

أخلاقيات البرامج الساخرة ومدى الإلتزام

بالمعايير المهنية

(دراسة تحليلية)

أمنية أحمد حامد جاد رفاعى

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.2022.142729.1683

المجلد التاسع العدد 44 . يناير 2023

التقييم الدولي

P-ISSN: 1687-3424

E- ISSN: 2735-3346

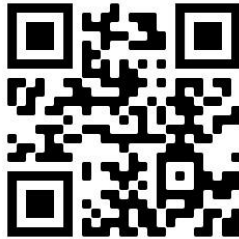
<https://jedu.journals.ekb.eg/>

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:

تُعد هذه الدراسة من أوائل الدراسات التي تناولت البرامج الساخرة بالرصد والتحليل من الجانب الأخلاقي والمهني، وتناولت الباحثة البرامج التليفزيونية الساخرة من خلال تحليل مضمون ورصد تلك البرامج التليفزيونية الساخرة وما آلت إليه من تغيير، وعلى مستوى الموضوعات التي تم تناولها، والأهداف الوظيفية لها، بل من ناحية القيم الأخلاقية والاجتماعية لتلك البرامج ومدى تناسبها مع عادات المجتمع المصري وتقاليده، وقامت الباحثة بتحليل مضمون البرامج التليفزيونية الساخرة التي أُذيعت خلال عامي (2014) و(2015) على قنوات MBC مصر والنهار والمحور وCBC، وتمثلت عينة الدراسة في تحليل أربعة برامج من البرامج الساخرة على الفضائيات المصرية، وتم إجراء التحليل بواقع (12) حلقة لكل برنامج من الأربعة برامج، أى إجمالى عدد الحلقات (38) حلقة برمجية، وتتراوح مدة كل حلقة من (50 - 55 دقيقة)، والبرامج عينة الدراسة هي: بنى آدم شو - أبله فاهيتا - أسعد الله مساعكم - البلاتوه، وقد تم تحديد العينة التحليلية نتيجة تطبيق دراسة استطلاعية على عينة عشوائية من الجمهور تتكون من (50 مفردة) تم سؤالهم عن أكثر البرامج التليفزيونية الساخرة مشاهدة .

وتوصلت الدراسة إلى تنوع أشكال القوالب الفنية لتلك البرامج لأكثر من شكل كحديث مباشر واستعراضى وسمى دراما بنفس الفقرة بالمرتبة الأولى بنسبة (40,0%)، ثم قالب السيمى دراما بالمرتبة الثانية بنسبة (39,4%)، حيث اعتمدت البرامج الساخرة عينة الدراسة على عدة أساليب لمعالجة القضايا، وجاء أسلوب نقد الأوضاع الراهنة بشكل ساخر والسخرية من السلوكيات بالمرتبة الأولى بنسبة (93,3%)، يليه فى المرتبة الثانية السخرية من الشعب بنسبة (80,0%)، وجاءت أشكال خروج البرامج الساخرة عينة الدراسة عن المعايير المهنية باصطناع الأخبار وترويج الشائعات فى المرتبة الأولى بنسبة (73,3%)، ثم إهانة سلطات الدولة بالمرتبة الثانية بنسبة (56,7%)، كما جاءت أشكال خروج البرامج الساخرة محل الدراسة على أخلاقيات المهنة من خلال استخدام الألفاظ الإباحية بالمرتبة الأولى بنسبة (63,3%)، ثم استخدام حركات إباحية بالمرتبة الثانية بنسبة (40,0%).

Abstract

This study is one of the first to deal with programs that are cynical with moral and professional monitoring and analysis and the researcher dealt with satirical television programs by analysing the content and monitoring of such satirical television programmes and the resulting change, In terms of the ethical and social values of these programs and their proportionality to the customs and traditions of Egyptian society, the study consisted of six chapters.

The study found the diversity of forms of technical templates for these programs from more than one form such as live talk, parade and Simi drama with the same paragraph in first order at (0.40%), then Semi drama in second order at (4.39%).

The satirical programs also based the sample study on several methods to address the issues. The method of criticizing the current situation is cynical and ridiculing behaviors in the first place with (3.93%), followed by the second position of ridicule of the people with (0.80%).

Satirical software departures from professional standards by making news and spreading rumors came in first with (3.73%), and then insulting the state authorities with second with (7.56%).

The forms of parody of the programs studied on the ethics of the profession through the use of pornography in the first place at (3.63%), and then the use of pornographic movements in the second place at (0.40%).

مقدمة

تحتل قضية أخلاقيات الإعلام أهمية كبيرة في المناقشات العلمية، الخاصة بالدعوة إلى تحسين المضمون والممارسات الأخلاقية في وسائل الإعلام، وظهر هذا من خلال التقارير والندوات والمؤتمرات العلمية الخاصة بتطوير أخلاقيات المهنة، ولأخلاق مهنة الإعلام أهمية خاصة بالمقارنة بأية مهنة أخرى نظراً لأهمية رسالتها في المجتمع ودورها الهام في تشكيل القيم والاتجاهات حيث أنها مهنة تتمتع بقوة المعرفة تلك القوة التي توظف لخدمة القدرات المعرفية للإنسان، وهي أيضاً رسالة تحقق التواصل بين الشعوب والحضارات والثقافات المختلفة وتغطي كافة جوانب الحياة الإنسانية، ومن ناحية أخرى فإن أخلاقيات الإعلام تتخطى حدود أخلاقيات العمل والمهنة لتمتد وتشمل كافة جوانب الحياة الإنسانية بصفة عامة وبخاصة مع ظهور الإعلام التليفزيوني والتطورات الهائلة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات¹. حيث شهدت السنوات الأخيرة تطوراً كبيراً في الخروج على آداب المجتمع وقيمه وأخلاقياته، بل وفي كمية أحداث العنف والجريمة أيضاً، حيث ظهرت العديد من الجرائم الجديدة والغريبة، والتي يستعين مرتكبوها بأحدث وسائل التقدم العلمي والتكنولوجي في ارتكاب الجرائم الاجتماعية والاقتصادية الخطيرة، ونظراً لأن الخبرة المباشرة لمعظم الناس مع عالم الجريمة تُعد قليلة مقارنة بخبرتهم مع موضوعات أخرى، فإن وسائل الإعلام يحتمل أن تكون المصدر الرئيسي للمعلومات والخبرة فيما يتعلق بواقع الخروج عن الإطار الأخلاقي لقيم المجتمع وعاداته وتقاليده والمتمثلة في إزدياد وتنوع العنف والجريمة².

الإطار المعرفي للدراسة:

تمثل هذه الأخلاقيات كافة العاملين في حقل الإعلام المرئي الأرضي والفضائي الحكومي والحزبي والخاص بأن العاملين في مجال الإعلام المرئي يخضعون لنمط

¹ إبراهيم العقباوى، "أخلاقيات الإعلام والفضائيات العربية"، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الطبعة الأولى (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2005)، ص622.

² Carlson Stroman & Rihard Selizer, **Media Use and Perceptions of crime**, Journalism Quarterly, Vol. 62, No.2, 1985, p.340.

تشريعى وأخلاقى واحد فيما أن الإعلام الحكومى يخضع للوائح اتحاد الإذاعة والتليفزيون، إلا أن الأخلاق الذاتية التى تحكم الأداء الإعلامى بعيدة عن نمط الملكية إلى حد كبير.

وبما أن الأخلاق نوعان أخلاق ذاتية وتشمل الضمير الذاتى، وأخلاق اجتماعية تشمل الرقابة ومصالح المجتمع وخدمة الجمهور، فإن الأمر بالنسبة للرقابة هو كذلك، فالرقابة نوعان رقابة ذاتية من خلال مراقبة الإنسان لذاته، ورقابة خارجية تتحكم بالمؤسسة التابعة للإعلامى أو رقابة المجتمع لذاته .

حيث يفرق محمد سعد إبراهيم بين مفهوم المسؤوليات القانونية والأخلاقية على هذا النحو :

المسؤوليات الأخلاقية : ويقصد بها الواجبات التى حددها ميثاق الشرف الصحفى المصرى ، الذى أصدرته نقابة الصحفيين فى 19 يونيو 1996، وأقره المجلس الأعلى للصحافة فى 26 مارس 1998، أما المسؤوليات القانونية: يقصد بها المسؤوليات الملقاه على عاتق الصحفيين المصريين، وفق التشريعات التى تنظم الحقوق والواجبات والحريات والمسؤوليات المتعلقة بالعمل الصحفى¹.

