



جامعة آكلي محند أولحاج-البويرة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال



اتجاهات الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة

دراسة حالة برنامج جو في التلفزيون العربي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر (ل م د) في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

د/ معطاوي موسى

إعداد الطلبة:

✓ باكور محمد امين

✓ مخلوف شوقي

السنة الجامعية 2024/2023



إهداء

إلى من تعجز الكلمات عن ذكر مآثرها إلى الشمس التي أثارته دربي بوجودها إلى التي لن أوفيتها حقها مهما قلت فيها أمة العزيزة رعاها الله وشفافها إلى النفس المليئة بالخير إلى من افتخر بحملي اسمه واطمح إلى نهج دربه إلى من هون علي مشاكل الدنيا و أشد عضدي به أبي الكريم حفظه الله إلى اخواتي حفظهم الله وجعلهم سندا لي طول الحياة آملا ان يكفل الله حياتهم بنجاح والتوفيق وهناء إلى جميع أصدقائي و زملائي وزميلاتي تخصص اتصال وعلاقات عامة قضينا ايام وساعات جميلة تبقى في ذكرة تقاسمنا فيها الفرح والامل إلى الاستاذ المشرف الذي لم يبخل علينا بمعلومات وارشادات ونصائح القيمة معطاوي موسى الذي كان لنا أخ الكبر قبل ان يكون استاذ لنا ولا ننسى صديقي واخي مخلوفي شوقي الذي قضينا اوقات وايام معا ختمناها بأعداد مذكرة تخرج مع بعض التي سهرنا عليها وتعبنا لإنجازها اهدي ثمرة جهدي ومسيرة اشهر واعوام من العمل الدؤوب إلى كل من همه امري واسعده نجاحي

إلى سندنا وقوتنا وملا دنيا بعد الله إلى من اثرونا علي انفسهم وضحو من لأجلنا إلى من غرسوا فينا حب العلم وذللو الصعاب التي واجهتنا أمة حبيبية منبع الدفاء والخنان أبي الغالي ستبقي أجمل شخص رأته عيني أخواتي الاعزاء اكبر نعمة في حياتي اصدقائي نعيم الحياة وطمأنينة القلب زملائي زميلاتي كل من ساهم بالقرب والبعيد في انجاح هذا البحث المتواضع.

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾ .

إهداء إلى أبي العزيز وسندي وأعز إنسان وكذاك أهدي ثمرة جهدي هذا إلى أعز وأغلى إنسانة في حياتي، التي أنارت دربي بنصائحها، وكانت بحرا صافيا يجري بفيض الحب، والبسمة إلى من زينت حياتي بضياء البدر، وشموع الفرحة، إلى من منحتني القوة والعزيمة المواصللة الدرب، وكانت سببا في مواصلة دراستي إلى من علمتني الصبر والاجتهاد، إلى الغالي على قلبي امي . إلى إخوتي وأخواتي ريمة رانيا اسلام وليد انس " حفظهم الله عزوجل . إلى كل العائلة الكريمة، وزملاء الدراسة اتمني لهم التوفيق . إلى صديقي العزيز سيد احمد عليوات وحسام وعيسى وبلال وعبدو وكل الأصدقاء الذين قضينا أجمل الاوقات إلى من ساعدني في كتابة هذه المذكرة، وإلى زميلاتي في الدراسة خديجة شرفاوي وسماح زرقين إلى كل الأشخاص الذين أحمل لهم المحبة والتقدير وإلى كل من نسبه القلم وحفظه القلب وإلى زميلي في المذكرة باكور محمد أمين الذي تعبنا وسهرنا لإنجاز هذه المذكرة.

شكروعرفان

نحمد الله عز وجل أولاً وأخيراً على منه وكرمه ونشكره على عطائه وتوفيقه لإتمامنا هذا العمل وإنجازه على أكمل وجه.

وامتثالاً لقوله صلى الله عليه وسلم "من لا يشكر الناس لا يشكر الله" وفي هذا المقام لايسعنا إلا أن نتقدم بجزيل الشكر والعرفان للأستاذ المشرف " معطاوي موسى " على توجهات العلمية و دعمه المعنوي الكبير لنا، بحيث لم تمنعه أعماله ومشاغله العديدة من متابعة هذا العمل المتواضع بكل روح علمية وموضوعية، فله منا جزيل الشكر والعرفان.

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى فهم اتجاهات الجمهور الجزائري، وخاصة طلاب جامعة البويرة، تجاه برنامج "جو" ومدى تأثيره على آرائهم السياسية وتفاعلهم مع القضايا السياسية. من خلال تحليل تأثير برنامج "جو" على تشكيل الرأي العام في الجزائر، نسعى إلى تحديد مدى تأثيره على توجهات الجمهور ومواقفهم السياسية. كما نسعى إلى تحليل العوامل التي تؤثر في تفاعل الجمهور الجزائري مع البرامج السياسية الساخرة، مثل الثقافة السياسية والتربية الإعلامية. بالإضافة إلى تقديم إرشادات عملية للإعلاميين وصانعي السياسات حول كيفية تطوير برامج سياسية ساخرة تلبى توقعات واحتياجات الجمهور الجزائري. تهدف الدراسة أيضًا إلى تحليل ردود فعل الجمهور، خاصة طلاب جامعة البويرة، تجاه برنامج "جو" وفهم مدى تأثيره على آرائهم السياسية ومشاعرهم تجاه السياسة، وبالتالي المساهمة في توسيع فهمنا للديناميكيات الثقافية والسياسية في الجزائر من خلال تحليل تأثير البرامج السياسية الساخرة على الجمهور والمجتمع بشكل عام.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات، الجمهور الجزائري، للبرامج السياسية الساخرة، برنامج جو في التلفزيون

العربي

Abstract:

This study aims to understand the attitudes of the Algerian audience, particularly the students of Bouira University, towards the "Joe" program and its impact on their political opinions and engagement with political issues. By analyzing the influence of the "Joe" program on shaping public opinion in Algeria, we seek to determine its impact on the audience's political orientations and stances. We also aim to analyze the factors influencing the Algerian audience's interaction with satirical political programs, such as political culture and media literacy. Additionally, we provide practical guidelines for media professionals and policymakers on how to develop satirical political programs that meet the expectations and needs of the Algerian audience. The study also aims to analyze the audience's reactions, especially those of Bouira University students, towards the "Joe" program and understand its impact on their political opinions and feelings towards politics. This, in turn, contributes to broadening our understanding of the cultural and political dynamics in Algeria by analyzing the influence of satirical political programs on the audience and society at large.

Keywords: attitudes, Algerian audience, satirical political programs, Joe program on Al-Araby TV.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	إهداء
	إهداء
	شكر وعرقان
	ملخص الدراسة
	Abstract
	فهرس المحتويات
	مقدمة
أ	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي
2	إشكالية الدراسة
3	تساؤلات الدراسة
3	أسباب اختيار الموضوع
4	أهداف الدراسة
5	أهمية الدراسة
6	تحديد المفاهيم
10	مجتمع الدراسة
10	عينة الدراسة
11	منهج وأدوات جمع البيانات
14	الدراسات السابقة
23	حدود الدراسة
	الفصل الثاني: اتجاهات الجمهور الجزائري
25	تمهيد
26	المبحث الأول: ماهية الاتجاهات
26	المطلب الأول: مفهوم وعوامل تكوين الاتجاهات
28	المطلب الثاني: مكونات وخصائص الاتجاهات
29	المطلب الثالث: وسائل الإعلام والاتجاهات
32	المبحث الثاني: ماهية الجمهور

32	المطلب الأول: مفهوم الجمهور
32	المطلب الثاني: أنواع وخصائص الجمهور
34	المطلب الثالث: أهمية دراسة جمهور وسائل الإعلام
36	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: البرامج السياسية الساخرة	
38	تمهيد
39	المبحث الأول: ماهية البرامج السياسية الساخرة
39	المطلب الأول: مفهوم البرامج التلفزيونية الساخرة
40	المطلب الثاني: نشأة البرامج السياسية الساخرة
41	المطلب الثالث: أساليب ومميزات البرامج التلفزيونية الساخرة
42	المبحث الثاني: مضامين البرامج السياسية الساخرة عبر وسائل الإعلام
42	المطلب الأول: توظيف السخرية في وسائل الإعلام
44	المطلب الثاني: مهام وتأثيرات البرامج السياسية الساخرة
47	المطلب الثالث: أهمية البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة
48	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة	
50	تمهيد
51	المبحث الأول: إجراءات الدراسة الميدانية
51	المطلب الأول: عرض ومناقشة نتائج الدراسة
نتائج الدراسة	
92	المطلب الثاني: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء التساؤلات
93	توصيات الدراسة
خاتمة	
قائمة المراجع	
الملاحق	

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	الرقم
51	توزيع المبحوثين على أساس الجنس	1
52	توزيع المبحوثين على أساس السن	2
53	توزيع المبحوثين على أساس المؤهل العلمي	3
54	توزيع المبحوثين على أساس التخصص	4
55	توزيع المبحوثين على أساس المستوى الدراسي	5
56	توزيع المبحوثين على أساس المستوى المعيشي	6
57	موقف المبحوثين من عدد مرات متابعة البرامج السياسية الساخرة أسبوعياً	7
58	موقف المبحوثين من البرامج السياسية المفضلة لديهم	8
59	موقف المبحوثين حول طرق تأثير البرامج السياسية الساخرة على آرائهم السياسية	9
60	موقف المبحوثين حول اعتقادهم أن هذه البرامج تساهم في زيادة الوعي السياسي	10
61	رأي المبحوثين في محتوى البرامج السياسية الساخرة	11
62	رأي المبحوثين بوجود حدود يجب أن تلتزم بها هذه البرامج	12
63	رأي المبحوثين حول المشاركة في النقاشات حول المواضيع المطروحة في هذه البرامج على وسائل التواصل الاجتماعي	13
64	رأي المبحوثين حول مشاركة مقاطع من هذه البرامج مع أصدقائهم أو عائلتهم	14
65	رأي المبحوثين حول الدور الذي تلعبه البرامج السياسية الساخرة في المجتمع الجزائري	15

66	رأي المبحوثين حول اعتقادهم أن هذه البرامج تعالج القضايا السياسية بشكل أكثر فاعلية من وسائل الإعلام التقليدية	16
67	رأي المبحوثين حول اعتبار البرامج السياسية الساخرة مصدر موثوق للمعلومات السياسية	17
68	رأي المبحوثين حول تأثير البرامج السياسية الساخرة على ثققت في المصادر الإعلامية التقليدية	18
69	رأي المبحوثين حول الأسباب التي تدفع الجمهور الجزائري لمتابعة البرامج السياسية الساخرة	19
70	رأي المبحوثين حول مساهمة البرامج السياسية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي لدى المشاهدين في الجزائر	20
71	رأي المبحوثين حول وجود فرقاً في متابعة هذه البرامج بين فئات عمرية مختلفة	21
72	رأي المبحوثين حول العناصر التي تجعل برنامجاً سياسياً ساخرًا ناجحاً في الجزائر	22
73	رأي المبحوثين حول قدرة البرامج السياسية الساخرة على التأثير في الانتخابات أو القرارات السياسية	23
74	رأي المبحوثين حول الانتقادات التي يمكن أن توجه للبرامج السياسية الساخرة في الجزائر	24
75	رأي المبحوثين حول مستقبل البرامج السياسية الساخرة في الجزائر في ظل التطورات التكنولوجية والإعلامية	25
76	رأي المبحوثين حول الفترات الزمنية التي يفضل فيها متابعة البرامج السياسية الساخرة	26
77	رأي المبحوثين حول تفضيل مشاهدة هذه البرامج مباشرة عند بثها أم لاحقاً عبر الإنترنت	27
78	رأي المبحوثين حول القنوات أو المنصات التي تفضلها لمتابعة البرامج السياسية الساخرة	28
79	تفضيل مشاهدة البرامج السياسية الساخرة بمفردك أم مع الآخرين	29

80	رأي المبحوثين حول الدوافع الرئيسية التي تجعلك تتابع البرامج السياسية الساخرة	30
81	رأي المبحوثين حول توفير البرامج لمعلومات جديدة عن القضايا السياسية	31
82	رأي المبحوثين حول طرق تأثير البرامج السياسية الساخرة على فهمك للأحداث السياسية الجارية	32
83	رأي المبحوثين حول الاعتقاد أن البرامج السياسية الساخرة تلعب دوراً في تشكيل آرائك السياسية	33
84	رأي المبحوثين حول العناصر التي تجعل برنامجاً سياسياً ساخرًا ناجحًا في الجزائر	34
85	رأي المبحوثين حول المواضيع السياسية التي تجدها أكثر شيوعًا في البرامج الساخرة الجزائرية	35
86	رأي المبحوثين حول طرق تعامل البرامج الساخرة مع الخطوط الحمراء في السياق السياسي الجزائري	36
87	رأي المبحوثين حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار وتأثير البرامج السياسية الساخرة في الجزائر	37
88	رأي المبحوثين حول طرق مقارنة البرامج السياسية الساخرة الجزائرية بنظيراتها في بلدان أخرى	38
89	رأي المبحوثين حول التحديات التي تواجهها البرامج السياسية الساخرة في الجزائر	39
90	رأي المبحوثين حول طرق مساهمة البرامج السياسية الساخرة في تحقيق تغييرات اجتماعية أو سياسية في الجزائر	40

فهرس الأشكال

الرقم	الأشكال	الصفحة
1	توزيع المبحوثين على أساس الجنس	51
2	توزيع المبحوثين على أساس السن	52
3	توزيع المبحوثين على أساس المؤهل العلمي	53
4	توزيع المبحوثين على أساس التخصص	54
5	توزيع المبحوثين على أساس المستوى الدراسي	55
6	توزيع المبحوثين على أساس المستوى المعيشي	56
7	موقف المبحوثين من عدد مرات متابعة البرامج السياسية الساخرة أسبوعياً	57
8	موقف المبحوثين من البرامج السياسية المفضلة لديهم	58
9	موقف المبحوثين حول طرق تأثير البرامج السياسية الساخرة على آرائهم السياسية	59
10	موقف المبحوثين حول اعتقادهم أن هذه البرامج تساهم في زيادة الوعي السياسي	60
11	رأي المبحوثين في محتوى البرامج السياسية الساخرة	61
12	رأي المبحوثين بوجود حدود يجب أن تلتزم بها هذه البرامج	62
13	رأي المبحوثين حول المشاركة في النقاشات حول المواضيع المطروحة في هذه البرامج على وسائل التواصل الاجتماعي	63
14	رأي المبحوثين حول مشاركة مقاطع من هذه البرامج مع أصدقائهم أو عائلتهم	64
15	رأي المبحوثين حول الدور الذي تلعبه البرامج السياسية الساخرة في المجتمع الجزائري	65
16	رأي المبحوثين حول اعتقادهم أن هذه البرامج تعالج القضايا السياسية بشكل أكثر فاعلية من وسائل الإعلام التقليدية	66
17	رأي المبحوثين حول اعتبار البرامج السياسية الساخرة مصدر موثوق للمعلومات السياسية	67

68	رأي المبحوثين حول تأثير البرامج السياسية الساخرة على ثقته في المصادر الإعلامية التقليدية	18
69	رأي المبحوثين حول الأسباب التي تدفع الجمهور الجزائري لمتابعة البرامج السياسية الساخرة	19
70	رأي المبحوثين حول مساهمة البرامج السياسية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي لدى المشاهدين في الجزائر	20
71	رأي المبحوثين حول وجود فرقاً في متابعة هذه البرامج بين فئات عمرية مختلفة	21
72	رأي المبحوثين حول العناصر التي تجعل برنامجاً سياسياً ساخرًا ناجحاً في الجزائر	22
73	رأي المبحوثين حول قدرة البرامج السياسية الساخرة على التأثير في الانتخابات أو القرارات السياسية	23
74	رأي المبحوثين حول الانتقادات التي يمكن أن توجه للبرامج السياسية الساخرة في الجزائر	24
75	رأي المبحوثين حول مستقبل البرامج السياسية الساخرة في الجزائر في ظل التطورات التكنولوجية والإعلامية	25
76	رأي المبحوثين حول الفترات الزمنية التي يفضل فيها متابعة البرامج السياسية الساخرة	26
77	رأي المبحوثين حول تفضيل مشاهدة هذه البرامج مباشرة عند بثها أم لاحقاً عبر الإنترنت	27
78	رأي المبحوثين حول القنوات أو المنصات التي تفضلها لمتابعة البرامج السياسية الساخرة	28
79	تفضيل مشاهدة البرامج السياسية الساخرة بمفردك أم مع الآخرين	29
80	رأي المبحوثين حول الدوافع الرئيسية التي تجعلك تتابع البرامج السياسية الساخرة	30
81	رأي المبحوثين حول توفير البرامج لمعلومات جديدة عن القضايا السياسية	31

82	رأي المبحوثين حول طرق تأثير البرامج السياسية الساخرة على فهمك للأحداث السياسية الجارية	32
83	رأي المبحوثين حول الاعتقاد أن البرامج السياسية الساخرة تلعب دوراً في تشكيل آرائك السياسية	33
84	رأي المبحوثين حول العناصر التي تجعل برنامجاً سياسياً ساخرًا ناجحًا في الجزائر	34
85	رأي المبحوثين حول المواضيع السياسية التي تجدها أكثر شيوعًا في البرامج الساخرة الجزائرية	35
86	رأي المبحوثين حول طرق تعامل البرامج الساخرة مع الخطوط الحمراء في السياق السياسي الجزائري	36
87	رأي المبحوثين حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار وتأثير البرامج السياسية الساخرة في الجزائر	37
88	رأي المبحوثين حول طرق مقارنة البرامج السياسية الساخرة الجزائرية بنظيراتها في بلدان أخرى	38
89	رأي المبحوثين حول التحديات التي تواجهها البرامج السياسية الساخرة في الجزائر	39
90	رأي المبحوثين حول طرق مساهمة البرامج السياسية الساخرة في تحقيق تغييرات اجتماعية أو سياسية في الجزائر	40

مقدمة

في العقود الأخيرة، أصبحت البرامج السياسية الساخرة جزءاً لا يتجزأ من المشهد الإعلامي العالمي، حيث تلعب دوراً مهماً في تشكيل الوعي السياسي والاجتماعي لدى الجمهور. في الجزائر، لم تكن هذه الظاهرة بمنأى عن الاهتمام، حيث تزايدت متابعة البرامج السياسية الساخرة كوسيلة للتعبير عن الرأي العام والتفاعل مع الأحداث السياسية والاجتماعية.

تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على اتجاهات الجمهور الجزائري نحو البرامج السياسية الساخرة، من خلال دراسة حالة برنامج "جو" الذي يبث على التلفزيون العربي. يهدف هذا البحث إلى فهم مدى تأثير هذا النوع من البرامج على المشاهدين الجزائريين، وخاصة فئة الشباب منهم، حيث تم اختيار عينة من الطلبة لتحليل توجهاتهم وآرائهم.

تركز الدراسة على تحليل كيفية استقبال الجمهور لهذه البرامج، وتأثيرها على آرائهم ومواقفهم السياسية، بالإضافة إلى استكشاف مدى قبولهم واستحسانهم لهذا النوع من المحتوى الإعلامي. من خلال هذا البحث، نسعى إلى تقديم فهم أعمق لدور البرامج السياسية الساخرة في تشكيل الرأي العام في الجزائر، وتأثيرها المحتمل على المشاركة السياسية والاجتماعية للشباب.

حيث تم الاعتماد على منهجية علمية شاملة تتضمن عدة فصول ومباحث في الفصل الأول، تم استعراض الخطوات المنهجية للدراسة، من خلال توضيح أهداف الدراسة، وأهميتها، وتساؤلاتها، بالإضافة إلى وصف العينة المستخدمة وأدوات جمع البيانات.

الفصل الثاني من الدراسة خصص لدراسة اتجاهات الجمهور الجزائري المبحث الأول: ماهية الاتجاهات حيث تطرقنا فيه إلى مجموعة من المطالب تمثلت في: المطلب الأول: مفهوم وعوامل تكوين الاتجاهات المطلب الثاني: مكونات وخصائص الاتجاهات، المطلب الثالث: وسائل الإعلام والاتجاهات والمبحث الثاني: ماهية الجمهور المطلب الأول: مفهوم الجمهور المطلب الثاني: أنواع وخصائص الجمهور المطلب الثالث: أهمية دراسة جمهور وسائل الإعلام.

الفصل الثالث، سلط الضوء على البرامج السياسية الساخرة المبحث الأول: ماهية البرامج السياسية الساخرة وتطرقنا من خلاله إلى مجموعة من المطالب تمحورت حول: المطلب الأول: مفهوم البرامج التلفزيونية الساخرة، المطلب الثاني: نشأة البرامج السياسية الساخرة، المطلب الثالث: أساليب ومميزات البرامج التلفزيونية الساخرة وفي المبحث الثاني: مضامين البرامج السياسية الساخرة عبر وسائل الإعلام

تمحور حول:المطلب الأول: توظيف السخرية في وسائل الإعلام ،المطلب الثاني: مهام وتأثيرات البرامج السياسية الساخرة ،المطلب الثالث: أهمية البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة. وأخيرًا، في الفصل الرابع، ننتقل إلى الإطار التطبيقي للدراسة، حيث تم تقديم تحليلًا ميدانيًا يعتمد على البيانات التي جمعناها من الطلبة.

الفصل الأول: الخطوات المنهجية للدراسة

1. إشكالية الدراسة:

يعكس الاهتمام المتزايد بالبرامج السياسية الساخرة في الجزائر انعكاسًا لتطورات الثقافة السياسية والاجتماعية في المجتمع الجزائري، تُعتبر هذه البرامج وسيلة فعّالة للتعبير عن الرأي السياسي والاجتماعي بطريقة غير تقليدية، حيث يتم استخدام الفكاهة والسخرية لاستعراض وتوضيح القضايا السياسية بطريقة غير رسمية.

تشهد البرامج السياسية الساخرة في الجزائر اتجاهًا متزايدًا نحو الشعبية والتأثير، حيث يجذب الكثير من الجمهور الباحث عن وسيلة ممتعة ومفيدة لفهم السياسة ومتابعة الأحداث السياسية كما أن هذه البرامج تلعب دورًا هامًا في تعزيز الوعي السياسي وتشجيع الحوار العام حول القضايا ذات الاهتمام المشترك.

من الملاحظ أن الجمهور الجزائري يتبنى مواقف إيجابية تجاه هذه البرامج، حيث يرون فيها منبرًا للتعبير عن آرائهم بحرية وبأسلوب غير تقليدي كما يعتبر الكثيرون أن السخرية والفكاهة تعزز من فهم القضايا السياسية وتساهم في جعلها أكثر قابلية للوصول والتفاعل.

بالإضافة إلى ذلك، تعتبر هذه البرامج وسيلة للتسلية والترفيه للمشاهدين الذين يبحثون عن فترات من الضحك والاسترخاء في ظل الضغوطات إلى ومية ومن المتوقع أن تستمر شعبية البرامج السياسية الساخرة في الجزائر في الارتفاع، حيث تلعب دورًا مهمًا في تشكيل وجهات نظر الجمهور وتعزيز التواصل السياسي بطريقة مبتكرة ومسلية.

من خلال هذه الدراسة، نسعى لفهم اتجاهات الجمهور الجزائري، وتحديدًا طلبة جامعة البويرة، تجاه برنامج "جو" حيث سنحاول التحليل من منظورهم الخاص وفهم كيفية استقبالهم لهذا البرنامج، ومدى تأثيره على آرائهم السياسية ومشاعرهم تجاه السياسة بشكل عام.

حيث تمحورت إشكالية الدراسة حول:

- ما اتجاهات الجمهور الجزائري نحو البرامج السياسية الساخرة؟

ويندرج تحت هذه التساؤل التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما مدى متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة؟
- ما عادات متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة؟
- ما أنماط متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة؟
- ما دوافع متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة؟
- ما أكثر القضايا التي يفضل الجمهور الجزائري متابعتها من خلال البرامج السياسية الساخرة؟

2. أسباب اختيار الموضوع

يعد اختيار الموضوع لإعداد مشروع التخرج أول ما يفكر فيه الباحث لإشباع فضوله العلمي وإثراء مجال تخصصه، ولعل أنّ أسباب اختيار الموضوع يعدمن أهم المراحل التي يقف عليها الباحث لإعداد دراسة علمية، ومن الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع هي كما يلي:

أ- الأسباب الذاتية:

- اهتمام الباحث بالبرامج السياسية الساخرة ويتابعها بانتظام، وبالتالي يرغب في فهم كيفية استقبالها من قبل الجمهور الجزائري.
- اهتمام الباحث بالشأن السياسي في الجزائر، فقد يرى أن دراسة استجابة الجمهور للبرامج السياسية الساخرة تعطي نظرة مهمة على اتجاهات الرأي العام.
- اهتمام الباحث بدراسة كيفية تأثير البرامج الساخرة على ثقافة الجمهور وتشكيل آرائهم واتجاهاتهم.

ب- الأسباب الموضوعية:

- يُعتبر الفهم العميق لأثر البرامج السياسية الساخرة ضروريًا في الوقت الحالي حيث تشكل جزءًا مهمًا من المشهد الإعلامي والسياسي.

- إن فهم تأثير برنامج "جو" على طلبة جامعة البويرة يساعد في تحليل تأثير البرامج السياسية الساخرة على الرأي العام والحوار السياسي.
- تساهم الدراسة في إضافة رؤية جديدة إلى التحليل الثقافي للمجتمع الجزائري وكيفية تأثير البرامج السياسية الساخرة عليه.

3. أهداف الدراسة:

لكل دراسة أو بحث علمي أهداف يسعى للوصول إلى ها وتحقيقها ومنه وجب على كل باحث في أي مجال كان أن يسطر الخطوط العريضة لبحثه ويضعها نصب عينه طمعا في تحقيقها ومن هذا المنطلق حصرت أهداف الدراسة في النقاط التالية:

- تهدف الدراسة إلى فهم كيفية استقبال الجمهور الجزائري، وخاصة طلبة جامعة البويرة، لبرنامج "جو" وما إذا كان له تأثير على آرائهم السياسية وتفاعلهم مع القضايا السياسية.
- تسعى الدراسة إلى تحليل تأثير برنامج "جو" على تشكيل الرأي العام في الجزائر، وتحديد مدى تأثيره على توجهات الجمهور ومواقفهم السياسية.
- تهدف الدراسة إلى تحليل العوامل التي تؤثر في تفاعل الجمهور الجزائري مع البرامج السياسية الساخرة، مثل الثقافة السياسية والتربية الإعلامية.
- تهدف الدراسة إلى توفير إرشادات عملية للإعلاميين وصانعي السياسات حول كيفية تطوير برامج سياسية ساخرة تلبى توقعات واحتياجات الجمهور الجزائري.
- تهدف الدراسة إلى تحليل ردود فعل الجمهور، خاصة طلاب جامعة البويرة، تجاه برنامج "جو" وفهم مدى تأثيره على آرائهم السياسية ومشاعرهم تجاه السياسة.
- تسعى الدراسة إلى المساهمة في توسيع فهمنا للديناميكيات الثقافية والسياسية في الجزائر من خلال تحليل تأثير البرامج السياسية الساخرة على الجمهور والمجتمع بشكل عام.

