مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الساخرة وعلاقتها بمستوى النقد الاجتماعي لديهم

د/ نشوة سليمان عقل(*)

مقدمة

ذهب بعض الأدباء إلى القول بأن الجمهور يشعر بأن الكوميديا أكثر نضجا من التراجيديا ، باعتبارها "تستبعد المعاناة القصوى للإنسان ، فهي أقل جلبة وضوضاء ".[1] وتزداد شعبية البرامج الساخرة والعروض الكوميدية يوما عن يوم في المجتمع المعاصر، مما دعا الباحثين لاستكشاف التأثيرات الاجتماعية والسياسية لتلك العروض.[2] والكوميديا قالب غامض يقوم على المعنى المزدوج والتهكم. ولفهم المعاني المتضمنة فيه؛لابد من فهم السياق العام للكوميديا المقدمة،وهو ما ينقص الدراسات التي تتناول الكوميديا الساخرة.وقد كان الاهتمام بدراستها وأهميتها ضعيفا، نظرا لأن كثيرين يرونها غير جادة بل تثير الضحك، فهي تريح الجمهور، وبالتالي تخدعهم بأن لا شيء يستحق أن يؤخذ على محمل الجد،إلا أن السياق الكوميدي يتخطى المعنى المباشر ليشمل معاني أعمق [3].

-وقد أتاحت التكنولوجيا الصحديثة والمحتوى المرئي المتاح باستمرار على اليوتيوب ووسائل التواصل الاجتماعي انتشارا ونجاحا واسعا للقالب الساخر. فبعد أن نافست قنوات "يوتيوب" الفضائيات، أخذ المحتوى الرقمي الساخر مساحة واسعة يرى البعض أنها عوضت عن الكتابة الساخرة في وسائل النشر التقليدية.ومع تطور تلك الظاهرة واطّراد أعداد المتابعين لها والمهتمين بها؛ انتقل بعض صانعيها من الفضاء الإلكتروني إلى قنوات فضائية،وسجلوا نجاحاً ملحوظا ،تمثل في نسب مشاهدة عالية فاقت التوقعات ووصلت في بعض الأحيان إلى ملايين المشاهدين للحلقة الواحدة.[4] إذ ترتكز تلك النوعية من البرامج على الانفتاح في الآراء أكثر من التقديم الموضوعي للأحداث والقضايا في القوالب الإعلامية التقليدية .

مشكلة البحث

- بالرغم من أن القالب الساخر قد يبدو هجوما على شخص ما أو مؤسسة ما؛ إلا أن بعض علماء الاجتماع يرونه هجوما على قيمة الشر من خلال توظيف آلية الكوميديا ، وبالدمج بين متعة المزاح وأخلاقيات النقد الاجتماعي .[5] فقد أبدع العديد من الموهوبين في إعداد محتوى اتسم في غالبه الأعم بالسخرية التي تصل أحيانا إلى وصف "اللاذعة"، حيث لاقى هذا القالب من قوالب التعبير عن الرأي رواجاً كبيراً لدى شريحة كبيرة من الجمهور،إلا أن هذا اللون من البرامج أثار زوبعة من ردود الفعل والانتقادات والملاحقات القانونية، واتُهم بأنه لا يُميّز بين

(*) أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام- جامعة القاهرة

السب والنقد، وأنه قد حاد في معظم الأحيان عن تقاليد المهنة، فاصطدم بالقوانين والأعراف الراسخة، ليظل تفسير ذلك حائراً ما بين مدى تقبّل العقلية العربية لهذا القالب التعبيري الجديد وفهمه واستيعابه من ناحية، ومدى إتقان القائمين عليه لتوظيف أدواتهم بالأسلوب الصحيح ليحافظوا على اتزانهم مع هذا الخط الرفيع، دون الوقوع في زلات أو الانجراف بعيداً عن النسق القيمي والأخلاقي للثقافة العربية[6]. وقد تناولت معظم الدراسات حول البرامج الساخرة تتناول التأثيرات السياسية ، إلا أن هذه الدراسة تتناول الجانب الاجتماعي، المتعلق بالصورة الذهنية للمجتمعات بما تتسم به من ثقافات وعادات ومظاهر حياة مميزة تتباين من مجتمع لآخر.**لذلك تسعى هذه الدراسة إلى استنباط اتجاهات الشباب نحو تلك النوعية من البرامج الساخرة ومدى وجود علاقة بين التعرض لها(كمتغير مستقل) ومستوى النقد الاجتماعي لديهم نحو المظاهر والقضايا الاجتماعية المحيطة بهم والتي غالبا ما تتناولها تلك البرامج من نطلق ساخر(كمتغير تابع).**

أهمية الدراسة

- انتشار ظاهرة السخرية السياسية ،خاصة بعد الثورات العربية بالتزامن مع زيادة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي،كونها أكثر وأسهل استخداما بين الشباب، كذلك مع اتساع دائرة الحرية التي تتيحها للتعبير عن الأراء الشخصية والنظرة النقدية.
- قلة الدراسات العربية حول تأثير البرامج الساخرة على نقد الواقع الاجتماعي وقضاياه، ومن ثم قد تمثل هذه الدراسة إضافة للمكتبة العربية في هذا المجال.

النقد الاجتماعي

- أشار عالم الاجتماع والزر**Walzer** إلى تفسير مفهوم النقد الاجتماعي من خلال الجدل, واختلاف الأراء حول أنفسنا والمعاني التي تدار بها حياة الأفراد في مجتمعاتهم، ورفض فكرة ضرورة وجود نظرية أخلاقية صحيحة.وفي كتابه عن (التفسير والنقد الاجتماعي) عام 1987؛يشير والزر إلى أن افتراضات النقد الاجتماعي يجب أن تقيم من خلال تحديد مقياس يتراوح بين شخص مرتبط جدا بقضايا المجتمع وآخر منعزل عن المجتمع،حيث يرى أن كليهما غير مؤهل للنقد الاجتماعي، حيث سيكون نقدهما متحيزا بشدة ، بل ومتشابها إلى حد كبير، فالمنعزل عن مجتمعه سيبني أراءه بناء على منظور عالمي قوامه قيم دينية أو أيديولوجية مطلقة بعيدة عن معطيات المجتمع، أما المنغمس في قضايا مجتمعه، فيأتي انتقاده أقرب إلى الغطرسة أو للمعارضة في حد ذاتها ، وتأتي أراؤه في صورة أحكام استبدادية ينقصها النظرة المستقلة . خاصة إذا ما كان هذا الشخص مرتبطا بحزب أو حركة تتطلب توحيد الصوت بهدف التماسك ، وبالتالي تأتي النظرة النقدية لخدمة أهداف سياسية تخدم مصالح الحزب.ومن وجهة نظر والزر؛ فإن الناقد يجب أن يكون

" متصلا" – بدرجة ما دون إفراط - بالمجتمع وقيمه وتطلعاته،حتى يمكنه مقارنة الأمال والقيم والمثل بواقعه الاجتماعي الحقيقي.[7]

- وبعض الباحثين اتجه إلى ربط المنهج الاجتماعي في النقد بتأثير الأداب والفنون على النظرة النقدية للمتلقي، من خلال دراسة العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تتحكم في الظاهرة الأدبية، فكان هذا التوجه ينفذ في التاريخ الاجتماعي في محاولة لشرح العمل وتفسيره وتوجيهه الوجهة الصحيحة، وهو يعنى ببعض الأجناس الأدبية التي تصور الواقع الاجتماعي، مثل الرواية الواقعية والمسرح السياسي الحديث، ومن ثم يمكن تطبيقه على المحتوى الساخر كقالب أدبي.

عُرف هذا المنهج بعدة أسماء منها: المنهج الواقعي، المنهج الماركسي، المنهج الأيديولوجي، النقد الجماهيري، وذلك تبعا للاتجاهات والنزعات التي تفرعت عن الفلسفة الأم، وتبعا لخصوصية كل ناقد في استثمارها. كما استطاع المنهج الاجتماعي أن يطور مجموعة من المفاهيم والمصطلحات النقدية الهامة منها: الفن للمجتمع، رسالة الأدب، الأدب الثوري، الأدب الملتزم، الأدب الهادف، والانعكاس .

- ويرى الباحثون في النقد الاجتماعي أنه المنهج الأمثل لتناول النصوص الأدبية، على أساس أن الكتابة الأدبية ليست في حقيقتها إلا امتدادا للمجتمع الذي تكتب عنه وتكتب فيه معا، كما أنها ليست نتيجة لذلك؛ بل عكسا أمينا لكل الآمال والآلام التي تصطرع لدى الناس في ذلك المجتمع.[8]

وانطلاقا من ارتباط علوم الاتصال الجماهيري بعلم الاجتماع؛ظهرت بعض الاتجاهات التي تربط العمل الفني الإبداعي بديناميكية المجتمع على مستوى التفاعل والتأثير.وأكثر النظريات تمثيلا لهذا الاتجاه هى " نظرية الانعكاس " والتى تهتم بالعلاقات والنظم المادية داخل المجتمع ثم تبحث فى طبيعة العلاقات المتبادلة بين المجتمع والأدب من خلال رصد التأثيرات المتبادلة بينهما.

-إلا أنه في مجال الكوميديا الفنية، رفض البعض قصور دورها على النقل الحرفى للواقع، وأشاروا إلى تصور متميز يتجاوز مسألة انعكاس الواقع مباشرة فى الأدب مؤكدا على أن الواقع يمر بعملية "توفيق" تغير محتواه الأصلى، من خلال إسباغها لنسق خاص على هذا المحتوى الواقعى الخارجى، مثل اللجوء للإسقاط والتقنيع.وبذلك فقد أفسح المفهوم الجديد المجال أمام العقل الواعى بالواقع بوصفه المرآة التى تتلقى الصورة قبل أن تعكسها، والتى تتعامل بالقطع مع هذه الصورة بفاعلية يترتب عليها تغير الكثير من ملامحها وتفاصيلها فى عملية أقرب إلى إعادة الصياغة منها إلى الانعكاس، فهو يرى أن مهمة الأديب لا تقتصر على النقل الحرفى للواقع بل تتعدى ذلك إلى صبغته برؤية الفنان التى يحددها فكرة وخياله. [9]

- وتعد القوالب الساخرة شكلا مهما يساعد على تسليط الضوء على أوجه القصور في القضايا الاجتماعية والسلوك الإنساني،خاصة وأنها تحمي صانعيها من العقوبة لأنها تحمل ضمنا في طياتها معاني الانتقاد،خاصة في النظم المحافظة.[10]

- ويرى البعض أن القالب الاجتماعي الساخر يعتبر من أكثر القوالب البرامجية شعبية لدى الجمهور. فبالرغم من أن سخريته ومزجه غير المتوقع لعناصر- ربما تكون غير لائقة - قد تقلل من التوتر المحيط بالقضايا الجدلية لإيجاد وجهات نظر تصبح متداولة؛ إلا أن استجابات الجمهور تختلف إلى حد كبير لتشمل الاستجابات السلبية للغاية والإيجابية للغاية .ودراسة السخرية يجب أن تتضمن النظرية البلاغية وتحليل استقبال الجمهور لها ، من أجل استخدام وابتكار أفضل للقوالب الساخرة.[11]والبعض الآخر يرى أن برامج التوك شو الساخرة بما فيها من تلميحات ولغة ضمنية قد لا تقتل أحدا، لكنها كالبركان المتفجر،وتخلق تأثيرا على المجتمع وصناع القرار.[12]والسخرية نوع من التأليف الأدبي يقوم على أساس انتقاد النقائص الإنسانية في الأخلاق والسياسة والسلوك والتفكير، أو التقليل من قدرها أو جعلها مثيرة للضحك بهدف التخلص من الخصال السلبية.**وقد تأتي القوالب الساخرة في صورة:**

1- **ألقاب وكنايات هازئة**: تلك التقنية تحرر الفرد من الخوف المتراكم ومن الرقيب الداخلي والخارجي.

2- **تصوير كاريكاتيري**: ويتسم بالمبالغة في تضخيم بعض السمات السلبية الواضحة، وقد يقتصر الأمر على سمة واحدة، دون حرص على التوازن في التشابه بين الأصل والتشويه المتعمّد للسمة البارزة، وتتحول الشخصية بذلك إلى نمط نموذجي أو إلى قالب يشبه الدمية.

3- **محاكاة ساخرة** لمواقف وشخصيات وتحويلها من مرتبتها السامية إلى لغة الحياة العادية، أو محاكاة نماذج معينة من الكتابة والكلام عند بعض أدعياء السياسة والثقافة، أو المحاكاة الساخرة لأسلوب الحكاية الشعبية.

