيرة للجدل تعلقت بحرب فيتنام و غيرها . (الإبياري، 2021، صفحة 132)

5. أساليب تشكل السخرية

تتعدد الأساليب التي يستخدمها الساخر من أجل توصيل فكرته، وتختلف من نوع إلى آخر ومن سياق إلى آخر والهدف منها هو تحقيق التأثير المطلوب ومن هذه الأساليب:

• أسلوب الاستعارة (الكلام غير المباشر)

أثار (سيرل) السؤال حول كيفية إدراك المستمعين لفعل الكلام غير المباشر عندما يكون للجملة معنى يتجاوز المعنى الحرفي الذي يسمعه و أكد بعد دراسة أنه في أفعال الكلام غير المباشر، عندما يقصد المتحدث معنى إضافيًا لما يقوله بالفعل، فإنه يعتمد على معلومات أساسية، لغوية وغير لغوية، بين المتحدث والمستمع لا تقل أهمية عن قدرة المستمع على استخلاص الاستدلالات والسياق. (Shereen , 2019,

p. 23)

تقوم السخرية على اعتماد المراوغة والتلميح ولا تحيل على الدلالة والمعنى من الوهلة الأولى وهذا ما يدعوا المستمع أو المتلقي إلى المفاجأة والصدمة وذلك لقدرتها على قلب الأحداث وعكسها بما يستدعي منه إعادة تركيبها بالمنطق والتفكير الصائب (قويدر و بن سعد، 2012، صفحة 359)

إن خاصية التلميح التي تتميز بها السخرية جعلتها تشكل مصدر قلق للسلطة، بمقابل مصدر ارتياح للمتلقي الذي يحاول فك شيفرة الرسالة الساخرة وبالتالي محاولة كسر القيود والخروج من زاويته الضيقة للنظر إلى الأمور، فالسياسة لم تعد تلك اللعبة المرعبة التي لا يمكن للمواطن البسيط أن يفهم فحواها والرئيس أو الحاكم لم يعد إلها لا يخطئ ويجب التسليم بجميع قراراته، لقد منحت السخرية بهذا المعنى متنفسا للمتلقي ليحلل ويفسر ومن ثم يتبنى آرائه واتجاهاته بما يخدم توجهاته ومصالحته.

• أسلوب اللعب بالألفاظ:

يعتمد هذا الأسلوب على الاشتراك المعنوي في اللفظ الواحد أو على الجناس أو الطباق وهو ظاهرة تحتاج نوعا من المهارات باستخدام اللغة، ومثال ذلك: سأل الأب ابنه هل أعطوكم الضرب في الحساب؟ فأجاب الابن وفي الاملاء والقواعد أيضا. (ضياء، 2014، صفحة 145)

• أسلوب التورية:

يستخدم فيها اللفظ بما يدل على معناه الأصلي وعلى معنى آخر ينبع من السياق ويعتمد على معرفه المتلقي لها كاستخدام الكلمة لتدل على أكثر من معنى في قول حافظ إبراهيم لرجل كان قد وعده بإهدائه ساعة ثم أخذ يماطله إن (الساعة آتية) (عناي، 1998، صفحة 18)

أشار الباحث ضياء مصطفى إلى أن التورية هي التعبير باللفظ الذي يحتمل معنيين أحدهما قريب والآخر بعيد وهذا المقصود وهو ما يريده المتكلم وأساسه في الأدب العربي الاتحاد في اللفظ والاختلاف في

المعنى؛ قال أحد الشعراء: أقول وقد شدوا إلى الحرب غارة دعوني، فأني آكل الخبز بالجُبْن فكلمة (الجُبْن) هنا لها معنيان وقد أراد الشاعر المعنى البعيد وهو الجبن الناجم عن الخوف غير أن كلمة الخبز تهدف إلى الترميز بأن المعنى القريب هو المراد، أي الجبن الذي هو أحد مشتقات الألبان (ضياء، 2014، صفحة 145)

• أسلوب الكناية:

الكناية حسب ضياء مصطفى هي التعبير بجملة أو جمل يرد بها معنى آخر مرتبط بالمعنى الأصلي وقد يعبر عن الفكرة بالفاظ تؤدي إلى صورة مضحكة مثال ذلك قال بوب هوب ذات مرة : لقد قلقت جدا من كثرة المقالات والابحاث التي قرأتها عن ضرر التدخين على صحة الانسان مما جعلني أتوقف تماما عن قراءة الصحف (ضياء، 2014، صفحة 145)

• أسلوب القلب الدلالي:

كقول (محمد الماغوط) في صغري كنت أسمع بائع الصحف يصيح: الوطن بليرة، العروبة بليرتين، كنت أظنه يعني الجرائد! وبهذه الجملة استطاع الكاتب الساخر اختصار الكلام في جملة قصيرة وكثف المعنى المقصود بتحقيق وظيفة القلب الدلالي من خلال أسلوب متنافر يعتمد صيغة لعبية سطحية تهدف إلى إخفاء دلالة مشفوعة بالاستهزاء في سياقين دلاليين بين ما يقوله الساخر وما يرغب في إيصاله. (الرشيد، 2021، صفحة 11)

• أسلوب المحاكاة:

كتب (باختين) Bakhtin و (فالنتين) فولوسينوف Valentin Volosinov عن "الطابع الاجتماعي للمعنى" واللغة على أنها "عملية صيرورة مستمرة" و أن السخرية لا تأخذ معناها من فراغ فهي تهدف إلى إعادة صياغة سياق كيفية فهمنا للنص إذ تتضمن المحاكاة الساخرة "التراكب الهيكلي للنصوص" التي تضع المحاكاة الساخرة فوق النص الساخر في شكل غطاء مخفي أو طفيلي. على هذا النحو، فإنه يوفر طرقاً "جديدة" لفهم النصوص أو الأنواع "القديمة". علاوة على ذلك، مثلما يمكن للفكاهة بشكل عام أن تثير التفكير في العرف الاجتماعي المستهدف ، تهدف المحاكاة الساخرة إلى إثارة التفكير وإعادة تقييم كيفية عمل النصوص. (Jonathan , Jones, & Thompson, 2009, p. 124)

في السياق نفسه قال (لوران جيني) أن الساخر "يكرر من أجل التطويق "وظيفتها" منع المعنى من أن يصبح خاملاً لتجنب إنتصار الكليشيه "أو كما قال باختين" عندما نواجه في المرة القادمة نفس السخرية، سيكون لدينا الأدوات لفهمها، المحاكاة الساخرة على هذا النحو هي معلم محو الأمية الإعلامية (Jonathan , Jones, & Thompson, 2009, p. 125)

6. وظائف السخرية والخطاب الساخر

• السخرية كوظيفة مقاومة

في محاولة للتحقيق في أنواع ووظائف السخرية خلال واحدة من أكثر الأحداث المأساوية في التاريخ، أجرى (أوستروير) (2000) دراسته عن الفكاهة كآلية دفاع فيما يعرف بمحرقة الهولوكوست حيث أجرى أوستروير مقابلات مع 55 من الناجين من المحرقة اليهودية (24 رجلاً و 31 امرأة) كانوا مراهقين خلال وقت الهولوكوست ، طلب من المشاركين وصف السخرية خلال الهولوكوست. أظهرت نتائج الدراسة انها

أدت وظائف عديدة مثل العمل كآلية دفاعية، بالإضافة إلى الوظائف العدوانية والجنسية والاجتماعية والفكرية. كما النتائج أيضا هذه الدراسة أن وظيفة آلية الدفاع كانت الأبرز بين الأنواع، حيث بلغت نسبة مدخلات المشاركين 60% حول السخرية والفكاهة وأظهرت النتائج كذلك أن استخدام الفكاهة أثناء الحادثة لم تقلل الرعب، بل وفرت فقط وسيلة للبقاء، ومساعدة اليهود على التعامل مع الوضع المرعب. (Hassan, 2013, p. 15)

يلفت **ايميل توما** الانتباه إلى مفعول السخرية في مقاومة الاضطهاد القومي باعتبارها أسلوبا ناجحا في سحق الخصوم و إسقاطهم عن عروشهم . (الحاج محمد ، 1999، صفحة 22)

في سياق مختلف، بحث **Tekinalp (2016)** في أساليب الاحتجاج ضد النظام الاستبدادي أثناء مظاهرات في حديقة تقسيم جيزي في اسطنبول في مايو 2013 ضمن نظريات السخرية، وكان الغرض من الاحتجاج هو رفض إزالة أشجار الحديقة لإعادة بناء ثكنات مدفعية تاريخية بدلاً من ذلك، فهاجمت الشرطة الاعتصام فتغير الغرض من المظاهرات السلمية إلى احتجاج مناهض للحكومة وبدأ المتظاهرون في استخدام أدوات **المقاومة** التي كانت عبارة عن رسومات على الجدران بطريقة فكاهية ساخرة حيث عبّر المتظاهرون عن احتياجاتهم وانتقدوا رئيس الوزراء و عنف الشرطة و طالبوا بالحرية و الديمقراطية فمن خلال تحليل خمسة عشر نموذجًا من الغرافيتي واللافتات المستخدمة أثناء الاحتجاج. (Hassan, 2013, p. 15)

• الوظيفة الإعلامية للسخرية:

يرى **ساتيريس** أن وظيفة الاعلاميين الساخرين تساعد على "التمييز بين الحق والباطل في المجتمع و أن لديهم الرغبة في الهجوم على الباطل دون تحفظ" كما قال **G. K. Chesterton** ، جوهر السخرية

هو أنها تدرك بعض العبث المتأصل في منطق موقف ما لهذا فهي تظهر العبثية حتى يراها الجميع. (Jonathan , Jones, & Thompson, 2009, p. 26) ، إضافة الى وظائف الاعلام الأخرى المعروفة كالتعليم ، الاخبار، التثقيف ، الترفيه ، الإعلان ،تكوين الآراء و الاتجاهات ، التنشئة الاجتماعية ، الربط و التفسير و غيرها .

• الوظائف الاجتماعية والثقافية للسخرية:

اتخذ الكثير من الباحثين السخرية كمادة تحليلية لدراساتهم منطلقين من اتفاق عام هو أن السخرية مبعث أساسي للضحك ولها وظائف أبعد من حدود الابتسام أو القهقهة لدى الذين يطلقونها أو يستمعون وينفعلون معها، مع هذا نجد أن للنكات الساخرة ووظائف لافتة كما يذكر حسين المحادين: (المحايدين، 2016، صفحة 74)

أ. تحفيز الإبداع لدى مؤلفي ومنجزي النكتة ما يدفعهم إلى ابتكار أساليب جديدة في التعبير الرمزي بهدف التحايل على الرقيب.

ب. إضحاك الناس والتنفيس عن معاناتهم جراء الكبت وصعوبة التعبير.

ت. النقد الاجتماعي لمختلف البنى الاجتماعية ورموزها.

كما حدد زيف (ziv 1984) ثلاثة أبعاد مترابطة بالضحك عموما هي:

أ. البعد الاجتماعي: الخاص بالانبساط مقابل الانطواء.

ب. البعد الانفعالي: الخاص بالانفعالية الزائدة مقابل الاتزان الوجداني.

ت. البعد المعرفي: ويتعلق بالذكاء المرتفع مقابل الذكاء المنخفض.

كما تؤدي النكتة الساخرة كواحدة من مولدات الضحك وظائف نفسية واجتماعية مترابطة وأشمل عند

الأشخاص والجماعات ذات السمات المشتركة تتمثل في :

أ. تعزيز التماسك الاجتماعي بين الأفراد والجماعات، في أوقات الأزمات والرخاء.

ب. تحقيق التواصل عبر التفاعل الاجتماعي وتجديده على نحو مستمر.

ت. تحديد بعض أنماط السلوك الاجتماعي المقبولة وغير المقبولة عبر إطلاق النكات.

ث. النقل بطريقة مستترة ضاحكة مرحة عن بعض الأفراد أو الفئات في المجتمع.

ج. التعبير عن الاتجاهات العامة نحو السلطة بأشكالها كافة وهنا تؤدي النكات وظيفية النقد الاجتماعي

على نحو خاص.

ح. اللعب العقلي بالأفكار والألفاظ (من خلال التوريثات مثلا) والتعبير عن الإدراك العميق المتفكه لبعض

التناقضات الموجودة في المجتمع أو في سلوك بعض البشر.

خ. مقاومة الاكتئاب والقلق والغضب والإحباط أثناء التفاعل الاجتماعي الخاص بالنكتة كأسلوب لمواجهة

الأزمات النفسية.

د. التخفيف من وطأة بعض القيود الاجتماعية، خاصة ما يرتبط بالموضوعات الجنسية والعدوانية التي

تنظمها المجتمعات على نحو أخلاقي.

ذ. التنفيس عن مشاعر الإحباط أو اليأس التي يشعر بها الناس تجاه الشخصيات السياسية، أو تجاه

ظروف اقتصادية وسياسة سيئة. (Avner, 1984, p. 15) .

ومن الوظائف الاجتماعية للنقد الساخر حسب عمر الأبياري أيضا اشعار الانسان بضرورة تقويم أخلاقه وإلزامه بواجب المحافظة على تقاليده وعاداته ومقوماته وحثه على إعادة النظر في علاقته بأفراد مجتمعه وضرورة توثيقها وهذا بطريقة تنبيه لطيفة ولبقة. (الإبياري، 2021، صفحة 48)

السخرية حسب هاجر مدقن هي ثقافة وممارسة إنسانية تتبنى النقد قبولا ورفضاً، تماهيا وانفصالا، رهبة ورغبة، قوة وضعفا فهي خطاب نقدي يستهدف العيوب الاجتماعية والتجاوزات، وذلك بهدف تقويمها واصلاحها وفق مرجعية قيمية متفق عليها اجتماعيا. ويستعمل هذا الخطاب الهزل والتهكم والفكاهة وغيرها؛ للسخرية من هدف معين يوجد خارج الخطاب (مدقن، 2016، صفحة 107)

يشير الكثير من الباحثين إلى وظائف أخرى للسخرية نذكر منها:

• الوظيفة البراغماتية:

تشير هذه الوظيفة إلى تعبيرات المدح الساخرة التي تخفي أحكاما سلبية من الناحية الدلالية تحت تأثير التشفير وفك التشفير، هاتان الوظيفتان: التفكير الدلالي والتقدير البراغماتي كلاهما تؤديان وظيفة ضمنية متخفية في التعبير الساخر وهي الحالة التي يحصل فيها الخلط بين السخرية والهزاء (Hutcheon, 1981, p. 142)

• الوظيفة التوضيحية:

تشير هذه الوظيفة حسب LF Nilsen Don إلى إزاحة الغموض عن بعض المعلومات وتأسيس موقف وتوضيح وجهة نظر فهي تمثل بديلا عن المواجهة الجسدية العنيفة. (LF, 1990, p. 01)

• الوظيفة النفسية:

في دراسة للباحثين حلمي وفريريتش نقلتها شيرين الشندي حلا خلالها أثر السخرية في الحفاظ على روح الثورة المصرية عام 2011 خلصت الدراسة إلى أن السخرية جعلت المحتجين في ساحة التحرير يشعرون بالأمان وبالتالي أصبحوا أكثر قوة واستطاعوا الاستمرار في الاعتصام لمدة 18 يوما وقد كسروا حاجز الخوف وأعلنوا أنهم ليسوا خائفين من نظام مبارك القمعي. (Shereen , 2019, p. 16)

كما تقوم السخرية أيضا بوظيفة تطهيرية حيث تقوم بالتنفيس عن مشاعر الإحباط والهم و القلق و الحقد و التشاؤم التي يشعر بها الناس اتجاه بعض الشخصيات السياسية أو تجاه ظروف اقتصادية أو سياسية سيئة. (الإبباري، 2021، صفحة 49)

• الوظيفة العلاجية:

على سبيل المثال، وجد باحثون في جامعة كاليفورنيا في سان فرانسيسكو مؤخرًا أن الأشخاص المصابين بالخرف الجبهي الصدغي يجدون صعوبة في اكتشاف السخرية. اقترحت أخصائية علم النفس العصبي كاثرين رانكين أن فقدان القدرة على التقاط السخرية يمكن استخدامه كعلامة إنذار مبكر للمساعدة في تشخيص المرض. تقول رانكين: "إذا فقدنا شخص لديه حساسية، فهذه علامة سيئة".

ووفقًا لدراسات تصوير الدماغ الحديثة، تشارك أجزاء كثيرة من الدماغ في معالجة السخرية. وجدت رانكين أن الفص الصدغي والمجاور للحصين مسؤولان عن التقاط نبرة الصوت الساخرة. بينما يبدو أن النصف المخي الأيسر للدماغ مسؤول عن تفسير العبارات الحرفية، يشترك نصف الكرة الأيمن والفص الجبهي في معرفة متى يُقصد من العبارة الحرفية أن تعني العكس تمامًا. (Chin, 2011)

7. الاعلام الساخر كبديل للمعارضة السياسية وعلاقتها بتشكيل الوعي السياسي

أظهرت العديد من الدراسات أن استخدام السخرية بشكل عام يعد أداة قوية للإقناع ووفقاً لشميدث 1994 فإن استخدام السخرية في الرسائل يعد أفضل طريقة لجذب انتباه الجمهور من استخدام الرسائل غير المرحة كما أن الفكاهة تنتج مزاجاً إيجابياً لدى المتلقي وعندما يكون الجمهور في مزاج إيجابي فإنه لا يختلف مع الرسالة التي يتلقاها (Younis, 2014, p. 17)

غالباً ما تقدم السياسة كشيء يمكن تعلمه فإن السخرية لا تقدم انتقادات سياسية ذات مغزى فحسب بل تشجع المشاهدين أيضاً على الانخراط بالسياسة واختبارها وليس مجرد استهلاكها على أنها معلومات أو حقيقة فالاعلام الساخر يقدم وسيلة تفاعل شديدة مع السياسة كانت مفقودة سابقاً، علاوة على ذلك تميل السخرية إلى طلب حالة عالية من الوعي والمشاركة الذهنية من طرف الجمهور بدلاً من مجرد الاخبار التي كان المنظرون يعملون لسنوات على التأكيد عليها (Ruggieri, 2013, p. 41)

لقد أصبحت السخرية حسب العديد من الدراسات الأمريكية تشكل أداة جيدة للديمقراطية قادرة على تحويل الجمهور من جمهور سلبي غير مشارك إلى جمهور نشط (Ruggieri, 2013, p. 43)

حقق البرنامج الساخر الشهير (ساترداي لايف) نجاحاً كبيراً مع قيام ميليسا مكارثي بتقليد تصرفات سكرتير البيت الأبيض سون سبايسر آنذاك ووفق ما أوردته أوليفيا مارك في مجلة **vogue** تمت مشاهدة الحلقة 25 مليون مرة على موقع يوتيوب الأمر الذي جعل سبايسر يستقيل. (Symons, 2019, p. 190)

لاحظ فرويد أن العديد من النكات تؤدي فعلاً عدوانياً مؤقتاً موجهاً نحو سلطة ما علينا (سواء كان شخصاً أو فكرة أو مؤسسة)، لأننا في تلك اللحظة نحرر أنفسنا من تلك القوة، فالسخرية تتيح التعليق

الاجتماعي الأوسع بطرق مرحة ومسلية تجعل السخرية شكلاً فعالاً بشكل خاص للتواصل السياسي.

(Jonathan , Jones, & Thompson, 2009, p. 26)

قال جورج أرويل، "كل نقطة هي ثورة صغيرة"، لأن السخرية تشكل مساحة للأصوات المعارضة

للتعبير عن نفسها (Elizabeth , 2018)

نعيش اليوم في العصر الذهبي للتلفزيون الكوميدي الساخر مع البرامج التلفزيونية العالمية الشهيرة مثل The Simpsons و جون ستيوارت وبرنامج البرنامج وغيرها من البرامج المشهورة عالمياً، تكمن قوة السخرية في قدرتها على إحداث فرق، سواء كان تغييراً في الرأي أو تغييراً على نطاق أوسع، يمكن استخدام الكوميديا الساخرة كوسيلة لإنتاج هذه الاختلافات. (Florberger & Niklas , 2014)

في كتابه "فارس فارس" يصف الأديب الفلسطيني (غسان كنفاني) السخرية السياسية بكونها ليست مجرد تنكيتا ساذجا على مظاهر الأشياء، ولكنها تشبه نوعاً خاصاً من التحليل العميق، تكمن أهمية السخرية في كونها تضع السلطة كوجبة دسمة للسخرية والاستهزاء، لو تأملنا في وضعية البرامج الساخرة في السنوات الماضية سنجد أن دور المعارضة السياسية قد وقع على أكتاف المقدمين الساخرين، في الأوقات الصعبة يلتفت الناس للسخرية، موجة البرامج الساخرة وصلت للعالم العربي عن طريق برنامج باسم يوسف الشهير "البرنامج"، باسم يوسف لم يستثن أحداً من سخريته السوداء التي وصفها بكونها سلاحاً ضد التكفير والتخوين وصناعة الفراعنة في مصر (واوجا، 2018)

وفي الولايات الأمريكية دفع تأثير برنامج جون ستيوارت الساخر داخل أوساط السياسيين الأميركيين رئيسة شبكة "كوميدي سنترال" (ميشال جانيليس) إلى القول إنه من خلال برنامج جون ستيوارت أصبح

"معيارا ثقافيا لملايين الجماهير، كما أصبح منصة للكوميديا السوداء لا تضاهيها منصة أخرى". (جون ستيوارت.. إعلامي أمريكي بطعم ساخر، 2015)

لا يمكن إغفال ما حققته البرامج الساخرة في الوطن العربي على مدى سنوات من انتشارها في توعية الشعوب بالقضايا السياسية ومعارضة السياسات المتبعة من طرف الحكومات من خلال نقد قراراتهم وسياساتهم وتعتبر البرامج التلفزيونية الساخرة التي ظهرت عقب ما يسمى بثورات الربيع العربي خير دليل على نجاعة هذا الاسلوب الساخر في استمالة الشعوب وخلق رأي عام يتبنى آراءها وتوجهاتها خاصة تلك المتعلقة بمحاولة الاصلاح وتحقيق الحرية والديموقراطية وإثراء النقاشات السياسية.

كما ازدهرت السخرية المعاصرة خلال وقت عصيب بشكل خاص للمعارضة والنقاش العام والمشاركة النقدية في السياسة الأمريكية. ولكن حتى بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر، استمرت في الازدهار والنمو، وهي علامة على أن الهجاء أصبح جزءاً أكبر من وسائل الإعلام العامة أكثر من أي وقت مضى في تاريخ أمتنا. القوة المستمرة للتهجئة تعني أنها ليست مجرد استجابة لأزمات الحادي عشر من سبتمبر. كما أنه يعكس نطاقاً أوسع بكثير سلسلة من التغييرات الاجتماعية المرتبطة بالتغيرات في وسائل الإعلام، وفي التركيبة السكانية للتصويت، وفي التصورات العامة لدور الترفيه في السلوك السياسي. (McClennen & Maisel, 2016, p. 7)

8. الخطاب الساخر بين التلفزيون ومنصات الاعلام الجديد

وإذا ما رصدنا المساحات الأولى لانبثاق السخرية المتلفة في مجتمعاتنا العربية ، وتلك التحولات التي طرأت وأصبحت جزءاً من هويتنا، و تغيير جذريا فهمنا للواقع والحياة السياسيّة والاجتماعيّة الحالية ، نجد بأنّ تلك المساحات تكوّنت بالتّوازي مع تحررنا ولو لغويّاً من شعارات اعتدنا على تكرارها، وسماعها، أيّ بعد بدء الحراك الذي شهدته بلدان الربيع العربي وما أنتجه من خطابٍ مضادٍ لخطاب السّلطة ولغةٍ

جديدة مختلفة للتعامل معها، والذي وبشكل من الأشكال كسر الخوف الذي قيّد لسنواتٍ طويلةً أسلوبنا في التعبير عن أنفسنا، واكّبت ميزة النقد لدينا والرغبة في التحسين كبشرٍ، بهذا تكون السخرية شكلاً من أشكال التمرد وعملية تحريرٍ للغتنا التي عانت من التضييق والمحدودية بما يتناسب مع القول الرسمى ويجاريه، وينفي رأينا الخاصّ وفرديتنا وقدرتنا على التواصل مع بعضنا ومع هذه السلطة (خليل ل.، 2020).

في السياق نفسه انتشرت السخرية من خلال وسائل الاعلام التقليدية مثل القنوات المرئية عربيا و في هذا السياق ظهر برنامج البرنامج لباسم يوسف ، و كان هذا البرنامج هو السخرية الناقدة التي تتعدى كافة الخطوط الحمراء و المحظورات حيث عرف باسم يوسف السخرية على أنها كلمة يونانية تعنى التشريح، فههدف البرامج الساخرة ليس للإضحاك و الالهاء أو تخدير المواطنين عما يحدث في الواقع و لكن من أجل تشريح و تحليل الأحداث بطريقة ساخرة سلسة هدفها إظهار الحقيقة حسب تعبيره، و أكد يوسف على أن السخرية تنتشر في ظل النظم القمعية و هي النظم التي لا تستطيع تحمل السخرية حيث انها تفقدهم التوازن، ثم انتقل البرنامج الى احد القنوات الخاصة، و كان ذلك البرنامج و انتقاده لجماعة الاخوان المسلمين طفرة في تاريخ السخرية السياسية و يرجح أن يكون هذا البرنامج إلى جانب موجات السخرية السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من الاسباب الرئيسية التي أدت إلى سقوط هذا النظام بسبب إثارة الرأي العام ضده. (فتحي وعبد الرؤوف، 2021)

لقد كانت السينما المصرية والدراما التلفزيونية السورية حاضنة للسخرية المتلفزة، فمسلسل مرايا السوري الذي أبدع فيه ياسر العظمة كان يمثل السخرية السياسية والاجتماعية من أوضاع البلد ومشاكله حتى وإن لم تخرج بعد حسب مختصين من قاع الوصاية الأمنية واستخداماتها في التوظيف السياسي. إذ يتم بناء العمل وإخراجه بشكل وصيغة معينة، تكون فيها الحكومة وبعض الشخصيات، محل نقد وسخرية، وكان القضية هي قضية أفراد مصابين بمرض الفساد أو حب المال، من دون التطرق إلى جوهر النظام

السياسي وطبيعته "المتوحشة"، وكان المشكلات السورية المستعصية تقتصر على الصرف الصحي وتوفير التموين والخدمات فقط. (مصطفى، 2017)

لطالما كانت هناك برامج سياسية ساخرة في السياقات الدولية حاضرة بقوة على شاشات التلفزيون، على سبيل المثال، البرنامج التلفزيوني البريطاني Spitting Image ، الذي استخدم الدمى للسخرية من القادة السياسيين في الثمانينيات والتسعينيات. (Becker & Baumgartner, p. 21)

تجاوزت السخرية الصورة الكاريكاتيرية وأصبحت مبرمجة على الفضائيات وكان أول ظهور للسخرية السياسية بعد التسعينات من القرن العشرين ببرنامج "الترفيه السياسي" Political entertainment programming في الولايات المتحدة وكان اسم البرنامج "سياسيا غير صحيح" Politically incorrect " إضافة إلى الإعلامي الساخر الأشهر على الإطلاق جون ستewart الذي بدأ مسيرته عام 1987، عبر "ستاند أب كوميدي" لينطلق في مسيرته التلفزيونية عبر برنامج Short Attention Span Theater على "كوميدي سنترال"، والتي انتقل منها إلى "إم تي في" مع The Jon Stewart Show، ثم برنامج You Wrote It, You Watch It على القناة نفسها، ليعود إلى "كوميدي سنترال" في أوائل 1999 مع "ذا دايلي شو"، سخر ستewart من إدارة الرئيس السابق جورج بوش الابن، والسياسي الجمهوري الأمريكي كريس كرستي، وديك تشيني وغيرهما. كما انتقد ستewart بشكل لاذع قناتي "سي إن إن" و"إم إس إن بي سي" مرات عدة. وكان أبرز من انتقدهم ستewart، أيضاً، الرئيس الأمريكي المنتخب دونالد ترامب وانتقد كُلاً ما كان خارج المنطق وحقوق الإنسان والحريات. (رصد، 2017)

لقد كان عام 2013 لحظة رئيسية في ديمقراطية الولايات المتحدة الأمريكية عندما لعبت السخرية، دوراً تاريخياً في جذب انتباه الجمهور إلى القضايا الأساسية الموجودة على المحك في السياسة الأمريكية إذ ظهرت السخرية كصوت سياسي مهيم منذ إغلاق الحكومة في 1995-1996 عندما خاض بيل كلينتون

صراعات في الميزانية والرعاية الصحية مع نيوت غينغريتش، كما يشير إلى الطرق المهمة التي تغيرت بها المداولات السياسية والتغطية الإعلامية للسياسة ومشاركة المواطنين على مدى العقدين الماضيين. عندما كان **كلينتون وجينجريتش** يتنافسان وجهاً لوجه، لم يكن هناك تويتر ولا فيسبوك، ولم يكن هناك سوى القليل من صحافة المواطن على الإنترنت فكان **The Daily Show** يستضيف كريج كيلبورن ولم يتم تطوير شخصية ستيفن كولبير بعد، في حين انخرط الساخرون بالتأكيد في عبثية المأزق السياسي في التسعينيات، لم يتمكن معجبوهم من مشاركة مقاطع منهم على صفحاتهم على **Facebook** أو إعادة تغريداتهم المفضلة أو إطلاق هاشتاغات ساخرة على **Twitter** مثل **#NoBudgetNoPants** تستخدم أكثر من 3600 مرة في اثنتي عشرة ساعة. (McClennen & Maisel, 2016, p. 5)

كل هذه البرامج تعد رسالة ساخرة واحدة من مكونات الثقافة الشعبية لدى العديد من الدول ولكل دولة طريقة خاصة في نشر الخطاب الساخر إما في برامج "التوك شو الساخرة" أو الصحافة الساخرة أو ميم الانترنت لأن مختلف هذه البرامج والصحف تعتمد على قصص إخبارية أو خيالية (الشريف، 2020، صفحة 64)

لقد أدى التطور المكثف لتقنيات الإنترنت، بما في ذلك الوسائط الرقمية والشبكات الاجتماعية، إلى تغيير النموذج التقليدي للتوزيع الجماعي لرسالة أحادية الاتجاه باستخدام التلفزيون والراديو والصحافة المطبوعة. ينشئ **Web 2.0** جيلاً حديثاً من مجتمعات الإنترنت التي لا تشمل فقط إنشاء المحتوى وتوزيعه ولكن أيضاً عنصراً اجتماعياً للمشاركة والتعليق عليه. جنباً إلى جنب مع الأشكال المختلفة للاتصالات الإلكترونية والمنتقلة، فقد أتاح زيادة هائلة في شكل جديد من أشكال التفاعل الجماهيري.

بالعودة إلى مستجد الاتصال الرقمي الجديد (فيسبوك، يوتيوب، تيك توك، واتساب وتويتر وغيرها) وما خلفه الفضاء الافتراضي من إمكانيات هائلة انتشر فيها إنتاج المضامين الساخرة بشكل كبير في كل أنحاء العالم.

يلاحظ (مانويل كاستيلز) أن التحول إلى أنظمة الوسائط الإلكترونية المتعددة وما قدمته من تبادل الرسائل التفاعلية شكلت في وقتنا الحالي أفقا جديدا لوسائل الإعلام والسياسة، والثقافات العامة لأنها حولت رسائل البث من أحادية الاتجاه إلى شبكة عالمية تفاعلية (Becker , Baumgartner, & Waisanen , 2018)

أشار حامد عبد الله في دراسة له أن التقنية قدمت للسخرية اليوم ميدانا واسعا استثمره المبدعون ايما استثمار فالرسائل الساخرة يستقبلها المتلقي خلال دقائق في قارات مختلفة ثم يصبح هذا المتلقي راويا جديدا لها بكبسة زر واحدة يرسلها لجمهور آخر وهو ما يغذي مفهوم التفاعلية (حامد، 2021)

وتتسم السخرية في هذا الفضاء حسب السيد نجم بالبساطة وتوظيف اللهجة العامة أحيانا وقصر الجمل والاستشهاد بالأفكار والشخصيات الفكاهية الشهيرة والترميز في حالة الخوف من كشف المسخور منه (السيد، 2021، صفحة 23)

تشير الكاتبة دنيا الشداوي في هذا الصدد إلى أن شيوع وسائل الاتصال الحديثة بمختلف الوسائط المتاحة احتفى أكثر بالصورة على حساب الكلمة واحتفى بالتدوينية او التعليق القصير على حساب البحث العميق والدراسة الوافية أمام أنصاف المثقفين ممن يجدون في السخرية هروبا من عمق الفكرة التي سقطت في النقد الفجة او الصراع الشخصي والطائفي. (الشداوي ، 2021، صفحة 35)

أسفر البحث عن "السخرية السياسية" في أوائل عام 2006 عما يقرب من 46 مليون نتيجة في Google و عن 3.7 مليون نتيجة في Ask.com وقد اقترحات لتضييق نطاق البحث حسب الفئة (على سبيل المثال ، الرسوم الكاريكاتورية السياسية ، والنكات ، والهجاء ، والرسوم التحريرية ، والكوميديا السياسية ، والكوميديا السياسية ، والمزید). مجموعة متنوعة من المواقع على شبكة الإنترنت تحمل جميع أنواع الفكاهة السياسية التي تهاجم المؤسسات والقيادات السياسية. (Baumgartner, 2007, p. 319)

أفاد **الخشاب (2017)** في دراسته أن صفحات الفيس بوك المصرية الساخرة مثل صفحة أساحب الساخرة يتم تحديثها كل يوم بالرسوم الهزلية والميمات التي يتم مشاركتها على نطاق واسع. أعطى الخشاب مثالاً على منشور، في وقت نشر مقالته، نال إعجاب 80 ألف مرة وتم نشره حوالي 180 ألف مرة. يوضح عدد المشاركات والإعجابات التي تم تلقيها لهذا المنشور مدى انتشار هذه المنشورات من قبل أعضاء مجتمع وسائل التواصل الاجتماعي. وبالتالي فإن هذا يشير إلى مدى تأثير تلك المنشورات على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام على نطاق واسع (Shereen , 2019, p. 2)

يؤكد الباحثون أن السخرية السياسية الرقمية كانت أداة فعالة ومؤثرة في حالة أذربيجان ، حيث تبنت الحكومة الأذربيجانية نفسها ، في مثال فريد ، استراتيجية استخدام الفكاهة على وسائل التواصل الاجتماعي من أجل مهاجمة المتظاهرين (Shereen , 2019, p. 18)

ترى الباحثة **هاجر مدقن** أن فعل السخرية في وسيط الكتروني تفاعلي كالفيديو، قد أسس لواقع ثقافي - نقدي، ليس بالشكل النظري المتكامل أو القائم على ثوابت مدروسة ومتوارثة، بل بشكل شمولي متسارع؛ استطاع أن يختصر واقع المجتمعات بوقائعها وثقافتها وطوائرها، بإيجابياتها وسلبياتها في ثنائياتي الكلمة والصورة، اداتين، كافيتين لبناء المواقف ا وهدمها، لترسيخ القناعات أو زحزحتها، بل لزعة يقين، فئات كاملة بقيم وموروثات مغرقة في التجذر. (مدقن، 2016، صفحة 117)

توصلت دراسة ريهام علي نوير إلى مجموعة من النتائج من أهمها: إنه كلما ازداد مستوى استخدام الشباب المصري لمواقع اليوتيوب ازداد مستوى معرفتهم بالجماعات والمنظمات الإرهابية، وكلما ازداد مستوى استخدام الشباب المصري لمواقع اليوتيوب ازداد مستوى الاشباع التي يحققها الشباب المصري، وكلما ازداد مستوى استخدام السخرية ازداد مستوى تحطيم هيبة الإرهاب وتقليل أثاره السلبية، وكلما ازداد مستوى استخدام الشباب السلبية، وكلما ازداد مستوى استخدام الشباب المصري لمواقع اليوتيوب ازداد مستوى الآثار الإيجابية التي يحصل عليها الشباب المصري. (نوير، 2020، صفحة 3465)

خلال العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، بدأت الإنترنت في العمل كملجأ للسخرية السياسية، وفرت المساحة الافتراضية ونقص الرقابة وإخفاء الهوية توسعاً هائلاً في الرسوم الكاريكاتيرية الساخرة والنصوص الساخرة التي تتعلق بالأوضاع والسلطات السياسية الحالية. (Anna , 2014, p. 16)

تزامناً مع ظهور قنوات يوتيوب، ارتفعت موجة النقد الساخر، و تعددت القنوات الاعلامية الساخرة على يوتيوب و التي اتخذت من الأحداث السياسية و قضايا الرأي العام محتوى لنقد موقف الأنظمة في التعامل مع هذه القضايا و الاحداث، و الفرق بين الصفحات الساخرة و هذه القنوات أنها تتم بشكل أسبوعي و ليس بشكل يومي و متكرر كما هو الحال في هذه الصفحات، نظراً لسهولة عمل الكوميك مقارنة بالحلقة التي يتم اعدادها على مدار اسبوع كامل، و لكن تتشابه مع صفحات السخرية في طبيعتها التشاركية حيث أنها قائمة على التفاعل بين الجمهور و القائمين على السخرية، كما تتوافر خاصية المشاركة و من ثم يمكن وصول محتواها إلى عدد كبير من الأشخاص في وقت قليل، و تشترك معها في النقد الساخر لما يحدث من أحداث و قضايا. (فتحي و عبد الرؤوف، 2021)

خلاصة:

تجدر الإشارة إلى أن الباحثة وخلال مرحلة جمعها للمراجع والمادة العلمية المتعلقة بموضوع البحث وجدت أن السخرية سخريات كثيرة وذلك نظرا لترابيتها؛ فهي تجيء بمعنى الاستهزاء بمعناها السلبي وتأتي بمعنى الوعي السليم بمعناها النقدي والاصلاحي لذلك فقد وجدت الباحثة صعوبة بالغة في تحديد مفهوم دقيق للسخرية وحتى بداية ظهورها باعتبارها تقنية تدفع العقل إلى التفكير والمساءلة المستمرين.

مكنت التطورات التقنية التي شهدتها تكنولوجيا الاعلام والاتصال من تغيير العديد من الممارسات الاتصالية التي غيرت وجه الصناعة الإعلامية والتلفزيونية ، و تعتبر السخرية فنا تطور منذ القدم وصولا إلى عصرنا الحالي متمثلا في عشرات الأشكال والتمثلات فنجدها في المسرح على شكل مونولوج أو في رسم كاريكاتير أو حتى في فيلم سينمائي أو برنامج تلفزيوني ، فالساخر مهما تعددت أنماط استخدامه للسخرية فهو يحاول أن يفسر مفارقات الواقع وتناقضات القيم داخل المجتمع .وتعتبر السخرية السياسية في جميع انحاء العالم مصدرا لانتقاد السلطة خاصة في المجتمعات الديمقراطية التي تكفل حريه التعبير بينما فتحت القنوات الخاصة ومنصات التواصل الاجتماعي منفذ امانا لاستخدام السخرية ونقد السلطات السياسية على المستوى العربي مساحه يمكن ان تكشف فيه حقيقه ما تصل إلى الكوكب بأكمله في ثوان معدودة حيث لا يوجد حد للمساحة .

الفصل الرابع

البرامج التلفزيونية السياسية
الساخرة وتأثيرها على الجمهور المتلقي

الفصل الرابع: البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة وتأثيرها على الجمهور المتلقي

تمهيد

1. نشأة البرامج التلفزيونية وأسسها وعناصرها

2. ماهية البرامج التلفزيونية

3. أنواع البرامج التلفزيونية ومقومات إعدادها

4. خصائص البرامج التلفزيونية

5. أهداف البرامج التلفزيونية

6. أهمية البرامج التلفزيونية

7. العوامل المؤثرة في فعالية البرامج التلفزيونية

8. البرامج التلفزيونية الساخرة

خلاصة

الفصل الرابع: البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة وعلاقتها بحرية التعبير

تمهيد

إن أي محاولة لتحديد طبيعة السخرية تواجه عددًا من الصعوبات، في الفصل السابق، تم لفت الانتباه إلى تنوع الأشكال التي قد تتخذها السخرية، ووجهات النظر المختلفة التي يمكن من خلالها الاقتراب من السخرية، وإلى حقيقة أن مفهوم السخرية لا يزال يتطور ويتقلب وفق ما تتبحه تكنولوجيات الاعلام والاتصال، لكن التلفزيون يبقى الوسيلة الأكثر تميزًا والأكثر جماهيرية في مسألة التأثير في الجمهور وكذا تنوع مضامينه.

1. نشأة البرامج التلفزيونية وأسسها وعناصرها

• بدايات ظهور التلفزيون

يعود تاريخ التلفزيون إلى عام 1884 عندما اخترع الألماني بول نيكو، قرصا ميكانيكيا دوارا بفتحات صغيرة منظمة في شكل حلزوني عندما يتم تسليط الضوء عليها يتسرب الضوء من الفتحات ليعطي احساسا سريعا بحركة الصور المسجلة على هذا القرص. وفي عام 1935 عرف الألمان للمرة الأولى خدمة الإرسال التلفزيوني، واستطاعت فرنسا أن تدشن أول إرسال تلفزيوني منتظم من برج ايفل عام 1939، ومنحت حكومة فيشي التابعة للألمان حق امتلاك وتطوير وسائل الإعلام المرئي للقطاع الفرنسي الخاص، وهو ما أبطلته الدولة الفرنسية بعد انتهاء الحرب. (عبد الله، 2019)

وانطلق البث التلفزيوني المنتظم للمرة الأولى في موسكو في عام 1939، حيث وظف السوفيات ريادتهم في مجال الفضاء في الإرسال عبر الأقمار الاصطناعية، لتصبح محطة موسكو من بين أوائل المحطات التلفزيونية في العالم التي بثت برامجها فضائياً إلى العالم. وفي 1959 بدأ إنشاء مبنى للتلفزيون في الموقع المقام به حالياً وبعد ستة أشهر تم الإرسال وفي 1960 كانت الاستديوهات التلفزيونية تحت التجهيز والاعداد وكانت التجارب الأولى في مسرح قصر عابدين وهناك عادت البعثات المصرية من الخارج بعد ايفادها للدراسة بمعهد R.C.A بولاية نيويورك الأمريكية. في الساعة السابعة من يوم 21 يوليو 1960 تم افتتاح التلفزيون المصري وبدا الإرسال بالاحتفالات بثورة يوليو. (عبد الله، 2019)

حتى عام 1931، حيث وصل التلفزيون الأبيض والأسود إلى الناس في الأسواق، وذلك بعد نجاح المهندس الفرنسي "هنري دي فرانس"، الذي كان له الفضل في ظهور التلفزيون ليؤسس بعدها شركة لإنتاج التلفزيون في فرنسا. (كرم، 2020)

كان للتلفزيون لاحقاً دوره في ترجيح كفة جون كينيدي على منافسه ريتشارد نيكسون، في المقابل تعتبر بريطانيا أول من دشنت خدمة البث التلفزيوني المنتظم عام 1936، من خلال هيئة الإذاعة البريطانية BBC التي تعتبر أيضاً أولى مؤسسات التلفزة التي تقدم التصوير والبث الحي من خارج الاستوديوهات المغلقة.

أما على المستوى العربي، يعتبر تلفزيون العراق أول تلفزيون عربي بدأ إرساله التلفزيوني الأول، كان ذلك في صيف عام 1956، ثم بدأت القصة قبل ذلك بعام حين حضرت إحدى الشركات الألمانية للمشاركة في معرض تجاري للأجهزة الإلكترونية في بغداد. (جنان، 2016)

2. ماهية البرامج التلفزيونية

أ. مفهوم البرنامج التلفزيوني:

لا بد قبل الخوض كرونولوجيا في نشأة البرامج التلفزيونية أن نقدم تعريفاً للبرنامج التلفزيوني حتى يتمكن القارئ من التفريق بين البرنامج التلفزيوني وباقي القوالب الإعلامية الأخرى.