4. أهمية الدراسة:

إن معيار نجاح أي بحث أو دراسة هو تلك الإضافات التي تتسم بها عن غيرها من البحوث نظرا لأهميتها في إثراء بحوث سابقة أو تغيير وتحديث لمفاهيم قديمة، أو تطوير نظريات جديدة، وتتمثل أهمية دراستنا فيما يلي:

أ- الأهمية العلمية:

- تساعد الدراسة على فهم كيفية تأثير البرامج السياسية الساخرة على الديناميكيات الثقافية والسياسية في المجتمع الجزائري، وتقديم نظرة عميقة على تفاعل الجمهور مع هذه البرامج.
- يمكن للدراسة أن تساعد في تحليل الرأي العام والمشهد السياسي في الجزائر، وتحديد العوامل التي تؤثر في تشكيل آراء الناس وتوجهاتهم السياسية.
- تسهم الدراسة في توسيع مجال البحث الثقافي والإعلامي في الجزائر، وتقديم إسهام جديد ومبتكر في فهم تأثير البرامج السياسية الساخرة على المجتمع.

ب- الأهمية العملية:

- تمكن نتائج الدراسة أن تساعد في توجيه السياسات الإعلامية والثقافية في الجزائر، وتحديد الخطوط العريضة للتفاعل مع البرامج السياسية الساخرة.
- توفر الدراسة إرشادات عملية لمنتجي البرامج الإعلامية في تطوير محتوى يستجيب لاحتياجات وتوقعات الجمهور الجزائري.
- من خلال فهم أعمق لتأثير البرامج السياسية الساخرة، تساهم الدراسة في تعزيز الوعي الثقافي والسياسي للمجتمع الجزائري وتشجيع الحوار العام حول القضايا المهمة.

5. تحديد المفاهيم:

اتجاهات:

لغة:

إن المعنى الأول أو أصل كلمة "الاتجاه" هو الوضع الذي يتخذه الفرد للقيام بنشاط ما، أو أنه الاستعداد الفيزيقي لأداء فعل معين.

الاتجاهات مشتقة من فعل اتجه، بمعنى حذا حذوه وسار على طريقه¹.

اصطلاحا:

يستخدم في معاني مختلفة " فقد " Attitude " يقابل مصطلح الاتجاه باللغة الأجنبية يقصد به الجهة أو القصد أو الرأي أو الميل أو القيمة.

وتستعمل كلمة الاتجاه لأكثر من معنى في مجالات العلم والحياة إلى ومية، لذلك لم يوجد تعريف واحد يعترف به الجميع وهذا راجع لتنوع وجهات النظر المتطرفة للمصطلح والمؤسسة نظريا من قبل الباحثين، مما نتج عن ذلك كم هائل من التعاريف.

وحسب " محمد منير حجاب " فالإتجاه هو " حالة من الاستعداد أو التأهب النفسي والعصبي تولد تأثيرا ديناميكيا على استجابة الفرد وتساعد على اتخاذ القرارات المناسبة. سواء أكان بالرفض أم بالإيجاب فيما يتعرض إلى ها من مواقف ومشكلات، ويتأثر بالخبرات التي مر بها الفرد من ناحية وبالسمات المزاجية من ناحية أخرى.²

أما " بوجاردوس " فيعرف الإتجاه بأنه: "ميل الفرد الذي نحو سلوكه اتجاه بعض عناصر البيئة أو بعيدا عنها".

ويعرفه العبيدي الإتجاه حالة من الاستعداد العقلي والعصبي يتكون من خلا الخبرة ويؤثر تأثيرا مباشرا وديناميكيا على استجابات الأفراد لكل الأشياء والمواقف التي تربط بها".

ومن خلال ما ورد من التعريفات المختلفة يمكننا القول، أن جميع التعريفات قد اعتبرت قوة الإتجاه أو ميل أو استعداد السلوك نحو موضوع ما بشكل معين، مؤكداين قوة داخلية دافعة لسلوك رالف جاءت بمصطلحات متنوعة، افترضت وجود قوة².

¹ بوعطيط جمال الدين، السلوك التنظيمي، مطبوعة منشورة، جامعة سكيكدة، 2021، ص 67.

² ساحل عبد الحميد، مهدي نصر الدين، اتجاهات الشباب الجامعي نحو موقع صحيفة الهداف الالكترونية، مجلة المعيار، العدد 60، 2021، ص 313.

وتعرف أيضا على أنها: استعدادات نفسية أو تهيؤات عقلية عصبية متعلمة للاستجابة الموجبة أو السالبة القبول أو الرفض نحو أشخاص أو أشياء أو موضوعات أو مواقف جدلية في البيئة التي تستثير هذه الاستجابة¹

اجرائيا:

هي اتجاهات ومواقف وآراء الجمهور الجزائري نحو البرامج السياسي الساخر برنامج جو في التلفزيون العربي.

الجمهور:

اصطلاحا:

قد استخدام لفظ "الجمهور" كترجمة للمصطلحين الإنجليزيين (Public) و (Audience) رغم ما بينهما من اختلاف، فاصطلاح (Public) يشير إلى المجموع العام للأفراد أو الشعب في مجتمع ما، بينما يشير مصطلح (Audience) إلى مجموع الأفراد الذين يقرؤون أو يستمعون أو يشاهدون أيا من وسائل الإعلام أو وحداته، فالفرد من حيث هو يعتبر جزءا من (Public) بينما يلزم كي يكون جزءا من (Audience) أن يقوم بعمل ما كأن يقرأ أو يشاهد أو يستمع كما يعرف قاموس لاروس الموسوعي Grand Larousse Encyclopédique الجمهور Audience على أنه نشاط الاستماع الإيجابي، وعلى أنه الانتباه والاهتمام الذي يظهره الجمهور للشخص الذي يخاطبه ، أي فعل الاستماع لشخص وإظهار الاهتمام".

ويعرف أيضا على أنه: " عدد الأشخاص الذين شاهدوا أو استمعوا لبرنامج تلفزيوني أو إذاعي، وهو يقاس من طرف مراكز وهيئات سبر الآراء والاستطلاع بفضل تقنيات القياس الإلي Audimétrie، ويمكن الاعتماد على سبر الآراء والعينات"².

اجرائيا:

هي الفئة العريضة من الأشخاص في الجزائر الذين يهتمون بمشاهدة وتقديم الرأي فيما يتعلق بالبرنامج السياسي جو في التلفزيون العربي.

¹ سعود بن مبارك البادري، وآخرون، اتجاهات طلبة الصف الثاني عشر بمدارس محافظة جنوب الباطنة نحو التعليم المدمج في ظل جائحة كوفيد، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد 02، 2021، ص 25.

² حفيظة محلب، مطبوعة منشورة: دراسات جمهور وسائل الإعلام، جامعة الجزائر 3، 2021، ص 17.

البرامج:

لغة:

هو الورقة الجامعة للحساب والخطة المرسومة لعمل ما، كبرنامج الدروس والإذاعة¹.

اصطلاحاً:

هي بث مواد ومضامين متنوعة إلى جماهير واسعة ومتباينة في العمر والمستوى المعيشي والوظيفي والثقافي والتعليمي².

البرامج السياسية:

اصطلاحاً:

تعرف بأنها المواد والمضامين الإعلامية التي تتناول المواقف والأحداث والأوضاع السياسية الراهنة بأسلوب ساخر ونقدي يحمل الطابع الفكاهي والكوميدي مع الاحتفاظ بجانب الجدية في تناوله وتحليله للقضايا السياسية، وقد تكون هذه المضامين مقروءة أو مسموعة أو مرئية مسموعة³.

اجرائياً:

هي المضامين الإعلامية السياسية التي يعالجها برنامج جو من خلال التلفزيون العربي.

السخرية:

لغة:

في لسان العرب لابن منظور سخر سَخِرَ منه وبه سَخْرًا وَسَخْرًا وَمَسَخَرًا وَسُخْرًا، بِالضَّمِّ، وَسُخْرَةً وَسِخْرِيًّا وَسُخْرِيًّا وَسُخْرِيَّةً: هَزِيءٌ بِهِ؛ يُقَالُ سَخِرْتُ مِنْهُ، وَلَا يُقَالُ سَخِرْتُ بِهِ. قَالَ اللَّهُ تَعَالَى: لَا يَسْخَرُ قَوْمٌ مِنْ قَوْمٍ وَسَخِرْتُ مِنْ فُلَانٍ هِيَ اللَّغَةُ الْفَصِيحَةُ. وَقَالَ تَعَالَى: فَيَسْخَرُونَ مِنْهُمْ سَخِرَ اللَّهُ مِنْهُمْ، وَقَالَ: إِنْ تَسَخَرُوا مِنَّا فَإِنَّا نَسْخَرُ مِنْكُمْ؛ وَقَالَ الْأَخْفَشُ: سَخِرْتُ مِنْهُ وَسَخِرْتُ بِهِ وَصَحِكْتُ مِنْهُ وَضَحِكْتُ بِهِ وَهَزَنْتُ مِنْهُ وَهَزَنْتُ بِهِ كُلُّ يُقَالُ، وَالْأَسْمُ السُّخْرِيَّةُ وَالسُّخْرِيُّ وَالسَّخْرِيُّ وَالسَّخْرِيُّ⁴.

¹ إبراهيم السيد البهنساوي، معجم الوجيز، (مصر: الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، د. س)، ص 47.

² راضي رشيد حسن، إتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية، مجلة كلية التربية/واسط، ع 10، العراق، ص 405.

³ محمد فؤاد محمد زيد، تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمة بوسائل الإعلام، مجلة بحوث للعلاقات العامة، 2017، 206.

⁴ لامية عاشوري، المعالجة الساخرة لقضايا المجتمع الجزائري على منصات التواصل الاجتماعي، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 03، 2023، ص 299.

اصطلاحا:

يصفها عبد الفتاح عوض: «أن السخرية بأنها إدراك نقدي يتم التعبير عنه بخطاب متعدد المعاني ينظم العلاقات اللغوية بغية توصيل معنى يختلف عما تصفح به الكلمات حرفيا، ويمكن أن يحدث هذا على مستوى الجملة أو على مستوى إحداه سرديّة أكثر تعقيدا وهي ظاهرة أدبية ورسالة اتصال بين المرسل والمتلقي وهي شكل للتناقض الظاهري ووعي واضح بالخفة ووعي بالفوضى المتزايدة التي ليست لها نهاية عامر).

أما شاكر عبد الحميد عرف السخرية على أنها شكل من أشكال الفكاهة أهمية وهدفها عموما مهاجمة الوضع الراهن في الأخلاق والسياسة والسلوك والتفكير وبالطبع فإن هذا الوضع الراهن هو محصلة لممارسات عدة خاطئة سابقا فالسخرية مظهر للفكاهة ومن أكثر أشكالها أهمية¹.

البرامج السياسية الساخرة:

اصطلاحا:

مضامين اعلامية تلفزيونية تحمل رسالة اتصالية ذات شكل ومضمون درامي أو لا درامي أو كليهما معا، تتخذ السخرية والتهكم اسلوبا في نقد الظواهر الحياتية سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو فكرية لدى الأفراد والمؤسسات، بهدف مقاومتها لأغراض رقابية وتحذيرية وتقويمية وترفيهية بأسلوب يثير الضحك أو السخط أو كليهما معا لدى المتلقي في إطار زمني محدد².

اجرائيا:

هي الموضوعات السياسية التي حظيت بتغطية مكثفة وتم تناولها من خلال البرنامج التلفزيوني الساخر محل الدراسة وكانت الأكثر بروزا من حيث عدد مرات التغطية وزمنها ويستغلها مقدم البرنامج في عرض مواقف وأراء السياسيين والمسؤولين المرتبطة بالموضوعات محل النقاش.

¹ فرزولي مختار، خلفه بكرة، معالجة المنشورات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الواقع الجزائري -دراسة تحليلية لعينة من منشورات ساخرة على الفايسبوك، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 01، 2023، ص680.

² نوال عبد الله الحزورة، اتجاهات الإعلاميين نحو أخلاقيات تناول الإعلاميين للأزمة إلى منية في البرامج الساخرة، مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية، العدد 2، 2023، ص18.

6. مجتمع الدراسة:

إن تحديد المجتمع الأصلي يعتبر من النقاط الأساسية التي ينبغي أن يراعيها الباحث ويوليها اهتماما كبيرا، فبدون تحديد مجتمع الأصل، ومعرفة العناصر الداخلية فيه لا يستطيع الباحث التحكم في كافة المتغيرات المرتبطة بالبحث¹، إذ لا بد من تحديد الحدود إن كانت سكانية أو جغرافية أو إدارية لغرض تحديد نوع وحجم العينة المناسب للدراسة.²

ويعرّف مجتمع البحث على أنه: "مجموع الأفراد أو العناصر التي لها خصائص مشتركة والتي يهتم بها الباحث، ويشتمل مجتمع البحث على أفراد أو عناصر لها سمات متقاسمة تجعلهم ينتمون إلى مجتمع بحث ما، مختلفين بذلك عن مجتمعات بحث أخرى تجمع أفرادا أو عناصر لها خصائص أخرى"³، وهذا النوع من المجتمعات يختلف حسب طبيعة المشكلة المدروسة، فهناك عدد معتبر من السمات العامة يركز عليها الباحث لضبط خصائص مجتمع بحثه، ومن أبرز هذه السمات: الجنس، المستوى التعليمي، الحالة الاقتصادية، الحالة الاجتماعية، مكان الإقامة، طبيعة الوظيفة، سنوات العمل.

ويتمثل مجتمع دراستنا في الجمهور الجزائري إذ يعد اختيار العينة من الخطوات والمراحل الهامة في البحث، ولا شك أنّ الباحث يفكر في عينة البحث منذ أن يبدأ في تحديد مشكلة البحث وأهدافه.⁴

7. عينة الدراسة:

¹ عبد إلى مين بوداود وآخرون، المرشد في البحث العلمي لطلبة التربية البدنية والرياضية، (د، ط)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2009، ص 69.

² محمد عبد العال النعيمي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، (د، ط)، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان 2015، ص 77.

³ لمياء مرتاض، ديناميكية البحث في العلوم الإنسانية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع-الجزائر، د، ص، ص 202.

⁴ عبد الغني محمد إسماعيل العمراني، أساسيات البحث التربوي، ط1، دار الكاتب الجامعي، صنعاء، 2013، ص 92.

والعينة تستخرج من المجتمع الأصلي، فهي: "مجموعة من الأشخاص الذين ينتمون لمجتمع البحث وتكون العينة التي يتم اختيارها وفقا لمعايير دقيقة وعلمية"¹، ويتوقف صدق تمثيل العينة للمجتمع على طريقة اختيار العينة وحجم العينة².

ولتحديد مفردات عينة دراستنا قمنا باختيار العينة القصدية بأسماء متعددة مثل العينة العرضية، أو العينة العمدية، أو العينة النمطية وهي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة، التي تمثله تمثيلا صحيحا.

وتتمثل عينة الدراسة في طلبة جامعة البويرة، والذي يبلغ تعدادهم طالب، في حين قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان على 100 مفردة.

8. منهج وأدوات جمع البيانات:

أ: منهج جمع البيانات:

من المعروف أن البحوث في مجال العلوم الاجتماعية تنقسم إلى بحوث كمية وبحوث كيفية وطبيعية دراستنا دفعتنا للاعتماد على المنهج الكمي باعتباره المنهج الذي يعتمد على لغة الأرقام والإحصاء والذي يتماشى مع الظاهرة محل الدراسة والمشكلة البحثية وكذا الأهداف المراد الوصول إلى ها والذي يعرف على أنه "ذلك البحث الذي يحدد فيه الباحث مشكلة البحث ويسأل أسئلة محددة أو يضع فرضيات قابلة للاختبار، ثم يجمع بيانات رقمية موضوعية من المشاركين أفراد العينة بناء على الأسئلة أو الفرضيات التي وضعها ثم يحلل هذه الأرقام باستخدام الأساليب الإحصائية ليحصل على إجابة للأسئلة التي يطرحها أو الفرضيات التي وضعها"³.

¹ أعمار بوحوش، وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا 2019، ص-ص 68-69.

² محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1992، ص 40.

³ محسن بالقسم، المنهج الكيفي والكمي في الدراسات الاجتماعية: النظرية والممارسة، مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية والرياضية، العدد 1، 2023، ص 93.

لكل علم من العلوم مادة ومنهج¹، إذ ليس هناك بحث علمي دون منهج واضح يتم وفقا لقواعد دراسة المشكلة محور البحث وتحليل أبعادها ومسبباتها ومعرفة جوانبها وتأثيراتها وتأثرها بالظواهر المحيطة². ويُعرّف المنهج على أنه "مصدر بمعنى طريق أو سلوك، وهي مشتقة من فعل نهج بمعنى طرق أو سلك"³، فهو تتبع فكري واعي به تترن المعلومة حتى تأخذ مكانها الذي يليق بها بين المعلومات السابقة لها والمعلومات اللاحقة لها⁴.

ويُعرّف منهج البحث العلمي (ScientificMéthode) على أنه "طريقة موضوعية يتبعها الباحث في دراسة أو تتبع ظاهرة من الظواهر أو مشكلة من المشاكل أو حالة من الحالات بقصد تشخيصها أو وصفها وصفا دقيقا، وتحديد أبعادها بشكل كامل يجعل من السهل التعرف عليها وتمييزها، وتتيح معرفة أسبابها ومؤثراتها والأنماط التي تستخدمها أو تتشكل فيها العوامل التي أثرت فيها أو تأثرت بها وقياس هذا الأثر والتنبؤ به بشكل موضوعي دقيق"⁵.

وقد فرضت علينا طبيعة دراستنا الاعتماد على منهج دراسة حالة الذي يعرف على أنه طريقة علمية تتميز بالعمق والشمول والفحص التحليل الدقيق لأي ظاهرة أو مشكلة أو نوع من السلوك المطلوب دراسته لدى شخص أو أسرة أو جماعة أو مؤسسة أو مجتمع، بعد فهم الظاهرة فهما جيدا بهدف الوصول إلى استنتاجات ومبادئ عامة تصلح لوضع تعميمات تخدم عمليات التشخيص والعلاج والتوجيه والإرشاد.⁶

¹ عبد الخالق علي، خطوات نحو النهج الإعلامي، (د، ط)، دار المحجة البيضاء (د، س، ن) ص100.

² محسن احمد الخضري وآخرون، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، ط2، مكتبة الانجلو مصرية القاهرة، 1992، ص 41.

³ سعد سلمان، المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (د، ط) دار الكتاب الجامعي 2017، ص19.

⁴ عقيل حسين عقيل، خطوات البحث العلمي من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة، (د، ط)، دار ابن الكثير، (د بن)، (د، س، ن)، (د، ص).

⁵ محسن احمد الخضيري وآخرون، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، ط2، مكتبة الانجلو مصرية القاهرة، 1992، ص 42.

⁶ أحمد بوزراع، منهج دراسة الحالة، مجلة الإحياء، 2001، ص285.

ويرى حامد زهران أن دراسة الحالة وسيلة شائعة الاستخدام للتلخيص أكبر عدد ممكن من المعلومات عن العميل ، و هي أكثر الوسائل شمولاً وتحليلاً وهي منهج التنسيق وتحليل المعلومات التي جمعت بوسائل جمع المعلومات الأخرى عن الحلة و عن البيئة و هي بحث شامل لأهم عناصر حياة العميل و هي وسيلة لتقدم صورة مجمعة للشخصية ككل و بذلك تشمل دراسة مفصلة للفرد في حاضره وماضيه وهي بذلك تصور فعلا فردية الحالة وتهدف دراسة الحالة إلى الوصول إلى فهم أفضل للعميل وتحديد و تشخيص مشكلاته وطبيعتها وأسبابها واتخاذ التوصيات الإرشادية والتخطيط للخدمات الإرشادية اللازمة. والهدف الرئيسي لدراسة الحالة هو تجميع المعلومات ومراجعتها ودراستها وتحليلها وتركيبها وتجميعها وتنظيمها وتلخيصها ووزنها إكلينيكي أي وضع وزن إكلينيكي أثقل من الوزن الإكلينيكي لعشرات المعلومات الأخرى، وتعتبر دراسة الحالة بمثابة منظر من بعيد، وفكرة عامة وشاملة عن الحالة وتشمل كل المعلومات والعوامل والخبرات التي جعلت الحالة على ما هي عليه أي أنها تشتمل على المعلومات الهامة.¹

إن عملية اختيار منهج دون غيره يرجع لطبيعة الظاهرة والموضوع وكذا إلى طريقة المعالجة، كما يرتبط بالإشكالية التي يتم تحديدها، ومن خلال هذه الدراسة يسعى الباحث إلى جمع المعلومات والبيانات حول اتجاهات الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة دراسة حالة برنامج جو في التلفزيون العربي، وعليه اعتمدنا على منهج دراسة حالة إذ يعد الأنسب لهذه الدراسة ومن بين المناهج شائع الاستخدام في علم الاجتماع نظرا لكونه يعد الأكثر ملاءمة لمثل هذه الدراسات.

ب: أدوات جمع البيانات:

تختلف عملية جمع المعلومات والبيانات في البحث العلمي من مرحلة إلى أخرى، تبعا لنوع المعلومة ومدى الحاجة إلى ها وتوظيفها، ويحتاج الباحث إلى معلومات من نوع آخر ستحصل بأدوات أخرى للتحقق من الافتراضات، والتوصل إلى النتائج وتفسيرها وتحليلها.² وقد تمّ الاعتماد في دراستنا على الأداة البحثية التالية:

¹ حامد زهران ، التوجيه والإرشاد النفسي ، عالم الكتب القاهرة ، 1999، ص 182.

² مصطفى حميد الطائي وآخرون، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، ط1، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر الإسكندرية، 2008، ص 230.

استمارة الاستبيان:

ويعرف الدكتور محمد عبد الحميد الاستمارة "على أنها أسلوب لجمع البيانات تستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.

واستمارة البحث نموذج يضم أسئلة توجه إلى المبحوثين من أجل الحصول على المعلومات يتم ملؤه مباشرة من طرف المبحوثين.¹

وتمثلت محاور الاستمارة في:

المحور الأول: محور البيانات الشخصية

المحور الثاني: مدى متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة

المحور الثالث: عادات متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة

المحور الرابع: أنماط ودوافع متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة

المحور الخامس: المواضيع التي تستهوي الجمهور الجزائري في إطار البرامج السياسية الساخرة

9. الدراسات السابقة:

وهي جملة الدراسات التي تعالج نفس الموضوع أو التي تعالج نفس الإشكاليات من خلال مراجعاتنا السابقة التي تناولت موضوع اتجاهات الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة "دراسة حالة برنامج جو في التلفزيون العربي" لاحظنا قلة وندرة الدراسات والبحوث، لكن حاولنا الوصول إلى الدراسات التي تشابه موضوع بحثنا والتي سنذكرها فيما يلي:

¹صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2003، ص 92.

الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى:

محمد سي احمد، التي جاءت بعنوان " البرامج الساخرة الجزائرية من خلال برامج "التوك شو": قراءة

تحليلية لبرنامج "راينا show"،تمحورت إشكالية الدراسة حول:

- لماذا تميزت المعالجة الساخرة للأحداث المثارة في برنامج "راينا Show"؟

وينبثق من التساؤل الرئيسي مجموع الأسئلة الفرعية التالية:

- ما نوعية (البروفایل)؟

- الضيوف البرنامج؟

- ما نوع النقاش الذي تناوله البرنامج؟

- ما أهم مصادر المعلومات التي اعتمد عليها البرنامج؟

- ما طرق العرض المستخدمة في تنشيط البرنامج؟

- ما الجهات التي كانت محل انتقاد البرنامج؟

- ما الشخصيات التي كانت محل انتقاد البرنامج؟

- ما نوع الأسلوب الساخر المستخدم في البرنامج؟

- ما هي التجاوزات (الأخلاقية والمهنية)

- المسجلة في البرنامج؟

- ما اتجاه مقدم البرنامج إزاء القضايا المثارة في العينة البرمجية؟

استهدفت الدراسة التعرف على المميزات والخصائص المتعلقة بالمعالجة الساخرة للأحداث المغارة في

برنامج "راينا show" الذي يبث على القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة الشروق العامة؛ استخدمت الدراسة

المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على أداة تحليل -المضمون لجمع البيانات وتفسيرها؛ في حين تم اللجوء

إلى استخدام العينة المتاحة، قوامها إحدى عشرة (11) مفردة.

وقد خلصت الدراسة إلى: تصدر المبالغة،والضمنية جملة الأساليب الساخرة المستخدمة في عينة من الدراسة؛

استمدت العينة البرمجية اغلب موضوعاتها مواقع التواصل الاجتماعي؛ ورصدنا أيضا، أن ما يمثل السياسة

والسياسي، والحكومة والحكومي قد تصدروا سلم النقد والنقد الساخر؛ بالإضافة إلى رصد نسبة عالية تشير إلى عدم احترام العينة لمبدأ الحياد¹.

الدراسة الثانية:

دراسة عامر أمال، التي جاءت بعنوان " أثر الاتصال السياسي الاستعراضي من خلال البرامج التلفزيونية الساخرة على الوعي السياسي لدى الشباب : دراسة تحليلية لبرنامج جرنال القوسطو"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2018.

تتناول الدراسة موضوع البرامج التلفزيونية الساخرة وأثرها على الوعي السياسي، لما أفرزته هذه الأخيرة من نتائج وانتشار واسع في الوطن العربي عامة والجزائر على وجه الخصوص، خاصة بعد فتح آفاق السمع البصري وظهور قنوات تلفزيونية خاصة، ونحاول في هذه الدراسة أثر الاتصال السياسي الاستعراضي من خلال البرامج التلفزيونية الساخرة: دراسة تحليلية لبرنامج جرنال القوسطو " التسلط الضوء على المضامين السياسية في البرامج التلفزيونية الساخرة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة، إذ أصبحت هذه البرامج تمثل أهمية لدى المتلقي يستعين بها في كثير من الأحيان تكوين الآراء والتفكير عن معاناته وهمومه والتسلية والترفيه، ويرى فيها مجالا ومقياسا لحرية التعبير . وهي تعد أول دراسة علمية أكاديمية تتناول موضوع البرامج التلفزيونية الساخرة في القنوات التلفزيونية الجزائرية، وتقديمها لاتصال سياسي استعراضي يقوم على الفرجة والإثارة وربطها بالوعي السياسي لدى الشباب الجامعي كإحدى مكوناته، ومعرفة الإشباع السياسية المحققة منه كمصدر إشباع معلوماتية.