4- **سخرية درامية تجسد المفارقات** في مواقف حافلة بالتناقض، وتفاجئ الشخصيات التي تسخر منها في حالة تلبس، وتستدرج المتلقي من مسلمات تبدو راسخة إلى اتجاه معاكس، وقد تنتهي بنظرة نقدية شاملة.[13]

البرامج الساخرة في الأدبيات السابقة

- تتألف الأعمال الفنية دائما من موضوعات لها دلالة اجتماعية وللألفاظ والأشكال والأنغام، ارتباطات انفعالية تتسم بأنها اجتماعية.كما أن الموضوع الذي يعالجه الفنان؛ بشخصياته،وأحداثه وبيئته،ورموزه؛ كلها تعكس أيديولوجية ذلك العصر. والاتجاهات التي يعبر عنها تضعه في جانب أو آخر من الصراع الاجتماعي، وهكذا فإن جميع عناصر العمل تكشف عن تأثير المجتمع.[14]

- ويشير (بوليمني&ريس2006) Polemni&Reiss إلى أن مفهوم النقد الاجتماعي للكوميديا يكمن وراءه السعي لإصلاح الخلل الذي قد يصيب العدالة الاجتماعية.[15] ووفقا لـ "جونستون2012 " فإن الدراما تثير المشاعر ، بينما الكوميديا مثيرة للنقد، فهي تمنح الجمهور القدرة على أن يضحكوا على أنفسهم، حتى وإن لم يرغبوا في ذلك". وما قد يكون كوميديا بالنسبة لمجتمع؛يراه مجتمع آخر أنه غير كوميدي.فمثلا

الأمريكيون يرون أن الكوميديا البريطانية ثقيلة الظل،ويرونها متغطرسة والعكس صحيح، فالبريطانيون يرون أن الكوميديا الأمريكية فجة وتتسم بالجهل.[16]

ويعرف ميجان Megan السخرية في دراسته بأنها " أي شكل أدبي مقدم بأي طريقة ويحمل أيا من السمات التالية: [17]

أ- **النقدية Critique**: القالب الساخر عادة ما يوجه الانتقاد إما لسلوك إنساني، أو لمسؤل، أو لشخصية شهيرة بغرض إقناع المتلقي بالتعامل بازدراء الشخص أو السلوك أو الموقف محل الانتقاد، ومن ثم فهي تشجع على التغيير الاجتماعي.

ب- **التهكمية Irony**:فالقالب الساخر قد يلجأ للتهكم من خلال روح الدعابة للإشارة إلى المشاكل محل الانتقاد.

ج- **الضمنية Implicitness**: غالبا ما لا يقدم القالب الساخر فكرته بشكل مباشر وواضح،بل إن الموقف أو الشخص محل الانتقاد يقدم من خلال شكل عبثي مبالغ فيه بالنسبة للسياق الطبيعي المحيط.

وبناء على ما تقدم؛ وبالتطبيق على البرامج الساخرة؛ أجريت عدة دراسات حول تأثير ذلك القالب الفني على المجتمع،سواء من الناحية السياسية،أوالاجتماعية،أو اللغوية ، من خلال الدراسات الميدانية، أو الدراسات التي تقوم بتحليل السياق اللغوي والتركيبي لتلك البرامج.

أولا الدراسات التي أشارت إلى جوانب تأثير البرا ج الساخرة على المتلقين

- يشير **(يانج) (2017)Yang**[18] إلى أن القالب الإخباري الساخر يعد من أشكال المضمون الترفيهي؛ إلا أنه خادع وقد يؤدي إلى ضرر كبير؛ فقد لا يدرك كل الناس التلميحات الساخرة ويعتبرونها أخبارا حقيقية، خاصة إذا كانت التلميحات االساخرة خفية وغير مباشرة ، وبعض الجمهور لا يستطيع استقبالها في إطار خلفيته الثقافية والسياقية ، وبالتالي فقد يمس مصداقية الوسيلة الإعلامية ومستوى الثقة في النظام الاجتماعي.

- طبقت الدراسة على 16000 خبرا ساخرا، ومثلهم خبرا حقيقيا من مصادر مختلفة، لاحظت الدراسة أن التلميحات الساخرة تنعكس في جزء من الفقرة المقدمة وليس كلها . لذلك قامت الدراسة على تحليل خصائص الفقرة الواحدة ومقارنتها بخصائص النص ككل ، وتحليلها وفقا لقاعدة بيانات واسعة من الأخبار الساخرة.اتضح من الدراسة أن النموذج المقترح يستنتج بفاعلية الأخبار الساخرة ويوضح أي الخصائص أكثر أهمية في كل مستوى (الجزئي - الكلي).

- وبعض الدراسات ركزت على عامل التذكر واستدعاء المعلومات التي تلقوها من البرامج الساخرة، باعتبار أن المشاهدين قد ينسون أن الرسالة كانت مزحة بالفعل ، أو قد يستدعون لاحقا وجهات نظر وتعبيرات مقدم البرنامج الساخر دون تذكر الشخص

نفسه، أو قد يستقبلون الرسالة على أنها كوميديا فقط دون استيعاب الرسالة السياسية أو الاجتماعية من ورائها بدقة.

- ومنها دراسة **بانو (2016)**[19] **Banu** التي تسعى لاستكشاف تأثير البرامج الساخرة المذاعة وقت السهرة على اندماج واتجاهات وذاكرة المشاهدين ، من خلال التطبيق على متغير مستوى السخرية(سخرية شديدة-سخرية بسيطة)حول قضية المناظرة الرئاسية عام 2016.وجدت الدراسة أن هذه البرامج تؤثر سلبيا على اندماج المشاهدين مع المادة المصورة وتذكرهم تحت شروط التجربة المنعقدة، لكنها تؤثر إيجابيا على تشكيل الاتجاهات نحو الشخصيات محل السخرية. أشارت النتائج إلى أن الأشخاص من ذوي التوجهات السياسية القوية كانوا أقل ارتباطا بالفيديوهات ذات المستوى الأعلى من السخرية.كما أشارت إلى أنه عندما تم تقليل المعلومات؛أظهر المبحوثون اتجاهات إيجابية نحو الشخصيات محل السخرية.بمعنى أن المبحوثين الذين استقبلوا رسالة السخرية السياسية بعدم جدية أظهروا اتجاهات إيجابية تجاه الموضوعات محل السخرية.

- دراسة **روبيرتو(2015)**[20] **Roberto** حول دور الأخبار الساخرة كمصادر للنقد الاجتماعي ورفع الوعي السياسي،وذلك بالتطبيق على برنامجي (جون ستيوارت) و(كولبرت ريبورت)،حيث وجدت أن هذه النوعية تعمل على تعبئة وتحريك الجمهور للانغماس السياسي ، كما أشارت إلى أن الأخبار الساخرة كشكل من أشكال الدعابة لا تقدم حلولا أو بدائل،بل تقدم تشخيصا لأوجه القصور، كما أنها أصبحت مظلة تصف التغيرات التقنية والثقافية والاجتماعية المحيطة بالمتلقين.

- دراسة **لي هوانج (2015)**[21] **Li Huang** حول تأثير التعرض للمادة الساخرة على القدرة على الابتكار ومستوى الصراع بين الأشخاص، والتي توصلت إلى أن المادة الساخرة تحفز التفكير المجرّد لدى كل من صانعيها ومُستقبِليها.،لكنها تؤدي إلى زيادة مستوى الصراع بين المتلقين ،كما وجدت أنه إذا كان مصدر السخرية موثوقا به من جانب المتلقي تزداد الابتكارية ، بينما يقل الصراع الفكري لدى المتلقين.

- دراسة **سارة هندرسون(2015)**[22] **Henderson** ربطت بين التعلم كاستجابة للمادة الكوميدية والوصول بالعقل البشري لحالة من التوازن، إذ أنها بمثابة ميكانيزم تلقائي يلجأ إليه العقل في حالة الشعور بالارتباك. [26]

- دراسة **أبيجيل(2012)** **Abigail**[23] التي حاولت استكشاف نظرية الكوميديا كأداة للنقد الاجتماعي من خلال تحقيق تفسيري . وأكدت على أنه لكي تكون الكوميديا أداة فعالة لذلك النقد؛ ينبغي أن يتفهم كل من مقدم الكوميديا والجمهور السياق العام المحيط بالعمل الفني الساخر .طبقت الدراسة على العرض الساخر "White like me" للممثل إيدي ميرفي في برنامج "Saturday Night Live" من خلال تحليل وصفي للنكات المقدمة ناقشت الدراسة المخاطر الناجمة عن عدم فهم السياق المحيط بالفكاهة مثل فهم مرجعيات الأحداث والأشخاص والقيم التي تتناولها المواد الكوميدية الساخرة .وأشارت إلى أهمية النقد الاجتماعي كأداة للتغيير ، خاصة في مواجهة المعتقدات

الاجتماعية. وترى الدراسة أن الكوميديا تصبح أداة نقدية قوية إذا ما ركزت على افتراضات أيديولوجية وإخفاقات مجتمعية.

- دراسة **(كواك & كا□بل2011) Kwak&Campbell**[24]التي أجرت تجربة عبر الإنترنت على عينة ممثلة ، فتوصلت إلى أن التعرض للبرامج السياسية الساخرة قد يزيد بشكل غير مباشر من احتمالية المشاركة السياسية للمشاهدين من خلال انتزاع المشاعر السلبية تجاه السياسات الحكومية.

-أما **هاريتون Hariton** (2011)[25] فقد أجرى دراسته حول تأثيرمشاهدة البرامج السياسية الساخرة مثل برنامج جون ستيوارت الساخر The Daily Show with Jon Stewart و(تقرير كولبرت) Colbert Report على المشاركة السياسية للشباب.أجريت التجربة على الشباب المشاركين في مسيرة لاستعادة الصحة العقلية Restoring Sanity الذي اعتبر محفلا سياسيا يقيمه البرنامج الساخر،وكذلك على جمهور هذين البرنامجين الساخرين من طلاب جامعة إنديانا . وجدت الدراسة أن المشاهدين للبرامج الساخرة بانتظام قد شاركوا في انتخابات الكونجرس ، أي أنهم أكثر نشاطا سياسيا . اتضح أيضا أن تلك البرامج لها تأثير على المشاركة السياسية للشباب ولكنها ليست العوامل المؤثرة الوحيدة ، أو الأقوى.ولكنه يعتبر عاملا مؤثرا مقارنة بغيره من القوالب الإعلامية .

- كما أجرى□**اتسا(2010) Matsa**[26] دراسة حول تأثير البرامج الساخرة على الآراء والمشاركة السياسية باليونان ، بالتطبيق على نظريتي الغرس الثقافي والاستخدامات والإشباعات .تم إجراء الاستقصاء عبر الإنترنت على 552 مفردة ، كما تم اختيار عينة تحليل المضمون بشكل عشوائي حيث تم انتخاب مجموعة حلقات تم فيها استخدام التحليل الكيفي لأسلوب وطريقة أداء مقدمي تلك البرامج، واستخدام الفيديو والنكات وروح الدعابة ، وتم تحليل مضمون بعض حلقات من البرامج الساخرة. أثبتت النتائج أن العلاقة عكسية بين النشاط السياسي للفرد ومعدل تعرضه للبرامج الساخرة " أخبار آل تسانتيري "، " راديو أرفيلا" بينما كان الارتباط طرديا في حالة برنامج "إلينوفرينيا ". كما اتضح أن المشاهدين يحصلون على الأخبار والآراء من خلال البرامج الساخرة بشكل أكبر من متابعتها من خلال البرامج التقليدية.

وبعضهم تناول البرا□ج الساخرة□ن خلال تحليل□ضمونها□ثل :

- دراسة **بيكر2014)**[27] **Becker** التي وجدت أن بعض هذه البرامج (مثل تقرير كولبرت) يتسم بالعدائية وتكريس العنف اللفظي ،وإصدار الأحكام. أما دراسة **دا سيلفا وجارسيا**(2012) Da Silva&Garcia[28] حول مناقشة دور الفكاهة في السياسة، خاصة في مجال وسائل الإعلام وما ينتج عنها من مقاطع فيديو يتم تحميلها على الإنترنت. قامت الدراسة بتحليل محتوى بعض المقاطع الكوميدية فوجدت أن هناك خداعا بطريقة ضمنية في كل المواد المقدمة،حيث يتم تجميع مقاطع الفيديو بشكل مقتطع من السياق، مما يوحي بتضاؤل الصورة التي تبلورها وسائل الإعلام

عن الساسة. وأشارت الدراسة إلى عالم الصورة الذهنية على الإنترنت أصبح مرتبطا بجوانب حاسمة في البناء الاجتماعي في مجال المعرفة والتسلية من خلال الدلالات السياسية.