أولاً: لغة الميزانية أو لائحة المنهاج، أو خطة لما سيتم عمله. (الجفيري، 2015)

ثانياً: اصطلاحاً جاء مصطلح البرنامج في الإذاعة والتلفزيون في معجم المصطلحات الإعلامية، على أنه يشير إلى: شكل فني يشغل مساحة زمنية محددة وله اسم محدد وثابت، ويقدم في مواعيد محددة وثابتة يومياً وأسبوعياً وشهرياً أو كل أسبوعين، أين يعرض من خلاله مساحة من المواد الفنية والثقافية والعلمية وغيرها، مستخدماً في ذلك كل أو بعض الفنون السمعية والبصرية من سرد وحوار وتعليق وندوات ومقابلات.

فيما عرف الباحث **فلاح المحنة** البرنامج التلفزيوني والإذاعي بأنه: **منهاج يصف شيئاً ويعلن عنه وفق صيغ وأشكال خارجية، هي عبارة عن الشكل والمضمون، والقول يبرمج أي يضع برنامجاً ويخطط له، أما المبرمج فتعني ذو برنامج. (قاقيش، 2019)**

أشار طالب فرحان إلى تعدد طبيعة إنتاج البرامج التلفزيونية وإعدادها، حسب تعدد النشاطات المختلفة التي تتناول مظاهر الحياة العامة التي يمارسها الناس في حياتهم اليومية، والتي تعكس السعي لتحقيق أهداف مجالات الإعلام الرئيسية من التسلية والتعليم والتثقيف. (فرحان، 2011)

كما عرفه **الجفيري** على أنه كل مادة تقدم ضمن فترة البث، ولها هدف معين، وهو مخاطبة جمهور المشاهدين، وتتميز عن بعضها من حيث لحن المقدمة والنهاية والزمن المحدد لعرضها، وكذا وموعد عرضها على الجمهور. (الجفيري، 2015، صفحة 11)

كما أن البرامج التلفزيونية، تعبر عن مختلف الخبرات التي يقدمها التلفزيون في فترة زمنية محددة، قصد تنمية المهارات في المجالات الشخصية والاجتماعية، بهدف تحقيق قدر من الاستقلال والاعتماد على النفس في المواقف الحياتية المختلفة، وتعرف تنوعاً من حيث جماهيرها المستهدفة بين الكبار والصغار. (بن عمر، 2012-2013)

يشير **عاشور فني** أن السعي للبحث عن طرق إبداعية في البرمجة، جاء نتيجة لما طغى من تنميط للمنتجات الإعلامية السمعية البصرية، وذلك سعياً للتميز، وإثارة اهتمام الجمهور، من أجل الوصول إلى المعلنين، وبحثاً عن الموارد المالية للقنوات والمحطات التلفزيونية التي تبثها، وهو ما أفضى إلى الانتقال من القنوات العامة الموجهة لعامة الناس، إلى قنوات متخصصة تنفرد بتقديم شبكات برمجية متميزة تستهدف فئات معينة من الجمهور. (فني، 2012، صفحة 74)

كما يرجع أندرياس وآخرون مأسسة البرامج التلفزيونية إلى تلبية أذواق المشاهدين، بل وملاحقتها ما جعل إعداد البرامج عبر عقود يعرف تغيرا سريعا، كما أنه يعكس الابتكارات والمنافسة في الصناعة الثقافية، خاصة مع الضغوط التي تفرضها المنافسة من قبل التلفزيون التجاري، ما يجعل مثيلاتها تتحضر وتتسارع للتغيير والإبداع أكثر، وهو نفس الشيء الذي يتطلبه الوضع من التلفزيونات العامة وإن كان بدرجة أقل. (أندرياس ، وآخرون، صفحة 35)

ب. خطوات إعداد برنامج تلفزيوني:

تعتمد البرامج التلفزيونية في إعدادها على مجموعة من المقومات:

- القوالب المتغيرة: حيث يعد البحث المستمر والدائم عن قوالب وصيغ جديدة للبرامج توجهها أساسيا لمختلف القنوات، مع إضفاء الطابع التجاري على المحتوى، وفي ظل سوق الإعلام الجماهيري الذي تتزايد فيه المنافسة، خاصة مع وجود وجهات إعلامية كثيفة تتنافس لاصطياد المشاهد، باتت المحطات التلفزيونية تستميت للحفاظ على أكبر عدد من المتلقين ولما لا استقطاب مشاهدين آخرين لها، من خلال برامج مبتكرة وديناميكية، أغلبها تعتمد على الإثارة. (أندرياس ، وآخرون، صفحة 75)

وسعيها منها على تكريس العمل الاحترافي والموضوعي، اتخذت هيئة الإذاعة البريطانية لنفسها مجموعة من المعايير الواجب على مختلف المحطات التلفزيونية والإذاعية التقيد بها فيما يتم إعداده وإنتاجه وعرضه من برامج، فمن عدم التحيز، والدقة مرورا بالعدالة، النزاهة، عدم عرض ما يسيء للذوق العام أو ما يحرض على ارتكاب جرائم أو يؤدي إلى الفوضى أو يجرح المشاعر العامة. (أندرياس ، وآخرون، صفحة 128)

تمر البرامج التلفزيونية قبل بثها حسب ما أشارت إليه ذهبية آيت قاسي على الجمهور بما يسمى بالبرمجة و التي تعرف على " أنها فن عرض وترتيب البرامج وكل المواد المعروضة على شاشة التلفزيون وفق مواعيد معينة تتناسب مع الجمهور الذي تتوجه إليه، فمثال برامج الأطفال تعرض في الأوقات التي تستطيع فيها هذه الشريحة التعرض لهذه البرامج وهكذا، ويتم ترتيب لعرض ضمن ما يطلق عليه بالخريطة البرمجية، التي تعد مرادفا لعبارة الشبكة البرمجية وتدل على مجموعة من المواد المعروضة والتي يتم إعدادها والتخطيط لها بشكل دقيق ومدروس خلال فترة زمنية تسبق عرضها الفعلي على الشاشة" (آيت قاسي، صفحة 165)

يقول نصر الدين لعياضي: " إن شبكة البرامج التلفزيونية ليست تكديسا بسيطا للمنتجات السمعية-البصرية المستقلة ذاتيا. مفصلة من هذه ت إنها مجموعة م المنتجات التي تكتسب كل واحدة منها قيمتها عبر العلاقة التي تقيمها مع غيرها من المواد. إن فعل البرمجة، إذا، هو vخلق منتج يملك، في مجمله، قيمة أعلى من قيمة العناصر التي تشكله." (لعياضي، 2010، صفحة 364)

يشير محمد الجفيري إلى الخطوات التالية من أجل إعداد برنامج تلفزيوني ناجح: (الجفيري، 2015، الصفحات 53-77)

1. **التخطيط للبرنامج:** وتعد نقطة الانطلاق في أي عمل ولبنة نجاحه أو فشله، حيث يجب أن يتوفر على الهدف من البرنامج، والجمهور المستهدف من خلاله، وطبيعة الضيوف، مع مراعاة توقيت البرنامج وحسن تقسيم فقراته بالاستغلال الأمثل لزمن بثه

2. جمع مادة البرنامج: وذلك عبر عدة مصادر مختلة على حسب رغبة واهتمامات المبرمج وتوفيرها

لديه، و التأكد من مدى صدقها.

3. كتابة السيناريو: التعليق، خاصة في الأعمال التي لا تتطلب ظهور المذيع، أو رؤوس أقلام

والمؤشرات الرئيسية في أسئلة وتدخلات المقابلات.

4. التنسيق: مع فريق العمل وبين أعضائه، وفقا لما هو متفق عليه مسبقا.

5. الإنتاج: أين يتوجب التعامل في هذه المرحلة مع المسؤولين عنها من منتج ومساعد منتج، والتعرف

على مؤهلاتهم وقدراتهم.

ت. بنية البرامج التلفزيونية

تتضمن البرامج التلفزيونية مواد صوتية وأخرى مصورة، وفي مجمل تكوينها تحوي البرامج مجموعة من البنى:

- البنية البصرية: وتضم تشكيل الصورة وما يتعلق بها، من توزيع الإضاءة ووضع المناظر وإدارة الكاميرا وتحديد هيئتها وطرازها ومحتوى الملابس والشعر والمكياج.
- البنية السمعية: بتوظيف عناصر الصوت من كلام وموسيقى ومؤثرات صوتية.
- البنية الإدارية: بتوزيع الوظائف على كل أعضاء ومشاركي العمل.
- البنية المونتاجية: التي تعمل على تجميع العناصر المكونة للعمل التلفزيوني، وتوحيدها في عمل وشكل متميز. (الجفيري، 2015، صفحة 11)

3. أنواع البرامج التلفزيونية:

تتعد قوالب البرامج التلفزيونية أشكال متعددة، أين يأخذ كل نوع منها موصفات ومتطلبات معينة،

ف نجد برنامج الحديث المباشر، المقابلة التلفزيونية، المناظرة، الندوة، البرامج الجماهيرية (توك شو)، الأفلام

الوثائقية، برامج المسابقات، البرامج الإخبارية، الدرامية والغنائية الاستعراضية، برامج الموسيقى، البرامج الإعلانية، فقرات الربط.

- برنامج الحديث المباشر: يقدمه شخص واحد سواء كان مذيعاً أو ضيفاً، حيث يتحدث المعني أمام الكاميرا حسب الهدف من البرنامج، سواء للترفيه، التثقيف، الإعلام أو الإقناع.
 - برنامج الحوار التلفزيوني: برنامج يعرض حواراً بين المذيع والضيف، حيث يكون حوار معلومات أو حوار رأي أو حوار شخصية وغيرها
 - برنامج الندوة: يطلق عليه أيضاً تسمية المائدة المستديرة، وهو برنامج حوارى يستضيف المذيع خلاله مجموعة من الضيوف لمناقشة موضوع معين.
 - البرنامج الجماهيري (TALK SHOW): برنامج يشترك الجمهور في مضمونه، حضوراً داخل الاستوديو، أو بالتواصل من خارجه عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي، أو بالطريقتين معا
 - برنامج المجلة التلفزيونية: يتضمن فقرات متنوعة من حيث الشكل والمضمون، تربطها وحدة عضوية، ويشبه المجلة المطبوعة في تعدد القوالب داخلها
 - الفيلم الوثائقي أو التسجيلي: برنامج يتناول قضايا تراثية أو ثقافية أو دينية أو تاريخية
 - برنامج المسابقات والألعاب: برنامج يهدف إلى التسلية وإثراء الجوانب المعرفية والثقافية أو الترفيهية.
 - البرامج الإخبارية: كمنشورات الأخبار. (اسكتشات، بلا تاريخ)
- بالإضافة إلى جملة من القوالب البرمجية المتاحة على مستوى القنوات والمحطات الفضائية، على غرار:
- القالب الدرامي: يشمل الأعمال التمثيلية من فيلم تلفزيوني وسينمائي ومسلسل تلفزيوني وإذاعي ومسرحية تلفزيونية.
 - القالب الغنائي: هي الأغاني المصورة أي المصحوبة بشريط مصور، وتسمى فيديو كليب VIDEO CLIP أو المنقولة من حفلات غنائية أو المسجلة في استديو إذاعي أو تلفزيوني.

- القالب الاستعراضي: من البرامج التي تضم استعراضات راقصة أو مصحوبة بأداء تمثيلي صامت أو أداء حركي مع موسيقى مصاحبة.
- القالب الموسيقي: يتم فيها عرض المقطوعات الموسيقية الكلاسيكية والتراثية والحديثة، والتي تنقل من الحفلات أو المسجلة في أستوديوهات وغير مصحوبة بغناء.
- القالب الإعلاني: يقدم مادة إعلانية عن سلعة أو خدمة، وتنتج هذه المادة عادة من قبل شركات إعلانية.
- فقرات الربط: هي فقرة قصيرة يظهر فيها المذيع ليقدم معلومات مختصرة عن البرنامج التالي، كفترة السهرة أو الفترة الصباحية (قافيش، 2019)
- فيما أعرب الخبير في الإعلام والاتصال سعد لبيب، عن رأيه في تقسيم البرامج وفقا لوحداث انتمائها أو الجمهور المستهدف عبرها، ما جعله يصنفها إلى برامج إخبارية، فنية، برامج للأطفال، للمرأة وغيرها، معتبرا إياه تقسيما اصطلاحيا يقصد به تيسير طبيعة البرامج وتحديد نوعية جمهورها وما تخلفه فيه من أثر. (مسلماني، 2016، صفحة 50)
- بينما لجأ الكثير من المتخصصين إلى إنشاء فئة جديدة يتم تصنيف البرامج على أساسها، وتتعلق بالتصنيف من حيث صيغة البث، أو قابلية المنتجات السمعية البصرية للتخزين، وبالتالي يتم تقسيمها إلى:
 - منتجات قابلة للتخزين، تشمل الأفلام والأشرطة الوثائقية التي يمكن إعادة بثها، مع محافظتها على قيمتها الفنية والإعلامية أو العلمية ثابتة، بل مع احتمالية زيادة قيمتها التاريخية.
 - منتجات غير قابلة للتخزين أو منتجات البث: وتشمل البرامج التي تبث مباشرة للجمهور، مثل الحصص التنشيطية والعروض المباشرة، كما يمكن حفظ محتوى هذه الحصص على حوامل ملائمة ليعاد عرضها، دون محافظتها على نفس القيمة الإعلامية التي ميزتها عند العرض الأول. (فني، 2012، صفحة 74)

4. خصائص البرامج التلفزيونية:

يشير عاشور فني إلى الخصائص التالية:

- تندرج البرامج التلفزيونية ضمن الصناعات الثقافية، بل إن البرامج التلفزيونية على غرار بقية الصناعات الثقافية، كانت السبب في ظهور المصطلح الأخير في أربعينيات القرن العشرين.
- تعد منتجات نمطية في أغلبها.
- تخضع لتقنيات إنتاج متقدمة وكثيفة من حيث رأس المال، العمل المؤهل والجهد الفني الإبداعي المقدم.
- نماذجها الأصلية تعد إبداعا متفردا، عالي التكلفة، فيما لا يرقى استنساخها إلى ذات القيمة، خاصة من الجانب المادي. (فني، 2012، صفحة 75)
- عرفت صناعة البرامج التلفزيونية، خاصة في الدول الأوروبية، تطورا شديدا للغاية في السنوات الأخيرة، أين امتزجت صيغها وتجددت مرارا وعلى نحو مستمر، كما شهدت طغيان الطابع التجاري على أغلب البرامج المعروضة، مع غلبة الترفيه عن بقية الأهداف والصيغ، ما أنتج عروضاً مختلطة، طغى عليها برامج الواقع التي يتم بثها في أوقات الذروة، على غرار مسلسلات شعبية وثائقية، برامج مسابقات واقعية، برامج اختبار المعلومات. (أندرياس ، وآخرون، صفحة 36)
- إضافة إلى ما أورده المسلماني:
- الإفادة من الإمكانيات المرئية والمسموعة لتقديم الثقافة للجماهير بشكل لائق.
- العمل على تبسيط المفاهيم دون الإخلال أو الإساءة لمستواها أو معناها.
- تخطي عقبات الملل الذي يصاحب المادة الجافة، وتحاشي أسلوب التلقين الجامد، والسعي إلى تنويع مادتها شكلا ومضمونا.
- إحترام حق حرية التعبير في اعدادها، وأهمية الحوار وتعددية الآراء والابتعاد عن الرؤية الواحدة والذكتاتورية قدر الإمكان. (مسلماني، 2016)
- بينما يرى محمد الجفيري أن البرامج التلفزيونية تتميز بما يلي :

- التنوع في أشكالها وقوالبها.
- الجاذبية، وهو ما تسعى إلى تحقيقه من جذب للجمهور بما تقوم بعرضه من معلومات.
- التفاعلية: خاصة في التي يتم بثها مباشرة، بما يفسح المجال للمتابعين من التفاعل والمشاركة في البرنامج.
- الوفرة والتواصل، لمختلف البرامج على مدار اليوم، مع إمكانية إعادة بثها أو الحصول على روابطها للتعرض لها. (الجفيري، 2015، صفحة 26)

5. أهداف البرامج التلفزيونية

- تبرز أهداف البرامج التلفزيونية، في السعي لتحقيق الأهداف التي يسعى إليها القائمون على القناة والبرنامج خصوصا، انطلاقا من منظومة القيم السائدة في المجتمع.
- تساهم في إثارة الشعور لدى الأفراد، وفقا لأغراض البرامج التلفزيونية النوعية.
- تساهم في معرفة الرأي العام حول مجموعة من القضايا، وما هي اتجاهاته نحوها، بالإضافة إلى قياسها بمختلف الأساليب العلمية، لتحقيق الأهداف المسطرة.
- إعداد البرامج بشكل جيد بحيث تتصف بالقوة والفعالية.
- الوقوف على الأداء والاتجاهات، بالإضافة إلى الوسائل التلفزيونية النوعية المتنوعة والمتعددة .
- تركز على الواقعية، على اعتبار أنها أساس نجاح البرامج التلفزيونية النوعية، مع أهمية التركيز على دراسة الظروف والأحوال الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية الخاصة بالمجتمع، بالإضافة إلى مفاهيم المجتمع، الواقع التاريخي والواقع الحالي للمجتمع.
- ضرورة العمل على مراعاة المرونة في كافة البرامج التلفزيونية النوعية، بالإضافة إلى قدرة القنوات على اختيار البرامج التي تتناسب والإمكانيات البشرية والمادية لها. (مهدي، 2020)

- التسلية والترفيه، وهي أحد أهم أهداف الإعلام، التي يسعى المشاهد لتحقيقها بمتابعته لها بغية التخلص من الملل وتناسي المشكلات والاسترخاء. (الجفيري، 2015، صفحة 27)

6. أهمية البرامج التلفزيونية

يشير **محمد الجفيري** إلى العديد من النقاط التي تشكل في مجملها أهمية البرامج التلفزيونية، نوردتها فيما يلي:

- توجيه الفهم والإدراك، كونها تنقل للمشاهدين مدركات جديدة وتساهم في التعرف على طبيعة الشعوب والثقافات المختلفة، وتوجيه الرأي العام.
- اكتساب معلومات، سواء كانت مكتسبة قبلاً أو جديدة، بغض النظر عن أهميتها وقيمتها.
- توجيه سلوكيات الأفراد خاصة فيما فيه منفعة لهم وخدمة للصالح العام.
- محاكاة لحياة وسيرة الشخصيات التي تتحول إلى نموذج للجمهور، وما تتشابه معه وتعايشه من ظروف اجتماعية واقتصادية وثقافية.
- التفاعل الاجتماعي مع حيثيات ما يتم عرضه في البرنامج. (الجفيري، 2015، صفحة 26)

7. العوامل المؤثرة في فعالية البرامج التلفزيونية

- **المصدقية:** وذلك فيما يتم عرضه في البرامج وكذا العوامل المتعلقة بوسائلها، ومدى اتساقها أو تنوعها.
- **الجمهور:** حيث يختلف الجمهور وطريقة تعرضه للمحتوى، باختلاف الخبرات والثقافات والتنشئة الاجتماعية، وقابليتهم للتأثر.
- **المحتوى:** حيث تتعلق فعالية البرنامج ومدى تأثيره والقدرة على الاستمالة والإقناع، بما يضمنه من مضمون يشبع حاجات المتلقي.

- **متغيرات البيئة:** تلعب البيئة التي تبت فيها البرامج دورا مهما في نجاحها، فقد تنجح في مناطق معينة، وتفشل في أخرى، تبعا للظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية المعاشة. (الجفيري، 2015، صفحة 26)

8. البرامج التلفزيونية الساخرة

أ. تعريف البرامج التلفزيونية الساخرة

عرّفها **ضياء مصطفى** بأنها: "منهاج يحمل رسالة اتصالية ذات شكل ومضمون دراميا لا دراميا أو كليهما معا عبر وسيلة اتصال التلفزيون هدف الى نقد الظواهر الحياتية سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو فكرية لدى الأفراد والمؤسسات ومقاومتها لأغراض رقابية وتحذيرية وترفيهية بأسلوب يثير الضحك و السخط أو كليهما معا لدى المتلقي في إطار زمني محدد يعلن عنه سابقا و عنوان وموسيقى في بدايته و نهايته للتعريف به و يفصله عما يليه" (ضياء، 2014، صفحة 257)

عرّفها **عبد العزيز الطوخي** وآخرون بأنها " تلك البرامج التي تتناول أنماط ومواقف سياسية واجتماعية بشكل نقدي ساخر يحمل الطابع الكوميدي الراقي مع الابتعاد عن الابتذال والاحتفاظ بالعرض الجاد والموضوعية ومن خلالها يقوم مقدم البرنامج بتعرية الحقائق وتسليط الضوء عليها بطريقة بسيطة محببة وقريبة للنفس من أجل إيصال المعلومات في اقل وقت للجمهور (عبد الواحد، 2014، صفحة 229)

أغفل هذين التعريفين إمكانية وقوع البرنامج الساخر في الاسفاف والنقد لمجرد النقد فقط، لأن الملاحظ هو استخدام هذه البرامج في الآونة الأخيرة من قبل أصوات لا يهتمها إصلاح البلد وتقويم اعوجاج السلطة بقدر ما تهمها مصالحها الشخصية، بالإضافة إلى السعي لتحقيق نسب مشاهدات عالية أو الانتقام من حزب ما أو عرق ما أو جهة سياسية لا يتفق معها منتج ومقدمو هذا النوع من البرامج.

ب. الموضوعات السياسية كما تعكسها البرامج الساخرة:

العقود الأخيرة لم تكن استثناء

هناك تقليد طويل الأمد من السخرية السياسية في الوسائط الإعلامية الناطقة باللغة الإنجليزية ، والتي لاقت شعبية ورواجا كبيرين على مدار الثلاثين عامًا الماضية ، امتدت السخرية السياسية الأمريكية في التسعينيات من بوب روبرتس (1992) إلى Wag the Dog (1997) إلى الانتخابات (1999) و وحساء البط لماركس برانرز (1934) غيرها وفي بريطانيا مع البرنامج التلفزيوني السياسي الساخر ، بما في ذلك The New Statesman (1987-1994) و The Day Today (1994) و Image (1984-1996) وصولاً إلى برنامج جون ستوارت (1999-2015) مع مجموعة واسعة من المقلدين ونظائرهم في الدول الأخرى. منذ مطلع القرن ، انضمت أيضًا إلى هذه البرامج الساخرة مجموعة من الانتاجات الساخرة عبر الإنترنت على مواقع الويب مثل Funny or Die و College Humor و The Onion ، والتي استفادت من إمكانيات الإنتاج والتوزيع التي يوفرها الإنترنت. وبهذا تظهر السخرية السياسية كشكل ثقافي حاضر باستمرار على مدى المائة عام الماضية، وشكل زاد من حيث الكم والانتشار والشهرة في العقود الأخيرة. (Holm, 2017)

لقرون مضت تم استخدام السخرية لانتقاد إساءة استخدام السلطة والظلم الذي تغلغت فيه الأحزاب المهيمنة في القرن الثامن عشر، كانت الرسوم الكاريكاتورية السياسية تُعرف ببساطة باسم "الهجاء" واستخدمت على نطاق واسع في المستعمرات البريطانية لانتقاد الحكم الإنجليزي تحدث أبرامز (1999) عن وظائف الهجاء ، قائلاً: "السخرية تستخدم الضحك كسلاح للتقليل أو الانتقاص موضوع ويثير تجاهه مواقف التسلية أو الازدراء أو السخرية أو السخط" (ADIB BANU & Oklahoma, 2016, p. 6)

بالمقارنة مع الأخبار السياسية، قدمت السخرية السياسية وسيلة قوية لإشراك المشاهدين والتأثير على المواقف وتشكيل الرأي العام، دراسات متعلقة بتأثير الفكاهة على الذاكرة وتشير الدراسات الموجودة حول السخرية السياسية إلى أن السخرية لها تأثير كبير على نتائج التعلم المختلفة. وجد Young and Tisinger (2006) أن جمهور *The Daily Show* (البرنامج الساخر المشهور) يبدو أكثر دراية، وأكثر مشاركة، وأكثر انتباهاً بالسياسة من أولئك الذين لا يشاهدون مثل هذه البرامج. (ADIB BANU & Oklahoma, 2016, pp. 16-17)

ظهر ريتشارد نيكسون، رئيس الولايات المتحدة من عام 1969 إلى عام 1974 في برنامج *Laugh-In* سبتمبر 1968 من أجل تطيف صورته في الانتخابات. منذ ذلك الحين، استخدم كل رئيس أمريكي والعديد من المرشحين لمنصب الرئاسة برامج تلفزيونية ساخرة لإضفاء الإنسانية على أنفسهم، ظهر باراك أوباما، رئيس الولايات المتحدة 2009-2017، سبع مرات في برنامج *The Daily Show* مع جون ستيوارت حتى 21 يوليو 2015، قبل أن يترك جون ستيوارت البرنامج اتهمه الكثير بالانحياز لسياسات أوباما. (Davies & Ilott, p. 24)

أشار مركز **the Pew Center for the People** بيو للناس والصحافة إلى أن الشباب، أكثر من كبار السن، كانوا يتحدثون بشكل متزايد عن تعلم السياسة من البرامج الكوميديّة الساخرة. (Young, 2017, p. 874)

إن "المحاكاة الساخرة" حسب ADIB BANU & Oklahoma هي تقنية دعابة شائعة أخرى تستخدم للمرشحين السياسيين إذ يقوم البرنامج التلفزيوني ساترداي نايت لايف بعمل محاكاة ساخرة لمرشحي الرئاسة منذ إنشائه بداية عام 1975 (ADIB BANU & Oklahoma, 2016, p. 33)

ج. تعرض الجمهور للبرامج السياسية الساخرة (قراءة في مسألة التأثير)

I. التأثير السياسي للبرامج الساخرة

يجادل **Stow** (1942) بأن البحث التجريبي المعاصر لا يزال يركز على نفس السؤال: هل الفكاهة السياسية عامل تأثير أم مجرد مقياس للرأي العام؟ إذا كان الجمهور متواطئاً في خلق المعنى من خلال الدعابة، فهل يمكن أن يعزز ذلك قدرته على الإقناع؟ بشكل بديهي، إذا كان من الممكن أن تقدم السخرية معلومات أو حجة بشكل ساخر دون إثارة رد فعل سلبي من الجمهور، فقد يكون استخدامها طريقة واعدة للتحريض على تغيير الموقف في الواقع (Young, 2017, pp. 875-876)

أظهرت الأبحاث أيضاً أن التعرض للبرامج السياسية الساخرة يمكن أن يزيد من بروز بعض القضايا أو الأفكار في أذهان الجمهور هنا لا ينصب التركيز على تغيير المواقف في حد ذاته، بل على تهيئة بعض القضايا أو الأحداث أو السمات التي يمكن أن تؤثر على عمليات صنع القرار اللاحقة (Young, 2017, pp. 875-876)

في قلب هذه التأثيرات، يكمن التساؤل حول الكيفية التي يمكن للسخرية السياسية أن تؤثر بها على العمل السياسي؟

يؤكد **Young** أن المحكمة العليا الأمريكية أيدت باستمرار المحاكاة الساخرة والهزاء كأشكال محمية للتعبير، وهي حقيقة تتحدث عن الدور المميز للفكاهة في مجتمع ديمقراطي وهو الأمر الذي يدعم تصور علماء الأدب، فالسخرية حسبهم تهدف إلى "مناشدة الإنسان للعودة إلى حواسه الأخلاقية ويقولون إن السخرية، عند نجاحها، يمكن أن تُحدث إيقاظاً أخلاقياً تدريجياً، وتأكيداً جديداً على الإيجابية الاجتماعية والفردية (Young, 2017, p. 875)

على سبيل المثال، في أكتوبر 2010، حشد ستيوارت وكولبير الناس من جميع أنحاء البلاد للسفر إلى واشنطن العاصمة، لحضور تجمع لهما. من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية والظهور الإعلامي الواسع، جمع مقدمو البرامج حشدًا من أكثر من 200000 شخص. لقد أذهل التجمع - مزيج من مهرجان موسيقي وعروض متنوعة وتعليقات سياسية - الصحفيين والسياسيين الذين كافحوا لفهم الحدث. ومثلما لم يتناسب التجمع بشكل جيد مع ثنائية الأخبار / الترفيه، فإنه لم يتناسب بدقة مع النماذج الخطية لتأثيرات الوسائط. (Young, 2017, p. 875)

II. التأثير المعرفي للبرامج الساخرة :

إن الخصائص الإدراكية على المستوى الفردي لها مساهمة بالغة في إدراك المتلقي وفهمه للمحتوى الساخر الذي يتعرض إليه، فالجمهور يتولى بناء معنى النص حسب المعرفة السياسية أو المعتقدات السياسية أو الأيديولوجية (الإدراك الانتقائي)، فضلاً عن الخصائص النفسية ودوافع المشاهدة. توجهات المشاهدين الخاصة تجاه مثل هذه البرامج (هل يعتبرونها ترفيهًا مباشرًا، أم يرون أنها تحتوي على بعض المحتوى المعلوماتي الإخباري؟ تحدد مدى وطبيعة الجهد العقلي الذي سيكرسونه لفهم مثل هذه البرامج، ومن ثم التأثير على نتائج التعرض أيضًا. تحتاج الدراسات المستقبلية إلى مزيد من دمج مناهج الاستخدام والإشباع في دراسات تأثيرات السخرية السياسية. من خلال فهم سبب تأثر الناس بمشاهدة البرامج الساخرة السياسية، وفهم تجارب المشاهدة المختلفة. (Young, 2017, p. 880)

III. التأثير الاجتماعي التحرري للبرامج الساخرة:

إن فهم السخرية على أنها مشروع تحريري ونقدي، حتى في حالة عدم وجود هدف لها يثير الكثير من النقاش الشعبي والنظري حول هذا الموضوع. يكمن هذا الاعتقاد في القوة النقدية للسخرية وراء تأكيد

ستيف فاندراهايدن بأن "السخرية لا يمكن فصلها عن المشروع الاجتماعي الأوسع للتححرر" وادعاء جون برونز بأن "الجانب الأكثر أهمية للكوميديا الساخرة ، رغم عدم الاعتراف به [هو] وظيفتها الحاسمة و الجبارة .

ويصرح جون موريل بأن "السخرية: هي قوة هائلة للتححرر في حياتنا ومن الواضح أنها نعمة للجنس البشري"؛ ولكي تعلن شيري كلاين أن "كل روح الدعابة هدامة، أي أنها تهدف إلى تعطيل افتراضاتنا وعواطفنا وأنماط تفكيرنا وطرق معرفتنا والعالم كما نعرفه" (Holm, 2017, p. 216)

يؤكد محمود درويش أن السخرية هي نوع من البكاء المبطن الذي هو خير من دموع الاستعطاف (الحاج محمد ، 1999 ، صفحة 22) ،وهي ميزة فيما ترى الباحثة غير دقيقة، حيث أن درويش كان يقصد السخرية التي يضمنها في اشعاره ضد الاحتلال و أوضاع شعبه ، لكنه أغفل أن السخرية تأخذ أشكالاً عديدة ، فلم تعد تعبر في عصرنا الحالي عن البكاء فقط بل تعدته الى التحريض و التجريح و الإساءة .

في يناير 2018، تم الإعلان عن تولي الصحفي الأمريكي الساخر توبي يونغ كمدير غير تنفيذي في مجلس إدارة مكتب الطلاب، وهو الهيئة التنظيمية الجديدة للتعليم العالي في المملكة المتحدة لكن خبر تعيينه قوبل بالرفض والغضب الشعبي من قبل الكثيرين، ويرجع ذلك تغريداته الساخرة على موقع تويتر والمتعصبة ضد النساء على الرغم من أنه بذل قصارى جهده لمحوه هذه "التغريدات من خلال حذف جماعي للتغريدات الا انه رضح لمطالب الناس وتخلي عن منصبه الجديد بعد ثمانية أيام من تسلم وظيفته الجديدة. (Davies & Ilott, p. 17)

في عصر وسائل التواصل الاجتماعي منحتنا الوسائط الجديدة جميع الإمكانيات لتكون كتابا، ولكن والوصول إلى جمهور بعيد عن متناولنا مما يجعلنا مسؤولين عن أقوالنا . هذه التأثيرات المتجاذبة للسخرية

بكل متغيراتها وأشكالها ان كانت كوميديا او نكات ام هجاء او محاكاة او غيرها تجعلنا نتساءل عن هذه التركيبة المعقدة لهذه الظاهرة القديمة الجديدة.

يحدد **هنري بيرجسون** -أحد دعاة القرن العشرين لما أصبح يعرف بنظرية التفوق في الكوميديا- ، وظيفة الضحك ، بأنها وظيفة اجتماعية ، وكما أشرنا اليه سابقا في الحديث عن نظرية التفوق يفسر **رونالد دي سوزا** أن تقديرنا للسخرية يعتمد على تأييد أيديولوجيتها: فالمنطق يقول ستتقبل النكات الجنسية أو العنصرية أو المعادية للمثليين (على سبيل المثال) ان لم تكن منهم ، الفيلسوف اليوناني القديم أفلاطون (427-347 قبل الميلاد) ، الذي أدرك "مزيج الألم والمتعة" الذي ينطوي عليه مشاهدة الكوميديا ، واعتبر أن "الحقد هو الذي يجعلنا نشعر بالسعادة في مصائب أصدقائنا". و يقول برغسون أن "العييب السخيف يحاول تعديل نفسه ، أو على الأقل الظهور كما لو كان كذلك" وبهذه الطريقة "الضحك" يصحح أخلاق الرجال " باختصار ، فإن نظرية التفوق للكوميديا تهتم بالوظيفة الاجتماعية للضحك في استبعادها من هياكل السلطة ، على الرغم من أنه يُنظر إليها بدلاً من ذلك على أنها قوة مدمرة وتصحيحية (Davies & Ilott, p. 08)

هل السخرية ضعف؟

يشير **فراس الحاج أحمد** إلى أن الساخر يحتل في المجتمع موقع لقوة والتحكم إذ أنه يقف لأخطاء المجتمع يترصدها ويحاكمها فهو شخص عميق الإدراك بطبائع النفوس وحقائق الوجود والكون، وإن وجد الساخر في مجتمع مقهور فإنه أيضا يمثل القوة فمقدرة شخص أو فئة على السخرية دليل واضح على أن فيه قوة وثباتا وحيوية بأية درجة من الدرجات. (الحاج محمد ، 1999، صفحة 9)

تقترح **ماري رومانسكا وآلان أكرمان** أن "السخرية غالبًا ما تميز حياة الجسد على حياة العقل" ، والأجساد غير الطبيعية تظهر بشكل متكرر في الكتابات عن الكوميديا عبر التاريخ الغربي و ربما لهذا

السبب بالذات يظهر الضحك عند الإعاقة الجسدية.. بالنسبة لأرسطو ، "القناع الهزلي غير لائق ومشوه" و يقول فيليب سيدني ، في كتابه عام 1595 ، "إننا نضحك على المخلوقات المشوهة"

فيما يحدد هنري بيرجسون مفهوم السخرية على أنها "تخديراً مؤقتاً للقلب" ، قد يُنظر إلى هذا الدافع للاستهزاء بأولئك الذين لديهم اختلاف جسدي على أنه نابع من ثقافة المجتمع ، مما يعني أن الإعاقة كأساس للمزحة تركز على نظرية التفوق في الفكاهة ، تتبنى Rebecca Higgie عملية الخيار السياسي المشترك في الوقت الفعلي التي يتم ممارستها في السخرية المعاصرة ، حيث يتبنى السياسيون بنجاح الأداة الساخرة لأغراضهم الخاصة توضح النتيجة بشكل مقنع كيف يتم إضعاف الميزة النقدية للسخرية التي كثيراً ما يتم الاحتفال بها عندما يتمكن السياسيون من استخدامها لصالحهم كأداة علاقات عامة حتى في الوقت الذي اكتسب فيه الساخرون الإعلاميون المعاصرون ثقة الجمهور والشهرة ، ظهر السياسيون بشكل متكرر في برامجهم. يتم إجراء مقابلات معهم من قبل الكوميديين ، ويلعبون معاً في مسابقة أو ألعاب (Davis, p. 07)

تحدث روبرت إليوت ، في كتابه **The Power of Satire** (1966) عن استخدام الأغاني لأغراض فكاهية أو مأساوية إن قرب السخرية من استحضار طقوس السحر ، واستخدام الكلمات كأسلحة لإلقاء تعويذة تحقق التأثير المطلوب في العالم ، يتحدث عن أدائها (بمعنى أوستن). ولهذا السبب تم تكريم الشعر والشعراء واحترامهم بل وخوفهم من قبل كل من عامة الشعب والملوك، ومنحتهم سهولة استخدام اللغة قوة ومكانة اجتماعية هائلة. كل هذا بعيد كل البعد عن الفكرة الحديثة عن الساخر باعتباره يقف خارج القوة، وقادر على الملاحظة والنقد ولكنه في النهاية غير قادر على إحداث تغيير اجتماعي (Davies & Ilott, p. 47)

كتب جورج تيسـت: كما يعلم كل طفل (إذا كان منـتبهاً) فإن قوة السحر لا يمكن التنبؤ بها، يمكن أن توفر فرصاً ومكافآت رائعة، ولكنها أيضاً محفوفة بالمخاطر. قد يُمنح المرء كل ما يتمناه ولكن يمكن أيضاً أن يتحول إلى ضفدع. وينطبق الشيء نفسه على السخرية، المليئة بالمخاطر حتى لو لم تكن المكافآت واضحة على الفور، تتفاقم هذه المخاطر من خلال مجموعة غريبة من العلاقات التي تشكل "حالة الكلام.

(Davies & Ilott, p. 200)

خلاصة:

أحدثت أحداث الربيع العربي انقلابا في الواقع السياسي و الاجتماعي للشعوب العربية ، مما جعل السخرية تبرز بشكل واضح في كل أشكال الاتصال مستنسخة من البرامج التلفزيونية الغربية الساخرة ، التي هيأت لها الظروف السياسية الديمقراطية الجو للنجاح و التأثير في كل مجالات الحياة ، بل و حتى في اتخاذ القرارات المصيرية للدول ، إضافة الى تمتع هذه الدول بهامش كبير من حرية الصحافة و التعبير ، في المقابل حاول الساخرون العرب محاكاة هذه البرامج أو استحداث أفكار جديدة ، تراوح تأثيرها بين مؤيد و معارض ، و بين تقبل أو زج في السجن ، فالسخرية تبقى من بين المعطيات الإنسانية المعقدة التي وجبت دراستها و الحديث عن محاولة ضبطها وفق قوالب برامجية تحترم الانسان و تدافع في الوقت نفسه عن حقوقه .

الفصل الخامس
الإطار التحليلي
للدراسة

تمهيد:

يتناول هذا الفصل من الدراسة عرض وتحليل البيانات المتعلقة بمحتوى المضامين السياسية التي عالجها برنامج "جو شو" من خلال اختيار عينة من 15 حلقة مثلت مادة التحليل. وانطلاقاً من ذلك قسمت الباحثة هذا الفصل إلى قسمين؛ إذ تناول القسم الأول التحليل الكمي والكيفي لفئات الدراسة الخاصة بالشكل متمثلة في الفئات التالية: زمن البرنامج التلفزيوني الساخر وفئة طرق العرض المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر وفئة اللغة المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر وفئة الإخراج الفني للبرنامج التلفزيوني وفئة المؤثرات الصوتية المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة بينما تناول القسم الثاني التحليل الكمي والكيفي لفئات المتعلقة بالمضمون متمثلة في فئة المضامين السياسية الواردة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة وممارسات السلطات العربية غير الديمقراطية السخرية من الاعلاميين العرب المواليين للسلطة وفئة الأساليب الساخرة التي استخدمها مقدم البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة وفئة الشخصيات التي ظهرت في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة وفئة النطاق الجغرافي للمضامين الواردة في البرنامج وأهداف وقيم البرنامج عينة الدراسة .

1. عرض ومناقشة بيانات الدراسة

أولاً: التحليل الكمي والكيفي للفئات المتعلقة بالشكل

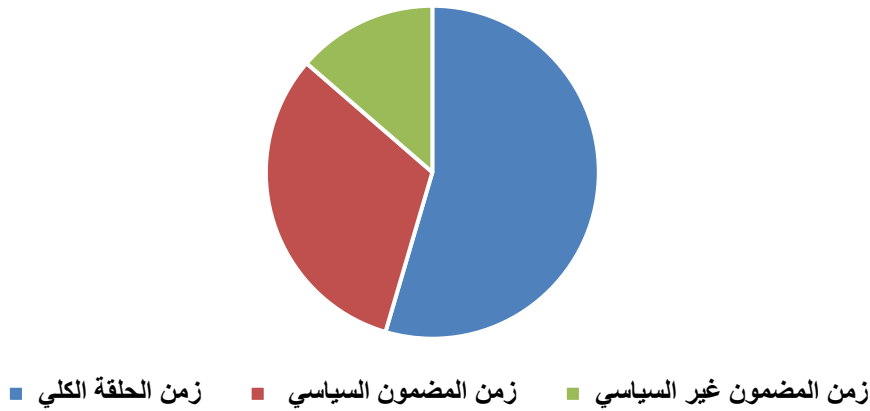
1. فئة زمن البرنامج التلفزيوني الساخر "جو شو"

جدول رقم 5: فئة زمن البرنامج التلفزيوني الساخر "جو شو"

المدة الزمنية	زمن البرنامج
12ساو 21د و 42ثا	زمن الحلقة الكلي
7ساو 37د و 38ثا	زمن المضمون السياسي
3ساو 56د و 32ثا	زمن المضمون غير السياسي

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن الزمن الكلي لعينة الدراسة من حلقات برنامج "جو شو" التي اخضعت للتحليل بلغت في مجملها 12ساو 21د و 42ثا، في حين وصل زمن المضمون السياسي الذي عولج في برنامج "جو شو" محل الدراسة 7ساو 37د و 38ثا وقد جاءت هذه النسبة في المرتبة الأولى مقارنة بنسبة المضمون غير السياسي الذي عالجه برنامج "جو شو" حيث بلغ زمنه ب 3ساو 56د و 32ثا وهي نسبة ضعيفة مقارنة بنسبة زمن المضمون السياسي. والشكل الموالي يوضح ذلك.

شكل رقم (1) يمثل فئة زمن البرنامج التلفزيوني الساخر "جو شو"



بالعودة الى نتائج الجدل أعلاه يمكن القول إن هذا التوجه الكبير في نسبة تناول المضامين السياسية في برنامج "جو شو" هو فكرة البرنامج في حد ذاتها إذ جاء في وصف البرنامج عبر موقع التلفزيون العربي وهي القناة الفضائية التي تبث البرنامج ما يلي: برنامج "جو شو" برنامج سياسي ساخر يسلط من خلاله يوسف حسين الشهير بجو الضوء على ما آلت إليه بعض وسائل الإعلام العربية المحسوبة على بعض الأنظمة السياسية من خلال التناقضات والمفارقات التي تتناولها في برامجها، وفي كل حلقة يرصد جو وفريقه مجموعة من التناقضات ويتناولها بطريقة هزلية ساخرة. (العربي، بلا تاريخ)

وتتفق التحليلات التي توصلت إليها الدراسة مع ما أشار إليه الباحثان **Helmy and Sabine Frerichs** إلى أن التعبير عن الأمور المهمة والمؤلمة من خلال استخدام السخرية والدعابة يعد أمراً محورياً لنجاح استخدام السخرية السياسية والهجاء كوسيلة للمقاومة والتعبير من قبل الجماهير (Frerichs & Helmy, 2013, p. 400)

فالسخرية السياسية هي فن الضحك المؤلم إذ يعبر الساخر عن مدى تقهقر أوضاعه السياسية التي تقضي بالضرورة الى تراجع أوضاعه المعيشية والاقتصادية والحريات وغيرها ذلك أن السياسة تلتقي مع كافة المجالات الأخرى.