فالوعي السياسي هو المرحلة الأولى للمشاركة السياسية التي تتدرج من الاهتمام السياسي والثقافة والمعرفة السياسي وصولا للتصويت أو المشاركة الانتخابية أو السياسية. وتتعدد مؤسسات تكوينه بين غير الرسمية كالأسر وجماعة الرفاق... الخ، ورسمية كالمؤسسات التعليمية والمؤسسات الإعلامية... ومن هنا تنطلق هذه الدراسة في معرفة أثر المؤسسات الإعلامية ممثلة أنموذجا".

في هذه الدراسة في المضامين الإعلامية الساخر "برنامج جرنال القوسطو وتستخدم الدراسة أداة استمارة الاستبيان لمعرفة مدى تأثير الشباب الجامعي بهذه النوعية من البرامج خاصة وأثرها على مستويات المعرفة السياسية لديهم، ومعرفة اتجاهات وميول عينة الدراسة من البرنامج، والتحليل السيميولوجي لعينة من حلقات البرنامج، للتعرف على المادة السياسية الساخرة التي يقدمها البرنامج.

¹ محمد سي احمد، " البرامج الساخرة الجزائرية من خلال برامج "التوك شو": قراءة تحليلية لبرنامج "راينا show"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 1، 2022.

- واستخلصت الدراسة مجموعة من النتائج نلخصها على النحو التالي :
- بلغت نسبة المشاهدة الدائمة الشباب الجامعي للبرنامج 39.68%، وهذا يعكس أهمية البرنامج ضمن الشبكة البرمجية، في استقطابه للمشاهد وتكوين قاعدة من المشاهدين ونسبة مرتفعة من المشاهدة.
 - كما توصلت الدراسة الميدانية إلى أن البرنامج يساهم في التأثير على الوعي السياسي لدى أفراد العينة بدرجة مرتفعة بنسبة قدرت بـ 58.10% وهي نسبة فاقت النصف، تعكس لنا أهمية البرنامج في تكوين الوعي السياسي لدى أفراد العينة.
 - يسعى البرنامج وبطريقة استعراضية ساخرة إشاعة ثقافة الحوار واحترام الرأي والرأي الآخر بين المواطن والمسؤول وبين وسائل الإعلام والساسة، وتعزيز أسس الديمقراطية في الدولة، وإشاعة الإعلام الحر والمسؤول وتعزيز دور الإعلام في الرقابة والنقد.
 - وظف البرنامج السخرية عن طريق انتقاده للواقع السياسي المحلي في الجزائر باستخدام أساليب السخرية، من بين هذه الأساليب التي كانت بارزة في مقاطع المدروسة المحاكاة، واللعب بالمعاني والألفاظ¹.

الدراسات العربية:

الدراسة الأولى:

دراسة إسماعيل محمود حسن، السعيد مروى، التي جاءت بعنوان " أثر البرامج التلفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي"، تتمثل مشكلة الدراسة في تحديد وقياس طبيعة واتجاه الدور الذي تقوم به البرامج التلفزيونية الساخرة أثناء تناولها للواقع السياسي الراهن، وتأثير هذا العرض في تشكيل معارف واتجاهات عينة الدراسة من الشباب الجامعي حول هذا الواقع السياسي. الهدف: تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي هو التعرف على أثر البرامج التلفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي. المنهج: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني. المجتمع والعينة: تمثلت عينة الدراسة الميدانية في شباب جامعي (المنصورة والقاهرة) بعينة عشوائية قوامها 300 مفردة، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في عينة عمدية تمثلت في برنامج "بني آدم شو" على قناة الحياة- برنامج "أبله فاهيتا" على قناة -CBC برنامج "أسعد الله مساءكم من جديد" على قناة MBC مصر. النتائج: توصلت نتائج الدراسة التحليلية إلى أن أهم الموضوعات التي يتم مناقشتها هي الموضوعات السياسية، تليها الموضوعات الاجتماعية. وتوصلت نتائج الدراسة التحليلية إلى أن كلاً من

¹ عامر أمال، أثر الاتصال السياسي الاستعراضى من خلال البرامج التلفزيونية الساخرة على الوعي السياسي لدى الشباب: دراسة تحليلية لبرنامج جرنال القوسطو"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2018.

برنامج "بني آدم شو" وبرنامج "أبله فاهيتا" على جمهور داخل الاستديو إلا أن جمهور برنامج "أبله فاهيتا" أكبر نسبياً، بينما لا يشمل برنامج "أسعد الله مساءكم من جديد" على جمهور. أشارت نتائج الدراسة إلى أن "التورية والتلاعب بالألفاظ" كان في مقدمة الأساليب الساخرة الأكثر استخداماً في البرامج التلفزيونية الساخرة، وأشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن البرامج التلفزيونية الساخرة تؤثر 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"¹.

الدراسة الثانية:

دراسة عبد اللطيف حيدر، التي جاءت بعنوان "البرامج السياسية الساخرة في شبكة الجزيرة: فاعلية الخطاب النقدي وإلى ات اشتغاله"، تتمثل إشكالية البحث في السعي إلى معرفة خصائص ومضامين المعالجة الساخرة للموضوعات السياسية في برنامجي "فوق السُلطة" و"السليط الإخباري" في شبكة الجزيرة الإعلامية، ولأجل ذلك تحاول الإجابة عن الحقل الاستفهامي الآتي:

- ما مضامين المعالجة الساخرة للموضوعات السياسية في برنامجي "فوق السُلطة" و"السليط الإخباري" في شبكة الجزيرة الإعلامية؟

- ما أبرز الموضوعات السياسية التي تناولها "فوق السُلطة" و"السليط الإخباري"؟

- ما أساليب العرض واستراتيجيات السخرية المستخدمة في برنامجي "فوق السُلطة" و"السليط الإخباري"؟

- ما الأشكال والقوالب التي استخدمها البرنامجان في معالجتهم الساخرة؟

- ما أبرز الفئات السياسية التي استهدفها البرنامجان؟ وما الهدف من وراء ذلك؟

- ما تاريخ السخرية السياسية والبرامج الساخرة في العالم العربي؟

- ما طبيعة الدور الذي تلعبه البرامج الساخرة في التأثير على الجمهور من وجهة نظر القائم بالاتصال؟

¹ إسماعيل محمود حسن، السعيد مروى، أثر البرامج التلفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي، مجلة دراسات الطفولة، العدد 75، 2017.

- كيف ينظر الفنان الساخر إلى نفسه عند معالجته الساخرة للمحتوى الذي يقدمه؟

وهدفت الدراسة إلى:

- التعرف على أبرز الموضوعات السياسية التي تناولها برنامجا "فوق السُلطة" و"السليط الإخباري".

- دراسة أساليب واستراتيجيات السخرية التي اعتمد عليها "فوق السُلطة" و"السليط الإخباري".

- التعرف على الأشكال والقوالب التي استخدمها البرنامجان في معالجتهما الساخرة.

- تحديد أبرز الفئات السياسية التي استهدفتها البرامج الساخرة.

- دراسة تاريخ السخرية السياسية والبرامج الساخرة في العالم العربي.

- التعرف على طبيعة الدور الذي تلعبه البرامج الساخرة في التأثير على الجمهور من وجهة نظر القائم بالاتصال.

- معرفة كيف ينظر الفنان الساخر إلى نفسه عند استخدامه للمعالجة للساخرة.

كما اعتمدت الدراسة المنهج المختلط القائم على الجمع بين المنهج الكمي والكيفي، وتوصلت الدراسة إلى:

يوجد هناك اختلاف بين البرنامجين من حيث البناء واللغة المستخدمة، والاختلاف في نسبة تناول الموضوعات السياسية العربية والعالمية؛ حيث جاءت "التغييرات الجديدة في السعودية" في المرتبة الأولى في الموضوعات السياسية التي تناولها برنامج "فوق السُلطة" بنسبة 17%، بينما كان النظام السياسي المصري الأكثر تناولاً في برنامج "السليط الإخباري" بنسبة 13% من النسبة الإجمالية للموضوعات السياسية التي ناقشها البرنامج، وقد تمثلت أبرز الموضوعات في: حصار قطر، والتوظيف السياسي للدين، والتغييرات الجديدة في السعودية، وموجة التطبيع مع إسرائيل، والنظام السياسي المصري، والديمقراطية العربية.

- كان "الإعلاميون، والمشاهير، ومشايخ الدين، وأجهزة الإعلام" الفئة الأكثر استهدافاً في البرنامجين بنسبة 32% لكليهما.

- يُعدُّ أسلوب التلاعب في الألفاظ الأسلوب الأكثر استخدامًا في البرنامجين؛ حيث جاء في برنامج فوق السلطة بنسبة 24%، مقابل 30% في برنامج "السليط الإخباري".
- جاءت لغة الجسد الهزلية على رأس تقنيات السخرية الأكثر استخدامًا في البرنامجين؛ حيث وردت بنسبة 28% في برنامج "فوق السلطة"، مقابل 37% في برنامج "السليط الإخباري".
- يُعدُّ الحديث المباشر القالب الأكثر استخدامًا في السخرية في البرنامجين، حيث جاء في برنامج "فوق السلطة" بنسبة 59%، مقابل 40% في برنامج "السليط الإخباري".
- يمثل نقد السياسيين أبرز أهداف السخرية في البرنامجين؛ حيث جاء بنسبة 48% في برنامج "فوق السلطة"، مقابل 39% في برنامج "السليط الإخباري".
- جاءت الفيديوهات والمواد المرئية على رأس طرق العرض المستخدمة في البرنامجين؛ حيث جاءت في برنامج "فوق السلطة" بنسبة 70%، مقابل 65% في برنامج "السليط الإخباري".
- تُعدُّ المواد المرئية من القنوات الفضائية أكثر المصادر التي اعتمد عليها البرنامجان، حيث جاءت في برنامج "فوق السلطة" بنسبة 52%، مقابل 48% في برنامج "السليط الإخباري".
- جاءت السخرية الصريحة على رأس استراتيجيات السخرية المستخدمة في البرنامجين، بنسبة بلغت 84% في برنامج "فوق السلطة"، مقابل 77% في برنامج "السليط الإخباري".
- جاء تعدد الموضوعات في بند "أخرى" بنسبة 25% في برنامج "فوق السلطة" مقابل 32% لبرنامج "السليط الإخباري"¹.

الدراسة الثالثة:

دراسة زاهر محمد هاشم، البرامج السياسية الساخرة في القنوات الفضائية العربية دراسة مسحية، تمحورت تساؤلات الدراسة حول:

¹ عبد اللطيف حيدر، البرامج السياسية الساخرة في شبكة الجزيرة: فاعلية الخطاب النقدي وإلى ات اشتغاله، مركز الجزيرة للدراسات، 2019.

- ما طبيعة فقرات المادة التلفزيونية المقدمة؟
- ما اللغة واللهجة المستخدمة في تقديم البرنامج.
- ما مدة البرنامج؟
- ما طبيعة الديكور المستخدم؟
- ما نوعية ضيوف البرنامج في حال وجودهم؟
- ما تخصصات الضيوف في حال وجودهم؟

هدفت الدراسة إلى التأصيل النظري للكوميديا والبرامج الكوميديية الساخرة، وتوصيف خصائص وسمات البرامج السياسية الساخرة، ورصد طريقة تناول البرامج السياسية الساخرة لعدد من القضايا السياسية والاجتماعية.

كما هدفت إلى رصد صورة أفراد وجماعات معينة في المضامين الإعلامية للبرامج السياسية الساخرة، وتحديد أثر ملكية وسائل الإعلام على توجهات ومعايير انتقاء القضايا السياسية والاجتماعية في البرامج السياسية الساخرة.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، باستخدام أسلوب تحليل المضمون للحصول على البيانات الخاصة بالدراسة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح لمعرفة آراء عينة من الخبراء الأكاديميين والإعلاميين حول مضمون وشكل البرامج التلفزيونية الساخرة المحددة في الدراسة.

وقامت الدراسة على جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها، وذلك بأخذ عينات احتمالية (عشوائية منتظمة باختيار الأسبوع الأول والثالث من كل شهر من حلقات برنامج «نور خانم» التي عرضت على فضائية التلفزيون سوريا"، وذلك خلال فترة زمنية محددة من آذار/مارس 2018 إلى كانون الأول / ديسمبر 2020. وخلصت الدراسة إلى نتائج أبرزها :

- البرامج السياسية الساخرة على القنوات التلفزيونية العربية برزت كأسلوب نقد ساخر يعتمد على المحاكاة الساخرة والمفارقة وأساليب الكوميديا الأخرى، وذلك للتنفيس عن الضغط، وتفريغ الاحتقان الشعبي نتيجة ممارسة السلطات في قمع الحريات، وغياب المؤسسات الديمقراطية، وسيطرة الدولة على المؤسسات الإعلامية، والقيود على حرية التعبير.
- اعتمدت البرامج السياسية العربية على تقليد البرامج الغربية بشكل كبير، لكنها لم تتمكن من الخروج عن سقف الداعم والممول، وبات النقد الساخر موجهاً باتجاه واحد تجاه الجهة المخالفة

بالرأي السياسي، وخرجت هذه البرامج عن خط المهنية والحياد، واتسمت بالانحياز وعدم الموضوعية وغياب الطرح المتوازن.

- تحظى البرامج السياسية التلفزيونية الساخرة بنسبة مشاهدات عالية، وبانتشار واسع وبجمهور كبير، وتلعب وظيفة ترفيهية مهمة، وتتفوق على البرامج السياسية الجادة بشكل كبير.
- تشجع البرامج السياسية الساخرة على النقد، وتساهم في توسيع هامش الحريات، وتشكيل وعي الجمهور تجاه قضية معينة¹.

التعليق على الدراسات السابقة:

الدراسات المحلية:

1. الدراسة الأولى - برنامج "راينا": "Show" تركز على تحليل محتوى برنامج "راينا" Show ، واستخدامه للسخرية للتعبير عن النقد للواقع السياسي في الجزائر. توجهت الدراسة أيضًا إلى مصادر المعلومات المستخدمة في البرنامج والجهات والشخصيات المستهدفة.
2. الدراسة الثانية - برنامج "جرنال القوسطو": تناولت تأثير البرنامج على وعي الشباب الجامعي بالشؤون السياسية، واستخدامه لنشر ثقافة الحوار واحترام الرأي. تعمل الدراسة على فهم تأثير البرنامج على مستويات المعرفة السياسية للشباب وميولهم نحو البرنامج.
3. الدراسة الثالثة - برنامج "جو" في التلفزيون العربي: هذه الدراسة تتناول برنامج "جو" في التلفزيون العربي وتركز على اتجاهات الجمهور الجزائري نحو البرامج السياسية الساخرة. تهدف الدراسة إلى فهم كيفية استقبال الجمهور لهذا النوع من البرامج وتأثيرها على تشكيل آرائهم السياسية.

بالنظر إلى الدراسات الثلاثة، يمكن ملاحظة أن كل منها يسلط الضوء على جوانب مختلفة من تأثير البرامج السياسية الساخرة على الجمهور الجزائري، مما يوفر رؤى شاملة حول دور هذه البرامج في تشكيل الرأي العام وتعزيز الوعي السياسي في البلاد.

¹ زاهر محمد هاشم، البرامج السياسية الساخرة في القنوات الفضائية العربية دراسة مسحية، رسالة ماجستير، الأكاديمية

العربية في الدنمارك، 2022.

- الدراسات العربية:

الدراسة الأولى تركز على تأثير البرامج الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي في مصر، بينما تركز الدراسة الثانية على فاعلية الخطاب النقدي ومضامين المعالجة الساخرة للموضوعات السياسية في برنامجي "فوق السلطة" و"السليط الإخباري" في شبكة الجزيرة الإعلامية.

أما دراسة حالة برنامج "جو" في التلفزيون العربي، فقد تركزت على تحليل مضامين المعالجة الساخرة للأحداث والقضايا السياسية، وتأثير هذا التعامل على توجهات وآراء الجمهور الجزائري. وتهدف هذه الدراسة إلى فهم كيفية استقبال الجمهور الجزائري لهذا النوع من البرامج وتأثيره على وعيهم السياسي ومواقفهم.

الاختلاف الرئيسي بين الدراسة الحالية والدراستين السابقتين يكمن في البلد المستهدف والجمهور المستهدف، حيث تتناول الدراسة الحالية توجهات الجمهور الجزائري بينما الدراستين السابقتان تركزان على الجمهور المصري والمشاهدين لبرامج محددة في مصر وشبكة الجزيرة الإعلامية على التوالي. هذا يعني أن السياق الثقافي والسياسي قد يكون مختلفاً بين البلدين وبالتالي قد يكون للبرامج الساخرة تأثير مختلف على الجمهور في كل بلد.

10. حدود الدراسة:

إن أي دراسة علمية تسعى إلى تحقيق أهداف معينة لا يجب أن تتخلى عن إطارها المنهجي، بل ويجب أن تتقيد بحدود تفسر أهداف وسير الدراسة، وعليه فإن حدود دراستنا تتمثل فيما يلي:

- **الحدود الموضوعية:** تقتصر هذه الدراسة على محاولة معرفة اتجاهات الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة "دراسة حالة برنامج جو في التلفزيون العربي".
- **الحدود المكانية:** أجريت هذه الدراسة على طلبة جامعة البويرة.
- **الحدود الزمانية:** امتدت الدراسة الميدانية لبحثنا من بداية شهر ديسمبر 2023 إلى بداية شهر جوان من عام 2024.

الفصل الثاني: اتجاهات الجمهور الجزائري

تمهيد:

في السنوات الأخيرة، شهدت الجزائر تحولات ملحوظة في توجهات الجمهور العام، حيث تتداخل العوامل الاجتماعية، الاقتصادية، والسياسية في تشكيل هذه التوجهات. يعكس الجمهور الجزائري إلى خليطاً من الطموحات والتحديات، مستمداً قوته من تاريخ عريق وثقافة غنية، بينما يواجه في الوقت ذاته تحديات العصر الحديث. تتزايد اهتمامات الجزائريين بالقضايا المتعلقة بالتنمية المستدامة، التعليم، والتكنولوجيا، مما يعكس رغبتهم في مواكبة التطورات العالمية. كما تلعب الوسائط الاجتماعية دوراً حيوياً في تشكيل الرأي العام وتوجيه النقاشات حول القضايا الوطنية والدولية. هذه الاتجاهات لا تقتصر على الجانب الاقتصادي أو السياسي فقط، بل تمتد لتشمل الجوانب الثقافية والاجتماعية، مما يعكس ديناميكية المجتمع الجزائري وقدرته على التكيف مع المتغيرات السريعة في العالم المعاصر.

المبحث الأول: ماهية الاتجاهات

المطلب الأول: مفهوم وعوامل تكوين الاتجاهات

أ: مفهوم الاتجاه:

يشير الاتجاه عند كابسوامي KOPPUSWAMY إلى (موقف الفرد اتجاه بعض المواقف أو الأشخاص أو الجماعات المختارة). ويعدُّ كرتش وكر تشفيد وبلاش الاتجاهات بأنها نظم) دائمة من التقسيمات الإيجابية أو السلبية، والمشاعر الانفعالية وميول الاستجابة مع أو ضد الموضوعات الاجتماعية).

تعريف ولمان (معجم) للاتجاهات هو استعداد) متعلم للاستجابة بطريقة منسقة وبأسلوب محدد أكان إيجابياً أم سلبياً لأشخاص أو موضوعات أو مفاهيم معينة).

تعريف توماس TOMAS اتجاه الشخص هو حصيلة مزاجه ونوع المفاهيم التي يفرضها عليه مجتمعه والصورة يدرك بها شتى المواقف في ضوء خبراته وتفكيره).

تعريف ثورستون THURSTONE للاتجاه هو (درجة العاطفة الإيجابية أو السلبية المرتبطة بموضوع نفسي)¹. هو تهيؤ عقلي متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة نحو أشخاص أو مواقف أو أشياء أو موضوعات أو رموز في البيئة تستثير هذه الاستجابة.

كما يعرفه "محمود السيد أبو النيل" بأنه: "استعداد نفسي تظهر محصلته في وجهة نظر الشخص حول موضوع من الموضوعات سواء كان اجتماعياً أو اقتصادياً أو سياسياً، أو حول قيمة من القيم كالقيمة الدينية أو الإجمالية أو النظرية أو الاجتماعية أو حول جماعة من الجماعات"².

ومنه يمكننا القول أن الاتجاه هو استعداد نفسي متعلم وثابت للاستجابة بشكل إيجابي أو سلبي تجاه أشخاص، مواقف، موضوعات، أو رموز معينة، بناءً على العواطف، المعتقدات، والخبرات الشخصية التي يفرضها الفرد على البيئة المحيطة به. هذا الاستعداد يعكس تقييمات الفرد ويؤثر على سلوكه واستجاباته الانفعالية والمعرفية تجاه تلك المثيرات.

¹ حسين صديق، الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، المجلد 28، العدد 3، 4، 2012، ص3.

² مراد شتوان، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياسي بالجزائر، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، جامعة جيجل، دس، ص8.

ب- عوامل تكوين الاتجاهات:

- الأسرة: تعتبر الأسرة من العوامل الهامة والمؤثرة في تكوين اتجاهات الفرد، لأن الأسرة هي المؤسسة الأولى التي تكسب الفرد اتجاهاته من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، وتشير معظم الآراء في هذا الشأن بأن العلاقة بين اتجاهات الوالدان نحو الأبناء، تكون أكثر من العلاقة الموجودة بين الأبناء بعضهم البعض في الأسرة الواحدة.
- حيث تتشابه اتجاهات الأبناء بشكل عام اتجاهات الوالدين سياسياً واقتصادياً ودينياً، وقد ظهر من إحدى الدراسات الأمريكية أن (74%) من الطلاب ووالديهم لهم نفس الولاءات الدينية، وأن (60%) من الطلاب يفضلون الأحزاب السياسية التي يفضلها الوالدين، وأن أقل من (10%) كانوا في اتجاه معاكس لاتجاهات آبائهم.
- المدرسة: تلعب المدرسة دوراً هاماً في تطوير وتكوين الاتجاهات لدى المتعلمين وذلك من خلال تفاعلهم مع الأترب والمعلمين. فالمعلم المتسامح والمرح والمتحمس مثلاً ينمي اتجاهات إيجابية نحو العمل المدرسي عند تلاميذه، بينما يؤدي المعلم الساخر والمتهمك والعقابي إلى تنمية اتجاهات مضادة قد تستمر عند صاحبها فترة زمنية طويلة.
- الجماعة المرجعة: للجماعات المرجعية دور في تكوين الاتجاهات، حيث تعد اتجاهات الرفاق أو الشلة مصدراً قوياً من مصادر الاتجاهات الجديدة المكتسبة للفرد لأن ما تضعه هذه الجماعة من ضغوط اجتماعية من أجل مسايرة الجماعة أو الحصول على رضاها، مما تجد الفرد تدريجياً يتبنى اتجاهات الجماعة وتتقبل ومعاييرها وأنشطتها المختلفة.
- وسائل الإعلام: تعد وسائل الإعلام الحديثة مثل برامج التلفاز والأنترنت من العوامل القوية والمؤثرة في تكوين الاتجاهات نظراً لما لهذه الوسائل من القوة والجاذبية، وخصوصاً لفئة الأطفال والمراهقين والشباب، حيث تشكل اتجاهات وأفكار هذه الوسائل الإعلامية مصدراً عالياً من الضغوط النفسية للمسايرة وبدونها يرى المراهق أو الشاب نفسه خارج دائرة الضوء أو عجلة التطور¹.

¹ عبد الكريم مليني، الاتجاهات النفسية الاجتماعية للسلوك، محاضرات منشورة، د، س، ص5.

المطلب الثاني: مكونات وخصائص الاتجاهات

أ: مكونات:

تتكون الاتجاهات من ثلاث مكونات أساسية. تساعد الجمهور على تشكيل الرأي لديه إزاء مختلف القضايا التي يهتم بها، وتدفعه إلى اتخاذ قرار معين: وهي كالاتي:

أولاً: المكون المعرفي: يتمثل بالمعتقدات والأفكار والحقائق التي يعتقها الفرد حول معين، ويرتكز عليها اتجاه الفرد ويدافع عنها ويتطلب هذا المكون حد أدنى من الإدراك والمعرفة لموضوع الاتجاه، وتتوقف الاتجاهات من حيث قوتها أو ضعفها وفي ثباتها أو تغيرها على المكون المعرفي، بمعنى أنه كلما كانت المعلومات والأفكار واضحة وثابتة كان الاتجاه ثابتاً قوياً والعكس صحيح.

ثانياً: المكون العاطفي الانفعالية: أسلوب شعوري عام يتكون من مجموعة العواطف والمشاعر التي تظهر لدى صاحب الاتجاه في تعامله مع موضوع الاتجاه، إنها تظهر في مدى استجابته وقبوله ذلك الموضوع من درجة ما، أو نفوره منه ورفضه بدرجات مختلفة.

ثالثاً: المكون السلوكي: يتمثل في الاستعدادات السلوكية التي يؤديها الفرد بالفعل نحو موضوع ما سلبياً كان أم ايجابياً حيث يأتي سلوك الفرد ونزوعه تعبيراً عن رصيد معرفته بشيء ما والعاطفة المصاحبة لذلك، لذا فإن الاتجاهات تعمل كموجهات لسلوك الإنسان وهي تدفعه للعمل على نحو ايجابي عندما يكون لديه اتجاهات ايجابية نحو بعض الموضوعات، أو تدفعه إلى العمل السلبي سلبياً عندما يمتلك اتجاهات سلبية لموضوعات أخرى¹.

ب: خصائص

تنتم الاتجاهات بالخصائص التالية:

الجاهزية: وتعني انه يتم تشكيل الاتجاهات في وقت سابق، أي أنها ليست وليدة اللحظة؛ مستقرة نسبياً عبر الزمن أي ليس من السهل تغييرها، أو تعديلها؛

متعلمة (مكتسبة): أي يمكن تعلمها واكتسابها من الآخرين وفقاً لمبادئ التعلم؛

متكيفة مع الظروف والأوضاع: أي انها قابلة للتكيف والمواءمة مع الظروف والأوضاع؛

عنصر (عامل) مرافق للسلوك: سواء توافق مع هذا السلوك أو لم يتوافق؛

¹ محمود جمال خالد خليل، برامج قناة المملكة الحوارية وتشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو القضايا المحلية، رسالة ماجستير، جامعة إلى رموك، 2020، ص38.

لها مسار ولها قوة فقد يقع الاتجاه بين طرفين متقابلين دائما، أحدهما موجب والآخر سالب، وله قوة فقد يحب الشخص شيئا وقد يحبه بشدة¹.

