

أخلاقيات الإعلام الساخر على الفضائيات المصرية
وانعكاسه على مصداقية الجمهور
(دراسة ميدانية)

أمنية أحمد حامد جاد رفاعي

باحثة دكتوراه - قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا

أ.د. حسن على محمد

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - عميد كلية الإعلام سابقاً - جامعة السويس



مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية

معرف البحث الرقمي DOI: 10.21608/jedu.2022.142727.1682

المجلد التاسع العدد 44 . يناير 2023

التقييم الدولي

P-ISSN: 1687-3424

E- ISSN: 2735-3346

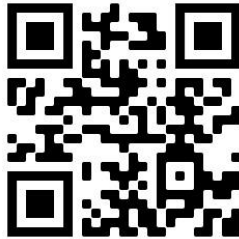
<https://jedu.journals.ekb.eg/>

موقع المجلة عبر بنك المعرفة المصري

<http://jrfse.minia.edu.eg/Hom>

موقع المجلة

العنوان: كلية التربية النوعية . جامعة المنيا . جمهورية مصر العربية



ملخص البحث:

تستهدف الدراسة الحالية عينة من الجمهور للتعرف على مدى تأثير البرامج التليفزيونية الساخرة عليهم ومدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية والمعايير المهنية والأخلاقية للإعلام، واعتمدت على عينة متاحة من الجمهور العام قوامها (529 مفردة).

تنتمي هذه الدراسة من حيث المنهج والقياس إلى البحوث والدراسات الوصفية Descriptive Studies، حيث تعتمد على منهج المسح Survey Method

في حين اعتمدت الباحثة في سحب العينة على العينة المتاحة Available Sample من الجمهور العام قوامها 600 مبحوثاً، موزعة على محافظات (الدقهلية - القاهرة - المنيا) بالتساوي 200 مبحوثاً لكل محافظة وذلك بهدف التعرف على آرائهم واتجاهاتهم نحو البرامج التليفزيونية الساخرة وتقييمهم لمدى التزام تلك البرامج للمعايير المهنية والأخلاقية.

اعتمدت الباحثة على صحيفة الاستقصاء أو الاستبانة بالمقابلة المباشرة In Person Survey، لجمع بيانات المبحوثين والتعرف على الآراء الخاصة بالجمهور العام .

وتوصلت الدراسة إلى أن الأسباب التي تشد انتباه المشاهدين للبرامج التليفزيونية الساخرة المضمون نفسه في الترتيب الأول بنسبة 82,8%، يليه التعليقات الساخرة في المرتبة الثانية بنسبة 70,9%.

والعوامل التي تؤثر في معالجة البرامج الساخرة للقضايا والمشكلات تبين أن ثقافة مُقدم البرنامج وإمامه بجوانب القضية يأتي بالمرتبة الأولى من بين العوامل المؤثرة بنسبة 68,4%، يليه السياسة التحريرية للبرنامج بالمرتبة الثانية بنسبة 57,8%.

وكذلك تبين معدل ثقة المبحوثين في البرامج التليفزيونية الساخرة في أثق إلى حد ما بالمرتبة الأولى بنسبة 54,4%، ثم لا أثق مطلقاً بالمرتبة الثانية بنسبة 34,6%.

وأخيراً اتضح مدى إلتزام البرامج التليفزيونية الساخرة عينة الدراسة بالأخلاقيات المهنية الإعلامية، حيث تبين عدم إلتزام برنامج أبله فاهيتا بالأخلاقيات المهنية الإعلامية بالمرتبة الأولى بنسبة 64,3%، يليه برنامج بنى آدم شو بالمرتبة الثانية بنسبة 45,6%، ثم برنامج البلاتوه بالمرتبة الثالثة بنسبة 14,4%، وبرنامج أسعد الله مساءكم بالمرتبة الرابعة بنسبة 12,3%.

Abstract

The current study targets a sample of the public to learn about the impact of satirical television programmes on them and their commitment to social responsibility and professional and ethical standards of the media, and relied on a sample of the public available (529 individuals). This study, in terms of curriculum and measurement, belongs to research and descriptive studies. While the researcher relied on the available sample Available Sample from the general public consisting of 600 researchers, spread over the governorates of Dakahlia, Cairo and Minya, with a level of 200 researchers per governorate, with the aim of identifying their views and trends towards satirical television programmes and assessing the extent to which these programs adhere to professional and ethical standards.

The researcher relied on the survey paper or the live interview questionnaire In Person Survey, to collect researchers' data and learn about the views of the general public by asking Form 27 questions.

The study found that the reasons that attract viewers' attention to satirical TV shows with the same content in the first ranking of 8.82%, followed by satirical comments with the second ranking of 9.70%.

Factors affecting the treatment of issues and problems by satirical programs show that the program provider's culture and familiarity with the aspects of the issue come first among the factors affecting 4.68%, followed by the editorial policy of the program in second place with 8.57%.

Researchers' confidence in satirical TV shows that I am somewhat more confident in first place at 4.54%, and then never trust second place at 6.34.

Finally, the extent to which the satirical television programs showed a sample study of media ethics shows that the Vahita Professional Media Ethics Program is not in first place at 3.64%, followed by the Adam Shaw Building Program at second place at 6.45%, the Plato Program at third level at 4.14%, and the Asaudullah Evening Program at fourth level at 3.12%.

مقدمة

تعتبر البرامج التلفزيونية بوجه عام وفي مقدمتها برامج الحوار "التوك شو" العمود الفقري للإنتاج التلفزيوني في أغلب القنوات الفضائية.

وتشكل السخرية السياسية إحدى الأدوات التي تستخدمها المجتمعات في نقد الواقع وكيفية التعامل مع مشكلاته بهدف كشف الممارسات السلبية وجذب الانتباه إليها بهدف الإصلاح السياسي والاجتماعي¹.

حيث ظهرت في الآونة الأخيرة مجموعة من البرامج التلفزيونية الساخرة التي تقوم على نقد الواقع السياسي والاجتماعي والإعلامي، وتعمل على تعرية الحقائق وتسلط الضوء عليها لإيصال المعلومة إلى الجمهور بشكل بسيط وبعيداً عن النمطية التي تتبعها وسائل الإعلام التقليدية .

ولذلك يرى الباحث أن أي محاولة لضبط ذلك الإنفلات، ينبغي أن تبدأ بوضع إطار تنظيمي لعمل مقدم البرامج، كونه يمثل القناة التلفزيونية التي تقدم البرنامج ويسهم بدور أساسي في تقديم الشكل والمضمون النهائي للبرنامج حيث أنه لا يوجد إطار تشريعي ينظم عمل مقدمي البرامج .

من هنا أصبح علم الأخلاقيات يحتل مكانة مهمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة نتيجة ظهور العديد من العوامل ، ومنها : تطور تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات التي أنتجت العديد من المشكلات الأخلاقية ، والتي تحتاج إلى مواجهة ، بالإضافة إلى تناقص مصداقية وسائل الإعلام².

الدراسات السابقة

1) دراسة حاتم جسام محمد الجميلي (2022) بعنوان "دور البرامج التلفزيونية الساخرة في معالجة قضايا الفساد وعلاقتها بالصورة الذهنية للسلطة لدى الجمهور العراقي":

1 مبارك مبارك أحمد، "السخرية السياسية آلية فعالة للإحتجاج السلمي في مصر"، البرامج البحثية - برنامج الدراسات المصرية، المركز الإقليمي للدراسات الإستراتيجية، 11-5-2014 متاح عبر الرابط التالي www.rcssmideast.or.

² Leggers Ray, Good News – Bad News: Journalism ethics and the public internet, New York, West View, 1999, p.86.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور البرامج التليفزيونية الساخرة في معالجة قضايا الفساد وعلاقتها بالصورة الذهنية للسلطة لدى الجمهور العراقي، واستخدمت منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني، بالاعتماد على نظريتي الغرس الثقافي والمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وتوصلت النتائج إلى ضرورة التصدي للشائعات التي مصدرها البرامج التليفزيونية الساخرة المتعلقة بقضايا الفساد وبخاصة الوقائع التي ليس لها دليل، وتوعية الجمهور بالبرامج الساخرة المغرضة والممولة والتي تسعى إلى زعزعة أمن واستقرار الدولة.

(2) دراسة رباب جمعة إبراهيم (2020) بعنوان "أطر تقديم الأداء الحكومي بالبرامج الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي: دراسة تحليلية لبرنامج "لايف من الدوبلكس":

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على نوعية الموضوعات التي يقدمها البرنامج عينة الدراسة وتحديد عناصر الإبراز والأساليب الإقناعية، وهي تنضم إلى الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح وضمت العينة 75 حلقة من خلال قناة البرنامج على اليوتيوب، وتوصلت إلى تصدر الحلقات التي تناولت موضوعات سياسية خاصة بالأداء الحكومي بنسبة 92%، وأهم الموضوعات التي انتقدتها هي الخاصة بـ "السلطة التنفيذية" بنسبة 100%، تلاها السخرية من الإعلام المصري بنسبة 62,3%¹.

(3) دراسة عمر مجدى أبو السعود (2019) بعنوان "برامج النقد الساخر فى الفضائيات وعلاقة الجمهور المصرى بها : دراسة مقارنة"²:

هدفت تلك الدراسة إلى عقد المقارنة بين برامج النقد الساخر فى الفضائيات العربية والأجنبية، وتوصلت إلى أن احتل قالب الاسكتشات الكوميديية المرتبة الأولى فى مقدمة

¹ رباب جمعة إبراهيم (2020) بعنوان "أطر تقديم الأداء الحكومي بالبرامج الساخرة على اليوتيوب

وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي : دراسة تحليلية لبرنامج "لايف من الدوبلكس"، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة، عدد 57 - يناير.

¹ عمر مجدى أبو السعود: "برامج النقد الساخر فى الفضائيات وعلاقة الجمهور المصرى بها - دراسة مقارنة"، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، 2019.

القوالب الفنية المستخدمة ببرامج النقد الساخر في الفضائيات العربية والأجنبية بنسبة 29,3% للأولى و36% للثانية .

(4) دراسة محمد فؤاد محمد زيد (2017) بعنوان "تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمة بوسائل الإعلام وعلاقته بالسخط السياسي لديه"¹:

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمة بوسائل الإعلام والسخط السياسي لديه من خلال دراسة ميدانية استخدمت منهج المسح بالعينة، وطبقت على عينة عشوائية منتظمة بلغ قوامها 400 مفردة ممن يقيمون بالريف والحضر، واعتمدت على الاستبيان في جمع البيانات، وتوصلت هذه الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمة بوسائل الإعلام والسخط السياسي لديه، وكذلك وجود علاقة طردية دالة إحصائياً بين مستوى ثقة المبحوثين في المضامين السياسية الساخرة المقدمة بوسائل الإعلام والسخط السياسي لديه.

(5) دراسة الزهراء فاخر (2017) بعنوان "أثر البرامج التليفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي - دراسة مسحية"²:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر البرامج التليفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وتمثلت عينة الدراسة الميدانية في شباب جامعة المنصورة والقاهرة بعينة عشوائية قوامها 300 مفردة، بينما تمثلت عينة الدراسة التحليلية في برنامج بنى آدم شو على قناة الحياة - برنامج أبلة فاهيتا على قناة CBC - برنامج أسعد الله مساءكم من جديد على قناة MBC مصر، وتوصلت هذه الدراسة إلى "النورية والتلاعب بالألفاظ" كان في مقدمة الأساليب الساخرة الأكثر استخداماً في

² محمد فؤاد محمد زيد: "تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمة بوسائل الإعلام وعلاقته بالسخط السياسي لديه"، (مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مصر، ع14، مارس 2017، ص 151-204).

³ الزهراء فاخر عبد الحليم: "أثر البرامج التليفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي"، رسالة ماجستير، (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2017).