إضافة إلى دور التلفزيون باعتباره وسيطاً بين الحكومات والمواطنين والاتصال بالجمهور خارج الحدود وفي الداخل بقصد التنشئة وتعميم الولاء السياسي لدى مواطني الدولة أو استخدام التلفزيون أداة ضغط للمعارضة للنظام بقصد إبراز عيوبه واستمالة الجمهور المعني للضغط عليه ومحاولة الثورة أو الانقلاب وتغيير النظام. (ضياء، 2014، صفحة 208)

وهذا بالضبط ما جعل هذا النوع من البرامج يرصد الأحداث السياسية المهمة التي تمر بها الشعوب ويعالجها بطريقة ساخرة من خلال إلقاء الضوء على المشهد الهزلي السياسي وما يخلفه من مشاكل تدفع الشعوب إلى الانتفاض واستنكار أوضاعهم الاجتماعية سيما في بلدان العالم الثالث كموضوع الربيع

العربي وما خلفه من إطاحة لبعض الأنظمة الدكتاتورية العربية إضافة إلى مواضيع تتعلق بالمظاهرات والانتخابات وتعديل الدستور وغيرها.

يركز برنامج "جو شو" بنسبة كبيرة على المضامين السياسية وعلى الشخصيات السياسية مما يجعلها مادة رئيسية قد تشكل نصف زمن الحلقة أو أكثر باعتبار أن صناع القرار هم الساسة وأن مصير شعوبهم ونهضتهم وتقدمهم يقع على عاتقهم وركز برنامج "جو شو" بشكل كبير على مواضيع سياسية تخص الشأن المصري وهو ما سنتطرق له بالتحليل لاحقاً.

وقد خُص **عبد اللطيف حيدر** في دراسته حول السخرية السياسية في برامج قناة الجزيرة إلى أن التساؤل بشأن البرامج العربية الساخرة لم يعد حول مدى قدرتها على التأثير في الجمهور من عدمه، بل بات التساؤل حول نوعية هذا التأثير وإلى أي مدى أسهمت هذه البرامج في التشجيع على نقد الأنظمة والساسة، وتغيير وجهات نظر الجمهور حول السياسيين والسياسيات. وهنا، يتضح أن "سخرية الجزيرة" تتناول مختلف المظاهر والموضوعات السياسية؛ حيث لم تنحصر في توجيه نقدها لبلد بعينه أو نظام سياسي معين أو حتى شخصية سياسية بذاتها، بل كان تعدد الموضوعات والسلوك السياسي بمجمله عرضة للنقد والاستهجان والسخرية القاسية. ولم تقتصر في نقدها على رأس النظام السياسي وحاشيته، بل تطرقت لنقد بنية النظام السياسي بمجمله. (عبد اللطيف، فاعلية الخطاب النقدي و آليات اشتغاله، 2019، صفحة 12)

كما أظهرت دراسة **بركات عبد العزيز محمد وهناء السيد محمد** "معالجة البرامج الساخرة للأحداث الجارية في مصر" أن البرامج الساخرة تهتم اهتماماً بالغاً بالموضوعات والقضايا السياسية يليها الموضوعات الاجتماعية. وهو ما أثبتته نتائج الجدول أعلاه في دراستنا الحالية. (محمد و محمد، 2015، صفحة

كل ما سبق لم يمنع القائمين على البرنامج من تضمين حلقاته موضوعات أخرى غير سياسية تتعلق أساساً بمشكلات اجتماعية واقتصادية تعصف بالمجتمع المصري والعربي بشكل عام. إذ تشير مستويات التحليل الوظيفي البنائي لوسائل الإعلام بوصفها بناء اجتماعياً إلى تأثيرات مكونات النظام الاجتماعي العام على القائمين بالاتصال بوصفهم أحد مكونات النظام الاجتماعي، وتوكل إليهم وظيفة المحافظة على النظام الاجتماعي العام، وفي المقابل يتأكد دور القائم بالاتصال بشكل محوري في منظومة المجتمع منذ أن عرف الإنسان أهمية المعلومات، ويتأكد هذا الدور مع ظهور الوسيط الاتصالي وما يثيره من جدل وتناقضات وتجاذبات مختلفة ومتغيرة تبعاً لتغيرات النظام الاجتماعي من مجتمع إلى آخر.

وينظر إلى الاتصال السياسي على أنه علم يدرس الفعاليات والأنشطة التي يقوم بها القائمون بالعملية الاتصالية بهدف تحقيق مكاسب سياسية تهمهم على المستوى الذاتي، كالقادة السياسيين والحزبيين ورجال البرلمان وينصب جوهر الاتصال السياسي على إحداث التأثير وتغيير الآراء والقناعات لدى الجمهور المستقبلي باتجاه محدد هو ما يريده القائم بالعملية الاتصالية. وعليه فالاتصال السياسي هو أحد أنماط الاتصال وهو نشاط يؤدي وظيفة سياسية للقائمين عليه، بمعنى أن أهدافه ودوافعه في جوهرها إنما تقتصر على إحداث تأثيرات واقعية أو محتملة في عمل وسلوكيات الآخرين. (ضياء، 2014، صفحة 176)

واستناداً عليه ومن خلال قراءة الباحثة للنتائج المتوصل إليها نجد برنامج "جو شو" في معالجته للموضوعات غير السياسية يربطها مباشرة بالسياسة والساسة والسخرية من قراراتهم ففي حلقة Best Of عالج مقدم البرنامج يوسف حسين موضوع السماح للمرأة السعودية بقيادة السيارة وأورد فتاوى لشيوخ المملكة قبل مبايعة الملك محمد بن سلمان ولياً للعهد ومقارنتها بتصريحاتهم وفتاؤهم بعد مبايعة محمد بن سلمان فكان هذا الموضوع مادة ساخرة استطاع برنامج جو شو رفع الستار من خلاله على المفارقات

الكثيرة التي يعرفها أئمة السلطان كما يسميهم و كيف تستطيع السياسة أن تدخل بكل تفاصيل الحياة اليومية للمواطنين. والصورة التالية توضح ذلك.



وهو ما أكده **عبد المنعم كاظم الشمري** حيث قال أن وسائل الاتصال ومنها التلفزيون تغذي عملية تأثيرها في مواقف متخذي القرار وموقف الجمهور باتجاه المسؤولين الحكوميين إذ تستطيع التغطية الإعلامية أن تزيد من التأييد الشعبي لبعض السياسات الحكومية كما أن لها دور مهم في إحداث تغييرات جذرية في السياسات وخلق سياسات جديدة عندما تستوجب المشاكل التدخل الحكومي أو بنشرها للرأي العام. (الشمري ، صفحة 107)

ويبرز في هذا السياق إضافة إلى أمثلة أخرى كثيرة استخدام برنامج "جو شو" لإطار الاهتمامات الإنسانية من خلال معالجته المتكررة لمطالب الشعوب العربية بحقهم في العيش الكريم وتحقيق الديمقراطية وحقوق النسان وقد ظهر ذلك في بث البرنامج لمظاهرات في عدة دول عربية وفي حلقة معنا ولا مع الشيطان على سبيل المثال لا الحصر والصورة أدناه توضح ذلك.



2. فئة طرق العرض المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر "جو شو"

أ. مقتطفات الفيديو المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر "جو شو"

جدول رقم (6) يمثل فئة مقتطفات الفيديو المستخدمة في برنامج "جو شو"

مقتطفات فيديو	التكرارات	النسب المئوية
برنامج تلفزيوني	2650	93.60%
أغاني	33	1.16%
أفلام ومسلسلات	46	1.62%
موقع نت	102	3.60%
المجموع	2831	100%

بالنظر إلى نتائج الجدول والشكل أعلاه أن مقتطفات الفيديو المستخدمة من برامج تلفزيونية قد بلغت

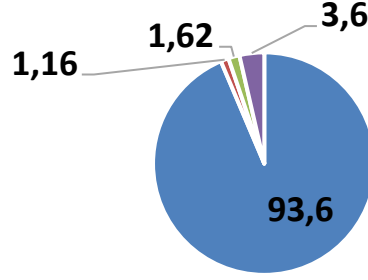
أعلى نسبة في طرق العرض التي يستخدمها البرنامج التلفزيوني الساخر "جو شو" بقيمة 93.60%، تليها

في المرتبة الثانية مقتطفات فيديو مأخوذة من مواقع نت بنسبة 3.60%، في حين بلغت مقتطفات الفيديو

المأخوذة من الأفلام والمسلسلات المرتبة الثالثة بنسبة 1.62% وقد بلغت نسبة مقتطفات فيديو مأخوذة

من الأغاني نسبة 1.16% محتلة بذلك المرتبة الأخيرة. والشكل الموالي يوضح ذلك.

شكل رقم (2) يمثل مقتطفات الفيديو المستخدمة



■ موقع نت ■ أفلام ومسلسلات ■ أغاني ■ برنامج تلفزيوني

رصدت الباحثة من خلال تحليلها لحفقات من برنامج "جو شو" عينة الدراسة ان البرنامج يستخدم العناصر الفنية السمعية البصرية -كطرق عرض مساعدة في معالجة مضامينه - وفقا للسياقات التي جاءت فيه.

أشار ضياء مصطفى في كتابه السخرية في البرامج التلفزيونية نقلا عن الكاتب الكوميدي (هول روش بيرك) في كتابه «الاتصالات السمعية والبصرية» أنه من أجل أن تكتب شيئا كوميدياً عليك بصورة كوميدية ثم يقدم بعض النصائح الموجزة منها: استثمر كل ما عندك من أدوات مرئية ومسموعة من أفلام وكاريكاتير ووسائل مرئية أخرى ومؤثرات صوتية. (ضياء، 2014، صفحة 248)

وبما أن التلفاز وسيلة مرئية فهو يعتمد على المواد المصورة في المقام الأول، كما تلجأ المعالجة الفنية التلفازية إلى عناصر كثيرة مثل وصف الجو العام لمكان وقوع الحدث وكيفية حدوثه ووصف الأشخاص الذين ذكروا في الحادث وتحليل الدوافع الخفية وراء الحدث وذكر النتائج المترتبة عن الحدث، وأكثر ما يحتاج الى التفسير هو الأخبار العامة والمشكلات السياسية والاقتصادية والعلمية. (الدليمي، 2000، صفحة 135)

وتبعاً لذلك استعان مُعدُّو برنامج "جو شو" بمقتطفات فيديو سمعية بصرية من مختلف وسائل الاتصال وعبر مختلف حواملها وجاءت مقتطفات البرامج التلفزيونية في المرتبة الأولى باعتبار أنها المادة

الأساسية للسخرية حيث يعالج "جو شو" بالسخرية والنقد المضامين التي تعرضها برامج التلفزيون فتارة يستعين بحصة تلفزيونية وتارة بنشرة أخبار وتارة بمقابلة تلفزيونية وغيرها من قوالب البرامج الأخرى. وركّز "جو شو" بشكل أساسي على برامج تلفزيونية مصرية ترصد مختلف الحوادث السياسية والاجتماعية التي يعرفها الشارع المصري إضافة إلى بعض البرامج التلفزيونية من بلدان عربية ودولية أخرى حيث يعتمد جو شو على بث هذه المقطعات ومن ثم التعليق عليها بالسخرية أو النقد الجاد. ومن أمثلة ذلك ما ورد في حلقة تعديل الدستور حيث بث برنامج "جو شو" مقتطف فيديو من نشرة أخبار بثتها قناة **سكاي نيوز Sky News** عربية تتحدث فيها عن إرسال السودان لجنود سودانيين من أجل مهمة تنفيذ مهمة نزع الألغام التي وضعها الحوثيون في اليمن وقد سخر يوسف حسين مقدم البرنامج من هذا الخبر باعتبار أن هناك جنود إماراتيون وسعوديون فلماذا لم يقوموا بهذا العمل وتم تكليف الجنود السودانيون به نظرا لخطورته.



كما اعتمد برنامج "جو شو" على مقاطع فيديو من مواقع انترنت يستعين بها عادة كمواد أرسيفية يستخدمها لعقد مقارنات بين آراء الشخصيات المختلفة بين الماضي والحاضر ففي حلقة "تحدي عشر سنين" أورد البرنامج مقتطف فيديو للإعلامي المصري أحمد موسى سخر فيه مقدم البرنامج يوسف حسين

من مواقف الصحفي التي تتغير وتتشكل بتغير النظام السياسي في مصر حيث يؤيد أحمد موسى دون مناقشة سياسات كل حكام مصر المتعاقبين على كرسي الرئاسة وفيما يلي صورة توضح ذلك.



واستعان برنامج "جو شو" بمقتطفات فيديو من أغاني وأفلام ومسلسلات حاول من خلالها إحداث نوع من المحاكاة الساخرة بين مواقف حقيقية حدثت لسياسيين ومواقف كوميدية صُورت في أحداث مسلسل أو أغنية بهدف إثارة الضحك و التسلية ومن أمثلة ذلك اعتماد البرنامج على مقطع فيديو في حلقة شعب كروش من فيلم للممثل سمير صبري يظهر فيه وقد وقع له حادث سير حيث اصطدمت دراجته بسيارة سيدة ، وبطريقة كوميدية مضحكة يقوم الممثل سمير صبري بلعب دور المغمي عليه حين رأى السيدة التي صدمته وقد شبه مقدم البرنامج "جو شو " هذا المشهد التمثيلي بخبر مرور سيدة بالصدفة (كما زعم الاعلام المصري) أمام موكب الرئيس السيسي مما جعله يترجل للحديث معها وإهدائها حافلة نقل بعد نقاش دار بينهما وفيما يلي صورة توضح ذلك.



جو شو _ الموسم الثالث _ الحلقة الرابعة والعشرون _ شعب كروش

إن لقطات الفيديو الحية المصحوبة بالصوت هي من أقوى الوسائط تأثيراً في العملية الاتصالية إذ يحتوي على كل العناصر من صورة وصوت ونص فضلاً عن الحركة بإمكان القائم بالاتصال دمج لقطات فيديو مختلفة بغرض تحقيق هدف ما مما يجعله أكثر جاذبية وتأثيراً. (حسن، 2016، صفحة 147)

وهو ما يؤكد أن لمقاطع الفيديو دور كبير في التأثير على المتلقي مما يرسخ في أذهانهم توجهات معينة تجاه الشخصيات المختلفة ويجعل المعلومة تترسخ لديهم من خلال ربطها مباشرة بمضمون الفيديو.

وهو الأمر الذي أكده سامي الشريف وسعيد السيد حيث أشارا في دراستهما أنه عندما يظهر شريط فيديو على الشاشة، فإن الكلمات يجب أن ترتبط بالصورة، بمعنى أنه يجب أن يكون هناك توافق بين الصوت والصورة في عرض القصة التلفزيونية وقد يكون الصمت جزءاً من النص التلفزيوني إذا كانت الصورة كفيلة وحدها بعرض المعاني المراد توصيلها للمشاهد. (السيد و الشريف، 2005، صفحة 164)

كما تتفق نتائج هذه الدراسة التحليلية مع ما جاءت به نتائج دراسة عبد اللطيف حيدر المعنونة بـ "البرامج السياسية الساخرة في شبكة الجزيرة: فاعلية الخطاب النقدي وآليات اشتغاله"؛ مؤكدة لنتائج الدراسة الحالية حيث توصل الباحث أن الفيديوهات والمواد المرئية جاءت على رأس طرق العرض المستخدمة في

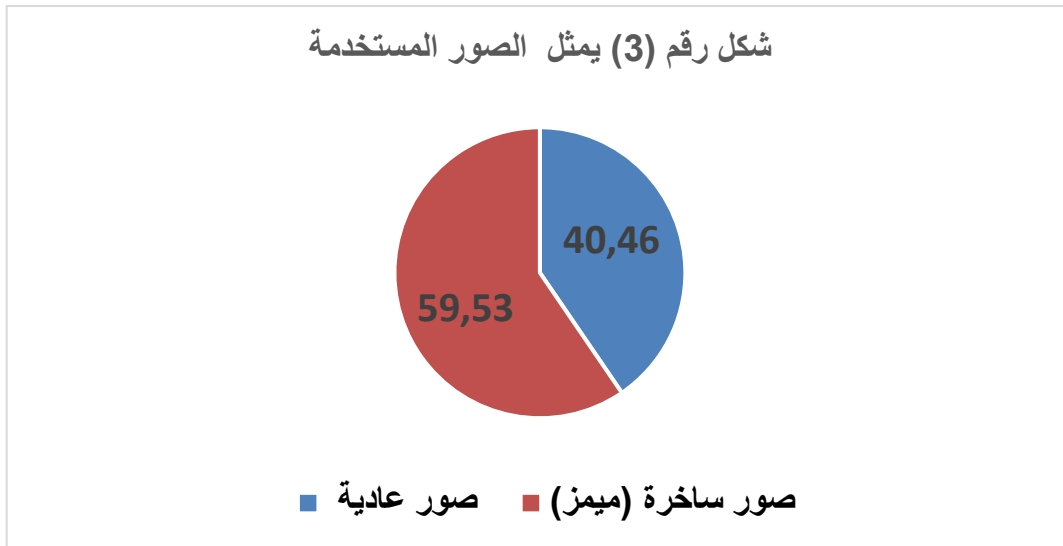
البرنامجين عينة الدراسة؛ حيث جاءت في برنامج "فوق السلطة" بنسبة 70 %، مقابل 65 % في برنامج "السليط الإخباري". (عبد اللطيف ، 2019 ، صفحة 6)

ب. الصور المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر "جو شو"

جدول رقم (7) يمثل فئة الصور المستخدمة في برنامج "جو شو"

النسب المئوية	التكرارات	الصور المستخدمة
40.46%	1050	صور عادية
59.53%	1545	صور ساخرة (مميز)
100%	2595	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن الصور الساخرة (المميز) سجلت أعلى نسبة في الصور المستخدمة في بث برنامج "جو شو" محتلة المرتبة الأولى بنسبة 59.53% في حين احتلت الصور العادية المرتبة الثانية بنسبة 40.46%. والشكل الموالي يوضح ذلك.



من خلال قراءة الباحثة لنتائج الجدول أعلاه تبين أن طرق العرض الأكثر استخداما في برنامج "جو شو" هي الصور الساخرة أو كما يطلق عليها (المميز). وهو نسبة طبيعية قياسا بطبيعة البرنامج الساخرة وهو ما توصل إليه ضياء مصطفى في دراسته حول التحريض السياسي في البرامج الساخرة حيث

أكد أن البرامج التلفزيونية تعتمد في تقديم الأساليب الساخرة على مجموعة من الفنون الإعلامية من أجل تحقيق الفهم للمضمون وتقريبه للمتلقي من أجل السعي لغرس ثقافة التحريض السياسي وجاءت بنسبة كبيرة فئة الصور والكوميكس تليها الطرق الأخرى. (ناصر ، 2018، صفحة 288) .

ومن أمثلة الميمز الذي رصدتها الباحثة أثناء تحليلها لحلقات الدراسة نجد هذا الميمز في حلقة تعديل الدستور الذي سخر من الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي حيث صور في هيئة ديك يجري وراء شخص ما وهي دلالة على ملاحقة نظام السيسي لكل شخص يود الترشح مع السيسي في انتخابات الرئاسة المصرية الأمر الذي حدث فعلا مع السياسيين سامي عنان وعبد المنعم أبو الفتوح، والصورة أدناه توضح ذلك.



ومن أمثلة اعتماد برنامج جو شو على الصور الساخرة (الميمز) أيضا ما جاء في حلقة السيسي في دقيقتين حيث توضح الصورة أدناه الصحفي المصري نشأت الديهي في شكل ميمز، إذ صوره البرنامج على هيئة عفريت خارج من مصباح سحري وفي الصورة إشارة إلى سخرية مقدم البرنامج من تعليق الإعلامي المصري نشأت الديهي حول طريقة اخراج برنامج "جو شو" وعدم معرفته باسم مقدمه رغم أن البرنامج يعتبر من أشهر البرامج الساخرة في المنطقة العربية، وقال يوسف حسين أنه بإمكانه إخراج نشأت الديهي حتى من مصباح سحري دلالة على سهولة إيجاد الديهي عبر أي وسيلة وهو يصرح بما يخدم مصلحته و النظام الذي يؤيده . والصورة أدناه توضح ذلك.

إن ما يجعلنا نعيش عصر الصورة، والعالم أصبح مجرد صورة نقلا عن صورة، على حد تعبير "جان بودريار" وهو أحد أبرز المنظرين المعاصرين حول وسائل الإعلام والاتصال، "لقد أصبحنا في عالم تهيمن عليه الصورة والواقع في خلفيتها، لم تعد هناك صورة وأصل، بل صور ذات أصول متعددة. (قرش، 2016، صفحة 177)



لقد أصبح التلفزيون بفضل اشتغاله بالصورة المؤسسة الاتصالية الأفضل دون منازع، والتي تعمل على إنتاج وتوزيع الرموز والقيم، لما تشتمل عليه الصورة التلفزيونية من خصائص، فالصورة ليست مجرد شكل يقدم للمستهلك في قالب جمالي يستوفي الشروط التي تجعله على درجة كبيرة من الجاذبية والإغراء بل هي إنها مادة مكتنزة بالخطابات والرسائل والدلالات. (قرش، 2016، صفحة 178)

وقد أثبتت الدراسات الأكاديمية أن الكلمات وحدها لا يمكنها منافسة الصورة حتى لو كان النص المستخدم قد عولج بشكل مبالغاً فيه لجذب انتباه المشاهد، فقد أشارت نتائج أحد البحوث الأمريكية إلى أنه كان في مقدور عدد كبير من المشاهدين تذكر الأفلام المصاحبة لأبناء الحرب الفيتنامية أكثر من قدرتهم على تذكر نص الخبر نفسه. المثير في الأمر أن معظم الأفلام التي عرضت كانت من الأرشيف وتمثل مظاهر عامة للدمار التي يمكن أن تسببها أي حرب مثل بعض المنازل المتهدمة أو الطائرات المغيرة تماما مما لا يتصل مباشرة بموضوع الخبر. (السيد و الشريف، 2005، صفحة 164)

تملك الصورة في التلفزيون وظيفة إيحائية إذ تعتبر معطى غير منتهي المعنى، بمعنى أن
ها لا تبوح بكل ما تملكه، فتوحي للمتلقي بجملة من الإيحاءات المرتبطة بمرجعياته العاطفية
والاجتماعية وبلا وعيه ومن هذه الإيحاءات يصوغ المتلقي تأويلاته لها. إن التلقي بواسطة العين أكثر
رسوخا في اللاوعي من تلقي النص المقروء أو المسموع، كما أن صورة واحدة تستطيع أن تختزل قضية
كبيرة، يحتاج التعبير عنها مقالا مطولا أو كتابا، ونظرة واحدة إلى الصورة تخلق فضاءات دلالية وإيحاءات
رمزية ترسم أفاقا فكرية ومعرفية. (قرش، 2016، صفحة 179)

ويستوحي الرسام فكرته من أفكار الجمهور الذي يوحي له بموضوع الصورة الساخرة، وتتضمن
الرسوم الساخرة الرسم الكاريكاتيري وهو تصوير للأشخاص فيه فكاهاة يحسم ملامحها الواضحة ويبالغ في
إبراز ما يتميزون به. يعتمد المبالغة في إبراز أو إظهار خصوصيات أشخاص أو أشياء تبدو مضحكة.
ويكون هدف الكاريكاتير بشكل عام تنشيط ذاكرة القارئ. (الدليمي إ.، 2000، صفحة 256)

ومن الأمثلة التي رصدتها الباحثة أثناء دراستها التحليلية ما جاء في حلقة "الحلقة الأخيرة" من
الموسم الثالث حين صور مُعدُّ البرنامج الصحفي المصري عزمي مجاهد وكأنه عبد يباع في سوق
النخاسة وهو الموضوع الذي ناقشه الصحفي ذاته مع الكثير من الضيوف من ضباط شرطة متقاعدين و
محللين سياسيين حين صرحوا للشعب المصري أن الرئيس السيسي هو الأنسب لقيادة البلد و أن محاولتهم
الانقلاب عليه أو تغييره فالنتائج ستكون وخيمة ومنها أن المواطنين سيتقاتلون فيما بينهم وأن نساء مصر
سيباعون في سوق النخاسة وهو الأمر الذي سخر منه البرنامج بتصوير كاريكاتيري يستهزئ من هذا
الصحفي وجميع من صرح بتلك التصريحات وقال مقدم البرنامج يوسف حسين أنه يوافق على بيع عزمي
مجاهد لأنه دون فائدة. وفيما يلي صورة توضح ذلك.



إضافة إلى العديد من الأمثلة الأخرى التي أدت نفس الغرض الساخر حيث رصدت الباحثة رسما كاريكاتيريا ساخرا يسخر فيه مصوره من اللواء الليبي المقاعد السراج حيث اشتهر بتصريح واحد على مدار سنوات حيث يقول أن ساعة الصفر قد حانت لبدء الهجوم وفي تصريح جديد له كرر نفس الجملة وضجت وسائل التواصل الاجتماعي بتحليلات أرجعت بعضها أن اللباس الصيفي الذي ظهر به السراج قد يشير الى أن ساعة الصفر ستكون في الصيف في حين أشار محللون آخرون الى فرضية أن الفيديو المنسوب للسراج قد يكون قديما وبث حديثا أي في فصل الشتاء مما جعل رسام الكاريكاتير يصور السراج يسبح في مسبح لمدينة ألعاب وفي ذلك اشارة ساخرة الى هذا العسكري الذي يصرح لكنه لا ينفذ تصريحاته مما جعله مادة للاستهزاء من طرف رواد مواقع التواصل الاجتماعي و كذلك برنامج "جو شو". وفيما يلي صورة توضح ذلك.



بالنسبة للصور العادية فقد أخذت هي الأخرى حيزا كبيرا من اهتمام البرنامج كما توضحه نتائج الجدول أعلاه وقد أشار هلال الدليمي أن الصورة تخلق مستويات اقناع وتأثير على المشاهد أكبر من الكلمات، وغالباً لا تحتاج إلى تفسير وفي هذه الحال فإن كفة ميزان الصورة ترتفع عن كفة ميزان النص أو التعليق على شاشة التلفزيون، بتعبير آخر إن الصورة بإمكانها نقل ما ترغب به دون الحاجة إلى تعليق وهذا الأمر لا يرجع إلى خصائص التلفزيون فقط وإنما إلى الأحداث التي من المقرر عرضها بواسطته إذ ليس من الضروري أن يقتصر الاتصال على استخدام الرموز، بل من الممكن أن يتم الاتصال عن طريق استخدام المعاني الكامنة أو اللقطة الصامتة التي تنقل معلومات أساسية ومهمة تثيرها الصورة. (الدليمي إ.، 2000، صفحة 253).

إن الصورة الكاريكاتيرية الساخرة أو الميمز لا تستح من الوظيفة التواصلية البلاغية للخطاب، مثل الكثير من الصور الأخرى فهدفه في النهاية هو إحداث مفارقة مضحكة حيناً ومحزنة حيناً آخر، من خلال الجمع بين (اللغة) وعناصر الرسم (البصري)، وهي بذلك تتصف بكونها ذات طبيعة مكانية - زمنية (تتابعية) تمتزج فيها رسائل الخطاب في جانبها البصري بعضها بعضاً في الجانب اللغوي (التعليق)،

وبذلك يشكل الكاريكاتير أحد أنواع الخطاب الاعلامي الذي يجمع بين الكلام (اللغة) والرسم ، ويبنى على اساس مفارقة التورية التي تقوم عليها السخرية. (الربيعي، 2017، صفحة 110)

في سياق معاكس استخدم برنامج جو شو ما سماه أكرم فرج الربيعي في كتابه "الخطاب الاعلامي وتكتيك استعمال مفارقة التورية - ما سماه- التضليل بالصورة، إما في طريقة التقاطها، أو تغيير مضمونها، والتحكم في الألوان، أو إضافة صور أشخاص أو أشياء أو حذفها، أو يتم الادعاء بأن هذه الصور تمثل الواقع بينما هي مصنعة لتعطي انطباعاً معيناً. (الربيعي، 2017، صفحة 169) حيث اقتطع البرنامج جزءاً من كلام المذيعة المصرية بسمه وهبة في إحدى حلقات برنامجها حين استضافت الإعلامي نشأت الديهي وكان يتهم على برنامج "جو شو" حين يظهر جو شو بسمه وهي تقول كلمة سمعتو؟ فاستخدم مذيع البرنامج هذه الكلمة للتهكم على المذيعة التي تؤيد نشأت الديهي، لكن وبعد مشاهدة الحلقة كاملة على يوتيوب تأكدت الباحثة أن المذيعة لم تكن تقصد برنامج جو شو بقولها وأن جو شو اقتطع هذه الجملة لاستخدامها ضد بسمه وهبة وإحداث نوع من الضحك والسخرية لا غير. يمكنك الاطلاع على هذا

المقطع من خلال هذا الرابط. <https://2u.pw/150Dzhy>

لا يخلُ خبر أو مضمون عالجه برنامج "جو شو" إلا وكانت الصور مصاحبة له بداعي لفت انتباه المتلقي أو ترسيخ المعلومة أو شرحها أو وصفها وغير ذلك من أهداف القائمين على البرنامج. ومن الأمثلة التي رصدتها الباحثة ما جاء في حلقة تحدي العشر سنين حين بث البرنامج صورة الصحفي السعودي جمال خاشقجي الذي اغتيل في سفارة بلده في تركيا فكانت صورة عادية تحمل إشارة سوداء في أعلى زاويتها دلالة علة وفاته وقد وظفها البرنامج للتعريف بهذه الشخصية لمن يجهلها كذلك للتذكير بحادثة اغتياله في تحد عشر سنين الذي شكل ترند في ذلك الوقت حيث يعرض الأشخاص ما حدث لهم خلال عشر سنين الامر الذي جعل برنامج "جو شو" يشارك في الترند من خلال تلخيصه لأحداث حدثت في

المنطقة العربية و كان من بينها اغتيال الصحفي جمال خاشقجي على يد المخابرات السعودية. والصورة أدناه توضح ذلك.



بالإضافة إلى العديد من الصورة العادية الأخرى التي أدت نفس الغرض وفيما يلي تجميع من مجموعة من الحلقات عينة التحليل.





ت. فئة طرق العرض الأخرى المستخدمة في برنامج "جو شو"

جدول رقم (8) يمثل طرق العرض الأخرى المستخدمة في برنامج "جو شو"

النسب المئوية	التكرارات	طرق عرض أخرى
90.58%	10500	شريط اخباري
0.12%	15	وثائق رسمية
7.76%	900	غرافيكس
0.26%	31	خرائط
1.25%	145	استوديو Show
100%	11591	المجموع

تبعاً لمعطيات الجدول أعلاه تبين أن برنامج "جو شو" يعتمد في عرض مضامينه بشكل كبير على

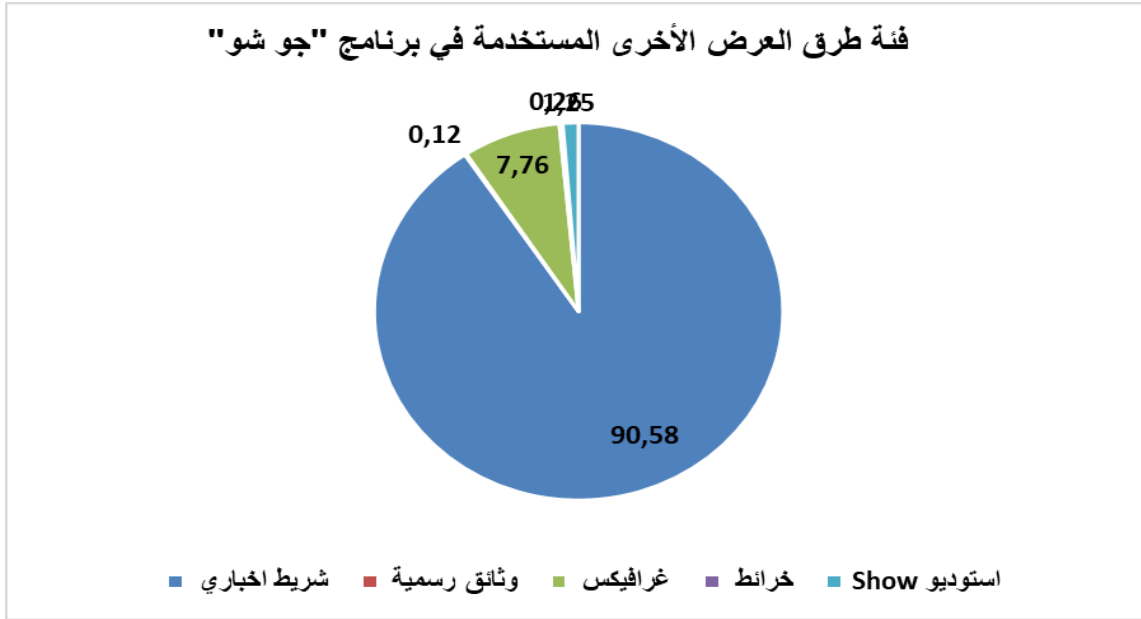
الشريط الاخباري الذي يظهر أسفل الشاشة، حيث احتل المرتبة الأولى بنسبة 90.58% فيما احتلت فئة

الغرافيكس المرتبة الثانية بنسبة 7.76% واحتل المرتبة الثالثة العرض داخل الاستوديو (SHOW) بنسبة

1.25% فيما سجلت فئة الخرائط نسبة 0.26% وحازت فئة الوثائق الرسمية على المرتبة الخيرة بنسبة

0.12%. والشكل الموالي يوضح ذلك.

شكل رقم (4) يمثل طرق العرض الأخرى المستخدمة في برنامج "جو شو"



يعرف قاموس اكسفورد الشريط الاخباري (subtitles) بأنه عنوان فرعي أو حاشية سينمائية لترجمة الفيلم ويعرفه عبد النبي خزعل أستاذ التحرير الاذاعي والتلفزيوني في كلية الاعلام ببغداد بأنه "العناوين الموجزة للأخبار التي تظهر كنصوص متلفزة أسفل الشاشة على شكل شريط متحرك وهي أيضا عناوين فرعية لأخبار مهمة تتصف بالإيجاز وعنصري الاثارة والأهمية." (الكعبي و عبد الرحمن، 2008، صفحة 113)

يبدو جليا أن خاصية الشريط الاخباري **Subtitle** كما يحمله الاسم هي من التقنيات التي تُعنى بالأخبار إلا أن برنامج "جو شو" استخدم هذه التقنية في منحى آخر حيث اعتمد البرنامج على كتابة كلام الشخصيات التي تتحدث في محتوى البرنامج ومما لا شك أن هذا الأمر لم يكن اعتباريا أو دون فائدة بل له عدة دلالات قد رصدتها الباحثة في النقاط التالية:

1. يقوم الشريط الاخباري الذي يظهر في برنامج جو شو بوظيفة دلالية توضح للمشاهد كلام الشخصية بإعادة كتابتها في شكل جمل وبخط كبير وباستخدام ألوان كثيرة حسب الحاجة.

2. يركز الشريط الاخباري في برنامج جو شو على كلام السياسيين والإعلاميين بشكل خاص من خلال التأكيد عليه وتكراره.

3. يفضح برنامج جو شو تصريحات السياسيين والإعلاميين من خلال إعادة تصريحاتهم من خلال كتابتها أسفل الشاشة لتظهر للمشاهد مدى سخافتها أو كذب أو تناقضات المتحدث.

4. في مرات قليلة أيضا يعمل الشريط الاخباري في برنامج جو شو على إعادة كلام بعض مذيعي الاخبار أو تصريحات بعض الخبراء السياسيين أو غيرهم حتى يؤكد على الخبر أو المعلومة فقط دون الإيحاء بأي دلالة ضمنية أخرى.

5. قد يؤدي الشريط الاخباري وظيفته ترجمة المحتوى المعروض على الشاشة الناطق بلغة أجنبية غير العربية.

وفيما يلي صورة مأخوذة من حلقة مصر في العالم الافتراضي يؤدي الشريط الاخباري الذي يظهر أسفل الشاشة دور المترجم فيها حيث تظهر في هذا الفيديو نشرة أخبار في قناة أجنبية ناطقة باللغة الإنجليزية ويقوم معد البرنامج بترجمة الخبر - الذي كانت تتحدث عنه المذيعة - باللغة العربية الفصحى حتى يفهم المشاهد العربي مغزى الخبر وتداعياته.



ومن الأمثلة التي رصدتها الباحثة في حلقة **السياسي في دقيقتين** هو بث قناة تلفزيونية عراقية خبرا عن المتظاهرين العراقيين ليخرج مسؤول في الحكومة العراقية ويصرح بأن رجال الشرطة والأمن هم في وضع دفاع وليسوا في وضع هجوم ولذلك سهل اختراق خطوطنا ، الأمر الذي استدعى سخرية **جو شو** من هذا التصريح من خلال إعادة كتابة محتوى التصريح وتلوين الكلمات التي رآها البرنامج تدعو للسخرية باللون الأحمر حتى يتم التركيز عليها جيدا من قبل المشاهد و يفهم مضمونها باعتبار أن اللون الأحمر من الألوان القوية التي تجلب الانتباه وتساءل **جو شو** بسخرية إن كان تعامل الأمن العراقي بهذه الوحشية ضد المتظاهرين السلميين ووقوع جرحى و قتلى و اعتقالات فكيف سيكون الوضع الهجومي إذن و ماورد في العديد من حلقات البرنامج خاصة أثناء خطابات الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي حيث يتعمد برنامج "جو شو" إعادة كتابة كلام الرئيس ليوضح للمتلقي مدى تلثم السيسي و عدم فصاحته و يظهر هذا في عدم تناسق جملة وعدم وضوحها و الصورة أدناه توضح ذلك.



إن تكامل واندماج التلفزيون وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات خلق أفقا جديدة لثقافة الصورة، فزادت وسائطها وتوسعت مجالات تأثيرها، نتيجة استفادة التلفزيون من التقنية الرقمية، وما تطرحه من تطبيقات تزيد من فاعلية التلفزيون في أداء وظائفه، بما تصفيه من تشويق وجاذبية للصورة التلفزيونية التي تجتاح عالمنا اليوم.

إن الوظائف التي يؤديها الشريط الاخباري كما حورها واستخدمها فريق برنامج جو شو تؤكد دور القائم بالاتصال في تأطير المحتوى الإعلامي بما يتماشى والأطر الإعلامية التي يتبناها حيث يظهر جليا إطار الصراع حول السلطة الذي يعمل برنامج جو شو في كل حلقة على ايضاحه للمتلقي من خلال التركيز على الصراعات التي تدور في المنطقة العربية حول تغيير أنظمة الحكم وخروج الشعوب في مظاهرات تكاد تكون يومية للمطالبة بالديموقراطية والعدالة الاجتماعية ومن أمثلة ذلك أيضا تركيز البرنامج على تأكيد الفساد و عدم ثقة المواطن في المسؤولين. ومما يؤكد هذا الطرح استخدام البرنامج لتقنية الشريط الاخباري في إعادة كلام مواطن تونسي اشتهر عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهو يردد جملة **بن علي هرب... بن علي هرب** في إشارة إلى هروب الرئيس التونسي زيد العابدين بن علي المخلوع إلى السعودية بعد مطالبات شعبية يعزله وتنحيته من منصبه ومما يلاحظ في هذا الشريط الاخباري كتابة كلمة "هرب" مكررة باللون الأحمر دلالة على أهمية هذا الخبر وتبعاته على المشهد السياسي التونسي وكذا العربي ومآلات ثورات الربيع العربي التي كانت التجربة التونسية نموذجا ومفجرا لها. والصورة أدناه توضح ذلك.



إضافة إلى ذلك استخدم برنامج "جو شو" الساخر تقنية **الغرافيكس** كطرق عرض أخرى مساعدة في بث مضامينه بنسبة 7.76% وهي نسبة قليلة مقارنة باستخدامه لبقية وسائل العرض وباعتباره برنامجا

ذو طبيعة ساخرة، وتُرجع الباحثة السبب وراء ذلك إلى اهتمام البرنامج بالمضمون على حساب الشكل الإخراجي.

رغم ما توليه برامج أخرى ساخرة من أهمية بالغة في استخدام فن الغرافيكس نظرا للفرجة الذي يحققها هذا الفن وتأثيره الكبير في جلب انتباه المتلقي.

ومن أمثلة ذلك ما جاء في حلقة تحدي عشر سنين حيث تظهر الإعلامية المصرية سناء وبجانبا الرئيس السيسي على شكل ملاك بجناحين مطلقا أمام رأسها ويقوم بتحقيق كل أحلامها وهو عبارة عن موشن غرافيكس متحرك استعان به مخرج البرنامج كي يسخر من تصريحات الإعلامية بخصوص قرار الدولة إلزام المواطنين على طلاء بناياتهم غير مكتملة البناء أصلا حيث تظهر الإعلامية وهي تدافع عن قرار الدولة وتتفاجأ أن الرئيس السيسي قد حقق لها هذه الأمنية باعتبار أنها سئمت من رؤية المباني غير المطلية عكس ولاية مونت كارلو التي كنت تقطن فيها سابقا وهو تشبيه سخر منه "جو شو" باعتبار أنه لا يمكن مقارنة مدينة صغيرة يبلغ عدد سكانها آلاف نسمة و بين دولة بحجم مصر شارف عدد سكانها 100 مليون نسمة. والصورة أدناه توضح ذلك.



لقد أحدث التداخل المتنامي بين ثورة التكنولوجيا وثورة المراثيات هيمنة على تطلعات المتلقي ورسائل المرسل/القائم بالاتصال وذلك بفعل ما ينتجه من قيم وآثار على المشهد الحضاري ككل في العالم المعاصر ويلجأ المخرج إلى هذه التقنيات بغرض إدخال عنصر التشويق البصري من خلال الابهار التقني والفني الذي تتمتع به هذه التقنيات ومنعا للرتابة والملل اللذان قد يصيبان المتلقي أثناء تعرضه للبرنامج.

ومن الأمثلة التي رصدتها الباحثة أيضا في سياق تحليلها لعينة الدراسة ما بثه البرنامج في حلقة إرهاب تافه حيث استعان مخرج البرنامج بمونشن غرافيكس (غرافيكس متحرك) عبارة عن أصابع يد كبيرة تظهر وتتحرك وراء مقدم البرنامج "يوسف حسين" في محاكاة ساخرة مع مضمون خبر بثه البرنامج حول تصريحات لقائد عسكري من جماعة الحوثي يظهر وراءه شخص يقوم بنفس الحركة مما جعله يبدو بشكل مضحك.



جو شو _ الموسم الرابع _ الحلقة 10 _ إرهاب

يستخدم العاملون في التلفزيون وسائل إيضاح كالغرافيكس التي تهدف إلى زيادة قدرة المشاهد على الاستيعاب سيما إذا جرى توضيحها بشكل جيد وباتت متجانسة مع تعليق المذيع.