المطلب الثالث: وسائل الإعلام والاتجاهات

كثيرا ما تتشكل اتجاهات الناس تبعا للمعلومات والآراء والحقائق التي يتعرضون إلى ها، فإذا كان فرد ما لا يعرف شيئا عن موضوع ما، فلا يمكن أن ينشأ لديه اتجاه نحو ذلك الموضوع، وفي هذا السياق فوسائل الإعلام والاتصال تلعب دورا مهما في تكوين اتجاهات الأفراد من خلال المعلومات والرسائل الاتصالية التي تنتجها، حيث أكدت العديد من الدراسات والأبحاث على وجود علاقة وطيدة بين الاتصال وتغيير اتجاهات الأفراد.

في هذا السياق يرى (روجرز) : أن الإنسان كيف تفكيره بما يمكنه من أن يرفض المعلومات التي لا تتفق مع نظريته. أي أن الشخص يتبنى الأفكار والمعلومات والحلول والبدائل تبعا لقيمه واتجاهاته والتي تساندها وتدعمها ولا تتعارض معها، وهذا ما يعرف بالتعرض الانتقائي.

يميز الباحثون بين أربعة عناصر مهمة في وسائل الإعلام والاتصال تساهم في تغيير وتعديل وتوجيه الاتجاهات مصداقية مصدر الرسالة، ينصب اهتمام الباحثين في علوم الإعلام والاتصال على دراسة المؤثر الفاعل وباعتباره مصدر الرسالة المكتوبة الشفوية أو السمعية البصرية، ولذلك فهو سيستمر دوما في العمل على التأثير في الآخرين بغية تغيير اتجاهاتهم الأصلية خصوصا إذا تعارضت مع قيم المؤسسة ومعاييرها، وقد يراد بمصداقية المرسل استجلاء كافة العوامل التي يمكن أن تكون لها صلة بدرجة كفاءة مصدر الرسالة ما هي الخصوصيات التي يتحلى بها المسؤول أو القائم بالاتصال داخل المؤسسة، والتي تجعل منه أكثر فاعلية من الآخرين في عملية التأثير ؟.

الرسالة، تعتبر الرسائل بمثابة المضامين المعبر عنها، علما بأنها تتفاوت بأنواعها وحتى أشكالها، فتجد رسائل مكتوبة وأخرى شفوية، وهناك رسائل غير لفظية، فالحدث الاتصالية هو مجموع هذه الرسائل الملفوظة وغير الملفوظة والتي تشكل المعنى الإجمالي للمضمون الاتصالي .

ولهذا فإن فلاسفة العهد القديم كانوا يهتمون بخصائص وصفات الرسالة، ومن بينهم أرسطو الذي تناول موضوع الرسالة من خلال التركيز على عامل بناء الرسالة وعامل الانطباع العام، وهو طرح يرتكز القول بأن جميع العوامل المرتبطة بعملية صياغة المعلومات التي تتضمنها الرسالة تعتبر ذات قيمة في تحديد

¹ سبع فايزة، بن يعقوب الطاهر، العوامل المؤثرة في اتجاهات المستهلك الجزائري نحو بطاقة الدفع الالكترونية، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، المجلد 20، العدد 1، 2020، ص 409.

مدى الاستجابة وبالتالي فعاليتها في صيرورة تغيير الاتجاه، ونظرا لأن الرسالة لا بد وأن تتطوي على قدر كبير من التأثير في الآخرين (الإيحاء) حتى تقبل دون نقد، فإنه يتعين عليها تجنب إثارة إي إحساس بالشك.

في هذا المقام يرى أصحاب هذه النظرية أنه لا شك أن الرسائل الهادفة إلى التأثير تختلف في قدرتها على إحداث التغيير في الاتجاهات، وقد حاول بعض علماء النفس الاجتماعي المعاصر أن يصنعوا مستويات العلاقة بين مضمون الرسالة والدوافع التي ارتكزت عليها الاتجاهات، فقد يكون هناك تشابه في اتجاهات مجموعة من الأفراد بالنسبة لموضوع الاتجاه، ولكن تأييدهم أو معارضتهم هذه مبنية على دوافع مختلفة. يقف نجاح الرسالة في تغيير الاتجاهات حول ثلاث عناصر:

1- بناء الرسالة، فعامل بناء الرسالة أو نسق تقديم المعلومات يعد من بين العوامل الأساسية المؤثرة في الرسالة، حيث أنه إذا توفرت الرسالة على خصائص مرضية ومستحبة، فإن تغييرها قد يزيد في شدة الاتجاه التحضيري¹.

2- انطباع الرسالة العلم، بحيث أن الانطباع العام الذي تحدته الرسالة العامة له أثر بالغ في تكوين الاتجاهات. في هذا السياق، بعد الفيلسوف الإغريقي أرسطو من أهم الذين وضعوا حجر الزاوية في هذا الشأن، إذ لاحظ ثلاث مستويات في البناء الانطباعي الرسالة، المستوى الأول أدبي يقوم على شخص المرسل، والمستوى الثاني انفعالي يقوم على العواطف والمشاعر، وأما المستوى الثالث، فهو منطقي يقوم على الاستقرارات والاستدلالات والحجج، ويقوم بتقييم لكل مستوى من هذه المستويات الثلاثة، وبخاصة مقارنة المستوى الانفعالي بالمستوى المنطقي على أساس المضامين والخطابات. وتقدر النتيجة النهائية، في حالة وجود فارق.

3- مستقبل الرسالة، يؤكد غالبية الباحثين على الدور المهم لخصائص المتلقي أو مستقبل الرسالة الذي يحاول إدراك فحوى المضمون المعبر عنه في الرسالة الاتصالية ومقارنتها بما يملك من خبرات الاتصالية سابقة للتوصل للمعنى الحقيقي، والقيام بدور تبادلي مع المرسل من خلال عمليات الإدراك والتعبير، لا بد للمتلقي من معرفة أولية بالنظام الرمزي حتى يمكنه الاشتراك وبفعالية في العملية الاتصالية.

¹ إلهام بوتلجي، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء، رسالة ماجستير، جامعة كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 3، 2011، ص 111.

- سمات تغيير الاتجاه من المعروف أن غالبية التوجهات النظرية السابقة افترضت أن اتجاهات الأفراد قد تتميز نتيجة الحصول على معطيات وبيانات ومعلومات جديدة متعلقة بموضوع الاتجاه وهذه العوامل:
- أ - تبدأ السمة الأولى والتي تقوم على النشاط الاتصالية بفرضية أساسية مفادها أن التغيير في مميزات الاتجاهات السابقة يحدث نتيجة الإرسال والحصول على بيانات ومعلومات جديدة.
- ب - تتناول السمة الثانية والتي تركز على الموقف الاتصالية الذي اكتسبت فيه المعلومات نوعا ومصدرا، وهذا يعني التغيير الذي طرأ على خصائص الموقف.
- التأثير، يطرح موضوع التأثير عدة صعوبات وعقبات في الواقع لدرجة تجعل الكثير منا يطرح أسئلة (من يراقب من؟، ومن يؤثر فيمن؟) وهذا يجعلنا نستنتج أن مصدر القرار والتأثير عادة ما يكون في يد الفلة القوية والمهيمنة.
- وتتفاوت مستويات التأثير وانعكاساته من موقف اتصالي لا لآخر، واستنادا إلى فكرة كوبلر Kibler ومساعديه، فإن هناك ثلاثة مستويات. وهي على النحو التالي:
- التأثير المعرفي، ويقصد به اكتساب قيمة أو معرفة أو معلومة كنتيجة للتفاعل الاجتماعي أو بسبب التعرض لرسالة إعلامية¹.
- التأثير العاطفي، وهو كل ما يرتبط بالمشاعر، والوجدان والعواطف الناتجة عن فعل الاتصال.
- 3- التأثير الإدراكي الحركي، ونقصد بذلك الاستجابة اللفظية والحركية اتجاه الرسالة الإعلامية والاتصالي ومضامينها.
- في هذا السياق، يرى جاك فيليب لوينس Jacques Philippe eyens أنه ونتيجة لمثل هذا النشاط، فإن التأثير لا شك يترك آثاره غير المباشرة، وذلك لا يعني أن المسألة مرتبطة أساسا بعامل الظهور، الذي يعد بدوره نتاجا لتأثير مضاد، بل على العكس من ذلك، فإن خاصية الإنسان تستلزم وجود علاقة مع أقرانه وأمثاله، ولو مؤقتا، تقوم على التعاون والجماعية، ووفق نظام يحقق شبكة التفاعلات يقصد بها التأثيرات المتبادلة. يعتبر هذا التفاعل الضروري خيرا من يمثل موضوع علم النفس الاجتماعي وتبويراته، ويحقق لنا إمكانية دراسة جميع المشكلات المتعلقة بمختلف التأثيرات وحالاتها المتباينة، وإلى ات خاصة والتي تتناول مضامين يمكن مطابقتها. وكذلك بالتأكيد على أن قول هذه التقديمات يساعد على تسهيل عملية الفهم، وفي مسألة

¹ إلهام بوتلجي، نفس المرجع السابق، ص113، 114.

مقاومة الرسالة الإقناعية قد لا يمكن إرجاعها إلى عامل الهروب من قدر التأثير وإنما القيام بمواجهة صلة إقناع خاصة تستند إلى عدة تأثيرات، فما هي إذا الوسائل التي نحمد عليها لمواجهة رسالة اقناعية خاصة؟ وغالبا ما يدرج أبرز أنماط المقاومة تحت ما يعرف بالحالات التحفيزية، كالإستثار بالذات والعدوانية¹.

المبحث الثاني: ماهية الجمهور

المطلب الأول: مفهوم الجمهور

هناك اختلاف في تحديد مفهوم واضح وشامل لمفهوم الجمهور وذلك حسب العديد من المتغيرات التي توجه الباحثين في ذلك فقد ينز إلى الجمهور في سياق التعرض كمجموعات أو وحدات ارسال اعلامية، وهم مجموعة من الأرقام لمشاهدين لبرنامج أو برنامج أو تغطية صحفية، أما دينيز ماكويل 1987 D.Macquiail فيطرح عدة تصورات لمفهوم الجمهور منها الجمهور بوصفه عامة Mass ، والجمهور بوصفه جماعة اجتماعية عامة Social group والجمهور بوصفه مقاربا لمفهوم السوق Market وفي كل هذه الصور يأخذ الجمهور معنى خاصا يقتصر على السياق والمتغيرات التي يرتبط بها كما عرف على أنه جماعة في حالة نفسية معينة ووضع شعوري خاص وهناك من عرفه على أنه جماعة تضامنية من أفراد وجدوا أنفسهم مؤقتا ينتمون لقيم مشتركة وأصبحوا يعانون من عواطف وانفعالات متشابهة.

ولقد دعا برت Britt إلى القول بأن الباحثين استخدموا دلالات عديدة للجمهور مختلفة ومتباينة فمنهم من استخدمه للدلالة على حشد من الناس متجاورين بدنيا ومنهم من استعملوه للدلالة على جماعات خاصة معينة.

وقد حاول هيريت بلومر " إعطاء الفرق بين الجماهير والجماعة والحشد حيث يتر إلى الجماعة على أنها كل أعضائها يعرفون بعضهم بعضا وهم واعون بعضويتهم المشتركة في الجماعة، يتقسمون نفس القيم ولعم بنية لعلاقاتهم مستمرة في الزمن يعملون من خلالها على تحقيق أهداف مشتركة ومخططة².

المطلب الثاني: أنواع وخصائص الجمهور

أ: أنواع الجمهور

1 الجمهور المفترض: الذي يطلع على المواضيع فقط.

¹ إلهام بوتلجي، نفس المرجع السابق، ص115.

² بضياف سوهيلة، قياس الجمهور والرأي العام، محاضرات منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، 2019، ص10.

2/ الجمهور الفعلي: هو الذي يشارك في المواضيع بإبداء الرأي.

3 الجمهور المستهدف: مستهدف من قبل حصص تلفزيونية معينة مثل الحصص الرياضية.

4/ الجمهور النشط: هو الجمهور المشارك في البرامج مثلا حصة من سيربح المليون يطلب من الجمهور الإجابة والمساعدة.

الجمهور بمفهوم مجموعة من المتفرجين القراء والمستمعين والمشاهدين:

وهذا هو التعريف الشائع والمعروف للجمهور، وهو النوع الذي يستخدم كثيرا في معظم أبحاث وسائل الإعلام، فالجمهور هنا مجموعة من الأشخاص الذين يفترض أن تطلهم وحدة إعلامية معينة محطة تلفزيونية، إذاعة صحفية أو موقع إلكتروني، فهو بالتحديد عبارة عن مجموعة من الأشخاص الذين تتوفر فيهم خصائص معينة تهم المرسل للرسالة الإعلامية (شباب، ربات بيوت مستهلكون... إلخ).

الجمهور بمفهوم السوق:

إن التطورات الكبيرة التي عرفت المجالات الاقتصادية للأفراد والمجتمعات، أوجدت لنا هذه النظرة إلى الجمهور من خلال مفهوم السوق، بحيث تنتج السلع والخدمات الإعلامية المنافسة وترسل إلى مجموعة من المستهلكين أو المهتمين، وهذه المجموعة من المستهلكين تسمى بالسوق، ونجد هذه التسمية شائعة في الولايات المتحدة الأمريكية وخاصة في الأوساط التجارية والمهنية، ويمكننا تعريف مفهوم الجمهور في إطار السوق: هو مجموعة من المستهلكين المرتقبين الذين تعرف خصائصهم الاقتصادية والاجتماعية، هذه الخصائص المستهدفة من الرسائل أو الوسائل الإعلامية¹.

ب: خصائص الجمهور

يتسم الجمهور بعدة خصائص نوردتها فيما يلي:

- الحجم الواسع غير المحدود large size: هذا الحجم الذي يكون في الغالب متغيرا وغير ثابت، لكن المؤسسات الإعلامية غالبا ما تثبت حجم جمهورها لأسباب تجارية بحتة (علاقة حجم الجمهور بحجم الإعلانات).
- عدم التعارف أو المجهولية (Anonymity) عناصر الجمهور غير معروفين بذواتهم وبجهوليين عند بعضهم البعض وعند القائم بالاتصال.

¹ ليليا شاوي، أسالي ب قياس الجمهور والوسائط الجديدة، محاضرات منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2021، ص8.

- عدم التجانس (Heterogenity) : افراد الجمهور غير متجانسين من حيث الاحتياجات والادراكات والاهتمامات والثقافة والفكر وسلوكاتهم الاتصالية ومختلفين ايضا في مستوياتهم التعليمية.
- غياب التنظيم الاجتماع (Lackofsocialorganisation) ليس لهم القدرة على التوحد والتضامن أو الدخول في تنظيمات اجتماعية وجود اجتماعي غير مستق.
- Unstablsocialexistence : عدم الاستقرار الذي يمس مكان تواجد الجمهور وزمن تعرضه للرسالة الاتصالية.
- التشتت (Dispersion): تواجد افراد الجمهور في اماكن متباعدة ومع استعمال تكنولوجيايات الاتصال الحديثة، أصبح للجمهور بعدا كونيا وأصبح يتواجد في كل زمان ومكان، فأصبح بإمكان الرسالة الإعلامية اجتياز الحدود الجغرافية والسياسية والثقافية بفضل البث العابر للقارات.

ولأن دراسات الجمهور ومن بداياتها الأولى ركزت على المفهوم العددي للجمهور لأهداف تسويقية وانتخابية، لكن وبسبب اتساع حجم الجماهير وتنوع احتياجاتها واهتماماتها ومصالحها تجاوزت دراسات الجمهور المفهوم العددي إلى الاعتماد أيضا على إحصاء السمات الديمغرافية والاجتماعية والنفسية والثقافية لكل فئة من الجمهور لأن هذه السمات هي التي تحدد سلوكها الاستهلاكي أو سلوكها الانتخابي أو سلوكها في استخدام وتلقي الانتاجات إعلامية¹.

المطلب الثالث: أهمية دراسة جمهور وسائل الإعلام

يعتبر الجمهور الهدف الأساسي والنهائي في عملية الاتصال، إذا لم يكن لدى القائم بالاتصال الفكرة كاملة عن قدرات الجمهور العقلية وخصائصه النفسية والعاطفية وخصائصه الأولية فسوف يحد ذلك من قدرته على الوصول إليها وإقناعه، مهما كانت الرسالة مصممة تصميما جيدا، ومهما كانت قدرات القائم بالاتصال والوسيلة فهناك العديد من التغيرات التي تؤثر على المضمون الذي سوف يعرض المتلقي نفسه إليها، مثل: تفكيره وعواطفه وتعليمه وسنه وشخصيته ومزاجه وميوله.

و دراسة الجمهور لا تعني التعرف عليه فقط، بل إن من اجل التوافق معه ، إذا لا بد من مراعاة اهتمامه، فالكاتب في الصحيفة و غيرها من وسائل الإعلام لا يكتب لنفسه، بل لقارئ محدد ، و هذا القارئ لا يقبل على القراءة إلا إذا وجد الصحيفة تعكس اهتمامه و رغباته ومشاكله و توافق آراءه و اتجاهاته و ردود الفعل

¹ فتيحة برك، دراسات جمهور، من الصحيفة إلى الوسائط الجديدة، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد

المتوقعة منه ، لهذا السبب تهتم الصحف ووسائل الإعلام الأخرى بالمحليات والحوادث الشخصية و القضايا و الشخصيات المعروفة و القريبة من الجمهور كأحد عوامل الجذب لزيادة توزيع الصحف أو زيادة الإقبال والتعرض على أساس إن حب الاستطلاع لدى الجمهور يدفعهم أكثر لمعرفة ما يدور في البيئة الأقرب فالأقرب الفعال و لذلك تعتبر خطوة تحديد معالم فئات الجمهور خطوة أساسية و لازمة لنجاح الاتصال مع الأخذ في الاعتبار بأهمية انسياب المعلومات بدءا من الجمهور المستهدف، ذلك بهدف إمكان تقديم الرسائل الاتصالية الفعالة التي تتناسب مع طبيعة الجمهور المستهدف وخصائصه و قد بدا الاهتمام بجمهور وسائل الإعلام كموضوع دراسة مستقل عن المواضيع الإعلامية الأخرى منذ ثلاثينيات القرن الماضي ، مع تعاظم الإحساس بقوة تأثير البالغ الذي تمارسها وسائل الإعلام في علاقاتها بالجمهور كأفراد و جماعات نتيجة الخلاصات التي كانت قد توصلت إلى ها الدراسات السيكولوجية و السوسيولوجية في بداية القرن إن دراسة الجمهور ووسائل الإعلام لم تأتي صدفة بل كانت نتاجا لعدة عوامل ساهمت في ظهورها والمتمثلة في كل من الدعاية و الرأي العام والاحتياجات العلمية و الإعلان¹.

¹ قوراري صونية، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، 2011، ص، ص، 134، 135.

خلاصة الفصل:

في الختام، يُعتبر فهم اتجاهات الجمهور الجزائري أمراً حيوياً لاستيعاب التغيرات العميقة التي يمر بها المجتمع في ظل التأثيرات العالمية والمحلية. إن التوازن بين التمسك بالقيم والتقاليد العريقة من جهة، والتطلع نحو الابتكار والتحديث من جهة أخرى، يعكس طبيعة المجتمع الجزائري المتنوعة والمتعددة الأبعاد. من خلال هذا التفاعل الديناميكي بين القديم والجديد، يظهر الجمهور الجزائري كقوة فعالة تسعى لتحقيق التقدم والتطور مع الحفاظ على هويتها الثقافية الغنية. استشراف المستقبل يتطلب التركيز على هذه الاتجاهات لفهم الاحتياجات والتحديات، وبالتالي بناء سياسات وبرامج تعزز من تماسك المجتمع وتدعم مسيرته نحو مستقبل أفضل وأكثر إشراقاً.

الفصل الثالث: البرامج السياسية الساخرة

تمهيد:

تعد البرامج السياسية الساخرة جزءاً مهماً ومميزاً من المشهد الإعلامي المعاصر، حيث تجمع بين الترفيه والنقد السياسي والاجتماعي في قالب كوميدي. تستند هذه البرامج إلى استعراض الأخبار والأحداث الجارية بأسلوب ساخر يعكس رؤية نقدية تجاه السياسات الحكومية والشخصيات العامة، مما يساهم في زيادة وعي الجمهور بالقضايا المطروحة من خلال طرحها بأسلوب بسيط وساخر. تتميز هذه البرامج بقدرتها على الوصول إلى جمهور واسع، خاصة فئة الشباب، إذ تستخدم تقنيات السخرية والمبالغة لطرح مواضيع معقدة بطريقة جذابة وسهلة الفهم. ومن خلال هذا النهج، تلعب البرامج السياسية الساخرة دوراً مهماً في تعزيز النقاش العام وتشجيع التفكير النقدي، مما يجعلها وسيلة فعالة للتعبير عن الرأي العام والتأثير في التوجهات الاجتماعية والسياسية.

المبحث الأول: ماهية البرامج السياسية الساخرة

المطلب الأول: مفهوم البرامج التلفزيونية الساخرة

السخرية نوع من الضحك الكلامي أو التصوير الذي يعتمد على العبارة البسيطة أو على الصورة الكلامية مع التركيز على النقاط المثيرة فيها، وقد تكون نادرة أو خبيراً موحياً أو تصوراً سواء كان منصبا على فرد أو طائفة أو عادة اجتماعية معينة أو ظاهرة خلفية ثابتة أو طارئة وقد لا تعتمد السخرية على الكلمة بل تعتمد على اللون والخطوط والظلال كما هو الحال الرسم الساخر (الكاريكاتير) - وقد تكون إشارة دالة على معني أو حركة غامزة لا يخفي مدلولها ولها مناسباتها الداعية لها وتستخدم في المسرح مثلاً لفن ساخر قائم بذاته أو كعامل مساعد يؤكد الفكرة أو يدعمها.

إذ تقوم السخرية في جوهرها على استخدام الكلمات أو الصور لتقديم معاني هزلية مخالفة للحقيقة تحمل في طياتها دلالات توحى بوجود خطأ ما إذ تعتمد على المعنى الكامن الذي لا يظهر بشكل مباشر؛ وإنما يستتبط بطريقة غير مباشرة من التعبيرات اللفظية أو البصرية المستخدمة في السياق النقدي، وعلى الصعيد السياسي تهدف السخرية إلى خلق الدافع المحفز لإحداث التغيير السياسي، وذلك من خلال تسليط الضوء على المظاهر السلبية في المجتمع ونقد الأوضاع القائمة به.

وتتميز السخرية بالهزاء من ناحية الوظيفة، ولكنها يفتقران من ناحية المادة، أو الطبيعة التي يشتمل عليها كل منهما، فالهزاء طريقة مباشرة للهجوم على العدو، فهو أدب الغضب المباشر والثورة المكشوفة، ولكن السخرية طريقة غير مباشرة في الهجوم، إنها أدب الضحك المقاتل، والهزء المبني على شيء من الالتواء والغموض¹.

البرنامج التلفزيوني الساخر: هو مناهج يحمل رسالة اتصالية ذات شكل ومضمون درامي أو لا درامي أو كليهما معا عبر وسيلة الاتصالية التلفزيونيون يهدف إلى نقد الظواهر الحياتية سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو فكرية لدى الأفراد والمؤسسات ومقاومتها لأغراض رقابية وتحذيرية وتقييمية وترفيهية بأسلوب يثير الضحك والسخط².

¹ محمد فؤاد محمد زيد، تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمة لوسائل الاعلام وعلاقته بالسخط السياسي لديه، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، جامعة القاهرة، مصر، 2017، ص157.

² زهرة باعزيز، دور البرامج السياسية الساخرة في غرس الوعي السياسي بالواقع العربي: دراسة عينة الشباب الجزائري في مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك أنموذجاً، المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 3، المجلد 07، العدد 02، ص87.

المطلب الثاني: نشأة البرامج السياسية الساخرة

ظهرت هذه البرامج في بريطانيا والولايات المتحدة في الستينيات، وذلك من خلال برامج (TW3, Laugh-in)، ولقد أثارت هذه البرامج الجدل حيث أنها أغضبت الجمهور من ناحية وأبهجت من ناحية أخرى، مما دفع بالأكاديميين الإعلاميين لدراستها، وتم تعريف البرامج السياسية الساخرة بأنها ؛ قوة رائعة تعبر عن مشاعر الرأي العام، من أجل تعزيز ثقافته وفكرة المواطنة من خلال النقاش السياسي الجاذب للجمهور بأسلوب يمتاز بالمهارة، وهي تفرغ لعواطف الجمهور من اشمزاز وغضب واحتقار وسخط بتعبير بسيط ومضحك، حيث يتم إفراغ الغضب والاحتقان من خلال إعلان الساخر عن الحقيقة، فيرى الساخر أن من واجبه التمييز ما بين الخطأ والصواب في المجتمع.

وتعد البرامج السياسية الساخرة من البرامج التي تتناول الأحداث السياسية ضمن أسلوب ساخر وفكاهي، طال الشخصيات الكثيرة حتى رؤساء الدول، وهذا بالطبع مرتبط بمساحة الحرية الممنوحة للمؤسسة الإعلامية، لنقل سخط الشباب السياسي الناتج عن القرارات والشخصيات والبرامج السياسية المحلية أو الدولية، وتعد البرامج السياسية الساخرة من أصعب الفنون الإعلامية التي تحتل المساحات الكبيرة على الفضائيات، وقد ظهر الكثير من المحطات المتخصصة بالفن الساخر فقط، وذلك مع ظهور قنوات إلى يوتيوب، وغدت هذه البرامج مصدرا للمعلومة السياسية وملاذا للشباب يتم نقل المعارف السياسية لهم بطرق كوميدية ساخرة.

وحسب رأي الدكتور صفوت العالم؛ " إن القنوات التلفزيونية بمجملها تسعى دائما وتحتاج للتنوع في أساليب وأهداف وأشكال وأنواع البرامج التي تقدمها للمشاهد، فهي إلى جانب تقديمها لبرامج اقتصادية ومسلسلات درامية ونشرات إخبارية وبرامج سياسية جادة إلى برامج تتصف بالسخرية السياسية، يتم من خلالها الكشف عن التناقضات وإبراز الانتقادات، وتقديم الواقع السياسي ضمن صورة جديدة.

والبرامج السياسية التلفزيونية الساخرة من البرامج المعتمدة على استخدام التقنيات المتوفرة في البرامج التلفزيونية، حيث أن السيناريو الساخر هو بحاجة لأن تتم كتابته ضمن خصائص الإعلام التلفزيوني لكي يتم وصفه بأنه برنامج تلفزيوني، ولا بد ليطم وصفه بالساخر من أن يحقق شروط الإعلام الساخر من الناحية الأخلاقية والمهنية، حيث أن الكتابة الساخرة سواء.

أكانت التلفزيونية أو الصحفية فإنها تعاني من مشكلة كبيرة وهي الفهم الخاطئ والفاصل وعدم معرفة ماهيتها عند الكثيرين الذين يعتبرونها مجرد إضحاك لا غير، واعتبارها عبارة عن نكتة شفوية مما أدى بدوره لعدم الايمان بقدرتها على التأثير، وبالتالي فما يقال عنه ساخر هو بالفعل ساخر¹.