- دراسة **ثريا أمين(201) Soraya Amin**[29] التي أشارت إلى أنه بالرغم من أن الأبحاث توجهت بشيء من العمق لدراسة الاستخدام اللغوي للبرامج الساخرة والذي يتسم بالرمزية ؛ إلا أن الأبحاث ما زالت قليلة حول قوة السخرية في أن تعكس جوانب مختلفة للغة ، لذلك تصدت لتحليل لغة السخرية من حيث المعاني وقواعد النحو في مسلسل (سيمبسونز) لما يحتوي عليه من مواقف حياتية معروضة بلغة ساخرة .

- دراسة **بيهر&سنايدر(2010) Baehr&Snyder**[30] التي أشارت الدراسة إلى أن برنامجي جون ستيوارت وكولبرت يستخدمان التهكم والسخرية التي قد تصل إلى حد البذاءة لانتقاد خصومهم السياسيين من الاتجاه المحافظ، حتى أنهما تناولا القيادات الدينية المسيحية، معتمدين على مقاطع نصية مقتطعة من سياقها بغرض السخرية،دون منح أصحابها حق الرد،حتى أن الدراسة دعت المشاهدين لتوخي الحذر أثناء المشاهدة خاصة من يرغبون في تكوين رأي عادل وبطريقة متعمقة للأمور الاجتماعية والدينية.ودللت الدراسة على حلقاتهم أثناء الانتخابات الرئاسية عام 2008،والتي أظهر البرنامجان فيها جون ماكين كشخص أحمق بالرغم من تخرجه من جامعة عريقة، كما صاغوا كلمات للمرشحة (سارة بالين) لتبدو وكأنها غبية، وهو ما ظهر لاحقا في استطلاعات الرأي،حيث تبنى المواطنون صورة مطابقة لما قدمت في تلك البرامج الساخرة.

- دراسة **لاماري وآخرين (2009) LaMarre**[31] التي تصدت لبحث الرسائل المتحيزة ضمن السخرية السياسية لبرنامج كولبرت.أشارت النتائج إلى أن الأيديولوجية السياسية تؤدي إلى التحيز في إدراك الرسائل السياسية ضمن البرنامج الكوميدي.طبقت الدراسة التجريبية على 332 مبحوثا، ولم تجد فروقا ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في إدراكهم لمقدم البرنامج باعتباره شخصية مرحة .

- دراسة **موريس&بومجارتنر (2006)** Morris&Baumgartner [32]؛ فقد وجد في تحليله للمضمون الساخر أنه يركز على السمات الشخصية للشخصيات العامة أكثر من السياسة ذاتها وبعضها يستهدف الشخصيات السياسية أو الإخفاقات التي تلحق بالمرشحين الرئاسيين في صناعة فكاهته.

- دراسة(**بايم2005**)[33] **Baym** التي وصفت برنامج جون ستيوارت كقالب مهجن يجمع بين الأخبار والكوميديا والنقاش السياسي.

أما **(هولبرت وآخرون2001) Holbert**[34] فقد حاول تحليل مضمون السخرية **بناء على عدة عناصر مثل:-**

أ- **طبيعتها**: حيث تميل بالأساس إلى الطابع الهجومي لموضوع ما أو شخص ما بالمزج بين التسلية والازدراء،من خلال دور المراقب الذي يثير الشكوك حول شيء ما.فمثلا برنامج جون ستيوارت يسخر من الطابع المصطنع لكل من المسئولين والصحفيين الذين يقومون بتغطية أنشطتهم، كما أنه سخر من نشرات الأخبار الرسمية ويسقط سخريته على صناعة الإعلام والقيادات السياسية.

ب- أهدافها: تصنف إلى:

-السخرية تجاه حدث بعينه (تعكس أنماطا اجتماعية جديرة بالنقاش الساخر).

-السخرية تجاه إخفاقات شخصية لرموز في المجتمع (تعكس استخدام اللغة نفسها محلا للسخرية) .

ج-**ضمونها** : تركيز هذه العروض عادة ما يكون على الدراما،والموضوعات الإنسانية، والشخصيات، وغالبا ما تقدم قليلا من المعلومات عن الشئون العامة.

ثانيا الدراسات التي اهتمت بمتغيرات المتلقين المرتبطة بتأثير البرا ج الساخرة

-أشار **فريد ان 2014 Friedman**[35] إلى أن الأشخاص الأكثر ثقافة والأرقى اجتماعيا يميلون للكوميديا الجريئة،السوداء، الابتكارية ،ويرونها مدعاة للتفكير ، وأن قيمتها تزداد إذا ما تخطت في أهدافها مجرد الترفيه مثلها في ذلك مثل المواد الجادة ،ويميلون للكوميديا الأصيلة الراقية ذات الرسالة السياسية خاصة إذا كانت موجهة لذوي السلطة والنفوذ، ويرفضون الركيك منها . في حين أن الأقل ثقافة كانوا أكثر توظيفا للكوميديا في التنفيس من خلال الضحك (Laughter) . ويشير فريدمان إلى أن الأكثر ثقافة أيضا يرون أن الصعوبة التي تواجه الكوميديا الجيدة ضرورة أن يتوافر لدى جمهورها قدر من المعرفة والمجهود لفهم تلك الكوميديا . كما يؤكد أن الكوميديا تعد قالبا فنيا وأداة تربوية ، فائدتها الرئيسية رفع مهارة التفكير النقدي للجمهور.

- دراسة(**بليفريتي 2013) Plevriti**[36] حول القالب الساخر كمصدر فعال في النقد السياسي ، من خلال عمل مقابلات متعمقة مع الشباب حول مشاركة السخرية السياسية والتعليق عليها وتصميمها على صفحات التواصل الاجتماعي،بهدف ربط الثقافة الشعبية بالنقد السياسي .وتوصلت إلى أن السخرية قالب خالص للتعبير عن النقد السياسي في الاتجاه من أسفل إلى أعلى Bottom-Up expression، فهي تمزج النقد بالترفيه متضمنة إسقاطات سياسية معينة،بما يجعل السياسة متاحة للجميع بشكل ديمقراطي.كذلك أشارت الدراسة إلى أن السخرية من خلال الإنترنت يمكن دراستها من خلال المقابلات المتعمة لتأثير المتغير الإثني،والمستوى الاجتماعي والاقتصادي،والمرحلة العمرية والتعليم.

- وفي دراستها أكدت **كيوبرز(2011) Kupers** [37] أن الخلفية الثقافية والإثنية أكثر تلك العوامل تأثيرا سواء على مستوى المجتمعات أو على مستوى الأفراد داخل نفس المجتمع ، فقد يكون ما هو خفيف الظل لدى البعض ، قد نجده صادما وغير

ملائم للبعض الآخر، أو متعارضاً مع الأنماط والتقاليد الاجتماعية ، وحتى الدين يعتبر عاملا مؤثرا في استقبال الكوميديا سواء بالقبول أو الرفض.

- وفي دراسة لها أيضا وجدت **كيوبرز(2006)Kupers**[38] أن المستوى التعليمي مؤثر أيضاً ، فغالباً الأعلى تعليماً أقل حساً فكاهياً لكنهم أكثر نقدياً من هؤلاء الأقل تعليماً.كما أشارت كيوبرز إلى هناك بعض العوامل المؤثرة على استقبال الجمهور للمادة الساخرة ، ومنها ما يتعلق بالنواحي اللغوية ، أوالجغرافية أو الاجتماعية ، أو الشخصية (مثل النوع والسن والخلفية الثقافية - الفروق الفردية - الخبرات الشخصية - وكذلك (تذوق الفرد وتشخيصه لمعاني الكوميديا) .

- و□ن الدراسات العربية حول البرا□ج الساخرة: -

- دراسة **غادة نصار(2015)** [39]حول اتجاهات المراهقين نحو البرامج الساخرة ، والتي توصلت إلى أنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين من حيث المستوى الاجتماعي الاقتصادي من حيث الاتجاه نحو تلك البرامج،بينما ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينهم من حيث السن فيما يتعلق بالاتجاه نحو تلك البرامج ،حيث كان المراهقون الأكبر سنا أكثر إيجابية .

- دراسة **هناء فاروق صالح وآخرين(2014)**[40] حول البرامج الساخرة وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع الاجتماعي.أجريت الدراسة على عينة قوامها(400) مفردة تتراوح أعمارهم بين(15-17عاما). توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابي بين مشاهدة المراهقين للبرامج الساخرة ومستوى إدراك الواقع الاجتماعي ،كما وجدت فروقا ذات دلالة إحصائية بين إناث والذكور من حيث مستوى إدراكهم للواقع الاجتماعي وذلك لصالح الإناث.

- دراسة **عبد العزيز السيد (2014)**[41] حول دوافع تعرض المراهقين للبرامج السياسية الساخرة والإشباعات المتحققة لديهم جراء ذلك.اتضح أن أهم دوافع التعرض كانت بغرض التسلية والترفيه،ثم الحصول على المعلومات على التوالي.كما اتضح تأثير تلك القوالب على الاتجاهات السياسية والتي تمثلت في إثراء النقاش السياسي للمبحوثين مع أقرانهم ، وكذلك التعود على احترام الرأي الآخر ، ثم اعتبار هذه البرامج متنفسا عن هموم الحياة المحيطة بهم.

-□ما سبق يتضح أن الدراسات التي تناولت الإعلام الساخر اتسمت بعدة نقاط:

* كثير منها ربط التعرض للبرامج الساخرة بتأثيرها السياسي مثل الاتجاهات أو المشاركة السياسية.

* قليل من تلك الدراسات اهتم بالتأثير الاجتماعي لتلك البرامج من حيث تكوين صور ذهنية أو انتقاد لثقافة المجتمع وقضاياه وما يعتريها من إيجابيات وسلبيات .

* معظم الدراسات تم تطبيقها على المراهقين والشباب باعتبارهم الجمهور الأكبر للمادة الساخرة،كما أنهم يتسمون بالحماس والاندفاع نحو التغيير.

* بعض الدراسات ركزت على تحليل محتوى الرسائل الساخرة ، وبعضها ركز على تأثير هذه الرسائل على الصعيد السياسي والاجتماعي، وثالث ركز على تأثير العوامل الديموجرافية مثل التعليم والسن والمستوى الاجتماعي والمتغير الإثني على كيفية استقبال الجمهور للمادة الساخرة.

فروض الدراسة الميدانية

1- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة ومستوى النقد الاجتماعي لدى الشباب .

2- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الهدف من التعرض للبرامج الساخرة (للترفيه فقط –للنقد) واتجاهاتهم نحو تلك البرامج .

3- تؤثر المتغيرات المستقلة (الاتجاه نحو البرامج الساخرة- متغير النوع - أولويات القضايا الاجتماعية لدى الشباب- مدى اهتمام الشباب بالتعرض للبرامج الجادة) على مستوى النقد الاجتماعي للقضايا المجتمعية المصرية.

4- تؤثر المتغيرات المستقلة (الاتجاه نحو البرامج الساخرة- متغير النوع- أولويات القضايا الاجتماعية لدى الشباب- مدى اهتمام الشباب بالتعرض للبرامج الجادة-أهداف التعرض) على معدل التعرض للبرامج الساخرة.

- الإجراءات المنهجية للدراسة

-تستخدم هذه الدراسة منهج المسح الوصفي لوصف وتحليل العلاقة بين تعرض شباب الجامعة للبرامج الساخرة ومستوى النقد الاجتماعي لديهم.

1- تحديد مجتمع وعينة الدراسة

- يشمل مجتمع الدراسة كل الشباب بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة من سن 18 -22 سنة .
- **عينة الدراسة التحليلية**: شملت العينة عشر حلقات من برامج مختلفة في المواسم الأخيرة لكل منها ، وتم اختيارها بأسلوب العينة العشوائية البسيطة من داخل حلقات كل برنامج.

عينة الدراسة الميدانية: تم تطبيق الدراسة في شهر ديسمبر2017 ، وبلغت عينة الدراسة 400 مفردة - بأسلوب العينة العشوائية المتاحة ، حيث طبقت على الطلبة من تخصصات مختلفة بجامعة القاهرة (كجامعة حكومية) وجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا MUST، والأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام IAEMS (كجامعات خاصة). تم مقابلة عدد 205 مفردة من الذكور بنسبة 51.2% من إجمالي عينة الدراسة في مقابل نسبة 48.8% بواقع 195 مفردة من الإناث.

-أسلوب وأداة جمع البيانات: تم استخدام أسلوب **المقابلة الشخصية** في جمع البيانات من المبحوثين حول مشكلة الدراسة بتطبيق استمارة الاستبيان * التي تضمنت 24

سؤالاً تقيس المحاور التالية:(معدل التعرض للبرامج الساخرة – دوافع التعرض لتلك البرامج - اتجاهات المبحوثين نحو البرامج الساخرة – مقياس للنقد الاجتماعي).