وهي رسوم أو صور يتم إنتاجها باستخدام الحاسوب وبمساعدة برامج خاصة لهذا الغرض، وتشمل الرسومات التوضيحية سواء كانت بيانية أو رسوم متحركة أو صور حقيقية عالية الجودة، حيث يتم تصميم

الرسوم أو الصور التي توضح أو تجسد أو تدعم ما جاء في مضمون البرنامج، حيث يقول فيليب ميغز "ربما واجهت الرسوم الإيضاحية المتلفة أكبر تحد لها في حرب الخليج فالحرب كانت امتحانا لقدرة وسائل الإعلام على نقل الأخبار وصياغتها وقدرة الحكومات الأمريكية والعراقية على صياغة الأخبار والتحكم فيها، وقد وضعت الرقابة ضغطاً على التصاميم الإيضاحية لنقل المعلومات ودعم الأخبار، فالخرائط ونماذج الميادين القتالية والرسومات الإيضاحية لأنظمة الأسلحة ساعدت المذيعين والخبراء على تفسير الحرب وبذلك بلغت التصاميم الإيضاحية التلفزيونية في حرب الخليج عام 1991 سن الرشد. (الدليمي إ.، 2000، الصفحات 249-250)

من خلال تحليل الباحثة لعينة الدراسة رصدت أمثلة كثيرة أخرى عن استخدام البرنامج لتقنية الجرافيكس ومنها ما ورد في حلقة **Best of** حيث صور البرنامج أحد السفراء المصريين صرح في إحدى القنوات التلفزيونية عن استنكاره لسياسات السيسي الاقتصادية وتساءل عن مصير أموال البترول والغاز مما جعل الأمن المصري يعتقله وهي الحادثة التي صورها "جو شو" في شكل جرافيكس ساخر وكأن السفير عبارة عن نملة ستدخل إلى بيتها كما توضحه الصورة أدناه.



في سياق آخر يبرز عرض **Show** داخل الاستوديو كأحد طرق العرض المساعدة للبرنامج الساخر "جو شو" حيث اعتمد مقدم البرنامج على امكانياته الخاصة في الاستعراض والتمثيل من أجل توصيل فكرة المحتوى الذي تعالجه حلقات البرنامج ومن بين الأمثلة الكثيرة التي رصدتها الباحثة ما ورد في حلقة

"السيبي في دقيقتين" حين استعان يوسف حسين ببعض الاكسسوارات إضافة قدرته على الغناء واستعراض بعض الحركات التي تحاكي الحركات التي يقوم بها مغني الراب حيث قدم "يوسف حسين" أغنية يسخر فيها من تصريحات السيبي بشأن إنجازاته العظيمة لمصر.



كما رصدت الباحثة في حلقة **شعب كروش** مقدم البرنامج يوسف حسين وهو يقوم بأداء دور تمثيلي باستخدام غطاء نوم يسخر في هذا المشهد من اللواء المصري **محمود منصور** الذي صرح لإحدى القنوات التلفزيونية أن الشعب المصري يعيش حياة سعيدة ولا توجد لديه أي شكاوى وأن كل الشعب المصري يستهلك وجبة عشاء محترمة قبل النوم حينها قاطعه الصحفي **تامر أمين** وقال له: **لأ يا أستاذ هو إنت بتبات معاهم؟ فأجابه الضابط بقوله نعم.**

ومن هذا المنطلق جاءت فكرة المشهد التمثيلي حيث سخر **يوسف حسين** من هذا الضابط حين أوحى يوسف حسين للمشاهد أن أحدهم يقوم بإزالة الغطاء عنه معتقدا أنها قد تكون زوجته لكنه يتفاجأ حين يرفع رأسه ليجد الضابط ويدخل في حالة دهشة فيسأله بطريقة ساخرة: **سيادة اللواء محمود منصور؟ إنت ورايا من امتي؟** في إشارة إلى تصريح الضابط عن مبيته مع الشعب المصري في بيوتهم.



3. فئة اللغة المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر "جو شو"

أ. فئة اللغة العربية ولهجاتها

جدول رقم (9) يمثل اللغة العربية ولهجاتها المستخدمة في برنامج "جو شو"

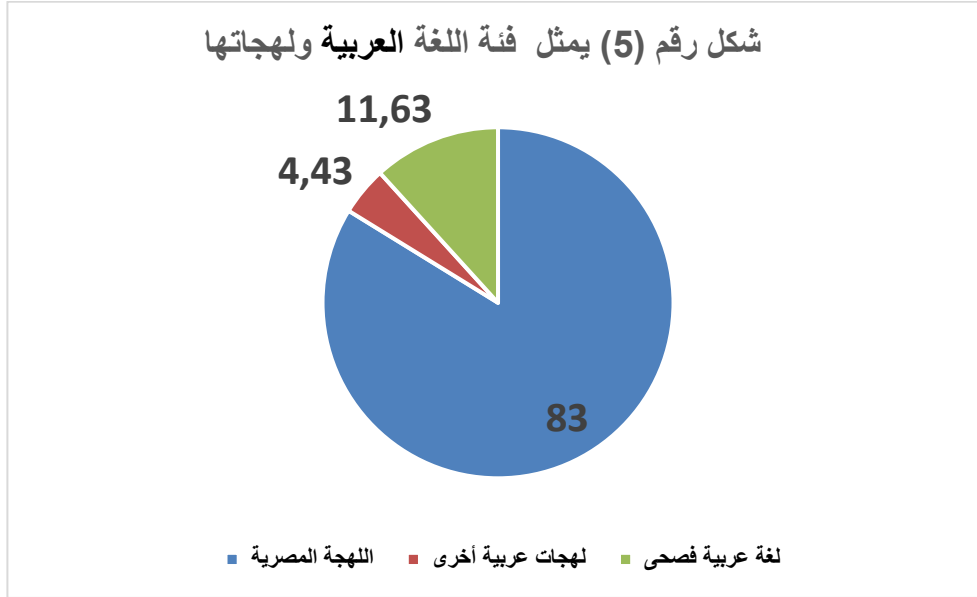
النسب المئوية	التكرارات	اللغة العربية ولهجاتها
83.93%	13256	اللهجة المصرية
4.43%	700	لهجات عربية أخرى
11.63%	1837	لغة عربية فصحي
100%	15793	المجموع

توزعت مجموع التكرارات لفئة اللغة العربية ولهجاتها المستخدمة في برنامج "جو شو" على ثلاث

مرات، إذ جاءت فئة اللهجة المصرية في المرتبة الأولى بنسبة 83.93%، وحازت فئة اللغة العربية

الفصحى على 11.63%، وحلت فئة اللهجات العربية الأخرى على المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة مئوية

قدرت بـ 4.43%. والشكل الموالي يوضح ذلك.



يلاحظ من خلال معطيات نتائج الجدول أعلاه أن اللهجة المصرية قد حازت على أكبر تكرار و هي بذلك تمثل اللهجة التي اعتمد عليها برنامج "جو شو" في تقديم مضامينه الساخرة وترجع الباحثة السبب في ذلك إلى أن جنسية مقدم البرنامج "يوسف حسين" مصرية ورغم أن قناة التلفزيون العربي التي تبث البرنامج هي قناة عربية تحمل كل جنسيات العالم العربي إضافة إلى توجهها العربي، إلا أن لهجة العرض هي المصرية منذ بداية عرض البرنامج وطوال مواسمه، إضافة إلى كون اللهجة المصرية أشهر و أسهل اللهجات العربية فهما و تداولاً نظراً لارتباط المشاهد العربي بالإنتاج السينمائي و التلفزيوني المصري عبر عقود كثيرة. أما فيما يتعلق باللغة العربية الفصحى فجاءت في المرتبة الثانية حيث تظهر فقط في حوارات و خطابات بعض الشخصيات السياسية و الإعلامية ورجال الدين الذين ظهروا في البرنامج.

وجاءت اللهجات العربية الأخرى ثالثاً وبنسبة أقل حيث تظهر على وجه الخصوص في بعض مقاطع الفيديو التي يستعين بها البرنامج للحديث عن حدث ما في الدول العربية ومن أمثلة ذلك ما جاء في حلقة جمهورية البطاطس التي ناقشت قيام الدولة المصرية في كل عام بإقامة المؤتمر الدولي للشباب حيث تستضيف القاهرة أزيد من 5000 شاب وشابة من مختلف الأقطار العربية لتقديم أسئلة للرئيس

عبد الفتاح السيسي إضافة إلى القيام بعدة نشاطات أخرى و من أمثلة ذلك تصريح لنانب في البرلمان اللبناني و اعلاميين سوداني و أردني والصور أدناه توضح ذلك.

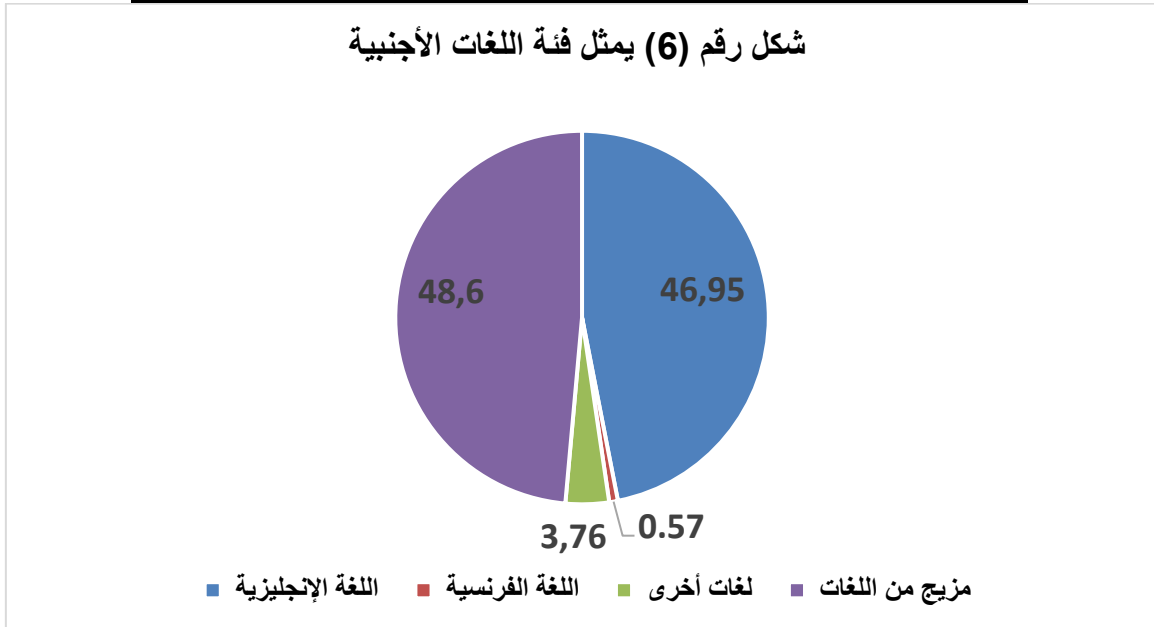


ب. فئة اللغات الأجنبية

جدول رقم (10) يمثل اللغات الأجنبية المستخدمة في برنامج "جو شو"

النسب المئوية	التكرارات	لغات أجنبية
46.95%	162	اللغة الإنجليزية
0.57%	2	اللغة الفرنسية
3.76%	13	لغات أخرى
48.69%	168	مزيج من اللغات
100%	345	المجموع

شكل رقم (6) يمثل فئة اللغات الأجنبية



توزعت مجموع التكرارات لفئة اللغات الأجنبية المستخدمة في برنامج "جو شو" على أربع مراتب، جاءت فئة مزيج من اللغات في المرتبة الأولى بنسبة 48.69% وحازت فئة اللغة الإنجليزية على نسبة 46.95% في المرتبة الثانية وجاءت فئة لغات أخرى على نسبة 3.76% في حين احتلت فئة اللغة الفرنسية المرتبة الأخيرة بنسبة 0.57%.

رصدت الباحثة من خلال تحليل عينة الدراسة أن استخدام اللغات الأجنبية كما جاء في نتائج الجدول أعلاه بسيط مقارنة باستخدام اللهجات فقد حازت اللغة الإنجليزية على المرتبة الأولى نظرا لاعتبارها

لغة العصر وقد وظفها برنامج جو شو من خلال بعض مقاطع الفيديو لتصريحات سياسيين دوليين أو بعض مقاطع من نشرات أخبار و برامج تلفزيونية أجنبية خدمة لمضمون ما ناقشه البرنامج و من أمثلة ذلك ما جاء في حلقة إرهاب تافه حيث استعان "جو" بمقتطف فيديو لنشرة أخبار ناطقة باللغة الإنجليزية بثت في قناة أجنبية تحدثت عن اتهام أحد السياسيين العرب واسمه جورج نادر بالتحرش الجنسي ضد الأطفال كما استعان البرنامج بمقتطف فيديو من برنامج تلفزيوني بث خبرا الكترونيا باللغة الانجليزية و الصور أدناه توضح ذلك.



كما ظهرت بعض اللغات الأخرى كالفرنسية والاسبانية وغيرها استخدمها البرنامج في شكل أغاني أو مقتطفات فيديو للسخرية من مضمون معين إضافة إلى رصد مزيج من اللغات خاصة عند مقدم

البرنامج اذ يستخدم بعض الكلمات الإنجليزية المتداولة شأنه شأن المواطنين العرب نتيجة تأثر المتلقي العربي بالثقافة الغربية أو قد يكون السبب نتيجة حتمية لما خلفه الاستعمار الغربي في الدول العربية.

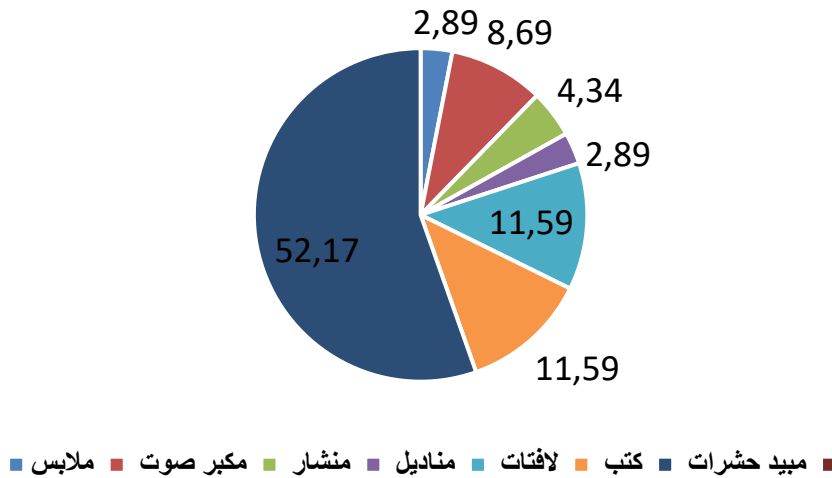
4. فئة الإخراج الفني للبرنامج التلفزيوني الساخر "جو شو"

أ. فئة الاكسسوارات

جدول رقم (11) يمثل فئة الاكسسوارات المستخدمة في برنامج "جو شو"

الاكسسوارات	التكرارات	النسب المئوية
ملابس	2	2.89%
مكبر صوت	6	8.69%
منشار	3	4.34%
مناديل	2	2.89%
لافتات	8	11.59%
كتب	8	11.59%
مبيد حشرات	4	5.79%
أخرى	36	52.17%
المجموع	69	100%

شكل رقم (7) يمثل فئة الاكسسوارات



توزعت تكرارات الجدول أعلاه على ست مراتب جاءت فئة الإكسوارات الأخرى في المرتبة الأولى بنسبة 52.17% في حين حازت فئتي اللافتات والكتب على المرتبة الثانية بنسبة 11.1%. وجاءت فئة مكبر الصوت في المرتبة الثالثة بنسبة 8.69% في حين حازت فئة مبيد حشرات على المرتبة الرابعة بنسبة 5.79% في حين جاءت فئة المنشار في المرتبة الخامسة بنسبة 4.34% وحازت فئتي ملابس ومناديل على المرتبة السادسة بنسبة مئوية قدرت ب 2.89%.

ينزع مقدم برنامج "جو شو" على اعتماد إكسوارات مختلفة في كل حلقة ولا يكتف بنوع واحد، وهذا راجع دون شك لتنوع مضامين الحلقات والموضوعات التي يعالجها البرنامج. ومن أمثلة ما رصدته الباحثة في حلقات الدراسة التحليلية استخدام يوسف حسن للمسدس تارة ولبطارية السيارة تارة أخرى وللمطرقة وغيرها وهذا ما توضحه الصور أدناه.



للأزياء والملابس حسب ضياء مصطفى قدرة كبيرة في تحقيق المزيد من الإثارة والمصادقية في الأعمال التلفزيونية حيث أنها تكمل الحركات والديكورات والأداء وتعكس مضامين متعددة ومتنوعة في كثير من المجتمعات وتؤثر فيها. كذلك الأمر بالنسبة للديكور الذي يلعب دوراً هاماً في خلق التأثيرات للمتلقي عن طريق إمكانياته وقدرته الواسعة في إبراز مظاهر مؤثرة في نفسية المتلقي لما يتضمنه الديكور من عناصر كثيرة ومفردات عدة من كتل وألوان وتراكيب متعددة تدخل في تكوين الشكل الذي يساعد في خلق كثير من الأجواء والمضامين ذات التأثير في المتلقي. (ضياء، 2014، صفحة 241)

ورغم بساطة الاكسسوارات التي يستخدمها برنامج "جو شو" بالمقارنة بباقي البرامج التلفزيونية الساخرة إلا أنها أثبتت أهميتها في تكوين المشهد البصري وإيصال الرسالة الساخرة ضمن معالجة البرنامج لمختلف المضامين خاصة السياسية منها ومن بين الاكسسوارات التي استخدمها مقدم البرنامج "يوسف حسين"؛ المنشار الذي أصبح أيقونة ضد النظام السعودي المتورط في مقتل الصحفي "جمال خاشقجي" في سفارة الرياض في تركيا، حيث نشرت تقارير أمنية أن الصحفي قد تم قتله ومن ثم نشره إلى أجزاء ثم إخراجها في أكياس من السفارة.

حيث قال نائب المدعي العام السعودي **شعلان الشعلان**، إن القتل حدث بأمر من رئيس فريق المفاوضات، الذي بعثه نائب رئيس المخابرات السعودية إلى اسطنبول لإعادة خاشقجي إلى المملكة "عن طريق الإقناع" وإذا فشل ذلك "بالقوة" وقال شعلان إن المحققين خلصوا إلى أن خاشقجي تم تقييده وحقنه بكمية كبيرة من المواد المخدرة، وأضاف أنه تم بعد ذلك تقطيع جثته وتسليمها إلى "متعاون" محلي خارج القنصلية للتخلص منها. (2022)

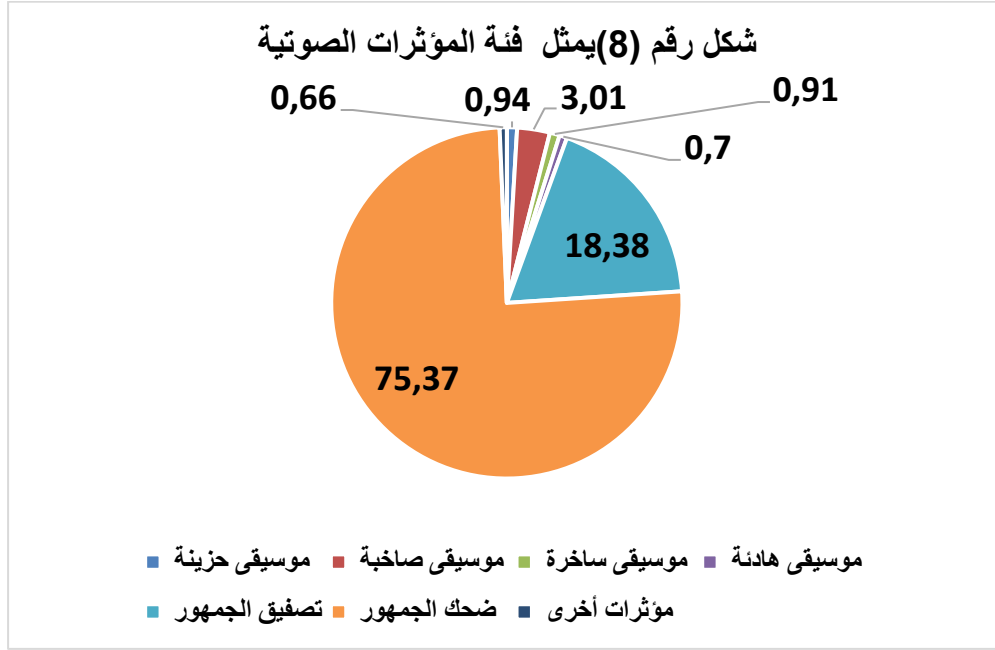
فأصبح بذلك المنشار لصيقاً بممارسات الاغتيال والقتل المتعمد للمتورطين في قتله ومن أمثلة ما رصدته الباحثة ما جاء في حلقتي "جمهورية البطاطس" و"معانا ولا مع الشيطان" والصور أدناه توضح ذلك.



ب. فئة المؤثرات الصوتية

جدول رقم (12) يمثل فئة المؤثرات الصوتية المستخدمة في برنامج "جو شو"

الترتيب	النسب مئوية	التكرارات	المؤثرات الصوتية
4	%0.94	27	موسيقى حزينة
3	%3.01	86	موسيقى ساخبة
5	%0.91	26	موسيقى ساخرة
6	%0.70	20	موسيقى هادئة
2	%18.38	525	تصفيق الجمهور
1	%75.37	2152	ضحك الجمهور
7	%0.66	19	مؤثرات أخرى
	%100	2855	المجموع



توزعت مجموع تكرارات فئة المؤثرات الصوتية المستخدمة في برنامج "جو شو" على سبع مراتب حيث جاءت فئة ضحك الجمهور في المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت بـ 75.37% تلتها فئة تصفيق الجمهور في المرتبة الثانية بنسبة 18.38% وحازت فئة الموسيقى الصاخبة على نسبة 3.01% محتلة المرتبة الثالثة في حين جاءت فئة موسيقى حزينة في المرتبة الرابعة بنسبة 0.94% بينما حازت فئة موسيقى ساخرة على المرتبة الخامسة بنسبة 0.91% وجاءت فئة موسيقى هادئة في المرتبة السادسة بنسبة 0.70% في حين حازت فئة المؤثرات الأخرى على المرتبة السابعة و الأخيرة بنسبة 0.66%.

تعتبر المؤثرات الصوتية حسب سامر طه سالم "من أهم العوامل التي تعطي اللمسة الواقعية والاحساس بالحياة، بل تعاون المخرج في إعطاء العمق للصورة لذا فان الفن السينمائي عموما يوظف المؤثرات. (سالم، 2020، صفحة 228)

من خلال نتائج الجدول أعلاه يمكننا القول إن برنامج "جو شو" يستخدم صوت ضحك الجمهور في المرتبة الأولى مقارنة بباقي المؤثرات غير أن الباحثة لاحظت أن أصوات الضحكات هذه لا تتغير في كل حلقة رغم أن البرنامج تعرض لانتقاد في هذه النقطة إذ اتهمه الإعلامي المصري بتشغيل أصوات

جمهور مسجلة وليست حقيقية فما كان من البرنامج سوى إثبات العكس حيث عرض في إحدى حلقاته بعض الأشخاص (الجمهور) الذين يشاهدون الحلقة في الاستوديو غير أن هذا الجمهور لا يظهر على الشاشة في باقي الحلقات. إن استخدام ضحك الجمهور هو تقليد قديم دأبت عليه البرامج الساخرة والكوميديا لأنها ربما تخلق لدى المشاهد جوا كوميديا يدفعه هو الآخر للضحك من وراء الشاشة.

أما فيما يتعلق بالموسيقى فإنها تُستخدم في التلفزيون لربط المتلقي عاطفيا بالمضمون الذي يتم عرضه على الشاشة من خلال محاولة تكثيف التجربة الشعورية و الإدراكية للمتلقي. فالموسيقى الصاخبة مثلا توحى للمتلقي بوجود حركة أو فعل قوي ومشوق سيحدث لاحقا لذلك فوظيفتها بث الحماس بينما توحى الموسيقى الهادئة بحالة شعورية هادئة لا صخب فيها حالة من الطمأنينة و السلام في حين توحى الموسيقى الساخرة بهزلية المشهد وقد تكفي مصاحبة موسيقى ساخرة للمشهد دون أي كلام حيث يفهم المتلقي أن هذا الموقف ساخر وقد يستدعي الضحك أو التهكم.

إن الموسيقى تفتح أمام الخيال مجالا واسعا للتأليف والابتكار ونذكر على سبيل المثال أنه يمكن إدخال الصوت إلى صورة ما فالمتفرج لا يرغب دائما في مشاهدة الشخص الذي يتكلم ، كما أنه لا يرى مطلقا مصدر الأنواع الأخرى من الأصوات فيمكن إضافة أصوات مثل سقوط المطر أو انسياب الماء من الصنبور أو تغريد العصفير أو وقع أقدام إنسان يقترب دون أن نرى هذه الأشياء على الشاشة وذلك بقصد إضافة جو خاص للمشهد فالتوظيف المباشر والواقعي للمؤثر الصوتية يمكن أن يكون وسيلة فكرية ذات قوة ترميزية للتعبير عن الأفكار ولعب دور مجازي. (سالم، 2020، صفحة 229)

يتحدث الفنانون و المختصون في الفن الساخر عن وجود تراث قديم من الموسيقى الساخرة يمكن العثور على مثال مشهور في ذخيرة الموسيقى الكلاسيكية في الحركة الثانية لجوزيف هايدن السيمفونية رقم 94 (مفاجأة السيمفونية) يتم تقديم الموضوع الرئيسي الهادئ والبسيط الطفولي بواسطة الآلات الوترية

في وضع رئيسي وبتعبير خفيف لكن في نهاية البيان الثاني للموضوع ، يتم عزف النغمة النهائية بواسطة الأوركسترا الكاملة على مستويات مختلفة من الأوكتاف ، في Fortissimo (ويُعبّر هذا المصطلح موسيقياً عن الصوت القوي جداً إذ يضاعف و يكرر العازف الصوت الذي يصدره) يحدث التغيير المفاجئ في المستوى الديناميكي ، والجرس ، والتسجيل ، إلى جانب التوقيت غير المتوقع للتحويل السمعي ، ليصبح أكثر تسلية من خلال الممر الهادئ والغنائي الذي يتبع. (Attardo , 2014, p. 440)

بداية من عام 2012، بدأ وعازف البيانو والمؤلف الموسيقي مالك الجندلي كتابة الأعمال الموسيقية التي اخترعها خصيصاً لنصرة الربيع العربي في سوريا حيث قام بجمعها في ألبوم واحد أسماه (حمص، 2012) ضمّ الألبوم 11 مقطوعة موسيقية ، سعى فيها الجندلي تضمين أعماله السمفونية مضامين سياسية ساخرة في المقطوعة الأوركسترالية المسماة (سمفونية القاشوش الحرية)، وهي مقطوعة موسيقية ، يجعل المؤلف اللحن الأساس الذي يتكرر في المقطوعة لحن أغنية تحمل مضامين سياسية، وهي أغنية (يلا ارحل يا بشار) التي قدّمت واشتهرت في ساحات الاحتجاج في حماة السورية ،حيث دمج فيها لحن أغنية تحمل رأياً سياسياً والتزاماً سياسياً وبذلك فإن النموذج المقدم موسيقياً هنا هو تضمين المقطوعة الموسيقية التي تبلغ مدتها (7 دقائق)، لحنًا يحيل إلى أغنية، يتبناها المؤلف ويتماها معها في المضامين السياسية التي تحملها . (رشيدى، 2020)

ثانياً: التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون

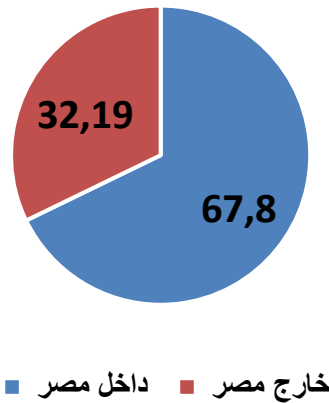
1. فئة المضامين السياسية الواردة في البرنامج التلفزيوني الساخر "جو شو"

أ. فئة خطابات السياسيين العرب

جدول رقم (13) يمثل خطابات السياسيين العرب في برنامج "جو شو"

خطابات السياسيين العرب	التكرارات	النسب المئوية
داخل مصر	198%	67.80%
خارج مصر	94%	32.19%
المجموع	292%	100%

شكل رقم (9) يمثل فئة خطابات السياسيين العرب



توزعت مجموع تكرارات الجدول أعلاه على مرتبتين حيث حازت فئة خطابات السياسيين العرب

داخل مصر على المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت ب 67.80% في حين جاءت فئة خطابات السياسيين

العرب خارج مصر في المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت ب 32.19%.

يُركز برنامج "جو شو" الساخر حسب نتائج الجدول أعلاه على خطابات السياسيين المصريين من

رؤساء وقادة أحزاب سياسية ونشطاء وغيرهم إذ يشكل هذا الاهتمام تساؤلاً كبيراً حول غلبة الشأن السياسي

الداخلي المصري على باقي دول العالم العربي في المضامين التي يعالجها برنامج "جو شو" الساخر خاصة أن قناة التلفزيون العربي هي قناة ذات توجه عربي وليست خاصة بدولة واحدة إذ يخصص البرنامج نصف زمن الحلقة أو أكثر بقليل للحديث عن نشاطات الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي وطاقم حكومته والشأن السياسي المصري بشكل عام بينما يعالج خطابات الساسة في باقي الدول العربية فيما تبقى من فقرات البرنامج بشكل أقل.

وتُرجع الباحثة أسباب ذلك إلى المكانة الاستراتيجية التي تتمتع بها دولة مصر في الوطن العربي حيث تعد من أكبر الدول تعدادا للسكان كما أنها تتموضع في قلب الصراعات الدائرة في الشرق الأوسط وتتأثر بها إضافة إلى الوضع السياسي و الاقتصادي و الاجتماعي المليء بالأحداث منذ تولي عبد الفتاح السيسي الحكم قادمة من المؤسسة العسكرية وكذا سقّطاته المتتالية في سوء التسيير وعدم أهليته لقيادة بلد بحجم مصر حسب ما يقدمه برنامج "جو شو" كإعلام معارض ناقد يحاول عرض مشاكل الدول و سياساتها الخاطئة من أجل لفت انتباه المشاهد إليها و بالتالي محاولة إصلاحها إضافة إلى دور مصر المحوري في الشرق الأوسط و العالم العربي .

وهي نفس النتائج التي توصلت إليها دراسة **عبد الواحد وحمدي راشد** بعنوان دراسة الموضوعات السياسية كما تعكسها البرامج التلفزيونية الساخرة في القنوات الفضائية حيث توصل الباحثان إلى ما نسبته 75 % من مضمون النقد الساخر لبرنامج البرنامج الذي يقدمه باسم يوسف كانت لمؤسسة الرئاسة نظرا لحرص البرنامج على متابعة أداء الرئيس السابق محمد مرسي وخاصة خطاباته ومواقفه وتوجيه النقد الساخر إليه من أجل أن يحسن من أدائه. (عبد الواحد، 2014، صفحة 233)

وفيما تعلق بخطابات السياسيين خارج مصر فقد رصدت الباحثة الكثير من الأمثلة التي عالجهها برنامج "جو شو" الساخر ففي الحلقة الأخيرة يظهر خطاب لمحمد بن سلمان ولي العهد السعودي وهو ينفي تورطه بمقتل الصحفي جمال خاشقجي حيث أكد لأحدى القنوات التلفزيونية أن الأمر عبارة عن

مؤامرة تحاك ضده من أجل زعزعة العلاقات السعودية التركية والصورة أدناه توضح ذلك. إضافة إلى العديد من الأمثلة الأخرى التي تتعلق بسياسيين آخرين من دول عربية وأجنبية، لكن الملاحظ أن برنامج جو شو يركز بشكل لافت على السياسيين المصريين وبشكل أساسي خطابات الرئيس عبد الفتاح السيسي الذي يتخذ منها مادة للسخرية والتهكم. إضافة إلى وضع القناة المضامين السياسية الخاصة بمصر كما هو واضح على رأس أولوياتها خدمة لأجندة معينة يفرضها الخط الافتتاحي للقناة وهو انتقاد سياسات مصر ودول أخرى وعض الطرف عن دول الخليج مثلا مما يشكل ترتيبا واضحا للقضايا المطروحة للمتلقي العربي.



ب. فئة الممارسات غير الديمقراطية

جدول رقم (14) يمثل ممارسات السلطات العربية غير الديمقراطية في برنامج "جوشو"

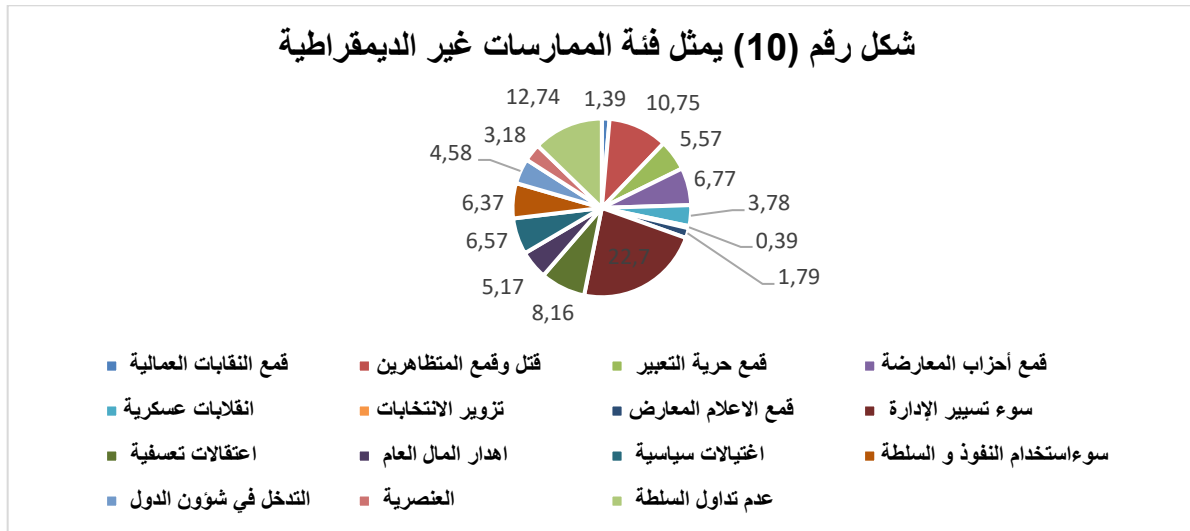
النسب المئوية	التكرارات	الممارسات غير الديمقراطية
1.39%	7	قمع النقابات العمالية
10.75%	54	قتل وقمع المتظاهرين
5.57%	28	قمع حرية التعبير
6.77%	34	قمع أحزاب المعارضة
3.78%	19	انقلابات عسكرية

0.39%	2	تزوير الانتخابات
1.79%	9	قمع الاعلام المعارض
22.70%	114	سوء تسيير الإدارة
8.16%	41	اعتقالات تعسفية
5.17%	26	اهدار المال العام
6.57%	33	اغتيالات سياسية
6.37%	32	التعسف في استخدام النفوذ والسلطة
4.58%	23	التدخل في شؤون الدول العنصرية
3.18%	16	
12.74%	64	عدم تداول السلطة
100%	502	المجموع

توزعت مجموع تكرارات الجدول أعلاه على أربع عشرة مرتبة فيما يتعلق بممارسات السلطات العربية غير الديمقراطية حيث حازت فئة سوء تسيير الإدارة على المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت ب 22.70% في حين حازت فئة عدم تداول السلطة على المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت ب 12.74% وجاءت فئة قتل وقمع المتظاهرين في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرت ب 10.75% بينما حازت فئة اعتقالات تعسفية على المرتبة الرابعة بنسبة مئوية قدرت ب 8.16% و جاءت فئة قمع المعارضة في المرتبة الخامسة بنسبة مئوية قدرت ب 6.77% وحازت فئة اغتيالات سياسية على المرتبة السادسة بنسبة مئوية قدرت ب 6.57% في حين جاءت فئة سوء استخدام النفوذ والسلطة في المرتبة السابعة بنسبة مئوية قدرت ب 6.37% و حازت فئة قمع حرية التعبير على المرتبة الثامنة بنسبة مئوية قدرت ب 5.57% في حين حازت فئة إهدار المال العام على المرتبة التاسعة بنسبة مئوية قدرت ب 5.17%.

وجاءت فئة **التدخل في شؤون الدول** في المرتبة العاشرة بنسبة مئوية قدرت ب 4.58% وحازت فئة **انقلابات عسكرية** على المرتبة الحادية عشر بنسبة مئوية قدرت ب 3.78% في حين جاءت فئة **العنصرية** في المرتبة الثانية عشر بنسبة مئوية قدرت ب 3.18% وحازت فئة **قمع الاعلام المعارض** على المرتبة الثالثة عشر بنسبة مئوية قدرت ب 1.79% في حين جاءت فئة **قمع النقابات العمالية** في المرتبة الرابعة عشر بنسبة مئوية قدرت ب 1.39% في حين سجلت فئة **تزوير الانتخابات** المرتبة الخامسة عشر والأخيرة بنسبة مئوية قدرت ب 0.39%. والشكل الموالي يوضح ذلك.

شكل رقم (10) يمثل فئة الممارسات غير الديمقراطية



في قراءة للمعطيات الكمية المذكورة أعلاه رصدت الباحثة الكثير من الأمثلة التي عالجها برنامج

"جو شو" بخصوص ممارسات بعض السلطات العربية غير الديمقراطية وعليه جاءت قراءة الباحثة مفصلة لتلك الممارسات كما يلي:

● سوء تسيير الإدارة:

رصدت الباحثة في حلقة **تشاك هاند يو** فيديوهات كثيرة عالج فيها برنامج جو شو مؤتمر الشباب و تضخيم الاعلام الموالي للنظام للحدث باعتباره صناعة مصرية خالصة حيث ظهر الإعلامي المصري **أحمد موسى** يثني على المؤتمر بقوله أن شباب المؤتمر يأخذون السلفي ثم ينشرون تلك الصور عبر حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي مما اعتبره مكسبا لمصر كما ظهرت إعلامية أخرى وهي **تنثي**

على هذا الإنجاز الضخم -حسبها- بقولها أن الشباب في المؤتمر (داخلة، طالعة، تاكل وتتمشى للحدث) رغم أنه حسب مختصين مجرد انفاق أموال في غير محلها ومثال جلي عن سوء تسيير الإدارة في مصر في عهد عبد الفتاح السيسي. والصور الموالية توضح ذلك.



تخلف هذه المؤتمرات العديد من التساؤلات لدى المهتمين بالشأن الداخلي المصري على رأسها سر التوقيت والأهداف من وراء تكرار تلك المؤتمرات، خاصة أن النتائج التي تخرج منه غالبا ما تكون مكررة، يعرض خلالها الرئيس ما يصفها بإنجازاته، في المقابل يرى مدير المعهد الدولي للعلوم السياسية والإستراتيجية **ممدوح المنير** في حديثه **للجزيرة نت** - أن الرئيس السيسي في حاجة دوما لتغذية شعوره بأنه رئيس شرعي وأن جميع فئات المجتمع تؤيده بما فيها الشباب، لذلك يتعدد إثبات الحضور في كثرة المنتديات والمؤتمرات والاحتفالات التي يعقدها بالإضافة إلى محاولة تحسين صورته في الخارج (الجزيرة نت، 2019).

على نحو مواز رصدت الباحثة مثال آخر في " **حلقة تعديل الدستور**" يعالج فيه برنامج "جو شو" اصدار وزير التربية والتعليم المصري خالد عبد الغفار قرارا بتحصيل عليم المصري خالد عبد الغفار قرارا

بتحصيل عشر جنيهاً من طلبة التعليم الجامعي في كل الأقطار وخمس جنيهاً لطلبة المدارس لصالح صندوق تكريم أسر شهداء الاعتداءات الإرهابية. والصور التالية توضح ذلك.



وتلتزم الجامعات والمعاهد بتحصيل المساهمة المشار إليها سنويا لصالح الصندوق من كل طالب من الطلاب الملتحقين الجدد بها على أن يتم التحصيل عند سداد المصروفات الدراسية للطلاب ويتم الالتزام بتوريد تلك المساهمات للصندوق فور تحصيلها. (ركن الدين، 2019)

وفي تعليق ساخر من مذيع البرنامج "يوسف حسين" قال أن قرار الوزير هذا سيكون السبب لدخول مصر التصنيف العالمي لجودة التعليم ذلك أن خزانة الدولة أصبحت فارغة نتيجة توزيع أموالها على مختلف الوزارات أما الموظفين فقد تبرعوا بأموالهم لصندوق آخر اسمه صندوق "تحيا مصر" وأضاف في تعليق ساخر آخر مخاطبا طلاب الجامعات: "ما عيش إنت كبرت و مصروفك زاد تدفع أكثر" أما طلاب الحضانة فقال يوسف أن التبرع للصندوق سيكون من خلال سندويشاتهم (وجباتهم الغذائية) واستطرد يوسف بكلام جاد قائلا أن هذا التصرف فيه إهانة لأسر الشهداء فمن حق الشهيد أن توفر الدولة لأولاده من بعده فرصا للتعليم والصحة والعيش الكريم.

ومما يؤكد الطرح السابق اقتصادياً، قرر السيسي عام ٢٠١٥ إعفاء ٥٧٤ منشأة عسكرية من الضرائب، كما أسندت للمؤسسة العسكرية المشروعات الكبرى مثل ازدواجية قناة السويس، والعاصمة الإدارية الجديدة، ومشروع المليون وحدة، وبالتالي يصعب الحديث عن إمكانية انقلاب المؤسسة العسكرية عليه بسبب استفادتها القصوى من النظام، بل ربما تعد أحد عناصر القوة التي يمكن استخدامها في وجه معارضيه) (الشافعي، 2020)

وفي السياق ذاته رصدت الباحثة أمثلة عديدة عن سوء تسيير الإدارة في الشأن اللبناني حيث أورد البرنامج في حلقة تعديل الدستور فيديو يظهر فيه وزير البيئة اللبناني الجديد فادي جريصاتي الآتي من عالم العقارات ليستلم وزارة البيئة حيث سأله الصحفي لماذا هذا التوجه؟ فأجاب أن الخيار الأول كان وزارة الزراعة ما جعل مذيع البرنامج يسخر من هذا الرد وعلق بسخرية أن أول إنجازات هذا الوزير هي استبداله لشجرة الزينة التي خلفه كما سخر يوسف حسين من سوء إدارة الدولة اللبنانية واختياراتها العشوائية لمناصب حساسة في البلد كالوزراء والصور التالية توضح ذلك.



• عدم تداول السلطة:

أما بالنسبة لموضوع عدم تداول السلطة ضمن الممارسات غير الديمقراطية التي تعرفها الدول العربية فقد ظهرت هذه المواضيع بشكل كبير ومكرر في حلقات برنامج "جو شو" الساخر ومن بين الأمثلة التي رصدتها الباحثة أثناء عملية التحليل؛ فيديو ظهر في حلقة تعديل الدستور يسخر فيه "يوسف حسين" بالطريقة التي رشح فيها أحزاب التحالف في الجزائر الرئيس الجزائري الراحل عبد العزيز بوتفليقة حيث أصر أعضاء هذه الأحزاب على تلاوة إنجازات الرئيس في عهده السابقة و مساندهم المطلقة لعهدة جديدة لرئيس لا يقوى أصلا على الكلام أو الحركة والصور التالية توضح ذلك.



وفي الشأن السياسي السوداني سخر برنامج "جو شو" في فيديو بث في حلقة تحدي عشر سنين يظهر فيه المشير عمر البشير رئيس السودان وهو يرقص منذ أكثر من عشر في إشارة الى مكوثه طويلا على رأس السلطة في البلد إضافة الى تردي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في السودان الذي يحتاج لرئيس كفاء يعيد للبلد مكانته واستقراره وليس رئيس يرقص وجعل البلد تنقسم الى نصفين في عهده. والصور التالية توضح ذلك.