أخلاقيات مهنة الإعداد :

المعد هو من يقوم بجمع المادة الإعلامية وقد يعمل بهذه المهنة العديد من الصحفيين أو الإذاعيين، وعلى أى أمر فإنه لابد للمعد بأن يتحلى بأخلاقيات المهنة وأن يهتم بهذه الأمور :

أولاً: الحصول على المعلومات ومصدر المعلومة وجهتها والتأكد من صدقها ونسبها إلى مصادرها الرسمية المسؤولة، وهنا يلتزم الدقة والصدق والموضوعية للقيم الخيرية فى المعلومات المقدمة لوسائل الإعلام .

ثانياً: جانب يتعلق بتحرير المعلومات وكيفية صياغتها للجمهور واستخدام الأساليب الحيادية والرأى والرأى الآخر، وعدم اتباع أسلوب الإيجابى أو السلبى، وإنما يقف المعد

¹ محمد سعد إبراهيم "أخلاقيات الإعلام والإنترنت وإشكاليات التشريع" ،(القاهرة : دار الكتب العلمية للنشر ، ط 1 ، 2007) ص120.

دائماً موقف الناقل للمعلومة ولا يتدخل بأى شكل من الأشكال فى نقلها، وينقل المعلومات كاملة بدون أى تلاعب فيها، وهو بذلك يفصل بين الرأى والخبر .
أخلاقيات مهنة التقديم :

- 1 - إدارة الحوار وإعطاء فرص كاملة للرأى والرأى الآخر .
- 2 - عدم الخلط بين الرأى والخبر .
- 3 - عدم التجاوز فى اللفظ أو توجيهه شتائم أو ألفاظ خارجة .
- 4 - عدم التعدى على الشخصيات العامة واحترام حياتهم الخاصة .
- 5 - عدم توجيه اتهام بالفساد أو الانحراف المالى أو التشكيك فى الذمة المالية لأى شخص دون مستندات رسمية مع كفالة حق الرد لأى طرف يطلب ذلك .
- 6 - عدم التمييز بين الجنسو الدين أو العقيدة أو المذهب أو اللغة أو اللهجة أو الشكل ، أو اللون ، أو بسبب المواصفات الجسدية أو النفسية .
- 7 - عدم التعرض للأديان السماوية أو تناولها بالنقد أو السخرية أو الإساءة لمتبعيها بأى شكل .
- 8 - الحرص على الحياد والموضوعية فى عرض القضايا الخلافية وعدم تحول الإعلامى إلى قاض أو زعيم يقود، وإنما دوره أن يعرض كل الآراء، وأن يتيح الفرص المتساوية لكل الأطراف بالتوازن والموضوعية مع الحفاظ على احترام وكرامة ضيوف البرنامج .
- 9 - تجنب عرض العنف أو المواد الإباحية المبتذلة أو إثارة الغرائز ويجب احترام قاعدة للكبار فقط و وضع تنويه بذلك على المواد المعروضة .
- 10 - احترام حقوق الملكية الفكرية وعدم الاقتباس من المصادر الفنية أو الإخبارية دون نسبتها إلى أصحابها لحفظ الحقوق .
- 11 - تجنب إشاعة التعصب بين جماهير الرياضة أو إظهار انحياز إعلامى إلى أحد الفرق الرياضية المحلية ولا سؤال الضيف عن هويته وانتمائه الرياضى .
- 12 - الحرص على إسناد الأخبار والمعلومات والإحصاءات والآراء إلى مصادر معترف بها وموثوق بها .

13 - عدم ترويج الشائعات بكل أنواعها السياسية والاقتصادية والصحية والاجتماعية مثل النية لرفع الأسعار أو انتشار عدوى أو بيع أصول وذلك دون توثيق رسمي للمعلومة .

14 - عدم استعداد فريق من الشعب على آخر أو إحدى مؤسسات الدولة دون وجه حق ، كما يحظر الوقعة بين الأحزاب والتيارات والأطراف السياسية .

15 - عدم الدعاية لمرشح سياسى ضد .

16 - ويجب عدم الترويج للدجل والشعوذة والخرافات والعلاج غير المعتمد طبياً، ويجب إعلاء قيمة العلم والعلماء .

أخلاقيات مهنة الإخراج والتصوير :

ينبغي على العاملين بمجال الإخراج والتصوير أن يهتموا بهذه المبادئ :

1 - عدم التلاعب بالصور .

2 - توثيق الفيديو والتسجيلات المنشورة.

3 - التأكد من مصادر الأخبار .

4 - عدم التلاعب بالأساليب الفنية والمونتاج والتأثير على مضمون الأخبار¹.

الدراسات السابقة

أسفرت مراجعة الدراسات السابقة عن عدم وجود دراسات مباشرة عن أخلاقيات معالجة المحتوى الساخر على الفضائيات المصرية ومدى الالتزام بالمعايير المهنية وانعكاسها على مصداقية الجمهور .

ولكن هناك بعض الدراسات السابقة التي تتعلق بشكل غير مباشر بمشكلة الدراسة وبالتحديد أخلاقيات الإعلام والمسؤولية الاجتماعية من زوايا مختلفة، وهي كالتالي :-

(1) دراسة إلهام محمود مرسى (2022) "استراتيجيات التضليل الإعلامي المستخدمة

فى معالجة القضايا الاجتماعية والسياسية المصرية على مواقع التواصل

الاجتماعى واتجاهات المراهقين نحوها"¹:

¹ عدلى رضا "أخلاقيات الإعلام فى عصر العولمة"، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، العدد الثالث مايو - يونيو 2012، ص 29-31.

هدفت الدراسة إلى التعرف على استراتيجيات التضليل الإعلامي المستخدمة في معالجة القضايا الاجتماعية والسياسية المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها، كما أنها استخدمت منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني من خلال عينة قوامها 400 مفردة من المراهقين وتحليل 120 منشور وفيديو على موقعي الفيسبوك ويوتيوب، وتوصلت هذه الدراسة إلى نسبة كبيرة من المراهقين يرون أن هناك خداع وتزييف في معالجة القضايا الاجتماعية والاقتصادية بنسبة 52,2%، كذلك نسبة من يتأثرون بدرجة متوسطة بتلك الاستراتيجيات بنسبة 57,8%.

(2) دراسة المعترز بالله رضا (2021) "المسؤولية المدنية لمقدمي البرامج فى القنوات التلفزيونية الخاصة"²:

هدفت الدراسة إلى بيان الفرق بين الحقوق التي يتمتع بها مقدم البرنامج كحرية التعبير والحق فى الإعلام والحق فى النقد وبين إساءة استعمال تلح الحقوق، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدم كفاية المنظومة التشريعية الإعلامية الحالية للحد من الإنفلات الإعلامي الحاصل، وكذلك عدم وجود إطار تشريعى واضح يسمح بتداول حقيقى وفعلى للمعلومات .

(3) دراسة نيفين مصطفى (2021) "العوامل المؤثرة على الأداء المهني للإعلاميات فى صعيد مصر فى ظل تداعيات ثورة 25 يناير"³ :

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أهم مؤشرات الأداء المهني من وجهة نظر الإعلاميات عينة الدراسة، ورصد الضغوط التي تتعرض لها الإعلاميات عينة الدراسة أثناء تأدية عملهن، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأسلوب العينة العشوائية تتكون من 100 مفردة، وتوصلت هذه الدراسة إلى أهم أسباب عدم شعور الإعلاميات

¹ إلهام محمود مرسى "استراتيجيات التضليل الإعلامي المستخدمة فى معالجة القضايا الاجتماعية والسياسية المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، 2022.

² المعترز بالله رضا "المسؤولية المدنية لمقدمي البرامج فى القنوات التلفزيونية الخاصة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الحقوق، قسم القانون المدنى، 2021.

³ نيفين مصطفى "العوامل المؤثرة على الأداء المهني للإعلاميات فى صعيد مصر فى ظل تداعيات ثورة 25 يناير"، دراسة ماجستير غير منشورة، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2021.

بالاستقلالية المهنية فى أثناء تأديتهن عملهن فى الترتيب الأول "الضغوط السياسية، والأمنية، والمجتمعية، والتشريعية التى تتعرض لها"، كما جاءت أهم معايير الأداء المهني للإعلاميات "الإلتزام بمواثيق الشرف الإعلامى"

4) دراسة أيمن عبد الغفار عبد العزيز (2020) "اتجاهات طلبة كليات الإعلام نحو الأداء المهني للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى إطار المشاهدة الناقد¹":

هدفت هذه الدراسة الأداء المهني الإعلامى للبرامج الحوارية واتجاهات طلبة كليات وعاهد وأقسام الإعلام نحوها من خلال المشاهدة الناقد، وتُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى استخدمت منهج المسح الإعلامى الميدانى وذلك من خلال مسح عينة عمدية قوامها 400 مفردة من الشباب الجامعى، وتوصلت هذه الدراسة إلى استجابات المبحوثين على معيار الإلتزام بالأخلاقيات المهنية للإعلام من وجهة نظر المبحوثين بالترتيب: (المصادقية فى عرض الموضوعات - الحياد فى تناول الآراء المختلفة - مراعاة قيم وأخلاقيات المجتمع - منح فرص متساوية للضيوف)، وجاء معيار القواعد المهنية لإجراء الحوار: (إجادة اختيار الموضوع - إجادة اختيار الضيوف - وضوح الهدف من الحوار - توضيح خلاصة الحوار).