المطلب الثالث: أساليب ومميزات البرامج التلفزيونية الساخرة

أ: أساليب البرامج التلفزيونية الساخرة

إن معظم أفراد المجتمع يقومون باستخدام أساليب السخرية في مواقف عدة قد تكون مقصودة وغير مقصودة غير أنها لا تهدف للوصول لغاية ما عكس الأساليب الساخرة التي تبث عبر قنوات الإعلام التقليدي أو الجديد فهي تهدف إلى التأثير في الآراء والأفكار بشكل كوميدي وتتمثل هذه الأساليب في:

- السخرية بالجمال والتعبيرات اللاذعة وتعني هنا استخدام الكلمات اللاذعة بطابع ساخر للسخرية من أمر ما أو شخص ما أو حالة ما.

- التلاعب اللفظي: استخدام الكلمات والألفاظ ذات معاني غير معانها الواضحة.

- استخدام الصفات المعكوسة: وهو وصف الحال أو الشخص بعكس ما هو عليه فالحقيقة مثلا وصف الحكومات الدكتاتورية بأنها حكومات ديمقراطية².

ب- مميزات البرامج التلفزيونية الساخرة

- النقد (Critique) فالسخرية في جوهرها تعد من أشكال النقد لأحد الأفعال الإنسانية، التي تتسم

بالقصور أو النقص، ومحاولة تسليط الضوء عليها وإبرازها شريحة واسعة من الأفراد بغرض دفعهم

إلى استهجانها، ومن ثم التشجيع على تبني سلوكيات مغايرة لها.

- التهكم (Irony) تستخدم السخرية أسلوب التهكم»، وذلك لكي تبرز المشكلة في السلوك محل الانتقاد.

- الضمنية (Implicitness) فهي ليست موقفاً واضحاً أو حكماً قطعياً من قضية معينة، بل هي حكم

ضمني غالبا ما يكون مبالغاً فيه أو يتم اقتطاعه من سياقه.

¹ رانيا حسين عليوي العكايشي، دور البرامج السياسية الساخرة في تكوين الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات العراقية من وجهة نظرهم، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2021، ص، ص، 25، 26.

² مي عبد الغني، وآخرون، البرامج الليبية الساخرة على إلى وتيوب، رسالة ماجستير، المجلة الليبية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة بنغازي، العدد 4، 2024، ص 200.

من جهة أخرى حصر الباحث MATTHEW J. DANELO، سمات السخرية النقاط الآتية:

- العدوانية في الطرح (Aggression) وهم وهذه العدوانية تكون هادفة مع أسلوب حاد في تناول القضايا التي تتميز بالإثارة والتناقضات داخل المجتمع.
- الحكم (Judgment): السخرية لها تحيز واضح وأهداف مقصودة، لأنها موجهة من جانب واحد له حكم المؤيد أو المعارض فقط.
- المرح (Play) تتميز السخرية بعامل المرح والتسلية، من أجل استقطاب الجمهور، مع روح الدعابة التي لها جانب هام للتأثير في الجمهور.
- الضحك (Laughter): هو الهدف من السخرية، وهو رد فعل طبيعي أسلوب ساخر، وهو دليل في الكثير من الأحيان على الشعور بقبول الرسالة لدى المتلقي¹.

المبحث الثاني: مضامين البرامج السياسية الساخرة عبر وسائل الإعلام

المطلب الأول: توظيف السخرية في وسائل الإعلام

مثلت الفكاهة بمظاهرها وسيلة تواصل وإعلام وأداة تعبير سياسي، مما جعلها قوة إعلامية مؤثرة لا غنى عنها في حياتنا إلى ومية سياسياً واجتماعياً، ومن دراسة توظيف السخرية في الإعلام نجد أن وظيفة الإخبار احتلت المرتبة الثانية في الإعلام الساخر وأن الرأي احتل الموقع الأول والأهم، كما هو في مقالات الرأي والأعمدة الصحفية الساخرة ورسوم الكاريكاتير والقنوات الفضائية ومواقع الانترنت العربية والعالمية المخصصة للفكاهة والضحك ومواقع رسامي الكاريكاتير وممثلي الكوميديا على الشبكة العنكبوتية.

ولأن الإعلام والتعليم وظيفتان تكمل كل منهما الأخرى فبينما تقدم وظيفة الإعلام للمرء المعلومات التي يستفيد منها فإن التعليم في حقيقته وظيفة تقدم له نوعاً من المعلومات المنهجية أو معلومات تكسب المرء مهارات جديدة في إطار التعليم ، حيث يؤثر التلفزيون والكتب وغيرها من ميديا المعلومات والاتصال في طبيعة الفكاهة التي يستمتع بها الأطفال، والتي تساعدهم في الانتقال الفعال داخل البيئة وما يتجاوز حدود السياق الأسري عن طريق إقامة علاقات على أساس الضحك واللعب وتبادل المواقف الضاحكة والتفاعل، والتي تساعد على ارتقاء النشاط الخيالي الخاص لدى الطفل وهي سمة معرفية، وكما هو واضح في الرسوم المتحركة التي تبدو بحكم خطوطها وأشكالها وشخصياتها غير واقعية ومن ثم يكون استنارتها للخيال أكبر.

¹ نوال بومشطة، ترتيب الأولويات في البرامج السياسية الساخرة في القنوات التلفزيونية الأمريكية، جامعة ام البواقي، 2018، ص8.

لذا يلاحظ استخدام الرسوم الكاريكاتيرية في بعض الكتب المنهجية ومجلات وكتب الأطفال التي تجعل من التعليم غاية رئيسية لها، واستخدام العرائس والدمى والرسوم المتحركة في برامج الأطفال التلفزيونية بهدف إيصال المعلومات إلى الأطفال من أجل اكتساب مهارات جديدة في إطار التعليم¹.

وبما أن الفكاهاة جوانب اجتماعية تهتم بالتفاعل الاجتماعي أو الاتصال الاجتماعي بين الأشخاص أو الجماعات، والتي تظهر فيها المثيرات المضحكة وتحدث تأثيراتها السارة وتحقق التواصل والاتصال والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد والجماعات، وتعزيز التماسك الاجتماعي بينهم وترسيخ عضوية الفرد في الجماعة، ولا نقل الوظيفة الترفيهية للاتصال أمية عن الوظائف الأخرى وهي من أقدم الوظائف التي عرفها الإنسان للاتصال لتحقيق بعض الإشباع النفسية والاجتماعية ويعبر عنها بالغناء والرقص والنكتة واللعب، وتمثل وظيفة الرقابة أحد الدروع الأساسية لحماية المجتمع لذا فقد أطلق على الصحافة اسم السلطة الرابعة، فإن وظيفة الرقابة والأشراف على البيئة التي يتم فيها الاتصال هي من الوظائف التي يجب أن تسعى الحكومات لإيجادها، فهي العين الراصدة للأخطاء والظواهر التي تكشف أخطاء الساسة وفضح عيوب المجتمع عن طريق السخرية والفكاهاة والنكتة، وهذا يتجلى واضحا في الرسوم الكاريكاتيرية والبرامج التلفزيونية والصحافة الساخرة والنكتة عن طريق التعبير عن الاتجاهات العامة، نحو السلطة بأشكالها كافة، كما استخدمت الفكاهاة بصفتها أحد أساليب الإغراء العاطفية التي يعتمد عليها مصمم ومخرج الإعلان الذي يسهم في إحداث المتعة والتسلية لمشاهدي الإعلان كما ظهرت في الأونة الأخيرة ظاهرة التسويق بالضحك، لذا نلاحظ كثيرا استخدام الكاريكاتير في لغة الإشهار كوسيلة لترويج أي بضاعة أو تجارة في الصحف والمجلات وعلى شاشة التلفزيون والسينما واللوحات الالكترونية الاشهارية، كما وأسهمت بعض شركات والوكالات الاشهارية في إشراك ممثلي الكوميديا في تقديم الإعلانات بما يتلاءم ويرتبط بالحياة الاجتماعية والبيئة والجمهور المستهدف الذي يبيث إلى ه الإشهار كما في الجزائر .

وبعد أسلوب السخرية أحد الأساليب المستخدمة في الدعاية فتكون وسيلة للتقليل من أهمية الحدث أو إثارة الشكوك لدى أصحابه فاستخدمت الدعاية هذا الأسلوب للحط من شخصية ما أو موقف معين بإطلاق أوصاف أو نعوت للاستهانة بالخصم والعمل على فقدان احترامه وإضعاف شخصيته في الأوساط الدولية. واستعانت دوائر العلاقات العامة في الشركات والمؤسسات بالفكاهاة في تحسين خدماتها وصارت بعض شركات الطيران العالمية تستعين ببعض المهرجين للترويج عن الركاب وإضحاكهم ومساعدتهم للتغلب على

¹ عامر أمال، أثر الاتصال السياسي الاستعراضي من خلال البرامج التلفزيونية الساخرة على الوعي السياسي لدى الشباب: دراسة تحليلية لبرنامج جرنال القوسطو، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2018، ص124.

مخاوفهم في أثناء رحلات الطيران الطويلة أو القصيرة، كما استخدمت الرسوم الكاريكاتيرية مع التعليقات لتوضيح الفكرة في أذهان الجمهور الخارجي والداخلي المتعاملين مع المؤسسة أو الشركة بصفتها أسلوباً من أساليب الاتصال في العلاقات العامة¹.

المطلب الثاني: مهام وتأثيرات البرامج السياسية الساخرة

أ:مهام:

- ✓ وتؤدي برامج السخرية المتلفزة عدة مهام، تتمثل بعضها في الآتي:
- ✓ تسهيل إيصال المعلومات عن الأوضاع الحالية.
- ✓ الكشف عن الأخطاء والعيوب في الحياة السياسية وتسهيل عملية التواصل بين الجمهور والاحداث في الحياة العامة.
- ✓ إثارة الاهتمام من خلال المبالغة، والتأكد على القضايا والموضوعات الهامة.
- ✓ تساعد الجمهور على إدراك وفهم مضامين الأحداث السياسية التي يمارسها السياسيون خاصة بين اوساط الشباب حيث تساعد على انخراطهم في الشؤون العامة.

وفي الشاشات العربية اتسعت موجة السخرية المتلفزة، وأصبحت منتشرة على نطاق واسع وفي وسائل التواصل الاجتماعي موقع يوتيوب تحديداً - وأصبحت تستقطب مشاهدات واهتمام ملفت، خصوصاً الفترة الأخيرة. حيث تزامن ظهور البرامج الساخرة مع اندلاع أحداث الربيع العربي في البلدان التي شهدت انتفاضات، وتمكنت من تحطيم الكثير من القيود والمحرمات السياسية، وأتاحت قدر جيداً من الحرية في مواجهة الأنظمة الحاكمة ونقد سياساتها . كما أنتجت الظروف السياسية المضطربة في أغلب بلدان الربيع العربي نتيجة ما عرف ب "الثورات المضادة أوضاعاً سياسية واقتصادية وإنسانية غير مستقرة وأصبحت تلك المجتمعات بحالة من الإحباط والخوف من العودة إلى أحضان الأنظمة الاستبدادية التي انفجر الشارع ومصادرة الثورات التي مثلت بارقة أمل للشعوب العربية للخلاص من حقبة الديكتاتوريات².

¹ عامر أمال، نفس المرجع السابق، ص، ص، 125، 126.

² نوال عبد الله الحزورة، اتجاهات الإعلاميين نحو أخلاقيات للتناول الإعلامي للأزمة إلى منية في البرامج الساخرة، مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية، المجلد 2، العدد 2، 2023، ص، ص، 10-11.

ب: تأثيرات البرامج السياسية الساخرة

تعالج البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة قضايا سياسية واجتماعية حساسة جداً، وتتناول مواضيع تمس الجمهور بشكل مباشر، وتعري عيوب ومساوي كثيرة يحاول السياسيون إخفاءها بالشعارات والوعود الكاذبة، لكن البعض يرى أن هذا النوع من الكوميديا هو مجرد هزل يضخم العيوب والنواقص ويسخر منها ولا يعول عليه ولا يمكن أن يُحمل على محل الجد.

وتكمن أهمية البرامج السياسية الساخرة في تمكنها من خلال المزج بين الكوميديا والأخبار أن تتفوق على برامج الأخبار العادية وأن تجذب إلى ها عدداً كبيراً من المشاهدين، وهي مهمة جداً لتكريس معنى الديمقراطية من خلال خلق حالة من النقاش والجدل في أوساط المجتمع عامة والشباب خاصة. لذلك فقد انقسم الباحثون في تشخيص طبيعة التأثير الذي يخلقه هذا النوع من البرامج، فمنهم من يؤكد على أن تأثيراتها إيجابية لأنها تزيد من وعي الجماهير وتعينهم على حل مشاكلهم، ومنهم من يؤكد على أن تأثيراتها سلبية وأنها تخدم أهداف القائمين عليها وحسب وأن هدف مثل هذه البرامج هو الترفيه فقط.

1- البرامج السياسية الساخرة كمصدر للترفيه:

يحتل الجانب الترفيهي قدراً كبيراً في فكر معد البرامج التلفزيونية الساخرة إلى وم يستخدمها الأفراد للهروب من مشكلات وأزمات تواجههم في الحياة بشكل يومي، وللخلود للراحة وملء الفراغ فالبرامج التلفزيونية الساخرة تعمل على تلبية الوظيفة الترفيهية للجمهور من خلال تناول القضايا السياسية بأسلوب فكاهي تهكمي، ومن خلال التنوع في الأشكال الفنية وفقرات وأركان البرنامج.

وعلى الرغم من أن برامج الترفيه السياسي والتي تسمى أيضاً الأخبار الترفيهية، غالباً ما تغطي الشؤون العامة، تشير بعض الأبحاث إلى أن الجمهور يتابع العروض السياسية في المقام الأول لقيمتها الترفيهية وليس لقيمتها الإعلامية.

2 - البرامج السياسية الساخرة كمصدر للمعلومات:

يتفق عدد من الباحثين أن العروض الكوميدية الساخرة تحتوي على قدر كبير من المعلومات داخلها، والتي تمكن مشاهديها من فهم العالم من حولهم بشكل أفضل، ويرجع السبب في ذلك إلى حد كبير إلى طريقة تقديم بعض هذه البرامج بشكل يشبه نشرات الأخبار العادية، بحيث تختفي الخطوط الفاصلة بين الأخبار الحقيقية والمزيفة.

وفي حين أن هناك بعض الاتفاق فيما يتعلق بالتأثير الإيجابي لبرامج السخرية السياسية وتحديداً لدى باوم (Matthew Baum)، يختلف باحثون آخرون مع ذلك، حيث يجادل بريور (Brewer) بأن مشاهدي الأخبار الخفيفة يشاهدونها فقط للترفيه عنهم بدلاً من الحصول على المعلومات. ويرى «بريور» بأن هذه البرامج

ضممت لتكون مضحكة ولم يتم إنتاجها لتوفير معلومات للجمهور، ويخلص إلى القول بأن الإقبال على الأخبار الخفيفة محدوداً مقارنة بالأخبار التقليدية (الجادة)¹.

لكن «باوم» يرى بأن مشاهدي الأخبار الخفيفة يكتسبون معلومات حول الأحداث السياسية على أنها نتيجة ثانوية عرضية للبحث عن الترفيه" وهذا يعني أنه يمكن للناس أن يتعلموا الكثير من الأشياء التي يجدونها مضحكة ومسلية، والتي تصبح بعد ذلك عوامل محفزة وبوابة انطلاق للعثور على مزيد من المعلومات. وفي دراسة على عينة من الطلبة الجامعيين في جامعة بسكرة الجزائرية، توصلت النتائج إلى أن الطلبة المبحوثين يعتمدون على البرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية، ولعبت الأسبقية والاقدمية وقوة الطرح للمواضيع السياسية، والحرص على متابعة الشأن السياسي، دوراً كبيراً في ذلك، وكذلك بساطة الطرح والتقديم وتناول مواضيع هامة لم يكن يشاهدها المواطن على القنوات العامة.

3- البرامج السياسية الساخرة والوعي بالقضايا السياسية

تشير دراسات عديدة إلى أنه من خلال مشاهدة عرض سياسي ساخر، سيكتسب الناس بعض المعرفة بالقضايا السياسية، تماماً مثل بعض الأنشطة السياسية الأخرى، وهكذا تزداد المعرفة السياسية بشكل طبيعي. بالإضافة إلى ذلك، وجدت بعض الأبحاث الأخرى أن تكرار مشاهدة برنامج السخرية السياسية يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالفعالية السياسية للمواطنين، فكلما شاهدها، زاد اعتقادهم أنهم قادرون على فهم السياسة. لكن بعض العلماء الآخرين وجدوا أيضاً آثاراً سلبية للعروض الساخرة. وجد «باوم» و «باترسون» أن الأخبار الخفيفة التي بالغت في التأكيد على بعض الأحداث التافهة وغير المهمة قللت من أهمية قضايا الشؤون العامة بل إنها عملت على تبسيط هذه القضايا، والتي قد يكون لها بعض التأثيرات على سلوك المواطن وسلوكه تجاه القضايا السياسية².

ويتمثل الأمر المقلق في هذه النوعية من البرامج في أن المشاهد لها لا يستطيع التمييز أحياناً بين ما هو حقيقي وما هو محاكاة، أي بين الأحداث الواقعية والمفبركة في العمل الساخر، وهو ما يؤدي إلى تشكيل وعي زائف أو فهم مغلوط تجاه قضية من القضايا، خاصة مع ميل البرامج الساخرة إلى تسليط الضوء على موقف بعينه واقتطاعه من سياقه أحياناً، كما لا ينبغي إغفال أنها عادة ما تكون قريبة من تيارات سياسية بعينها.

¹ زاهر محمد هاشم، البرامج السياسية الساخرة في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الدنمارك، 2022، ص82.

² زاهر محمد هاشم، نفس المرجع السابق، ص، ص83-84.

وقد تعتبر البرامج الساخرة بحسب بعض الباحثين، عن مستوى عال من الوعي الشعبي، وتمارس توعية الجماهير اجتماعياً وشعبياً، بل وتشارك في مهمة الرقابة على المؤسسات الرسمية التي هي مهمة المجتمع المدني، وتحفز المشاهد للمشاركة البناءة، وتساعده على رسم صورة ذهنية عن المجتمع عام¹.

المطلب الثالث: أهمية البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة

تعتبر البرامج السياسية الأهم ما بين البرامج، حيث أن البناء العام للبث التلفزيوني يقوم عليها في الغالبية الأكبر من القنوات التلفزيونية في أرجاء العالم، وتشغل هذه البرامج المساحة الأكبر في خرائط البث إلى ومي، هذا بالإضافة إلى أن البرامج السياسية لها نسب متابعة عالية من قبل الجمهور لما تلبيه من رغباتهم واحتياجاتهم، وأيضاً فإن هذه البرامج تلبى حاجات للمرسل أيضاً (القناة التلفزيونية)، وهذه الحاجات على النحو التالي :

- التواصل مع الجمهور من خلال زيادة معلوماته.
- تشكيل آراء الجمهور حول قضايا معينة.
- غرس القيم السياسية كالحرية واحترام القانون والمشاركة السياسية.
- تكوين الرأي العام نحو القضايا ذات الأهمية.
- تعبئة المواطن بما يجعل منه فاعلاً في الأحداث السياسية.
- التصدي لما يطرح من أفكار في البرامج السياسية التي تعرض في قنوات تلفزيونية أخرى.
- وتحدد الأسباب وراء اهتمام الجمهور بالبرامج السياسية مما يلي:
- طبيعة الانسان حيث أنه كائن اتصالي ، ويحتاج للاختلاط ومعرفة الأشياء.
- الأزمات السياسية وما تشكله من خطر يهدد حياة الفرد ومصيره.
- اهتمامات الجمهور الخاصة بتعرضهم للبرامج السياسية، وهذا أمر مرتبط بالمتغيرات النفسية والاجتماعية.

وقد أشارت الدراسات إلى أن البرامج السياسية التلفزيونية لا بد أن يتوافر فيها شروط معينة لتحقيق هدف الاتصال، ومن تلك الشروط الملامسة لحاجات الجمهور، تجانس المضمون مع المعتقدات الثقافية والحضارية والدينية، الأخذ بعين الاعتبار بنوع ما يحرك الجمهور من استمالات (عاطفية عقلية)².

¹ زاهر محمد هاشم، نفس المرجع السابق، ص، ص85.

² رانيا حسين عليوي العكايشي، دور البرامج السياسية الساخرة في تكوين الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات العراقية من وجهة نظرهم، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2021، ص، ص23-24.

خلاصة الفصل:

في الختام، تمثل البرامج السياسية الساخرة نافذة حيوية للتعبير عن الرأي العام وتقديم نقد بناء للممارسات السياسية والاجتماعية. بفضل أسلوبها المميز الذي يجمع بين الفكاهة والذكاء، تنجح هذه البرامج في جذب جمهور واسع وتوعية المشاهدين بقضايا هامة بطريقة مرحة ومؤثرة. كما تلعب دوراً بارزاً في تعزيز حرية التعبير وتشجيع التفكير النقدي، مما يساهم في بناء مجتمع أكثر وعياً وانخراطاً في الشأن العام. وبينما تستمر هذه البرامج في تطورها وانتشارها، تبقى قدرتها على التأثير والتغيير شاهداً على قوة الإعلام الساخر كأداة فعالة للتواصل والنقد.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

سنحاول من خلال هذا الفصل تحديد اتجاهات الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة "دراسة حالة برنامج جو في التلفزيون العربي"، حيث تكمن أهمية هذا الفصل التطبيقي الذي يهدف إلى الدمج بين الدراسة النظرية والواقع العملي. ولدراسة هذا الجانب من البحث اعتمدنا على الاستمارات التي تم توزيعها على الطلبة، والتي تحتوي على المحاور التالية:

المحور الأول: محور البيانات الشخصية

المحور الثاني: مدى متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة

المحور الثالث: عادات متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة

المحور الرابع: أنماط ودوافع متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة

المحور الخامس: المواضيع التي تستهوي الجمهور الجزائري في إطار البرامج السياسية الساخرة

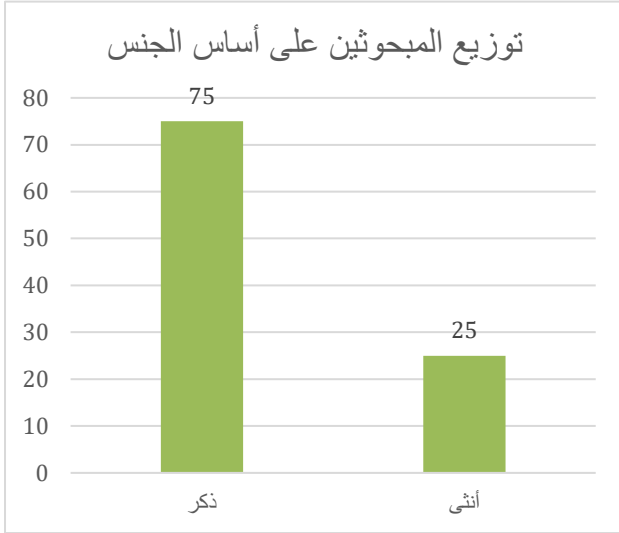
المبحث الأول: إجراءات الدراسة الميدانية

المطلب الأول: عرض ومناقشة نتائج الدراسة

المحور الأول: محور البيانات الشخصية

الجدول رقم 01: توزيع المبحوثين على أساس الجنس

الشكل رقم 01



الجنس	التكرار المطلق	التكرار المئوي
ذكر	75	75 %
أنثى	25	25 %
المجموع	100	100 %

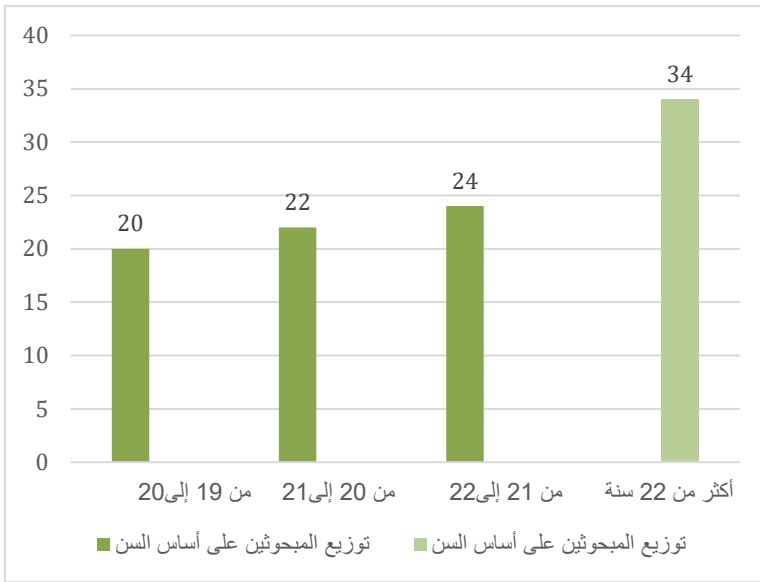
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يبين الجدول رقم 01 توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس حيث جاءت نسبة الذكور أعلى نسبة: 75% وفي المراتبة الثانية الإناث: 25%.

الجدول رقم 02: توزيع المبحوثين على أساس السن

الشكل رقم 02



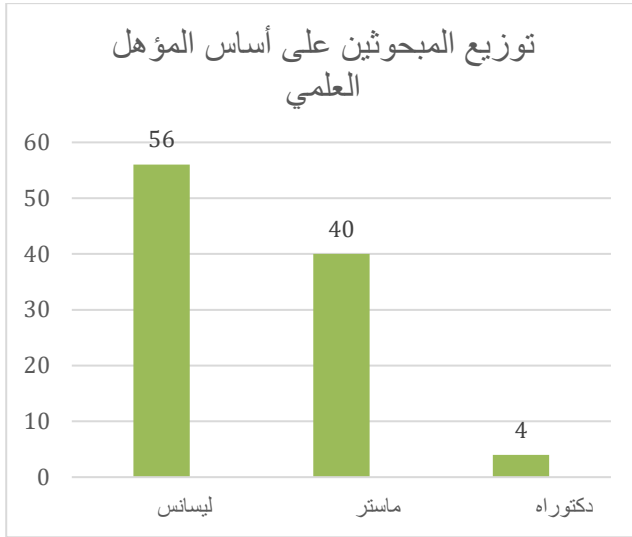
السن	التكرار المطلق	النسبة %
من 19 إلى 20	20	20%
من 20 إلى 21	22	22%
من 21 إلى 22	24	24%
أكثر من 22 سنة	34	34%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

الجدول رقم 2 يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن حيث نلاحظ أن الفئة العمرية التي تزيد أعمار أفرادها عن 22 سنة تمثل النسبة الأكبر بنسبة 34% من عينة الدراسة. بينما تمثل الفئات الأخرى (من 19 إلى 20 سنة، من 20 إلى 21 سنة، من 21 إلى 22 سنة) نسب أقل بالتتابع ومنه نستنتج أن هذا التوزيع إلى وجود تباين واضح في توزيع الأعمار بين المبحوثين.