البرامج التليفزيونية الساخرة، كما تؤثر البرامج التليفزيونية الساخرة على المشاركة السياسية للشباب الجامعي عينة الدراسة من خلال عدة معايير نالت جميعها تأييد عينة الدراسة ولكن بنسب متفاوتة، تأتي في المرتبة الأولى "إبراز المواقف المتباينة للشخصيات السياسية".

6) دراسة إيمان عاشور (2016) بعنوان "تعرض الشباب للبرامج الساخرة فى القنوات الفضائية وعلاقته بالقيم التربوية"¹:

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين تعرض الشباب للبرامج الساخرة فى القنوات الفضائية ومستوى القيم التربوية، وطبقت الباحثة الدراسة الميدانية على عينة عشوائية قوامها 500 مفردة من الشباب الجامعي بجامعة المنيا والقاهرة، وحللت عينة من البرامج الساخرة بلغت خمسة برامج فى أربع قنوات فضائية، واستعانت بالمنهج الوصفي فى الدراسة، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات المطلوبة، واستمارة تحليل المضمون، وتوصلت هذه الدراسة إلى تصدرت قيمة الديمقراطية قائمة القيم التربوية التي تعرضها البرامج الساخرة بنسبة 43.3%.

7) دراسة ولاء فايز محمد (2015) بعنوان "دور البرامج الساخرة فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأحداث الجارية فى مصر"²:

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين معدل تعرض المبحوثين للبرامج الساخرة واتجاهاتهم نحو الأحداث الجارية فى مصر، وتحديد المصادر التي تعتمد عليها البرامج الساخرة فى تقديم الموضوعات المختلفة، استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلاني بشقيه الميداني والتحليلي، باستخدام أدوات الاستبيان وتحليل المضمون، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من الجمهور تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 60 عاماً، وتوصلت هذه الدراسة إلى وجود فروق ارتباطية دالة بين مستوى تعرض المبحوثين للبرامج الساخرة واتجاهاتهم نحو الأحداث الجارية، حيث اتضح وجود

¹ إيمان عاشور سيد: "تعرض الشباب للبرامج الساخرة فى القنوات الفضائية وعلاقته بالقيم التربوية"، رسالة دكتوراه، (جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2016).

² ولاء فايز محمد: " دور البرامج الساخرة فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأحداث الجارية فى مصر"، رسالة دكتوراه، (جامعة المنوفية، كلية التربية، قسم الإعلام التربوي، 2015).

علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى تعرض المبحوثين للبرامج الساخرة، وكذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى تعرض المبحوثين للبرامج الساخرة ومستوى اهتمامهم بالتعرف على الأحداث الجارية .

(8) دراسة Yasuhito Sawahata (2013) بعنوان "تأثير البرامج الكوميدية الساخرة على الخبرات العقلية لدى الأفراد"¹:

هدفت الدراسة إلى التعرف على التأثيرات النفسية والفسولوجية لمشاهدى البرامج الكوميدية ، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي بشقيه القبلي والبعدي، واستخدمت عينة قوامها 20 مفردة باليابان تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 28 عاماً، واستخدمت عدة أفلام كوميدية تتراوح مدتها ما بين 4.5 إلى 25 دقيقة كما قدمت الدراسة العديد من المخفضات البصرية والمنبهات الصوتية، وتوصلت هذه الدراسة إلى أنه ينتج عن مشاهدة الكوميديا تأثيرات فسيولوجية إيجابية على جسم الإنسان مثل خفض ضغط الدم، وخاصة الذين يشاهدون الفكاهة في العمل .

• يتبين لنا من هذا العرض للدراسات السابقة مجموعة من السمات العامة، التي تسهم إلى حد كبير في بيان أهمية الدراسة الحالية، ومن أهم هذه السمات:

- قلة الدراسات العربية في مجال البرامج الكوميدية بصفة عامة، بينما كثرت الدراسات الأجنبية في مجال البرامج الكوميدية الساخرة، في حين قلت الدراسات العربية والأجنبية في مجال الكوميديا التي تناولت تقييم البرامج الكوميدية من ناحية المسؤولية الاجتماعية.

- ركزت الدراسات الأجنبية على الكوميديا واستخدامها كأداة تعليمية، أو وسيلة لحفظ المعلومات وتذكرها، وتقديم المعلومات السياسية كبديل لبرامج التوك شو Talk Show المملة التقليدية بالنسبة للمشاهد.

- اعتمدت الدراسات الأجنبية والعربية على مدخل الاستخدامات والاشباع، ولم تعتمد على المسؤولية الاجتماعية للبرامج الكوميدية، لهذا أصبح من الضروري

¹ Yasuhito Sawahata: "Decoding Humor Experiences from Brain Activity of People Viewing Comedy Movies" paper presented at the annual meeting of the Science and Technology Research Laboratories, NHK (Japan Broadcasting Corporation, Setagaya, Tokyo, Japan, 2013).

دراسة هذا النوع من البرامج من الجانب الأخلاقي للوقوف على القيم الأخلاقية التي تقدمها لنا تلك البرامج على القنوات الفضائية.

- اعتمدت معظم الدراسات السابقة على عينة من الشباب، لكن تلك الدراسة تعتمد على عينة عشوائية غير منتظمة من الجمهور باختلاف أعمارهم لمعرفة وجهات نظرهم المختلفة والمتنوعة والمتباينة في تلك البرامج، حيث يتم التعرف من خلالهم على الجوانب الايجابية والسلبية لتلك البرامج، ومحاولة اصلاحها وتطويرها وتقديم مقترحات بما يتناسب من قيم المجتمع وأخلاقياته.

وقد تمثلت أهم أوجه استفادة الباحثة من الدراسات السابقة فيما يلي:

- تمثلت الاستفادة الرئيسية للباحثة من الدراسات السابقة في بلورة المشكلة البحثية الخاصة بهذه الدراسة، وتحديد الجوانب التي سوف تدرسها في موضوع أخلاقيات البرامج الساخرة ومدى التزامهم بالمعايير المهنية.
- التعرف على كيفية صياغة فروض نظرية المسؤولية الاجتماعية.
- التعرف على مدى اختلاف معايير وضوابط المسؤولية الاجتماعية باختلاف النوعية البرنامجية والمضمون البرنامجي الذي يتم تناوله بالتحليل والدراسة.

مشكلة الدراسة:

تعددت البرامج الساخرة التي تعرض على القنوات الفضائية العامة والخاصة وتتنوع أشكالها وأساليب إنتاجها، كما شهدت تطوراً خلال السنوات الأخيرة، وقد خصصت لهذه البرامج الميزانيات الإنتاجية الضخمة من قبل شاشات التلفزيون التي تعدها مادة جذب أساسية للإعلانات والدعايات مدفوعة الثمن، حيث يتأثر المشاهد بتلك البرامج فهو في حاجة لمثلها بعد الأوضاع السياسية المتوترة التي مرت بها البلاد أثناء الفترات السابقة للتخفيف من حده التوتر والقلق من هذه الأوضاع، كما أن هذه البرامج لها علاقة بالحالة المزاجية للمشاهدين.

من خلال عرض الدراسات السابقة نجدا اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين الأجانب بدراسة تأثيرات البرامج التلفزيونية الساخرة على الجمهور، مما يدل على أهمية هذه البرامج كقالب إعلامي يمكن أن يساهم في نقد الواقع الاجتماعي والسياسي والإعلامي بشكل يتميز بالجاذبية في طريقة العرض ويلقى قبولاً من قبل الجمهور خاصة، وأنه

يُعبّر أحياناً عن العديد من القضايا والموضوعات التي تدخل في إطار اهتمام الجمهور، إلا أنها لم تلقِ الاهتمام الكافي من الدراسة في مصر أو الدول العربية وربما يرجع ذلك لحدّثة هذا النوع من البرامج التليفزيونية بالنسبة للمجتمع المصري والعربي، مما جعلها -أحياناً- مثيرة للجدل من بعض الجماهير خاصة فيما يتعلق بالجانب الأخلاقي والمهني لهذه البرامج، من هنا رأت الباحثة ضرورة دراسة اتجاهات الجمهور العام نحو هذه البرامج وتقييمها في ضوء المعايير المهنية والأخلاقية لمهنة الإعلام، وفي ضوء ما سبق يمكن صياغة المشكلة البحثية بشكل أكثر تحديداً في التساؤل التالي: "ما هي أخلاقيات معالجة المحتوى الساخر على الفضائيات المصرية؟ وما مدى الالتزام بالمعايير المهنية؟ وما مدى انعكاسه على مصداقية الجمهور؟".

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية:

1- تُعد هذه الدراسة أول دراسة في مجال أخلاقيات البرامج الساخرة المُذاعة على القنوات الفضائية المصرية الخاصة، في حين توجد دراسات عربية وأجنبية في مجال البرامج السياسية الساخرة واتجاهات الجمهور نحوها.

2- تنطلق أهمية هذه الدراسة من موضوعها حيث أصبحت البرامج التليفزيونية الساخرة ظاهرة إعلامية تليفزيونية في الفترة الأخيرة كنوع جديد من البرامج التليفزيونية التي تعمل على نقد الواقع الاجتماعي والسياسي والإعلامي، يمكن أن تكون هادفة إذا تم توظيفها بشكل جيد لتقويم الأداء الحكومي والإعلامي وكذلك السلوكيات الاجتماعية في أي مجتمع، خاصة وأنها لاقت قبولاً كبيراً من الجماهير، واهتمام بعض الإعلاميين والنخبة بإبداء آرائهم وتحليلاتهم لهذا النوع من الكوميديا، لذلك كان من الضروري دراسة هذا النوع من البرامج وتحليلها والتعرف على ما تنطوي عليه من أخلاقيات وقيم وسلوكيات.

3- الأهمية الخاصة بأخلاقيات الإعلام بالمقارنة بأي مهنة أخرى لأهمية رسالته في مخاطبة الإنسان ودوره في تشكيل معارف وقيمه واتجاهاته، لذلك فإن أخلاقيات الإعلام تتخطى حدود أخلاقيات العمل والمهنة، وتشمل أخلاقيات الإنسان بصفة

عامة، خاصة مع اتساع مساحة الحرية التي تمتع بها الإعلام وكذلك الجمهور بعد 25 يناير من حيث حرية التعبير والنقد.

4- ندرة الدراسات العربية التي تم إجرائها عن البرامج التلفزيونية الساخرة باعتبارها حديثة بالنسبة للمجتمع المصري، وإن وجدت العديد من الدراسات الأجنبية وذلك لأنها ظهرت في المجتمعات الغربية منذ فترة طويلة لذلك كانت مجال اهتمام كثير من الباحثين الأجانب إلا أن هذه الدراسات ركزت على التأثيرات المختلفة لهذه البرامج سواء على الاتجاهات نحو القضايا والموضوعات التي تتناولها أو التصورات السياسية عن الشخصيات العامة خاصة عند الشباب مثل: برنامج "باسم يوسف" وهو برنامج "البرنامج"، وبرنامج "جون ستيوارت" وهو برنامج "The Daily Show"، وغيرها من البرامج السياسية الساخرة، أما الدراسة الحالية فإنها تلقى الضوء على تحليل مضمون البرامج التلفزيونية الساخرة ومدى التزامها بالمعايير الأخلاقية والمهنية وانعكاسها على مصداقية الجمهور.

5- تعرضت البرامج التلفزيونية الساخرة لجدل واسع من بعض النخبة والإعلاميين والجمهور، وما تسببت فيه هذه البرامج من إصدار بيانات وتقارير سواء من جمعية حماية المشاهدين أو النقاد، وقد جاء فيها تحذير من التعرض لبعض هذه البرامج لما فيها من عدم ألفاظ وحركات إيحائية وغير أخلاقية.

الأهمية التطبيقية:

1- تظهر أهمية هذه الدراسة في إجرائها على عينة عشوائية من الجمهور غير منتظمة للتعرف على وجهها النظر المتباينة تجاه هذا النوع من البرامج، وللتعرف على تقييمهم لهذه البرامج خلال منظور متخصص والتعرف على وجهات نظرهم المختلفة، والوقوف على أوجه القصور في الأداء الحكومي والإعلامي، وكذلك السلوكيات الاجتماعية المختلفة، وكذلك مدى التزام هذه النوعية من البرامج بالمعايير الأخلاقية والمهنية.