5) دراسة رضوى صبرى عباس (2020) "المعايير الأخلاقية والمهنية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية وعلاقتها باتجاهات المراهقين المصريين نحوها"²:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أكثر القنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية التى يحرص المراهقين "عينة الدراسة" على مشاهدتها، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات

¹ أيمن عبد الغفار عبد العزيز " اتجاهات طلبة كليات الإعلام نحو الأداء المهني للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى إطار المشاهدة الناقد"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، 2020.

² رضوى صبرى عباس "المعايير الأخلاقية والمهنية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية وعلاقتها باتجاهات المراهقين المصريين نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، 2020.

الوصفية واعتمدت على منهج المسح حيث طبقت الدراسة على عينة قوامها 210 مفردة من المراهقين من سن 18 - 21 عام، وتوصلت هذه الدراسة إلى التزام مقدم البرنامج بجميع آداب الحوار الإعلامي في جميع البرامج الحوارية عينة الدراسة، وتوافر المعايير المهنية في البرامج الحوارية في البرامج الحوارية عينة الدراسة حيث جاء في المركز الأول "الالتزام بالموضوعية في طرح القضايا المختلفة - التوازن في عرض الآراء المختلفة - إعطاء فرص متكافئة للضيوف للتعبير عن آرائهم - شمول وعمق التغطية الإعلامية للقضايا المختلفة - ضيوف البرنامج متخصصين وخبراء - عدالة توزيع الأدوار بين ضيوف البرنامج.

(6) دراسة نرمين شعبان عبد الجواد (2019) "المهنية الإعلامية في وسائل الإعلام المصرية : دراسة مستقبلية لوسائل الإعلام المطبوعة والمرئية"¹:

هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل الأداء المهني الإعلامي سواء للوسائل المقروءة أو المرئية في الإعلام القومي أو الخاص، وتعد الدراسة ضمن الدراسات المستقبلية ذو النمط الاستهدافي (المعياري - القياسي)، وتتبع الدراسة أكثر من منهج (منهج الدراسات التطويرية - المنهج التاريخي)، وتوصلت هذه الدراسة إلى تصميم نموذج فيما سُمى بـ "برنامج رفع مستوى الأداء المهني والحفاظ على كفاءته" وتصميم مقياس للمهنية الإعلامية لقياس مدى التزام المحتوى الإعلامي بالنسبة للصحيفة بجانب المحتوى وأداء القائم بالاتصال بالنسبة للتلفزيون ومرصد مهني: وهو مرصد داخلي يتبع الوسيلة نفسها ولا يُعد جهة رقابية مثل المجلس الأعلى للصحافة والنقابات وغيرها، ولكنه مرصد يعتنى بارتفاع مستوى الأداء للوسيلة من خلال تقييم دورى قائم على معايير موضوعية .

(7) دراسة شيكار (2010) "أخلاقيات الإعلام - دراسة مقارنة بين المبادئ الشرقية والغربية"² :

¹ نرمين شعبان عبد الجواد "المهنية الإعلامية في وسائل الإعلام المصرية : دراسة مستقبلية لوسائل الإعلام المطبوعة والمرئية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2019.

² Shekhar. "Media Ethics: A comparative Study of Eastern And Western Principles", (June,18,2010). Available at:

هدفت الدراسة إلى: تقديم فهم متكامل لأخلاقيات الإعلام، من خلال منظورين إحداهما شرقى والآخر غربى، فضلاً عن التركيز على أخلاقيات الإعلام، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الفلسفات الشرقية والغربية تعتبر مصدر أساسى تشتق منه العديد من المبادئ وأسس الصحافة وأن المعايير الأخلاقية للقائمين بالاتصال فى الإعلام يجب تحقيقها على أرضيات الواقع لما لها من أهمية خاصة

مشكلة الدراسة:

بالنظر إلى الدراسات السابقة نجد اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين الأجانب بدراسة تأثيرات البرامج التليفزيونية الساخرة على الجمهور، مما يدل على أهمية هذه البرامج كقالب إعلامى يمكن أن يساهم فى نقد الواقع الاجتماعى والسياسى والإعلامى بشكل يتميز بالجاذبية فى طريقة العرض ويلقى قبولاً من قبل الجمهور خاصة، وأنه يُعبر أحياناً عن العديد من القضايا والموضوعات التى تدخل فى إطار اهتمام الجمهور، إلا أنها لم تلقِ الاهتمام الكافى من الدراسة فى مصر أو الدول العربية وربما يرجع ذلك لحدثة هذا النوع من البرامج التليفزيونية بالنسبة للمجتمع المصرى والعربى، مما جعلها -أحياناً- مثيرة للجدل من بعض الجماهير والنخبة خاصة فيما يتعلق بالجانب الأخلاقى والمهنى لهذه البرامج، من هنا رأت الباحثة ضرورة دراسة أخلاقيات البرامج الساخرة على الفضائيات المصرية وتقييمها فى ضوء المعايير المهنية والأخلاقية لمهنة الإعلام، وفى ضوء ما سبق يمكن صياغة المشكلة البحثية بشكل أكثر تحديداً فى التساؤل التالى "ما هى أخلاقيات معالجة البرامج الساخرة على الفضائيات المصرية؟ وما مدى التزامها بالمعايير المهنية والإعلامية؟"

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- الأهمية الخاصة لأخلاقيات الإعلام بالمقارنة بأى 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.

3- تعرضت البرامج التليفزيونية 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) ندرة الدراسات العربية التي تم إجراؤها في مجال البرامج الساخرة خاصة والمحتوى الكوميدي بوجه عام، على الرغم من وجود هذه البرامج منذ زمن طويل، حيث تنوعت الدراسات ما بين البرامج الكوميديّة السياسية واتجاهات الجمهور نحوها، أما هذه الدراسة فقد تناولت بالتحليل والدراسة مضمون البرامج التليفزيونية الساخرة من منظور المسؤولية الاجتماعية ومدى مراعاتها للقيم الأخلاقية والاجتماعية للمجتمع.

2) تبرز أهمية الدراسة في تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية للبرامج التليفزيونية الساخرة، حيث أنها تعتمد على أن كل ما يعرض على التليفزيون من مضمون إعلامي لابد أن يكون له مغزى وهدف وإفادة تعود على المشاهدين.

أهداف الدراسة:

1) التعرف على أشكال القوالب الفنية للبرامج الساخرة محل الدراسة.

2) رصد عناصر الإبراز (الإقناع) التي اعتمدت عليها البرامج التلفزيونية الساخرة محل الدراسة.

3) رصد القضايا التي يعالجها محتوى البرامج الساخرة محل الدراسة.

4) التعرف على أساليب معالجة القضايا المُقدمة بالبرامج الساخرة محل الدراسة.

5) التعرف أشكال خروج البرامج الساخرة محل الدراسة على المعايير المهنية للإعلام.

6) رصد وتقييم أشكال خروج البرامج الساخرة عينة الدراسة عن المعايير الأخلاقية.

تساؤلات الدراسة:

1- ما القوالب الفنية التي يتم تقديمها من خلال مضمون البرامج التلفزيونية الساخرة؟
2- ما هي عناصر الإبراز (الإقناع) المستخدمه بالبرامج التلفزيونية الساخرة محل الدراسة ؟

3- ما الأفكار التي يتم معالجتها وطرحها بالبرامج التلفزيونية الساخرة؟
4- مدى التزام البرامج الساخرة بالفضائيات المصرية على مستوى التقديم والإعداد والتصوير والإخراج؟

فروض الدراسة:

1- توجد فروق دالة إحصائياً بين البرامج الساخرة عينة الدراسة ومدى التزامها بالمعايير الأخلاقية .
2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين البرامج الساخرة عينة الدراسة وعناصر الإبراز (الإقناع) المستخدمة .

نوع الدراسة:

دراسة تحليلية لمضمون عينة من البرامج التلفزيونية الساخرة والمُذاعة على القنوات الفضائية.

تنتمي هذه الدراسة من حيث المنهج والقياس إلى البحوث والدراسات الوصفية Descriptive Studies، التي تسعى إلى دراسة ظاهرة معينة وتوصيفها

ومعرفة كافة جوانبها، وتصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو الأحداث، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها¹.