• قمع وقتل المتظاهرين:

ومن أمثلة ذلك ما جاء في حلقة **نعمين للدستور** حيث عرضت الحلقة مقتطف فيديو بث على تلفزيون وطني سوداني يتحدث فيه الصحفي مع ضيفه عن خروج متظاهرين سودانيين إلى الشارع ويقوم الضيف **باتهام المتظاهرين** أنهم يعملون من أجل أجندات دول خارجية كفرنسا والنرويج في حين يتهم ضيف آخر شركة عالمية كغوغل مثلاً بأنها متعاونة أيضاً مع هؤلاء المتظاهرين لأنها تزودهم بكاميرات عالية التقنية قد تنقل واقعا غير حقيقي وهو ما جعل مذيع برنامج **جو شو** يعلق بطريقة ساخرة: أن هذه الدول لا يمكن بأية حال أن تتدخل في السودان أو ربما لا تعلم حتى بموقعها في الخريطة والصورة أدناه توضح ذلك.



وفي السياق ذاته جاء في حلقة "ارحل بقى" فقرة ساخرة انتقد فيها برنامج جو شو طريقة تعامل المؤسسة العسكرية الجزائرية مع المتظاهرين حيث بث البرنامج مقتطف فيديو لرئيس الأركان الجزائري السابق القايد صالح وهو يُسدي أوامر بحجز الحافلات والسيارات التي تنقل المتظاهرين من مختلف الولايات إلى الجزائر العاصمة وهو الأمر الذي استنكره مقدم البرنامج معتبرا إياه قمعا لحرية التظاهر ومحاولة لإحداث التفرقة والتمييز بين المواطن العاصمي وغيره ممن يسكنون في ولايات أخرى والصورة أدناه توضح ذلك.



على نحو مواز رصدت الباحثة أيضا في حلقة ارحل بقى سخرية برنامج جو شو من دعوات الإعلامي المصري عمرو أديب لاعتقال المتظاهرين حيث صورّه البرنامج في ميمز يظهر فيه بصورة شرطي يحمل أحد المواطنين كما تُظهره الصورة أدناه.



وقد رصدت الباحثة أيضا في السياق ذاته وفي الحلقة نفسها "ارحل بقى" استضافة إحدى القنوات التلفزيونية -المحسوبة على النظام المصري - لواء مصري متقاعد هدد بالاعتداء على المتظاهرين مباشرة بقوله " إلي هيفتح بقه نكسرلو مناخيره" أي من سيفتح فمه سنكسر له وفي هذا الصدد أيضا يظهر ضيف آخر في نفس الاستوديو مُهددا المتظاهرين بهذه الجملة " في سوداء القلب على طول" وهي دعوة صريحة لقتل المتظاهرين السلميين وهو ما توضحه صورتان أدناه.



يؤكد الخطاب أعلاه ما جاء في تقارير لعدة وسائل، منها هذا الخبر الذي نشره موقع **France 24** الناطق باللغة العربية ومفاده " قتل شخص خلال اشتباكات مع الشرطة المصرية ليلة الجمعة السبت (26 أيلول/سبتمبر) في قرية البليدة بالقرب من مدينة العياط (محافظة الجيزة) التي تبعد قرابة 60 كيلومتر جنوب القاهرة، أثناء تظاهرة معارضة للرئيس المصري عبد الفتاح السيسي، حسبما صرحت به أسرته ومصادر طبية للموقع. (قسنطيني، 2020)

وكشفت مضامين البرنامج من خلال قراءة نتائجها محاولة برنامج "جو شو" تنويع موضوعاته حيث رصدت الباحثة أمثلة أخرى عن قمع وقتل المتظاهرين في لبنان حيث بث البرنامج مقتطف فيديو في حلقة تشاك هاند يو جاء فيه تهديد صريح من المسؤولة عن قسم السياسية "راندي جبور" في حزب التيار الوطني الحر والتي هددت المتظاهرين بسلاح حزب الله صراحة في ظهور لها في التلفزيون حيث ألقّت

اللوم على المتظاهرين في تأزم الوضع في لبنان ونصحتهم بالاكتماء بالمطالبة برغيف الخبز فقط وعدم الخوض في مسائل سياسية كالمطالبة بإسقاط الحكومة الأمر الذي جعل مذيع البرنامج يسخر منها باعتبار أن هذا حق من حقوقه كمواطن ينشد اصلاح وطنه والصور التالية توضح ذلك.



ركبت القوات اللبنانية بقيادة سمير جعجع والحزب التقدمي الاشتراكي بزعامة وليد جنبلاط موجة الحراك لأخذه لمكان آخر. كما اتهم تيار المستقبل بالجوء لتأجيج الحراك بالتوازي مع التكليف والتشكيل للحكومة الجديدة ليضغط على الرئيس عون وفريقه أو ليحرق حظوظ مرشحين لرئاسة الحكومة لا يريد لهم

كما تورط فريق الحريري نفسه في "قمع المحتجين"، لاسيما وزيرة الداخلية، ريا الحسن، وألقت بدورها باللائمة على "المندسين" في الحراك. (شقيير، 2019)

وفيما يتعلق بالشطرنج الثاني من هذه الفئة (قتل المتظاهرين) رصدت الباحثة مقطع فيديو يعالج فيه برنامج جو شو في حلقة مصر في العالم الافتراضي حادثة اقتحام الجيش السوداني وقوات الدعم السريع لساحة الاعتصام في العاصمة الخرطوم والتي أدت إلى قتل 40 متظاهرا سلميا. والصورة أدناه توضح ذلك.

وهو ما أكدته العديد من وسائل الاعلام كقناة **Bbc News** عربي التي نشرت فيديو وثق لوجود قتلى وجرحى بعد اقتحام قوات الأمن مقر الاعتصام أمام مبنى وزارة الدفاع في الخرطوم وتقارير تحدثت عن إطلاق نار وحرائق شبت في خيام المعتصمين. (Bbc News عربي، 2019)



• اعتقالات تعسفية

مارست الأجهزة الأمنية المصرية في ظل حكم السيسي الاعتقالات التعسفية لمنتهديه من الأطياف السياسية كافة، من يساريين إلى إسلاميين وقامت تلك الأجهزة بعملها علناً متقلتة من أي قيد، حيث زادت من قمعها السافر، كي لا يتم التسامح حتى مع أصوات المعارضة الخافتة، وذلك كله مع دعم أميركي لا

يتزعزع. ولعدة عقود، كان أكبر المستفيدين من برنامج المعونات العسكرية الأميركية إلى الدول الأجنبية هما إسرائيل (3.1 مليارات دولار) ومصر (1.3 مليار دولار)، وهما اللتان تتلقيان حوالي 75% من مجموع مجموع المعونات العسكرية الأميركية إلى الدول الأجنبية. (عباس ، هاريس، و كفوري، 2021) ومن أمثلة ذلك ما رصدته الباحثة في **حلقة معنا ولا مع الشيطان** حيث بث البرنامج مقطع فيديو يستضيف فيه مذيع أحد البرنامج رجل أمن مصري حيث قال أن كل من دعا للتظاهر ألقى القبض عليه وهو تصريح علني بعدد الاعتقالات التي تطال المتظاهرين في مصر منذ تولي عبد الفتاح السيسي الحكم في مصر وفي السياق ذاته ظهر في مقطع فيديو من نفس الحلقة الممثل والإعلامي المصري يوسف الحسيني وهو يتحدث عن اعتقال الامن المصري لما يقارب ألفي شخص يتم التحقيق معهم وقد تم القبض عليهم من بيوتهم أو من مكاتب عملهم أو من المقاهي للاشتباه في ضلوعهم في شيء ما متعلق بالسياسة على حد قوله والصور أدناه توضح ذلك.





وفي الحلقة نفسها رصدت الباحثة مقطع فيديو يظهر فيه رجال أمن مصريين يدخلون وسط حشود المتظاهرين ويعتقلون بعضهم. والصور أدناه توضح ذلك.



وفي السياق ذاته رصدت الباحثة أيضا في حلقة ارحل بقى مقتطف فيديو من برنامج للإعلامي المصري عمرو أديب يظهر فيه مجموعة من الشباب رصدتهم كاميرا في أحد شوارع مصر و قال عمرو أديب أنه تجمع للتحريض على التظاهر أعتقل على إثر هذا الفيديو أولئك الشباب وهو الفيديو الذي سخر منه رواد مواقع التواصل الاجتماعي و كذلك مقدم برنامج جو شو الذي اتهم عمرو أديب بفبركة الفيديو و اتهام الشباب و التسبب في اعتقالهم لمجرد أنهم اجتمعوا ،لأن أخ المعتقل ظهر في فيديو آخر و أوضح أن الشاب كان بصدد شراء علبة دواء وأن اعتقال أخيه كان اعتقالا تعسفيا والصور أدناه توضح ذلك.



• قمع أحزاب المعارضة:

تتعد ممارسات الأنظمة العربية غير الديمقراطية وقد تظهر في شكل قمع لأحزاب المعارضة ومن الأمثلة التي رصدتها الباحثة في هذا السياق وصف الإعلامي المصري نشأت الديهي (الموالي للنظام) الناشط الحقوقي علاء عبد الفتاح بالحقير في مقطع فيديو ظهر في حلقة "الحلقة الأخيرة" وهو كلام بعيد عن المهنية وأخلاقيات العمل الصحفي كما اتهمه النظام المصري بتهم كثيرة منها التآمر ضد الدولة. والصورة التالية توضح ذلك.



يعد علاء عبد الفتاح من أشهر الشخصيات السياسية الشبابية التي عارضت حكم الرئيس الأسبق محمد حسني مبارك وبعده حكم السيسي، وهو ابن أحمد سيف الإسلام أحد أبرز الحقوقيين المدافعين عن المعارضة المصرية. بدأ نشاطه السياسي عند إنشائه مدونةً أسماها "دلو مليء بالمعلومات"، تعنى بالشؤون

السياسية والاجتماعية في مصر ونالت جائزة منظمة مراسلون بلا حدود عام 2005. اعتقل أول مرة في 7 أيار من عام 2006 في وقفة احتجاجية تدعو لاستقلال القضاء المصري. ولا يزال معتقلاً حتى كتابة هذه الأسطر. (علاء عبدالفتاح من محبسه لـ CNN: ثورة يناير هُزمت.. السلطة مشغولة بعزلي.. ونظلمُهين، 2017)

وقد بدأ علاء عبد الفتاح إضرابه عن الطعام في الثاني من إبريل/ نيسان الماضي، اعتراضاً على ظروف سجنه المزرية ومنعه من قراءة الكتب والصحف والمجلات أو حتى الحصول على جهاز راديو، فضلاً عن رفضه لكل إجراءات القمع والتتكيل التي يتعرض لها في سجن العقرب شديد الحراسة. (العربي الجديد، 2022)

أكد الباحث بدر الشافعي أن النظام المصري فرض قيوداً واسعة على القوى السياسية المعارضة في البلاد سواء كانت ممنوعة من العمل أو تلك التي تعمل بشكل قانوني وأحاطها ببيئة ترهيب مشددة لم تُبق لها أي فرص للقيام بأداء مهامها في الرقابة على الأجهزة الحكومية أو العمل الميداني الحر السليم وقد ارتبطت حالة القمع الأمني هذه بموجب قانون الطوارئ الصادر في 2017 والذي منح السلطات التنفيذية صلاحيات كبيرة بدعوى حفظ الأمن القومي. (الشافعي، 2020، صفحة 3)

• اغتياالات سياسية:

وتفسيراً لنتائج الجدل أعلاه رصدت الباحثة في حلقة مصر في العالم الافتراضي مقطع فيديو يعزي فيه مقدم برنامج "جو شو" يوسف حسين الشعب السوري في وفاة عبد الباسط الساروت حارس الثورة السورية كما كان يلقب والذي اغتاله نظام الأسد أثناء الثورة السورية كما قصّ مذيع البرنامج يوسف حسن

قصة نضال الساروت وكيف اغتاله النظام رفقة أربعة من إخوته وقال إن الشباب العربي سيبقى مستمر في رسالة الساروت ومطالبين بالحرية والعدالة الاجتماعية لكل الشعوب العربية والصورة أدناه توضح ذلك.

وبالحديث عن قضية اغتيال الساروت وحسب موقع **Bbc News** توفي لاعب كرة القدم السوري **عبد الباسط الساروت** البالغ من العمر 27 عاما، الذي أصبح رمزا للانتفاضة ضد نظام الرئيس بشار الأسد، متأثرا بجراحه التي أصيب بها، في اشتباكات بين قوات المعارضة المسلحة والقوات النظامية، شمال غربي سوريا. وكان **الساروت** حارس مرمى واعد في منتخب بلاده للشباب ونادي الكرامة السوري. وبرز في مدينة حمص مسقط رأسه في عام 2011، كواحد من بين كثيرين انضموا للاحتجاجات في الشوارع. (Bbc News عربي، 2019)

ونكر موقع **العربي** أن **الساروت** كان قائداً لاحتجاجات المتظاهرين في ساحات الحرية منذ تفجرها في مارس/ آذار 2011، قبل أن يقرر عام 2018، الانخراط في فصيل "جيش العزة" المعارض، ويقتل في 8 يونيو/ حزيران 2019 متأثراً بإصابة تعرض لها في معارك ضد قوات النظام السوري بريف حماة. (العربي، 2022)

وحسب **رضوان زيادة** في دراسة له بعنوان: **لماذا تحولت الثورة السورية إلى العنف؟ إن انتهاج العنف من طرف النظام السوري أثناء الثورة السورية الذي شنّ حملةً مدروسة ومتعمّدة من القمع العنيف ضد المتظاهرين بهدف واضح هو القضاء على الطبيعة السلمية لنشاط المعارضة.** ففي الأشهر الأولى من الثورة، اعتقلت قوات أمن الأسد القادة الشباب البارزين، وعذبتهم وقتلتهم بهدف واضح هو إزاحة أنصار اللاعنّف من صفوف المعارضة إضافة إلى ما سبق، استهدف الجيش السوري النساء والأطفال بانتظام. (رضوان ، 2016، صفحة 53)



في السياق نفسه رصدت الباحثة فيديو آخر يوثق لحالة اغتيال سياسي عالجه برنامج جو شو؛ يتعلق الأمر بفيديو بث في حلقة "الحلقة الأخيرة" يسخر فيه يوسف حسن من الإعلامي الأردني يوسف علاونة الذي يؤيد ويدافع عن النظام السعودي حيث قال إن محمد سلمان ليس أول زعيم يقتل معارضا وهو ما جعله مادة ساخرة لتعليقات جو شو، كما سخر مذيع البرنامج من تعامل الاعلام العربي الموالي للنظام مع قضية مقتل جمال خاشقجي وكيف أيدوا مقتله بتلك الطريقة الشنيعة واتهم يوسف حسين الاعلام العربي بمحاولة تقزيم عملية القتل المتعمد أو تجاهلها تماما في مختلف برامجهم و نشرات أخبارهم وهذا طبعا خوفا من أنظمة بلدانهم الاستبدادية التي تقمع حرية التعبير. والصور أدناه توضح ذلك.



ذكر موقع Bbc أنه في 2 أكتوبر/تشرين أول 2018، دخل جمال خاشقجي الصحفي المعارض الذي كان يقيم في الولايات المتحدة إلى قنصلية بلاده في اسطنبول، حيث قُتل وفي الأشهر التي تلت ذلك، ظهرت روايات مختلفة حول طريقة وفاته، وماذا حدث لرفاته، ومن المسؤول وقال مسؤولون سعوديون إن الصحفي قتل في "عملية مارقة" قام بها فريق من العملاء أرسل لإقناعه بالعودة إلى المملكة، في حين قال مسؤولون أتراك إن العملاء تصرفوا بناء على أوامر من أعلى المستويات في الحكومة السعودية. (Bbc News، 2021)

• التعسف في استخدام النفوذ والسلطة:

بالحديث عن التعسف في استخدام السلطة والنفوذ فإن قانون رقم 06-01 المتعلق بالفساد ومكافحته في القانون الجزائري تنص المادة 16 من -تدابير منع تبييض الأموال -على: دعماً لمكافحة الفساد يتعين على المصارف والمؤسسات المالية غير المصرفية بما في ذلك الأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين الذين يقدمون خدمات نظامية في مجال تحويل الأموال أو كل ما له قيمة، أن تخضع لنظام رقابة داخلي من شأنه منع وكشف جميع أشكال تبييض الأموال وفقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما. وفيما تعلق بالرشوة مثلاً فإن المادة 26 من نفس القانون تنص على ما يلي: يعاقب بالحبس من سنة إلى عشر سنوات وبغرامة من 200,000 ألف دينار إلى 1,000,000 دج كل موظف عمومي يقوم بإبرام عقد أو يؤشر أو يراجع عقداً أو اتفاقية أو صفقة أو ملحق مخالفاً بذلك الأحكام التشريعية والتنظيمية الجاري بها العمل بغرض إعطاء امتيازات غير مبررة للغير. (وزارة العدل، 2006)

كما تُجرم كل القوانين الدولية والعربية سوء استخدام السلطة والنفوذ لمصالح ربحية أو شخصية واستناداً على ذلك تعرض برنامج "جو شو" إلى السخرية في العديد من المرات عبر مختلف حلقات

البرنامج حيث ناقش هذه الظاهرة منتقدا المسؤولين العرب وحملهم مسؤولية تردي الأوضاع الاقتصادية والسياسية في الوطن العربي.

وعن أمثلة ما ورد في هذا الصدد في برنامج "جو شو" ما رصدته الباحثة في حلقة "شعب كروش" حيث يظهر في مقطع فيديو رجل أمن سوداني يسجل فيديو من داخل سيارته وهو يتوعد ويهدد المتظاهرين السودانيين الذين خرجوا في مظاهرات سلمية ضد نظام عمر البشير، رجل الأمن كان يحمل مسددا في يده ويوجه كلاما بلهجة شديدة لكل من تسول له نفسه ويشارك في المظاهرات، الفيديو الذي أثار جدلا واسعا عبر منصات التواصل الاجتماعي في السودان وغيره جعل مقدم البرنامج يسخر من طريقة حديث الشرطي واستغرابه من جرأته ضد متظاهرين مطالبهم مشروعنة تتمثل في التظاهر ضد غلاء الأسعار و تحقيق العدالة و الديمقراطية وهو مثال واضح على استغلال ذور المناصب العليا في بلدان العالم الثالث لمناصبهم لتحقيق رغباتهم القمعية و التعسفية في حق المواطنين البسطاء والصورة أدناه توضح ذلك.



كما ظهرت هذه الفئة في مثال آخر من نفس الحلقة حيث صور برنامج جو شو الرئيس السوري بشار الأسد في صورة هتلر على شكل مميز يوحي بمدى الظلم الذي يمارسه هذا الرئيس في حق شعبه وتعسفه في استخدام سلطته كرئيس للبلاد مما جعله يقتل ويهجر الالاف من شعبه. والصورة أدناه توضح ذلك.



• قمع حرية التعبير:

للحريات تقسيمات مختلفة لعل أبسطها حرية إبداء الرأي من خلال إبداء الأفكار والآراء دون تضيق حكومي وتعني حرية الصحافة عدم إشراف أو رقابة حكومية من أي نوع في إصدار الصحف ونقل الاخبار والمعلومات عبر مختلف وسائل الاعلام، وقد حرصت المواثيق الدولية والداستير العربية والدولية على حماية هذه الحقوق كالإعلان العالمي لحقوق الإنسان المادة 19 / 10 كانون الأول 1948. (حسيب ،

2015، صفحة 74)

لقد شكّل موضوع قمع حرية التعبير حيزاً من اهتمام برنامج "جو شو" عبر مختلف مواسمه خاصة بعد أحداث الربيع العربي وقد رصدت الباحثة في حلقة "تشاك هاند يو" في مقطع يسخر فيه مقدم البرنامج من سيدة لبنانية أرسلت تسجيلات صوتية لصفحة البرنامج على الفايسبوك تطالب البرنامج بوقف الحديث عن لبنان وعن سعد الحريري ما جعل يوسف حسن يرد بأن حرية التعبير مكفولة للجميع وأن لا شيء يمكنه إيقاف البرنامج عن الحديث عن كل قضايا الوطن العربي والدفاع عن حقوق المواطنين والصورة أدناه توضح ذلك.



ورغم أن الاعلام الساخر في لبنان يعتبر تجربة ناجحة على مدى عقود طويلة غير أن هناك على ما يبدو من أزعجه ذكر المسؤولين اللبنانيين في برنامج "جو شو"

وفي قراءة لتلك المعطيات نورد هذا التصريح لإيلي سالم في مقال له نشر على موقع Dawn حيث قال : في عام يتسم بالانهيار المالي وطوارئ صحية عامة واضطرابات سياسية واسعة النطاق، لم يكن من المستغرب أن يتم التغاضي عن تراجع حقوق حرية التعبير في لبنان ومع ذلك، فإن الدولة التي دافعت ذات يوم عن البيئة الإعلامية الأكثر انفتاحاً في الشرق الأوسط قد اتخذت خطوة خطيرة نحو الديكتاتورية، حيث صعدت من استخدامها للتكتيكات القضائية وغير القضائية لإسكات الصحفيين وغيرهم من الأصوات المنتقدة للحكومة. (إيلي، 2021)

• اهدار المال العام:

حازت فئة إهدار المال العام على المرتبة التاسعة بنسبة مئوية قدرت ب 5.17% وقد رصدت الباحثة بعض الحالات التي تعرض فيها برنامج "جو شو" الى هذه الظاهرة حيث ورد في حلقة "ارحل بقى" مقطع فيديو ينتقد فيها مذيع البرنامج ما سمي بقصور السيسي واعتبره اهدارا للمال العام للدولة المصرية ذلك أن البلد يعرف أزمة اقتصادية نتج عنها تردي في الأوضاع الاجتماعية كما سخر جو شو من تعاطي الاعلام المصري مع الموضوع حيث أورد بعض أقوال المذيعين المصريين مثل "قصور

السياسي راح تبقى آثار في المستقبل " و قول اعلامي آخر " الأرض لي حوالين القصور هتغلى " والصورة أدناه توضح ذلك.



• التدخل في شؤون الدول:

ناقش برنامج جو شو موضوع التدخل في شؤون الدول من زوايا مختلفة حيث أورد في حلقة "مصر في العالم الافتراضي" التدخل المصري والسعودي والاماراتي في شؤون السودان بما يخدم مصالح هذا الدول والدليل أن رئيس السودان بعد زيارة لهذه الدول الثلاث عاد الى وطنه وقامت قواته باقتحامات وهجومات على المتظاهرين أسفرت عن قتل واعتقال العشرات. والصورة أدناه توضح ذلك.



• انقلابات عسكرية:

رصدت الباحثة خلال قراءتها التحليلية العديد من الأمثلة التي شكلت اهتمام برنامج "جو شو" بموضوع الانقلابات العسكرية التي عرفتها الدول العربية خاصة بعد أحداث الربيع العربي، من أمثلة ذلك ما جاء في حلقة "تشاك هاند يو" التي عالجت في إحدى فقراتها الانقلاب العسكري الذي قاده اللواء الليبي المتقاعد خليفة حفتر في ليبيا والصورة أدناه توضح ذلك.



وفي 14 فبراير/شباط 2014 أعلن حفتر عن سيطرة قوات تابعة له على مواقع عسكرية وحيوية في البلاد، وأعلن في بيان "تجميد عمل المؤتمر الوطني العام (البرلمان المؤقت) والحكومة والإعلان الدستوري الصادر في أغسطس/آب 2011، متبنياً ما أسماه "خارطة طريق" لمستقبل ليبيا السياسي، حينها أكد حفتر حينها أن ما قام به "ليس انقلاباً ولا سعياً لحكم عسكري، وإنما انسجاماً مع مطالب الشارع التي خرجت تطالب برحيل المؤتمر العام". (الجزيرة ، 2011)

وفي الشأن المصري عالج برنامج "جو شو" موضوع الانقلابات العسكرية حين بث مقتطف فيديو قديم في حلقة نعمين للدستور يُقسم فيه الرئيس عبد الفتاح السيسي عدم نيته تولي السلطة في البلاد حين كان لا يزال في منصبه العسكري أثناء فترة حكم محمد مرسي والصورة أدناه توضح ذلك.



في 3 يونيو/حزيران 2014 تسلّم عبد الفتاح السيسي مقاليد الرئاسة في مصر رسمياً، بعد إعلان فوزه بانتخابات جرت بعد نحو عام من إعلانه في 3 يوليو/تموز 2013 -عندما كان وزيراً للدفاع- انقلاباً عسكرياً أطاح بالراحل محمد مرسي، الذي كان أول رئيس منتخب بعد ثورة يناير/كانون الثاني 2011، التي أطاحت بحسني مبارك بعد ثلاثة عقود قضاها في السلطة. (الجزيرة نت، 2020)

• العنصرية:

لم يأخذ موضوع العنصرية حيزاً كبيراً من مضامين برنامج "جو شو" الساخرة وقد رصدت الباحثة إشارات للموضوع على سبيل المثال ماورد في حلقة مصر في العالم الافتراضي حيث أورد البرنامج كلمة لوزير خارجية لبنان **جبران باسيل** وهو يتحدث بعنصرية حول النازحين السوريين والفلسطينيين في بلاده ووصفه للمخيمات على أنها أوكار للإرهاب ودعوته لترحيل النازحين إلى بلدانهم بحجة أن بلدانهم أصبحت آمنة. والصورة أدناه توضح ذلك.



• قمع الاعلام المعارض:

كشفت قراءة الباحثة لنتائج الدراسة التحليلية حول موضوع قمع الاعلام المعارض أن برنامج "جو شو" يولي هذا الموضوع أهمية كبيرة حيث رصدت الباحثة الكثير من الأمثلة التي عالجها البرنامج مثل فيديو يظهر في حلقة "الحلقة الأخيرة" حين وجه الاعلام المصري وابلا من الشتائم و الاتهامات في حق كل من يمثل المعارضة باعتبار أن هذه الأخيرة تنتقد سياسات النظام حيث اتهم اعلاميون مصريين (موالين للنظام) مقدم برنامج "البرنامج" الشهير باسم يوسف -اتهمه الاعلام المصري _ بالشذوذ الجنسي ولم يسلم مقدم برنامج "جو شو" يوسف حسين من نفس الاتهامات التي أطلقها الإعلامي عزمي مجاهد في إحدى حلقات برنامجه والصور التالية توضح ذلك.

ومما يلاحظ في هذا الخصوص هو مبالغة البرنامج في انتقاد الاعلام المصري من خلال السخرية من أداء الإعلاميين لدرجة قد توهي للمشاهد بفرضية وجود خلافات شخصية بين المذيع وهؤلاء الصحفيين وترى الباحثة أن الوقت الذي يخصصه البرنامج لانتقاد هؤلاء "المعروفة سلفا انتماءاتهم ومواقفهم" لن يغير من واقعهم شيئاً وكان الأولى من البرنامج التركيز على أداء السلطات السياسية وإظهار النقائص والتجاوزات للرأي العام وبالتالي محاولة إصلاح ما يمكن إصلاحه.



ومن أمثلة ذلك أيضا مقطع فيديو ظهر في حلقة "الحلقة الأخيرة" حين استضاف الاعلامي المصري عمرو أديب صحفيين من شباب الثورة في السودان في برنامجه الذي تبثه قناة MBC مصر وحين كان

النشطاء يتحدثون عن غياب القنوات العربية في تغطية الثورة في بلادهم - في إشارة إلى تعقيم إعلامي عربي وإفريقي - قاطعهم عمرو أديب بقوله شكرا جزيلاً لكم قبل أن ينتقل إلى فقرة أخرى والصورة أدناه توضح ذلك.



وقد أكد النتيجة أعلاه عبد الرزاق الدليمي في كتابه صناعة الاعلام العالمي المعاصر حين قال: "عادة ما تكون حكومات العالم الثالث فاسدة أصلاً لا تقبل النقد الإعلامي لذلك فالصحفي في خطر دائم من الاستهداف، لأن الصحافة الحرة تتشبث بالديموقراطية برغم الازمة بينها وبين السلطة وذكر قول كارل ماركس " إن حرية الصحافة والتعبير مطلب سابق لحياة الرفاهية " (الدليمي ع.، 2015، صفحة 151)

إذا كان الحق في حرية الرأي والتعبير والإعلام يعني ضمان الحق في الوصول إلى المعلومات من مصادرها المختلفة وتحليلها، والتعليق عليها وتداولها ونشرها وبتها، فإن هذه الإشكالية تضاف إلى سائر الضغوطات التي تمارس على حرية الإعلام، والتي يعاني منها القائمون بالاتصال، على الرغم من نصوص القوانين الدولية التي تؤكد حق القائمين بالاتصال في الوصول إلى مصادر الخبر والحصول على المعلومات من مصادرها المختلفة ما لم تكن هذه المقنضيات سرية بمقتضى القانون. (الدليمي إ.، 2000، صفحة 188)

• قمع النقابات العمالية:

كما عالج برنامج جو شو موضوع قمع النقابات العمالية حيث رصدت الباحثة في حلقة ارجل بقي انتقاد برنامج جو شو لتعامل السلطات الأردنية مع نقابة المعلمين في الأردن والتي شنت اضرابا عاما من أجل المطالبة بحقوقهم واسترجاع كرامة المعلم، إلا أن السلطات رفضت الاعتراف بهذه الحقوق وحملت المعلمين مسؤولية تخلف الدروس وتأزم الوضع التعليمي في البلاد.

وهو الأمر الذي أكده موقع الحرة الإخباري في خبر بعنوان: أطول إضراب للمعلمين في تاريخ الأردن.. كيف بدأت القصة؟ في محيط الدوار الرابع، وقع "المحذور" حين اشتد التدافع وأصر المعلمون على كسر الأطواق الأمنية ما دفع قوات والأمن إلى استخدام الغاز المسيل للدموع والهرات في بعض المناطق لتفريق المعلمين ومنعهم من الوصول إلى غايتهم والوقوف على الدوار الرابع وإغلاق الطرقات والتأثير على حركة السير بحسب الرواية الأمنية ورأى الموقع أن هذه الحادثة تعد تصعيدا خطيرا خاصة أن النقابة أوضحت أحد أبرز مصادر المعارضة في البلاد. (العبدلي، 2019)



وقد تطرق برنامج "جو شو" إلى موضوع قمع النقابات العمالية في مصر وذلك في حلقة صادق وأمين حين بث البرنامج مقتطف فيديو لصيدلي شاب يشكو للرئيس عبد الفتاح السيسي -في المؤتمر الوطني الاول للشباب في شرم الشيخ- نيابة عن نقابة الصيادلة تعرضه وزملائه في قطاع الصحة لخطر العدوى بالأمراض المعدية مقابل راتب 19جنيه في الشهر وهو مبلغ كما يبدو ضئيل جدا مقارنة بالجهد

المبذول و الخطر الذي يحق بأصحاب هذه المهنة ويضيف الصيدلي أن قطاعه ليس أقل من القضاة و الشرطة وأنهم سواسية جميعا في خدمة الشعب في إشارة إلى الزيادات الكبيرة التي تلقاها هاذان القطاع بعد تولي السيسي الحكم وبسخريته المعهودة يسترسل مذيع البرنامج في التهكم على رد السيسي السلبي طبعا حيث قال أن الصيادلة مكانتهم "جوه العين" لكن لا توجد زيادات لان حال البلد الاقتصادي صعب للغاية .والصورة أدناه توضح ذلك .

وفي مقارنة مع النتائج المتوصل إليها في الدراسات السابقة، حول موضوع الممارسات غير الديمقراطية فإن الباحثة وجدت إهمال هذا الموضوع في معظم الدراسات السابقة وتركيز الأخيرة هو مدى نشر البرامج الساخرة للوعي السياسي ومدى تأثيرها في المتلقي دون الخوض في المضامين التي تبثها هذه البرامج والطريقة التي تعالجها بها.

2. فئة السخرية من الإعلاميين العرب الموالين للسلطة

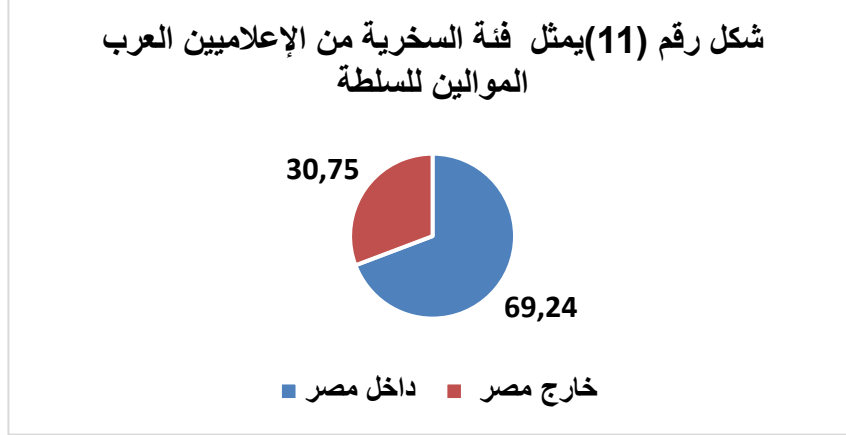
3. جدول رقم (15) يمثل فئة السخرية من الإعلاميين العرب الموالين للسلطة في

برنامج "جو شو"

النسب المئوية	التكرارات	السخرية من الإعلاميين
69.24%	1443	داخل مصر
30.75%	641	خارج مصر
100%	2084	المجموع

توزعت تكرارات الجدول أعلاه الممثلة لفئة السخرية من الإعلاميين العرب الموالين للسلطة على مرتبتين حيث حازت فئة السخرية من الإعلاميين العرب الموالين للسلطة داخل مصر على المرتبة الأولى

بنسبة مئوية قدرت ب 69.25% في حين جاءت فئة السخرية من الإعلاميين العرب الموالين للسلطة خارج مصر في المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت ب 30.75%. والشكل الموالي يوضح ذلك.



من الملاحظ أن برنامج "جو شو" يتعمد الحديث في كل حلقة عن الإعلاميين العرب إذ يعتبر هذا الأمر من الفقرات القارة في كل حلقات البرنامج عينة الدراسة ، حيث يجعل جو من الإعلاميين العرب موضوعا للسخرية من أدائهم الإعلامي ومن ولائهم المطلق و المفضوح لسلطات بلادهم ، إذ يعتبرهم جو مُطبلين لأنظمة بلدانهم و بعيدين كل البعد عن المهنة .يستدل الإعلامي يوسف حسين "جو" على عمل مقارنة في كل مرة بين أقوال هؤلاء الصحفيين و بين أفعالهم حيث تظهر الكثير من المغالطات أثناء هذه المقارنة ما يفسر عدم مهنية هؤلاء الإعلاميين و من أمثلة ذلك ما جاء في حلقة نعمين للدستور حين أجرى فريق إعداد برنامج "جو شو" مقارنة بين تصريحات الإعلامي المصري نشأت الديهي حين تولى الرئيس السابق محمد مرسي المحسوب على جماعة الاخوان المصريين إذ يظهر الديهي وهو يدافع بكل شراسة عن فترة حكم الاخوان ،لكن و بمجرد تغيير النظام و تولي السيسي العسكري الذي تولى منصب الرئاسة فيما بعد تتغير تصريحات نشأت الديهي و يظهر في الكثير من البرامج وهو ينتقد الرئيس مرسي و ينعت جماعة الاخوان بألفاظ بذيئة .



كما سخر الإعلامي "جو شو" من الإعلامي المصري عمرو أديب الذي يتهمه بموالاة كل نظام مصري فاسد والتطبيع له ولكل الأنظمة العربية الفاسدة وقد أورد مقطع فيديو في حلقة تحدي العشر سنين يتغنى فيه عمرو أديب بالرئيس عبد الفتاح السيسي وبإنجازاته لدرجة أنه دعا إلى تأليف أغاني تخلده والصورة أدناه توضح ذلك.



في مقابل ذلك سخر برنامج "جو شو" من الإعلاميين العرب الموالين للسلطة من خارج مصر حيث عالج البرنامج حالات عديدة نذكر منها ما جاء في حلقة ارحل بقى حيث سخر المذيع يوسف حسين من الصحفي الجزائري "العمري عريف" الذي دافع عن الفريق الراحل قايد صالح حين سأله مقدم البرنامج لماذا كان الفريق صامتا مدة عشرين عاما فرد عليه الصحفي بقوله أنه كان يراقب السراق" ما جعل "جو شو" يتخذ من كلامه مادة للسخرية و يتهمه بالتطبيع للمؤسسة العسكرية في بلاده والصورة أدناه توضح ذلك.



في السياق نفسه ومقارنة مع دراسة الباحثان **AMAL IBRAHIM** و **NAHED ELTANTAWY** فقد توصلت نتائجهما إلى أن عمل برنامج البرنامج الساخر عينة دراسته كشكل جديد من أشكال الصحافة النقدية والرقابة على وسائل الإعلام قد سخرت من معظم مذيعي البرامج الحوارية التلفزيونية، وانتقدت تناقضاتهم وعدم احترافهم في مناسبات مختلفة ومع مرور الوقت باستخدام استراتيجية مونتاج الفيديو، كما توصل الباحثان إلى أن برنامج "البرنامج" الساخر يسلط الضوء على لحظات من الممارسات الصحفية غير الاحترافية، من خلال اختيار وإبراز شرائح معينة من هذه العروض وكذلك مقارنة المشاهدات السابقة مع المشاهدات الحالية لتنبه الجمهور إلى تقلب الرأي . (IBRAHIM & ELTANTAWY, 2017, p. 2217)

من الملاحظ في هذا الإطار اهتمام البرنامج بالسخرية من الإعلاميين المصريين بنسبة كبيرة مقارنة بالإعلاميين من خارج مصر وقد يعود السبب حسب الباحثة كون مذيع البرنامج مصري الجنسية إضافة إلى المكانة التي تحتلها مصر في المشهد السياسي و الاقتصادي العربي بالإضافة إلى هزلية الحضور المصري على الصعيد الرئاسي و الإعلامي مما يجعله مادة للسخرية و الانتقاد من طرف البرامج الساخرة و بالأخص برنامج "جو شو" عينة الدراسة لكن في مقابل ذلك تجد الباحثة أن هذا يعد تقصيرا من طرف البرنامج في تغطية كامل الموضوعات التي تخص باقي الإعلاميين في الوطن العربي .

3. فئة الأساليب الساخرة المستخدمة في برنامج "جو شو"

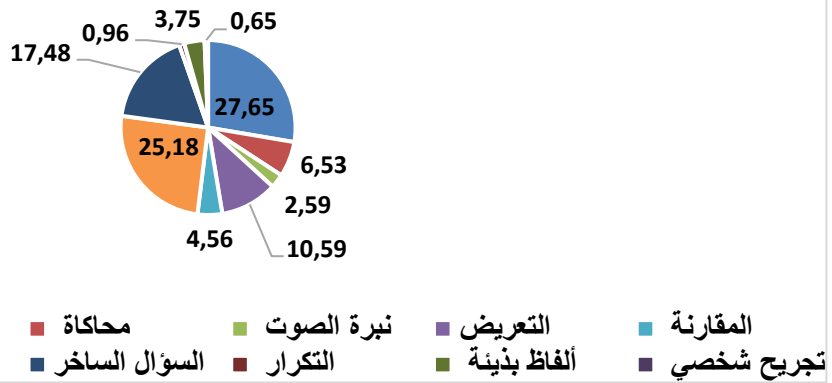
جدول رقم (16) يمثل فئة الأساليب الساخرة المستخدمة في برنامج "جو شو"

النسب المئوية	التكرارات	الأساليب الساخرة
27.65%	715	التورية
6.53%	169	المحاكاة
2.59%	67	نبرة الصوت
10.59%	274	التعريض
4.56%	118	المقارنة
25.18%	651	النقد المباشر
17.48%	452	السؤال الساخر
0.96%	25	التكرار
3.75%	97	ألفاظ بذئية
0.65%	17	تجريح شخصي
100%	2585	المجموع

توزعت مجموع تكرارات فئة الأساليب الساخرة المستخدمة في برنامج "جو شو" المبينة في الجدول أعلاه على عشر مراتب حيث حازت فئة أسلوب التورية على المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت ب 27.65% و جاءت فئة أسلوب النقد المباشر في المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت ب 25.18% في حين حازت فئة أسلوب السؤال الساخر على المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرت ب 17.48% و جاءت فئة أسلوب التعريض (التلميح) في المرتبة الرابعة بنسبة مئوية قدرت ب 10.59% في حين حازت فئة أسلوب المحاكاة على المرتبة الخامسة بنسبة مئوية قدرت ب 6.53% و جاءت فئة أسلوب المقارنة في المرتبة السادسة بنسبة مئوية قدرت ب 4.56% في حين حازت فئة أسلوب استخدام ألفاظ بذئية على المرتبة السابعة بنسبة مئوية قدرت ب 3.75% في حين حازت فئة أسلوب السخرية باستخدام نبرة الصوت على

المرتبة الثامنة بنسبة مئوية قدرت ب 2.59% و جاءت فئة أسلوب التكرار في المرتبة التاسعة بنسبة مئوية قدرت ب 0.96% في حين سجلت فئة أسلوب التجريح الشخصي المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرت ب 0.65%. والشكل الموالي يوضح ذلك.

شكل رقم (12) يمثل فئة الأساليب الساخرة المستخدمة في برنامج "جو شو"



وفي قراءة لنتائج الجدول أعلاه تبين تنوع الأساليب الساخرة التي اعتمد عليها برنامج "جو شو" في بث مضامينه حيث اعتمد بنسبة كبيرة على التورية والتي عرفها ضياء مصطفى بأنها "إخفاء المعنى الحقيقي للكلمة واستبدالها بكلمة أخرى تُقرب المعنى" وذلك بغرض إرسال رسالة محددة للمتلقي يفهم من خلالها الهدف من المضمون الساخر وهذا هو الهدف من السخرية (ناصر ، 2018، صفحة 81)

فالتورية من أهم الفنون الكلامية لأنها تترك للمتلقي فرص استنتاج المعنى، وكذلك تحمل داخلها البرهان على إقناعها وصحتها وهي عبارة عن مفردة تحمل معنيين: الأول قريب يتبادر إلى الذهن حين سماعها، والثاني بعيد لا يخطر على البال، لكن عندما يصل إلى فكر الإنسان ويتذكره فإنه يفهم المقصود بشكل أقوى من عدم استخدامه لهذا الأسلوب. (الربيعي، 2017، صفحة 112)

استطاع برنامج "جو شو" أن يصنع أيقونات ساخرة حفظتها ذاكرة المشاهد العربي (خاصة مشاهدي البرامج الساخرة) من خلال استخدامه لألفاظ معينة ألصقها بقصد أو غير قصد بشخصيات سياسية أو إعلامية مصرية وعربية فكلمة "بلحة" التي تعني التمر أصبحت لصيقة بالرئيس المصري عبد الفتاح السيسي وكذلك كلمة "عدس" التي تشير الى الإعلامي المصري أيسر الحامدي إذ يكفي أن يذكرهما مذيع البرنامج حتى يستحضر المشاهد هتين الشخصيتين دون ذكر اسميهما بشكل صريح فأسلوب التورية من أكثر الأساليب الساخرة التي اعتمد عليها برنامج "جو شو" نظرا لملاءمته لطبيعة البرنامج المتهكمة والناقمة على الأوضاع العربية لكن بأسلوب ساخر وتهكمي.

إن سيكولوجية التورية في حقيقتها الذهنية نمط من التفكير ينجم عنه سلوك لغوي يتخذ أسلوبا معيناً يجعل القريب وسيلة للوصول إلى البعيد. (استيتية، 2002، صفحة 120) فبدل أن يذكر مذيع البرنامج اسم عبد الفتاح السيسي يكفي أن يقول "بلحة" فيفهم المشاهد أن المقصود هو الرئيس المصري لاقتران هذا اللفظ به.