كما تم عمل **تحليل كيفي** (وصف فقط لمحتوى بعض الحلقات تم اختيارها بأسلوب العينة العشوائية البسيطة من برامج: أبلة فاهيتا-الفرنجة-أسعد الله مساءكم – البلاتوه) وذلك للمساعدة في تفسير النتائج وربط المحتوى باستجابات الجمهور.

- **أساليب القياس**
- **الاتجاه نحو البرا ج الساخرة:** استجابات المبحوثين لتشمل الاستجابات السلبية للغاية والإيجابية للغاية لمضمون وتأثير تلك البرامج.ويقاس هذا المتغير
- **ستوى النقد الاجتماعي**: في ضوء مراجعة الأدبيات السابقة لربط السخرية بالنقد؛تم تصميم مقياس للنقد المرتبط ببعض القضايا في المجتمع المصري (التعليم-الزواج-المظاهر الاجتماعية-اختراق الخصوصية-التعامل مع الحيوان ....) والتي وردت في أغلب الحلقات التي تم تحليلها كيفيا، حيث صيغت العبارات وتم تحليل استجابات المبحوثين لها على مقياس ليكرت للاتجاهات.

-تم تكوين المقياس من حساب الوسط الحسابي لإجابات عينة الدراسة على الأسئلة المكونة للمقياس، والتي تكون الإجابة عليها إما فئات تعبر عن الإيجابية أو انتظام التعرض والتي تم تكويدها بـ (100) نقطة، وفئات تعبر عن الحيادية سواء في الاتجاه أو الموافقة أو التعرض وتم تكويدها بـ (50) نقطة، وأخيرًا تم تكويد فئات تعبر عن السلبية أو عدم الموافقة أو ندرة التعرض بـ (0).

-وتبدأ درجات المقياس من صفر إلى الدرجة 100، والمقسمة لثلاث مناطق حيث المنطقة التي تقع ما بين (0-33.3) تُعد منطقة الانخفاض أو السلبية الشديدة أو الاعتراض أو عدم التعرض، والمنطقة التي تقع ما بين (33.34- 66.66) تُعد منطقة التوسط سواء في التعرض أو الاتجاه، والمنطقة التي تقع ما بين (66.67- 100) تُعد منطقة ارتفاع التعرض أو إيجابية الاتجاه.

نتائج الدراسة

أولا التحليل الكيفي لمضمون عينة ن البرا ج الساخرة المقد ة على القنوات المصرية

1- أبلة فاهيتا :

- فقرة ساخرة عن المظاهر الاجتماعية (استخدام لكنة غريبة في الكلام- التباهي بالذهاب للأماكن الراقية في الداخل والخارج - وشيوع مصطلحات بغرض الظهور بمظهر الرقي الاجتماعي ومسايرة الموضة (تكون in في حالة معينة - خاصية الـ - check in ومصطلح الـ red velvet والمغالاة في المظاهر واستخدام الماركات -

استخدام اللغة الإنجليزية في التعامل أو تركيك اللغة العربية - التناقضات الاجتماعية مثلا في رمضان ثم العيد مباشرة)*.

- **وفي حلقة أخرى :** سخرية من إعلامي آخر (أحمد موسى محتاج دكتور- أحذر لميس الحديدي من أنها تعتبر مسنة وفقا لطبيبة نفسية ضيفة في حلقة البرنامج - فيفي عبده واستخدامها للإنستاجرام والفيسبوك)- التعلق بدخول كلية الطب لدى خريجي الثانوية العامة من خلال استضافة عدد من الأطباء بأسئلة وردود فيها فكاهة وسخرية وكثير من التلميحات الجنسية - موضوع التعامل مع كبار السن لتقليل الفجوة بين الأجيال مثل تعليمهم التكنولوجيا وإسناد مسئوليات لهم وممارسة الأنشطة المختلفة مثل الذهاب للنادي والنشاط الاجتماعي ... وفاهيتا أيضا تقوم بإلقاء إفيهات ذات طبيعة جنسية (هل كبار السن لو حبوا يتجوزوا لازم يعدوا عالصيدلية ؟- ولو حد من الحاضرين بيبلبع يا ريت يتكل عشان في أرامل ومش مستحملين).

2- الفرنجة عن مقارنة وضع احترام الخصوصية بين مصر واليونان - يقدم البرنامج في البداية فوتومونتاج لبعض اللقطات التي تمثل انتهاكا واضحا لخصوصية الأفراد في مصر ولكن التعليق الصوتي يسرد عادات وقواعد احترام الخصوصية في اليونان (وذلك كنوع من المفارقة بين ماتسرده الكلمات وما تشي به الصور في المجتمع المصري) - ثم مواقف تمثيلية لأبطال العرض مع أجانب تمثل انتهاكا لخصوصياتهم ما جعلهم يقابلون بنفور شديد من جانب هؤلاء الأجانب .

-شملت الحلقة التدخل بين رجل وامرأة في اختيارهم لشراء بعض الأغراض واقتحامهم للمسافة الشخصية مع الآخرين وعلو الصوت في الشارع الذي يقطنه أبطال العرض ، والكتابة على الجدران النظيفة والإضرار بالممتلكات ، والسباب ، استخدام آلات مزعجة وأغاني شعبية هابطة بصوت مزعج والتلصص على الجيران ورصد تفاصيل حياتهم ، وطلب احتياجات منزلية منهم ، والاعتداء على الطريق العام .. وتلميحات مثل (عندكم برضو الرجالة مهزأين) تمس المجتمع المصري .

- فقرة يقوم فيها أبطال العرض الثلاثة باستجواب الأجانب بشكل طريف عما إذا كانوا يقومون بتصرفات (غالبا هي عن عادات سلبية في المجتمع المصري) - فقرة يعملون فيها كسائقي تاكسي ويتدخلون في شئون الركاب ، أو يزعجونهم بأصوات الكاسيت أو يدخنون أثناء القيادة**.

-**وفي حلقة أخرى عن معاملة الحيوانات في مصر** تبدأ الحلقة بسرد أخلاقيات التعامل مع الحيوان والاعتناء به في الدول الأوروبية والقوانين الرادعة لمن يسيء التعامل معها ،مع صور مصاحبة للسرد توضح الانتهاكات التي تمارس ضد الحيوان في المجتمع المصري .ثم يذهب أبطال العرض لحديقة الحيوان بسلوكيات مرفوضة، منها رمي المخلفات في الحديقة ، وافتراش الأرض لتناول الفسيخ والبصل، ومضايقة

* رابط الحلقة https://www.youtube.com/watch?v=aD2m_JFILeo&t=8s
** https://www.youtube.com/watch?v=H61Oaj1FHSk&t=1301s

الحيوانات باستفزازهم وقذفهم بالحجارة (والنبال) أو تسليط ضوء الليزر عليهم ،وفلاش باك لتعامل المصريين صغارا وكبارا مع حديقة الحيوان .

- فقرة مع المسئولين عن الحديقة من مشرفين وحراس وأطباء، مع أسئلة ساخرة مغزاها أن المصريين يسيئون معاملة الحيوان في مقابل دولة مثل هولندا يكرمونه حتى على المستوى النفسي .

- فقرة يقومون فيها باصطياد الطيور الموجودة في الشوارع وبيعها للحصول على المال، واصطحاب خروف معهم على الدراجة البخارية ، وضرب كلب بصحبة امرأة، مع علامات امتعاض من المارة تجاههم. ثم فقرة ساخرة عن مشهد لجنازة كلب وما تلقاه من اهتمام وحزن - ثم لقاء مع محاسن الحلو مروضة الأسود حول معاملة الحيوان[***] .

- البلاتوه الحلقة تبدأ بفقرة ساخرة عن استخدام اللغة الإنجليزية في الكلام العادي بغرض الوجاهة الاجتماعية . ثم فقرة ساخرة يظهر فيها مقدم البرنامج وهو يشكو من مصاريف المدارس المتزايدة وانترفيوهات القبول في الحضانة والبنود الغريبة للإنفاق على الأبناء في المدارس ومسميات الأدوات المدرسية التي تستخدم بغرض الوجاهة . والشكوى من المذاكرة التي أصبحت عبئا ثقيلا على أولياء الأمور، وهم مثقلون بأعباء أخرى .
- سخرية من مجموعات الواتساب الخاصة بالمدارس ، ومعضلة المناهج الدراسية وعدم تطبيقها في الحياة العملية لاحقا . وموقف تمثيلي يقوم فيه البطل بالمذاكرة لابنه ويلاقي معاناة شديدة في التعامل معه ، فيقدر دور وتعب الأم في تلك المهمة .
- فاصل يتسم بالمبالغة الكوميدية في استعداد الأم للمذاكرة مع ابنها ، وكذلك حول ثقل الشنطة المدرسية وكأنها تمثل عبئا إضافيا على الطفل الصغير .
- فاصل درامي حول التقديم في المدارس وتسديد رسوم ملء استمارة كشرط للتقدم للالتحاق بالمدرسة[****] .

-ما سبق استطاعت الباحثة ن خلال العينة استخلاص بعض الملاحظات الكيفية:

أ- القضايا المجتمعية المتعلقة بالسلوكيات والتقاليد والظواهر المتعلقة بالمجتمع المصري، والتي من خلالها تم تصميم الاستمارة الميدانية بهدف استدلال أوضح حول العلاقة بين التعرض للبرامج الساخرة ومستوى النقد الاجتماعي لدى الشباب.**وكان أبرزها**(المغالاة في تكاليف الزواج- الحرص على الوجاهة الاجتماعية ومسايرة الموضة والتقاليع(trend) في المظهر والترفيه واللغة والمفردات المستخدمة- شروط الالتحاق بمدارس اللغات رغم ارتفاع تكاليفها- التعامل مع كبار السن وفجوة الأجيال- الفارق الحضاري في التعامل مع الحيوانات بين المصريين والغرب- انتهاك خصوصيات الآخرين).

[***] https://www.youtube.com/watch?v=lpFF26LiQLk
[****] https://www.youtube.com/watch?v=Arq9VCFqwfg

ب-الحلقات التي تم تحليلها اتسمت ببعض الصفات: استخدام ألفاظ وإيحاءات جريئة قد تصل إلى حد التجاوز والخروج عن الطابع المحافظ للمجتمع المصري – كما أنها استخدمت المزج بين عدة أشكال فنية لتقديم المحتوى مثل:الدراما القصيرة – الأغاني- العرائس(أبلة فاهيتا) – الحديث المباشر- الحوار المازح بين طرفين.

ج- استخدمت بعض البرامج الألقاب والكنايات الهازئة(مثل أبلة فاهيتا وسخريتها من لميس الحديدي)، كما استخدمت السخرية الدرامية التي تجسد المفارقات في مواقف حافلة بالتناقضات(مثل مقارنة المواقف في برنامج الفرنجة بين المصريين والدول الغربية التي يتم فيها تصوير البرنامج). كما أن بعض البرامج لجأت لأسلوب المحاكاة الساخرة لمواقف وشخصيات وتحويلها من مرتبتها السامية إلى لغة الحياة العادية، أو محاكاة نماذج معينة من الكتابة والكلام عند بعض أدعياء السياسة والثقافة، أو المحاكاة الساخرة لأسلوب الحكاية الشعبية(مثل برنامج أسعد الله مساءكم).

ثانيا نتائج الدراسة الميدانية

أولا المؤشرات العا□ة للدراسة الميدانية:

المحور الأول:□عدل تعرض عينة الدراسة للبرا□ج الساخرة ودوافعها لذلك:

1- اهتمام عينة الدراسة بالقضايا الاجتماعية:

جدول رقم (1)

اهتمام عينة الدراسة بالقضايا الاجتماعية بشكل عام

درجة الاهتمام	ذكر		أنثي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مهتم جدا	84	63.2	49	36.8	133	100
مهتم إلى حد ما	78	45.1	95	54.9	173	100
نادرا ما يهتم	19	40.4	28	59.6	47	100
لا أهتم على الإطلاق	24	51.1	23	48.9	47	100
الإجمالي	**205**	**51.3**	**195**	**48.8**	**400**	**100**

- ومن خلال اختبار T- test تبين وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة من حيث الاهتمام بقضايا المجتمع بشكل عام وفقًا للنوع، وذلك عند مستوى معنوية (0.023) عندما كانت قيمة t (2.290) عند درجة حرية (398)، وذلك لصالح الذكور بمتوسط حسابي (68.48) وانحراف معياري (33.2) تلاه الإناث بمتوسط حسابي (61.1) وانحراف معياري (31.17). أي أن الذكور أكثر اهتماما بقضايا المجتمع عن الإناث.