منهج الدراسة:

استخدمت فيه الباحثة أداة تحليل المضمون لعينة من البرامج الساخرة التي تم عرضها على القنوات الفضائية الخاصة، خلال وبعد فترة عدم الاستقرار السياسى والاجتماعى داخل البلاد .

مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة التحليلية فى البرامج التليفزيونية الساخرة التى تم إذاعتها على القنوات الفضائية المصرية الخاصة فى الفترة من عام 2015 حتى عام 2016. قامت الباحثة برصد وتحليل أربعة برامج من البرامج التليفزيونية الساخرة المُذاعة على القنوات الفضائية الخاصة، حيث قامت بتحليل 12 حلقة من كل برنامج من البرامج الساخرة عينة الدراسة (بنى آدم شو، أسعد الله مساكم، أبله فاهيتا، البلاتوه) فى الفترة من 2016/3/9 حتى 2016/5/25.

مفاهيم للدراسة:

وضعت الباحثة تعريفات إجرائية لبعض مصطلحات الدراسة، وهى 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 .

¹ سمير محمد حسين، "دراسات فى مناهج البحث العلمى"، بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتاب، ط2، 1995، ص 131.

وبمعنى آخر :-

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

منظور نظرية المسؤولية الاجتماعية:

الفكرة الرئيسية التي تقوم عليها النظرية هي التوازن بين حرية وسائل الإعلام ومسئولياتها أمام المجتمع¹، وخلص منظور المسؤولية الاجتماعية إلى أنها تعنى بثلاثة عناصر أساسية، وهي:

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

ت- القيم المهنية التي يجب مراعاتها في أداء الوظيفة الإعلامية مثل الصدق والدقة والموضوعية والشمول والتوازن في معالجة قضايا المجتمع².

وقد يقصد بالمسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الساخرة، هي قدرة تلك النوعية من البرامج على معالجة القضايا والموضوعات السياسية والاجتماعية في 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

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

² رباب عبد الرحمن هاشم، مرجع سابق، ص 346.

الاهتمام بتحديد هذا المفهوم بصورة دقيقة ومع ذلك فهناك بعض التعريفات للأخلاقيات، منها:

تعريف هو مسار للأخلاقيات بأنها ذلك الفرع من الفلسفة التي تتناول المسائل المتعلقة بالصحة والخطأ، الخير والشر، وعلى ذلك فإن مصطلح أخلاقي 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، التي يبنى عليها الحكم بالصحة أو الخطأ¹.

حدود الدراسة:

المجال الزمني: بدأ تجميع العينة من الدورة البرمجية لعامي 2014 و 2015 .
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).

¹ سليمان صالح، "أخلاقيات الإعم"، الكويت، دار الفلاح للنشر والتوزيع، 2002، ص 57.

- 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.

نتائج الدراسة:

1) القوالب أو الأشكال الفنية التي اتخذتها البرامج الساخرة محل الدراسة:

جدول رقم (1) يوضح القوالب الفنية للبرامج الساخرة محل الدراسة

المجموع	البرنامج								القالب الفني	
	البلاطوه		أسعد الله مساعكم		أبله فاهيتا		بنى آدم شو			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
39.4%	71	100.0%	60	10.4%	5	0%	0	16.7%	6	سيمي دراما
7.2%	13	0%	0	14.6%	7	0%	0	16.7%	6	حديث مباشر
13.3%	24	0%	0	0%	0	66.7%	24	0%	0	مقابلة
40.0%	72	0%	0	75.0%	36	33.3%	12	66.7%	24	أكثر من شكل
100.0%	180	100.0%	60	100.0%	48	100.0%	36	100.0%	36	المجموع

يكشف الجدول السابق عن القالب أو الشكل الفني الذي اتخذته برامج المقالب عينة الدراسة التي تم عرضها خلال الفترة 2015 - 2016 ف جاء كآلاتي: تصدر المرتبة الأولى من حيث القوالب والأشكال الفنية التي اتخذتها البرامج الساخرة محل الدراسة "أكثر من شكل" بنسبة 40%، يليها في المرتبة الثانية قالب السيمي دراما بنسبة 39,4% وهو تجسيد حي لقضية البرنامج من خلال المقدم وبمشاركة فريق الإعداد.

تختلف هذه النتائج مع دراسة منال عبد محمد منصور¹(2003) حيث أثبتت النتائج تنوع الأشكال الفنية التي تقدم بها القيم في برامج الأطفال حيث جاء الغناء الجماعي في المركز الأول. كما اختلفت مع دراسة إيمان عاشور¹(2016) حيث جاءت المقابلة في صدره قائمة أشكال وقوالب تقديم فقرات البرنامج حيث بلغت 24,4% التي تختلف تخصصاتهم بناءً على نوع موضوع الحلقة.

1 منال عبده محمد منصور: " القيم التي تعكسها برامج الأطفال في التلفزيون المحلي : دراسة مسحية للقناة الرابعة"، رسالة ماجستير، جامعة عين شمس، 2003.

ترى الباحثة أن البرامج تختلف في استخدام الأشكال وقوالب التقديم لاختلاف أسلوب وسياسة القناة لكل برنامج وكل موضوع يتناوله البرنامج وطريقة كل مقدم مما يجعل كل برنامج له لونه الخاص به وأكثر تميزاً ونفضيلاً عن غيره بالنسبة للجمهور المشاهد.

(2) عناصر الإبراز (الإقناع) المستخدمه بالبرامج التليفزيونية الساخرة محل الدراسة:

جدول رقم (2)

يوضح عناصر الإبراز (الإقناع) التي اعتمدت عليها البرامج التليفزيونية الساخرة محل الدراسة

معامل التوافق	مستوي المعنوية	درجة الحرية	كا	المجموع	البرنامج				عناصر الإبراز (الإقناع)	
					البلاطوه	أسعد الله مساعكم	أبله فاهيتا	بنى آدم شو	ك	%
0.484	0.000	3	55.000	36	0	24	0	12	ك	اقتباس من أفلام روائية
				%20.0	%0.	%50.0	%0.	%33.3	%	
				180	60	48	36	36	ك	اسكتشات وأغاني
				%100.0	%100.0	%100.0	%100.0	%100.0	%	
0.622	0.000	3	113.333	72	0	48	12	12	ك	فيديوهات
				%40.0	%0.	%100.0	%33.3	%33.3	%	
0.327	0.000	3	21.600	30	0	12	12	6	ك	الصورة شخصية
				%16.7	%0.	%25.0	%33.3	%16.7	%	
0.327	0.000	3	21.600	30	0	12	12	6	ك	موضوعية
				%16.7	%0.	%25.0	%33.3	%16.7	%	
0.341	0.000	3	23.750	36	0	12	12	12	ك	ساخرة
				%20.0	%0.	%25.0	%33.3	%33.3	%	
				180	60	48	36	36	ك	حديث ساخر
				%100.0	%100.0	%100.0	%100.0	%100.0	%	
				180	60	48	36	36	ن	المجموع

يتضح من نتائج الجدول السابق اعتماد جميع البرامج محل الدراسة على الاسكتشات والأغاني والحديث الساخر بنسبة 100% بجميع الحلقات كعناصر إقناع وإبراز للمواد

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

البرامجية وهذه الاسكتشات قديمة تم تحريفها وتغيير كلماتها لتناسب مع موضوع الحلقة من قبل مقدم البرنامج وبمشاركة فريق الإعداد، فى حين اعتمد برنامج بنى آدم شو بالمرتبة الثانية على كل من عناصر اقتباس من أفلام روائية وفيديوهات وصور ساخرة بنسبة 33,3% حيث أن الاقتباس من الأفلام الروائية تتناسب مواقفها مع موضوع الحلقة وخاصة التى تحتوى على الإيبيها الكوميديا والتى تدعم مضمون الحلقات.

اختلفت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة إيمان عاشور (2016) حيث جاء بالمرتبة الأولى وسيلة اقتباس من أفلام روائية ثم اسكتشات وأغانى، يليه وسيلة الفيديوهات والأغانى المرئية، يليه الرسوم الكاريكاتورية الساخرة، وأخيراً وسيلة تجسيد قضية البرنامج .

(3) القضايا التى يعالجها محتوى البرامج التليفزيونية الساخرة محل الدراسة:

جدول رقم (3) يوضح القضايا التى يعالجها محتوى البرامج الساخرة محل الدراسة

المجموع	البرنامج									القضايا
	البلاطه		أسعد الله مساعكم		أبله فاهيتا		بنى آدم شو			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
35.6%	64	0.0%	0	60.4%	29	0.0%	0	97.2%	35	سياسية
63.9%	115	100.0%	60	39.6%	19	100.0%	36	0.0%	0	اجتماعية
6.0%	1	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	2.8%	1	أكثر من قضية
100.0%	180	100.0%	60	100.0%	48	100.0%	36	100.0%	36	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الموضوعات الاجتماعية تصدرت قائمة الموضوعات المثارة بالبرامج عينة الدراسة فيما عدا برنامج بنى آدم شو بنسبة 63,9% مع اختلاف النسب من برنامج لآخر بباقي العينة محل الدراسة، حيث

تصدرت المرتبة الأولى بنسبة 100% لكل من برنامجى أبله فاهيتا والبلاتوه، بينما جاءت بنسبة 39,6% فى برنامج أسعد الله مساءكم.

اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة أميرة عبد الرحمن (2011)¹ والتي كشفت زيادة اهتمام البرنامج الحوارى الحكومى "مصر انهارده" بالقضايا الاجتماعية حيث جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة 23,3%، بينما جاء بالمرتبة الثانية القضايا الصحية بنسبة 9,09%.

فى حين اختلفت نتائج الدراسة مع دراسة إيمان عاشور (2016)² حيث تصدرت القضايا السياسية المرتبة الأولى يليها القضايا الاجتماعية ثم القضايا الاقتصادية وأخيراً الدينية.

مما سبق يتضح تصدر الموضوعات الاجتماعية والسياسية قائمة الموضوعات المطروحة فى البرامج الساخرة عينة الدراسة، ويرجع ذلك لطبيعة هذه البرامج الاجتماعية والسياسية حيث تتخذ من المشكلات التى تواجه المجتمع المصرى باختلاف فئاته ومن ناحية أخرى الحكم والسلطة الحاكمة وأخطاء الإدارة وشكاوى الجمهور البسيط المادة الأساسية لموضوعات الحلقات، وأيضاً طبيعة الموضوعات الاجتماعية والسياسية نفسها التى تثير الجدل بين الجمهور ما بين مؤيد ومعارض للقرارات السياسية والاجتماعية وكان من أبرز هذه الموضوعات الاجتماعية (غلاء الأسعار - البطالة - مشكلات التعليم - الخلافات الزوجية - الفقر - كثرة الإنجاب - إلخ) أما الموضوعات السياسية مثل (المظاهرات - سد النهضة وتداعياته على الأمن المصرى الذى فجر مادة من السخرية السياسية على هذا الواقع المتردى الذى كشف فقر الأفكار التى طُرحت، وأزمة النخبة السياسية التى تشكلت فى هذه الفترة، وفشلها

¹ أميرة عبد الرحمن محمد، "القيم الاجتماعية بالبرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية وعلاقتها بمنظومة القيم لدى الشباب الجامعى"، رسالة ماجستير، جامعة عين شمس، 2011.

² إيمان عاشور سيد، مرجع سابق .

في تقديم بدائل مناسبة، مشروع قناة السويس، انتخابات الرئاسة، قرار ترشح السيسي، أداء الحكومة).

(4) أساليب معالجة القضايا المُقدمة بالبرامج التليفزيونية الساخرة محل الدراسة:

جدول رقم (4) يوضح أساليب معالجة القضايا المُقدمة بالبرامج الساخرة محل الدراسة

معامل التوافق	مستوي المعنوية	درجة الحرية	كا	المجموع	البرنامج				أساليب المعالجة	
					البلاتوه	أسعد الله مساءكم	أبله فاهيتا	بنى آدم شو		
0.471	0.000	3	51.429	168	60	48	24	36	ك	نقد الأوضاع الراهنة بشكل ساخر
				%93.3	%100.0	%100.0	%66.7	%100.0	%	
0.426	0.000	3	40.000	36	6	0	12	18	ك	عرض مجرد للقضية
				%20.0	%10.0	%0.	%33.3	%50.0	%	
0.442	0.000	3	43.810	126	42	48	12	24	ك	السخرية من الحكومة
				%70.0	%70.0	%100.0	%33.3	%66.7	%	
0.463	0.000	3	49.091	132	42	48	12	30	ك	السخرية من المسؤولين
				%73.3	%70.0	%100.0	%33.3	%83.3	%	
0.555	0.000	3	80.120	73	18	19	0	36	ك	السخرية من المواطنين
				%40.6	%30.0	%39.6	%0.	%100.0	%	
0.426	0.000	3	40.000	144	36	48	24	36	ك	السخرية من الشعب
				%80.0	%60.0	%100.0	%66.7	%100.0	%	
0.465	0.000	3	49.524	126	36	48	12	30	ك	السخرية من القرارات
				%70.0	%60.0	%100.0	%33.3	%83.3	%	
0.471	0.000	3	51.429	168	60	48	24	36	ك	السخرية من السلوكيات
				%93.3	%100.0	%100.0	%66.7	%100.0	%	

0.535	0.000	3	72.344	66	0	24	12	30	ك	السخرية
				%36.7	%0.	%50.0	%33.3	%83.3	%	من
0.471	0.000	3	51.429	12	0	0	12	0	ك	السخرية
				%6.7	%0.	%0.	%33.3	%0.	%	من
				180	60	48	36	36	ن	المجموع

يتضح من نتائج الجدول السابق اتفاق البرامج الساخرة عينة الدراسة (بنى آدم شو - أسعد الله مساعكم - البلاتوه) على نقد الوضع الراهن بشكل ساخر والسخرية من السلوكيات بنسبة 100% بالمادة البرمجية المقدمة، في حين تفرد الفنان أحمد آدم مقدم برنامج بنى آدم شو بالسخرية كذلك من الشعب والمواطنين بالمرتبة الأولى بنسبة 100% من إجمالي المادة البرمجية المقدمة، يليه السخرية من المسؤولين والسخرية من القرارات والسخرية من التصريحات في المرتبة الثانية بنسبة 83,3%.

(5) أشكال خروج البرامج الساخرة محل الدراسة على المعايير المهنية

جدول رقم (5)

يوضح أشكال خروج البرامج الساخرة محل الدراسة على المعايير المهنية للإعلام

معامل التوافق	مستوي المعنوية	درجة الحرية	كا	المجموع	البرنامج				ك	التشهير
					البلاتوه	أسعد الله مساعكم	أبله فاهيتا	بنى آدم شو		
0.603	0.000	3	102.932	79	0	31	12	36	ك	التشهير
				%43.9	%0.	%64.6	%33.3	%100.0	%	
0.516	0.000	3	65.455	132	24	48	24	36	ك	اصطناع
				%73.3	%40.0	%100.0	%66.7	%100.0	%	
0.372	0.000	3	28.867	43	0	19	12	12	ك	اختلاق
				%23.9	%0.	%39.6	%33.3	%33.3	%	
0.625	0.000	3	115.407	66	30	0	0	36	ك	التأثير

				36.7%	50.0%	0.0%	0.0%	100.0%	%	علي بليلة الرأى العام
0.667	0.000	3	144.000	30	0	0	0	30	ك	التحريض علي الفتنة الطائفية
				16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	83.3%	%	
0.641	0.000	3	125.430	102	6	48	12	36	ك	اهانة سلطات الدولة
				56.7%	10.0%	100.0%	33.3%	100.0%	%	
0.527	0.000	3	69.257	41	0	29	0	12	ك	اذاعة ما يكرر السلام العام
				22.8%	0.0%	60.4%	0.0%	33.3%	%	
0.393	0.000	3	32.885	24	0	12	12	0	ك	اذاعة ما يثير الفرع
				13.3%	0.0%	25.0%	33.3%	0.0%	%	
0.471	0.000	3	51.429	12	0	0	12	0	ك	اذاعة ما يهدد المصلحة العامة
				6.7%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	%	
0.471	0.000	3	51.429	12	0	0	12	0	ك	أخرى تذكر
				6.7%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	%	
				180	60	48	36	36	ن	المجموع

يتضح من نتائج الجدول السابق بأن اصطناع الأخبار وترويج الشائعات يأتي في المرتبة الأولى كشكل من أشكال الخروج عن المعايير المهنية للإعلام بنسبة 73,3%، يليه شكل إهانة سلطات الدولة بالمرتبة الثانية بنسبة 56,7%، ثم شكل التشهير بالمرتبة الثالثة بنسبة 43,9%، وشكل التأثير على بليلة الرأى العام بالمرتبة الرابعة بنسبة 36,7%.

وبالنظر إلى برنامج بنى آدم شو فكانت أشكال الخروج عن المعايير المهنية بالمرتبة الأولى بنسبة 100,0% التشهير واصطناع الأخبار الكاذبة والتأثير على بلبله الرأى العام وإهانة سلطات الدولة، فى حين خرج برنامج أبله فاهيتا عن المعايير المهنية بشكل اصطناع الأخبار والترويج للشائعات بالمرتبة الأولى بنسبة 66,7%، أما برنامج أسعد الله مساءكم جاءت أشكال اصطناع الأخبار والترويج للشائعات وإهانة سلطات الدولة بالمرتبة الأولى بنسبة 100,0%، وبرنامج البلاطوه خرج عن المعايير المهنية بشكل التأثير على بلبله الرأى العام بالمرتبة الأولى بنسبة 50,0%.