درس أحد الباحثين في مجال الاعلام واللغة عينات لغوية (مفردات أو جمل) أخذها من وسائل اعلام عراقية بهدف قياس مدى تمكن اللغة من تبدلات المعنى والتحول الدلالي أو الخروج عن فكرة أن الاتصال إيجابي دوماً، ومن أمثلة هذه العبارات (أتباع آل البيت) والجملة المقابلة (أتباع المصطفى) اللتين يكثر استخدامهما في الصحافة الحزبية والسياسية، ووجد أن وقع التنازع هنا يتمثل في كيفية استخدام الألفاظ وخلصت الدراسة الى نتيجة مفادها أن هناك تاريخياً حملاً دلالياً ايديولوجياً ودينياً ومذهبياً، فالاتباع وجود تابع ومتبوع، ولا يوجد أحدهما إلا بوجود الآخر، ووجد تطابقاً بين الكلمتين في الصيغة والصوت والمعنى، لكن صيغة المطابقة اللغوية أوجدت حملاً دلالياً مختلفاً، بمعنى أن دلالة المعجم عطلت لصالح دلالة اخرى، وعلى هذا جرى تفكيك المعنى وتركيبه من جديد، وكأننا نقرب من (جاك دريدا)

فيلسوف التفكير الذي عاد الى فكرة الاختلاف في كونه هو الذي يصنع اللغة ، فالمعنى اللغوي هو دائما نتيجة اختلاف لفظة مع أخرى .وينظر البلاغيون الى هذه العبارات من زاوية (التورية) أي الاخفاء من وري الشيء أي أخفاه ، أي أن الظاهر المحسوس يؤدي الى باطن محسوس أيضا. (الربيعي، 2017، صفحة 189)

كما يلاحظ من قراءة نتائج الجدول أن برنامج "جو شو" قد وظف أساليب ساخرة أخرى في طرحة للمضمون الساخر والذي انطوى على رسائل انتقاد لسياسات الحكومات العربية وإعلامها فجاء أسلوب المقارنة أيضا كأسلوب سخر به يوسف حسن من الإعلامي المصري عمرو أديب من خلال عمل مقارنة في حلقة تحدي العشر سنين حيث قارن المذيع بين تصريحات الصحفي أديب المؤيدة لحكم الرئيس المصري السابق حسني مبارك وبين تصريحاته المنتقدة للرئيس بعد تخليه عن منصبه وفي هذه المقارنة ظهر جليا كيف انقلب هذا الصحفي من مؤيد إلى معارض بمجرد عزل الرئيس مبارك حيث يظهر عمرو أديب في فيديو من حلقة تحدي العشر سنين معترضا على سياسات مبارك لكن بعد تنحيه عن السلطة وسجنه. والصورة الموالية توضح ذلك.



إضافة إلى أساليب أخرى كأسلوب **المحاكاة** حيث رصدت الباحثة العديد من الأمثلة المتعلقة بهذا الأسلوب منه ما جاء في حلقة **ارحل بقى** حيث ظهر مذيع البرنامج وهو يحاكي ويقلد سلوك الممثل المصري **أحمد بدير** الذي بكى أثناء تصوير حلقة لأحد البرامج و قال أنه خائف ولا يريد الاستمرار في الحديث فجاء أسلوب المحاكاة الساخرة كرد على مواقف الخطاب الإعلامي المصري التي لم تتغير حتى بعد مرور 8 سنوات على تولي السيسي الحكم في مصر وهي إشارة من البرنامج أن هذا الممثل والاعلام المصري يقوم بخداع المشاهد المصري والعربي والكذب عليه. والصورة الموالية توضح ذلك



يرى العديد من الباحثين في مجال السخرية من بينهم **ريتشارد تشين** أن الطبيعة المتفوقة للسخرية يُنظر إليها على أنها أكثر ضرراً من النقد الصريح ذلك أن لها وجهان فهي مضحكة ولئيمة في نفس الوقت. (Folot, 2013, p. 3)

وبالمقارنة مع نتائج دراسة **الطوخي** و**عوض المر** فإن نفس النتائج قد توصلت إليها الدراسة الحالية مع هذه الدراسة حيث أظهرت نتائجها التنوع في استخدام الأساليب الساخرة بشكل متفاوت. (عبد العزيز و المر، 2014، صفحة 234)

ومما لفت انتباه الباحثة استخدام برنامج **جو شو** للألفاظ البذيئة حيث يقوم فريق إعداد البرنامج الى كتم صوت المذيع في كل مرة يتلفظ فيها بلفظ مسيء لكن الأمر يتكرر في كل حلقة مما يطرح التساؤل من جدوى استخدام هذا الأسلوب في برنامج تلفزيوني يفترض أنه موجه لكافة فئات المجتمع.

فبحسب الباحثة نادية لمهل فإن اعتماد هذا الأسلوب يُؤخذ على هذا الشكل البرامجي حيث يمكن الانجرار وراء هذا الأسلوب مما يدخل البرنامج ضمن التهريج الذي لا طائل منه لذا وجب الاهتمام أكثر بالبرامج التلفزيونية الساخرة إعدادا وتقديما حتى تحتفظ بمهمتها الأساسية ألا وهي النقد والإصلاح كما يجب التفريق بين البرامج الكوميديّة التي تهدف إلى الترفيه وبين البرامج الساخرة التي تسعى للنقد البناء ومحاولة مساءلة السلطة ومحاسبتها على أخطائها وتوجيه اهتمامها لهموم ومشاكل الناس. (لمهل، 2021، صفحة 633)

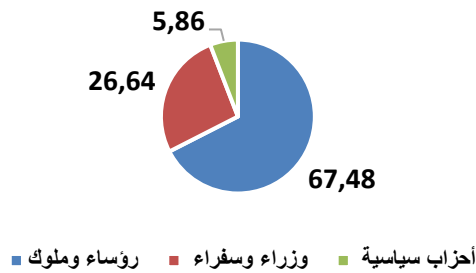
4. فئة الشخصيات التي ظهرت في برنامج "جو شو"

أ. فئة الشخصيات السياسية

جدول رقم (17) يمثل فئة الشخصيات السياسية التي ظهرت في برنامج "جو شو"

النسب المئوية	التكرارات	الشخصيات
67.48%	575	رؤساء وملوك
26.64%	227	وزراء وسفراء
5.86%	50	أحزاب سياسية
100%	852	المجموع

شكل رقم (13) يمثل فئة الشخصيات السياسية



توزعت تكرارات فئة الشخصيات السياسية التي ظهرت في برنامج "جو شو" الموضحة في الجدول أعلاه على ثلاث مراتب حيث حازت فئة الرؤساء والملوك على المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت ب 67.48% وجاءت فئة الوزراء والسفراء في المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت ب 26.64% في حين جازت فئة الأحزاب السياسية على المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرت ب 5.86%.

أظهرت نتائج الجدول أعلاه أن الشخصيات السياسية البارزة التي ظهرت في برنامج جو شو هي "الرؤساء والملوك" ذلك لما لها من دور بارز في تحريك مجريات الأحداث السياسية والاجتماعية في العالم العربي والعالم أجمع، حيث احتلت هذه الفئة المرتبة الأولى مقارنة بشخصيات أخرى كالوزراء والأحزاب السياسية وبما أن برنامج جو شو ظهر بعد ثورات الربيع العربي فإنه من البديهي أن يتضمن البرنامج نقدا لسياسات الرؤساء والملوك العربي وهذا ما يفسر نسبة ظهورهم الكبيرة في البرنامج خاصة ما تعلق بالشأن المصري والسوري واللبناني حيث تعيش هذه المنطقة صراعات وأحداث سياسية وايدولوجية كبيرة .

وبالمقارنة مع تحليل نتائج المجموعة البؤرية، تظهر دراسة **Carme Ferré-Pavia** و **Marçal Sintes** و **Catalina Gayà** وتحليلهم لبرنامج **Polònia** الساخر أن البرنامج يوفر معلومات تتعلق بالشخصيات السياسية ويخلص أعضاء المجموعة إلى أن البرنامج يضيف الطابع الإنساني على السياسيين ويقربهم من المواطنين كما يرى **مارك ريوس** أحد المستجوبين في هذه الدراسة أن البرنامج يمكن أن يشجع على زيادة الاهتمام بالسياسة "بالنسبة للأشخاص الذين ليس لديهم العديد من الأدوات للتفكير في السياسة، يمكن أن تكون بالتأكيد أداة لتقريبهم منها، وعلى هذا الأساس، خلق الاهتمام." (Gayà, Sintes, & Ferré, 2016, p. 8)

يملك الرؤساء والملوك عادة شخصيات قيادية وكاريزما تجعلهم مادة للتناول الاعلامي ضمن نشرات الاخبار أو حتى ضمن البرامج الساخر وما يفسر اهتمام البرامج الساخرة بهم هي اللغة السياسية

أو الخطاب السياسي فحسب أحمد بن راشد عدداً من الوظائف التي ترسم المشهد العام، وتحقق مراد السياسي في صناعة التأثير والقبول، لكن السياسي يمكن أن يطوع اللغة خدمة لهدفه وبرنامجه ونفوذ، وقد يقوم باستغلال الاستراتيجيات البلاغية والمهارات الخطابية حيث نجدها في توظيف النصوص الدينية، أو الأقوال المأثورة، أو الأحداث التاريخية لتسويغ أفعال أو مبادرات سياسية. (بن سعيد أ.، 2010، صفحة 214)

وترى الباحثة في هذا الصدد أن العكس أيضا صحيح وخير مثال على ذلك تعاطي برنامج جو شو مع خطابات الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي والسخرية المتكررة من طريقة حديثه الذي يفقد الى أدنى مقومات الثقافة والكاريزما وأخطائه المتكررة.

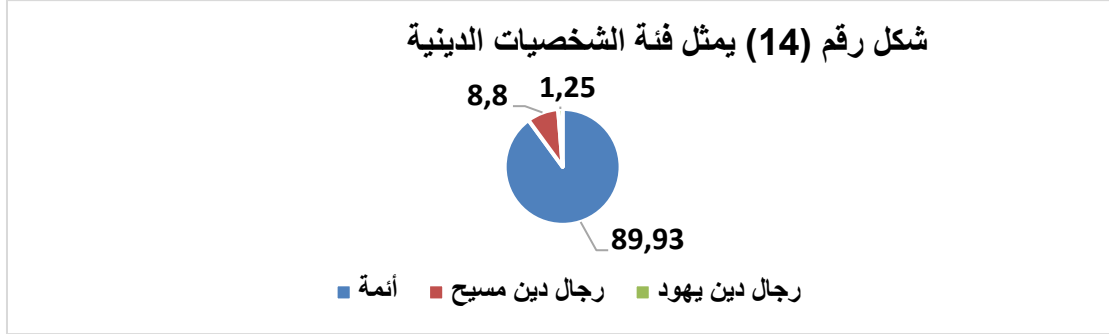
ومقارنة مع نتائج دراسة الطوخي والمر فقد أظهرت نتائج دراستهما أن الشخصيات العامة والمسؤولين كانت بنسبة 17% فقط بينما ظهرت شخصيات أخرى كالممثلين بنسبة 75% وهي نتائج لا تتفق مع نتائج الدراسة الحالية وترجع الباحثة هذا الاختلاف الى اختلاف السياسة التحريرية للبرامج الساخرة عينة الدراسة حيث تؤثر بشكل كبير على الكيفية التي يعالج بها البرنامج مضامينه إضافة الى ترتيب أوليات المواضيع الأكثر حضورا وظهورا في البرنامج عينة الدراسة وكذا اختلاف الأهداف التي يسطرها البرنامج في بداية قبل انتاج وتصوير البرامج.

ب. فئة الشخصيات الدينية

جدول رقم (18) يمثل فئة الشخصيات الدينية التي ظهرت في برنامج "جو شو"

الشخصيات	التكرارات	النسب المئوية
أئمة	143	89.93%
رجال دين مسيحي	14	8.80%

%1.25	2	رجال دين يهود
%100	159	المجموع



توزعت تكرارات فئة الشخصيات الدينية التي ظهرت في برنامج "جو شو" الموضحة في الجدول أعلاه على ثلاث مراتب حيث حازت فئة الأئمة (رجال دين مسلمين) على المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت بـ 89.93% وجاءت فئة رجال دين مسيحيين في المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت بـ 8.80% في حين حازت فئة رجال دين يهود على المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرت بـ 1.25%.

من خلال قراءة لنتائج الجدول أعلاه تبين أن رجال الدين المسلمين هم الأكثر ظهوراً في حلقات برنامج جو شو مقارنة برجال الدين المسيحيين واليهود وهذا أمر طبيعي باعتبار أن الدين الإسلامي هو الدين الذي تدين به الغالبية العظمى من شعوب الدول العربية وهذا ما يفسر هذه النسبة الكبيرة إضافة إلى ظهور بعض رجال الدين المسيحيين واليهود في بعض حلقات البرنامج نظراً لتواجد هؤلاء في بعض الدول العربية كمصر ولبنان وسوريا وفلسطين.

ومن أمثلة ما رصدته الباحثة في هذا الصدد ما جاء في حلقة **معانا ولا مع الشيطان** حيث عالج جو شو في فقرة من فقرات هذه الحلقة الخطاب الديني في مصر وطريقة كلام من يسميهم البرنامج بأئمة البلاط الذين يفسرون الدين وأحكامه وفق ما يتوافق مع مصالحهم وحكامهم فيحللون ما يريد الحاكم

ويحرمون ما لا يتوافق مع هوى الحاكم العربي وقد سخر المذيع من طريقة ولاء الأئمة للسياسي رغم ما أحدثت سياسات حكمه من خسائر للاقتصاد المصري ومشاكل للمجتمع. والصورة أدناه توضح ذلك



ت. فئة المختصين والخبراء:

جدول رقم (19) يمثل فئة الخبراء والمختصين الذين ظهروا في برنامج "جو شو"

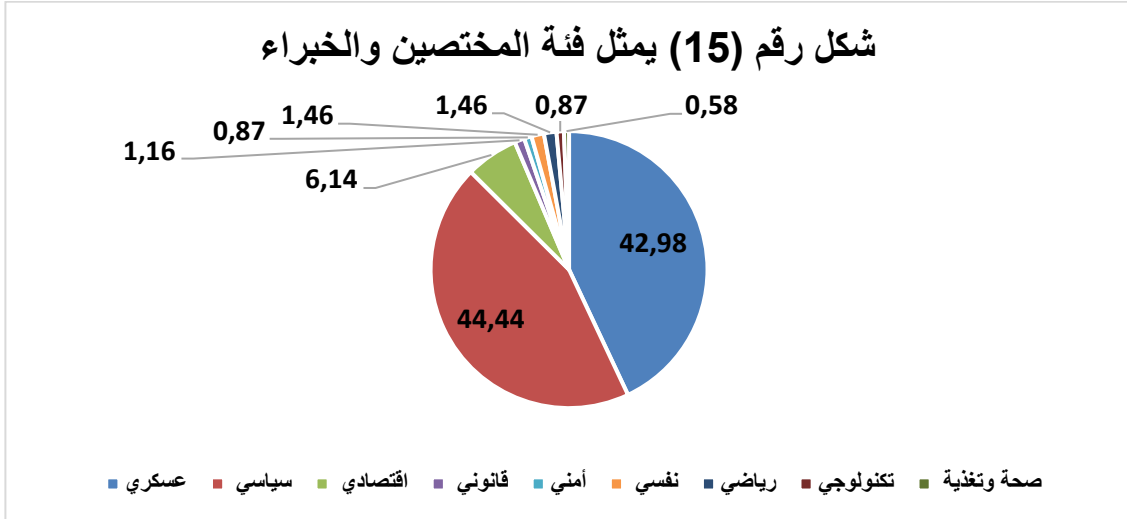
النسب المئوية	التكرارات	الشخصيات
42.98%	147	عسكري
44.44%	152	سياسي
6.14%	21	اقتصادي
1.16%	4	قانوني
0.87%	3	أمني
1.46%	5	نفسي
1.46%	5	رياضي
0.87%	3	تكنولوجي
0.58%	2	صحة وتغذية
100%	342	المجموع

توزعت مجموع تكرارات فئة الخبراء والمختصين الذين ظهروا في برنامج "جو شو" المبينة في

الجدول أعلاه على سبع مراتب حيث حازت فئة المختص السياسي على المرتبة الأولى بنسبة مئوية

قدرت ب 44.44% و جاءت فئة المختص العسكري في المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت ب 42.98% في حين حازت فئة المختص الاقتصادي على المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرت ب 6.14% و جاءت فئتي مختص نفسي و رياضي في المرتبة الرابعة بنسبة مئوية متساوية قدرت ب 1.46% في حين حازت فئة مختص قانوني على المرتبة الخامسة بنسبة مئوية قدرت ب 1.16% و جاءت فئتي خبير أمني و تكنولوجيا في المرتبة السادسة بنسبة مئوية متساوية قدرت ب 0.87% في حين حازت فئة خبير صحة و تغذية على المرتبة السابعة بنسبة مئوية قدرت ب 0.58% .

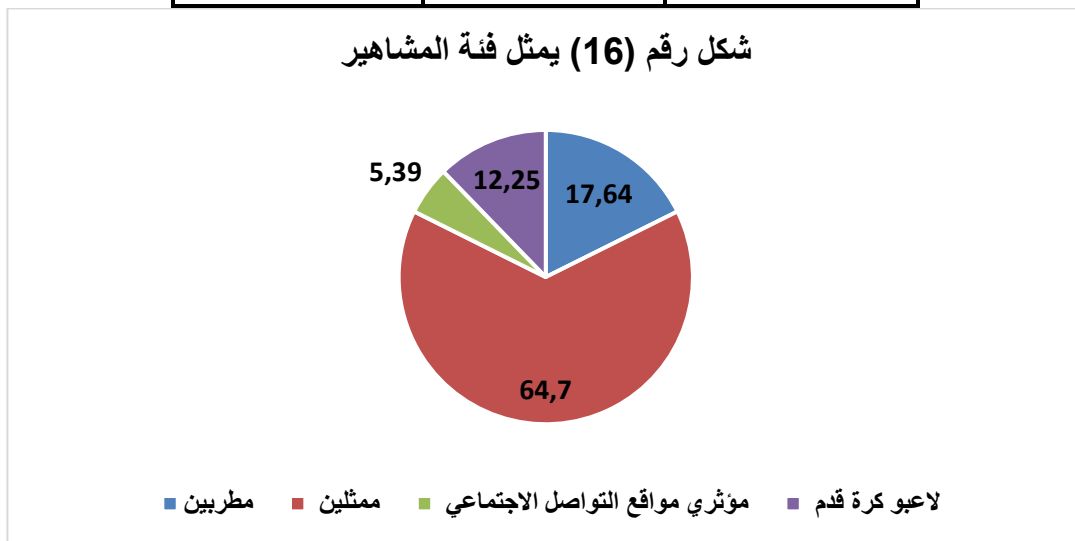
تشير نتائج هذا الجدول وعطفا على فئات سابقة ان الشخصيات السياسية هي الأكثر حضورا في برنامج جو شو نظرا لطبيعة المضامين السياسية التي يعالجها البرنامج بطريقة ساخرة تليها الشخصيات العسكرية في المرتبة الثانية اذ ترجع الباحثة ذلك إلى طبيعة النظام "العسكري" الحاكم في مصر باعتبار أن الشأن المصري هو الغالب في مضامين البرنامج إضافة إلى دول أخرى كالسودان ومما يفسر ذلك هو حالة الاحتقان السياسي الذي تشهده الدول العربية خاصة بعد أحداث الربيع العربي و تغيير أنظمة الحكم في العديد من الدول وتظهر هذه الشخصيات العسكرية في برامج مختلفة عبر الاعلام المصري والعربي يقوم مذيع البرنامج إما بالسخرية من تصريحاتهم أو بهدف تقديم معلومة للمشاهد العربي .



ث. فئة المشاهير:

جدول رقم (20) يمثل فئة المشاهير التي ظهرت في برنامج "جو شو"

الشخصيات	التكرارات	النسب المئوية
مطربين	36	%17.64
ممثلين	132	%64.70
مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي	11	%5.39
لاعبو كرة قدم	25	%12.25
المجموع	204	%100



توزعت مجموع تكرارات فئة المشاهير التي ظهرت في برنامج "جو شو" المبينة في الجدول أعلاه على أربع مراتب حيث حازت فئة الممثلين على المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت ب 64.70% وجاءت فئة المطربين في المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت ب 17.64% في حين حازت فئة لاعبي كرة القدم على المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرت ب 12.25% وجاءت فئة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الرابعة بنسبة مئوية قدرت ب 5.39%.

من خلال نتائج الدراسة تبين أن أكثر الشخصيات ظهوراً في برنامج "جو شو" هم الممثلين والفنانين (خاصة المصريين) نظراً للمكانة التي يتمتع بها هؤلاء ليس في المشهد الفني والثقافي فحسب بل في المشهد السياسي أيضاً وهذا ما يفسر نسبة تأثيرهم في المجتمع المصري، وتنقسم هذه الفئة إلى قسمين فئة مؤيدة للسلطة وأخرى معارضة تتصدر المشهد الإعلامي في مصر وبعض الدول العربية كسوريا ولبنان وتونس مما يجعل الفئة المعارضة عرضة للتهكم والانتقاد من البرامج الساخرة.

واجه الممثل المصري **عمر واكد** حين أُيد المرشح الرئاسي **حمدين صباحي** في انتخابات الرئاسة عام 2014، هجوماً من الإعلام المصري بعد رفضه ترشيح السيسي، مصرحاً أن بلده "لن تتجح كدولة يحكمها العسكر هذا الموقف السياسي لواكد أبعد عن الساحة الفنية، فقلت أعماله واكتفى بالعمل خارجها كما صرّحت الفنانة بسمة لموقع الجزيرة نت أنها كانت تتمنى خدمة مصر من خلال العمل السياسي لكنها دفعت الثمن غالياً، وكان عليها الأخذ بنصيحة المخرج داود عبد السيد بالابتعاد عن السياسة والتركيز على الفن. (عبد الرازق، 2018)

وصرّح رئيس تحرير تقرير التنمية البشرية عن الأمم المتحدة المفكر **نادر فرجاني** لموقع الجزيرة نت أن المثقفين المصنفين للسلطان بأنهم "القلب الصلد للعفن الثقافي الذي ينخر في العقل الجمعي المصري في كل العصور، ولو تستر تحت عباءات الفكر والثقافة." (عبد الله ح.، 2016)

كل هذه الأحداث حتمت على البرنامج معالجة هذا الموضوع من جوانب مختلفة وبوقت قد يصل

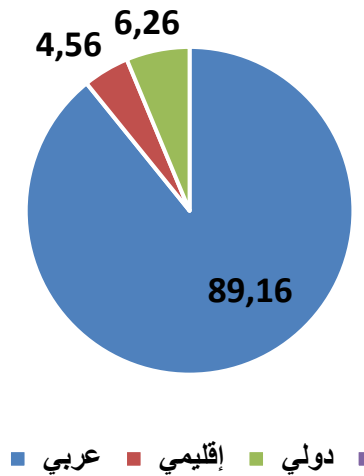
إلى كل الحلقات.

3. فئة النطاق الجغرافي للمضامين الواردة في برنامج "جو شو"

جدول رقم (21) يمثل فئة النطاق الجغرافي للمضامين الواردة في برنامج "جو شو"

النسب المئوية	التكرارات	النطاق الجغرافي
89.16%	683	عربي
4.56%	35	إقليمي
6.26%	48	دولي
100%	766	المجموع

شكل رقم (17) يمثل فئة النطاق الجغرافي للمضامين الواردة في برنامج "جو شو"



توزعت تكرارات الجدول أعلاه الممثلة لفئة النطاق الجغرافي للمضامين الواردة في برنامج "جو شو"

على ثلاث مراتب حيث حازت فئة النطاق الجغرافي العربي على المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت ب

89.16% في حين جاءت فئة النطاق الجغرافي الدولي في المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت ب 6.26%

في حين حازت فئة النطاق الجغرافي الإقليمي على المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرت ب 4.56%.

يتضح من نتائج الدراسة أن النطاق الجغرافي العربي هو المستحوذ على اهتمام مضامين برنامج "جو شو" ويرجع السبب في ذلك الى كون القناة عربية بالدرجة الأولى وعلّة سياسة قناة "التلفزيون العربي" والموجهة أساسا للمشاهد العربي وجاء وصف القناة عبر موقعها الرسمي كالتالي: التلفزيون العربي هو قناة إخبارية شاملة، تواكب الحدث، يقع مقرها في مدينة لوسيل القطرية، وتتوزع مكاتبها على عدة عواصم عربية وغربي. تسلط القناة الضوء على آمال المواطن العربي ورؤاه، ونظرة لنفسه وللعالم والمستقبل، وتسعى لأن تكون صوته في كل مكان، وتولي اهتماما خاصا بالقطاعات الشبابية، وتعتمد المعايير الإعلامية الموضوعية، ودقة المعلومات، وعرض كافة الآراء، وتقديم التحليل الدقيق العميق للمشاهد. يقترب "العربي" في برامجه من جوهر اهتمامات الشعوب العربية فيتابع قضاياهم، وينقل تطلعاتهم ويُسمع صوت المهمشين الغائب أو المُغَيَّب وسط ضجيج الأحداث والتجاذبات السياسية. يتخذ "التلفزيون العربي" من الإنسان وجهة له، فيناصر حقوقه، ويقارب معاناته، ويسلط الضوء على إبداعاته وإنجازاته. قناة "العربي" روح شابة نابضة بالحياة وشاشة تعرف مشاهدها وتأمل بتميزها أن تكسب ولاءه في سوق إعلامية مزدهمة بالمتشابهات. (alaraby.com، بلا تاريخ)

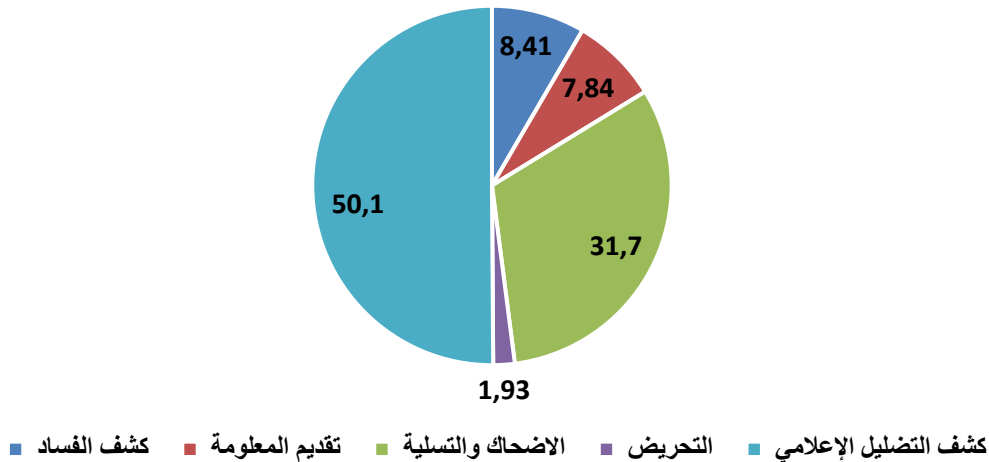
في مقابل ذلك لم يتجاهل برنامج "جو شو" مناطق جغرافية أخرى اقليمية ودولية فتحدث في حلقات عديدة عن إيران وتركيا وأمريكا وأوروبا وسياستهما في المنطقة وما يفسر ذلك هو تأثير الدول العربية بهذه السياسات خاصة في منطقة الشرق الأوسط.

5. فئة أهداف برنامج "جو شو"

جدول رقم (22) يمثل فئة أهداف برنامج "جو شو"

أهداف البرنامج	التكرارات	النسب المئوية
كشف الفساد	279	8.41%
تقديم المعلومة	260	7.84%
الاضحاك والتسلية	1051	31.70%
التحريض	64	1.93%
كشف التضليل الإعلامي	1661	50.10%
المجموع	3315	100%

شكل رقم (18) يمثل فئة أهداف برنامج "جو شو"



توزعت مجموع تكرارات فئة أهداف برنامج "جو شو" المبينة في الجدول أعلاه على خمس مراتب حيث حازت فئة كشف التضليل الإعلامي على المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت بـ 50.10% وجاءت فئة الإضحاك والتسلية في المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت بـ 31.70% في حين حازت فئة كشف الفساد على المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرت بـ 8.41% وجاءت فئة تقديم المعلومة في المرتبة الرابعة بنسبة مئوية قدرت بـ 7.84% في حين حازت فئة التحريض على المرتبة الخامسة بنسبة مئوية قدرت بـ 1.93%.

مثلت فئة **كشف التضليل الإعلامي** المرتبة الأولى في ترتيب الأهداف التي يسعى برنامج جو شو لتحقيقها وهو ما يؤيد وصف البرنامج الذي تضعه قناة التلفزيون العربي في موقعها على الويب والذي جاء كالتالي: "برنامج **جو شو** هو برنامج سياسي ساخر يسلط من خلاله يوسف حسين الشهير بجو الضوء على ما آلت إليه بعض وسائل الإعلام العربية المحسوبة على بعض الأنظمة السياسية من خلال التناقضات والمفارقات التي تتناولها في برامجها، وفي كل حلقة يرصد جو وفريقه مجموعة من التناقضات ويتناولها بطريقة هزلية ساخرة." (alaraby.com، بلا تاريخ)

هذه التناقضات التي يتحدث عنها موقع القناة هي جل الممارسات غير المقبولة التي يمارسها السياسيون والاعلاميون العرب المحسوبين على النظام حيث يؤيد هؤلاء سياسات الحكام بشكل مطلق دون أدنى تمحيص أو نقد أو معارضة. ولم يسلم من الانتقاد حتى الاعلام الموازي كما يسميه البرنامج والذي يعارض من خارج مصر حيث سخر جو شو في حلقة **معانا ولا مع الشيطان** من الإعلامي معتز مطر وهو مذيع وإعلامي مصري اشتهر بعد 25 يناير 2011 في مصر والعالم العربي من خلال برنامجه مع معتز على قناة الشرق، واشتهر بنقده اللاذع للسلطات المصرية بعد الانقلاب العسكري وللحكومات العربية أيضا، في هذه الحلقة سخر يوسف حسن من إذاعة **معتز مطر** خبر فرار الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي بعدما شهدت البلاد بعض المظاهرات ضده وكان معتز قد أعلن عن خبر فرار السيسي بكل ثقة غير أن الخبر كان غير صحيح مما جعل يوسف يتهجم على الاعلام الموازي واصفا اياه بنقص المهنية وعدم احترام عقول المشاهدين بل ومحاولة تقديم معلومات مضللة وغير صحيحة والصورة أدناه توضح ذلك.



مثلت الفكاهة بمظاهرها وسيلة تواصل وإعلام وأداة تعبير سياسي مما جعلها قوة إعلامية مؤثرة لا غنى عنها في حياتنا اليومية سياسياً واجتماعياً (ضياء، 2014، صفحة 181) وهذا ما يفسر نتائج الجدول أعلاه فيما يتعلق بفئة الاضحاك والتسلية حيث جاءت في المرتبة الثانية بتكرار وصل الى 1051 مرة في عينة الدراسة لأن هدف السخرية في الأساس هو الاضحاك وان كانت تخفي في باطنها أهداف أخرى كالنقد وغيرها وهذا ما يفسر وصفها بالكوميديا السوداء أو كما تسمى أيضا "ضحك كالبكاء" فيما يتعلق بكشف الفساد تعمل البرامج الساخرة حسب ضياء مصطفى "عمل الرقابة الشعبية ومجالس الشعب المصغرة فهي تراقب الجميع وتحاسبهم على أخطائهم بصورة فجة أحيانا " (ناصر ، 2018، صفحة 193)

يمكن لوسائل الاعلام أن تلعب دورا أساسيا في كشف الفساد من خلال تثقيف الناس واعلامهم بشأن الاثار الضارة للفساد والمخاطر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية المترتبة عنه. يرى Wasil Schauseil في دراسته حول Media and anti-corruption (الاعلام ومكافحة الفساد) أن للإعلام قوة هائلة في مكافحة الفساد من خلال العديد من المحددات كموضوع التحول الديمقراطي وجودة أداء الحكومة ووتيرة سير التنمية الاقتصادية باعتبار أن وسائل الاعلام تعتبر منافذ الاتصال التي توصل المعلومة الى جماهير كثيرة . (Schauseil, 2019, p. 3)

هناك تعريف شائع للفساد يتفق عليه الباحثين وهو التعريف الذي نشره البنك الدولي 1997 حيث يعرف الفساد على أنه إساءة استخدام المنصب لتحقيق مكسب خاص وسوء الاستعمال هذا قد يأخذ سلوكيات غير مشروعة كالرشوة والمحسوبية والابتزاز والاحتيال والسرقة والتزوير وغيرها. (عبد المجيد و الحيطي، 2021، صفحة 317)

وقد خلصت دراسة عبد المجيد محمد سعيد الحيطي وممدوح عبد الواحد إلى أن ظاهرة الفساد تعد من أهم الظواهر المجتمعية السلبية في الوطن العربي لاسيما في دول الربيع العربي "مصر، تونس، سوريا، اليمن وليبيا" حيث تزايدت معدلات انتشار الفساد بصورة لا مثيل لها في هذه الدول الأمر الذي أدى إلى فشل النظم العربية في تحقيق التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية على الرغم من ثروات هذه الدول البشرية والمادية الهائلة إضافة الى انتشار الاستبداد السياسي وغياب الحريات العامة والانتهاكات الصارخة لحقوق الانسان خاصة في مصر التي لا يزال يضرب فيها الفساد أركان الدولة . (عبد المجيد و الحيطي، 2021، صفحة 381)

يلاحظ نوغارا (2009) بالنسبة لأوغندا أنه على الرغم من أن انتشار وسائل الإعلام المطبوعة الخاصة والمستقلة أقل بكثير من وسائل الإعلام المملوكة للحكومة، فإن جهود وسائل الإعلام ضد الفساد تأتي في المقام الأول من الصحف الخاصة ذات مستويات التداول المنخفضة وبالتالي، فإن قدرة وسائل الإعلام على إحداث تأثير لا تعتمد فقط على حجم الجمهور ولكن على ما إذا كانت تصل إلى الجهات الفاعلة التي تتمتع بصلاحيات التصرف بناءً على المعلومات المكشوفة. (Schauseil, 2019, p. 4)

وفيما يتعلق بفئة تقديم المعلومة فإنه من البديهي أن وظيفة الإعلام هي الإخبار بالدرجة الأولى حيث يؤثر التلفزيون والكتب وغيرها من ميديا المعلومات والاتصال في طبيعة الفكاهاة التي يستمتع بها المتلقي والتي تساعده في الانتقال الفعال داخل البيئة وما يتجاوز حدود السياق الأسري عن طريق إقامة

علاقات تقوم على أساس الضحك واللعب وتبادل المواقف الضاحكة والتفاعل والتي تساعد الفرد على ارتقاء النشاط الخيالي الخاص لديه وهي سمة معرفية. (ضياء، 2014، صفحة 182)

وقد رصدت الباحثة العديد من الأمثلة التي عالجها برنامج "جو شو" في عينة حلقات الدراسة ففي حلقة ارحل يا فاسد على سبيل المثال لا الحصر عالج مذيع البرنامج موضوع الفساد في لبنان حيث بث مقتطف فيديو يتحدث فيه نائب برلماني لبناني عن فشل البرلمان في لبنان بعد عقده 40 جلسة كاملة من إقرار الموازنة العامة للبلاد لعام 2019 وهو ما يؤكد اهتمام برنامج جو شو الساخر بموضوع الفساد بكل تجلياته السياسية والاقتصادية وغيرها ومحاولة تنوير الرأي العام العربي بضرورة التصدي لهذه الممارسات غير المقبولة والتي تشكل عائقاً أمام تقدم الدول العربية. والصورة التالية توضح ذلك .

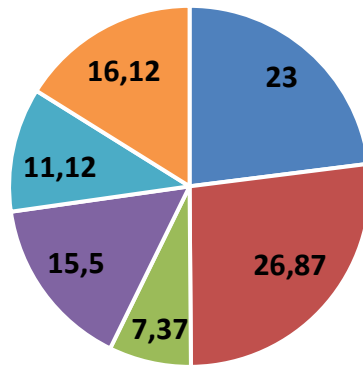


6. فئة القيم الخبرية الموظفة في البرنامج الساخر "جو شو"

جدول رقم (23) يمثل فئة القيم الخبرية الموظفة في البرنامج الساخر "جو شو"

النسب المئوية	التكرارات	القيم الخبرية
23%	184	السلبية
26.87%	215	القرب
7.37%	59	الشهرة
15.50%	124	الجدة والحدائة
11.12%	89	الصراع
16.12%	129	التأثير الشخصي
100%	800	المجموع

شكل رقم (19) يمثل فئة القيم الخبرية الموظفة في البرنامج الساخر "جو شو"



■ السلبية ■ القرب ■ الشهرة ■ الجدة والحدائة ■ الصراع ■ التأثير الشخصي

توزعت مجموع تكرارات فئة القيم الخبرية الواردة في برنامج "جو شو" المبينة في الجدول أعلاه على ست مراتب حيث حازت فئة قيمة القرب على المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت بـ 26.87% وجاءت فئة قيمة السلبية في المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت بـ 23% في حين حازت فئة قيمة التأثير الشخصي على المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرت بـ 16.12% وجاءت فئة قيمة الجدة والحدائة في المرتبة الرابعة بنسبة مئوية قدرت بـ 15.50% في حين حازت فئة الصراع على المرتبة الخامسة بنسبة مئوية قدرت بـ 11.12% وجاءت فئة الشهرة في المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرت بـ 7.37%.

يُنظر إلى القيم الإخبارية ضمن أدبيات دراسات الإعلام / الصحافة، على أنها موجودة خارجياً في نص القصة الإخبارية، على سبيل المثال كقيم موجودة في أذهان الصحفيين، أو كإجراءات روتينية ومنظمة للغاية، كنظم معايير مركزية لعملية صنع القرار فيما يتعلق بما سيحدث أو لن يتم اختياره كأخبار وكبنى أيديولوجية. القيم الإخبارية ليست فقط "مستخدمة" أو "مطبقة" أو "ملتزمة" في العملية الصحفية، بل لديها القدرة على "التأثير في الاختيار" وتهيمن على الممارسة يلخص هاريسون القيم الإخبارية على أنها "شكل من أشكال البحث القائم على المحتوى الذي يصدر أحكاماً حول عملية الإنتاج من خلال محاولة تحديد الطريقة التي يتم بها الحدث ... ليزيد من فرصته في أن يصبح "خبراً". (Caple & Bednarek, 2013, p. 4)

القيم الإخبارية هي واحدة من أكثر الهياكل المبهمة للمعنى في المجتمع الحديث فقلة من الصحفيين يستطيعون تحديدها أو تعريفها فهم يتحدثون عن "الأخبار" وكأن الأحداث تختار نفسها أو كما لو أن القصة الإخبارية "الأكثر أهمية"، وأي "زوايا الأخبار" الأكثر بروزاً مستوحاة من الله. ومع ذلك فمن بين ملايين الأحداث التي تحدث يومياً في العالم، تظهر نسبة ضئيلة فقط على أنها "قصص إخبارية محتملة": ومن هذه النسبة، يتم إنتاج جزء صغير فقط كأخبار اليوم في وسائل الإعلام الإخبارية يبدو أننا نتعامل إذن مع "هيكل عميق" وظيفته كجهاز انتقائي غير شفاف حتى لأولئك الذين يعرفون كيفية تشغيله. (Harcup & O'Neill, 2001, p. 263)

وظّف برنامج جو شو العديد من القيم الخبرية التي تظهر من خلال الكيفية التي عولجت بيها مختلف المضامين التي بثها البرنامج وجاءت قيم القرب في المرتبة الأولى بتكرار 215 مرة، فمن طبيعة الناس الاهتمام بكل ما هو قريب منهم ، ليس من ناحية البعد الجغرافي فحسب بل من ناحية البعد الإنساني والعرقى العربي). يمكن تفسير ذلك بإيلاء برنامج جو شو أهمية كبيرة للأحداث التي تجري في

المنطقة العربية والمصرية على وجه الخصوص عن طريق استعراضه الدائم لمختلف الأخبار المتعلقة بالشأن السياسي والاقتصادي والاجتماعي العربي والابتعاد عن أخبار العالم الأخرى (إلا ما ندر وبُث في بعض الحلقات) إذ يظهر هذا الاهتمام جليا في كل حلقة حيث يشرع المذيع باستعراض أهم الأحداث التي حصلت في دولة مصر ثم يعرض باقي أحداث الوطن العربي في فقرات قارة لا تتغير لكن من الملاحظ الاهتمام الكبير بالشأن المصري على حساب باقي الدول والذي يطرح العديد من التساؤلات.

وجاءت القيم السلبية في المرتبة الثانية من ناحية التوظيف في عينة الدراسة حيث يتم تفضيل "الأخبار السلبية على الأخبار الإيجابية" حسب **Helen Caple and Monika Bednarek** لأن "الأخبار السيئة هي الأخبار السارة"، تتعلق الأخبار باضطرابات في التيار الطبيعي للأحداث توفر مثل هذه الأخبار قيمة الدراما والصدمة التي تجذب الجماهير وتشارك في السلبية الكثير من المفاهيم مثل الضرر، الصراع، تقارير الحرب، الانحراف أو الوفاة وغيرها، والتي تجعل الكوارث والحوادث ذات أهمية إخبارية". فالأخبار السيئة تصنع أخبارا جيدة إذ تعد تقارير الحرب واحدة من أقدم الأمثلة التاريخية للأخبار. لكن الجريمة، والحوادث المميتة، والمجاعة، والزلازل، والإعدام، والأوبئة، والكوارث هي عناصر أساسية في الأخبار. (Caple & Bednarek, 2013, p. 4)

إن طبيعة السخرية تفرض واقعا سلبيا يجب إصلاحه ونقده وهذا من صميم عمل البرامج الساخرة التي تناقش مواضيع التزوير والاعتقالات التعسفية وغياب التنمية الاقتصادية وإهدار المال العام وغيرها من مظاهر الفساد السياسي لذا من الطبيعي جدا أن يحمل هذا النوع البرامجي هذه النسبة من السلبية.

بالإضافة إلى توظيف البرنامج قيم خبرية أخرى كالتأثير الشخصي والتي ظهرت تحديدا في المواضيع الاقتصادية كموضوع المؤتمرات التي تنظمها مصر كل سنة و الأموال الطائلة التي تصرفها الدولة المصرية والتي حسب محللين ومختصين اقتصاديين هي مجرد تبذير لأموال الشعب والتي كان من

الأفضل لو صرفت في مشاريع تنموية تخدم مصالح الشعب، بالإضافة إلى قيم الجودة حيث يحاول البرنامج مواكبة الأحداث الجديدة باعتبار أن الحلقة تبث يوم الخميس نهاية كل أسبوع لذا فالبرنامج يلخص فيها أحداث الأسبوع بطريقة نقدية ساخرة ومواكبة للأحداث الجديدة كالأحداث السياسية (خطابات الرؤساء) أو الرياضية (مقابلات كرة القدم) وغيرها .

ورغم أهمية قيمة الصراع - بما أن البرنامج مضمونه سياسي ساخر بالدرجة الأولى - إلا أن البرنامج وظفها بنسبة أقل من بقية القيم الخبرية الأخرى حسب نتائج الجدول أعلاه ويرجع السبب في ذلك إلى الطبيعة المرححة التي يحاول القائمين على البرنامج إخراج حلقات البرنامج فيها حيث ابتعد معدوه عن قيم الصراع (على كثرتها في الوطن العربي) من أجل استقطاب جمهور كبير وزيادة نسب المشاهدة عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي التي تبث البرنامج.