2- تعرض عينة الدراسة للبرامج الجادة في مقابل البرامج الساخرة:

جدول رقم (2)

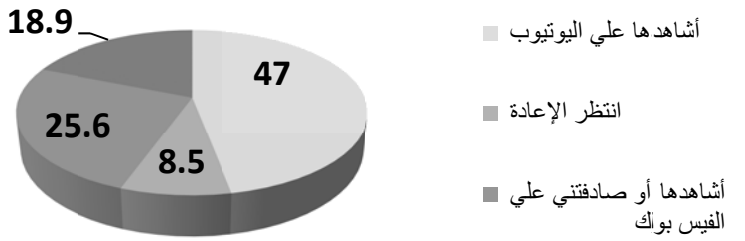
معدل تعرض عينة الدراسة للبرامج الجادة والساخرة

القالب	دائمًا		أحيانا		أبدًا		الإجمالي		الوزن
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
البرامج الجادة/ الأخبار	59	62.8	99	46.9	47	49.5	205	51.3	49.8
البرامج الساخرة	35	37.2	112	53.1	48	50.5	195	48.8	63.3
الإجمالي	**94**	**23.5**	**211**	**52.8**	**95**	**23.8**	**400**	**100**	

- يتضح من الجدول أن :

أ- معدل تعرض الشباب بشكل عام(ذكورا وإناثا) للبرامج الساخرة أكبر من تعرضهم للبرامج الجادة مثل التوك والنشرات الإخبارية (بوزن نسبي 63.3 مقابل 49.8).ومن خلال اختبار T- test تبين عدم وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة من حيث معدل التعرض للبرامج الجادة/ الأخبار وفقًا للنوع، وذلك عند مستوى معنوية (0.069) عندما كانت قيمة t (1.824) عند درجة حرية (398)، أما بالنسبة للبرامج الساخرة، فقد تبين وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة في معدلات تعرضها وفقًا للنوع، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) عندما كانت قيمة t (3.805) عند درجة حرية (398)، وذلك لصالح الذكور بمتوسط حسابي (68.5) وانحراف معياري (28.4) تلاه الإناث بمتوسط حسابي (57.7) وانحراف معياري (28.6). أي أن الذكور أكثر تعرضا لبرامج السخرية من الإناث.

2- أما عن مدى حرص أفراد العينة على المتابعة إذا فاتها حلقات من البرنامج المفضل



شكل رقم (1)

موقف عينة الدراسة في حالة عدم تمكنها من مشاهدة حلقات من البرامج الساخرة

-ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على أسئلة (معدل التعرض للبرامج الساخرة ومعدلات مشاهدة عينة الدراسة لبعض البرامج الساخرة التي تبث على القنوات الفضائية وموقف عينة الدراسة في حالة عدم مشاهدتها للحلقات أو الفقرات من البرامج الساخرة) مقياس عام للتعرض للبرامج الساخرة، حيث كانت مستويات التعرض على النحو التالي:

جدول رقم (3)

مستويات تعرض عينة الدراسة للبرامج الساخرة وفقًا للنوع

مستويات التعرض	ذكر		أنثي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مستوى مرتفع	70	66	36	34	106	26.5
مستوى متوسط	74	41.6	104	58.4	178	44.5
مستوى منخفض	61	52.6	55	47.4	116	29
الإجمالي	**205**	**51.2**	**195**	**48.8**	**400**	**100**

- يتضح من الجدول أن النسبة الأكبر من العينة تتعرض للبرامج الساخرة بنسبة متوسطة(44.55%)، ومن خلال اختبار T- test تبين وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة من حيث معدل التعرض للبرامج الساخرة وفقًا للنوع، وذلك عند مستوى معنوية (0.002) عندما كانت قيمة t (3.081) عند درجة حرية (398)، وذلك لصالح الذكور بمتوسط حسابي (51.6) وانحراف معياري (26) تلاه الإناث بمتوسط حسابي (44.1) وانحراف معياري (23.1). أي أن الذكور أكثر مشاهدة للبرامج الساخرة من الإناث.

3-دوافع مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الساخرة:

جدول رقم (4)

أسباب مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الساخرة

سبب المشاهدة		موافق		محايد		معارض		الإجمالي		الوسط المرجح	الترتيب تنازلي للأسباب
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
للتسلية والترفيه	للتسلية والترفيه	311	83.6	53	14.2	8	2.2	372	100	90.7	**1**
	بيعجبني اللي بيقدمها	186	50	136	36.6	50	13.4	372	100	68.3	**2**
	باتعلم منها إفيهات جديدة	158	42.5	145	39	69	18.5	372	100	62	**3**
للنقد	عشان فيها نقد غير مباشر	218	58.6	113	30.4	41	11	372	100	73.8	**1**
	بتعجبني أراء الضيوف	77	20.7	188	50.5	107	28.8	372	100	46	**2**
	باتعلم منها حاجات مش موجودة في برامج تانية	95	25.5	132	35.5	145	39	372	100	43.3	**3**

- يتضح من الجدول السابق أن النسبة الأكبر من الشباب تشاهد البرامج الساخرة بدافع الترفيه والتسلية في حد ذاتها ، وليس بدافع أعمق أو أكثر ضمنية مثل الدافع النقدي الذي ينتج عنه نقاش مجتمعي أو رأي عام حول قضية ما.كما يتضح أن دوافع التسلية والترفيه عموما كانت الأعلى تحفيزًا لمشاهدة البرامج الساخرة بوسط مرجح 73.7 درجة في مقابل دوافع النقد بوسط مرجح 54.4 درجة.

المحور الثاني: اتجاه عينة الدراسة نحو البرامج الساخرة:

1- أسباب عدم مشاهدة بعض من مفردات عينة الدراسة للبرامج الساخرة:

جدول رقم (5)

أسباب عدم مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الساخرة

سبب عدم المشاهدة	موافق		محايد		معارض		الإجمالي		الوسط المرجح مرتب تنازليا
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
بتقول ألفاظ بذيئة	117	29.3	246	61.5	37	9.2	400	100	60
فيها إيحاءات جنسية	108	27	250	62.5	42	10.5	400	100	58.3
ما بتعجبنيش أراء اللي بيقدمها	53	13.2	301	75.3	46	11.5	400	100	50.9
بتكرهنا في طريقة حياتنا	61	15.2	284	71	55	13.8	400	100	50.8
بتقدم معلومات مغلوطة	59	14.8	285	71.2	56	14	400	100	50.4
مش مناسبة لمجتمعنا	57	14.2	288	72	55	13.8	400	100	50.3
ما بحبش اللي بيقدمها	49	12.2	287	71.8	64	16	400	100	48.1
بتخلي السخرية طريقة للتعامل	47	11.8	264	66	89	22.2	400	100	44.8
ما بحسش بالتسلية والفكاهة	47	11.8	253	63.2	100	25	400	100	43.4
وقتها مش مناسب	40	10	265	66.2	95	23.8	400	100	43.1
أصدقائي لا يشاهدونها	26	6.5	256	64	118	29.5	400	100	38.5

- يتضح من الجدول أن السبب الأبرز لعدم مشاهدة البرامج الساخرة هو استخدامها لألفاظ وإيحاءات جنسية وأحيانا ألفاظ غير لائقة (بوزن نسبي58.3-60) حيث أشار أفراد العينة في هذه النقطة إلى برامج بعينها مثل برنامج البرنامج لباسم يوسف وبرنامج أبلة فاهيتا وكذلك SNL بالعربي- كما أشاروا إلى خطورة ذلك بالنسبة للأطفال والمراهقين)- كذلك أشارت نسبة كبيرة من الشباب ممن لا يشاهدونها (وزن نسبي50.8) إلى أن تلك البرامج تؤدي إلى الشعور بالإحباط والنقمة على طريقة الحياة وثقافة المجتمع.

2- اتجاهات عينة الدراسة نحو البرامج الساخرة:

جدول رقم (6)

اتجاهات عينة الدراسة نحو البرامج الساخرة

البرامج الساخرة	موافق		محايد		معارض		الإجمالي		الوسط المرجح مرتب تنازليًا
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
خفيفة الظل	293	73.2	84	21	23	5.8	400	100	83.8
مبالغة	144	36	141	35.2	115	28.8	400	100	53.6
تقدم صورا نمطية	115	28.8	187	46.8	98	24.4	400	100	52.1
ضرورية للمجتمع	127	31.8	162	40.4	111	27.8	400	100	52
غير دقيقة	112	28	180	45	108	27	400	100	50.5
بأصدقها	103	25.8	187	46.8	110	27.4	400	100	49.1
مضللة وتقتطع السياق	43	10.8	183	45.8	174	43.4	400	100	33.6
محبطة	60	15	121	30.2	219	54.8	400	100	30.1

- يتضح من الجدول أن النسبة الأكبر من العينة ترى أن هذه البرامج تتسم بخفة الظل والطرافة (بوزن نسبي 83.8)، إلا أن أكثر من نصفهم (53.6) يرون أنها تتسم بالمبالغة وتضخيم الموضوعات المطروحة.

-ويستخلص من الجدول السابق مقياس عام لإيجابية البرامج الساخرة كما يلي:

جدول رقم (7)

اتجاهات عينة الدراسة نحو البرامج الساخرة

الاتجاه نحو البرامج الساخرة	ذكر		أنثي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
إيجابي	31	62	19	38	50	12.5
محايد	152	50.2	151	49.8	303	75.7
سلبي	22	46.8	25	53.2	47	11.7
الإجمالي	**205**	**51.2**	**195**	**48.8**	**400**	**100**

- ومن خلال اختبار T- test تبين وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة من حيث إيجابية تقييمهم للبرامج للساخرة وفقًا للنوع، وذلك عند مستوى معنوية (0.020) عندما كانت قيمة t (2.336) عند درجة حرية (398)، وذلك لصالح عينة الدراسة من الذكور بمتوسط حسابي قيمته (52.3) وانحراف معياري (14.3)، تلاه عينة الدراسة من الإناث بمتوسط حسابي قيمته (48.9) وانحراف معياري (14.1).
- يتضح من الجدول أن النسبة الأكبر من الشباب لا ترى البرامج الساخرة إيجابية تماما أو سلبية تماما، بل إن رأيها محايد(75.7%)، ونسبة المحبين لها تقارب نسبة كارهيها. وقد يفسر ذلك بأن الدافع الأكبر من التعرض لها من وجهة نظر الشباب (كما اتضح من جدول رقم5) كان بهدف الضحك والتسلية فقط وهو هدف لا بالإيجابي ولا بالسلبي.
- **المحور الثالث: تأثر الشباب عينة الدراسة بالبرامج الساخرة:**

1- مناقشة/ سخرية عينة الدراسة للموضوعات التي تتناولها البرامج الساخرة المفضلة لهم:

جدول رقم (8)

مناقشة/ سخرية عينة الدراسة من الموضوعات التي تتناولها البرامج الساخرة المفضلة لهم

مناقشة/ سخرية	ذكر		أنثي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائمًا	51	67.1	25	32.9	76	20.4
أحيانًا	118	50.9	114	49.1	232	62.4
أبدًا	27	42.2	37	57.8	64	17.2
الإجمالي	**196**	**52.7**	**176**	**47.3**	*****372	**100**

***** إجمالي من يشاهدون البرامج الساخرة ، أما من لا يشاهدونها فكان عددهم 28 مفردة.

- ومن خلال اختبار T- test تبين وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة من حيث مناقشة/ سخرية عينة الدراسة للموضوعات التي تتناولها البرامج الساخرة المفضلة لهم وفقًا للنوع، وذلك عند مستوى معنوية (0.003) عندما كانت قيمة t (3.025) عند درجة حرية (370)، وذلك لصالح عينة الدراسة من الذكور بمتوسط حسابي قيمته (56.1) وانحراف معياري (31)، تلاه عينة الدراسة من الإناث بمتوسط حسابي قيمته (46.6) وانحراف معياري (29.6).أي أن الذكور أكثر توظيفا للسخرية الواردة في البرامج الساخرة وتناولا لها أثناء تعاملاتهم مع الآخرين.