2- تبرز أهمية الدراسة في تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الساخرة، حيث أنها تعتمد على أن كل ما يعرض على التلفزيون من مضمون إعلامي لا بد أن يكون له مغزى وهدف وإفادة تعود على المشاهدين.

أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على درجة تعرض عينة من الجمهور للبرامج التلفزيونية الساخرة.
- 2- التعرف على وجهات نظر الجمهور العام وآرائهم واتجاهاتهم نحو هذا النوع من البرامج.
- 3- التعرف على مدى التزام البرامج التلفزيونية الساخرة للمعايير المهنية والأخلاقية ومسئولياتها تجاه الجمهور.
- 4- رصد أسباب مشاهدة الجمهور والنخبة الأكاديمية للبرامج التلفزيونية الساخرة.
- 5- الكشف عن أسباب عدم مشاهدة البرامج التلفزيونية الساخرة لمن لم يشاهدوها.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما درجة مشاهدة الجمهور للبرامج التلفزيونية الساخرة؟
- 2- ما الفقرات التي يفضلها المبحوثين وتشد انتباههم أثناء مشاهدة البرامج الساخرة؟
- 3- ما أسباب مشاهدة الجمهور للبرامج التلفزيونية الساخرة؟
- 4- درجة متابعة المبحوثين عينة الدراسة للبرامج التلفزيونية الساخرة على الفضائيات المصرية؟
- 5- ما أسباب تفضيل المبحوثين عينة الدراسة لمشاهدة البرامج الساخرة على الفضائيات المصرية؟
- 6- ما موقف المبحوثين من أخلاقيات المسؤولية الاجتماعية بالبرامج التلفزيونية الساخرة؟
- 7- ما أسباب الثقة فيما تقدمه البرامج التلفزيونية الساخرة؟
- 8- ما رأى الجمهور فى مدى التزام البرامج التلفزيونية الساخرة بالمعايير الأخلاقية والمهنية للعمل الإعلامى فى الإعداد والتقديم والإخراج؟
- 9- ما اتجاهات الجمهور نحو مهنية أخلاقيات المسؤولية الاجتماعية بالبرامج التلفزيونية الساخرة؟
- 10- ما أسباب عدم مشاهدة البرامج التلفزيونية الساخرة لمن لم يشاهدوها؟

نوع ومنهج الدراسة:

تتنمى هذه الدراسة من حيث المنهج والقياس إلى البحوث والدراسات الوصفية Descriptive Studies، التي تسعى إلى دراسة ظاهرة معينة وتوصيفها ومعرفة كافة جوانبها، وتوصيف اتجاهات الجمهور نحو هذه البرامج من منظور نظرية المسؤولية الاجتماعية .

فروض الدراسة:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين والاتجاه نحو التزام البرامج الساخرة المقدمة في الفضائيات المصرية بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية.
2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للبرامج الساخرة المقدمة في الفضائيات المصرية والاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية.
3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للبرامج الساخرة المقدمة في الفضائيات المصرية والاتجاه نحو التزامها بالمعايير الأخلاقية والمهنية.
4. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع التعرض للبرامج الساخرة المقدمة في الفضائيات المصرية والاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية.

مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل في عينة عشوائية غير منتظمة من الجمهور العام قوامها 600 مفردة تمثل محافظات (الدقهلية - القاهرة - المنيا)، وذلك بهدف التعرف على آرائهم واتجاهاتهم نحو البرامج التليفزيونية الساخرة وتقييمهم لمدى التزام تلك البرامج للمعايير المهنية والأخلاقية.

وكانت هذه البرامج هي: بنى آدم شو - أبله فاهيتا - أسعد الله مساعكم - البلاتوه ، وقد تم تحديد عينة البرامج نتيجة تطبيق دراسة استطلاعية على عينة عشوائية من الجمهور تتكون من 50 مفردة تم سؤالهم عن أكثر البرامج التليفزيونية الساخرة مشاهدة.

مفاهيم للدراسة:

وضعت الباحثة تعريفات إجرائية لبعض مصطلحات الدراسة، وهي كالتالى:

المعايير الأخلاقية والمهنية للإعلام :

هى منظومة من المبادئ والمعايير التى تستهدف ترشيد سلوك الإعلاميين خلال عملهم الإعلاميين خلال عملهم الإعلامى، وتُعرف بأنها مجموعة المبادئ والقيم ومعايير الجماعة للسلوك المقبول وهى مشتقة من العادات والأعراف الموجودة فى مجتمع ما .

ويعنى آخر :-

مجموعة من القيم الأخلاقية والمعايير التى يعتمدها أفراد مهنة ما للتمييز بين ما هو خاطئ وكذلك بين ما هو مقبول أو غير مقبول، فهى تُمثل مفهوم الصواب والخطأ فى السلوك المهني ولتحقيق ذلك يتم وضع ميثاق بين هذه القيم والمعايير والمبادئ وكذلك قواعد السلوك والممارسة .

البرامج التليفزيونية الساخرة :

هى تلك البرامج المُقدمة فى القنوات الفضائية التى تعتمد على النقد اللاذع للواقع الاجتماعى والسياسى والإعلامى والثقافى للمجتمع بشكل كوميدى ساخر، وهى لا تسعى إلى الإضحاك كغاية فى حد ذاته وإنما تعمل على تعرية الحقائق وتسليط الضوء على سلبيات المجتمع بأسلوب يبعث على السخرية مما يجرى من حولنا، وهى فى نفس الوقت تعطى معلومة بشكل خفيف ومحبيب إلى النفس وبالتالي فهى ليست مجرد برامج ترفيهية فكاهية .

منظور نظرية المسؤولية الاجتماعية:

الفكرة الرئيسية التى تقوم عليها النظرية هى التوازن بين حرية وسائل الإعلام ومسؤولياتها أمام المجتمع¹، وخلص منظور المسؤولية الاجتماعية إلى أنها تعنى بثلاثة عناصر أساسية، وهى:

¹ رباب عبد الرحمن هاشم، "أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية لبرامج الحوار التليفزيونية بالقنوات الحكومية والخاصة فى تغطية انتخابات الرئاسة المصرية 2012"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 42، أكتوبر / ديسمبر، 2012، ص 345 - 346.

أ- وظائف الإعلام المعاصر على المستوى السياسى والثقافى والتعليمى والاقتصادى.
ب- معايير الأداء على مستوى الموائيق الأخلاقية والتشريعات المنظمة للعمل الإعلامى.

ت- القيم المهنية التى يجب مراعاتها فى أداء الوظيفة الإعلامية مثل الصدق والدقة والموضوعية والشمول والتوازن فى معالجة قضايا المجتمع¹.
وقد يقصد بالمسؤولية الاجتماعية للبرامج التليفزيونية الساخرة، هى قدرة تلك النوعية من البرامج على معالجة القضايا والموضوعات السياسية والاجتماعية فى ضوء تحقيق المتعة والتسلية وإشاعة جو البهجة لدى الضيوف والمشاهدين دون الخروج السافر على القيم والأخلاق أو تعدى الحواجز المهنية والاجتماعية ونشر سلوكيات سلبية للمشاهدين.

تحديد مفهوم الأخلاقيات: باعتباره ضمن مفاهيم الالتزام الأخلاقى:

يعترف كثير من الكتاب بصعوبة وضع تعريف محدد لمفهوم الأخلاقيات Ethics، ومفهوم أخلاقيات الإعلام Mass Media Ethics، وربما يرجع ذلك إلى عدم الاهتمام بتحديد هذا المفهوم بصورة دقيقة ومع ذلك فهناك بعض التعريفات للأخلاقيات، منها:

تعريف هو مسار للأخلاقيات بأنها ذلك الفرع من الفلسفة التى تتناول المسائل المتعلقة بالصحة والخطأ، الخير والشر، وعلى ذلك فإن مصطلح أخلاقى عادة ما يعنى السلوك المتسق مع الصحة والخير، كما يعرف كارول ريتش الأخلاقيات بأنها دراسة الاختبارات المعنوية Moral Choices، ماذا يجب أن نفعل وماذا يجب أن لا نفعل بينما يعرف لامبرج الأخلاقيات بأنها مجموعة القيم Values، التى يبنى عليها الحكم بالصحة أو الخطأ².

حدود الدراسة:

موضوع الدراسة: محدد بعنوانها وأهدافها.

المجال المكانى: يشمل المحافظات الآتية: (الدقهلية - القاهرة - المنيا)

¹ رباب عبد الرحمن هاشم، مرجع سابق، ص 346.

² سليمان صالح، "أخلاقيات الإعم"، الكويت، دار الفلاح للنشر والتوزيع، 2002، ص 57.

المجال الزمني: بالنسبة للدراسة التحليلية: بدأ تجميع العينة من الدورة البرمجية لعامي 2014 و 2015 .

المجال البشري: الجمهور المصري العام من الذكور والإناث من سن 18 سنة فأكثر، ومن سكان محافظات (الدقهلية - القاهرة - المنيا).
متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل : أخلاقيات البرامج التليفزيونية الساخرة ومدى التزامها بالمعايير المهنية.

المتغير التابع: مدى انعكاس البرامج التليفزيونية الساخرة على مصداقية الجمهور. المنظور الأخلاقي ونظرية المسؤولية الاجتماعية: مدى تأثر الجمهور العام بمشاهدة البرامج التليفزيونية الساخرة وما يترتب عليها من تأثيرات، وتقييمهم ومدى التزامها بالمعايير المهنية والأخلاقية.

المتغيرات الوسيطة: الخصائص الديموجرافية للمبحوثين: (النوع - الإقامة - العمر - التعليم - الحالة الاجتماعية - المحافظة).

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" (Statistical Package for Social Science). وقد تنوعت المتغيرات الإحصائية بين متغيرات اسمية Nominal، ومتغيرات ترتيبية Ordinal، ومتغيرات وزنية Scale، وعلى هذا فقد قام الباحث بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من هذه المتغيرات وذلك من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة Frequency. والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation.
- اختبار كا² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).

- معامل التوافق (Contingency Coefficient) لقياس شدة العلاقة في حالة ثبوتها في اختبار كا²، وهو يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300 : 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.
- معامل فاي (Phi) لقياس شدة العلاقة في حالة ثبوتها في اختبار كا²، وهو يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول 2×2. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300 : 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T-Test).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصاراً ANOVA، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوي المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300 : 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.

الإطار المعرفي للدراسة:

يُعتبر مصطلح السخرية السياسية قديم قدم الأزل، ظهر من تشكّل الجماعات البشرية والأنظمة السياسية وظهور مصطلحات القهر السياسى والتسلط¹، وثمة عدة دوافع للسخرية السياسية يمكن رصد أهمها فيما يلي:

1 - **النقمة على الواقع المتردى:** أحياناً تكون السخرية بسبب نقمة الفرد على المجتمع، فالمجتمع توجد فيه - فى كثير فى الأحيان - جوانب كئيبة، كضياع أهل

¹ عايدة محمد عوض المر (2015) "اتجاهات الجمهور والنخبة الأكاديمية نحو البرامج التلفزيونية الساخرة وعلاقتها بالمعايير الأخلاقية والمهنية للإعلام"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.

الفضل وارتفاع شأن المهرجين والمصنفين في كل اتجاه، وتوهج نجم الكذابين والمخادعين وأقول نجم الصادقين والأمناء، وغير ذلك من المثالب والمغامز التي تصل بالمجتمع إلى قمة الانهيار الأخلاقي، وتكون دعاة وباعثاً على السخرية والتهمك والنقد اللاذع لهذا المجتمع، ويرى أحد الباحثين أن هذا النوع من السخرية هو أكثرها تعقيداً وأعمقها تجربة إنسانية.¹

وقد عانت المجتمعات العربية عامة والمجتمع المصري من واقعهم المتردى خصوصاً في الفترة الماضية، مما جعل الشباب المصري يشعر بالألم والإحباط بسبب ما يجده ملقى على عاتق مجتمعه من سوء الأحوال مما دفعهم إلى السخرية كنوع من التنفيس النفسي ومحاولة لإصلاح الأوضاع القائمة .