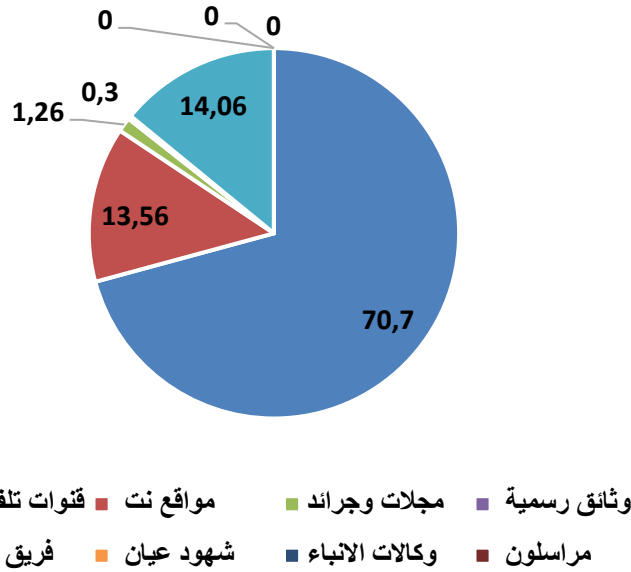
7. فئة مصادر المعلومات

جدول رقم (24) يمثل فئة مصادر المعلومات الواردة في برنامج "جو شو"

النسب المئوية	التكرارات	مصادر المعلومات
70.7%	2124	قنوات تلفزيونية
13.56%	407	مواقع نت
1.26%	38	مجلات وجراند
0.3%	9	وثائق رسمية
14.06%	422	فريق الاعداد
0	0	شهود عيان
0	0	وكالات الانباء
0	0	مراسلون
100%	3000	المجموع

توزعت مجموع تكرارات فئة مصادر المعلومات الواردة في برنامج "جو شو" المبينة في الجدول أعلاه على ست مراتب حيث حازت فئة قنوات تلفزيونية على المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت بـ 70.7% وجاءت فئة فريق الإعداد في المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت بـ 14.06% في حين حازت فئة مواقع نت على المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرت بـ 13.56% وجاءت فئة مجلات و جرائد في المرتبة الرابعة بنسبة مئوية قدرت بـ 1.26% في حين حازت فئة وثائق رسمية على المرتبة الخامسة بنسبة مئوية قدرت بـ 0.3% و جاءت كل من فئة شهود عيان ،وكالات الأنباء و المراسلون في المرتبة الأخيرة بنسب مئوية قدرت بـ 0%.

شكل رقم (20) يمثل فئة مصادر المعلومات



يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن مصادر المعلومات التي استند عليها برنامج "جو شو" في إخراج حلقاته هي "القنوات التلفزيونية" بنسبة 70.7% عن باقي مصادر المعلومات الأخرى ويرجع ذلك إلى المصداقية التي يتمتع بها التلفزيون كوسيلة اعلام ثقيلة ناهيك عن خصائصه المرئية والمسموعة إضافة إلى تولي برنامج جو شو مهمة النقد الإعلامي لكل ما يبث عبر القنوات التلفزيونية خاصة المصرية

نظرا لتوفر مصر على كم هائل من القنوات التلفزيونية بين عامة وخاصة إضافة للدور الذي يلعبه التلفزيون كوسيلة اتصال لدى المتلقي وامتلاكه قاعدة جماهيرية عريضة تضم كل فئات الجماهير صغارا وكبارا، متعلمين وغير متعلمين... إلخ.

لا تخلُ حلقة من برنامج جو شو إلا وبثت العديد من مقاطع فيديو مأخوذة من برامج تلفزيونية مختلفة كما أوضحت نتائج سابقة للدراسة

أما فئة "فريق الاعداد" كمصدر للمعلومة فقد حازت على المرتبة الثانية في ترتيب المصادر حيث يظهر ذلك حسب الدراسة التحليلية في مختلف الصور والمميز والتمثيلات التي يُعدها البرنامج فالصور الساخرة التي يرفقها البرنامج مع كل مضمون يعالجه هي صور من اعداد فريق البرنامج كذلك يمكن الاستدلال بأغنية من تأليف البرنامج قام المذيع بغنائها في احدى حلقات البرنامج ويظهر هذا الجهد الكبير الذي يبذله فريق الاعداد من أجل اخراج البرنامج في تلك الصورة وبالتالي المحافظة على جماهيرته ونجاحه وشهرته.

أما فيما يتعلق بفئة مواقع النت فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة ب 13.56% وهي نسبة لا يستهان بها نظرا للأهمية التي اكتسبها الاعلام الالكتروني وتفرده في بعض الأحيان بمعلومات وأخبار لا تبثها وسائل الاعلام التقليدية وقد رصدت الباحثة أمثلة كثيرة جدا قام فيها مذيع البرنامج باستخدام مواقع الكترونية كمصدر لمعلومة أو خبر ما يعالج مضمونا معينا.

وبنسبة قليلة جدا قدرت ب 1.26% اعتمد برنامج "جو شو" على الجرائد والمجلات كمصادر للمعلومة وذلك أمر طبيعي نظرا لتراجع دور الصحافة المكتوبة أمام الثورة التكنولوجية التي أحدثتها الانترنت وتطبيقاتها وسرعة انتشار المعلومة وطريقة معالجتها.

وعرفت مصادر أخرى كالثائق الرسمية وجودا ضئيلا جدا في عينة الدراسة كمصدر للأخبار بنسبة ب 0.3% ذلك أن برنامج "جو شو" هو برنامج ساخر ينشد الفرجة والضحك والاستعراض وهذا ما لا تقدمه الوثائق الرسمية على أهميتها في اثبات مصداقية المعلومة لكن قد يكون مكانها برامج أخرى أكثر جدية كالبرامج الحوارية السياسية أو البرامج الوثائقية التاريخية وغيرها.

وفيما يتعلق بشهود العيان والمراسلون ووكالات الأنباء فلم ترصد الباحثة أي ظهور لها في عينة الدراسة وتُرجع السبب في ذلك لعدم حاجة البرنامج لذلك باعتبار البرنامج لا يسعى لتقديم المعلومة أو الخبر لذاته، إضافة للأسباب السالفة الذكر.

نتائج الدراسة التحليلية:

- أظهرت نتائج الدراسة أن برنامج " جو شو " يهتم بالدرجة الأولى بالمواضيع والقضايا السياسية التي تهم الشأن العربي فالعالمي الذي ترتبط تداعياته بشكل مباشر بالدول العربية، فالسخرية السياسية باعتبارها نوعا من أنواع الخطاب الساخر هي النهج الذي يعتمده برنامج جو شو في معالجة مختلف مضامينه وذلك بنسبة 7 ساعات و37 دقيقة و38 ثا إضافة الى مواضيع أخرى انقسمت بين الاجتماعية والاقتصادية والفنية الرياضية وغيرها بنسبة بلغت 3 ساعات و56 دقيقة و32 ثا من إجمالي حلقات مجتمع البحث الكلي.
- أظهرت نتائج الدراسة أن مقتطفات الفيديو المأخوذة من برامج تلفزيونية هي أكثر طرق العرض التي استخدمها برنامج جو شو بنسبة بلغت 93.60% لأن البرنامج يتوجه بالنقد والسخرية من مضامين الاعلام التلفزيوني المصري بالدرجة الأولى ثم العربي لذلك يلجأ الى عرض مقتطفات من محتويات هذه البرامج ثم ينتقدها بالسخرية والتهكم وإبراز أوجه القصور في أدائها ومن خلالها كل المنظومة السياسية والعلمية التي تسيروها.
- أظهرت نتائج الدراسة أن الصور الساخرة متمثلة فيما يعرف ب (الميمز) هي أكثر الصور المستخدمة كوسائل عرض في برنامج جو شو بنسبة 59.53% وهذا ما يفسر اعتماد البرنامج على النكتة كوسيلة للسخرية من مختلف مضامينه وقد أظهرت نتائج الجداول أن هذه الصور الساخرة هي من إعداد فريق البرنامج.
- أظهرت نتائج الدراسة أن الشريط الاخباري **Subtitle** هو أكثر طرق العرض الأخرى التي استخدمها برنامج جو شو في معالجة مضامينه إذ يظهر هذا الشريط أسفل الشاشة ليعيد بالكتابة كلام الشخصيات المتحدثة وقد تبين من نتائج التحليل أن لهذا الشريط وظيفة دلالية من خلال تكرار كلام الشخصيات لتأكيد في ذهن المشاهد ومن ثم السخرية منه ونقده لاحقا.

- أظهرت نتائج التحليل أن برنامج جو شو استخدم تقنية الغرافيكس بشكل أقل مقارنة بوسائل العرض الأخرى وهو الأمر الذي اثار استغراب الباحثة لما لهذه التقنية من ابهار فني كبير لو استغلها البرنامج لكانت أوصلت رسائل كثيرة يعجز المذيع مع طرق عرض أخرى على ايصالها للمتلقي وقد يرجع السبب في قلة استخدامها الى الإمكانيات الكبيرة التي تتطلبها من مختصين وبرامج وتطبيقات.
- أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن اللهجة المصرية هي أكثر اللهجات العربية استخداما في برنامج جو شو حيث احتلت المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت ب 83.93% ويعود السبب في ذلك إلى كون مذيع البرنامج مصري الجنسية وإلى قرب اللهجة المصرية من المشاهد العربي الذي تعود عليها من خلال انتشار الإنتاج السينمائي والتلفزيوني المصري على مدى عقود كثيرة وقد غلبت اللغة العربية الفصحى من برنامج "جو شو" اللهم تلك الجمل التي يتناقلها البرنامج عبر مقتطفات فيديو من مصادر مختلفة وهذا ما يطرح التساؤل باعتبار أن القناة توجهها عربي فلماذا هذا العزوف عن استخدام اللغة العربية أم أن الأمر قد لا يتعدى طبيعة السخرية في حد ذاتها كمزاج شعبي يجب ألا تكون عصية على الفهم .
- أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن برنامج "جو شو" لم يعتمد على إكسسوارات معينة في طريقة إخراج حلقاته بل نوع فيها فاستخدم النظارات وبطاريات السيارات والمسدسات والمطرقة وغيرها من الوسائل الأخرى كما تكرر استخدام البرنامج في عينة الدراسة للمنشأ كأداة أصبحت تمثل أيقونة يسخر بها الجميع من نظام المملكة السعودية المتهم بقتل الصحفي العالمي جمال خاشقجي في سفارة بلده في تركيا وتقطيع جثته بالمنشأ إضافة الى استخدام اللافتات أيضا كأحد الإكسسوارات المساعدة في بث حلقات البرنامج باعتبار أن اللافتات هي السمة البارزة في المظاهرات الشعبية وهي من المواضيع المهمة التي أولى لها برنامج جو شو عناية خاصة فمن الملاحظ إذن أن استخدام البرنامج لهذه الإكسسوارات لم يكن اعتباطيا بل لهدف ورسالة يريد تمريرها حارس البوابة أو القائم على البرنامج.

- أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن ضحك الجمهور سواء كان اصطناعيا أو طبيعيا هو من أهم طرق الإخراج الفني ضمن فئة المؤثرات الصوتية التي حرص برنامج جو شو عليه في إعداد حلقاته وفي اخراج الصورة النهائية للبرنامج على استخدامها بشكل مكثف نظرا للتأثير الذي تحدثه في سمع المتلقي مما يدفعه للضحك أيضا أو على الأقل لشد انتباهه بأن أمرا مضحكا قد حدث للتو، كما استعان البرنامج بمؤثرات أخرى لا تقل أهمية عن سابقتها يتعلق الأمر بتصفيق الجمهور والايحاء بوجود جمهور داخل الاستوديو (الأمر الذي استبعدته الباحثة) ثم أهمية هذا التصفيق من أجل خلق نوع من الحيوية على الحلقة، بالإضافة إلى استخدام البرنامج للموسيقى الصاخبة تارة والهادئة والساخرة تارة أخرى كما يستدعيه الموقف الساخر الذي يتم معالجته في الحلقة.
- أظهرت نتائج الدراسة التحليلية اهتمام برنامج جو شو الساخر بشكل كبير بخطابات السياسيين المصريين وذلك بنسبة 67.80% رغم أن البرنامج ليس مصريا خالصا إلا أن الساسة في مصر كان لهم نصيب كبير من مضامين البرنامج نقدا وسخرية وتهكما ويرجع السبب في ذلك دون شك إلى مكانة مصر المهمة في النطاق الجغرافي العربي والسياسي أيضا.
- تميز برنامج جو شو بمعالجة الممارسات غير الديمقراطية التي تشهدها المنطقة العربية فكانت سوء تسيير الإدارة أكثر المواضيع تطرقا من طرف البرنامج إذ توصلت نتائج الدراسة التحليلية إلى نسبة 22.70% ممثلة أكبر نسبة مقارنة بباقي الممارسات الأخرى وقد لاحظت الباحثة أن هذه النسبة متوقعة بالنظر إلى الفترة الزمنية التي اختيرت في عينة الدراسة حيث شهدت الدول العربية الكثير من تداعيات الربيع العربي وما خلفه من سوء تسيير في الإدارة ومشاكل اقتصادية وغيرها. وقد تلتها باقي الممارسات غير الديمقراطية كموضوع عدم تداول السلطة وهو السمة البارزة لدى الأنظمة العربية إذ يحتكر الحاكم العربي السلطة لسنين طويلة مستخدما في ذلك أمورا كثيرة منها تزوير الانتخابات واستخدام النفوذ وغيرها وهو ما يتأتى أيضا بقمع المتظاهرين السلميين وقتلهم حتى إذا ما

طالبوا بتغيير نظام الحكم وتحقيق الديمقراطية والعدالة الاجتماعية والعيش الكريم كما حدث في تونس ومصر وسوريا واليمن وغيرها، علاوة على قمع المعارضة السياسية والإعلامية وتنفيذ الاغتيالات السياسية في حق هؤلاء المعارضين كما حدث مع الصحفي جمال خاشقجي المعارض لنظام الحكم في المملكة السعودية والأمثلة كثيرة للعديد من السياسيين العرب على غرار التضيق الذي يحدث مع حركة الإخوان المسلمين في مصر.

- اهتم برنامج جو شو حسب نتائج الدراسة التحليلية بالسخرية من الإعلاميين المصريين الموالين للسلطة بما نسبته 69.24% مقارنة بالإعلاميين العرب وقد سخر جو شو من مواقف هؤلاء الصحفيين المؤيدة بشكل مطلق للسلطات التي تحكم بلدانهم ففي مصر مثلاً قارن جو شو بين مواقف هؤلاء الإعلاميين على مدار سنين من ابتداء بحكم حسني مبارك مروراً بحكم محمد مرسي وانتهاءً بحكم العسكري عبد الفتاح السيسي الذي تولى الحكم بانقلاب عسكري، غير أن الآلة الإعلامية المصرية تمجد هذا الرجل وتعتبره فوق أي خطأ في مواقف مبتذلة.
- من الملاحظ من خلال نتائج الدراسة التحليلية عدم اهتمام برنامج جو شو بالإعلاميين العرب مقارنة بالمصريين وهذا ما يأخذ عن البرنامج حيث لا تقل الأوضاع السياسية سوء في باقي الدول العربية منها في مصر، وكان من الأجدر بالبرنامج نقد هؤلاء الإعلاميين بصورة أكبر حتى تتبين مواقفهم للرأي العام في بلدانهم باعتبار أن البرنامج موجه للمشاهد العربي وليس المصري فقط.
- اعتمد برنامج جو شو في معالجة مضامينه على التورية كإحدى الأساليب المتعارف عليها في فن السخرية وذلك بنسبة 27.65% وهي نفس النتيجة التي توصل إليها ضياء مصطفى في دراسته، إضافة إلى أساليب أخرى كالنقد المباشر والسؤال الساخر والتعريض (التلميح) والمحاكاة وغيرها من الأساليب التي تؤدي وظيفة النقد الساخر في شكل فني يجذب انتباه المتلقي.

- ركز برنامج جو شو في عرض مضامينه على الشخصيات السياسية متمثلة في الرؤساء والملوك بنسبة 67.48% وهو ما يفسر اهتمام البرنامج بالقضايا السياسية كموضوع رئيسي يتخذ منه البرنامج شكلا من أشكال السخرية السياسية نقدا ومحاولة لإصلاح ما يمكن إصلاحه.
- ظهر الأئمة كشخصيات فاعلة في برنامج جو شو ضمن فئة الشخصيات الدينية بنسبة 89.93% مقارنة برجال الدين المسيحيين واليهود وهو ما يفسر المكانة الكبيرة التي يحتلها علماء الدين المسلمين في الحياة السياسية والاجتماعية في الدول العربية خاصة بعد أحداث الربيع العربي حيث علا صوت رجال الدين إما معارضين للأنظمة أو مدافعين عنها فيما يعرف ب (أئمة البلاط) إذ يحلون ويحرمون ما يتناسب وهوى الحاكم العربي.
- تصدر الممثلين خاصة المصريين نسبة المشاهير الذين ظهروا في برنامج جو شو بنسبة 64.70% وهو ما يبرز مكانة هذه الفئة ووزنها ضمن سياقات مختلفة من حياة المواكن العربي ومنها السياق السياسي فيما تعلق بدولة مصر وسوريا مثلا.
- ركز برنامج جو شو على النطاق الجغرافي العربي بنسبة 89.16% في معالجة مختلف مضامينه وهو ما يفسر اهتمام البرنامج بقضايا الوطن العربي كأولوية (يحتملها القناة العربية التي تبثه) عن باقي القضايا الإقليمية والدولية.
- بينت نتائج الدراسة التحليلية أن "كشف التضليل الإعلامي" هو أبرز الأهداف التي سعى برنامج جو شو إلى تحقيقها بنسبة 50.10% حيث حمل البرنامج على عاتقه فضح ممارسات التضليل التي ينتهجها السياسيون والإعلاميين العرب في محاولة للتلاعب بالرأي العام والكذب عليه وطمس الحقائق أو تشويهها إضافة إلى كشف الفساد بكل أنواعه السياسية والإدارية والرياضية وغيرها في إطار الاضحاك والتسلية المفضي الى الحسرة على ما آلت إليه الأوضاع في دول العالم العربي وهزلية المشهد السياسي والاجتماعي.

- ركّز برنامج جو شو على قيمة القرب كإحدى القيم الخيرية التي اعتمد عليها ف جاءت بنسبة 26.87% حيث يفسر هذا أهمية المواضيع القريبة جغرافيا وهي المواضيع العربية على اختلاف مضامينها فيما ظهرت قيمة السلبية بنسبة 23% مما يؤكد أن توجه البرنامج إن كان سخريّة وضحا في ظاهره فهو نقد لكل ما هو سلبي في باطنه في محاولة لإصلاحه.
- اعتمد برنامج جو شو حسب ما أظهرته نتائج الدراسة على ما تبثه القنوات التلفزيونية كمصدر لمعلوماته بنسبة 70.7% بينما اعتمد على فريق إعداد بنسبة 14.06% فقط وعلى مصادر أخرى كمواقع النت والمجلات والجرائد والوثائق الرسمية وغيرها بنسبة أقل ويرجع السبب في ذلك لكون البرنامج هو برنامج نقد لا تبتكر إنتاجا خاصا بها بل تسخر وتنتقد ما تبثه القنوات ووسائل الاعلام بشكل عام حيث تعتبرها مادة ومصدرا للمعلومة وبالتالي للسخرية.
- يقوم برنامج جو شو الساخر بالاعتماد على النسق السياسي ضمن التحليل الوظيفي الذي يقوم به كأحد أجزاء النظام الاجتماعي قصد محاولة بناءه واستمراره وكذا تعزيز الوعي بالقضايا السياسية التي يطرحها البرنامج وإن بشكل ساخر.
- يبدو واضحا من خلال نتائج الدراسة أن برنامج جو شو الساخر يولي أهمية بالغة للمضامين السياسية خاصة تلك المتعلقة بالشأن المصري وتحديدًا انتقاد سياسات الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي وبالتالي فإن القائمون على هذا البرنامج يقومون بوضع هذا الموضوع كأولوية في معالجته دون مواضيع أخرى وذلك خدمة لأجندات وسياسات القناة التي تبث البرنامج.
- يضع برنامج "جو شو" حسب نتائج الدراسة التحليلية رسائله الإعلامية وفق أطر معينة تماشيا ومعايير عديدة تتعلق باطار الاهتمامات الإنسانية بشكل خاص إضافة إلى اطار الصراع وهي السمة البارزة التي تجعل من الأحداث السياسية العربية والصراع حول السلطة مادة للسخرية بشكل كبير ضمن سياقات المعالجة الإعلامية للبرنامج.

- حسب نتائج الدراسة التحليلية يعتمد مقدم البرنامج يوسف حسين في كل حلقة على بعض الالفاظ السيئة التي يظهر القائمين بإعداد البرنامج على حذفها من خلال وضع شريط أسود على فهم المذيع و بث موسيقى تصفير لاختفاء اللفظة ،لكن ما يلاحظ هو تكرار هذا الامر في كل حلقة مما يستدعي التساؤل عن جدوى هذا الفعل .

المقترحات

خاتمة

ختاماً وبعد استيفاء مجريات هذه الدراسة بالبحث والتحليل واستخلاص النتائج اتضح للباحثة أن انتشار القنوات التلفزيونية الفضائية والإنترنت نقلنا من نموذج إعلامي موحد خاضع لسيطرة الدولة ومملوك للحكومة إلى أشكال اتصال أخرى تفاعلية وتشاركية تبرز فيها المناقشات السياسية المستمرة الأمر الذي يساعد في تشكيل الرأي العام. وهو ما يفسر كيف نجح الشباب العربي في استخدام هذه التكنولوجيا في القيام بثورات الربيع العربي وإيصال صوت الشعب للعالم أجمع فكان الأسلوب الساخر من أنجح أشكال الاتصال التي نجحت في ذلك.

فالسخرى مهما تعددت أنماط استخدامه للسخرية فهو يحاول أن يفسر مفارقات الواقع وتناقضات القيم داخل المجتمع. وتعتبر السخرية السياسية في جميع أنحاء العالم مصدراً لانتقاد السلطة خاصة في المجتمعات الديمقراطية التي تكفل حرية التعبير بينما فتحت القنوات الخاصة ومنصات التواصل الاجتماعي منفذاً لاستخدام السخرية ونقد السلطات السياسية على المستوى العربي بغض النظر إن كان هذا المنفذ آمناً أو لا.

على النقيض من ذلك برزت البرامج التلفزيونية الغربية الساخرة، التي هيأت لها الظروف السياسية الديمقراطية الجو للنجاح والتأثير في كل مجالات الحياة، بل وحتى في اتخاذ القرارات المصيرية للدول، وبين تقبل أو زج في السجن، فالسخرية تبقى من بين المعطيات الإنسانية المعقدة التي وجبت دراستها والحديث عن محاولة ضبطها وفق قوالب برمجية تحترم الإنسان وتدافع في الوقت نفسه عن حقوقه.

وقد كان التساؤل الذي يتبادر في ذهن الباحثة دوماً ومنه انطلقت إشكالية هذه الدراسة هو: هل السخرية التي تقدمها هذه الأشكال البرمجية أداة للتنفيس فقط أم للتغيير السياسي؟ هذا التناقض بين الفهم

اليومي البسيط للسخرية أو الفكاهة وبين العمل الأكاديمي الجاد حول هذه الإشكالية هو بالنسبة لي إشارة إلى أن هناك سؤال بحث مثير للاهتمام يستحق المزيد من الاهتمام البحثي الجاد.

يُذكر أن الإعلام الساخر ظهر في أوروبا والولايات المتحدة منذ ستينيات القرن الماضي، وانتقل إلى العالم العربي خلال ثورات الربيع العربي فالحديث عن برنامج ناقد ساخر في السياسة، ليس الهدف منه هو الإضحاك والتسلية لكن الهدف هو إيصال الحقيقة بأسلوب مختلف.

إن السخرية السياسية سلاح ذو حدين بإيجابياتها وسلبياتها وقد أصبحت الآن مطلباً شعبياً وجماعياً لا يمكن تجاهله رغم ذلك وبالمقابل قد يستخدم السياسي الذكي السخرية ويباركها لتحقيق أهدافه الخفية والسؤال الذي يطرح نفسه؛ هل غير هذا الفن شيئاً؟ هل أصلح حال المقهور سياسياً والمهمش اقتصادياً واجتماعياً؟ الجواب ببساطة لا في عالمنا العربي المتخلف.

ففي الدول العربية عرف هذا الفن تقييداً وتضييقاً بل ومحاكمة واعتقالات بتهم عديدة فقد دفع رسام الكاريكاتير الساخر ناجي العلي حياته ثمناً لهذا الفن، لكن الشباب الساخر اليوم أفلت ولو جزئياً من بطش السلطات من خلال استخدامه لمنصات التواصل الاجتماعي أو اللجوء إلى خارج أوطانهم وبث رسائلهم الإعلامية المنتقدة لسياسات حكامهم إذ جذب هذا الخطاب الجديد شرائح جديدة من الجمهور العربي لاسيما من جيل الشباب الذي لم يعتد على مشاهدة الأخبار بشكلها الجدي المتعارف عليه فكان الإعلام الساخر ملتجئاً لتلقي المعلومة السياسية ومشاركتها ومن ثم فتح النقاشات حول مختلف مضامينها وسياقاتها.

وإذا كانت البرامج الساخرة تمنح للمشاهد العربي بعضاً من الفرجة والكوميديا السوداء وقليلاً من الوعي السياسي فإنها قطعاً لن تمنح له التغيير الذي ينشده.

التوصيات والمقترحات

استنادا على معطيات البحث ونتائج الدراسة التحليلية تقترح الباحثة جملة من الاقتراحات ضمن

سياق البرامج التلفزيونية الساخرة وعلاقتها بالسياسة:

- ضرورة العمل على ضبط لفظ السخرية -الذي نقصده في مجال التلفزيون والسمعي البصري -من قبل الأكاديميين والمهتمين بهذا الفن لأن السخرية سخريات كثيرة وهي تتداخل مع ألفاظ أخرى مشابهة لها، ذلك أن السخرية كفن ناقد يختلف كلياً عن أشكال الفكاهة والضحك الأخرى في باقي الفنون كالمسرح وغيره.
- ضرورة ضبط العمل الإعلامي الساخر وفق معايير أخلاقية تحترم خصوصيات الأفراد وتحفظ كرامتهم وتبتعد عن التجريح الشخصي والتهريج.
- الدعوة إلى العمل على تدريب مقدمي هذه البرامج الساخرة من قبل محترفين ومختصين في هذا الفن وهذا حفاظاً على ميزاتهِ ومكانته.
- ضرورة فتح حوار مع السلطات السياسية لتقبل هذا الفن الهادف باعتباره يمثل شكلاً من أشكال المعارضة السلمية حتى لا يلجئ الصحفيون إلى الهروب خارج أوطانهم وبث برامجهم من هناك.
- الدعوة للمزيد من البحوث الأكاديمية لدراسة هذا الفن الساخر باعتباره أصبح شكلاً برامجياً لا تخل منه أي وسيلة إعلامية.

قائمة المراجع

القرآن الكريم

أولاً: المعاجم والموسوعات

1. إبراهيم فتحي. (1986). معجم المصطلحات الأدبية (الإصدار 1). تونس: المؤسسة العربية للناشرين المتحدين
2. أندريه لالاند . (2001). موسوعة لالاند الفلسفية، المجلد 1 (أحمد خليل خليل، المترجمون) بيروت: منشورات عويدات.
3. بن هادية واخرون علي. (1991). القاموس الجديد للطلاب (المجلد ط 1). الجزائر، الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب.
4. حجاب محمد منير. (بلا تاريخ). الموسوعة الاعلامية. الفجر للنشر والتوزيع
5. الحسيني الجلالي محمد حسين. (2014). تلخيص الذهب من لسان العرب. لبنان: المؤسسة الحديثة للكتاب.
6. محمد منير حجاب. (بلا تاريخ). الموسوعة الاعلامية.

ثانياً: الكتب

1. أكرم فرج الربيعي. (2017). الخطاب الإعلامي وتكتيك استعمال مفارقة التورية (المجلد الأول). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع؛
2. انجرس موريس. (2010). منهجية البحث في العلوم الانسانية. الجزائر: دار القصبه للنشر؛
3. أوسم ماجد غانم. (2017). خدمة البث - الاعلام العام (حجر زاوية الديمقراطية). منشورات المركز الدولي لعلوم الانسان، ط 1
4. إياد هلال حمادي الدليمي. (2000). صناعة الأخبار الإذاعية والتلفزيونية بين إشكاليتي ترجمة المصطلحات واختلاف المدارس الإعلامية. الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع؛
5. بسيوني إبراهيم حمادة. (1993).، دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي (المجلد الأولى). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية
6. حسن عماد مكاي، وليلى حسين السيد. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة (المجلد الاولى). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية؛
7. حمادة بسيوني. (بلا تاريخ). الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة. القاهرة

8. حمد خير الله حسيب. (2015). الاعلام والسلطة الرابعة (المجلد الأولى). عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع
9. حنان يوسف. (2006). الاعلام والسياسة مقارنة ارتباطية (المجلد الطبعة الثانية). القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي
10. خيرة قول، وطارق طراد. (12, 2016). أخلاقيات المهنة الإعلامية في ظل حدي الفساد السياسي والمال السياسي. الرواق
11. ربي ناصر المصري الشعراني. (2017). نفوذ الاعلام في العالم العربي. بيروت: دار النهضة العربية
12. رجاء وحيد دويدي. (2000). البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية (المجلد الأولى). دمشق: دار الفكر
13. سعد سلمان المشهداني. (2019). منهجية البحث العلمي (المجلد ط1). عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع
14. سعد محمد أبو عامود. (2008). الاعلام والسياسة في عالم جديد (المجلد الاولي). دار الفكر الجامع
15. سعيد السيد، وسامي الشريف. (2005). الأخبار الاذاعية والتلفزيونية. القاهرة: كلية الإعلام
16. سلمان سعد المشهداني. (2017). مناهج البحث الإعلامي (المجلد الأولى). الإمارات: دالا الكتاب الجامعي
17. سمير محمد حسين. (1983). تحليل المضمون. القاهرة: عالم الكتب
18. شريف سمير استيتية. (2002). اللغة وسيكولوجية الخطاب. بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر
19. صابر حارص. (2008). الإعلام العربي والعولمة الإعلامية والثقافية والسياسية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
20. صالح خليل أبو إصبع. (2006). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة (المجلد 5). الإسكندرية: مكتبة الإسكندرية.
21. صيني سعيد إسماعيل. (1994). قواعد اساسية في البحث العلمي. بيروت: مؤسسة الرسالة
22. الضامن منذر. (2007). اساسيات البحث العلمي. عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع.

23. ضياء مصطفى ناصر. (2018). أساليب السخرية في برامج القنوات الفضائية وعلاقتها بالتحريض السياسي. 15. بغداد، العراق: جامعة بغداد
24. طارق سيد أحمد. (2004). الإعلام المحلي وقضايا المجتمع. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع.
25. عبد الحميد محمد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الاعلامية. القاهرة: عالم الكتب
26. عبد الرزاق الدليمي. (2015). صناعة الاعلام العالمي المعاصر. الأردن: دار اليازوري
27. عبد الرزاق محمد الدليمي. (2011). قضايا اعلامية معاصرة (المجلد 1). دار الميسرة للطباعة والنشر
28. عبد المنعم كاظم الشمري. (بلا تاريخ). وسائل الإعلام وعملية صنع القرار في العراق.
29. عثمان الهندي عثمان حسين. (بلا تاريخ). الحراك السياسي مفاهيم وقضايا. القاهرة: دار فرحة للنشر والتوزيع.
30. على الحوات. (1998). النظرية الاجتماعية اتجاهات أساسية. مالطا: منشورات شركة إجا.
31. علي عبد الفتاح. (2014). الاعلام الدبلوماسي والسياسي. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع
32. عمر الإبياري. (2021). برامج النقد الساخر المنشأة والتقنيات. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع
33. محمد بن سعود البشر. (2008). مقدمة في الاتصال السياسي (المجلد الثاني). مكتبة العبيكان
34. محمد جمال أبو شنب. (2009). السياسات الاعلامية. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية
35. محمد حسن العامري، ومحمد عبد السلام السعدي. (بلا تاريخ). الإعلام والديمقراطية في الوطن العربي. العربي للنشر والتوزيع
36. محمد درادكة . (2016). أثر الربيع العربي على المشاركة السياسية الأردن نموذجاً (2011-2013). المنارة
37. محمد سعيد عبد المجيد، وممدوح عبد الواحد الحيطي. (يونيو، 2021). ظاهرة الفساد وثورات الربيع العربي مع التطبيق على الحالة المصرية. حوليات آداب عين شمس.
38. محمد سمير حسين. (1996). بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ. القاهرة: عالم الكتب
39. محمد عبد الحميد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (المجلد ط1). القاهرة: عالم الكتب

40. محمد منير حجاب. (2010). نظريات الاتصال. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع
41. مشاقبة بسام عبد الرحمن. (2009). نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
42. مصطفى ضياء. (2014). السخرية في البرامج التلفزيونية. بغداد: دار ميزوبوتاميا.
43. مصلح الصالح. (1999). الشامل (المجلد 1). القاهرة: دار عالم الكتب للطباعة والنشر
44. ملوح السليحات. (2014, 2, 26). انعكاسات ثورات الربيع العربي على الوعي السياسي لطلبة. المنارة، 1
45. المنجد في اللغة العربية المعاصرة. (2001). دار الشرق
46. منذر صالح جاسم الزبيدي. (2003). دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع؛
47. ميلاد خير أبو بكر، وحמיד مصطفى الطائي. (2002). مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية (المجلد ط 1). الاسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر؛
48. ناجي عباس حسن. (2016). الوسائط المتعددة في الاعلام الالكتروني. دراسة مقارنة العربية نت، محيط، راديو سوا، إذاعة العراق الحر، تلفزيون الشرقية، وكالة نينا نموذجاً، الأولى. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع؛
49. نسرین حمودة. (2015). نظريات الإعلام والاتصال. شبكة الألوكة.
50. يوسف تمار. (2007). تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين (المجلد الأولى). الجزائر: طاكسيج - كوم للدراسات والنشر والتوزيع؛
51. يوسف تمار. (2020). الاتصال والاعلام السياسي الثقافة السياسية بين وسائل الاعلام والجمهور. القاهرة: دار الكتاب الحديث؛

ثانيا: الرسائل والأطاريح

1. بن محمد بن عبد العزيز سعد آل سعود. (2006). الاتصال السياسي في وسائل الاعلام وتأثيره في المجتمع السعودي. أطروحة دكتوراه، 52. السعودية: كلية الدعوة والاعلام
2. غالي محرز. (2003). العوامل الإدارية المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحف المصرية. رسالة ماجستير. القاهرة، مصر: كلية الإعلام

3. محمد عارف محمد عبد الله. (2012). دور قناة الجزيرة الفضائية في احداث التغيير السياسي في الوطن العربي. رسالة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية. نابلس، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.
4. محمد مساهل. (2020). استخدامات الفيديو الجديدة وعلاقتها بالممارسة السياسية في الجزائر. اطروحة دكتوراه، 127. مستغانم: جامعة عبد الحميد بن باديس.
5. هنيذة أحمد أبو خليل. (2015). درجة توجه المضمون السياسي لبرنامج باسم يوسف الساخر "البرنامج" خلال الفترة الممتدة بين "البرنامج" خلال الفترة الممتدة بين 23 تشرين الثاني 2012 الى 25 تشرين الأول 2013. رسالة ماجستير. كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط

ثالثا: المقالات العلمية:

1. أحمد بن راشد بن سعيد. (2010). الاتصال السياسي والأخلاق: ضدان لا يلتقيان؟ التجديد، 28
2. أحمد حمدي راشد عبد الواحد. (يوليو، 2014). الموضوعات السياسية كما تعكسها البرامج التلفزيونية الساخرة. مجلة بحوث التربية النوعية
3. إدير معياش. (15, 05, 2014). وسائل الاعلام وعملية الاتصال السياسي. مجلة الدراسات الإفريقية
4. ايدير معياش. (15, 5, 2014). وسائل الإعلام وعملية الاتصال السياسي. مجلة الدراسات الثقافية، الأولى؛
5. بركات عبد العزيز محمد، وهناء السيد محمد. (6, 2015). معالجة البرامج الساخرة للأحداث الجارية في مصر. المجلة العلمية لكلية التربية النوعية
6. حيدر عبد اللطيف. (2019). البرامج السياسية الساخرة في شبكة الجزيرة: فاعلية الخطاب النقدي وآليات اشتغاله. مركز الجزيرة للدراسات
7. حيدر عبد اللطيف. (2019). البرامج السياسية الساخرة قناة الجزيرة. مركز الجزيرة للدراسات؛
8. راشد عبد الواحد أحمد حمدي. (06, 2014). الموضوعات السياسية كما تعكسها البرامج التلفزيونية الساخرة في القنوات الفضائية. مجلة بحوث التربية النوعية
9. رشيد حسني راضي. (بلا تاريخ). اتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية. مجلة كلية التربية واسط

10. رعد جاسم الكعبي، وإيمان عبد الرحمن. (آذار، 2008). بناء الشريط الاخباري (السابتيال) في القنوات الفضائية العربية. الباحث الإعلامي
11. رنده هنوز. (ديسمبر، 2017). وسائل الإعلام والحراك السياسي في المنطقة العربية - مقارنة نظرية-. مجلة رواق
12. ريهام علي نوير. (06، 2020). استخدام الشباب المصري للفيديوهات الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المنظمات الإرهابية. مجلة البحوث الاعلامية
13. زيادة رضوان. (01، 2016). لماذا تحولت الثورة السورية إلى العنف؟ سياسات عربية
14. السعدية قرش. (24 سبتمبر، 2016). ثقافة الصورة التلفزيونية. مجلة دراسات وأبحاث
15. شيماء عبد المجيد نياي، ووسام فاضل راضي. (2020). التلفزيون وبناء الأجندة. مجلة الباحث الإعلامي
16. شيماء عبد المجيد نياي، ووسام فاضل راضي. (2020). التلفزيون وبناء الأجندة. مجلة الباحث الإعلامي
17. عدنان أحمد علي. (اكتوبر، 1996). الإعلام والسلطة في الوطن العربي في ضوء التطورات القادمة. شؤون الأوسط
18. عربي الطوخي عبد العزيز، وعائدة محمد عوض المر. (06، 2014). الموضوعات السياسية كما تعكسها البرامج التلفزيونية الساخرة. مجلة بحوث التربية النوعية
19. فوضيل دليو. (2005). عناصر منهجية في العلوم الاجتماعية. قسنطينة: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة
20. قران احمد الزهراني. (2015). السلطة السياسية والاعلام في الوطن العربي (المجلد الاولى). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية
21. قوي بوحنية ، و عصام بن الشيخ . (2012). ثقافة التغيير: الأبعاد الفكرية والعوامل والتمثلات. مداخلة بعنوان: الرسالة الإعلامية العربية "التغييرية"... المضامين والرؤى المملكة الأردنية: المؤتمر الدولي الـ 17 جامعة فيلادلفيا
22. ليندة لطاد، زهرة تيغزة، عائشة عباش، زكية رانجة، فريدة قصري، رزيقة يطو، . . . حورية حمزة. (2019). منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية. ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.