2-□دى الشعور بالضيق عند سخرية البرا□ج□ن شخصيات أو عادات يعتز بها الشباب

جدول رقم (9)

□دى الشعور بالضيق عند سخرية البرا□ج□ن شخصيات أو عادات يعتز بها الشباب

□ستوى الشعور بالضيق	ذكر		أنثي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائمًا*****	58	48.7	61	51.2	119	32
أحيانًا	75	51.7	70	48.3	145	39
أبدًا	63	58.3	45	41.7	108	29
الإجمالي	**196**	**52.7**	**176**	**47.3**	**372**	**100**

-يشير الجدول إلى أن النسبة الأقل من الشباب(29%) لا يشعرون إطلاقا بالضيق تجاه سخرية تلك البرامج من شخصيات عامة أو عادات يعتزون بها ، بينما كانت النسبة الأكبر (39%) يشعرون بالضيق حيال ذلك ، وهذا الشعور بنسب متقاربة بين الذكور والإناث (51.7% مقابل 48.3%) ومن خلال اختبار T- test تبين عدم وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة من حيث شعورهم بالضيق من البرامج الساخرة عند سخريتها من شخصيات تعتز بها أو عادات وتقاليد تؤمن بها وفقًا للنوع، وذلك عند مستوى معنوية (0.152) عندما كانت قيمة t (-1.436) عند درجة حرية (370) ، أي أن كلا من الذكور والإناث يشعرون بالضيق عندما تتهكم البرامج الساخرة على شخصيات أو مواقف أو أنماط ثقافية تمثل أهمية بالنسبة لهم. ويتفق ذلك مع النتيجة السابقة التي تشير إلى أن النسبة الأكبر ليس لديها اتجاه سلبي أو إيجابي نحو تلك البرامج ، إلا عندما يتعلق الأمر بموضع السخرية. وربما يشير ذلك إلى أصالة النظرة للسخرية في المجتمعات الشرقية -حتى وإن حدثت تحولات اجتماعية وسياسية خلال السنوات الأخيرة وبعد الثورات العربية- حيث يحتفظ أفراد المجتمع بالقيم الدينية التي تحذر من السخرية من الآخرين كما ذكرت بعض مفردات عينة الدراسة قول الله تعالى ("يأيها الذين آمنوا لا يسخر قوم من قوم عسى أن يكونوا خيرا منهم"*******).

***** ذكر حوالي ثلثي تلك الفئة أن الإسلام ينهى عن السخرية من الآخرين والتشهير بهم .

******* سورة الحجرات الآية (11)

3- تأثر نظرة عينة الدراسة للقضايا الاجتماعية التي تناولتها البرامج الساخرة:

جدول رقم (10)

تأثر نظرة عينة الدراسة بالقضايا الاجتماعية التي تقدمها البرامج الساخرة

التأثر	ذكر		أنثي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
بالتأكيد	66	67.3	32	32.7	98	26.3
ربما	77	48.4	82	51.6	159	42.7
إطلاقًا	53	46.1	62	53.9	115	31
الإجمالي	**196**	**52.7**	**176**	**47.3**	**372**	**100**

-يتضح من الجدول السابق أن ثلثي العينة (بالتأكيد 26.3%-ربما 42.7%) أقروا بأن نظرتهم للظواهر الاجتماعية والشخصيات العامة تتأثر بالصورة التي تعكسها برامج السخرية عنها .

- ومن خلال اختبار T- test تبين وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة من حيث تأثر نظرتهم بالقضايا الاجتماعية التي تقدمها البرامج الساخرة وفقًا للنوع، وذلك عند مستوى معنوية (0.002) عندما كانت قيمة t (3.048) عند درجة حرية (370)، وذلك لصالح عينة الدراسة من الذكور بمتوسط حسابي قيمته (53.3) وانحراف معياري (39)، مقابل متوسط حسابي للإناث قيمته (41.5) وانحراف معياري (35.6).

4- اعتقاد عينة الدراسة أن مشاهدة البرامج الساخرة يعد نوعا من التفاعل مع الواقع الاجتماعي:

جدول رقم (11)

اعتقاد عينة الدراسة أن مشاهدة البرامج الساخرة يعد نوعا من التفاعل مع الواقع

مستوى الاعتقاد	ذكر		أنثي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
بالتأكيد	99	55.9	78	44.1	177	44.3
ربما	86	47.3	96	52.7	182	45.4
إطلاقًا	20	48.8	21	51.2	41	10.3
الإجمالي	**205**	**400**	**48.8**	**195**	**372**	**100**

- يتضح من الجدول أن معظم الشباب(حوالي 90%) يرى أن مشاهدة برامج السخرية يدعم التفاعل مع الظواهر الاجتماعية . ومن خلال اختبار T- test تبين عدم وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة من حيث اعتقادهم أن مشاهدة البرامج الساخرة يعد نوع من تفاعل المشاهدين مع الواقع السياسي أو الاجتماعي وفقًا للنوع، وذلك عند مستوى معنوية (0.156) عندما كانت قيمة t (1.420) عند درجة حرية (398).

5- أشكال تفاعل عينة الدراسة□ن الشباب□ع الظواهر الاجتماعية□حل السخرية:

جدول رقم (12)

أشكال تفاعل عينة الدراسة□ن الشباب□ع الظواهر الاجتماعية□حل السخرية

الأشكال	التكرار	النسبة
مشاركة الأصدقاء أو الأسرة النقاش حول الظواهر الاجتماعية المشار إليها	240	44.3
عملت مشاركة لبوست بيتناول أي من تلك القضايا على السوشيال ميديا	144	26.6
كتابة تعليقات على منشورات لبرنامج ساخر تناول أي من تلك القضايا الاجتماعية	89	16.4
لا أقوم بأي من هذه الأفعال	69	12.7
إجمالي□ن أجابوا	542	100

و□ن خلال إجابة عينة الدراسة على كافة الأسئلة السابقة يستخلص□قياس عام لتأثر عينة الدراسة□ن الشباب بما تقد□ه البرا□ج الساخرة، تتمثل□ستوياته كما بالجدول التالي:

جدول رقم (13)

□ستوى تأثر عينة الدراسة□ن الشباب بما تقد□ه بالبرا□ج الساخرة وفقًا للنوع

□ستوى التأثر	ذكر		أنثي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مستوى مرتفع	86	60.6	56	39.4	142	38.1
مستوى متوسط	80	44.2	101	55.8	181	48.6
مستوى منخفض	30	61.2	19	38.7	49	13
الإجمالي	**196**	**52.6**	**176**	**47.3**	**372**	**100**

- يتضح من الجدول أن النسبة الأكبر من العينة تتأثر – بدرجة متفاوتة- بالبرامج الساخرة في نظرتها النقدية للمجتمع سواء بالسلب أو بالإيجاب (86.7%) وهي إجمالي المفردات التي أقرت بتأثرها بنسبة كبيرة أو متوسطة.، ومن خلال اختبار T-test تبين وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة من حيث تأثر نظرتهم بما تقدمه البرامج الساخرة وفقًا للنوع، وذلك عند مستوى معنوية (0.027) عندما كانت قيمة t (2.215) عند درجة حرية (398)، وذلك لصالح عينة الدراسة من الذكور بمتوسط حسابي قيمته (57) وانحراف معياري (25)، تلاه عينة الدراسة من الإناث بمتوسط حسابي قيمته (51.8) وانحراف معياري (22.2).أي أن الذكور أكثر تأثرا من الإناث بتلك البرامج في نظرتهم للمجتمع والشخصيات التي تكون محلا للسخرية في تلك البرامج.

المحور الرابع تقييم عينة الدراسة لأهمية القضايا الاجتماعية المثارة في البرا□ج الساخرة

1- أهمية القضايا الاجتماعية□ن وجهة نظر عينة الدراسة□ن الشباب:

جدول رقم (14)

أولويات القضايا الاجتماعية□ن وجهة نظر عينة الدراسة□ن الشباب

القضايا الاجتماعية	إلى حد كبير		إلى حد□ا		إطلاقا		الإجمالي		الوسط المرجح
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
ارتفاع الأسعار	350	87.5	41	10.2	9	2.3	400	100	92.6
انتهاك الخصوصية	264	66	105	26.2	31	7.8	400	100	79.1
المغالاة في الزواج	261	65.2	102	25.5	37	9.3	400	100	78
مشاكل المدارس والمذاكرة وصعوبة القبول في المدارس	232	58	92	23	76	19	400	100	69.5
ضعف مصداقية الإعلاميين	204	51	117	29.2	79	19.8	400	100	65.6
الحرص على الوجاهة الاجتماعية	169	42.2	168	42	63	15.8	400	100	63.3
التقاليع والترندات	141	35.2	168	42	91	22.8	400	100	56.3
الإساءة للحيوان	127	31.8	143	35.8	130	32.4	400	100	49.6

- يتضح من الجدول أن القضية الأهم التي يرى الشباب أنها ذات أهمية أكبر في البرامج الساخرة هي ارتفاع الأسعار بعد ارتفاع قيمة الجنيه المصري مقارنة بالدولار، تليها قضية انتهاك خصوصية الآخرين والتدخل في شئونهم كثقافة ناتجة عن التقارب بين الأفراد في المجتمع المصري ، وبالتالي يرى الشباب أن المادة الساخرة منفذ للتعبير الساخر عن قضايا بمثل هذه الأهمية.
- كما أشار الشباب في ملاحظاتهم إلى صيحات جديدة أضيفت إلى إجراءات الزواج والتقدم للمدارس ومستلزماتها وما استتبع ذلك من مبالغة في المظاهر الاجتماعية التي ترهق الأسر المصرية في الآونة الأخيرة.

2-□ظاهر النقد الاجتماعي لدى عينة الدراسة بخصوص□حتوى البرا□ج الساخرة

جدول رقم (15)

العبارات الدالة على□ستوى النقد الاجتماعي لدى عينة الدراسة

العبارات / الاتجاه	□وافق		□حايد		□عارض		الإجمالي		الوسط المرجح □رتب تنازليًا
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
ارتفاع الأسعار بقا جنوني وغير مبرر	338	84.4	49	12.3	13	3.3	400	100	90.6
مبقاش فيه للأسف حدود لخصوصية	332	83	60	15	8	2	400	100	90.5
مجتمعنا سلبياته كتير	304	76	81	20.2	15	3.8	400	100	86.1
الزواج عندنا بقا مهمة صعبة للغاية	296	74	94	23.5	10	2.5	400	100	85.8
بلدنا بقى فيها تقاليع غريبة في الموضة والمناسبات الاجتماعية	297	74.3	85	21.3	18	4.4	400	100	84.9
مجتمعنا بيفتقد لقواعد الذوق العام	287	71.8	104	26	9	2.2	400	100	84.8
الإعلام فيه متلونين وبرامج لسخرية بتعريهم	285	71.3	94	23.5	21	5.2	400	100	83
التعليم مكلف جدا بلا عائد	241	60.2	130	32.5	29	7.3	400	100	76.5

مذاكرة الأم لأولادها بقت من منغصات الحياة	179	44.8	166	41.4	55	13.8	400	100	65.5
هو احنا مهتمين بالإنسان لما هانهتم بالحيوان؟	207	51.8	88	22	105	26.2	400	100	62.8
مشاكلنا تستاهل التريقة في برامج السخرية	175	43.8	135	33.8	90	22.4	400	100	60.6
التظاهر بالوجاهة في كل مجتمع مش احنا بس	157	39.3	169	42.3	74	18.4	400	100	60.4
الأمراض الاجتماعية في البرامج الساخرة مبالغ فيها	151	37.8	171	42.8	78	19.4	400	100	59.1
مجتمعنا لسه فيه الخير	143	.35.8	142	35.4	115	28.8	400	100	53.5
في فجوة أجيال والناس الكبيرة ما ينفعش نتعلم منهم لأنهم دقة قديمة	136	34	144	36	120	30	400	100	52
تدخلنا في خصوصيات بعض من باب النصح مقبول	133	33.3	110	27.4	157	39.3	400	100	47
مشاكلنا لا تحتمل السخرية	112	28	128	32	160	40	400	100	44
عادي البرامج دي تستخدم ألفاظ جريئة زي الواقع	112	28	92	23	196	49	400	100	39.5

- يتضح من الجدول أن أكثر العبارات إدراكا من الشباب والتي تكشف عن نقدهم للمجتمع كانت " مستوى الأسعار أصبح جنونيا (وزن نسبي90.6)" و"لم يعد هناك حدود للخصوصية (وزن نسبي 90.5)" ، و"مجتمعنا مليئ بالسلبيات(وزن نسبي 86.1)".وكانت أقل الجمل استحسانا من الشباب"عادي ان هذه البرامج تستخدم ألفاظ بذيئة مثل واقع الشارع المصري (وزن نسبي 39.5)".

- **ويستخلص □ن الجدول السابق □قياس عام للنقد الاجتماعي لدى الشباب، وكانت□ستوياته على النحو التالي:**

جدول رقم (16)

□ستوى النقد الاجتماعي لدى الشباب

مستوى النقد	ذكر		أنثي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مستوى مرتفع	137	54.4	115	45.6	252	63
مستوى متوسط	68	45.9	80	54.1	148	37
الإجمالي	**205**	**51.3**	**195**	**48.8**	**400**	**100**

- يتضح من الجدول أن كل أفراد العينة كان لديهم مستوى من النقد إما متوسط (37%)أو مرتفع (63%). ومن خلال اختبار T- test تبين وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة من حيث النقد الاجتماعي للقضايا الاجتماعية المثارة في الواقع الفعيل وفقًا للنوع، وذلك عند مستوى معنوية (0.026) عندما كانت قيمة t (2.236) عند درجة حرية (398)، وذلك لصالح الذكور بمتوسط حسابي (69.2) وانحراف معياري (9.6) تلاه لصالح الإناث بمتوسط حسابي (67) وانحراف معياري (9.6).أي أن مستوى النقد الاجتماعي لدى الذكور أكثر من الإناث.