2 - فساد الواقع الاجتماعي والسياسي: فالسخرية نتيجة طبيعية لسوء الواقع الاجتماعي والسياسي قصداً إلى علاج وإصلاح المجتمع المتهاوى، فلقد انتشر في البيئة المصرية النفاق والرياء، الاختلاسات، المجاملات والرشاوى بالإضافة إلى موجة الغلاء وارتفاع الأسعار والإهمال في أرواح البشر وتهاون المسؤولين، هكذا ساءت الحالة الاجتماعية والسياسية، فالسخرية كانت لسان المجتمع العربي في مواجهة الواقع وتناقضاته خاصة مع تخاذل الحكام العرب في حل قضايا المواطن العربي فهي وليدة الأزمة وما يسود الواقع من تناقضات ومفارقات²، فهي تنفيس للإحباط يحفظ المجتمع معافى نفسياً وعقلياً دون اللجوء إلى الاحتكاك المباشر الذي يُمكن أن ينتج عنه سوء الوضع أكثر مما هو عليه .

3 - الرغبة في إصلاح المجتمع وتطويره: غصاح المجتمع وتطويره أمر مهم، وقد حمل فن السخرية منذ بداياته الأولى هذه الغاية على عاتقه، فهو يهدف إلى إصلاح

¹ سعيد أحمد غراب، "السخرية في الشعر المصري في القرن العشرين"، (القاهرة: دار العلم والإيمان للنشر، 2010)، ص12.

² شمس واقف زادة، "الأدب الساخر أنواعه وتطوره مدى العصور الماضية"، مجلة الدراسات في الأدب المعاصر، جامعة آزاد الإسلامية، إيران، السنة الثالثة، العدد الثاني عشر، 1390 هـ، ص15.

المجتمع وتطويرة من خلال غثارة الضحكات أو الابتسامات على أقل تقدير وذلك باستخدام أية أداة متاحة.¹

فالسخرية حرب على كل المظاهر المخالفة للتطور فى المجتمع، فهى تهدف إلى تطهير الحياة والمجتمع من الظواهر السلبية التى تجانب التطور، وتتناهض الحركة نحو المستقبل، فإذا ما وقعت على إحدى هذه الظواهر أخذت نفسها ضده وجمعت أسلحتها لتتقض عليه.²

فقد تكون السخرية بدافع تقويم الحكام والمسئولية أو تقويم المجتمع وعلاج أوضاعه ، أو الثأر من الأقوياء والجبارين لأن الناس لا يستطيعون أحياناً أن ينالوا من حكامهم بالأسلوب الجدى مخافة البطش أو التنكيل أو العقاب فيلجأون إلى أسلوب السخرية لأنه مأمون العاقبة.³

4 - مقاومة الظلم والإحباط والتفيس على النفس: فعل المقاومة هو الاختيار الأشرف للأفراد والمجتمعات فى مواجهة السلطات الغاشمة سياسية كانت أم ثقافية، والمقاومة هنا ساخرة تنتزع الضحكات من قلب العدم وتُخرج لسانها للقهقير والظلم قبل الموت، هى ضد الخوف فمن الصعب أن تخاف من شئ وتضحك منه، وهى ضد الهيمنة وعدوة الانبطاح، والحصن فى مواجهة الوقوع فى براثن الواقعية المبتذلة التى تكسر الروح، وتجتمع العوامل التى تدفع للمقاومة على أساس من السخرية ومقاومة الإحباط والرغبة فى الفعل ورد هذه المظالم السياسية أو الاقتصادية التى صنعتها النخب المحتكرة للسلطة والثورة، فالسخرية بتراكمها الكمى تؤدى إلى ظهور الفعل الكيفى أو النوعى ألا وهو المقاومة ، ثم تتحول فعاليات ومظاهر المقاومة بتراكمها الكمى إلى الفعل المفارق النوعى، هذا على خلفية من التردى المجتمعى فى كل المجالات، وهى سلاح فردى

¹ نبيل راغب، "الأدب الساخر"، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2000)، ص 19.

² حامد الهوال، "السخرية فى الأدب المازنى"، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1982، ص 20.

³ أحمد الحوفى، "الفكاهة فى الأدب"، القاهرة: مكتبة نهضة مصر، 1956، الجزء الثانى، ص 93.

يستخدمه الفرد للدفاع عن جبهته الداخلية ضد الخواء وهي أيضاً مانعة صواعق ضد الانهيار النفسى¹.

ولعل النموذج الأمثل لهذا المجموعة الأردنية "مسرح الشارع – Street Theater" والتي ظهرت فى الأردن بعد ثورات الربيع العربى مستفيدة من مناخ الحرية الذى أُتيح للإعلام فى ذلك الوقت، حيث كانت تتجول فى الشوارع لتسخر من الأحداث السياسية المختلفة فى البلاد ونظراً لنجاحها انتهى بها المطاف لتقديم برنامج ساخر فى قناة "رؤيا" الخاصة.

5 – طبيعة العلاقات فى القرن ال 21: فبعض الفلاسفة المعاصرين يتحدثون عن استحالة النظرة إلى حياة الإنسان فى مطلع القرن الحادى والعشرين نظرة جادة، بعد أن تغيرت طبيعة العلاقات بين الأفراد من جهة، وبين الفرد والنظم والمؤسسات الاجتماعية من حوله من جهة أخرى، لتُصبح علاقات تتفاوت نسب أجزاء بعضها البعض إلى حد التشوه الذى يُثير الضحك والسخرية بقدر ما يدفع إلى التفكير والتأمل الجاد العميق، ولدرجة تسمية عصرنا ب (عصر المفارقة)².

أهمية اخلاقيات المهنة :

تبين إن الإعلاميون بصفة عامة والعاملين فى وسائل الإعلام المرئية بصفة خاصة يحتاجون إلى تطوير منظومتهم الأخلاقية ، ووجود موثيق شرفية جديدة ومعايير إعلامية مفعلة بطريقة سليمة .

المبادئ الأخلاقية للإعلام المرئى :

أولاً : الالتزام بتحرى الدقة والصدق (المصادقية) والأمانة فى نقل الأخبار .

ثانياً : عرض الحقائق كما هى والتأكد من مصادر الحصول على المعلومات .

ثالثاً : عدم التلاعب بالصور .

رابعاً : البعد عن استخدام أساليب الإثارة .

خامساً : عدم استخدام أسلوب التعقيم على الأخبار .

¹ محمد حسام الدين اسماعيل، "ساخرون وثوار"، (القاهرة: دار العربى للنشر والتوزيع، 2014)، ص 251،6،5.

² المرجع السابق نفسه ، ص 6 .

سادساً : التأكد من صحة المعلومات :

لكي يلعب الناس دوراً نشطاً في سياسة بلدهم ، يجدر بهم أن يكونوا مطلعين على ما يجرى وعن اختلاف المجتمعات وسياسات حق الحصول على المعلومات يظهر لنا نمطين في هذا الحق :

أولاً : مبدأ الحق في المعرفة في الأنظمة الديمقراطية .

ثانياً : مبدأ الحق في المعرفة في الأنظمة المسماة بالشبهة ديموقراطية .

ففي الأنظمة الديمقراطية على سبيل المثال ظهوره في الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية وقانون حرية المعلومات لعام 1967 والذي تم تعديله في عامي 1974 و1986 ونص الدستور الأمريكي في مقدمته على أن الحكومة مملوكة للشعب وهذا يعنى وجود نية مسبقة من المشرعين في إتاحة المعلومات الحكومية لمن يريد التعرف عليها من الجمهور .

وفي الأنظمة الشبه ديموقراطية في مصر على سبيل المثال يكون نشر الخبر جريمة إذا وقع على أمور حظر القانون من أسرار الدفاع ، كما جاء في نص المادة 85 من قانون العقوبات المصري ، كذلك تنص المادة الثامنة من قانون سلطة الصحافة بمصر رقم 148 لسنة 1980 " يحظر على الصحيفة تناول ما تتولاه سلطات التحقيق أو المحاكمة بما يؤثر على صالح التحقيق أو المحاكمة ، أو بما يؤثر على مراكز من يتناولهم التحقيق أو المحاكمة " ¹.

وتعتبر وسائل الإعلام الحرة والمسئولية مصادر أساسية للمعلومات بالنسبة للمواطنين الذين عليهم اختيار أفضل القادة لبلدهم ، واتخاذ قرارات سليمة حول قضايا وطنهم ².

إلا أن الواقع يشير إلى أن العراقيل البيروقراطية تمنع الوصول إلى المعلومات ويعتمد أكثرية الصحفيين على مصدر واحد لمعلوماتهم ألا وهو الحكومة، ويؤمن مكتب الصحافة التابع لوزارة الإعلام المعلومات والتوجيهات المقترحة ¹.

¹ حسن عماد مكاوى ، أخلاقيات العمل الإعلامى ، ص 213-218.

² السعى إلى وسائل إعلامية حرة ومسؤولة ، قضايا عالمية (وزارة الخارجية الأمريكية ، مكتب برنامج الإعلام الخارجى ، المجلد 8 ، العدد 1 ، فبراير 2003) ، ص3.

نتائج الدراسة:

1- معدل متابعة المبحوثين للبرامج الساخرة على الفضائيات المصرية :-

جدول رقم (1)

معدل متابعة المبحوثين للبرامج الساخرة على الفضائيات المصرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	معدل المتابعة
0.57664	2.1067	11.8	71	لا
		65.7	394	أحيانا
		22.5	135	دائما
		100.0	600	الإجمالي

يشير الجدول الحالي إلى معدل متابعة الفضائيات أحيانا بنسبة 65,7 %، أما عن متابعة أفراد العينة للبرامج الساخرة بشكل دائم كانت بنسبة 22,5 %، أما عن نسبة عدم المشاهدة فكانت 11,8 %.

وتفسر الباحثة تلك النتائج بأن ارتفاع معدل التعرض للبرامج الساخرة على الفضائيات المصرية الخاصة استطاعت أن تُلبي حاجة المبحوثين إلى معالجة المضمون بطريقة ساخرة تؤدي إلى التسلية والترفيه والاستمتاع والفكاهة والهروب من المشكلات اليومية، ونتيجة احتقان الجمهور بفترات الثورات من خلال تضارب الآراء وكثرة البرامج السياسية الجادة والتشويش ما بين مؤيد ومحايد ومعارض، وطريقة أداء مقدم البرنامج الجاذبة من خلال سخريته والتخفيف من حدة الضغط السياسي والاجتماعي.

¹ حين أمين ، تعزيز حكم القانون والنزاهة في العالم العربي ، تقرير حول وضع الإعلام في مصر ، المركز العربي لتطوير حكم القانون والنزاهة ص14.

2- الفقرات التي يفضلها المبحوثين وتشد انتباههم أثناء مشاهدة البرامج الساخرة:

جدول رقم (2)

يوضح الفقرات التي يفضلها المبحوثين وتشد انتباههم أثناء مشاهدة البرامج الساخرة

الفقرات المفضلة	ك	%
التهمك من الشخصيات العامة	228	43.1
التهمك من الأخبار السياسية	324	61.2
الفقرة الغنائية	132	25.0
مقاطع الفيديو	285	53.9
فقرة الضيوف	180	34.0
شريط الأخبار	90	17.0
الفقرة التمثيلية	246	46.5
الإجمالي	529	

يتضح من الجدول السابق أن التهمك من الأخبار السياسية تصدرت قائمة الفقرات المفضل مشاهدتها بالبرامج الساخرة، وذلك وفقاً لآراء العينة بنسبة 61,2 %، يليها فقرة مقاطع الفيديو بنسبة 53,9 %، ثم في المرتبة الثالثة الفقرة التمثيلية بنسبة 46,5 %، بينما جاء في المرتبة الأخيرة فقرة شريط الأخبار بنسبة 17,0 % .