6) أشكال خروج البرامج الساخرة عينة الدراسة عن أخلاقيات المهنة

جدول رقم (6) يوضح أشكال خروج البرامج الساخرة عينة الدراسة عن المعايير الأخلاقية

معامل التوافق	مستوي المعنوية	درجة الحرية	نكا	المجموع	البرنامج				أشكال الخروج على أخلاقيات المهنة	
					البلاطوه	أسعد الله مساءكم	أبله فاهيتا	بنى آدم شو	ك	السب والقذف
0.660	0.000	3	139.091	48	0	0	12	36	ك	السب والقذف
				%26.7	%0.	%0.	%33.3	%100.0	%	
0.633	0.000	3	120.176	67	0	7	24	36	ك	انتهاك الخصوصية
				%37.2	%0.	%14.6	%66.7	%100.0	%	
0.594	0.000	3	98.182	48	0	0	24	24	ك	نشر معلومات عن حياة الفرد الخاصة
				%26.7	%0.	%0.	%66.7	%66.7	%	
0.406	0.000	3	35.556	18	0	0	12	6	ك	استخدام صور إباحية
				%10.0	%0.	%0.	%33.3	%16.7	%	
0.546	0.000	3	76.651	114	30	12	36	36	ك	استخدام ألفاظ إباحية
				%63.3	%50.0	%25.0	%100.0	%100.0	%	
0.614	0.000	3	109.167	72	0	12	24	36	ك	استخدام حركات إباحية
				%40.0	%0.	%25.0	%66.7	%100.0	%	
				180	60	48	36	36	ن	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أشكال خروج البرامج الساخرة عينة الدراسة عن المعايير الأخلاقية للإعلام حيث جاء في المرتبة الأولى استخدام ألفاظ إباحية بنسبة 63,3%، يليه في المرتبة الثانية استخدام حركات إباحية بنسبة 40,0%، ثم انتهاك الخصوصية بالمرتبة الثالثة بنسبة 37,2%، ثم نشر معلومات عن حياة الفرد الخاصة بنسبة 26,7%.

(7) مدى التزام مقدم البرامج الساخرة محل الدراسة بمعايير العمل الإعلامي

جدول رقم (7) يوضح مدى إبداء مقدم البرنامج لرأيه الشخصي حول القضية

المجموع	البرنامج								إبداء الرأي	
	البلاتوه		أسعد الله مساءكم		أبله فاهيتا		بنى آدم شو			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%93.3	168	%100.0	60	%75.0	36	%100.0	36	%100.0	36	كثيرا
%6.7	12	%0.	0	%25.0	12	%0.	0	%0.	0	أحيانا
%100.0	180	%100.0	60	%100.0	48	%100.0	36	%100.0	36	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن مقدمى البرامج الساخرة عينة الدراسة كثيراً ما يبدون آرائهم بنسبة 93,3%، وأحياناً بنسبة 6,7%.

وبالنظر إلى نتائج الجدول السابق نجد أن معظم مقدمى البرامج عينة الدراسة (بنى آدم شو - أبله فاهيتا - البلاتوه) يبدون آرائهم خلال تقديم فقرات البرنامج كثيراً بنسبة 100,0% سواء بالتأييد أو المعارضة ومهاجمة الحكومة وقراراتها وتهيبج الرأى العام وفقاً لما يراه مقدم البرنامج أو سياسة القناة واتجاهاتها، أما برنامج أسعد الله مساءكم فأبدى مقدم البرنامج رأيه كثيراً خلال فقرات حلقات البرنامج بنسبة 75,0%، وأحياناً بنسبة 25,0%.

8) مدى استخدام الألفاظ الإيحائية خلال عرض الموضوعات بالبرامج الساخرة عينة الدراسة

جدول رقم (8) يوضح مدى استخدام ألفاظ إيحائية لتوجيه الجمهور خلال عرض موضوعات البرامج
الساخرة عينة الدراسة

المجموع		البرنامج								ألفاظ إيحائية
		البلاتوه		أسعد الله مساعكم		أبله فاهيتا		بنى آدم شو		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%62.8	113	%40.0	24	%35.4	17	%100.0	36	%100.0	36	كثيرا
%37.2	67	%60.0	36	%64.6	31	%0.	0	%0.	0	أحيانا
%100.0	180	%100.0	60	%100.0	48	%100.0	36	%100.0	36	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق مدى استخدام الألفاظ الإيحائية بالبرامج الساخرة
عينة الدراسة، حيث جاء استخدام الألفاظ كثيراً في المرتبة الأولى بنسبة 62,8%،
وأحياناً بالمرتبة الثانية بنسبة 37,2%.

وبالنظر إلى النتائج وجد أن كلاً من برنامجى بنى آدم شو وأبله فاهيتا يستخدموا
ألفاظ إيحائية خلال تقديم موضوعات البرنامج، أما كلاً من برنامجى أسعد الله مساعكم
والبلاتوه استخدموا الألفاظ الإيحائية أحياناً بنسب 64,6% و 60,0% بالترتيب،
واستخدموها كثيراً بنسب 35,4% و 40,0% بالترتيب.

(9) مدى استخدام الألفاظ الخارجة أو حركات خارجة غير لانقه خلال عرض

الموضوعات بالبرامج الساخرة عينة الدراسة

جدول رقم (9)

يوضح مدى استخدام ألفاظ خارجة خلال عرض موضوعات البرامج الساخرة عينة الدراسة

المجموع		البرنامج								ألفاظ خارجة
		البلاتوه		أسعد الله مساعكم		أبله فاهيتا		بنى آدم شو		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%73.3	132	%60.0	36	%50.0	24	%100.0	36	%100.0	36	كثيرا
%26.7	48	%40.0	24	%50.0	24	%0.	0	%0.	0	أحيانا
%100.0	180	%100.0	60	%100.0	48	%100.0	36	%100.0	36	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن البرامج الساخرة عينة الدراسة تستخدم ألفاظ

خارجة كثيراً بالمرتبة الأولى بنسبة 73,3%، وتستخدمها أحياناً بنسبة 26,7%.

(10) مدى استخدام مقدمى البرامج الساخرة عينة الدراسة الأسلوب الساخر

أثناء عرض البرنامج

جدول رقم (10)

يوضح استخدام مقدم البرنامج تعبيرات الوجه لتأييد رأيه حول القضية المطروحة

المجموع		البرنامج								تعبيرات الوجه
		البلاتوه		أسعد الله مساعكم		أبله فاهيتا		بنى آدم شو		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%66.7	120	%20.0	12	%100.0	48	%66.7	24	%100.0	36	كثيرا
%26.7	48	%80.0	48	%0.	0	%0.	0	%0.	0	أحيانا
%6.7	12	%0.	0	%0.	0	%33.3	12	%0.	0	لا
%100.0	180	%100.0	60	%100.0	48	%100.0	36	%100.0	36	المجموع

يتضح من نتائج الجدول السابق استخدام مقدمى البرامج الساخرة عينة الدراسة

تعبيرات الوجه أثناء تقديم فقرات البرنامج كوسيلة من وسائل دعم وتأييد رأيه وإقناع

الجمهور مشاهدى البرنامج، جاء ذلك كثيراً بالمرتبة الأولى بنسبة 66,7%، بينما

يستخدم تعبيرات الوجه أحياناً بالمرتبة الثانية بنسبة 26,7%.

(11) مدى استخدام مقدم البرامج الساخرة عينة الدراسة لتعبيرات الوجه لدعم رأيه خلال تقديم البرنامج

جدول رقم (11)

يوضح مدى تشويه مقدمى البرامج عينة الدراسة فى نطق الألفاظ

المجموع		البرنامج								تشوية الألفاظ
		البلاتوه		أسعد الله مساءكم		أبله فاهيتا		بنى آدم شو		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%83.3	150	%50.0	30	%100.0	48	%100.0	36	%100.0	36	كثيرا
%16.7	30	%50.0	30	%0.	0	%0.	0	%0.	0	أحيانا
%100.0	180	%100.0	60	%100.0	48	%100.0	36	%100.0	36	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق استخدام مقدمى البرامج الساخرة محل الدراسة لأسلوب تشويه نطق الألفاظ والكلمات كثيراً بنسبة 83,3%، بينما استخدموه أحياناً بنسبة 16,7%.

وبالنظر إلى النتائج وجد استخدام معظم البرامج الساخرة عينة الدراسة (بنى آدم شو - أبله فاهيتا - أسعد الله مساءكم) لأسلوب تشويه نطق الألفاظ كثيراً بنسبة 100,0%، بينما استخدمه برنامج البلاتوه كثيراً وأحياناً بنسبة متساوية 50,0% لكلاً منهما.