23. محمد البشير بن طبة. (01 12, 2015). تحليل المحتوى في بحوث الاتصال -مقاربة في الاشكاليات والصعوبات-. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية
24. مراد بسنت فهمي. (2017). تعرض الجمهور لمقاطع الفيديو الساخرة على موقع يوتيوب (YouTube) وتأثيره في مستويات الثقة في الشخصيات العامة. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون
25. مها السيد بهنسي (2014) علاقة الوعي السياسي بالأعلام الجديد. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، 4
26. نادية لمهل. (25 12, 2021). البرامج التلفزيونية الساخرة بين النقد الجاد والتكثيف. مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والانسانية، 2
27. نجاه لحضيري. (2020). الإعلام والسلطة في الجزائر: واقع حرية الصحافة بعد التعددية: أكتوبر 1988/جانفي 2012. إنسانيات

رابعاً: المواقع الالكترونية

1. Bbc News عربي. (8 7, 2019). عبد الباسط الساروت: مقتل لاعب كرة القدم الواعد الذي تحول إلى صوت للانتفاضة ضد نظام بشار الأسد. تاريخ الاسترداد 09 11, 2022، من Bbc News عربي <https://2u.pw/Ya4LUe> :
2. Bbc News. (27 2, 2021) جمال خاشقجي: كل ما تريد معرفته من مقتله حتى إحالة القضاء التركي ملف الدعوى للسعودية. تاريخ الاسترداد 15 11, 2022، من BBC NEW عربي : <https://2u.pw/Hm6GVF>
3. Bbc News عربي. (03 06, 2019). كيف تم فض قوات الأمن اعتصام القيادة العامة في الخرطوم ؟ تاريخ الاسترداد 11 11, 2022، من Bbc News عربي : <https://www.youtube.com/watch?v=1VcBn88GI60>
4. أحمد راشد بن سعيد. (2010). الاتصال السياسي والاخلاق ضدان لا يلتقيان. التجديد، 28. تاريخ الاسترداد 27 04, 2022
5. أحمد عباس، مايكل هاريس، و عساف كفوري. (26 02, 2021). ثمن حرية الرأي والتعبير في ظل حكم السيسي. تاريخ الاسترداد 6 11, 2022، من العربي الجديد <https://cutt.us/CxIP6> :

6. أشرف ركن الدين. (21 1, 2019). تحصيل 10 جنهيات من كل طالب لتكريم ضحايا الإرهاب.. قرار وزارة التعليم العالي والبحث العلمي. تاريخ الاسترداد 14 10, 2022، من كلمة : <https://cutt.us/6pHeu>
7. التصنيف العالمي لحرية الصحافة 2021. (25 05, 2021). تم الاسترداد من مراسلون بلا حدود : <https://rsf.org/ar>
8. الجزيرة. (26 11, 2011). صاحب القذافي ثم عاداه ومنحته أميركا جنسيتها.. قصة حفتر المحكوم بإعدامه مرتين. تم الاسترداد من الجزيرة نت <https://cutt.us/AOqwS>
9. الجزيرة نت. (28 7, 2019). سبعة مؤتمرات للشباب في ثلاث سنوات.. ماذا يهدف السيسي من ورائها؟. تاريخ الاسترداد 23 11, 2022، من الجزيرة نت <https://cutt.us/WFia3>
10. الجزيرة نت. (03 06, 2020). 6 سنوات من وعود السيسي.. هل أوفى أم أخلف؟ تاريخ الاسترداد 20 11, 2022، من الجزيرة نت <https://cutt.us/zlvZm>
11. العربي. (09 06, 2022). حارس الثورة السورية.. ثلاثة أعوام على رحيل عبد الباسط الساروت. تاريخ الاسترداد 11 11, 2022، من العربي <https://2u.pw/FS2ZPD>
12. العربي. (بلا تاريخ). البرامج. تاريخ الاسترداد 22 08, 2022، من العربي : <https://www.alaraby.com/programs/%D8%AC%D9%88-%D8%B4%D9%88>
13. العربي الجديد. (12 05, 2022). اعتداء على الناشط المصري علاء عبد الفتاح وهو مكبل في سجنه. تاريخ الاسترداد 12 11, 2022، من العربي الجديد <https://cutt.us/EMocn>
14. المقاربة الوظيفية والتفاعلية الرمزية. (12 04, 2020). تاريخ الاسترداد 22 05, 2021، من جامعة محمد لمين دباغين - سطيف <https://2u.pw/2Jjke> -
15. أيوب واوجا. (04 12, 2018). الكوميديا والضحك من منظور فلسفي. تاريخ الاسترداد 05 05, 2021، من مدونات الجزيرة <https://2u.pw/OAaoq>
16. باسم الطويسي. (10 09, 2017). تحولات الاعلام الرسمي العربي: اسئلة الديمقراطية ومعايير الخدمة العمومية. مركز الجزيرة للدراسات، صفحة 13. تاريخ الاسترداد 23 2, 2021، من <https://cutt.us/jqTwj>
17. بدر الشافعي. (20 02, 2020). المعارضة المصرية: واقع مأزوم وخيارات صعبة. مركز الجزيرة للدراسات. تاريخ الاسترداد 15 11, 2022، من <https://studies.aljazeera.net/ar/article/4572>

18. جمال زرن. (10 30, 2018). مراجعة نظرية حارس البوابة ضمن سياق بيئة إعلامية واتصالية جديدة. تاريخ الاسترداد 15 09, 2021، من المرصد العربي للصحافة : <https://shortest.link/1dl2>
19. جمال خاشقجي: كل ما تريد معرفته من مقتله حتى إحالة القضاء التركي ملف الدعوى للسعودية. (07 04, 2022). تاريخ الاسترداد 12 10, 2022، من Bbc news عربي : <https://www.bbc.com/arabic/world-56219025>
20. جون ستيوارت.. إعلامي أميركي بطعم ساخر. (24 11, 2015). تاريخ الاسترداد 20 04, 2021، من الجزيرة نت <https://2u.pw/P9sL7>
21. حامد عبد الله. (24 03, 2016). السيسي والمتفقون.. من الواقعي ومن المنظر؟ تاريخ الاسترداد 12 02, 2023، من الجزيرة نت <https://cutt.us/4lwN3>
22. حسني محمد نصر. (11 12, 2011). الاتجاهات الحديثة في بحوث الصحافة والسلطة السياسية في الدول الأفروآسيوية. مجلة كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، 2(2011)، صفحة 53. تاريخ الاسترداد 14 01, 2021، من <https://search.emarefa.net/detail/BIM-281566>
23. حيدر العبدلي. (07 10, 2019). أطول إضراب للمعلمين في تاريخ الأردن...كيف بدأت القصة؟ تم الاسترداد من الحرة <https://2u.pw/GviSPx>
24. سالم إيلي. (10 09, 2021). لبنان، الذي كان ذات يوم منارة لحرية التعبير في الشرق الأوسط، يمارس الآن القمع. تم الاسترداد من Dawn.
25. سامر طه سالم. (2020). جماليات توظيف المؤثر الصوتي الرقمي في أفلام الرسوم. مجلة الأكاديمي [doi:https://doi.org/10.35560/jcofarts97/225-240](https://doi.org/10.35560/jcofarts97/225-240)
26. شفيق شقير. (23 12, 2019). الحراك اللبناني: البواعث والمكونات والتداعيات. مركز الجزيرة للدراسات، صفحة 4. تاريخ الاسترداد 19 10, 2022، من <https://studies.aljazeera.net/ar/reports/2019/12/191223080030054.html>
27. عبد الله بن علي العليان. (12 05, 2021). الإعلام والسلطة بين التفاهم والاختلاف. تاريخ الاسترداد 22 02, 2021، من الشرق <https://2u.pw/Bed3X>
28. علاء عبد الرازق. (06 11, 2018). الفنانون والسياسة بمصر.. مجمدون وهاربون وتائبون. تاريخ الاسترداد 01 02, 2023، من الجزيرة نت : <https://www.zotero.org/download/connectors>

- 29.** علاء رشدي. (22 12, 2020). المضامين السياسية والمقولات الاجتماعية في المؤلفات الموسيقية السورية المعاصرة. تاريخ الاسترداد 19 02, 2023، من harmoon: <https://www.harmoon.org/reports/>
- 30.** علاء عبدالفتاح من محبسه لـ CNN: ثورة يناير هُزمت.. السلطة مشغولة بعزلي.. ونظلمهين. (08 11, 2017). تاريخ الاسترداد 17 11, 2022، من CNN عربية: <https://cutt.us/HEUc5>
- 31.** عماد مفرح مصطفى. (25 05, 2017). الكوميديا السورية: أداة بيد النظام لتحريف الحقيقة. تاريخ الاسترداد 13 06, 2022، من alaraby: <https://2u.pw/W9FX9>
- 32.** عماد المديفر. (18 11, 2018). علاقة الإعلام والإعلامي بالسياسة. تاريخ الاسترداد 05 12, 2022، من al-jazirah: <https://www.al-jazirah.com/2018/20181118/ar5.htm>
- 33.** (ميّار فتحي، ومحمود عبد الرؤوف. (30 09, 2021). السخرية السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الرأي العام المصري. تاريخ الاسترداد 13 08, 2021، من المركز الديمقراطي العربي: <https://democraticac.de/?p=77547>
- 34.** . doi:<https://doi.org/10.4000/insaniyat.24103>
- 35.** نسرين قسنطيني. (26 09, 2020). مصر: مقتل شخص في اشتباكات مع الشرطة خلال مظاهرة مناهضة للرئيس السيسي جنوب القاهرة. تاريخ الاسترداد 12 11, 2022، من france24: <https://2u.pw/Le8Vtz>
- 36.** وزارة العدل. (20 02, 2006). قانون رقم 01-06 يتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته. تم الاسترداد من بوابة القانون الجزائري/<https://droit.mjustice.dz>
- 37.** يحيى اليحياوي. (04 12, 2017). الاعلام من منظور طبيعة النظام السياسي. تم الاسترداد من عربي 21 <https://cutt.us/jqttp21>
- 38.** سلطان الزغلول . (03, 2021). عابر للاجناس . (دار المجلة العربية للنشر و الترجمة) تاريخ الاسترداد 18 04, 2021، من المجلة العربية <https://cutt.us/shRyk>

خامسا: المراجع الأجنبية

1. Anna , G. S. (2014). Visual political irony in Russian new media. Discourse, context & media؛
2. Arowolo, S. O. (2017, 06 23). Understanding framing theory. Mass Communication Theory. doi:DOI:10.13140/RG.2.2.25800.52482؛
3. Attardo , S. (2014). ENCYCLOPEDIA OF Humor Studies. SAGE Publications؛
4. Baran, J. S. (2015). MASS COMMUNICATION THEORY (Vol. Seventh Edition). USA: Cengage Learning؛
5. Böttcher, A. V. (2014). "Twitter, News Aggegators & Co: journalistic gatekeeping in the age of digital media culture. BACHELOR THESIS B.S. in Digital Culture؛
6. Brian, m. (2011). AN INTRODUCTION TO POLITICAL COMMUNICATION (Vol. Fifth edition). New York: the Taylor & Francis e-Library؛
7. Bruce, W. A., X, M., & Carpini, D. (2004). Monica and Bill all the time and everywhere: The collapse of gatekeeping and agenda setting in the new media environment. American Behavioral Scientist, 9, pp. 1208–1230. Chin, R. (2011, 11 14). The Science of Sarcasm? Yeah, Right. Consulté le 06 10, 2022, sur smithsonianmag: <https://2u.pw/DODSv>؛
8. Caple, H., & Bednarek, M. (2013, 12). Delving into the Discourse: Approaches to News Values in Journalism Studies and Beyond؛
9. Colombie–Britannique: Simon Fraser University؛
10. Cristian, V., Augusto, V., Pablo, B., Richard, B., John T, J., Nagler, J., & Joshua , T. (2013, DEC). Social media and political communication: A

survey of twitter users during the 2013 Italian general election. Italian Political Science Review؛

11. doi:10.1177/0002716209339345؛

12. doi:10.1426/75245؛

13. doi:DOI: 10.13140/RG.2.2.34805.99044؛

14. doi:doi: 10.15581/003.34.2.417-432.

15. Ellen , E. (2019, 10 22). Comedy as an instrument for change: A look at U.S. political television satire during the Trump presidency. Master of Arts؛

16. Esser, F., & Pfetsch, B. (2004). Comparing Political Communication. Cambridge University Press؛

17. FAHMY, S., MARY, A. B., & WANTA, W. (2014). Visual Communication Theory and Research. New York: PALGRAVE MACMILLAN. doi:DOI 10.1057/9781137362155

18. Farrukh, N., & Bhatti, B. M. (2016). Impact of Political Satirical Shows on Political Socialization: An Analysis. Global Media Journal؛

19. Folot, E. (2013, Julay). Humour sarcastique : entre le droit et l'éthique؛

20. Frerichs, S., & Helmy, M. M. (2013). Stripping the boss: The powerful role of humor in the Egyptian revolution 2011. Integrative Psychological and Behavioral Science, 4, pp. 450-481.

doi:https://doi.org/10.1007/s12124-013-9239-x؛

21. Gayà, C., Sintes, M., & Ferré, -P. F. (2016). The perceived effects of televised political satire among viewers and the communication directors of political parties: A European case. European Journal of Cultural Studies؛

22. Grawitz, M. (1972). Méthodes d'épistémologie. paris: Armand Colin Collection؛

23. Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What Is News? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*؛
24. Hwalbin, K., & Kim, S.-H. (2018). Framing marijuana: How US newspapers frame marijuana legalization stories (1995–2014). *Preventive medicine reports*؛
25. IBRAHIM, A., & ELTANTAWY, N. (2017). Egypt's Jon Stewart: Humorous political satire and serious culture jamming. *International Journal of Communication*, 19, pp. 2806–2824؛
26. Kaid, L. L. (1991). *Ethical dimensions of political advertising*. New York: Praeger Publisher؛
27. McClennen, S., & Maisel, R. (2016). *Is satire saving our nation?* Springer؛
28. MICHAEL, G., STEPHEN, C., & JAY G, B. (2009, SEPTEMBER). Political Communication – Old and New Media Relationships. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*؛
29. Norris, P. (2001). *Political Communications and Democratic Politics. Political Communications Transformed*؛
30. OXFORD DICTIONARY ,THE PHILOLOGICAL SOCIETY. (1961). OXFORD UNIVERSITY PRESS
31. Ruggieri, F. (2013). Political Satire on Television: How Political Satire Encourages Critical Awareness of Political Issues and Contributes to the Formation of a Civic Culture. *International Journal of Cross–Cultural Studies and Environmental Communication*
32. Rugh, W. A. (2007, 5 21). Do National Political Systems Still Influence Arab Media? *Arab Media & Society*, pp. 1–21. Récupéré sur <https://shortest.link/22ar>

33. Schauseil, W. (2019, 05 13). Media and anti-corruption. Transparency International. Récupéré sur <https://www.jstor.org/stable/resrep20465>
34. Seals, K. D. (2021). Framing Theor aming Theory: A Textual Analysis of News Co extual Analysis of News Coverage of the age of the. McNair Scholars Research Journal
35. Shoemaker, J. P., & Vos, T. (2009). Gatekeeping theory. Routledge
36. Srivastava, J., & Mahesh, P. (2015, 06 29). Conceptual Derivations of Framing Theory. Consulté le 05 03, 2022, sur communication today: <https://communicationtoday.net/2015/06/29/conceptual-derivations-of-framing-theory/>
37. Steen, S. (2011). Cozy journalism: The rise of social cohesion as an ideal in online, participatory journalism. Journalism Practice
38. The Agenda-Setting Theory in Mass Communication. (2018, 2 19). Consulté le 9 12, 2021, sur University Alvernia: <https://cutt.us/jy7aC>
39. V, K. (2020, 06 16). Political Communication Strategy: Strategies of the Political Communication Process. Consulté le 05 08, 2022, sur politicalmarketer: <https://politicalmarketer.com/political-communication-strateg>
40. Valenzuela, S. (2014). "Agenda-Setting Theory: The Frontier Research Questions. " The Oxford Handbook of Political Communication
41. Valhondo, J. L. (2021, 03 01). Parodic satire of NO-DO in Polònia: Iconoclasm and visual re-framing of the Spanish (far)right-wing discourse. Communication & Society, 34, pp. 417-432

الملاحق

الملحق رقم 01 استمارة تحليل المضمون

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال
استمارة تحليل المضمون حول:

المضامين السياسية عبر البرامج التلفزيونية الساخرة

دراسة تحليلية لبرنامج "جو شو"

في الفترة الممتدة بين أكتوبر 2018 إلى ديسمبر 2019

إشراف أ د:

نوال وسار

إعداد الباحثة:

نادية لمهل

السنة الجامعية: 2023/2022

المحور الأول: البيانات الخاصة بالبرنامج التلفزيوني محل الدراسة:

1	اسم البرنامج التلفزيوني
2	رقم الحلقة
3	تاريخ البث

المحور الثاني: البيانات الكمية الخاصة بالفئات وعناصرها:

أ/ بيانات خاصة بفئة الشكل: (كيف قبل؟)

فئة زمن البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة



7	6	5
---	---	---

فئة طرق العرض المستخدمة في تقديم البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة.



فئة مقتطفات فيديو مأخوذة من مواد اعلامية مختلفة.



13	12	11	10
----	----	----	----

فئة الصور المستخدمة في تقديم البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة

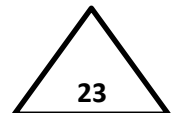


16	15
----	----

فئة وسائل عرض أخرى مساعدة



22	21	20	19	18
----	----	----	----	----



فئة اللغة العربية ولهجاتها المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة

فئة لهجات عربية أخرى

25

فئة اللهجة المصرية

24

لغة عربية فصحي

26

فئة اللغات الأجنبية

27

31

30

29

28

فئة الاخراج الفني للبرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة

32

فئة الإكسسوارات المستخدمة في البرنامج التلفزيوني عينة الدراسة:

33

41

40

39

38

37

36

35

34

فئة المؤثرات الصوتية المستخدمة في البرنامج التلفزيوني عينة الدراسة

43

48

47

46

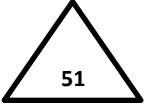
45

44



50

49

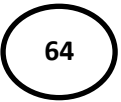
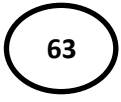

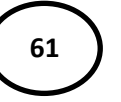
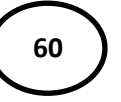


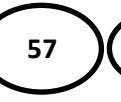

ب/ بيانات خاصة بفئات المضمون:







فئة المضامين السياسية الواردة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة  51


خطابات السياسيين العرب  52

 54  53

فئة ممارسات السلطات العربية غير الديمقراطية  55

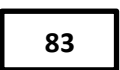
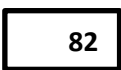
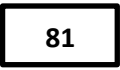
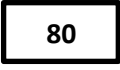
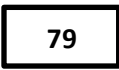
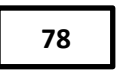

 64  63  62  61  60  59  58  57  56

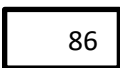
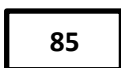
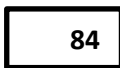
 70  69  68  67  66  65

فئة السخرية من الاعلاميين العرب المواليين للسلطة  71

 75  74

فئة الأساليب الساخرة التي استخدمها مقدم البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة  76

 83  82  81  80  79  78  77

 86  85  84

فئة الشخصيات التي ظهرت في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة

87

فئة الشخصيات السياسية.

88

91

90

89

فئة الشخصيات الدينية.

92

96

95

94

فئة الخبراء.

97

103

102

101

100

99

98

106

105

104

فئة المشاهير.

107

111

110

109

108

فئة النطاق الجغرافي للمضامين الواردة في البرنامج

112

115

114

113

فئة أهداف البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة.

116

121

120

119

118

117

فئة القيم الخبرية الواردة في البرنامج عينة الدراسة

122

128

127

126

125

124

123

فئة مصادر المعلومات التي استشهد بها البرنامج التلفزيوني عينة الدراسة

129

133

132

131

130

137

136

135

134

الملحق رقم 2: دليل استمارة تحليل المضمون

المحور الأول: البيانات الخاصة بالبرنامج التلفزيوني محل الدراسة

المستطيل رقم 1 يشير إلى اسم البرنامج التلفزيوني "جو شو"

المستطيل رقم 2 يشير إلى رقم الحلقة.

المستطيل رقم 3 يشير إلى تاريخ بث الحلقة.

المحور الثاني: البيانات الخاصة بفئات الشكل (كيف قيل؟)

المثلث رقم 4 يمثل فئة زمن البرنامج التلفزيوني عينة الدراسة، وتشير المربعات 5 و 6 و 7 إلى

فئاتها الفرعية وهي على التوالي: فئة الزمن الكلي للحلقة الواحدة وفئة الزمن الإجمالي للمضمون

السياسي الساخر في الحلقة الواحدة مقارنة بزمن الحلقة ككل، وفئة الزمن الإجمالي للمضمون غير

السياسي الساخر في الحلقة الواحدة مقارنة بزمن الحلقة ككل.

المثلث رقم 8 يمثل فئة طرق العرض المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة،

ويشير المربع رقم 9 إلى الفئة الفرعية؛ مقتطفات فيديو مأخوذة من مواد إعلامية مختلفة في حين

تشير الدوائر من 10 إلى 13 إلى عناصرها التالية:

10. مقتطف فيديو من برنامج تلفزيوني (اخباري أو فني).

11. مقتطف فيديو من أغاني مصورة.

12. مقتطف فيديو من مواقع الكترونية.

13. مقتطف فيديو من أفلام ومسلسلات.

المربع رقم 14 يمثل فئة الصور المستخدمة في عرض مضامين البرنامج التلفزيوني عينة الدراسة،

في حين

تمثل الدوائر 15 و 16 العناصر التالية:

15. صور عادية.

16. صور ساخرة (مميز).

المربع رقم 17 يمثل فئة وسائل أخرى مساعدة، في حين تشير الدوائر من 18 إلى 23 للعناصر

التالية:

18. خرائط.
19. شريط إخباري.
20. وثائق رسمية.
21. تصميم غرافيكس.
22. Show استعراض داخل الاستوديو.
- يشير المثلث رقم 23 إلى فئة اللغة المستخدمة في البرنامج التلفزيوني عينة الدراسة، في حين يشير المربع 24 إلى اللهجة المصرية ويشير المربع 25 إلى اللهجات العربية الأخرى ويشير المربع 26 إلى اللغات الأجنبية، في حين تشير الدوائر من 27 إلى 29 عناصرها وهي:
27. اللغة الإنجليزية.
28. اللغة الفرنسية.
29. لغة أجنبية أخرى.
- يشير المربع 30 إلى فئة اللغة العربية الفصحى ومربع 31 إلى فئة مزيج بين اللغات.
- يشير المثلث رقم 32 يمثل فئة الإخراج الفني، في حين يشير المربع 33 إلى الفئة الفرعية التالية وهي: الأكسسوارات وتشير الدوائر إلى عناصرها التالية:
34. ملابس.
35. لافتات صور.
36. مكبر صوت.
37. كتاب.
38. منشار.
39. مبيد حشرات.
40. مناديل.
41. إكسسوارات أخرى.
- يمثل المربع 42 فئة المؤثرات الصوتية في حين تشير الدوائر التالية إلى فئاتها الفرعية وهي:
43. موسيقى حزينة.
44. موسيقى صاخبة.

45. تصفيق الجمهور.
46. أصوات ضحك الجمهور.
47. موسيقى ساخرة
48. موسيقى هادئة.
49. أخرى

المحور الثالث: البيانات المتعلقة بفئات المضمون (كيف قيل)؟

يشير المثلث رقم 48 إلى فئة المضامين السياسية الواردة في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة حيث يشير المربع 49 الى فئة خطابات السياسيين العرب. وتشير الدوائر 50 و 51 إلى عناصرها التالية:

50. خطابات السياسيين داخل مصر.
51. خطابات السياسيين خارج مصر.

ويشير المربع 52 الى فئة الممارسات غير الديمقراطية، في حين تشير الدوائر من 53 الى 67 إلى العناصر التالية:

53. قمع حرية العمل النقابي.
54. قمع وقتل المتظاهرين.
55. قمع حرية الصحافة.
56. قمع أحزاب المعارضة.
57. الانقلابات العسكرية.
58. تزوير الانتخابات.
59. قمع الاعلام المعارض.
60. سوء تسيير الإدارة.
61. الاعتقالات التعسفية.
62. اهدار المال العام.
63. الاغتيالات السياسية.
64. التعسف في استخدام النفوذ والسلطة.

65. التدخل في شؤون الدول.

66. العنصرية.

67. الدكتاتورية.

يشير المثلث 68 الى فئة السخرية من الاعلاميين العرب المواليين للسلطة، وتشير الدوائر 69 و70 إلى فئات:

69. اعلاميين داخل مصر.

70. اعلاميين من خارج مصر.

يشير المثلث رقم 71 الى فئة الأساليب الساخرة التي استخدمها مقدم البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة:

72. أسلوب التورية.

73. أسلوب السخرية بالمحاكاة.

74. أسلوب السخرية باستخدام نبذة الصوت.

75. أسلوب التعريض.

76. أسلوب المقارنة.

77. أسلوب النقد المباشر.

78. أسلوب السؤال الآخر.

79. أسلوب التكرار.

80. أسلوب الألفاظ البذيئة.

81. أسلوب التجريح الشخصي.

يشير المثلث رقم 82 الى فئة الشخصيات التي ظهرت في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة، ويشير المربع 85 الى فئتها الفرعية الاولى وهي فئة الشخصيات السياسية، في حين تشير الدوائر الى عناصرها التالية:

83. رؤساء دول وملوك.

84. وزراء حكومات.

85. نشطاء أحزاب سياسية.

ويشير **المربع 86** الى الفئة الفرعية الثانية، فئة **الشخصيات الدينية** وتمثل الدوائر التالية عناصرها التالية:

87. أئمة ودعاة.
88. رجال دين مسيحيين.
89. رجال دين يهود.

ويشير **المربع 90** الى الفئة الفرعية الثالثة، فئة **الخبراء** وتمثل الدوائر التالية عناصرها التالية:

91. خبير عسكري.
92. خبير سياسي.
93. خبير اجتماعي ونفسي.
94. خبير تكنولوجي.
95. خبير قانوني.
96. خبير اقتصادي.
97. خبير أمني.
98. خبير صحة وتغذية.
99. خبير رياضي.

يشير **المربع 100** الى الفئة الفرعية الرابعة، فئة **المشاهير** وتمثل الدوائر التالية عناصرها التالية:

101. مطربين.
102. ممثلين.
103. مؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي.
104. لاعبي كرة قدم.
105. اعلاميين.

و يشير المثلث 106 الى فئة المواطنين و المثلث رقم 107 الى فئة الأطفال .

يشير المثلث 108 الى فئة **النطاق الجغرافي للمضامين** الواردة في البرنامج التلفزيوني الساخر

عينة الدراسة، وتمثل المربعات التالية فئاتها الفرعية وهي:

109. عربي.

110. إقليمي.

111. دولي.

يشير المثلث رقم 112 إلى فئة أهداف البرنامج وتمثل المربعات التالية فئاته الفرعية:

113. كشف فساد الأنظمة السياسية العربية.

114. تقديم المعلومات والأخبار.

115. الاضحاك والتسلية.

116. التحريض.

117. كشف التضليل الإعلامي.

يشير المثلث رقم 118 إلى فئة القيم الواردة في البرنامج، في حين يمثل المربع رقم 119 القيم

الخبرية الموظفة في البرنامج التلفزيوني عينة الدراسة، وتمثل الدوائر عناصره التالية:

120. قيمة السلبية.

121. قيمة القرب.

122. قيمة الشهرة.

123. قيمة الجدة والحدثة.

124. قيمة الصراع.

125. قيمة التأثير الشخصي.

يشير المثلث رقم 126 إلى فئة مصادر المعلومات التي استشهد بها البرنامج التلفزيوني عينة

الدراسة تمثل المربعات التالية فئاتها الفرعية:

127. قنوات تلفزيونية وإذاعات.

128. مواقع الكترونية.

129. وكالات أنباء.

130. مجلات وجرائد.

131. وثائق رسمية.

132. فريق الاعداد.

133. شهود عيان.

134. مراسلون.

الملحق رقم 03: دليل التعريفات الإجرائية للفئات وعناصرها:

البيانات الخاصة بالبرنامج محل الدراسة:

اسم البرنامج: برنامج "جو شو" برنامج سياسي ساخر يسلط من خلاله المذيع "يوسف حسين" المشهور باسم "جو" الضوء على ما وصلت إليه بعض وسائل الإعلام العربية المحسوبة على بعض الأنظمة السياسية من خلال المغالطات والتناقضات التي تبثها في مضامينها الاعلامية، وفي كل حلقة يعالج جو وفريقه مجموعة من هذه المواضيع ويتناولها بطريقة هزلية ساخرة.

اسم القناة: التلفزيون العربي هي قناة إخبارية سياسية تعنى بمتابعة الحدث وتقديم الخبر وتحليل كافة أبعاده وتداعياته. يقع المقر الرئيسي لـ"التلفزيون العربي" في مدينة لوسيل، شمال الدوحة، عاصمة قطر وتتوزع مكاتبه في عدد من العواصم والمدن الرئيسية في العالم.

أولاً: فئات الشكل: هي الفئات التي تجيب عن السؤال كيف قيل؟

1. فئة الزمن: تتناول هذه الفئة في الدراسة حساب المدة الزمنية لمضامين البرنامج (عينة الدراسة)

بالدقيقة وأجزائها، وتضم فئة الزمن ثلاث فئات فرعية هي:

فئة الزمن الكلي للحلقة الواحدة وفئة الزمن الإجمالي للمضمون السياسي الساخر في الحلقة الواحدة مقارنة بزمن الحلقة ككل، وفئة الزمن الإجمالي للمضمون غير السياسي الساخر في الحلقة الواحدة مقارنة بزمن الحلقة ككل.

2. فئة طرق العرض المستخدمة في البرنامج التلفزيوني جو شو: تتناول هذه الفئة في الدراسة

مختلف المواد الصحفية التي يستخدمها برنامج "جو شو" في بث مضامينه الساخرة و تشمل هذه الفئة الرئيسية الفئات الفرعية التالية:

1.2 **مقتطفات فيديو** نقصد بها في الدراسة أي مقتطف أو مقطع فيديو تم بثه في البرنامج، تم

اقتطاعه من مختلف وسائل الاعلام بمختلف موادها الإعلامية، كمقتطف من برنامج تلفزيوني

اخباري أو فني، أو مقتطف من أغنية مصورة، أو مقتطف من فيلم سينمائي أو مسلسل

تلفزيوني، أو مقطع فيديو مأخوذ من مختلف مواقع الانترنت وهي مقاطع سمعية بصرية يتم تحميلها من الانترنت بغية بثها في الحلقة والتعليق عليها من طرف مقدم البرنامج.

2.2 فئة الصور نقصد بها في هذه الدراسة كل الصور التي ظهرت في برنامج "جو شو" و التي استعان بها في معالجة مضامينه للتعريف بحدث أو شخصية معينة أو السخرية منه ، وقد تم تقسيمها إلى : صور عادية وصور ساخرة (مميز) تحمل موضوعا مضحكا أو نكتة.

3.2 فئة وسائل عرض أخرى مساعدة نقصد بهذه الفئة في دراستنا مجموعة من الوسائل و الطرق الأخرى التي يعتمد عليها برنامج جو شو في بث مضامينه لعرض حدث ما أو قضية تتم معالجتها في البرنامج.

وقد قسمت هذه الفئة إلى العديد من المؤشرات:

➤ **الشريط الاخباري المكتوب:** ونقصد به في هذه الدراسة إحدى الطرق التي يستعين بها البرنامج التلفزيوني جو شو في عرض مضامينه الساخرة وذلك عن طريق الشريط الاخباري (سبتايتل) الذي يظهر في الشاشة ويشمل كتابات توضيحية لمحتوى المشهد، او إعادة لكلام الشخصيات التي تظهر خلاله.

➤ **وثائق رسمية:** نقصد بها في هذه الدراسة مختلف المنشورات والبيانات التوضيحية التي تصدر عن هيئة رسمية، ويستخدمها برنامج جو شو من اجل كوسيلة لعرض مضمونه والسخرية منه، كبيانات الرئاسة واحصائيات الشرطة وغيرها.

➤ **خرائط:** ونقصد بها في هذه الدراسة تلك الرسومات التخطيطية التي تمثل سطح الأرض بشكل عام أو جزء منها، يستخدمها برنامج جو شو لتوضيح نشاط بشري معين أو ظاهرة طبيعية ما قصد شرح مضمون الحلقة الساخر.

➤ **تصميم غرافيكس:** نقصد بها في هذه الدراسة تلك الصور أو الأشكال والرموز التي يتم انتاجها باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، إذ يقوم مصمم برنامج جو شو بتصميمها خصيصا لبثها في حلقات البرنامج وحتى تتماشى مع غرض كل مضمون وتعطي تمثيل بصري لأفكار مقدم البرنامج والقائمين عليه، وهذا قصد إيصال رسالة معينة (أو مجموعة رسائل).

➤ **الاستعراض Show داخل الاستوديو:** ونقصد به في هذه الدراسة الأداء الحركي الذي يقوم به مقدم البرنامج او بعض الممثلين الذين يستعين بهم لتمثيل مشهد معين، قصد ايصال رسالة معينة.

3. فئة اللغة العربية ولهجاتها المستخدمة في البرنامج الساخر عينة الدراسة : نقصد بها في هذه الدراسة؛ اللغة العربية الفصحى واللهجات التي يستخدمها البرنامج الساخر جو شو، ويمكن تقسيم هذه الفئة الى فئات فرعية كالتالي:

1.3 اللهجة المصرية : ويقصد بها اعتماد اللهجة المحلية العامية الدارجة المصرية في تقديم البرنامج التلفزيوني الساخر باعتبار أن مقدم البرنامج جو شو المذيع "يوسف حسن" وهو مصري و يتحدث بلهجة بلده.

2.3 لهجات عربية أخرى ، ونقصد بها لهجات باقي الدول العربية التي تظهر في مضامين البرنامج جو شو ، كاللهجة السورية و العراقية و الجزائرية و التونسية و غيرها.

3.3 اللغة العربية الفصحى.

3.3 اللغات الأجنبية و نقصد بها اللغة الإنجليزية و اللغة الفرنسية و لغات أخرى.

5.3 مزيج بين اللغات ، ونقصد بها في هذه الدراسة استخدام كلمة أجنبية وسط جمل عربية.

4. فئة الإخراج الفني: نقصد بها في هذه الدراسة الكيفية التي اخرج به مخرج برنامج جو شو مختلف حلقات البرنامج، وقد قسمت هذه الفئة الى فئات فرعية هي:

1.4 الإكسسوارات، ونقصد بها في هذه الدراسة مجموعة الوسائل التي يعتمد عليها مقدم

البرنامج وأحيانا فريق العمل في بث مضامين الحلقة من خلال الاستعانة بمنشار او

كتاب او مكبر صوت او مناديل او ملابس وأزياء وغيرها.

2.4 المؤثرات الصوتية، وتمثل هذه الفئة في دراستنا كل الأصوات التي يضيفها معدو برنامج جو شو الى الصوت الطبيعي للمذيع وذلك لدعم المشاهد قصد الوصول الى الهدف من الرسالة الإعلامية التي يود صانع البرنامج الساخر جو شو تمريرها للمتلقي و مؤشرات هذه الفئة : الموسيقى الحزينة ، الموسيقى الصاخبة ،موسيقى ساخرة ،تصفيق الجمهور و أصوات ضحك الجمهور .

ثانيا: فئات المضمون: الفئات التي تجيب عن السؤال (ماذا قيل؟)

1. فئة المضامين السياسية: نقصد بهذه الفئة الرئيسية في هذه الدراسة جميع المضامين التي تحوي موضوعا سياسيا والتي تناولها البرنامج التلفزيوني الساخر جو شو في فترة الدراسة بين أكتوبر 2018 وديسمبر 2019 وما تخلل هذه الفترة من أحداث سياسية في المنطقة العربية، وقد قسمنا هذه الفئة إلى فئات فرعية هي:
 - 1.1 خطابات السياسيين داخل مصر، ونقصد بهذه الفئة في دراستنا كل الخطابات و التصريحات و الأحاديث التي تحدث بها الساسة المصريين في برنامج جو شو.
 - 2.1 خطابات السياسيين خارج مصر، نقصد بهذه الفئة في دراستنا كل الخطابات و التصريحات و الأحاديث التي يتحدث بهم الساسة غير المصريين في برنامج جو شو، بمعنى من مختلف الدول العربية و الأجنبية.
2. فئة الممارسات غير الديمقراطية: ونقصد بها في دراستنا كل تلك السلوكيات التي تقوم به الدول او المواطنين حيث يخترقون فيها قوانين وسيادة الشعب، وهناك العديد من هذه الممارسات التي شهدها الوطن العربي في فترة الدراسة والتي سخر منها برنامج جو شو وقد قسمنا هذه الفئة إلى مجموعة من المؤشرات هي:
 - 1.2 قمع حرية العمل النقابي، نقصد بها في دراستنا الاعتداء على حق العمال في تكوين نقابات تدافع عنه.
 - 2.2 قمع وقتل المتظاهرين، ونقصد به اعتداء الدولة على المتظاهرين السلميين في شتى الدول العربية.
 - 3.2 قمع حرية التعبير والصحافة نقصد به محاولة الأنظمة العربية الدكتاتورية إسكات وسائل الاعلام التي تفضح ممارساتهم غير الديمقراطية.
 - 4.2 قمع أحزاب المعارضة نقصد به في دراستنا القمع الذي تتعرض له أحزاب المعارضة في الدول العربية، كاعتقال كوادرها او اختلاق المشاكل والمساس بنشاطاتها.
 - 5.2 الانقلابات العسكرية، نقصد به في دراستنا مختلف الانقلابات العسكرية وسطو الجيش على السلطة في بعض الدول العربية أثناء أحداث الربيع العربي.

6.2 تزوير الانتخابات، ونقصد بها في دراستنا ظاهرة تزوير مختلف الانتخابات التي تحدث في الوطن العربي، إما بتزوير النتائج أو برشوة المراقبين أو رشوة المنتخبين وغيرها من أشكال التزوير.

7.2 قمع الاعلام المعارض، نقصد بها في دراستنا استخدام السلطات السياسية في الوطن العربي مختلف الوسائل من أجل إسكات صوت المعارضة من خلال غلق قنواتها الإعلامية أو اعتقال صحفييها أو منعهم من دخول أراضيها وغيرها من الممارسات.

8.2 سوء تسيير الإدارة ، ونقصد بها في دراستنا عدم احترام المواطن وعدم تكافؤ الفرص في التوظيف وغيرها من الممارسات.

9.2 الاعتقالات التعسفية، ونقصد بها في دراستنا كل أشكال الاعتقالات الظالمة في حق مواطنين أبرياء تقوم بها أجهزة الأمن في الدول العربية وتجري هذه الاعتقالات دون تهم ودون محاكمة.

10.2 إهدار المال العام، ونقصد بها في دراستنا جريمة اقتصادية متفشية في الدول العربية إذ يقوم مسؤولون أو مواطنون بالاستيلاء على المال العام مما يؤدي إلى أضرار جسيمة في الاقتصاد.

11.2 الاغتيالات السياسية، ونقصد بها في دراستنا قيام أجهزة الدولة في بعض الدول العربية بالتصفيات الجسدية شخصيات مهمة لها وزن في مجال معين كقضية اغتيال الصحفي "جمال خاشقجي" في تركيا.

12.2 التعسف في استخدام النفوذ والسلطة ، نقصد بها في دراستنا ممارسات الدول العربية أو الشخصيات المسؤولة لنفوذها استخداما خاطئا مثل استخدام السلطة من أجل تحقيق مصالح شخصية وغيرها.

13.2 التدخل في شؤون الدول، نقصد بها في هذه الدراسة كل الممارسات التي من شأنها أن تعتبر تدخلا في المسائل الداخلية للدول وهو انتهاك لسيادة الدول.

14.2 العنصرية، ونقصد بها في هذه الدراسة كل السلوكيات التي تقوم بها مؤسسات الدول أو المواطنين من نبذ فئة معينة على أسس عنصرية أو عرقية أو على أساس اللون وغيرها.

- 15.2 عدم تداول السلطة** ونقصد بها في دراستنا انفراد بعض الحكام العرب بكرسي السلطة لسنوات عديد بطريقة غير شرعية كتزوير الانتخابات أو التحايل على الدستور أو بانقلابات عسكرية .
- 12 فئة السخرية من الاعلاميين العرب الموالين للسلطة**، ونقصد بهذه الفئة في هذه الدراسة المضامين الساخرة التي سخر بها مقدم برنامج جو شو من الكيفية التي يتعاطى بها الإعلاميين الموالين للسلطة في المنطقة العربية وقد قسمنا هذه الفئة إلى مؤشرين إثنين، اعلاميين داخل مصر واعلاميين من خارج مصر .
- 4. فئة الأساليب الساخرة التي استخدمها مقدم البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة :** و نقصد بها مختلف الطرق و الأساليب التي يعتمدها برنامج جو شو للسخرية من مختلف المضامين التي يبثها و قد قسمناها الى الفئات الفرعية التالية :
- 1.4 أسلوب التورية**، ونقصد بها في هذه الدراسة الأسلوب الذي يخفي فيه مقدم برنامج جو شو الفكرة الاساسية التي يريد أن يتحدث عنها فلا يصرح به علانية.
- 2.4 أسلوب السخرية بالحاكاة**، ونقصد بها في هذه الدراسة اعادة تمثيل واقعة أو حدث معين بغية السخرية منه في برنامج جو شو .
- 3.4 أسلوب السخرية باستخدام نبرة الصوت**، قد يغير مقدم البرنامج نبرة صوته لتتلاءم مع طريقة سخريته من شخص ما أو قضية معينة.
- 4.4 أسلوب التعريض**، نقصد بها في هذه الدراسة ن مقدم البرنامج لا يستخدم التصريح بل يكتف بالتلميح لشخص ما أو حدث ما .
- 5.4 أسلوب المقارنة**، نقصد بها في دراستنا المقارنة التي يجريها المذيع الساخر جو شو بين شخصيتين أو حدثين، والهدف من ذلك هو السخرية والنقد وليس المقارنة في حد ذاتها.
- 6.4 أسلوب النقد المباشر**؛ نقصد بها في دراستنا النقد الساخر المباشر دون أي تلميح او أسلوب آخر .
- 7.4 أسلوب السؤال الآخر**، وفيه يطرح مقدم برنامج جو شو سؤالاً ساخراً، قصد التهكم لا غير، فهو لا ينتظر جواباً من أحد.

8.4 أسلوب التكرار، ونقصد بها في دراستنا تكرار مذيع برنامج جو شو لمضمونه الساخر لأكثر من مرة في الحلقة نفسها، بهدف التذكير وتثبيت المعلومات في الذاكرة.

10.4 أسلوب الألفاظ البذيئة، ونقصد بها في دراستنا استخدام مذيع برنامج جو شو أثناء سخريته بعض الكلمات البذيئة و غير اللائقة.

11.4 أسلوب التجريح الشخصي، ونقصد بها في دراستنا استخدام مذيع برنامج جو شو أسلوب نقد يتعدى النقد البناء إلى التعرض لشخص المسخور منه بالإهانة و الإساءة من شكله أو خلقته مثلاً.

5. فئة الشخصيات التي ظهرت في البرنامج التلفزيوني الساخر عينة الدراسة، وقد قسمناها الى ثلاث فئات وهي:

1.5 فئة الشخصيات السياسية ونقصد بها كل الشخصيات التي تعمل في السلك الدبلوماسي مهما اختلف درجته و قد قسمنا هذه الفئة إلى مجموعة مؤشرات هي : رؤساء دول وملوك/وزراء وسفراء/ نشطاء أحزاب سياسية.

2.5 فئة الشخصيات الدينية و نقصد بها في دراستنا كل الشخصيات المختصة بالشؤون الدينية التي ظهرت في مضامين برنامج جو شو و قد قسمنا هذه الفئة إلى مجموعة من المؤشرات هي : رجال دين مسيحيين/أئمة و دعاة/رجال دين يهود.

3.5 فئة الخبراء و نقصد بهم في دراستنا جميع الشخصيات المختصة في مجال معين و قد قسمنا هذه الفئة إلى مؤشرات هي : خبير عسكري/خبير سياسي/خبير اجتماعي ونفسي/خبير في التكنولوجيا/خبير قانوني/خبير عسكري/خبير اقتصادي/خبير صحة وتغذية/خبير أمني.

4.5 فئة المشاهير ونقصد بها في دراستنا تلك الشخصيات التي لها شهرة و تأثير كبير في الرأي العام و قد قسمنا هذه الفئة إلى مجموعة من الفئات هي: ممثلين/مطربين/مؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي/ لاعبي كرة قدم.

6. فئة النطاق الجغرافي للمضامين السياسية ونقصد بهذه الفئة في دراستنا التقسيم الجغرافي والمكاني للمضامين التي تناولها البرنامج التلفزيوني "جو شو" وانطوت على أربع فئات ثانوية هي:

1.6 عربي : نقصد بهذه الفئة الفرعية المضامين التي تخص الشأن العربي.

2.6 إقليمي: نقصد بهذه الفئة الفرعية المضامين التي تخص الشأن الإقليمي، كدول افريقيا وأسيا.

- 3.6 دولي : نقصد بهذه الفئة الفرعية المضامين التي تخص الشأن الدولي والعالمي.
7. فئة أهداف البرنامج التلفزيوني الساخر نقصد بها في دراستنا كل ما يريد صانعو برنامج جو شو الوصول إليه من خلال رسائلهم الإعلامية للمتلقي وقد قسمنا هذه الفئة الى فئات فرعية هي: الإخبار وتقديم المعلومة/ الاضحاك والتسلية / كشف التضليل الإعلامي/ كشف فساد الأنظمة السياسية العربية/ التحريض.
8. فئة القيم الخبرية الواردة في البرنامج التلفزيوني عينة الدراسة، ونقصد بها تلك الخصائص والعناصر المكونة للمضمون الذي يبثه برنامج جو شو الساخر، وقد قسمنا هذه الفئة ثلاث فئات فرعية هي:
- 1.8 القيم الخبرية، ونقصد بها جميع السمات التي تُكوّن الخبر أو المضمون الذي تبثه حلقات برنامج جو شو و قد قسمنا هذه الفئة إلى مجموعة من المؤشرات هي :
- قيمة القرب ونقصد بها في دراستنا المضامين التي يتناولها برنامج جو شو وتكون قريبة جغرافيا من المشاهد العربي.
 - قيمة الشهرة ونقصد بها في دراستنا المضامين لتي يتناولها برنامج جو شو تكون شخصياتها مشهورة وبالتالي تعطي أهمية للمضمون.
 - قيمة الجدة والحدثة ونقصد بها كل المضامين الجديدة والآنية التي يتناولها برنامج جو شو.
 - قيمة الصراع ونقصد بها في دراستنا صراع الإنسان مع الإنسان على السلطة وهو ما يسخر منه برنامج جو شو.
 - قيمة السلبية ونقصد بها كل المواضيع التي تحمل مضمونا سلبيا يؤرق المواطن العربي كغلاء الأسعار والاعتقالات والمشاكل الاجتماعية وغيرها.
- 2.فئة مصادر المعلومات ونقصد بها مرجع المعلومات الذي يستشهد بها مذيع برنامج "جو شو" وفريق العمل في بث مضامين حلقات البرنامج، وقد قسمنا هذه الفئة إلى مجموعة من الفئات الفرعية: قنوات تلفزيونية /مواقع الكترونية/وكالات أنباء/مجلات وجرائد/وثائق رسمية/فريق الاعداد/ شهود عيان/ مراسلون.