وهذه نتيجة منطقية لأن 97 % من الموضوعات والقضايا المثارة في هذه البرامج هي قضايا سياسية نتيجة ثورات الربيع العربي وبالتحديد ثورة 25 يناير و ثورة 30 يونيو وما ترتيب عليه من أحداث سياسية واقتصادية واجتماعية، وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة إيمان عاشور¹ (2016) حيث جاءت الفقرة السياسية في المرتبة

¹ إيمان عاشور سيد، مرجع سابق.

الأولى بنسبة 76,52 %، كما اتفقت مع نتائج دراسة وفاء فرغل (2014)¹ حيث أكد 58,19 % من المبحوثين أن أكثر الأساليب التي قدمتها البرامج الساخرة كان أسلوب النقد الساخر.

3- الأسباب التي تشد انتباه المبحوثين لمشاهدة البرامج التليفزيونية الساخرة على الفضائيات المصرية:

جدول رقم (3)

يوضح الأسباب التي تشد انتباه المبحوثين لمشاهدة البرامج الساخرة

الأسباب التي تشد انتباه المشاهدين	ك	%
المضمون نفسه	438	82.8
الديكور والملابس	81	15.3
الضيوف	144	27.2
مقدم البرنامج	240	45.4
التعليقات الساخرة	375	70.9
الفيديوهات المعروضة	222	42.0
الصور	99	18.7
اخرى	4	0.76
الإجمالي	529	

يتبين من بيانات الجدول السابق أن المضمون نفسه من أكثر الأسباب التي تشد انتباه المشاهدين عينة الدراسة حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 82,8 %، كما جاء في المرتبة الثانية سبب التعليقات الساخرة بنسبة 70,9 %.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن أي برنامج سواء كان كوميدى ساخر أو توك شو يعتمد نجاحه أو فشله على فريق الإعداد ومُقدم البرنامج ومثل هذه البرامج تحتاج إلى

¹ وفاء فرغل سيد: "البرامج الساخرة بالتليفزيون وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع الاجتماعي"، رسالة ماجستير، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2014).

الجرأة في تناول المضمون، كما تحتاج إلى التنوع في طريقة الأداء مما يجذب الجمهور إلى متابعة البرنامج أو العزوف عن مشاهدته.

بينما جاء في الترتيب الثانى بالنسبة للعينة التعليقات الساخرة لأن هذه التعليقات فى أغلب البرامج الساخرة تحتوى على إحياءات جنسية وألفاظ خارجة تتنافى مع قيم المجتمع السائدة.

اختلفت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة إيمان عاشور (2016)¹ حيث جاء فى الترتيب الأول سبب مقدم البرنامج من حيث الأسباب التى تشد انتباه المشاهدين تجاه أى فقرة من الفقرات التى يفضل مشاهدتها فى البرامج الساخرة وفقاً لآراء العينة بنسبة 72,96 %، ثم سبب المضمون نفسه فى المرتبة الثانية بنسبة 63,73.

4- درجة متابعة المبحوثين عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الساخرة على الفضائيات المصرية:

جدول رقم (4)

يوضح درجة متابعة المبحوثين للبرامج الساخرة

م	البرامج الساخرة	درجة المتابعة									
		الإجمالي		دائما		أحيانا		نادرا		لا	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	أسعد الله مساعك م	529	100	117	22.1	200	37.8	151	28.5	61	11.5
2	أبله فاهيتا	529	100	116	21.9	198	37.4	130	24.6	85	16.1
3	البلاتوه	529	100	110	20.8	170	32.1	102	19.3	147	27.8
4	بنى آدم شو	529	100	14	2.6	115	21.7	148	28.0	252	47.6
5	قله مندسه	529	100	23	4.3	46	8.7	101	19.1	359	67.9

¹ إيمان عاشور سيد، مرجع سابق.

0.943 04	1.748 6	100	529	6.4	34	15.7	83	24.2	128	53.7	284	فاصل مش إعلام ى	6
-------------	------------	-----	-----	-----	----	------	----	------	-----	------	-----	--------------------------	---

يتبين تراوح المتوسط الحسابى لدرجة متابعة البرامج الساخرة المعروضة على القنوات الفضائية المصرية من وجهة نظر العينة الكلية ما بين (2,70 : 1,49)، تصدر برنامج أسعد الله مساءكم قائمة البرامج المفضل متابعتها بالنسبة للعينة بمتوسط حسابى 2,70، يليه برنامج أبله فاهيتا بمتوسط حسابى 2,65، يليه برنامج البلاتوه بمتوسط حسابى 2,45، بينما جاء فى المرتبة الأخيرة برنامج قلة مندسة بمتوسط حسابى 1,49.

تؤكد هذه النتيجة على أن برنامج أسعد الله مساءكم هو من أكثر البرامج الساخرة متابعة لدى العينة الكلية، ويمكن للباحثة أن ترجع ذلك للأسباب الآتية: أولاً قوة أداء المُقدم واستخدام تعبيرات الوجه بطريقة مثيرة وساخرة، وتقمصه شخصية المواطن المصرى الكادح البسيط من حيث الملابس والأسلوب، كما يحتوى البرنامج على العديد من الفقرات التى غالباً ما تختلف عن فقرات البرامج الأخرى عينة الدراسة الحالية، ومنها الفقرات الغنائية والاسكتشات التى يُقدم فيها العديد من المواهب الشابه ويتناول العديد من القضايا السياسية والاجتماعية بطريقة ساخرة وبسيطة تصل لكل الفئات المختلفة، كما يتميز بالجرأة فى تناول الموضوعات فهو يتناول فى نقده السياسيين، الإعلاميين، الرؤساء، المسؤولين، رجال الدين فيركز فى نقده على كل الفئات القائدة فى المجتمع.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة كلاً من إيمان عاشور (2016)¹ ووفاء فرغل سيد (2014)² حيث اتفقا فى ترتيب برنامج البرنامج فى المرتبة الأولى من حيث البرامج التى يفضل المبحوثون متابعتها، بينما يمكن تفسير تراجع برنامج أبله فاهيتا إلى كثرة

¹ إيمان عاشور سيد، مرجع سابق.

² وفاء فرغل سيد، مرجع سابق.

استخدامها الألفاظ الخارجة والإيحاءات الجنسية، كذلك ارتكابها العديد من المخالفات القانونية.

5- أسباب تفضيل المبحوثين عينة الدراسة لمشاهدة البرامج الساخرة على الفضائيات المصرية:

جدول رقم (5)

يوضح أسباب تفضيل المبحوثين مشاهدة البرامج الساخرة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						الأسباب
				موافق		محايد		معارض		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.7079 1	0.3516	100.0	529	48.8	258	37.6	199	13.6	72	يقدم صورة عن الأحداث الجارية
0.6997 8	0.2476	100.0	529	39.9	211	45.0	238	15.1	80	يقدم تحليل ومناقشة للأحداث والقضايا
0.7420 3	0.0491	100.0	529	30.1	159	44.8	237	25.1	133	البرنامج وضع لى جوانب لم أكن أعلمها عن تلك الفترات من الإنحراف والفساد
0.7285 5	0.1210	100.0	529	33.3	176	45.6	241	21.2	112	يجعلنى أعرف موقف القوى السياسية من القضايا
0.7744 6	0.0662	100.0	529	33.5	177	39.7	210	26.8	142	يجعلنى أكون وجهة نظر حول القضايا المختلفة
0.7462 0	0.3478	100.0	529	51.2	271	32.3	171	16.4	87	لأنه يتناول الموضوعات بجرأة وحرية
0.7158 4	0.2193	100.0	529	38.9	206	44.0	233	17.0	90	لأنه يتعمق فى الحديث عن شخصيات أود التعرف على طبيعتها
0.6745 0	0.5085	100.0	529	61.1	323	28.7	152	10.2	54	الأسلوب الساخر الشيق يجعلنى أكثر انجذاباً لتلك الموضوعات
0.5760 2	0.6446	100.0	529	69.6	368	25.3	134	5.1	27	أسلوب مقدم البرنامج وطريقة تعبيره عن القضايا

										هو الذى يجذبني
0.6530 1	0.5766	100.0	529	66.7	353	24.2	128	9.1	48	لأن الأسلوب الكوميدي الساخر يجعلني أروح عن نفسي ، وبالتالي أشعر بأن الأمور أقل عبئاً
0.6457 5	0.5123	100.0	529	59.5	315	32.1	170	8.3	44	لأنه يعمل على تغيير حالتى المزاجية إلى الأفضل
0.6609 2	- 0.3970	100.0	529	9.8	52	40.6	215	49.5	262	أكثر التزاما بالمعايير المهنية
0.7035 6	0.2023	100.0	529	36.9	195	46.5	246	16.6	88	أكثر جرأة عن غيره من البرامج الساخرة
0.7114 5	- 0.2741	100.0	529	15.3	81	42.0	222	42.7	226	أكثر التزاما بالمعايير الأخلاقية

تُشير بيانات الجدول السابق: بأن دافع أسلوب المقدم وطريقه تعبيره هي التي تجذبني في المرتبة الأولى من حيث الموافقة على أسباب تفضيل البرامج الساخرة عينة الدراسة بنسبة 69,6 %، يليها في المرتبة الثانية سبب لأن الأسلوب الكوميدي الساخر يجعلني أروح عن نفسي وبالتالي أشعر بأن الأمور أقل عبئاً بنسبة 66,7 %.

اتفقت نتائج الدراسة مع دراسة الشيماء صبحي (2015)¹ حيث أكدت الدراسة على قدرة البرنامج الكوميدي الساخر على جذب الجمهور والعمل على تعديل حالتهم المزاجية، ونظراً لاحتوائه على أسلوبى الجاذبية والتشويق .

بينما اختلفت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة إيمان عاشور (2016)² حيث تصدرت سبب لأنها تكشف سلبيات المجتمع وجوانب القصور المرتبة الأولى بنسبة 55,77 %.

كما اختلفت مع نتائج دراسة Russell, Dannagal (2006)¹ حيث أثبتت هذه الدراسة أن من أهم الأسباب التي دفعت العينة إلى مشاهدة البرامج الكوميديّة الحصول على المعلومات، والتعرف على الأخبار، والجرأة في مناقشة القضايا .

¹ الشيماء صبحي، مرجع سابق.

² إيمان عاشور سيد، مرجع سابق.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في الإطار النظري بأن البرامج الساخرة تهدف إلى التأثير في المشاهدين وتلعب دوراً كبيراً في إقناع المشاهدين الباحثين عن الترفيه، والخروج من دائرة الجدية الإخبارية المعتادة.