(12) مدى تشويه مقدمى البرامج الساخرة عينة الدراسة فى نطق الألفاظ أثناء تقديم فقرات البرنامج

جدول رقم (12)

يوضح مدى استخدام مقدمى البرامج مفردات أجنبية

المجموع		البرنامج								مفردات أجنبية
		البلاتوه		أسعد الله مساءكم		أبله فاهيتا		بنى آدم شو		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%37.2	67	%40.0	24	%64.6	31	%33.3	12	%0.	0	كثيرا
%39.4	71	%60.0	36	%35.4	17	%0.	0	%50.0	18	أحيانا
%23.3	42	%0.	0	%0.	0	%66.7	24	%50.0	18	لا
%100.0	180	%100.0	60	%100.0	48	%100.0	36	%100.0	36	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق مدى استخدام مقدمى البرامج الساخرة محل الدراسة للألفاظ الأجنبية أحياناً بالمرتبة الأولى بنسبة 39,4%، بينما جاءت كثيراً بالمرتبة الثانية بنسبة 37,2%، والموضوعات التى لا يتسخدم فيها ألفاظ أجنبية جاءت بالمرتبة الثالثة بنسبة 23,3% .

(13) استخدام مقدمى البرامج الساخرة عينة الدراسة مفردات أجنبية أثناء

عرض الموضوعات

جدول رقم (13)

يوضح كيفية تعامل مقدمى البرامج الساخرة مع الضيوف

المجموع		البرنامج								التعامل مع الضيوف
		البلاتوه		أسعد الله مساعكم		أبله فاهيتا		بنى آدم شو		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
6.1%	11	0%	0	0%	0	30.6%	11	0%	0	ينصت
3.3%	6	0%	0	0%	0	16.7%	6	0%	0	يقاطع
30.6%	55	0%	0	0%	0	52.8%	19	100.0%	36	يقاطع عند اللزوم
60.0%	108	100.0%	6 0	100.0%	48	0%	0	0%	0	لا يوجد ضيوف
100.0%	180	100.0%	6 0	100.0%	48	100.0%	36	100.0%	36	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق عدم وجود ضيوف بمعظم البرامج الساخرة عينة الدراسة بالمرتبة الأولى بنسبة 60,0%، بينما جاء بالمرتبة الثانية مقاطعة مقدم البرنامج للضيوف عند اللزوم بالمرتبة الثانية بنسبة 30,6%.

اتفق كلاً من برنامجى أسعد الله مساعكم والبلاتوه فى عدم وجود ضيوف بالبرنامج سواء بالاستديو أو خارجى بنسبة 100,0%، بينما جاءت نتيجة برنامج بنى آدم شو بمقاطعة مقدم البرنامج للضيوف عند اللزوم بنسبة 100,0%، فى حين كانت نتيجة

برنامج أبله فاهيتا بمقاطعة مقدم البرنامج للضوف عند اللزوم بالمرتبة الأولى بنسبة
52,8%.

(14) مدى التزام إعداد البرامج الساخرة عينة الدراسة بمعايير العمل

الإعلامي

جدول رقم (14)

يوضح مدى الالتزام بالأمانة والصدق في نقل الأحداث والأخبار الجارية

المجموع	البرنامج								الأمانة والصدق	
	البلاطوه		أسعد الله مساعكم		أبله فاهيتا		بنى آدم شو			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
19.4%	35	20.0%	12	0%	0	63.9%	23	0%	0	كثيرا
56.7%	102	80.0%	48	100.0%	48	0%	0	16.7%	6	أحيانا
23.9%	43	0%	0	0%	0	36.1%	13	83.3%	30	لا
100.0%	180	100.0%	60	100.0%	48	100.0%	36	100.0%	36	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق مدى التزام إعداد البرامج الساخرة عينة الدراسة بالصدق والأمانة في نقل الأحداث والأخبار الجارية حيث جاء في المرتبة الأولى التزامهم أحيانا بنسبة 56,7%، بينما جاء في المرتبة الثانية لا يلتزم بنسبة 23,9%، يليهم بالمرتبة الثالثة التزامهم كثيرا بنسبة 19,4%.

وبالنظر إلى نتائج الجدول السابق نجد أن إعداد برنامج بنى آدم شو لا يلتزم بالمعايير المهنية بالمرتبة الأولى بنسبة 83,3%، يليه التزامهم أحيانا بالمرتبة الثانية بنسبة 16,7%، في حين التزم فريق إعداد برنامج أبله فاهيتا بالمعايير المهنية كثيرا بالمرتبة الأولى بنسبة 63,9%، يليه بالمرتبة الثانية لا يلتزم بنسبة 36,1%.

(15) مدى اعتماد إعداد البرامج الساخرة عينة الدراسة على التعبئة

والحشد في معالجته للموضوعات والقضايا

جدول رقم (15)

يوضح اعتماد إعداد البرامج عينة الدراسة على التعبئة والحشد في معالجة الموضوعات والقضايا

المجموع		البرنامج								التعبئة والحشد
		البلاتوه		أسعد الله مساءكم		أبله فاهيتا		بنى آدم شو		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
93.3%	168	100.0%	60	100.0%	48	66.7%	24	100.0%	36	كثيرا
6.7%	12	0%	0	0%	0	33.3%	12	0%	0	أحيانا
100.0%	180	100.0%	60	100.0%	48	100.0%	36	100.0%	36	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق مدى التزام إعداد البرامج الساخرة عينة الدراسة بالتعبئة والحشد في معالجة الموضوعات والقضايا، حيث كانت النتيجة اعتمادهم كثيراً بالمرتبة الأولى بنسبة 93,3%، بينما جاءت أحياناً بالمرتبة الثانية بنسبة 6,7%.

اتفقت نتائج كلاً من برامج (بنى آدم شو - أسعد الله مساءكم - البلاتوه) على اعتماد إعدادهم على التعبئة والحشو في معالجة الموضوعات والقضايا بنسبة كلية 100,0%، بينما اختلف عنهم إعداد برنامج أبله فاهيتا حيث اعتمد على التعبئة والحشو في معالجة الموضوعات والقضايا بالمرتبة الأولى كثيراً بنسبة 66,7%، وجاء الاختيار الثانى أحياناً بالمرتبة الثانية بنسبة 33,3%.

(16) مدى التزام إعداد البرامج الساخرة عينة الدراسة باعتمادها على

المبالغة والتهويل في معالجتها للأحداث

جدول رقم (16)

يوضح التزام إعداد البرامج الساخرة عينة الدراسة بالمبالغة والتهويل في معالجة الأحداث

المجموع		البرنامج								المبالغة والتهويل
		البلاتوه		أسعد الله مساءكم		أبله فاهيتا		بنى آدم شو		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100.0%	180	100.0%	60	100.0%	48	100.0%	36	100.0%	36	كثيرا
100.0%	180	100.0%	60	100.0%	48	100.0%	36	100.0%	36	المجموع

اتضح من نتائج الجدول السابق اعتماد إعداد البرامج الساخرة عينة الدراسة (بنى آدم شو - أبله فاهيتا- أسعد الله مساءكم - البلاتوه) على المبالغة والتهويل في معالجة الموضوعات والأحداث بنسبة كلية 100,0%.

(17) مراعاة إعداد البرامج الساخرة عينة الدراسة على التوازن من خلال طرح مختلف وجهات النظر عند عرضها للأداء

جدول رقم (17) يوضح التزام إعداد البرامج الساخرة عينة الدراسة على التوازن في طرح مختلف وجهات النظر عند العرض

المجموع		البرنامج								التوازن
		البلاتوه		أسعد الله مساءكم		أبله فاهيتا		بنى آدم شو		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%20.0	36	%40.0	24	%0.	0	%33.3	12	%0.	0	كثيرا
%53.3	96	%60.0	36	%100.0	48	%33.3	12	%0.	0	أحيانا
%26.7	48	%0.	0	%0.	0	%33.3	12	%100.0	36	لا
%100.0	180	%100.0	60	%100.0	48	%100.0	36	%100.0	36	المجموع

يتضح من نتائج الجدول السابق مدى التزام إعداد البرامج محل الدراسة بالتوازن في طرح مختلف وجهات النظر، حيث نتج التزامهم أحيانا بالمرتبة الأولى بنسبة 53,3%، يليه عدم التزامهم بالمرتبة الثانية بنسبة 26,7%، ثم كثيراً ما يلتزموا بالمرتبة الثالثة بنسبة 20,0%.