ثانيا اختبار فروض الدراسة الميدانية:

الفرض الأول: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة ومستوى النقد الاجتماعي لدى الشباب.

جدول رقم (17)

العلاقة بين مستوى التعرض للبرامج التلفزيونية الساخرة ومستوى النقد الاجتماعي لدى الشباب

مستوى النقد / مستوى التعرض	مستوى متوسط		مستوى مرتفع		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مستوى منخفض	45	38.8	71	61.2	116	29
مستوى متوسط	72	40.4	106	59.6	178	44.5
مستوى مرتفع	31	29.2	75	70.8	106	26.5
الإجمالي	148	37	252	63	400	100
قيمة معامل الارتباط بيرسون	875.000		مستوى المعنوية		0.000	

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية قوية بين معدل التعرض للبرامج التلفزيونية الساخرة ومستوى النقد الاجتماعي لدى الشباب المصري،حيث يتضح إن (70.8%) ممن يتعرضون لها بمعدل مرتفع هم أكثر انتقادا للواقع الاجتماعي المحيط بهم . وكان قيمة معامل الارتباط بيرسون (875.00) عند مستوى معنوية (0.000). أي أن الذين يتعرضون للبرامج الساخرة بشكل أكبر يكونون أكثر تعبيرا عن انتقاداتهم للمجتمع بما فيه من تفاعلات وشخصيات عامة وتقاليد وظواهر اجتماعية، وهو ما يفسر تضمين المحتوى الساخر لمعان غير مباشرة تمثل نقدا لأوضاع ما قد تكون سياسية أو اجتماعية. وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء في دراسات سابقة مثل دراسة جونستون(2012) [42]التي خلصت إلى أن الكوميديا مثيرة للنقد، فهي تمنح الجمهور القدرة على أن يضحكوا على أنفسهم، حتى وإن لم يرغبوا في ذلك ، كذلك دراسة ميجان [43]التي يشير فيها إلى أن القالب الساخر بما فيه من تهكم وانتقاد –حتى وإن كان ضمنيا- يؤدي إلى التغيير الاجتماعي.إلا أن النتيجة السابقة بأن الهدف الأهم من التعرض للبرامج الساخرة كان للضحك والتسلية أكثر من الهدف النقدي قد تشكك في نتيجة الفرض، خاصة وأن من يتعرضون للبرامج الساخرة بمستوى منخفض أيضا يتسمون بمستو نقدي مرتفع نسبيا (61.2%).

إلا أنه يمكن تفسير ذلك بأن الشباب عموما محل الدراسة كانوا يتسمون بنبرة انتقاد عالية ومتوسطة من الأساس، حتى أنه لم يكن هناك مفردة واحدة كانت ترى الأمور على مايرام بحيث تصنف كمستوى منخفض من النقد الاجتماعي. **إذن فقد ثبت صحة الفرض الأول**.

الفرض الثاني: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الهدف من تعرض الشباب للبرامج الساخرة (للترفيه والتسلية– للنقد) واتجاهاتهم نحو تلك البرامج.

جدول رقم (18)

العلاقة بين الهدف□ن التعرض للبرا□ج الساخرة (للترفية- النقد) واتجاهاتهم نحو تلك البرا□ج

الهدف□ن التعرض "تسلية" / الاتجاه	□ستوى□نخفض		□ستوى□توسط		□ستوى□رتفع		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سلبي	1	3.1	31	96.9	-	-	**32**	**8.6**
محايد	4	7.5	48	90.6	**1**	**1.9**	**53**	**14.2**
إيجابي	17	5.9	258	89.9	**12**	**4.1**	**287**	**77.2**
الإجمالي	22	5.9	337	90.6	**13**	**3.5**	**372**	**100**
قيمة معامل الارتباط كاندال	0.036		مستوى المعنوية		**0.406**			
سلبي	12	9.9	103	85.1	**6**	**5**	**121**	**32.5**
محايد	3	3.3	86	95.6	**1**	**1.1**	**90**	**24.2**
إيجابي	7	4.3	148	92	**6**	**3.7**	**161**	**43.3**
الإجمالي	22	5.9	337	90.6	**13**	**3.5**	**372**	**100**
قيمة معامل الارتباط كاندال	0.058		مستوى المعنوية		**0.285**			

- تبين من الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية بين التعرض للبرامج التلفزيونية الساخرة بهدف **التسلية والترفيه** ، واتجاهات الشباب المصري نحو البرامج الساخرة، وكان قيمة معامل الارتباط كاندال (0.036) عند مستوى معنوية (0.406)، كما تبين عدم وجود علاقة ارتباطية بين التعرض للبرامج التلفزيونية الساخرة بهدف **دعم النظرة النقدية** واتجاهات الشباب المصري نحو البرامج الساخرة، وكان قيمة معامل الارتباط كاندال (0.058) عند مستوى معنوية (0.285).

- وبشكل عام وبخصوص مدى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين الهدف من التعرض للبرامج الساخرة بغض النظر عن دوافعه ما بين تسلية أو نقد واتجاهاتهم نحو تلك البرامج الساخرة، فقد جاءت النتائج الإحصائية كما يلي:

جدول رقم (19)

العلاقة بين الهدف□ن التعرض للبرا□ج الساخرة بشكل عام واتجاهاتهم نحو تلك البرا□ج

الهدف□ن التعرض / الاتجاه	□ستوى□نخفض		□ستوى□توسط		□ستوى□رتفع		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سلبي	2	5.9	32	94.1	-	-	**34**	**9.2**
محايد	12	8.8	121	88.2	**4**	**3**	**137**	**36.8**
ايجابي	8	4	184	91.5	**9**	**4.5**	**201**	**54**
الإجمالي	22	5.9	337	90.6	**13**	**3.5**	**372**	**100**
قيمة معامل الارتباط كاندال	0.096		مستوى المعنوية		**0.041**			

- تبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية بين وجود أهداف من التعرض للبرامج التلفزيونية الساخرة واتجاهات الشباب المصري نحو البرامج الساخرة، وكانت قيمة معامل الارتباط كاندال (0.096) عند مستوى معنوية (0.041). بمعنى أنه كلما ارتفع مستوى تحفيز دوافع التعرض ما بين التسلية أو النقد عند

متابعة البرامج الساخرة ، أثر ذلك في اتجاه التقييم الإيجابي لهذه البرامج. **إذن ثبتت صحة الفرض الثاني**

الفرض الثالث: تؤثر المتغيرات المستقلة (الاتجاه نحو البرامج الساخرة- متغير النوع - أولويات القضايا الاجتماعية لدى الشباب- مدى اهتمام الشباب بالتعرض للبرامج الجادة) على النقد الاجتماعي للقضايا المجتمعية المصرية.

جدول رقم (20)

أثر المتغيرات المستقلة (إيجابية البرا□ج الساخرة-□تغير النوع- أولويات القضايا الاجتماعية لدى الشباب-□دى اهتمام الشباب بالتعرض للبرا□ج الجادة- أسباب التعرض للبرا□ج الساخرة-□عدل التعرض للبرا□ج الساخرة) على النقد الاجتماعي للقضايا المجتمعية المصرية

	النموذج	□جموع المربعات	درجة الحرية	□ربع المتوسطات	□عا□ل التحديد	□عا□ل ف	□ستوى المعنوية
النقد الاجتماعي	الانحدار	2007.674	3	669.225	0.057	7.424	0.000
	المتبقي	33174.255	368	90.147			
	الإجمالي	35181.929	371				

-يتضح من بيانات الجدول السابق معنوية النموذج الذي يفترض وجود أثر لبعض المتغيرات المستقلة محل الدراسة على المتغير التابع للدراسة وهو (النقد الاجتماعي للقضايا المجتمعية المصرية)، حيث معنوية الانحدار عند مستوى معنوية (0.000) قيمة ف (7.424).

أما عن معامل التحديد R Square للنموذج، فقد كانت قيمته 0.057، بما يعني أن المتغيرات المستقلة الذي يتضمنه نموذج الانحدار يفسر 5.7% من التباين في المتغير التابع وهو (النقد الاجتماعي)، أما النسبة الباقية فيفسرها عوامل أخرى.

-أ□ا عن تحديد ترتيب تأثير المتغيرات المستقلة* على المتغير التابع (النقد الاجتماعي):

-باستعراض قيم Beta (Standardized Coefficients) المستخرجة عند حساب الانحدار للتعرف على أثر المتغيرات المستقلة الستة على تحفيز النقد الاجتماعي لدى عينة الدراسة، كانت هذه القيم (مرتبة من الأعلى تأثيرًا فالأقل) كما يلي:

- B= 0.141 (بين أولويات القضايا الاجتماعية التي يتم متابعتها والنقد الاجتماعي)، وذلك عندما كانت قيمة ت (2.766) ومستوى المعنوية (0.006)، والذي يعني أنه كلما ارتفع مستوى الاهتمام بقضايا اجتماعية معينة كلما ارتفع مستوى النقد الاجتماعي لها.

* تتمثل المتغيرات محل الدراسة في: إيجابية البرامج الساخرة- متغير النوع- أولويات القضايا الاجتماعية لدى الشباب- مدى اهتمام الشباب بالتعرض للبرامج الجادة.

- B= -0.133 (بين النوع والنقد الاجتماعي)، وذلك عندما كانت قيمة ت (-2.599) ومستوى المعنوية (0.006)، حيث يعني ذلك أن هناك اختلاف أو تأثير للنوع على النقد الاجتماعي لصالح الذكور أولًا ثم الإناث.
- B= 0.111 (بين الاتجاه نحو البرامج الساخرة والنقد الاجتماعي)، وذلك عندما كانت قيمة ت (2.171) ومستوى المعنوية (0.031)، والذي يعني أنه كلما اتجه تقييم عينة الدراسة نحو إيجابية البرامج الساخرة وأهميتها ، ارتفع مستوى النقد الاجتماعي للقضايا الاجتماعية متأثرًا بمحتوى البرامج الساخرة.

-وقد استبعد الانحدار وجود تأثير لكل من المتغيرات (معدل التعرض للبرامج الساخرة عند مستوى معنوية "0.533"، وتأثر الشباب المصري بالبرامج الساخرة عند مستوى معنوية "0.358"، دوافع التعرض للبرامج الساخرة عند مستوى معنوية "0.36"، ومعدل التعرض للبرامج الجادة/ الأخبار عند مستوى معنوية "0.192"). **إذن ثبتت صحة الفرض الثالث بشكل جزئي**.

الفرض الرابع: تؤثر المتغيرات المستقلة (الاتجاه نحو البرامج الساخرة- متغير النوع- أولويات القضايا الاجتماعية لدى الشباب- مدى اهتمام الشباب بالتعرض للبرامج الجادة-أسباب التعرض) على معدل التعرض للبرامج الساخرة.

جدول رقم (21)

أثر المتغيرات المستقلة (إيجابية البرا ج الساخرة-تغير النوع- أولويات القضايا الاجتماعية لدى الشباب-دى اهتمام الشباب بالتعرض للبرا ج الجادة- أسباب التعرض للبرا ج الساخرة) علىعدل التعرض للبرا ج الساخرة

	النموذج	جموع المربعات	درجة الحرية	ربع المتوسطات	ل التحديد	ل ف	ستوى المعنوية
معدل التعرض للبرامج الساخرة	الانحدار	44520.360	3	14840.120	0.25	40.939	0.000
	المتبقي	133397.815	368	362.494			
	الإجمالي	177918.175	371				

- يتضح من بيانات الجدول السابق معنوية النموذج الذي يفترض وجود أثر لبعض المتغيرات المستقلة محل الدراسة على المتغير التابع للدراسة وهو معدل التعرض للبرامج الساخرة، حيث معنوية الانحدار عند مستوى معنوية (0.000) قيمة ف (40.939).

-أما عن معامل التحديد R Square للنموذج، فقد كانت قيمته 0.25، بما يعني أن المتغيرات المستقلة الذي يتضمنه نموذج الانحدار يفسر 25% من التباين في المتغير التابع ألا وهو معدل التعرض للبرامج الساخرة، أما النسبة الباقية فيفسرها عوامل أخرى.