6- موقف المبحوثين من أخلاقيات المسؤولية الاجتماعية بالبرامج التلفزيونية الساخرة :

جدول رقم (6)

يوضح موقف المبحوثين من أخلاقيات المسؤولية الاجتماعية بالبرامج التلفزيونية الساخرة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						موقف المبحوثين من أخلاقيات المسؤولية الاجتماعية بالبرامج التلفزيونية الساخرة
				موافق		محايد		معارض		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.83244	0.0151	100.0	529	35.3	187	30.8	163	33.8	179	معالجتها وتناولها للموضوعات والقضايا أفادت المجتمع بشكل عام
0.86028	0.3289	100.0	529	58.8	311	15.3	81	25.9	137	نجحت في تصوير ما يجرى في الشارع المصري وانقساماته الفكرية
0.83363	0.1380	100.0	529	42.5	225	28.7	152	28.7	152	لا تراعى تحقيق المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع المصري في الأخبار والموضوعات التي تعالجها
0.86531	0.1720	100.0	529	47.4	251	22.3	118	30.2	160	نجحت في بلبله الرأي العام وحققت انقسام

¹ Russell M. Tisinger & Dannagal G.: **Young News consumption among late comedy viewers and the predictors of Exposwre to various late night shows**, in the Harvard international Journal of press/politics 2006. Vol. 3

										بين فئات الجماهير
0.71859	- 0.317 6	100.0	529	14.9	79	38.4	203	46.7	247	سرعان ما تعترف هذه البرامج بالخطأ المهني حال وقوعها فيه وتقوم بإذاعته فوراً
0.86061	0.249 5	100.0	529	52.6	278	19.8	105	27.6	146	تخطئ في فهم مبدأ الحرية في التعبير والرأى
0.77295	0.461 2	100.0	529	63.5	336	19.1	101	17.4	92	تشهر ببعض الشخصيات والفئات في المجتمع وتسئ لسمعتهم وتثير الكراهية ضدهم
0.88864	- 0.009 5	100.0	529	38.9	206	21.2	112	39.9	211	تعبّر عن مستوى الحرية السياسية
0.87996	- 0.017 0	100.0	529	37.8	200	22.7	120	39.5	209	البرامج السياسية الساخرة تحترم حق الفرد في المعرفة السياسية بالكشف عن سلبيات في الأداء السياسى والإعلامى
0.82751	- 0.251 4	100.0	529	24.8	131	25.3	134	49.9	264	نجحت في تحقيق المصادقية من خلال معالجتها وتناولها للموضوعات والقضايا بشكل موضوعى وبدون أى تحيز لطرف دون الآخر

يتبين من نتائج الجدول السابق وجود أبعاد إيجابية وأخرى سلبية تتضمنها أخلاقيات المسؤولية الاجتماعية بالبرامج التليفزيونية الساخرة، حيث جاءت تشهر ببعض

الشخصيات والفئات في المجتمع وتسيء لسمعتهم وتثير الكراهية ضدهم بالمرتبة الأولى من حيث الموافقة بنسبة 63,5%، يليه البعد الأخلاقي الإيجابي نجحت في تصوير ما يجرى في الشارع المصرى وانقساماته الفكرية بالمرتبة الثانية بنسبة 58,8%.

يتلاحظ تواجد الأبعاد الأخلاقية السلبية للبرامج التليفزيونية الساخرة بالمراتب الأولى وينسب مرتفعة بين اختيارات المبحوثين عينة الدراسة، في حين جاءت اختيارات المبحوثين لأبعاد المعارضة بالمرتبة الأولى نجحت في تحقيق المصادقية من خلال معالجتها وتناولها للموضوعات والقضايا بشكل موضوعى وبدون أى تحيز لطرف دون آخر بنسبة 49,9، يليه سرعان ما تعترف هذه البرامج بالخطأ المهني حال وقوعها فيه وتقوم بإذاعته فوراً بنسبه 46,7، ثم تعبر عن مستوى الحرية السياسية بنسبة 39,9%.

7- الموقف من أخلاقيات المسؤولية الاجتماعية بالبرامج التليفزيونية الساخرة :

جدول رقم (7)

يوضح الموقف من أخلاقيات المسؤولية الاجتماعية بالبرامج التليفزيونية الساخرة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	الموقف من أخلاقيات المسؤولية الاجتماعية بالبرامج التليفزيونية الساخرة
0.60640	0,60	30.2	160	سلبي
		59.4	314	محايد
		10.4	55	إيجابي
		100.0	529	الإجمالي

يتبين من نتائج الجدول الموقف من أخلاقيات المسؤولية الاجتماعية بالبرامج التليفزيونية الساخرة، حيث تبين أن نتيجة محايد تأتي بالمرتبة الأولى بنسبة 59,4، ثم سلبي بالمرتبة الثانية بنسبة 30,2%، يليه إيجابي بالمرتبة الثالثة بنسبة 10,4%.

8- أسباب الثقة فيما تقدمه البرامج التلفزيونية الساخرة:

جدول رقم (8)

يوضح أسباب ثقة المبحوثين فيما تقدمه البرامج التلفزيونية الساخرة

أسباب الثقة فيما تقدمه البرامج التلفزيونية الساخرة	ك	%
ثقتى فى مقدم البرنامج	204	59.0
طريقة تقديم البرنامج	189	54.6
استخدام الأرقام والاحصائيات	222	54.6
الموضوعات التى يتم معالجتها	165	47.7
مصدقية مصادر المعلومات	129	37.3
الصور والفيديوهات التى تعرضها من القنوات الأخرى	177	51.2
الصور ومقاطع الفيديو	189	64.2
تنوع الشخصيات التى يتناولها	138	39.9
اللغة والإيحاءات المستخدمة	75	21.7
التوازن فى عرض وجهات النظر	117	33.8
مصدقية القناة وسمعتها الإعلامية	126	36.4
الإجمالي	1731	

يتبين من نتائج الجدول السابق أن الصور ومقاطع الفيديو التى تعرضها البرامج التلفزيونية الساخرة تصدرت أسباب الثقة بنسبة 59,0%، يليها سبب طريقة تقديم البرنامج وسبب استخدام الأرقام والاحصائيات فى المرتبة الثانية بنسبة 54,6%.

تختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة Katharina Kleinen Von (2011)¹ حيث توصلت الدراسة إلى أن 55% من أفراد عينة الدراسة يتقنون فيما تقدمه البرامج الساخرة من معلومات إخبارية .

¹ Katharina Kleinen Von: "Localizing The Daily Show: The heute show in Germany" (University of Vienna, Special Issue of Popular communication 10, 2011).

بينما اتفقت مع نتائج إيمان عاشور (2016)¹ حيث جاء سبب الصور والفيديوهات المعروضة في الترتيب الأول من حيث العوامل التي تؤثر على ثقة المشاهد فيما تقدمه البرامج الساخرة بنسبة 67,92%، بينما جاء في الترتيب الأخير سبب تنوع الشخصيات التي يتناولها بنسبة بلغت 34,38%.

يمكن تفسير هذه النتائج بأن أسلوب وطريقة تقديم البرنامج تؤثر على ثقة العينة في البرنامج والاهتمام بمتابعته من عدم المتابعة، حيث تؤثر الصور والفيديوهات على مستوى ثقة العينة في البرنامج والاهتمام بمتابعته من عدم المتابعة.

9- مدى التزام كل من البرامج الكوميدية الساخرة عينة الدراسة بالأخلاقيات:

جدول رقم (9)

يوضح مدى التزام البرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة بالمعايير المهنية والأخلاقية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الالتزام						البرامج الساخرة عينة الدراسة
				يلتزم		إلى حد ما		لا يلتزم		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
65099.	1.640 8	100.0	529	9.6	51	44.8	237	45.6	241	برنامج "بنى آدم شو"
65270.	2.234 4	100.0	529	35.7	189	52.0	275	12.3	65	برنامج "أسعد الله مساكم"
59030.	1.410 2	100.0	529	5.3	28	30.4	161	64.3	340	برنامج "أبله فاهيتا"
69983.	2.279 8	100.0	529	42.3	224	43.3	229	14.4	76	برنامج "البلاتوه"

¹ إيمان عاشور سيد، مرجع سابق.

يتبين من نتائج الجدول السابق مدى إلتزام البرامج التليفزيونية الساخرة عينة الدراسة بالأخلاقيات المهنية الإعلامية، حيث تبين عدم إلتزام برنامج أبله فاهيتا بالأخلاقيات المهنية الإعلامية بالمرتبة الأولى بنسبة 64,3%، يليه برنامج بنى آدم شو بالمرتبة الثانية بنسبة 45,6%، ثم برنامج البلاتوه بالمرتبة الثالثة بنسبة 14,4%، وبرنامج أسعد الله مساءكم بالمرتبة الرابعة بنسبة 12,3%.

10- مدى التزام البرامج التليفزيونية الساخرة على الفضائيات المصرية بالمعايير الأخلاقية والمهنية:

جدول رقم (10)

يوضح درجة التزام البرامج التليفزيونية الساخرة بالمعايير المهنية والأخلاقية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						المعايير المهنية والأخلاقية	مهنية وأخلاقيات الإعداد
				موافق		محايد		معارض			
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
0.6556 1	- 0.1947	100.0	529	13.6	72	53.3	282	33.1	175	تلتزم بالأمانة والصدق في نقل الأخبار والأحداث الجارية	
0.6436 8	- 0.2004	100.0	529	12.7	67	54.6	289	32.7	173	تتحرى صحة ودقة المعلومات حول القضايا والموضوعات المطروحة	
0.7005 2	0.3308	100.0	529	46.5	246	40.1	212	13.4	71	لديها خطة مسبقة تشكل بها الموضوعات التي تقدمها بما يخدم أهداف القناة التي تبث من خلالها	
0.6505 7	0.3573	100.0	529	45.4	240	45.0	238	9.6	51	تعتمد على المبالغة والتهويل في معالجتها للأحداث	
0.6728 9	0.3422	100.0	529	45.6	241	43.1	228	11.3	60	لا تراعى التوازن من خلال طرح مختلف وجهات النظر عند عرضها للأداء	
0.6956 8	0.3119	100.0	529	44.6	236	42.0	222	13.4	71	تعتمد على التبعية والحشد في معالجتها	

										للموضوعات والقضايا	
0.7056 8	0.2344	100.0	529	39.3	208	44.8	237	15.9	84	يتميز مقدموا البرامج التليفزيونية الساخرة باللباقة في التقديم	مهنية وأخلاقيات التقديم
0.6684 0	- 0.3743	100.0	529	10.6	56	41.4	219	48.0	254	يغلب على مقدمى هذه البرامج استخدام لغة عربية مكلفة	
0.6625 2	0.3592	100.0	529	46.3	245	43.3	229	10.4	55	تغلب التوجهات الفكرية للفناة التى يبيث خلالها البرنامج الساخر على القائم بالاتصال فى عرض الموضوعات	
0.6831 1	0.3781	100.0	529	49.3	261	39.1	207	11.5	61	تقتصر هذه البرامج على استضافة شخصيات مؤيده لوجهه نظرها	
0.6905 2	0.3592	100.0	529	48.2	255	39.5	209	12.3	65	يستخدم مقدموا هذه البرامج رموز وعبارات واشارات تمس الحياء العام	
0.6749 6	0.2060	100.0	529	35.2	186	50.3	266	14.6	77	تتناول هذه البرامج التجريح فى شخصيات عامة وليس قضايا تمس الرأى العام	
0.6714 8	0.0605	100.0	529	25.7	136	54.6	289	19.7	104	البرامج التليفزيونية الساخرة توظف المؤتمرات المرئية والرقمية فى عرض الموضوعات بشكل فعال	مهنية وأخلاقيات التصوير والإخراج
0.5921 1	0.5463	100.0	529	59.7	316	35.2	186	5.1	27	تتميز البرامج التليفزيونية الساخرة باستخدام التصوير المحترف والمونتاج الجذاب	
0.6705 8	0.4045	100.0	529	50.9	269	38.8	205	10.4	55	تتلاعب أحياناً بالصور التلفزيونية بشكل يخدع المشاهدين	
0.7083	0.2647	100.0	529	41.8	221	42.9	227	15.3	81	استخدام تقنيات الصور	

8										التي يمكن أن تسئ إلى الرموز السياسية في المجتمع
0.6251 9	0.5595	100.0	529	63.1	334	29.7	157	7.2	38	تتميز هذه البرامج بالإخراج المحترف والديكورات الجذابة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة موافقة المبحوثين على معايير مهنية وأخلاقيات الإعداد تتمثل في ما يلي :-

جاء في المرتبة الأولى معيار لديها خطة مسبقة تشكل بها الموضوعات التي تقدمها بما يخدم أهداف القناة التي تبث من خلالها بنسبة 46,50%، بينما جاء في المرتبة الثانية لا تراعى التوازن من خلال طرح مختلف وجهات النظر عند عرضها للأداء بنسبة 45,6%.

أما نسبة الموافقة على المعايير المهنية والأخلاقية للتقديم، جاء في المرتبة الأولى معيار تقتصر هذه البرامج على استضافة شخصيات مؤيدة لوجهه نظرها بنسبة 49,3%، وجاء في المرتبة الثانية يستخدم مقدموا هذه البرامج رموز وعبارات وإشارات تمس الحياء العام بنسبة 48,2%.