الجدول رقم 03 توزيع المبحوثين على أساس المؤهل العلمي الشكل رقم 03



المؤهل العلمي	التكرار المطلق	النسبة %
ليسانس	56	56%
ماستر	40	40%
دكتوراه	04	04%
المجموع	100	100%

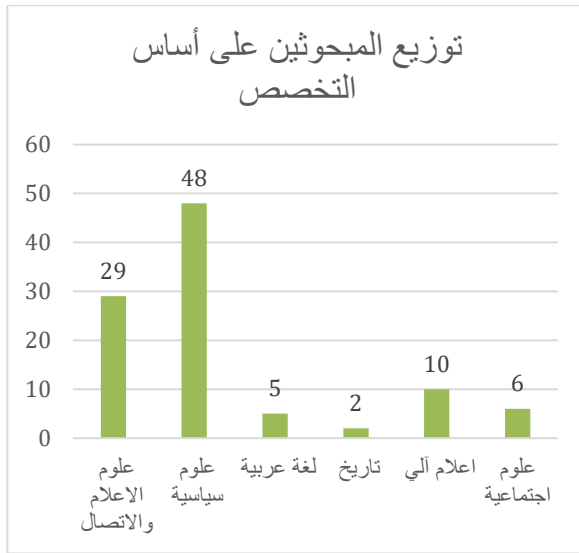
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يعكس الجدول رقم 03 توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي، حيث يشكل حملة الليسانس أكبر نسبة بنسبة 56%، تليها حملة الماجستير بنسبة 40%، وأخيراً حملة الدكتوراه بنسبة 4%.

ومنه يظهر هذا التوزيع اختلافاً واضحاً في مستويات التعليم للمبحوثين، مما يعكس تنوعاً في خلفياتهم التعليمية والتدريبية يمكن أن يؤثر هذا التوزيع على نتائج الدراسة وتفسيراتها، حيث يمكن أن يؤدي التفاوت في مستويات التعليم إلى تباين في الفهم والتفاعل مع الموضوع المدروس.

الجدول رقم 04: توزيع المبحوثين على أساس التخصص الشكل رقم 04



التخصص	التكرار المطلق	النسبة %
علوم الاعلام والاتصال	29	29%
علوم سياسية	48	48%
لغة عربية	05	05%
تاريخ	02	02%
اعلام إلى	10	10%
علوم اجتماعية	06	06%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل

الإحصائي

التعليق:

الجدول رقم 04 يبين توزيع المبحوثين على أساس التخصص يتصدر تخصص علوم الإعلام والاتصال

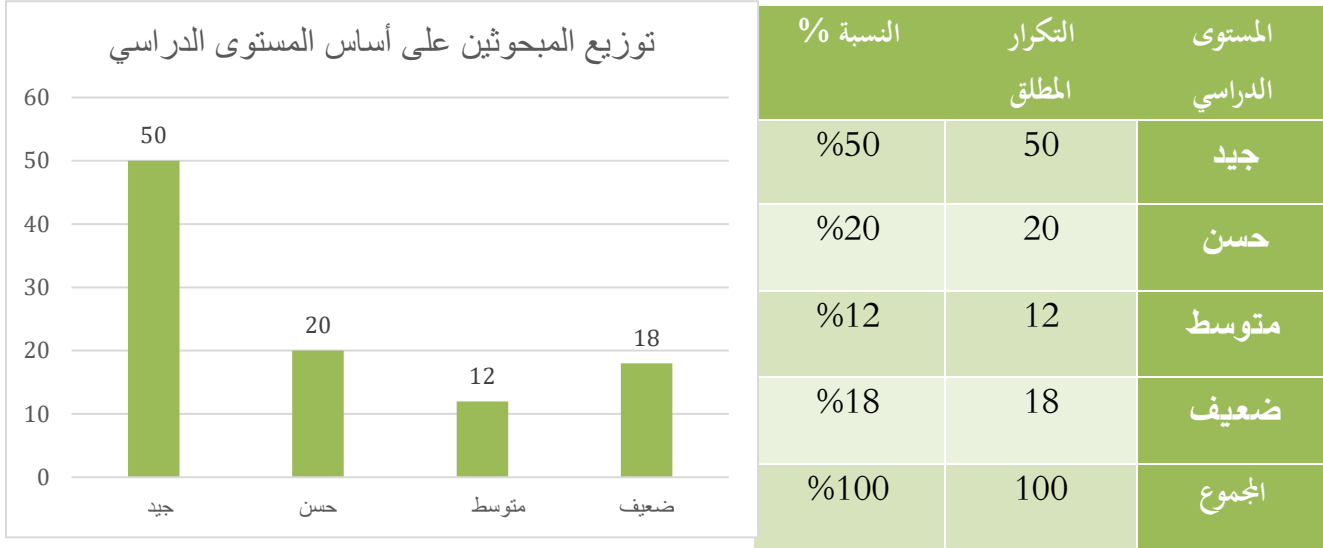
القائمة بنسبة 29%، تليه علوم السياسة بنسبة 48%، وبعدها تأتي تخصصات أخرى بنسب أقل.

يعكس هذا التوزيع تنوعاً في مجالات الدراسة والاهتمامات بين المبحوثين. يمكن أن يؤثر هذا التنوع على

طبيعة الأسئلة المطروحة والمنهجيات المستخدمة في الدراسة، إذ قد تحتاج كل تخصصات مختلفة إلى

تحليل ومعالجة بيانات مختلفة.

الجدول رقم 05: توزيع المبحوثين على أساس المستوى الدراسي الشكل رقم 05



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

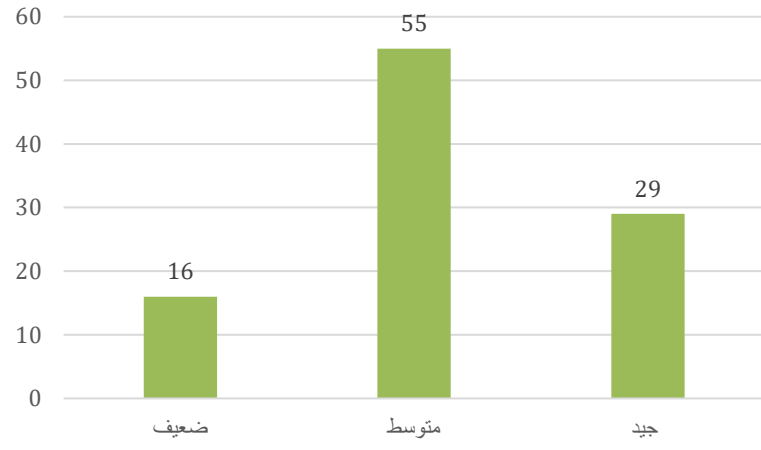
التعليق:

يُظهر الجدول رقم 05 توزيع المبحوثين على أساس المستوى الدراسي حيث يمثل الطلاب الذين حصلوا على تقدير "جيد" نسبة النصف من العينة بنسبة 50%، تليهم الطلاب الذين حصلوا على تقدير "حسن" بنسبة 20%، ثم الطلاب الذين حصلوا على تقدير "متوسط" بنسبة 12%، وأخيراً الطلاب الذين حصلوا على تقدير "ضعيف" بنسبة 18%.

ومنه نستنتج أن هناك اختلافاً واضحاً في أداء الطلاب على مستوى درجاتهم الدراسية. يشير التواجد الكبير للطلاب الذين حصلوا على تقدير "جيد" إلى وجود تميز نسبي بين هذه الفئة من الطلاب مقارنة بالفئات الأخرى. يمكن أن يؤثر هذا التوزيع على تفسيرات الدراسة ونتائجها.

الجدول رقم 06: توزيع المبحوثين على أساس المستوى المعيشي الشكل رقم 05

توزيع المبحوثين على أساس المستوى المعيشي



النسبة %	التكرار المطلق	المستوى المعيشي
%16	16	ضعيف
%55	55	متوسط
%29	29	جيد
%100	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

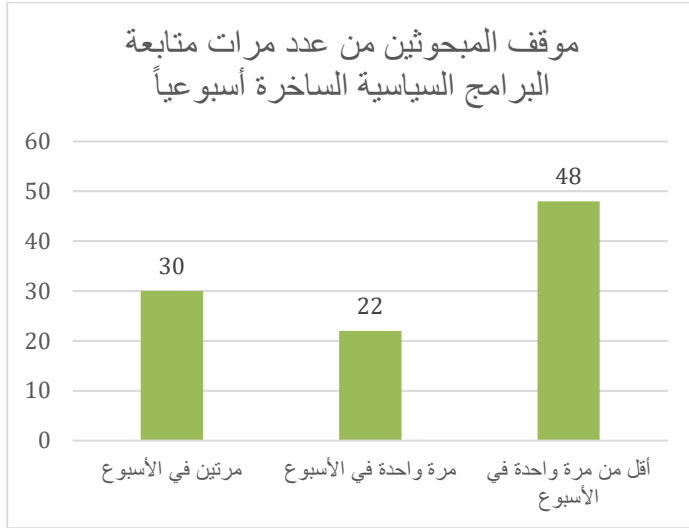
التعليق:

يُظهر الجدول رقم 06 توزيع المشاركين حسب المستوى المعيشي، حيث يمثل الذين يعيشون في ظروف معيشية ضعيفة نسبة 16%، بينما يمثل الذين يعيشون في ظروف متوسطة نسبة 55%، وأخيراً يمثل الذين يعيشون في ظروف معيشية جيدة نسبة 29%.

ومنه نستنتج أن هناك تنوعاً في المستويات المعيشية بين المبحوثين يمكن أن يؤثر هذا التوزيع على العديد من جوانب الدراسة، بما في ذلك الدافعية والاستجابة للمشاركة في الدراسة، وفهم النتائج وتطبيقاتها المحتملة.

المحور الثاني: مدى متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة

الجدول رقم 07: موقف المبحوثين من عدد مرات متابعة البرامج السياسية الساخرة أسبوعياً



النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
30%	30	مرتين في الأسبوع
22%	22	مرة واحدة في الأسبوع
48%	48	أقل من مرة واحدة في الأسبوع
100%	100	المجموع

الشكل رقم 07

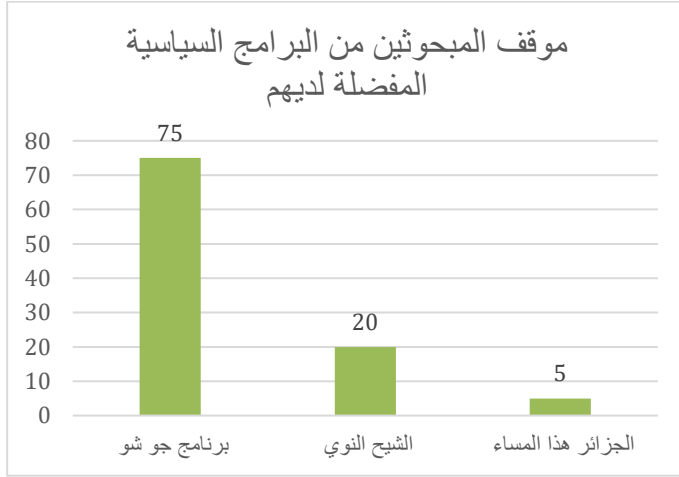
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يوضح الجدول رقم 07 موقف المبحوثين من متابعة البرامج السياسية الساخرة أسبوعياً، حيث يقول 30% منهم إنهم يتابعون مثل هذه البرامج مرتين في الأسبوع، بينما يقول 22% إنهم يتابعونها مرة واحدة في الأسبوع، ويقول 48% إنهم يتابعونها أقل من مرة واحدة في الأسبوع.

حيث يعكس هذا التوزيع تفضيلات المبحوثين وتقديراتهم لمشاهدة البرامج السياسية الساخرة، حيث يوجد تباين واضح في عادات المشاهدة بين الأفراد. يمكن أن تؤثر هذه الاختلافات في الاستجابة للمحتوى السياسي وفهم الرؤية السياسية للمجتمع، مما يبرز أهمية دراسة تأثير البرامج السياسية الساخرة على وجهة نظر الجمهور وتأثيرها على التوجهات السياسية والاجتماعية.

الجدول رقم 08: موقف المبحوثين من البرامج السياسية المفضلة لديهم



الشكل رقم 08

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

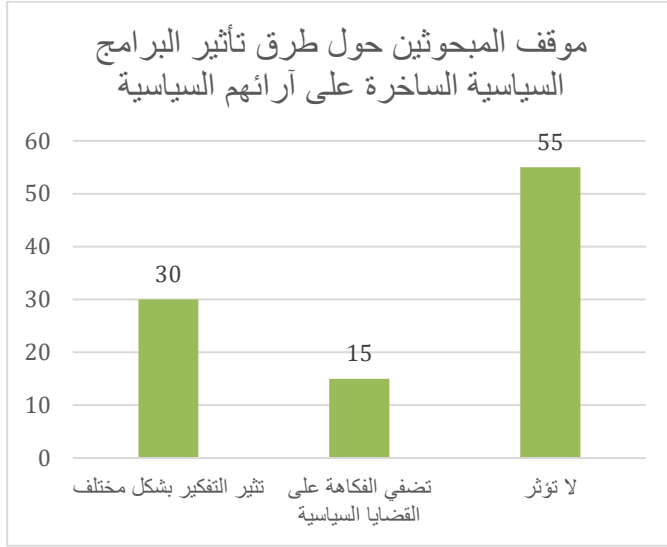
التعليق:

الجدول رقم 08 يبين موقف المبحوثين من البرامج السياسية المفضلة لديهم حيث جاء برنامج "جو شو" 75% في المرتبة الأولى يليها في المرتبة الثانية برنامج الشيخ النوي: 20% وفي المرتبة الثالثة الحصة الجزائر هذا المساء: 5%.

يظهر الجدول تفضيل المبحوثين لبرنامج "جو شو" كأحد البرامج السياسية المفضلة لديهم بنسبة 75%. بينما يفضل 20% من المبحوثين برنامج "الشيخ النوي"، ويفضل 5% برنامج "الجزائر هذا المساء".

ومنه نستنتج أن هناك تفضيلات المبحوثين لبرامج معينة في المشهد الإعلامي السياسي. يمكن أن تؤثر هذه التفضيلات على طبيعة النقاشات السياسية وتأثيرها على وجهات نظر الجمهور. قد يكون من الجدير بالاهتمام دراسة أسباب هذه التفضيلات وتأثيرها على شكل ومضمون البرامج السياسية المستقبلية.

الجدول رقم 09: موقف المبحوثين حول طرق تأثير البرامج السياسية الساخرة على آرائهم السياسية



الشكل رقم 09

الإجابات	التكرار المطلق	النسبة %
تثير التفكير بشكل مختلف	30	30%
تضفي الفكاهة على القضايا السياسية	15	15%
لا تؤثر	55	55%
المجموع	100	100%

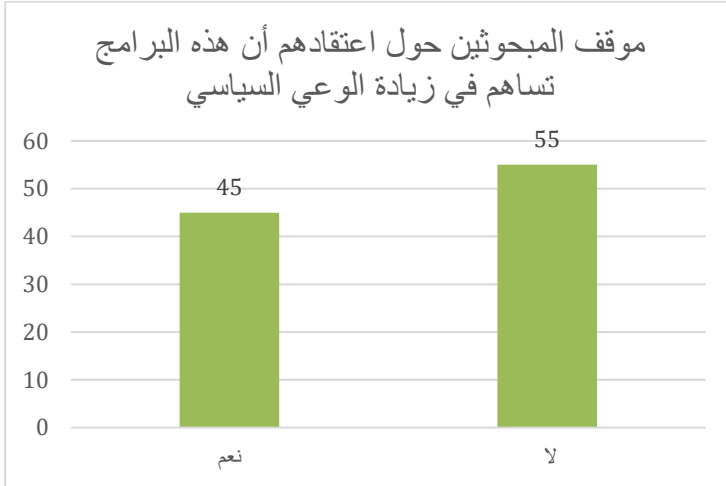
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يظهر الجدول رقم 09 موقف المبحوثين حول طرق تأثير البرامج السياسية الساخرة على آرائهم السياسية حيث يتبين أن 30% من المبحوثين إن هذه البرامج تثير التفكير بشكل مختلف، بينما يقول 15% إنها تضفي الفكاهة على القضايا السياسية، ويقول 55% إنها لا تؤثر.

ومنه نستنتج أن هناك تبايناً في آراء المبحوثين بشأن تأثير البرامج السياسية الساخرة. بينما يرى بعضهم أنها تثير التفكير بشكل مختلف وتضفي الفكاهة على القضايا السياسية، يعتقد آخرون أنها لا تؤثر. يشير هذا التوزيع إلى تنوع في استجابات الجمهور لهذا النوع من البرامج وتفاعلهم معها، ويبرز أهمية دراسة تأثير هذه البرامج على التوجهات السياسية والاجتماعية.

الجدول رقم 10: موقف المبحوثين حول اعتقادهم أن هذه البرامج تساهم في زيادة الوعي السياسي



الإجابات	التكرار المطلق	النسبة %
نعم	45	%45
لا	55	%55
المجموع	100	%100

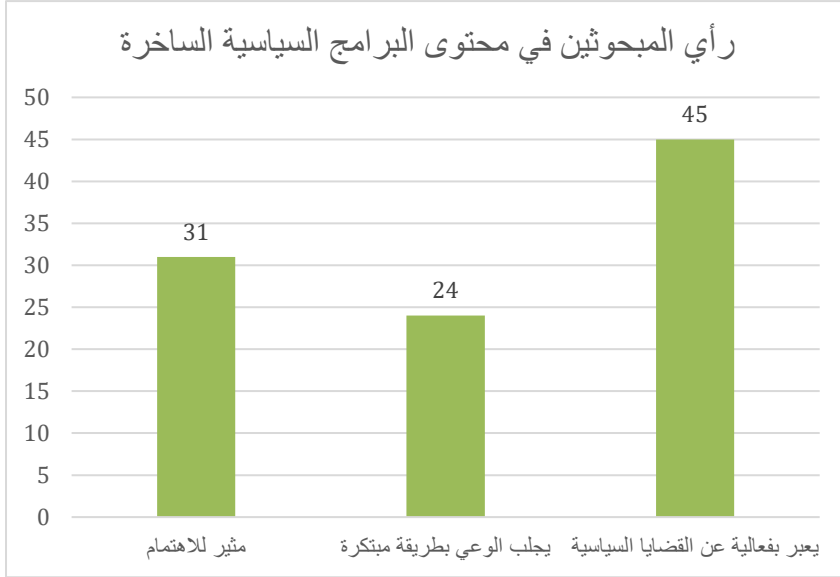
الشكل رقم 10

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يوضح الجدول رقم 10 موقف المبحوثين حول اعتقادهم فيما إذا كانت هذه البرامج تساهم في زيادة الوعي السياسي. يعتقد 45% من المبحوثين أن هذه البرامج تساهم في زيادة الوعي السياسي، بينما يعتقد 55% أنها لا تساهم في زيادة الوعي السياسي. ومنه نستنتج أن هناك تبايناً في آراء المبحوثين حول دور البرامج السياسية الساخرة في زيادة الوعي السياسي. بينما يرى بعضهم أن هذه البرامج تلعب دوراً مهماً في زيادة الوعي، يشكك آخرون في فعالية هذا النوع من البرامج في هذا الصدد. يمكن لهذا التباين في الآراء أن يشير إلى تعقيدات في تقدير تأثير البرامج السياسية الساخرة على الوعي السياسي، ويبرز أهمية دراسات مستقبلية لفهم هذا التأثير بشكل أكبر.

الجدول رقم 11: رأي المبحوثين في محتوى البرامج السياسية الساخرة



الشكل رقم 11

النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
31%	31	مثير للاهتمام
24%	24	يجلب الوعي بطريقة مبتكرة
45%	45	يعبر بفعالية عن القضايا السياسية
100%	100	المجموع

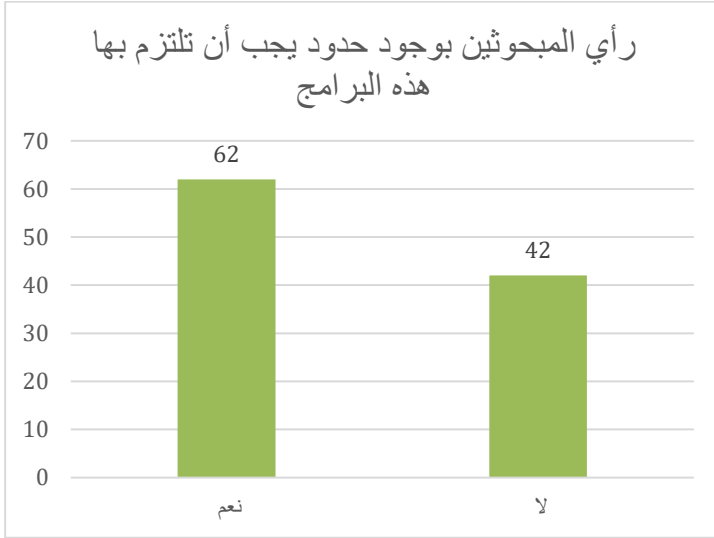
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

الجدول رقم 11 يبين رأي المبحوثين في محتوى البرامج السياسية الساخرة حيث يرى 31% من المبحوثين أن هذه البرامج مثيرة للاهتمام، في حين يرى 24% أنها تجلب الوعي بطريقة مبتكرة. بينما يعتقد 45% أن هذه البرامج تعبر بفعالية عن القضايا السياسية.

ومنه نستنتج أن هذا التوزيع يشير إلى تقدير المبحوثين لمحتوى البرامج السياسية الساخرة بأنه يعبر بفعالية عن القضايا السياسية. كما يبرز أن بعض المبحوثين يرونها مثيرة للاهتمام أو تجلب الوعي بطريقة مبتكرة، مما يعكس تنوعاً في الاستجابات تجاه هذا النوع من البرامج.

الجدول رقم 12: رأي المبحوثين بوجود حدود يجب أن تلتزم بها هذه البرامج



الإجابات	التكرار المطلق	النسبة %
نعم	62	%62
لا	38	%38
المجموع	100	%100

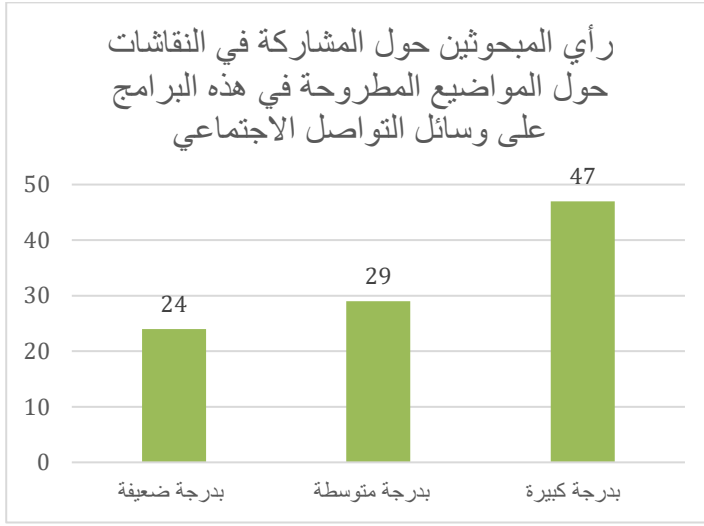
الشكل رقم 12

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

الجدول رقم 12 يبين رأي المبحوثين بوجود حدود يجب أن تلتزم بها هذه البرامج حيث يعتقد 62% من المبحوثين أنه يجب وجود حدود لهذه البرامج، في حين يعتقد 38% أنه لا يجب وجود حدود. ومنه نستنتج أن هناك تنوع في الآراء حول ضرورة فرض حدود على البرامج السياسية الساخرة بينما يرى العديد من المبحوثين أن البرامج الساخرة يجب أن تلتزم بحدود، يرى البعض الآخر أن ذلك غير ضروري. يبرز هذا التوزيع أهمية إجراء مناقشات مستمرة حول دور البرامج السياسية الساخرة وتأثيرها، وتحديد الحدود المناسبة التي يجب أن تلتزم بها.

الجدول رقم 13: رأي المبحوثين حول المشاركة في النقاشات حول المواضيع المطروحة في هذه البرامج على وسائل التواصل الاجتماعي



النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
6.66%	24	بدرجة ضعيفة
64.44%	29	بدرجة متوسطة
28.88%	47	بدرجة كبيرة
100%	100	المجموع

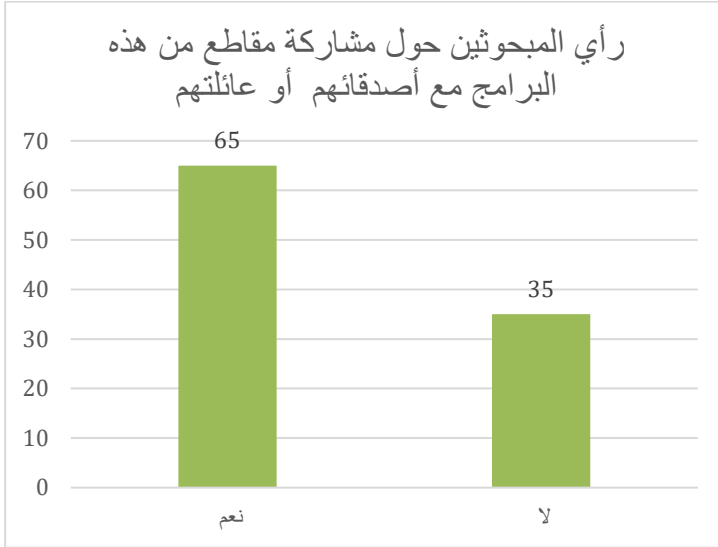
الشكل رقم 13

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يبين الجدول رقم 13 رأي المبحوثين حول المشاركة في النقاشات حول المواضيع المطروحة في هذه البرامج على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أجاب 6.66% من المبحوثين إنهم يشاركون بدرجة ضعيفة، كما أجاب 64.44% إنهم يشاركون بدرجة متوسطة، وأجاب 28.88% إنهم يشاركون بدرجة كبيرة. ومنه نستنتج أن هذا التوزيع يوضح تفاعل المبحوثين مع المحتوى المطروح في البرامج السياسية الساخرة على وسائل التواصل الاجتماعي. يظهر أن العديد منهم يشاركون بدرجة متوسطة إلى كبيرة، مما يشير إلى أهمية وتأثير هذا النوع من البرامج في تحفيز النقاش والتفاعل الاجتماعي حول القضايا السياسية.