(18) مدى تحرى البرامج الساخرة محل الدراسة صحة ودقة المعلومات حول القضايا والموضوعات المطروحة

جدول رقم (18) يوضح مدى التزام البرامج الساخرة محل الدراسة بصحة ودقة المعلومات

المجموع		البرنامج								تحري دقة المعلومات
		البلاتوه		أسعد الله مساءكم		أبله فاهيتا		بنى آدم شو		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%13.3	24	%20.0	12	%0.	0	%33.3	12	%0.	0	كثيرا
%60.0	108	%80.0	48	%100.0	48	%33.3	12	%0.	0	أحيانا
%26.7	48	%0.	0	%0.	0	%33.3	12	%100.0	36	لا
%100.0	180	%100.0	60	%100.0	48	%100.0	36	%100.0	36	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن البرامج الساخرة عينة الدراسة تتحرى الصحة ودقة المعلومات بالمرتبة الأولى أحياناً بنسبة 60,0%.

وبالنظر إلى النتائج نجد أن برنامج بنى آدم شو لا يتحرى الصحة ودقة المعلومات بنسبة 100,0%، فى حين تساوى برنامج أبله فاهيتا فى نتائجه بين كثيراً وأحياناً ولا بنسبة 33,3%، أما برنامج أسعد الله مساءكم تحرى الصحة ودقة المعلومات أحياناً بنسبة 100,0%، وأخيراً برنامج البلاتوه جاء فى المرتبة الأولى تحرى الصحة ودقة المعلومات أحياناً بنسبة 80,0%، وبالمرتبة الثانية كثيراً يتحرى الصحة ودقة المعلومات بنسبة 20,0%.

خلاصة الدراسة:

تُعد هذه الدراسة من أوائل الدراسات التى تناولت البرامج الساخرة بالرصد والتحليل من الجانب الأخلاقى والمهنى، وتناولت الباحثة البرامج التلفزيونية الساخرة من خلال تحليل مضمون ورصد تلك البرامج التلفزيونية الساخرة وما آلت إليه من تغيير، وعلى مستوى الموضوعات التى تم تناولها، والأهداف الوظيفية لها، بل من ناحية القيم الأخلاقية والاجتماعية لتلك البرامج ومدى تناسبها مع عادات المجتمع المصرى وتقاليده، وقامت الباحثة بتحليل مضمون البرامج التلفزيونية الساخرة التى أذيعت خلال عامى (2014) و(2015) على قنوات MBC مصر والنهار والمحور وCBC، وتمثلت عينة الدراسة فى تحليل أربعة برامج من البرامج الساخرة على الفضائيات المصرية، وتم إجراء التحليل بواقع (12) حلقة لكل برنامج من الأربعة برامج، أى إجمالى عدد الحلقات (38) حلقة برامجية، وتتراوح مدة كل حلقة من (50 - 55 دقيقة)، والبرامج عينة الدراسة هى: بنى آدم شو - أبله فاهيتا - أسعد الله مساءكم - البلاتوه، وقد تم تحديد العينة التحليلية نتيجة تطبيق دراسة استطلاعية على عينة عشوائية من الجمهور تتكون من (50 مفردة) تم سؤالهم عن أكثر البرامج التلفزيونية الساخرة مشاهدة .

نتائج الدراسة:

- استخدام مقدمى البرامج الساخرة محل الدراسة للألفاظ الأجنبية أحياناً بالمرتبة الأولى بنسبة 39,4%، بينما جاءت كثيراً بالمرتبة الثانية بنسبة 37,2%، والموضوعات التي لا يتسخدم فيها ألفاظ أجنبية جاءت بالمرتبة الثالثة بنسبة 23,3% .
- عدم وجود ضيوف بمعظم البرامج الساخرة عينة الدراسة بالمرتبة الأولى بنسبة 60,0%، بينما جاء بالمرتبة الثانية مقاطعة مقدم البرنامج للضيوف عند اللزوم بالمرتبة الثانية بنسبة 30,6% .
- مدى التزام إعداد البرامج الساخرة عينة الدراسة بالصدق والامانة فى نقل الأحداث والأخبار الجارية حيث جاء فى المرتبة الأولى التزامهم أحياناً بنسبة 56,7%، بينما جاء فى المرتبة الثانية لا يلتزم بنسبة 23,9%، يليهم بالمرتبة الثالثة التزامهم كثيراً بنسبة 19,4% .
- إلتزام إعداد البرامج الساخرة عينة الدراسة بالتعبئة والحشد فى معالجة الموضوعات والقضايا، حيث كانت النتيجة اعتمادهم كثيراً بالمرتبة الأولى بنسبة 93,3%، بينما جاءت أحياناً بالمرتبة الثانية بنسبة 6,7% .
- اعتماد إعداد البرامج الساخرة عينة الدراسة (بنى آدم شو - أبله فاهيتا- أسعد الله مساعكم - البلاتوه) على المبالغة والتحويل فى معالجة الموضوعات والأحداث بنسبة كلية 100,0% .
- التزام إعداد البرامج محل الدراسة بالتوازن فى طرح مختلف وجهات النظر، حيث نتج التزامهم أحياناً بالمرتبة الأولى بنسبة 53,3%، يليه عدم التزامهم بالمرتبة الثانية بنسبة 26,7%، ثم كثيراً ما يلتزموا بالمرتبة الثالثة بنسبة 20,0% .
- البرامج الساخرة عينة الدراسة تتحرى الصحة ودقة المعلومات بالمرتبة الأولى أحياناً بنسبة 60,0% .

نتائج فروض الدراسة:

- 1- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين البرامج الساخرة عينة الدراسة ومدى إلتزام كلئاً منهم بالمعايير المهنية والأخلاقية من حيث الإعداد والتقديم والإخراج.

2- يوجد فروق دالة إحصائياً بين البرامج الساخرة عينة الدراسة وعناصر الإبراز (الإقناع) المستخدمة .

توصيات الدراسة:

1. تفعيل القوانين والبيانات الرسمية الصادرة من بعض الجهات الرقابية وتنفيذها ومعاينة المخطئ أو المخالف لها لتكون ردعاً قويتاً 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. أميرة عبد الرحمن محمد، "القيم الاجتماعية بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية وعلاقتها بمنظومة القيم لدى الشباب الجامعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، 2011.
2. المعتز بالله رضا "المسؤولية المدنية لمقدمي البرامج في القنوات التلفزيونية الخاصة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الحقوق، قسم القانون المدنى، 2021.
3. أيمن عبد الغفار عبد العزيز " اتجاهات طلبة كليات الإعلام نحو الأداء المهني للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في إطار المشاهدة الناقد"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، 2020.
4. المعتز بالله رضا "المسؤولية المدنية لمقدمي البرامج في القنوات التلفزيونية الخاصة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الحقوق، قسم القانون المدنى، 2021.

5. إلهام محمود مرسى "استراتيجيات التضليل الإعلامي المستخدمة في معالجة القضايا الاجتماعية والسياسية المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، 2022.
 6. إيمان عاشور سيد: "تعرض الشباب للبرامج الساخرة فى القنوات الفضائية وعلاقته بالقيم التربوية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنيا ، كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوى ، 2016).
 7. رضوى صبرى عباس "المعايير الأخلاقية والمهنية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية وعلاقتها باتجاهات المراهين المصريين نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، 2020.
 8. منال عبده محمد منصور: " القيم التي تعكسها برامج الأطفال في التلفزيون المحلي : دراسة مسحية للقناة الرابعة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، 2003.
 9. نيفين مصطفى "العوامل المؤثرة على الأداء المهني للإعلاميات فى صعيد مصر فى ظل تداعيات ثورة 25 يناير"، دراسة ماجستير غير منشورة، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2021.
 10. نزمين شعبان عبد الجواد "المهنية الإعلامية فى وسائل الإعلام المصرية: دراسة مستقبلية لوسائل الإعلام المطبوعة والمرئية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2019.
- بحوث ومقالات منشورة فى مجلات ومؤتمرات علمية (دوريات عربية وأبحاث ومقالات منشورة)**
11. إبراهيم العقابوى، "أخلاقيات الإعلام والفضائيات العربية"، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الطبعة الأولى (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2005)، ص622.
 12. عدلى رضا "أخلاقيات الإعلام فى عصر العولمة" ،المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ،العدد الثالث مايو - يونيو 2012، ص 29-31.

الكتب

13. محمد سعد إبراهيم "أخلاقيات الإعلام والإنترنت وإشكاليات التشريع" ، (القاهرة : دار الكتب العلمية للنشر ، ط1 ، 2007) ص120.

المراجع الأجنبية

14. Carlson Stroman & Rihard Selizer, Media Use and Perceptions of crime, Journalism Quarterly, Vol. 62, No.2, 1985, p.340.
15. Shekhar. "Media Ethics: A comparative Study of Eastern And Western Principles", (June,18,2010). Available at: <http://visitske.Wordpress.com/media-ethics-a-comparative-study-of-eastern-and-western-principles>.