وكانوا موافقين على درجة الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية للتصوير والإخراج في المرتبة الأولى تتميز هذه البرامج بالإخراج المحترف والديكورات الجذابة بنسبة 63,1%، بينما في المرتبة الثانية تتميز البرامج التلفزيونية الساخرة باستخدام التصوير المحترف والمونتاج الجذاب بنسبة 59,7%.

اتفقت نتائج الدراسة مع دراسة عايدة المر عام (2015)¹ من حيث الموافقة على الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية للإعداد حيث جاء بالمرتبة الأولى لديها أجندة مسبقة تشكل بها الموضوعات التي تقدمها بما يخدم أهداف القناة التي تبث من خلالها بمتوسط 2,86%، كما اتفقت من حيث الموافقة على الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية للتقديم في المرتبة الأولى بأنها تقتصر هذه البرامج على استضافة شخصيات مؤيدة لوجهه نظرها بمتوسط 2,86%، بينما اختلفت من حيث الموافقة على

¹ عايدة المر، مرجع سابق.

معايير الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية للتصوير والإخراج جاء بالمرتبة الأولى استخدام تقنيات الصور التي يمكن أن تسيء إلى الرموز السياسية في المجتمع بمتوسط 3,00%.

11- أسباب عدم مشاهدة البرامج الساخرة على الفضائيات المصرية :

جدول رقم (11)

يوضح أسباب عدم مشاهدة البرامج التلفزيونية الساخرة

ك	%	أسباب عدم مشاهدة البرامج التلفزيونية الساخرة
39	54.9	لأنها برامج تافهه وغير مجدبة
23	32.4	لإنشغالى معظم الوقت
19	26.8	لا تعطى معلومة دقيقة عن حجم المشكلات فى المجتمع المصرى
21	29.6	لا تلتزم الموضوعية وتعتمد على المبالغة
17	23.9	تقوم بتزييف الحقائق والمعلومات ومصدر غير موثوق فيه
20	28.2	لا تعطى حلولاً للمشكلات وتكتفى بعرضها فقط
20	28.2	تستخدم بعض الألفاظ والايحاءات جنسية التى تخرج عن نطاق الأدب والاحترام
11	15.5	لأنها لا تقدم جديد
16	22.5	لا أجد فيها ما يناسبنى
9	12.7	لا تقدم معلومات كافية
10	14.1	للتحيز الواضح فيها
13	18.3	لغياب الحرية فى تبني القضايا
17	23.9	لا أفضل أسلوب مقدميها
71		الإجمالي

يتبين من نتائج الجدول السابق أن المبحوثين عيّنوا الدراسة الذين لا يشاهدون البرامج التلفزيونية الساخرة عددهم 71 مبحوث من إجمالي 600، وكانت أسباب الامتناع عن مشاهدة البرامج الساخرة فى القنوات الفضائية وفقاً لآراء العينة لأنها برامج تافهه وغير مجدبة بنسبة 54,9%، يليها لإنشغالى معظم الوقت بنسبة 32,4%، ثم لا تلتزم الموضوعية وتعتمد على المبالغة بنسبة 29,6%.

ويمكن تفسير هذه النتائج أن المبحوثين الذين لا يشاهدون البرامج الساخرة ويمتنعون عن المشاهدة وذلك لأنهم يعتبرون هذه البرامج تافهه وغير مجدية ولذلك فليس من الضروري متابعتها من الأساس كما أن هذه البرامج تخدم سياسة القناة وعدم وجود مقدار من الحرية في مناقشة القضايا واختيار نوعية هذه القضايا وهو ما يعكس ظهور التحيز الواضح في اختيار القضايا، وبذلك تصبح مصدر غير موثوق به لأنها تضلل الرأي العام لنقل حقيقة مزيفة تخدم سياسة معينة لحزب معين أو لمصالح عليا، ويرجع ذلك إلى وعى الجمهور وعدم انسياقه وراء أى شىء جديد لا يتفق مع ثقافته وعاداته وتقاليدته ولا يقبل أى شىء بدون تفكر وتمعن، حيث تحولت البرامج الساخرة فى العالم العربى إلى فضاء جديد لمناقشة قضايا الرأي العام بشكل مختلف، وأمام اهتمام الرأي العربى صارت تشكل قوة ضغط.

واختلفت هذه النتائج مع دراسة ورد شان عبد المطلب (2014)¹ حيث افادت نتائج الدراسة أن من أسباب امتناع أفراد عينة الدراسة عن مشاهدة البرامج الساخرة كالاتى: جاء الترتيب الأول "لا تقدم الجديد من المعلومات" بنسبة 36,6 %، تليها "أن المادة التى تقدمها هذه البرامج ليست مفيدة" بنسبة 23,3 %.

كما تختلف هذه النتيجة مع دراسة Paul Sturges (2010)² حيث أكدت الدراسة على أن البرامج الكوميديّة تتمتع بحرية التعبير وذلك من خلال سياق اجتماعى لتحقيق التأثير المطلوب (سواء كوميدى أو فلسفى أو سياسى) ويرجع ذلك إلى اختلاف المجتمعات واختلاف الثقافة السياسية من مجتمع عربى إلى مجتمع أجنبى . وتختلف هذه النتيجة مع دراسة وفاء فرغل سيد (2014)³ حيث توصلت الدراسة إلى أن من أسباب عدم مشاهدة المبحوثين للبرامج الساخرة "متابعتها لا فائدة منها" بنسبة 95,83 %، يليها هذه البرامج لا تعكس واقعهم الاجتماعى بنسبة 87,50 %، ثم أن بها نوع من الإسفاف بنسبة 83,33 %.

¹ ورد شان عبد المطلب، مرجع سابق.

² Paul Sturges: "Comedy as freedom of expression", (published in journal of documentation 66(2): 2010. Dept, of Information Science, Loughborough University, p.p. 279-293.

³ وفاء فرغل، مرجع سابق.

وما يؤكد إحتواء البرامج الساخرة الإيحاءات الجنسية أنها لم تسلم داخل مصر من الدعاوى القضائية والبلاغات التي تلاحقها بالمحاكم أملاً في وقف هذه البرامج التي يرى مقدم تلك البلاغات والدعاوى أنها تشكل خطراً على المجتمع المصري والنشء لما تحتويه من مضمون قد يتضمن بعض الإيحاءات الجنسية والألفاظ غير المألوفة على الشعب المصري، حيث كان النصيب الأكبر من تلك البلاغات للإعلامى الساخر باسم يوسف، تلاه برنامج أبله فاهيتا¹.

نتائج اختبارات فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين وكثافة التعرض للبرامج الساخرة المقدمة في الفضائيات المصرية.

جدول رقم (12)

يوضح الفروق بين النوع وكثافة التعرض للبرامج الساخرة

مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية df	قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	النوع	كثافة التعرض
.001	527	5.022	.62734	1.6031	262	ذكر	
			.53665	1.3483	267	أنثى	

يتضح من نتائج الجدول السابق وجود فروق ذات إحصائية بين كثافة التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة المُقدمة على الفضائيات المصرية وبين النوع (ذكر - أنثى) من الخصائص الديموجرافية حيث بلغت قيمة T 5,022، وجاءت الفروق لصالح الذكور بمتوسط حسابي 1,6031 بحيث تختلف عن الإناث من حيث كثافة التعرض للبرامج الساخرة، وهي دالة عند مستوى معنوية .001.

¹ عامر مصطفى ، جريدة اليوم السابع ، يوم الأربعاء 2015/11/18 م متاح على الرابط الآتى <http://www.youm7.com/Story/2015/10/11%D9%84%D8%A8%D8%B1%A7%D9%85%D8%D8%A7-%D8%AA%D9%87%D9%85-%D8%A8/2382159#.VKZUwdKr>

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للبرامج الساخرة المقدمة في الفضائيات المصرية والاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية.

جدول رقم (13)

يوضح الفروق بين كثافة التعرض للبرامج الساخرة المقدمة في الفضائيات المصرية والاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية

كثافة التعرض	دوافع الاستخدام	
-0.11	معامل الارتباط	
.793	مستوي الدلالة	
529	العدد	

يتضح من نتائج الجدول السابق عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للبرامج الساخرة المقدمة في الفضائيات المصرية والاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون -0.11 ، وكانت العلاقة غير دالة عند مستوى معنوية 0.793 ، مما يشير إلى عدم وجود تأثير دال إحصائياً بين متغير (كثافة التعرض) ومتغير (الاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية) ..

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للبرامج الساخرة المقدمة في الفضائيات المصرية والاتجاه نحو التزامها بالمعايير الأخلاقية والمهنية.

جدول رقم (14)

يوضح الفروق بين كثافة التعرض للبرامج الساخرة والاتجاه نحو التزامها بالمعايير الأخلاقية والمهنية

كثافة التعرض	الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية	
.000	معامل الارتباط	الالتزام بصفة عامة
.994	مستوي الدلالة	
529	العدد	
.067	معامل الارتباط	مهنية وأخلاقيات الإعداد
.124	مستوي الدلالة	
529	العدد	
.015	معامل الارتباط	مهنية وأخلاقيات التقديم
.739	مستوي الدلالة	
529	العدد	
.032	معامل الارتباط	مهنية وأخلاقيات التصوير والإخراج
.460	مستوي الدلالة	
529	العدد	

تبين من نتائج الجدول السابق عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين كثافة التعرض للبرامج الساخرة المقدمة في الفضائيات المصرية والاتجاه نحو التزامها بالمعايير الأخلاقية والمهنية، حيث نتج عدم وجود علاقة دالة احصائياً بين كثافة التعرض للبرامج الساخرة والاتجاه نحو الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية بصفة عامة، وبلغت درجة معامل الارتباط بيرسون 0,000، وهي علاقة غير دالة عند مستوى معنوية 994، مما يشير إلى عدم وجود تأثير دال احصائياً بين متغير (كثافة التعرض) ومتغير (الاتجاه نحو الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية).

كما نتج عدم وجود علاقة دالة احصائياً بين كثافة التعرض للبرامج الساخرة والاتجاه نحو الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية للإعداد، وبلغت درجة معامل الارتباط بيرسون 067، وهي علاقة غير دالة عند مستوى معنوية 124، مما يشير إلى عدم وجود تأثير دال احصائياً بين متغير (كثافة التعرض) ومتغير (الاتجاه نحو التزام الإعداد بالمعايير المهنية والأخلاقية).

وكذلك نتج عدم وجود علاقة دالة احصائياً بين كثافة التعرض للبرامج الساخرة والاتجاه نحو الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية للتقديم، وبلغت درجة معامل الارتباط بيرسون 015، وهي علاقة غير دالة عند مستوى معنوية 739، مما يشير إلى عدم وجود تأثير دال احصائياً بين متغير (كثافة التعرض) ومتغير (الاتجاه نحو التزام التقديم بالمعايير المهنية والأخلاقية).

وننتج أيضاً عدم وجود علاقة دالة احصائياً بين كثافة التعرض للبرامج الساخرة والاتجاه نحو الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية للتصوير والإخراج، وبلغت درجة معامل الارتباط بيرسون 032، وهي علاقة غير دالة عند مستوى معنوية 460، مما يشير إلى عدم وجود تأثير دال احصائياً بين متغير (كثافة التعرض) ومتغير (الاتجاه نحو التزام التصوير والإخراج بالمعايير المهنية والأخلاقية).

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع التعرض للبرامج الساخرة المقدمة في الفضائيات المصرية والاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية.

جدول رقم (15)

يوضح الفروق بين دوافع التعرض للبرامج الساخرة والاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية

الاتجاه	دوافع التعرض	
.260	معامل الارتباط مستوي الدلالة العدد	الدوافع بصفة عامة
.001		
529		
.207	معامل الارتباط مستوي الدلالة العدد	الدوافع النفعية
.001		
529		
.285	معامل الارتباط مستوي الدلالة العدد	الدوافع الطقوسية
.001		
529		

يتبين من نتائج الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة احصائياً بين دوافع التعرض للبرامج الساخرة المقدمة في الفضائيات المصرية والاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية، حيث تبين وجود علاقة دالة احصائياً بين دوافع التعرض بصفة عامة للبرامج الساخرة والاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية، حيث بلغت درجة معامل الارتباط بيرسون 260،، وهي علاقة دالة عند مستوى معنوية 001، مما يدل على وجود تأثير دال احصائياً بين متغير (دوافع التعرض بصفة عامة) ومتغير (الاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية).