أا عن تحديد ترتيب تأثير المتغيرات المستقلة • على المتغير التابع (عدل التعرض للبرا ج الساخرة):

- باستعراض قيم Beta (Standardized Coefficients) المستخرجة عند حساب الانحدار للتعرف على أثر المتغيرات المستقلة الستة على كثافة التعرض

للبرامج الساخرة لدى عينة الدراسة، كانت هذه القيم (مرتبة من الأعلى تأثيرًا فالأقل) كما يلي:

- B= 0.304 (بين وجود دوافع للتعرض للبرامج الساخرة ومعدل التعرض للبرامج الساخرة)، وذلك عندما كانت قيمة ت (5.856) ومستوى المعنوية (0.000)، والذي يعني أنه كلما ارتفع مستوى ضغط دوافع التعرض ما بين التسلية أو النقد عند متابعة البرامج الساخرة ، أثر ذلك في ارتفاع معدلات متابعة هذه النوعية من البرامج.
- B= 0.240 (بين تأثر الشباب المصري بالبرامج الساخرة ومعدل التعرض لهذه البرامج)، وذلك عندما كانت قيمة ت (4.632) ومستوى المعنوية (0.000)، حيث يعني ذلك أنه كلما ارتفع مستوى تأثر الشباب بنوعية البرامج الساخرة ، ارتفع معدل متابعتها.
- B= 0.113 (بين تقييم إيجابية البرامج الساخرة ومعدل التعرض للبرامج الساخرة)، وذلك عندما كانت قيمة ت (2.476) ومستوى المعنوية (0.014)، والذي يعني أنه كلما اتجه تقييم عينة الدراسة أكثر إيجابية نحو البرامج الساخرة وأهميتها ، ارتفع مستوى متابعة البرامج الساخرة.

وقد استبعد الانحدار وجود تأثير لكل من المتغيرات (الاهتمام بالنقد الاجتماعي عند مستوى معنوية "0.850"، والنوع عند مستوى معنوية "0.519"، أولويات القضايا الاجتماعية لدى الشباب عند مستوى معنوية "0.751"، ومعدل التعرض للبرامج الجادة/ الأخبار عند مستوى معنوية "0.636").

إذن ثبتت صحة الفرض الرابع بشكل جزئي.

لخص لأهم نتائج الدراسة

- سعت هذه الدراسة لبحث العلاقة بين تعرض الشباب للبرامج التليفزيونية الساخرة، ومستوى نقدهم للواقع الاجتماعي بما يتضمنه من مظاهر وجوانب حياتية وشخصيات عامة تتناولها تلك البرامج ، وكذلك دراسة تأثير عوامل عديدة على كل متغير من هذين المتغيرين على حدة ، مثل الاتجاه نحو تلك النوعية من البرامج ، ودرجة الاهتمام بمشاهدة البرامج الجادة والأخبار، واتجاه الشباب نحو المظاهر الاجتماعية محل السخرية.تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة مكونة من 400 مفردة من شباب الجامعات الحكومية والخاصة، باستخدام صحيفة الاستقصاء بجانب تدوين بعض الملاحظات الكيفية التي تساعد في تفسير النتائج.توصلت الدراسة إلى بعض النتائج أبرزها وجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض للبرامج الساخرة ومستوى النقد الاجتماعي لدى الشباب لكن بفروق بسيطة عمن يشاهدونها بشكل محدود، مما قد يعني أن مستوى النقد الاجتماعي مرتفع بالأساس لكن البرامج الساخرة تظهره لكن ليست هي السبب في هذا النقد.كما اتضح أن الذكور أكثر ميلا للنقد الاجتماعي من الإناث، وأكثر حرصا على التعرض للبرامج الساخرة، واتضح أيضا أن التعرض بالأساس يكون بهدف الترفيه والضحك في حد ذاته أكثر منه لتغذية وجهة النظر النقدية لدى الشباب.

راجع الدراسة

(1) مولـوين ميرشـنت& كليفـورد ليـتش ."**الكو ـيـديا والتراجيـديا** " ، ترجمـة :علـى أحمـد محمـود .(الكويت:عالم المعرفة - الناشر المجلس الوطني للثقافة والفنون والأداب ، د.ت).

(2)Heather L. LaMarre,(et al.). Humor Works in Funny Ways: Examining Satirical Tone as a Key Determinant in Political Humor Message Processing,**Mass Communication and Society.** Vol. 17 , Issue. 3,2014

(3) Jones, Abigail, "How Does Context Shape Comedy as a Successful Social Criticism as Demonstrated by Eddie Murphy's SNL Sketch"White Like Me?"" (2012). Honors College. Paper 58.**http://digitalcommons.library.umaine.edu/honors/58**

(4) برنامج منتدى الإعلام العربي .الجلسة الرابعة "**الإعلام الساخر:هل تتسع لـه صدور العرب؟** " دبي، 15مايو2013.

http://www.arabmediaforum.com/ar/programmes/2013/programme/session-d-satirical-media-arab-audience-response-baniyas-grand-ballroom.aspx.

(5) Coletta, L. (2009). Political Satire and Postmodern Irony in the Age of Stephen Colbert and Jon Stewart**. The Journal of Popular Culture**, 42(5), pp.856-874.

(6) برنامج منتدى الإعلام العربي ،**رجع سابق**

(7) Michael Walzer.The company of critics:Social criticism and political commitment in the 20th century(1991).**Kirkus Review** on: HTTPS://WWW.KIRKUSREVIEWS.COM/BOOK

(8) حـلاب نـور الهدى."النقـد الاجتمـاعي"،**جلـة التربيـة الأساسـية للعلـوم التربويـة والإنسـانية** الصادرة عن جامعة بابل،العدد 21،يونيو2019

http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=301876

(9)إبرهيم حجاج.النقد الاجتماعي نظرية الانعكاس،**جلة الحوار المتمدن**،العدد 3687،ص.ص 17-27

(10) LeBoeuf, Megan, "The Power of Ridicule: An Analysis of Satire" (2007). **Senior Honors Projects**. Paper 63.

http://digitalcommons.uri.edu/srhonorsprog/63http://digitalcommons.uri.edu/srhonorsprog/63

(11) Jane Fife. Peeling The Onion: Satire and the Complexity of Audience Response**. Journal of Rhetoric Review**,vol.35.issue4,2016,p.p322-334 http://dx.doi.org/10.1080/07350198.2016.1215000

(12) Syed A.,Hasan(et al.,)(2012)."Satire in talkshows:Pakistan's media pungent approach**". Munich Personal RePEc Archive**. MPRA Paper No. 40380.

(13) شريف درويش .**الإعلام السـاخر ـن يعقوب صنوع إلى أحمد رجب وباسم يوسف.** المركز العربي للبحوث والدراسات http://www.acrseg.org/5813 .May4,2014

(14) حلاب نور الهدى،**رجع سابق**.

(15) Polimeni&Reiss2006. The First Joke: Exploring the Evolutionary Origins of Humor **, Evolutionary Psychology human-nature.com/ep** – 2006. 4: 347-366

(16) Jones, Abigail, "How Does Context Shape Comedy as a Successful Social Criticism as Demonstrated by Eddie Murphy's SNL Sketch"White

Like Me?"" (2012). Honors College. Paper 58.**http://digitalcommons.library.umaine.edu/honors/58**

(17) LeBoeuf, Megan, "The Power of Ridicule: An Analysis of Satire" (2007). **Senior Honors Projects**. Paper 63.
http://digitalcommons.uri.edu/srhonorsprog/63http://digitalcommons.uri.edu/srhonorsprog/63

(18) Fan Yang (et al.)Satirical News Detection and Analysis using Attention Mechanism and Linguistic Features .Paper presented at **The 2017 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing.,September 2017**

(19) Nafida A., Banu(2016).Impacts of television humor on viewers' engagement, attitudes, and memory: The moderating effects of motivation and ability. **https://shareok.org/bitstream/handle/11244/44879/2016_BANU_NAFIDA_THESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y**

(20) Leclerc, Roberto,(2015) "Satirical News and Political Subversiveness: A Critical Approach to The Daily Show and The Colbert Report".Electronic **Thesis and Dissertation Repository. 2996.** http://ir.lib.uwo.ca/etd/2996

(21)Li Huang(et al.,)(2015). The Highest Form of Intelligence: Sarcasm Increases Creativity for Both Expressers and Recipients.**Organizational Behavior and Human Decision Processes**,November2015.

(2**2**) Sara**h** Henderson(2015),Laughter and learning:Humor boosts retention, Edutopia. Retrieved from **http://www.edutopia.org/blog/laughter-learninghumor-boosts-retention-sarah-henderson**

(23) Jones, Abigail, "How Does Context Shape Comedy as a Successful Social Criticism as Demonstrated by Eddie Murphy's SNL Sketch"White Like Me?"" (2012). Honors College. Paper 58.**http://digitalcommons.library.umaine.edu/honors/58**

(24) Guggenheim, L., Kwak, N. and Campbell, S.W. (2011). Nontraditional News Negativity: The Relationship of Entertaining Political News Use to Political Cynicism and Mistrust. International Journal of Public Opinion Research, **23**(3), pp.287-314.

(25) Hariton,Amanda(2011). **Satirical Political Media and Youth political participation**: A look at The Daily Show with Jon Stewart and The Colbert Report. Indiana University:Bloomgton.

(26) Matsa, Katerina-Eva (2010). Laughing at politics : effects of television satire on political engagement in Greece **https://repository.library.georgetown.edu/handle/10822/552931**

(27) Becker, A.B. (2014). Playing with Politics: Online Political Parody, Affinity for
Political Humor, Anxiety Reduction, and Implications for Political Efficacy. Mass

Communication and Society, **17**(3), pp.424-445.
(28)Da Silva, P.D. and Garcia, J.L. (2012). YouTubers as Satirists. **Ejournal of Edemocracy and Open Government**, **4**(1), pp.89-114.
(29) Amin,S. (2010).Sarcasm in cartoons:lexicogrammar analysis of Simpsons. **https://mafiadoc.com/queue/sarcasm-in-cartoons-lexicogrammar-analysis-of-the-simpsons_5a26b56f1723dd435d897c01.html**
(30) Baehr Ted & Snyder Tom (2010). Culturally Corrosive Comedy **Christian Research Journal,** volume 33,no.2. http://www.equip.org/article/culturally-corrosive-comedy/
(31) LaMarre Heather (et al.,)(2009).The irony of satire:Political ideology and motivation to see what you want to see in The Colbert Report. **International Journal of Press/Politics**,Vol. 14 No.2,pp 212-231
(32) Baumgartner Jody & Morris ,Jonathan S., (2006).The Daily Show effect:Candidate evaluations,efficacy,and American youth.**American Politics Research**,vol.34,no.3,pp341-367
(33) Baym, G. (2008). Serious Comedy: Expanding the Boundaries of Political Discourse.In: Baumgartner, J.C. and Morris, J.S., eds. **Laughing Matters: Humor and American Politics in the Media Age**. New York: Routledge,Chapter 2.
(34) Holbert,R.L., (et al.)(2001).Adding nuance to the study of political humor effects: Experimental research on juvenalian satire versus horatian satire. **American Behavioral Scientist**, 55(3), 187-211. Google Scholar, SAGE Journals, ISI
(35) Friedman, S. (2014). Comedy and Distinction: The Cultural Currency of a "Good" Sense of Humour.Abingdon,Oxon:Routledge.Available on **http://eprints.lse.ac.uk/59932/**
(36) Plevriti Vasiliki.Satirical User-Generated Memes as an Effective Source of Political Criticism, Extending Debate and Enhancing Civic Engagement.**Central Cultural Policy Studies.** MA Global Media &Communication,Best Dissertation 2013–14
(37)Kuipers,G.(2011).p221. The politics of humour in the public sphere: Cartoons, power and modernity in the first transnational humour scandal. **http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1367549410370072**
(38) Kuipers, G. (2006). Good Humor, Bad Taste: A Sociology of the Joke. Berlin: Walter De Gruyter.Available on**:** **http://dare.uva.nl/search?metis.record.id=462710**
(38) دراسة غادة نصار(2015).البرامج الساخرة بالفضائيات العربية واتجاهات المراهقين نحوها. **جلة دراسات الطفولة**، المجلد18، العدد 66 ص133-146
(39)هناء فاروق صالح (وآخرون)(2014).البرامج الساخرة بالتليفزيون وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع الاجتماعي. ، **جلة دراسات الطفولة**، المجلد 17، عدد يونيو ص ص129-136

(40) عبـد العزيـز السـيد(2014).دوافـع تعـرض المـراهقين للبـرامج السياسـية السـاخرة بالفضـائيات العربيـة والإشباعات المتحققة منها.**جلة دراسات الطفولة**، المجلد 17، عدد يونيو ص ص149-152

(41) Johnston, I. (2012). Retrieved from http://www.siue.edu/~ejoy/eng208NotesOnComedyAndTragedy.htm

(42) LeBoeuf, Megan,**op.cit**.