كما ثبت وجود علاقة دالة احصائياً بين الدوافع النفعية للتعرض للبرامج الساخرة والاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية، حيث بلغت درجة معامل الارتباط بيرسون 207،، وهي علاقة دالة احصائياً عند مستوى معنوية 001،، أة أن هناك تأثير دال احصائياً بين متغير (الدوافع النفعية) ومتغير (الاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية).

كما ثبت وجود علاقة دالة احصائياً بين الدوافع الطقوسية للتعرض للبرامج الساخرة والاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية، حيث بلغت درجة معامل الارتباط بيرسون 285،، وهي علاقة دالة احصائياً عند مستوى معنوية 001،، أى أن هناك تأثير دال احصائياً بين متغير (الدوافع الطقوسية) ومتغير (الاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية).

الخلاصة

تستهدف الدراسة الحالية عينة من الجمهور للتعرف على مدى تأثير البرامج التليفزيونية الساخرة عليهم ومدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية والمعايير المهنية والأخلاقية للإعلام، واعتمدت على عينة متاحة من الجمهور العام قوامها (529 مفردة).

تنتمى هذه الدراسة من حيث المنهج والقياس إلى البحوث والدراسات الوصفية Descriptive Studies، حيث تعتمد على منهج المسح Survey Method في حين اعتمدت الباحثة في سحب العينة على العينة المتاحة Available Sample من الجمهور العام قوامها 600 مبحوثاً، موزعة على محافظات (الدقهلية - القاهرة - المنيا) بالتساوي 200 مبحوثاً لكل محافظة وذلك بهدف التعرف على آرائهم واتجاهاتهم نحو البرامج التليفزيونية الساخرة وتقييمهم لمدى التزام تلك البرامج للمعايير المهنية والأخلاقية.

اعتمدت الباحثة على صحيفة الاستقصاء أو الاستبانة بالمقابلة المباشرة In Person Survey، لجمع بيانات المبحوثين والتعرف على الآراء الخاصة بالجمهور العام .

نتائج الدراسة:

- يتبين من نتائج الجدول السابق أن الصور ومقاطع الفيديو التي تعرضها البرامج التليفزيونية الساخرة تصدرت أسباب الثقة بنسبة 59,0%، يليها سبب طريقة تقديم البرنامج وسبب استخدام الأرقام والاحصائيات في المرتبة الثانية بنسبة 54,6%.
- يتبين من نتائج الجدول السابق مدى إلتزام البرامج التليفزيونية الساخرة عينة الدراسة بالأخلاقيات المهنية الإعلامية، حيث تبين عدم إلتزام برنامج أبله فاهيتا بالأخلاقيات المهنية الإعلامية بالمرتبة الأولى بنسبة 64,3%، يليه برنامج بنى آدم شو بالمرتبة الثانية بنسبة 45,6%، ثم برنامج البلاتوه بالمرتبة الثالثة بنسبة 14,4%، وبرنامج أسعد الله مساءكم بالمرتبة الرابعة بنسبة 12,3%.
- جاء في المرتبة الأولى معيار لديها خطة مسبقة تشكل بها الموضوعات التي تقدمها بما يخدم أهداف القناة التي تبث من خلالها بنسبة 46,50%، بينما جاء في

المرتبة الثانية لا تراعى التوازن من خلال طرح مختلف وجهات النظر عند عرضها للأداء بنسبة 45,6%.

➤ نسبة الموافقة على المعايير المهنية والأخلاقية للتقديم، جاء في المرتبة الأولى معيار تقتصر هذه البرامج على استضافة شخصيات مؤيدة لوجهه نظرها بنسبة 49,3%، وجاء في المرتبة الثانية يستخدم مقدموا هذه البرامج رموز وعبارات وإشارات تمس الحياء العام بنسبة 48,2%.

➤ اتضح نتيجة موافقين على درجة الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية للتصوير والإخراج في المرتبة الأولى تتميز هذه البرامج بالإخراج المحترف والديكورات الجذابة بنسبة 63,1%، بينما في المرتبة الثانية تتميز البرامج التلفزيونية الساخرة باستخدام التصوير المحترف والمونتاج الجذاب بنسبة 59,7%.

➤ يتبين من نتائج الجدول السابق أن المبحوثين عيّنوا الدراسة الذين لا يشاهدون البرامج التلفزيونية الساخرة عددهم 71 مبحوث من إجمالي 600، وكانت أسباب الامتناع عن مشاهدة البرامج الساخرة في القنوات الفضائية وفقاً لآراء العينة لأنها برامج تافهة وغير مجدية بنسبة 54,9%، يليها لانشغالي معظم الوقت بنسبة 32,4%، ثم لا تلتزم الموضوعية وتعتمد على المبالغة بنسبة 29,6%.

نتائج اختبارات فروض الدراسة:

➤ اتضح وجود فروق ذات احصائية بين كثافة التعرض للبرامج التلفزيونية الساخرة المقدمة على الفضائيات المصرية وبين النوع (ذكر - أنثى) من الخصائص الديموجرافية .

➤ اتضح عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين كثافة التعرض للبرامج الساخرة المقدمة في الفضائيات المصرية والاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية..

➤ تبين عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين كثافة التعرض للبرامج الساخرة المقدمة في الفضائيات المصرية والاتجاه نحو التزامها بالمعايير الأخلاقية والمهنية، حيث نتج عدم وجود علاقة دالة احصائياً بين كثافة التعرض للبرامج الساخرة والاتجاه نحو الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية بصفة عامة.

➤ يتبين وجود علاقة ذات دلالة احصائياً بين دوافع التعرض للبرامج الساخرة المقدمة في الفضائيات المصرية والاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية، حيث تبين وجود علاقة دالة احصائياً بين دوافع التعرض بصفة عامة للبرامج الساخرة والاتجاه نحو التزامها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية .

توصيات الدراسة:

1. تفعيل القوانين والبيانات الرسمية الصادرة من بعض الجهات الرقابية وتنفيذها ومعاينة المخطئ أو المخالف لها لتكون ردعاً قوياً في حالة تعدى القائمين بالاتصال لها أو اختراقها.
2. إجراء دراسة تحليلية مقارنة بين عينة من البرامج الساخرة الأجنبية والعربية شكلاً ومضموناً للوقوف على أوجه التشابه والاختلاف ومدى مناسبة هذه البرامج للقيم الاجتماعية والأخلاقية لكل مجتمع.
3. وضع ميثاق شرف إعلامي أخلاقي للبرامج التلفزيونية الساخرة وتفعيل تطبيق هذا الميثاق ومحاربة أيه تجاوزات وخضوع هذه النوعية من البرامج للرقابة.
4. التأكيد على أن أوضاع البلاد الأمنية والظروف الاقتصادية للبلاد وعلاقتها السياسية مع الدول الأخرى ليست ساحة أو مجالاً للضحك أو للسخرية مهما كانت نوعية السخرية المقصودة منها، حيث إن هذه المجالات من شأنها إلحاق الضرر بالبلاد.

المراجع

الرسائل العلمية

1. الزهراء فاخر عبد الحليم: "أثر البرامج التلفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي"، رسالة ماجستير، (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2017) .
2. الشيماء صبحي: "معالجة المحتوى الكوميدي في الفضائيات المصرية الخاصة للقضايا الاجتماعية وتأثيراتها النفسية والاجتماعية على المراهقين"، رسالة دكتوراه، (جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2015) .
3. إيمان عاشور سيد: "تعرض الشباب للبرامج الساخرة في القنوات الفضائية وعلاقته بالقيم التربوية"، رسالة دكتوراه، (جامعة المنيا ، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2016) .

4. حاتم جسام محمد الجميلي (2022) بعنوان "دور البرامج التلفزيونية الساخرة في معالجة قضايا الفساد وعلاقتها بالصورة الذهنية للسلطة لدى الجمهور العراقي"، رسالة دكتوراه، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام.
5. عمر مجدى أبو السعود: "برامج النقد الساخر فى الفضائيات وعلاقة الجمهور المصرى بها - دراسة مقارنة"، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2019.
6. وردشان عبد المطلب حسن: "دوافع تعرض المراهقين للبرامج السياسية الساخرة بالفضائيات العربية والاشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، 2014).
7. وفاء فرغل سيد: "البرامج الساخرة بالتلفزيون وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع الاجتماعى"، رسالة ماجستير، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2014).

الدوريات

8. سعيد أحمد غراب، "السخرية فى الشعر المصرى فى القرن العشرين"، (القاهرة: دار العلم والإيمان للنشر، 2010)، ص12.
9. شمس واقف زادة، "الأدب الساخر أنواعه وتطوره مدى العصور الماضية"، مجلة الدراسات فى الأدب المعاصر، جامعة آزاد الإسلامية، إيران، السنة الثالثة، العدد الثانى عشر، 1390 هـ، ص 15.
10. عابدة محمد عوض المر (2015) "اتجاهات الجمهور والنخبة الأكاديمية نحو البرامج التلفزيونية الساخرة وعلاقتها بالمعايير الأخلاقية والمهنية للإعلام"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
11. رباب جمعة إبراهيم (2020) بعنوان "أطر تقديم الأداء الحكومى بالبرامج الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعى : دراسة تحليلية لبرنامج "لايف من الدوبلكس"، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة، عدد 57 - يناير.
12. مبارك مبارك أحمد، "السخرية السياسية آلية فعالة للإحتجاج السلمى فى مصر"، البرامج البحثية - برنامج الدراسات المصرية، المركز الإقليمى للدراسات الإستراتيجية، 11-5-2014 متاح عبر الرابط التالى www.rcssmideast.or.
13. محمد فؤاد محمد زيد: " تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمة بوسائل الإعلام وعلاقته بالسخط السياسى لديه"، (مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مصر، ع14، مارس 2017، ص 204-151).

الكتب

14. أحمد الحوفى، "الفكاهة فى الأدب"، القاهرة: مكتبة نهضة مصر، 1956، الجزء الثانى، ص 93.
15. حامد الهوال، "السخرية فى الأدب المازنى"، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1982، ص 20.
16. محمد حسام الدين اسماعيل، "ساخرون وثوار"، (القاهرة: دار العربى للنشر والتوزيع، 2014)، ص 5، 6، 251.
17. نبيل راغب، "الأدب الساخر"، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2000)، ص 19.

مرجع إلكترونى

18. عامر مصطفى، جريدة اليوم السابع، يوم الأربعاء 2015/11/18 م متاح على الرابط الآتى
<http://www.youm7.com/Story/2015/10/11%D9%84%D8%A8%D8%B1%A7%D9%85%D8%A7-%D8%AA%D9%87%D9%85-%D8%A8/2382159#.VKZUwdKr>

المراجع الأجنبية

19. Katharina Kleinen Von: "**Localizing The Daily Show: The heute show in Germany**" (University of Vienna, Special Issue of Popular communication 10, 2011).
20. Katharina Kleinen Von: "**Localizing The Daily Show: The heute show in Germany**" (University of Vienna, Special Issue of Popular communication 10, 2011).
21. Russell M. Tisinger & Dannagal G.: **Young News consumption among late comedy viewers and the predictors of Exposwre to various late night shows**, in the Harvard international Journal of press/politics 2006. Vol. 3.
22. Paul Sturges: "**Comedy as freedom of expression**" , (published in journal of documentation 66(2): 2010. Dept, of Information Science, Loughborough University, p.p. 279-293.
23. Yasuhito Sawahata: "**Decoding Humor Experienes from Brain Activity of People Viewing Comedy Movies**" paper presented at the annual meeting of the Science and Technology Research Laboratories, NHK (Japan Broadcasting Corporation, Setagaya, Tokyo, Japan, 2013).