الجدول رقم 14: رأي المبحوثين حول مشاركة مقاطع من هذه البرامج مع أصدقائهم أو عائلاتهم



الإجابات	التكرار المطلق	النسبة %
نعم	65	%65
لا	35	%35
المجموع	100	%100

الشكل رقم 14

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

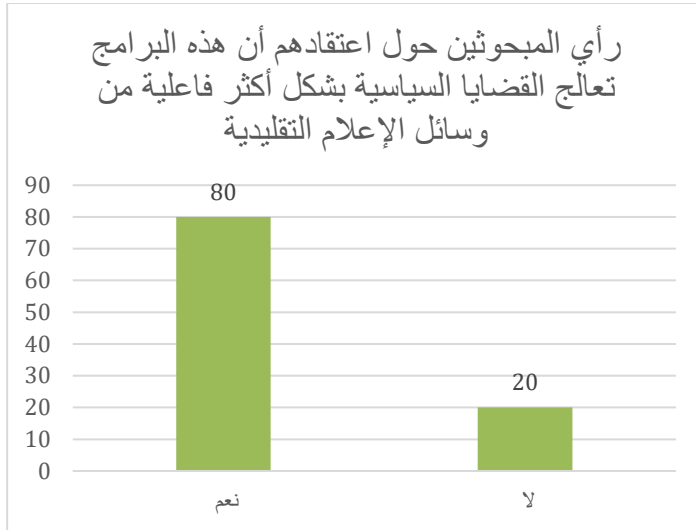
التعليق:

يوضح الجدول رقم 14 رأي المبحوثين حول مشاركة مقاطع من هذه البرامج مع أصدقائهم أو عائلاتهم، يوضح الجدول أن 65% من المبحوثين يؤيدون مشاركة مقاطع من هذه البرامج مع أصدقائهم أو عائلاتهم، بينما يعارض 35% هذه الفكرة.

يعكس هذا التوزيع تفاوتاً في السلوكيات المرتبطة بمشاركة مقاطع من البرامج السياسية الساخرة مع الأصدقاء أو العائلة. بينما يرى البعض ضرورة مشاركة هذه المقاطع، يرفض البعض الآخر هذه الفكرة. يمكن أن تتأثر هذه السلوكيات بالعديد من العوامل مثل التفضيلات الشخصية والقيم الاجتماعية والثقافية.

الجدول رقم 16: رأي المبحوثين حول اعتقادهم أن هذه البرامج تعالج القضايا السياسية بشكل أكثر

فاعلية من وسائل الإعلام التقليدية



الإجابات	التكرار المطلق	النسبة %
نعم	80	%80
لا	20	%20
المجموع	100	%100

الشكل رقم 16

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

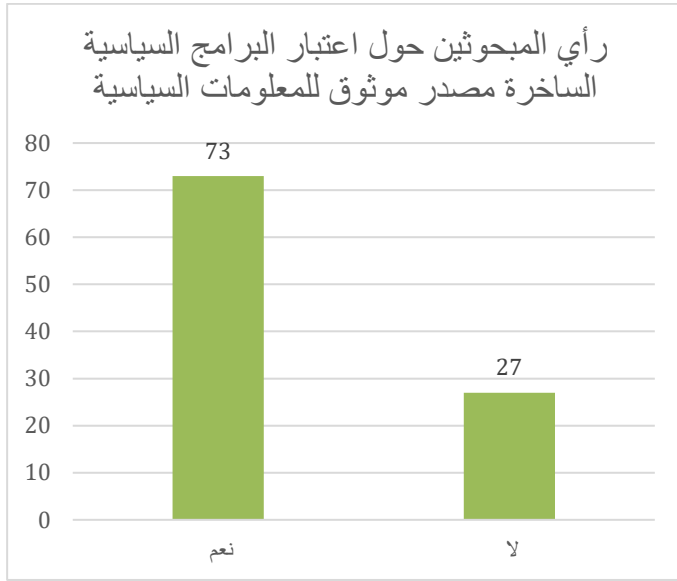
التعليق:

يبين الجدول رقم 16 رأي المبحوثين حول اعتقادهم أن هذه البرامج تعالج القضايا السياسية بشكل أكثر فاعلية من وسائل الإعلام التقليدية حيث يظهر الجدول أن 80% من المبحوثين يعتقدون أن هذه البرامج تعالج القضايا السياسية بشكل أكثر فاعلية من وسائل الإعلام التقليدية، بينما يعتقد 20% أنها لا تفعل ذلك.

ومنه يمكننا القول أن هذا التوزيع يعكس اعتقاد المبحوثين في أن البرامج السياسية الساخرة تلعب دوراً فعالاً في معالجة القضايا السياسية بشكل أكثر فعالية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية. يعتبر هذا الاعتقاد مؤشراً على التأثير الإيجابي الذي تمتلكه هذه البرامج في توجيه الانتباه إلى القضايا الهامة وتحفيز النقاش والتفكير حولها في المجتمع.

الجدول رقم 17: رأي المبحوثين حول اعتبار البرامج السياسية الساخرة مصدر موثوق للمعلومات

السياسية



الإجابات	التكرار المطلق	النسبة %
نعم	73	%73
لا	27	%27
المجموع	100	%100

الشكل رقم 17

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

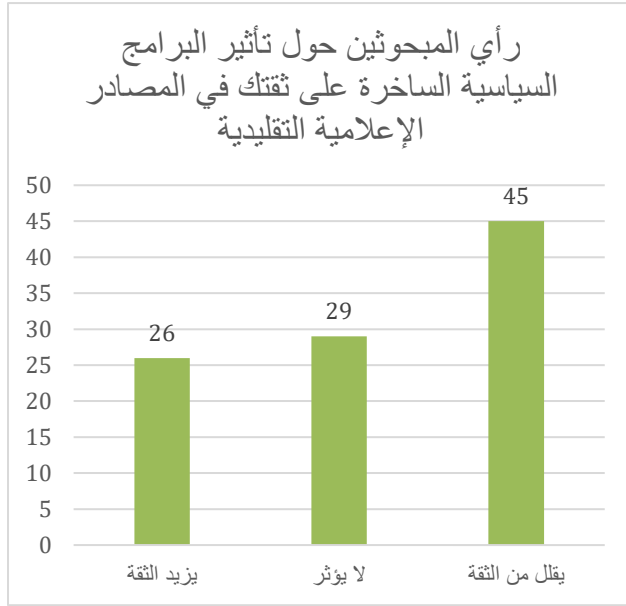
التعليق:

يوضح الجدول رقم 17 رأي المبحوثين حول اعتبار البرامج السياسية الساخرة مصدر موثوق للمعلومات السياسية حيث تبين أن 73% من المبحوثين يعتبرون البرامج السياسية الساخرة مصدراً موثوقاً للمعلومات السياسية، بينما يعتبر 27% ذلك غير صحيح.

ومنه نستنتج أن هناك ثقة من قبل الجزء الأكبر من المبحوثين في مصداقية البرامج السياسية الساخرة كمصدر للمعلومات السياسية. يشير هذا الاعتقاد إلى التأثير الذي تحظى به هذه البرامج في تقديم المعلومات بشكل ممتع ومفهوم، مما يجعلها مصدراً جذاباً للمعرفة السياسية لدى الجمهور.

الجدول رقم 18: رأي المبحوثين حول تأثير البرامج السياسية الساخرة على ثقتك في المصادر الإعلامية

التقليدية



الشكل رقم 18

الإجابات	التكرار المطلق	النسبة %
يزيد الثقة	26	26%
لا يؤثر	29	29%
يقلل من الثقة	45	45%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

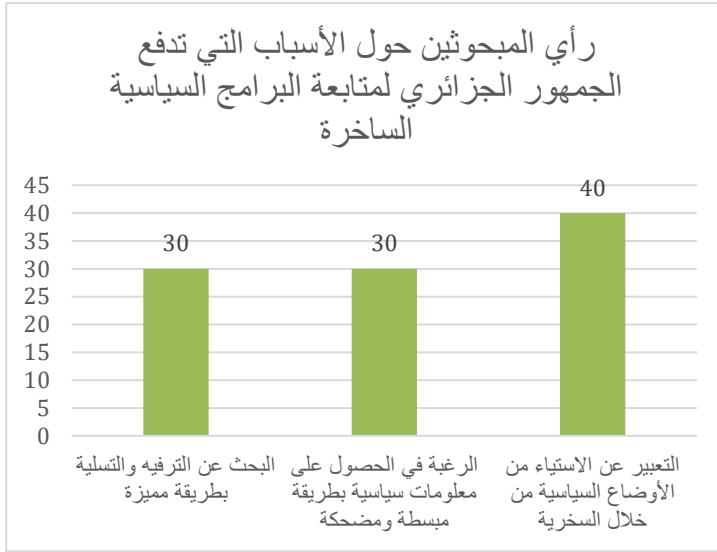
التعليق:

يبين الجدول رقم 18 رأي المبحوثين حول تأثير البرامج السياسية الساخرة على ثقتك في المصادر الإعلامية التقليدية حيث يعبر الجدول عن آراء المبحوثين حول تأثير البرامج السياسية الساخرة على ثقتهم في المصادر الإعلامية التقليدية إذ يعتقد 26% من المبحوثين أن هذه البرامج تزيد من ثقتهم في المصادر الإعلامية التقليدية، بينما يعتقد 45% أنها تقلل من هذه الثقة. ويعتقد 29% أنها لا تؤثر على الثقة. ومنه يمكننا الاستنتاج أن هذا التوزيع يعكس تنوعاً في تأثير البرامج السياسية الساخرة على ثقة المبحوثين في المصادر الإعلامية التقليدية. في حين يرى البعض أنها تزيد من الثقة، يرى آخرون أنها تقلل منها. يظهر هذا التوزيع التأثير المتباين لهذه البرامج على تصور المبحوثين للإعلام التقليدي وثقتهم فيه.

المحور الثالث: عادات متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة

الجدول رقم 19: رأي المبحوثين حول الأسباب التي تدفع الجمهور الجزائري لمتابعة البرامج السياسية

الساخرة



الشكل رقم 19

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

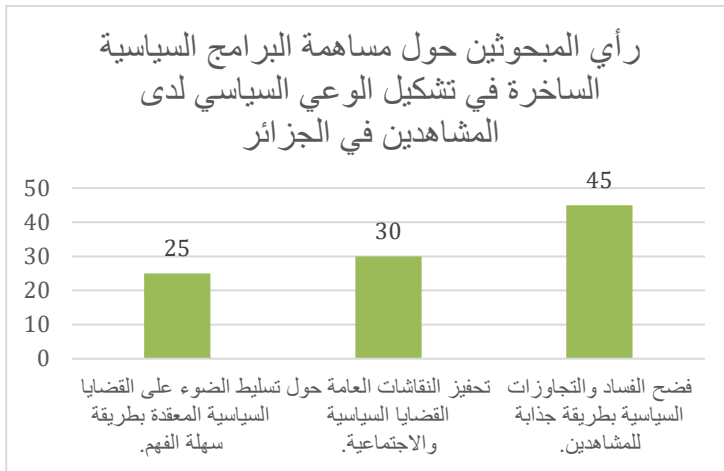
الجدول رقم 19 يبين رأي المبحوثين حول الأسباب التي تدفع الجمهور الجزائري لمتابعة البرامج السياسية الساخرة حيث يوضح

الجدول الأسباب التي تدفع الجمهور الجزائري لمتابعة البرامج السياسية الساخرة. يبدو أن 30% من المبحوثين يتابعون هذه البرامج للبحث عن الترفيه والتسلية بطريقة مميزة، بينما يبحث 30% آخرون عن الحصول على معلومات سياسية بطريقة مبسطة ومضحكة. ويظهر أن 40% يستخدمون هذه البرامج كوسيلة للتعبير عن الاستياء من الأوضاع السياسية من خلال السخرية.

ومنه نستنتج أن الجمهور الجزائري يتابع البرامج السياسية الساخرة لأسباب متنوعة، بما في ذلك الحصول على الترفيه والتسلية، والحصول على المعلومات السياسية بطريقة ممتعة، وكذلك التعبير عن الاستياء من الوضع السياسي.

النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
30%	30	البحث عن الترفيه والتسلية بطريقة مميزة
30%	30	الرغبة في الحصول على معلومات سياسية بطريقة مبسطة ومضحكة
40%	40	التعبير عن الاستياء من الأوضاع السياسية من خلال السخرية
100%	100	المجموع

الجدول رقم 20: رأي المبحوثين حول مساهمة البرامج السياسية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي لدى المشاهدين في الجزائر



الشكل رقم 20

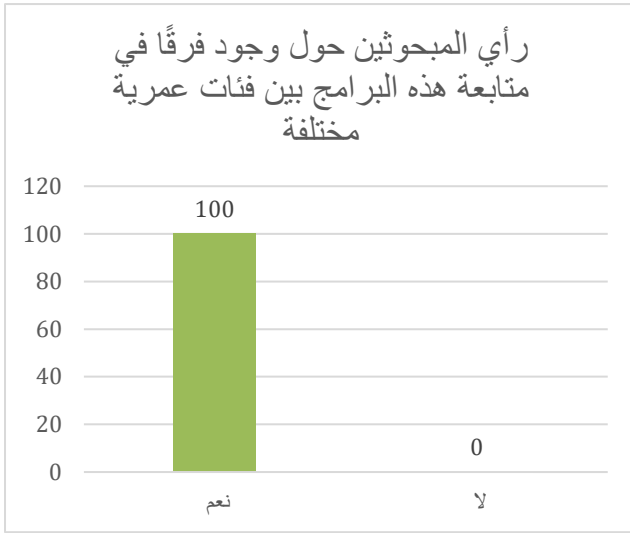
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يوضح الجدول رقم 20 رأي المبحوثين حول مساهمة البرامج السياسية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي لدى المشاهدين في الجزائر حيث يظهر أن 22.22% يعتقدون أن هذه البرامج تسلط الضوء على القضايا السياسية المعقدة بطريقة سهلة الفهم، بينما يعتقد 66.66% أنها تحفز النقاشات العامة حول القضايا السياسية والاجتماعية. ويرى 11.11% أنها تساهم في فضح الفساد والتجاوزات السياسية بطريقة جذابة للمشاهدين.

ومنه يمكننا القول أن هذا التوزيع يظهر الاعتقاد في أن البرامج السياسية الساخرة تساهم في تشكيل الوعي السياسي لدى المشاهدين بطرق مختلفة، من خلال تسليط الضوء على القضايا السياسية المعقدة، وتحفيز النقاشات العامة، وفضح الفساد والتجاوزات السياسية.

الجدول رقم 21: رأي المبحوثين حول وجود فرقاً في متابعة هذه البرامج بين فئات عمرية مختلفة



النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
100%	100	نعم
00%	00	لا
%100	100	المجموع

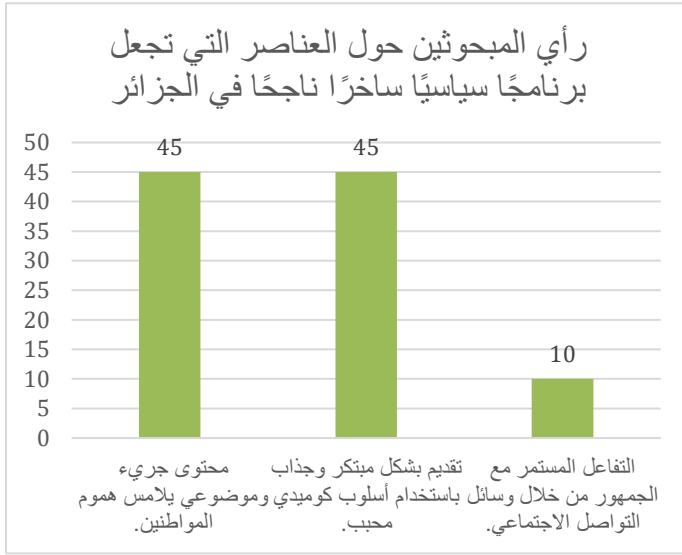
الشكل رقم 21

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

الجدول رقم 21 يبين رأي المبحوثين حول وجود فرقاً في متابعة هذه البرامج بين فئات عمرية مختلفة حيث نال المؤشر نعم نسبة : 100% أي أن الجدول يوضح أن جميع المبحوثين يعتقدون أن هناك فرقاً في متابعة البرامج السياسية الساخرة بين فئات عمرية مختلفة. ومنه نستنتج أن المبحوثين يعتبرون أن هناك تفاوت في متابعة البرامج السياسية الساخرة بين مختلف الفئات العمرية. هذا التفاوت قد يكون ناتجاً عن اختلاف في اهتمامات الفئات العمرية المختلفة، وأساليب استهلاكها لوسائل الإعلام، واختلافات في الثقافة والتربية.

الجدول رقم 22: رأي المبحوثين حول العناصر التي تجعل برنامجًا سياسيًا ساخرًا ناجحًا في الجزائر



الشكل رقم 22

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يبين الجدول رقم 22 رأي المبحوثين حول العناصر التي تجعل

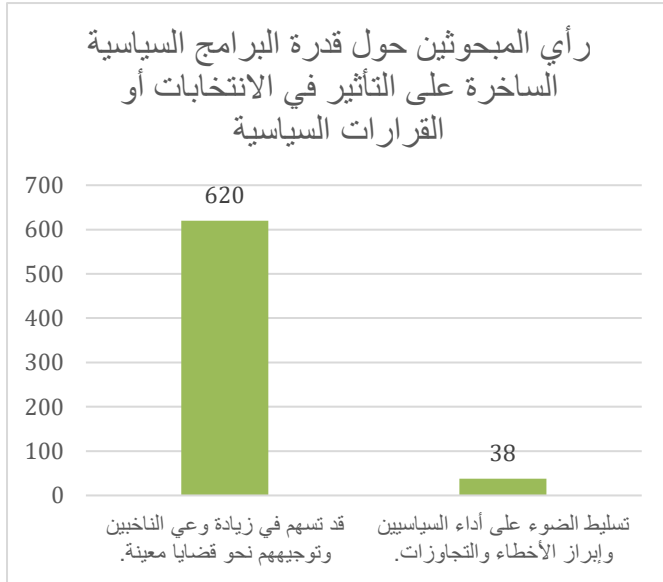
برنامجًا سياسيًا ساخرًا ناجحًا في الجزائر حيث يظهر أن 45% من المبحوثين يعتقدون أن محتوى جريء وموضوعي يلامس هموم المواطنين هو العنصر المهم، بينما يعتقد 45% آخرون أن تقديم البرنامج بشكل مبتكر وجذاب باستخدام أسلوب كوميدي محبب هو أيضًا مهم. ويرى 10% أن التفاعل المستمر مع الجمهور من خلال وسائل التواصل الاجتماعي له أيضًا دور مهم.

ومنه نستنتج أن نجاح البرامج السياسية الساخرة في الجزائر يعتمد على محتوى جريء وموضوعي يلامس هموم المواطنين، بالإضافة إلى تقديم البرنامج بشكل مبتكر وجذاب باستخدام أسلوب كوميدي محبب.

النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
45%	45	محتوى جريء وموضوعي يلامس هموم المواطنين.
45%	45	تقديم بشكل مبتكر وجذاب باستخدام أسلوب كوميدي محبب.
10%	10	التفاعل المستمر مع الجمهور من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.
100%	100	المجموع

الجدول رقم 23: رأي المبحوثين حول قدرة البرامج السياسية الساخرة على التأثير في الانتخابات أو

القرارات السياسية



الشكل رقم 23

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

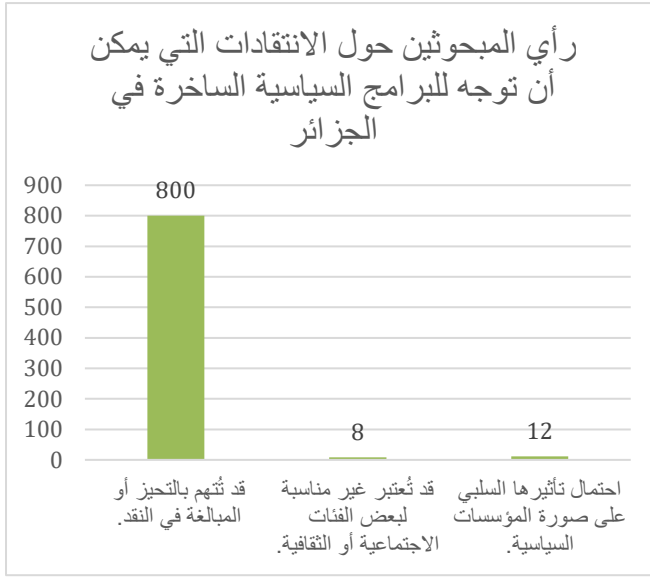
النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
62%	62	قد تسهم في زيادة وعي الناخبين وتوجيههم نحو قضايا معينة.
38%	38	تسليط الضوء على أداء السياسيين وإبراز الأخطاء والتجاوزات.
100%	100	المجموع

التعليق:

الجدول رقم 23 يوضح رأي المبحوثين حول قدرة البرامج السياسية الساخرة على التأثير في الانتخابات أو القرارات السياسية حيث يتبين أن 62% من المبحوثين يعتقدون أن هذه البرامج قد تسهم في زيادة وعي الناخبين وتوجيههم نحو قضايا معينة، بينما يعتقد 38% أنها تسلط الضوء على أداء السياسيين وتبرز الأخطاء والتجاوزات.

ومنه نستنتج أن البرامج السياسية الساخرة قد تلعب دوراً مهماً في توجيه وتشكيل آراء الناخبين وزيادة وعيهم بالقضايا السياسية المهمة، وفي نفس الوقت تسليط الضوء على أداء السياسيين وإبراز الأخطاء والتجاوزات التي يقومون بها.

الجدول رقم 24: رأي المبحوثين حول الانتقادات التي يمكن أن توجه للبرامج السياسية الساخرة في الجزائر



الشكل رقم 24

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يوضح الجدول رقم 24 رأي المبحوثين حول الانتقادات التي

يمكن أن توجه للبرامج السياسية الساخرة في الجزائر حيث

يتبين أن 80% من المبحوثين يعتقدون أنها قد تُتهم بالتحيز أو المبالغة في النقد. ويعتقد 8% أنها قد

تُعتبر غير مناسبة لبعض الفئات الاجتماعية أو الثقافية. ويرى 12% أن هناك احتمالاً لتأثيرها السلبي

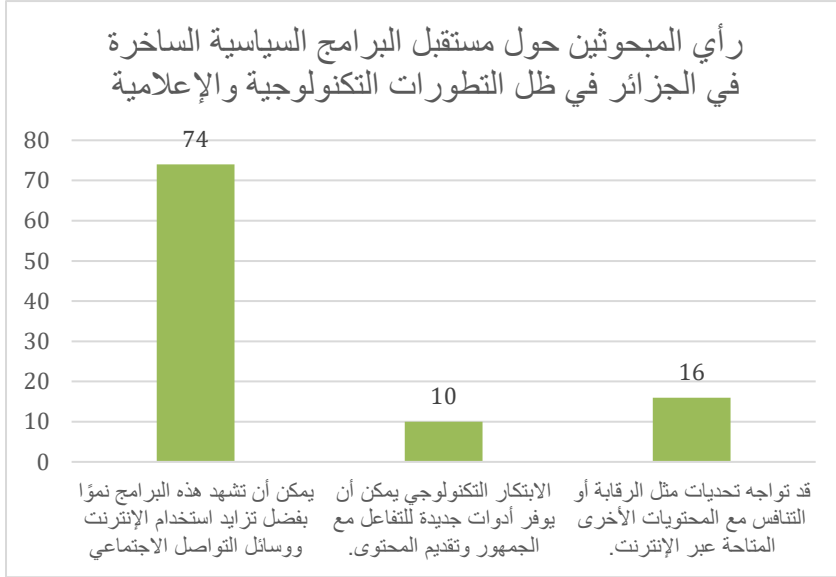
على صورة المؤسسات السياسية.

ومنه نستنتج أن هناك مخاوف وانتقادات محتملة توجه للبرامج السياسية الساخرة في الجزائر، بما في ذلك

اتهامها بالتحيز والمبالغة في النقد، واعتبارها غير مناسبة لبعض الفئات الاجتماعية أو الثقافية، واحتمال

تأثيرها السلبي على صورة المؤسسات السياسية.

الجدول رقم 25: رأي المبحوثين حول مستقبل البرامج السياسية الساخرة في الجزائر في ظل التطورات التكنولوجية والإعلامية



الشكل رقم 25

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يبين الجدول رقم 25 رأي المبحوثين حول مستقبل البرامج السياسية الساخرة في الجزائر في ظل التطورات التكنولوجية والإعلامية حيث يظهر أن 74% يعتقدون أن هذه البرامج قد تشهد نمواً بفضل تزايد استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. ويرى 10% أن الابتكار التكنولوجي يمكن أن يوفر أدوات جديدة للتفاعل مع الجمهور وتقديم المحتوى. ويعتقد 16% أن هناك تحديات قد تواجهها مثل الرقابة أو التنافس مع المحتويات الأخرى المتاحة عبر الإنترنت.

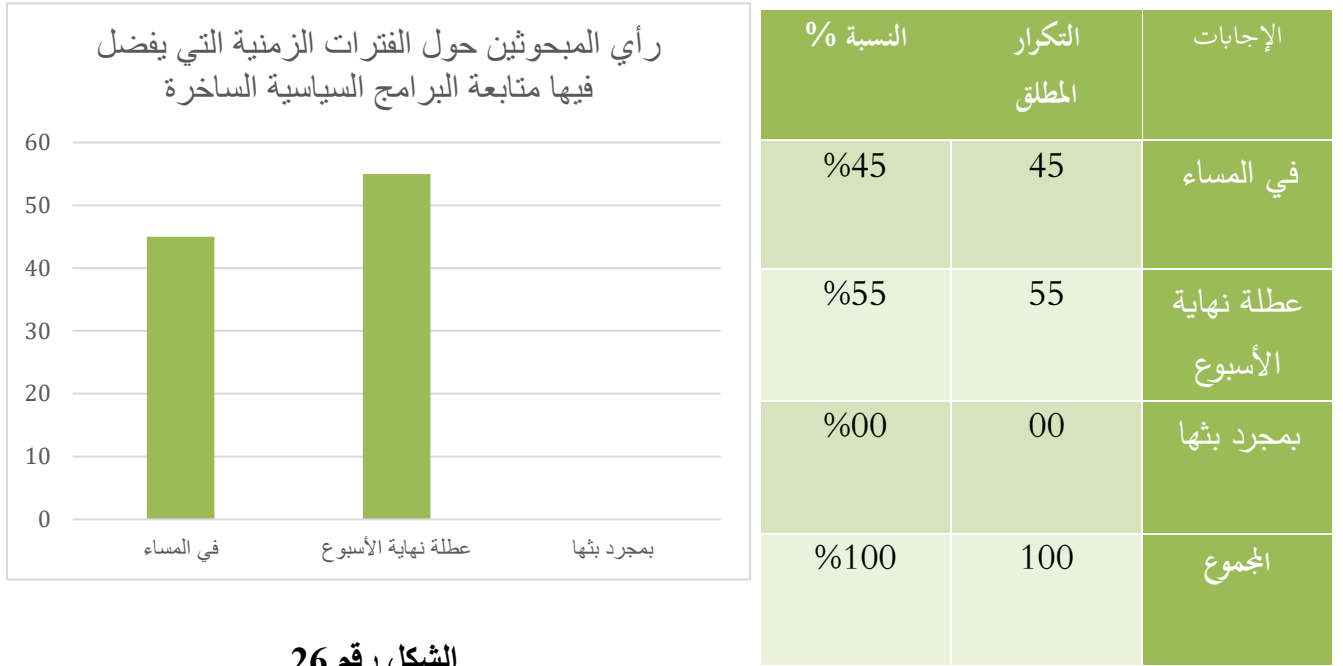
ومنه نستنتج أن البرامج السياسية الساخرة قد تواجه تحديات وفرصاً

في المستقبل، حيث يتوقع بعض المبحوثين زيادة انتشارها ونموها بفضل التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي، بينما يشير آخرون إلى التحديات المحتملة مثل الرقابة والتنافس.

النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
74%	74	يمكن أن تشهد هذه البرامج نمواً بفضل تزايد استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي
10%	10	قد تواجه تحديات مثل الرقابة أو التنافس مع المحتويات الأخرى المتاحة عبر الإنترنت.
16%	16	يمكن أن تشهد هذه البرامج نمواً بفضل تزايد استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي
100%	100	المجموع

المحور الرابع: أنماط ودوافع متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة

الجدول رقم 26: رأي المبحوثين حول الفترات الزمنية التي يفضل فيها متابعة البرامج السياسية الساخرة



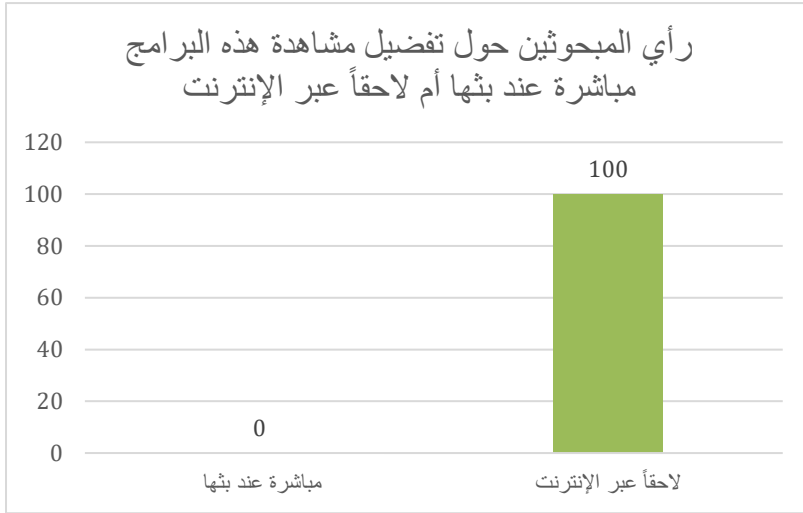
الشكل رقم 26

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يبين الجدول رقم 26 رأي المبحوثين حول الفترات الزمنية التي يفضل فيها متابعة البرامج السياسية الساخرة حيث يتبين أن 45% من المبحوثين يفضلون متابعتها في المساء، بينما يفضل 55% متابعتها خلال عطلة نهاية الأسبوع. لم يُفضل أي من المبحوثين متابعة البرامج بمجرد بثها. ومنه يظهر هذا التوزيع أن الفترات الزمنية التي تتزامن مع أوقات الفراغ مثل عطلة نهاية الأسبوع هي الأكثر تفضيلاً لمتابعة البرامج السياسية الساخرة في الجزائر.

الجدول رقم 27: رأي المبحوثين حول تفضيل مشاهدة هذه البرامج مباشرة عند بثها أم لاحقاً عبر الإنترنت



النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
%00	00	مباشرة عند بثها
%100	100	لاحقاً عبر الإنترنت
%100	100	المجموع

الشكل رقم 27

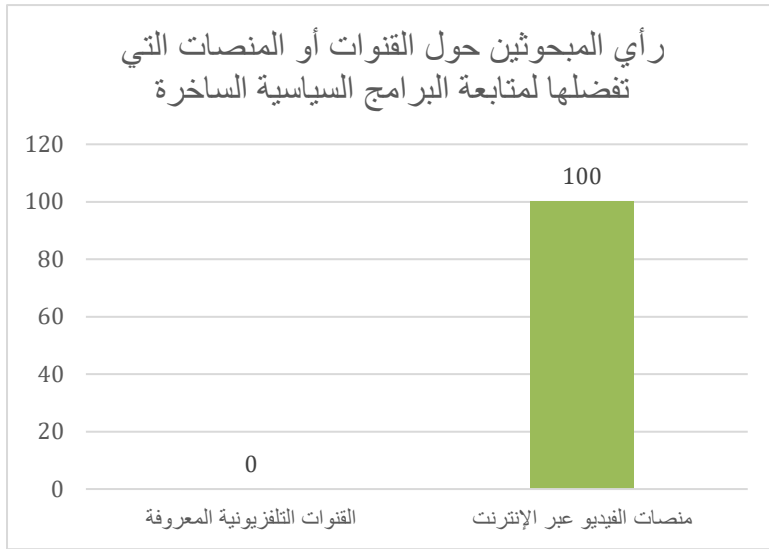
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يوضح الجدول رقم 27 رأي المبحوثين حول تفضيل مشاهدة هذه البرامج مباشرة عند بثها أم لاحقاً عبر الإنترنت حيث يوضح هذا الجدول أن 100% من المبحوثين يفضلون مشاهدة هذه البرامج لاحقاً عبر الإنترنت بدلاً من مشاهدتها مباشرة عند بثها. ومنه نستنتج أن الغالبية العظمى من المبحوثين يفضلون متابعة البرامج السياسية الساخرة في وقت يناسبهم لاحقاً عبر الإنترنت، مما يشير إلى تفضيلهم للمرونة في مواعيد مشاهدة المحتوى.

الجدول رقم 28: رأي المبحوثين حول القنوات أو المنصات التي تفضلها لمتابعة البرامج السياسية

الساخرة



النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
%00	00	القنوات التلفزيونية المعروفة
%100	100	منصات الفيديو عبر الإنترنت
%100	100	المجموع

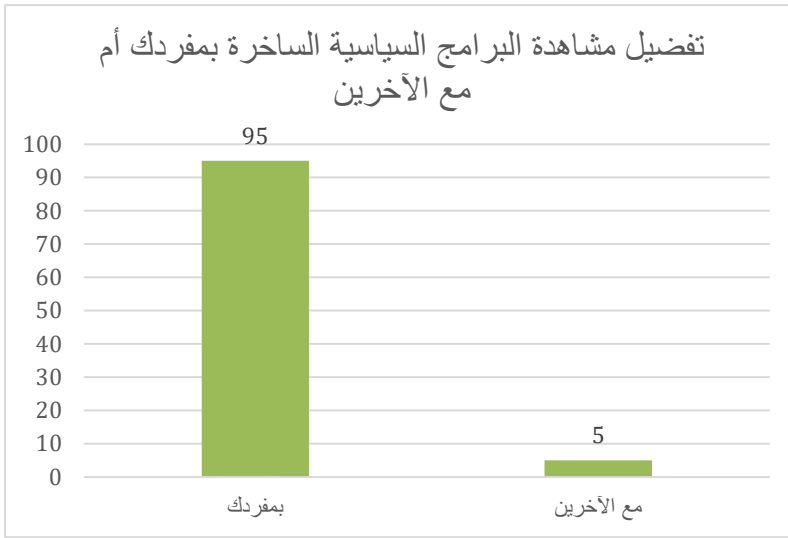
الشكل رقم 28

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق

الجدول رقم 28 يبين رأي المبحوثين حول القنوات أو المنصات التي تفضلها لمتابعة البرامج السياسية الساخرة يوضح هذا الجدول أن جميع المبحوثين يفضلون استخدام منصات الفيديو عبر الإنترنت لمتابعة البرامج السياسية الساخرة، بينما لا يوجد أي منهم يفضل متابعتها عبر القنوات التلفزيونية المعروفة. ومنه نستنتج أن المبحوثين يفضلون التمتع بالمرونة والتنوع في مشاهدة البرامج السياسية الساخرة من خلال منصات الفيديو عبر الإنترنت.

الجدول رقم 29: تفضيل مشاهدة البرامج السياسية الساخرة بمفردك أم مع الآخرين



الإجابات	التكرار المطلق	النسبة %
بمفردك	95	%95
مع الآخرين	05	%05
المجموع	100	%100

الشكل رقم 29

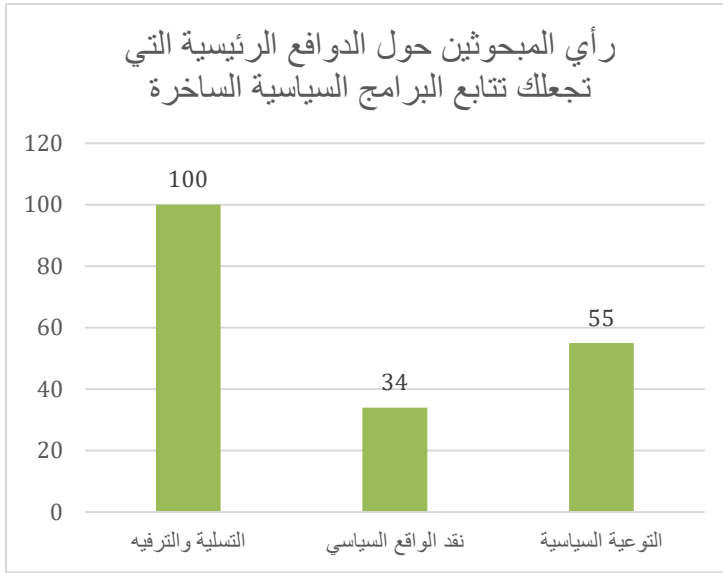
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يستعرض الجدول رقم 29 تفضيل مشاهدة البرامج السياسية الساخرة بمفردك أم مع الآخرين يوضح الجدول أن 95% من المبحوثين يفضلون مشاهدة البرامج السياسية الساخرة بمفردهم، بينما يفضل 5% مشاهدتها مع الآخرين.

استنتاجاً، يظهر هذا التوزيع أن معظم المبحوثين يرغبون في مشاهدة البرامج السياسية الساخرة بمفردهم، مما يعكس رغبتهم في التمتع بالمحتوى والتفاعل معه بشكل فردي دون تشتيت أو تأثير من الآخرين.

الجدول رقم 30: رأي المبحوثين حول الدوافع الرئيسية التي تجعلك تتابع البرامج السياسية الساخرة



النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
11%	11	التسلية والترفيه
34%	34	نقد الواقع السياسي
55%	55	التوعية السياسية
100%	100	المجموع

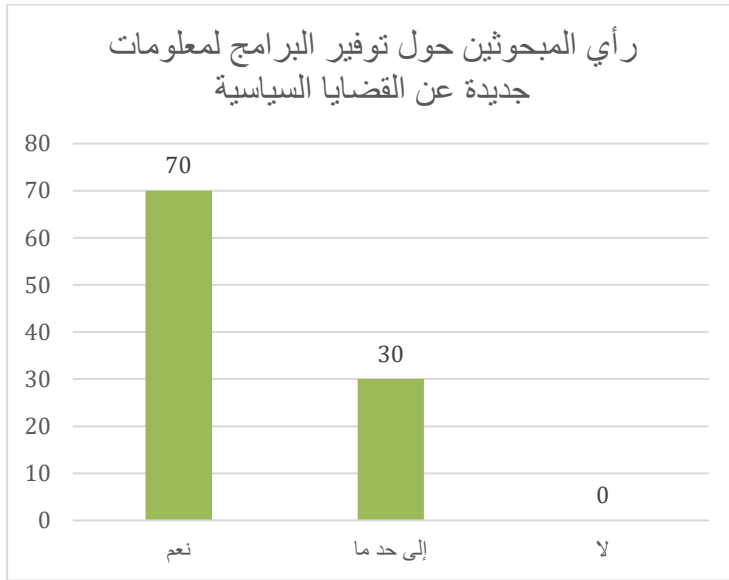
الشكل رقم 30

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يستعرض الجدول رقم 30 رأي المبحوثين حول الدوافع الرئيسية التي تجعلهم يتابعون البرامج السياسية الساخرة يظهر هذا الجدول أن 55% من المبحوثين يتابعون البرامج السياسية الساخرة لغرض التوعية السياسية، في حين يتابع 34% منهم لغرض نقد الواقع السياسي، و11% للتسلية والترفيه. ومنه نستنتج أن المبحوثين يقدرّون البرامج السياسية الساخرة كأداة للتوعية السياسية ونقد الواقع السياسي بشكل أساسي، مما يعكس دورها الهام في إثراء الحوار السياسي وزيادة الوعي بالقضايا السياسية في المجتمع.

الجدول رقم 31: رأي المبحوثين حول توفير البرامج لمعلومات جديدة عن القضايا السياسية



الإجابات	التكرار المطلق	النسبة %
نعم	70	%70
إلى حد ما	30	%30
لا	00	%00
المجموع	100	%100

الشكل رقم 31

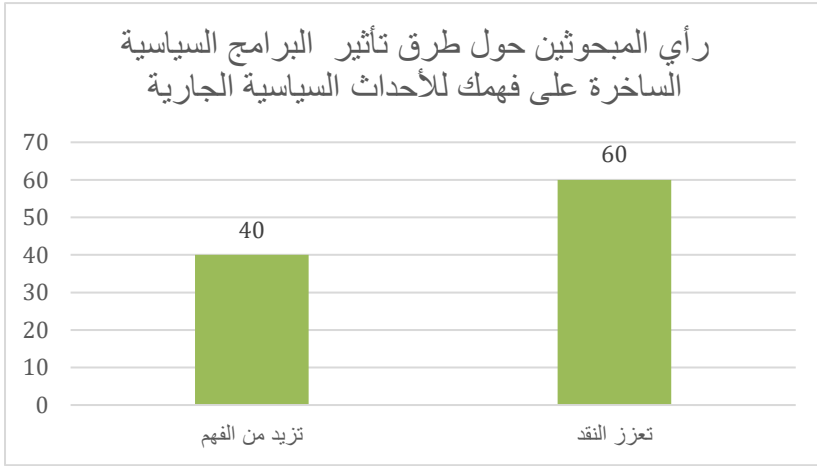
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

الجدول رقم 31 رأي المبحوثين حول توفير البرامج لمعلومات جديدة عن القضايا السياسية يظهر هذا الجدول أن 70% من المبحوثين يرون أن البرامج السياسية الساخرة توفر معلومات جديدة عن القضايا السياسية، في حين يعتقد 30% منهم أنها تقدم هذه المعلومات إلى حد ما، ولا يوجد أي من المبحوثين يعتقد أنها لا توفر معلومات جديدة.

ومنه نستنتج أن البرامج السياسية الساخرة تلعب دورًا هامًا في توفير معلومات جديدة ومفيدة حول القضايا السياسية، مما يساهم في زيادة الوعي السياسي للمشاهدين.

الجدول رقم 32: رأي المبحوثين حول طرق تأثير البرامج السياسية الساخرة على فهمك للأحداث السياسية الجارية



النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
40%	40	تزيد من الفهم
60%	60	تعزز النقد
100%	100	المجموع

الشكل رقم 32

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

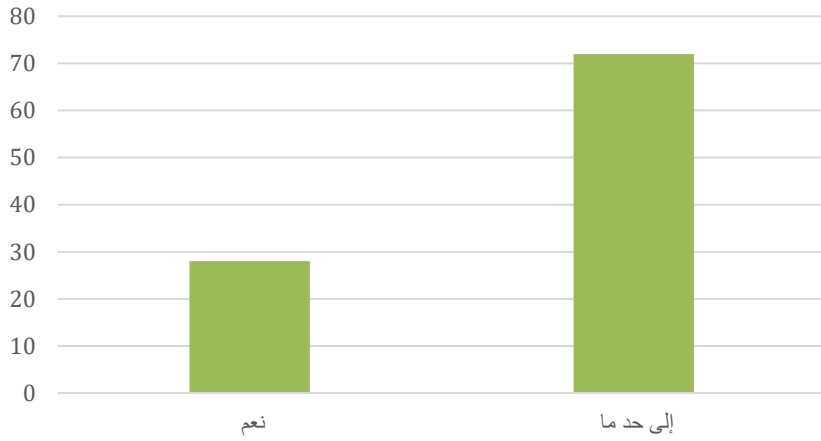
التعليق:

الجدول رقم 32 يبين رأي المبحوثين حول طرق تأثير البرامج السياسية الساخرة على فهمهم للأحداث السياسية الجارية يوضح هذا الجدول أن 40% من المبحوثين يرون أن البرامج السياسية الساخرة تزيد من فهمهم للأحداث السياسية الجارية، بينما يعتقد 60% منهم أنها تعزز النقد والفهم العميق لهذه الأحداث. ومنه نستنتج أن البرامج السياسية الساخرة لها دور في تعزيز فهم المبحوثين للأحداث السياسية الجارية وزيادة مستوى النقد لديهم.

الجدول رقم 33: رأي المبحوثين حول الاعتقاد أن البرامج السياسية الساخرة تلعب دوراً في تشكيل آرائك

السياسية

رأي المبحوثين حول الاعتقاد أن البرامج السياسية الساخرة تلعب دوراً في تشكيل آرائك السياسية



الإجابات	التكرار المطلق	النسبة %
نعم	28	28%
إلى حد ما	72	72%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 33

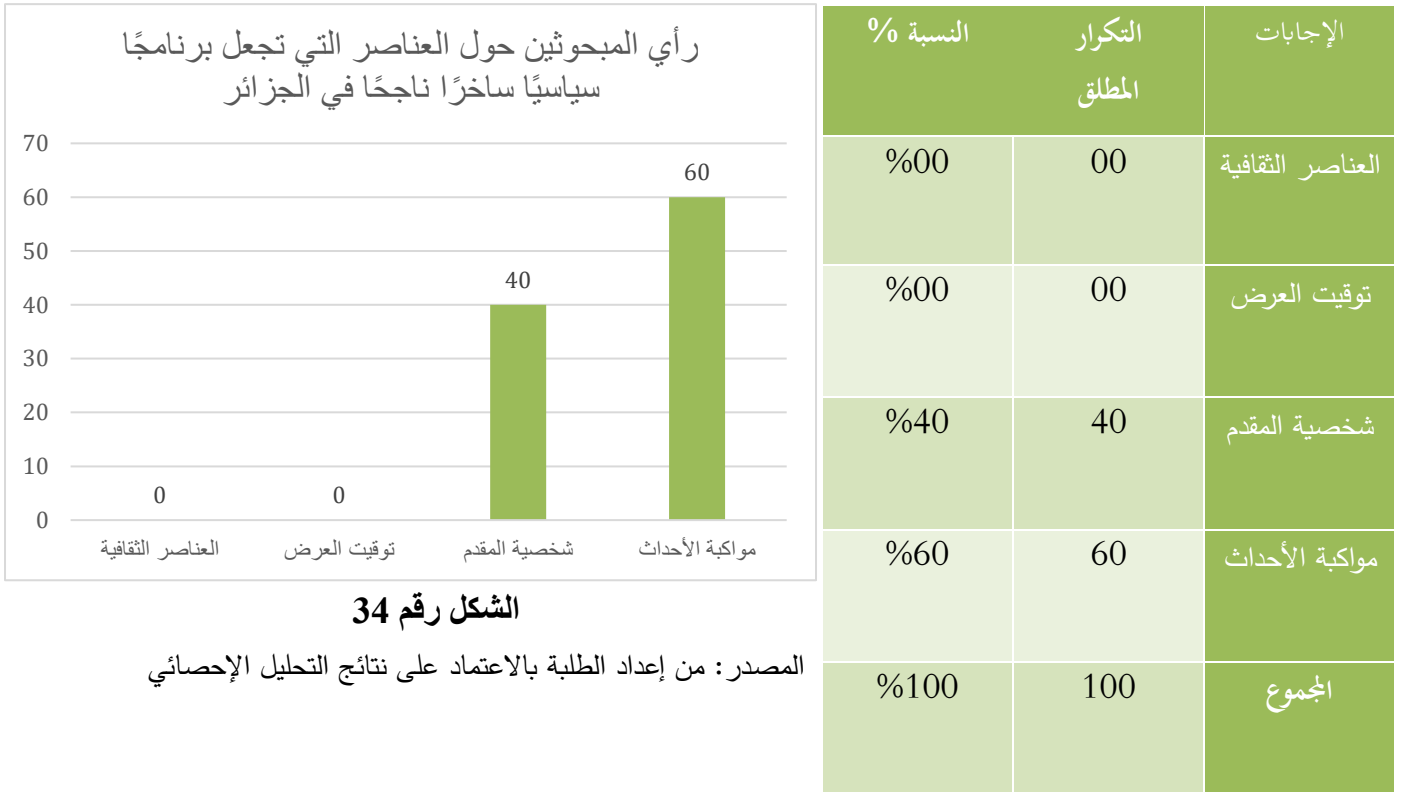
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يتناول الجدول رقم 33 رأي المبحوثين حول الاعتقاد أن البرامج السياسية الساخرة تلعب دوراً في تشكيل آرائهم السياسية يظهر هذا الجدول أن 28% من المبحوثين يعتقدون أن البرامج السياسية الساخرة تلعب دوراً مهماً في تشكيل آرائهم السياسية، في حين يعتقد 72% منهم أنها تلعب دوراً إلى حد ما في ذلك. ومنه نستنتج أن البرامج السياسية الساخرة قد تؤثر إلى حد ما في تشكيل آراء المبحوثين السياسية، ولكن ليس بشكل كبير.

المحور الخامس: المواضيع التي تستهوي الجمهور الجزائري في إطار البرامج السياسية الساخرة

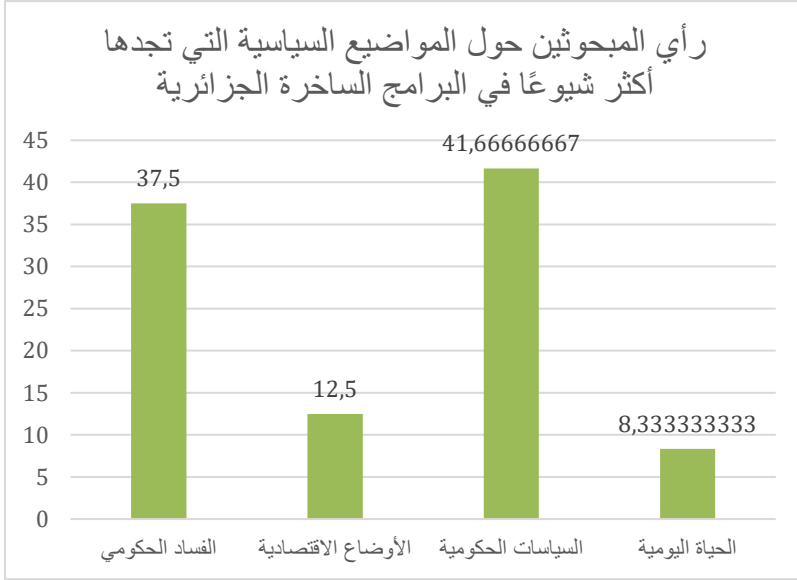
الجدول رقم 34: رأي المبحوثين حول العناصر التي تجعل برنامجًا سياسيًا ساخرًا ناجحًا في الجزائر



التعليق:

الجدول رقم 34 يبين رأي المبحوثين حول العناصر التي تجعل برنامجًا سياسيًا ساخرًا ناجحًا في الجزائر يظهر من الجدول أن 40% من المبحوثين يرون أن شخصية المقدم تعتبر عنصرًا هامًا يجعل البرنامج السياسي الساخر ناجحًا، في حين يعتقد 60% أن مواكبة الأحداث هي العنصر الرئيسي لنجاح البرنامج. ومنه نستنتج أهمية مواكبة الأحداث وتحليلها بطريقة ساخرة في جعل البرامج السياسية الساخرة ناجحة في الجزائر، بالإضافة إلى دور شخصية المقدم في جذب الجمهور.

الجدول رقم 35: رأي المبحوثين حول المواضيع السياسية التي تجدها أكثر شيوعاً في البرامج الساخرة الجزائرية



الشكل رقم 35

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
37.5%	45	الفساد الحكومي
12.5%	15	الأوضاع الاقتصادية
41.66%	50	السياسات الحكومية
8.33%	10	الحياة إلى ومية
100%	120	المجموع

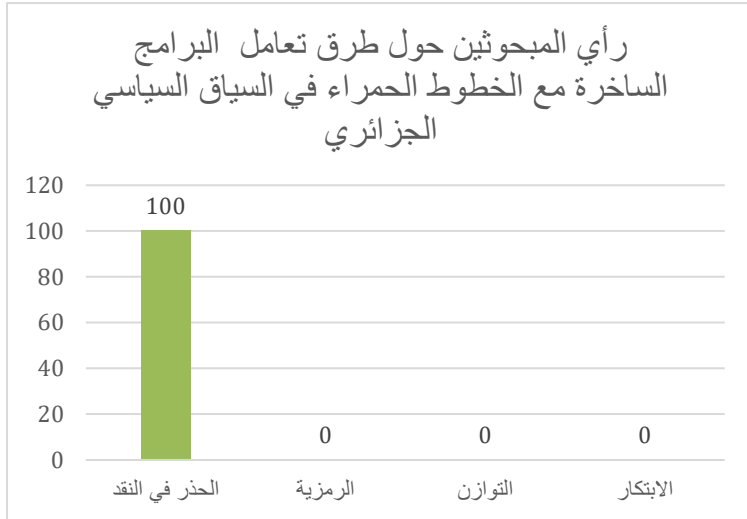
التعليق:

يعرض جدول رقم 35 رأي المبحوثين حول المواضيع السياسية التي يجدها أكثر شيوعاً في البرامج الساخرة الجزائرية يظهر من الجدول أن 37.5% من المبحوثين يرون أن الفساد الحكومي هو الأكثر شيوعاً في البرامج الساخرة الجزائرية، تليه السياسات الحكومية بنسبة 41.66%. بينما تأتي الأوضاع الاقتصادية والحياة إلى ومية بنسب متدنية.

ومنه نستنتج أن البرامج الساخرة الجزائرية تركز بشكل أساسي على مواضيع الفساد الحكومي والسياسات الحكومية كموضوعات رئيسية لسخريتها.

الجدول رقم 36: رأي المبحوثين حول طرق تعامل البرامج الساخرة مع الخطوط الحمراء في السياق

السياسي الجزائري



الشكل رقم 36

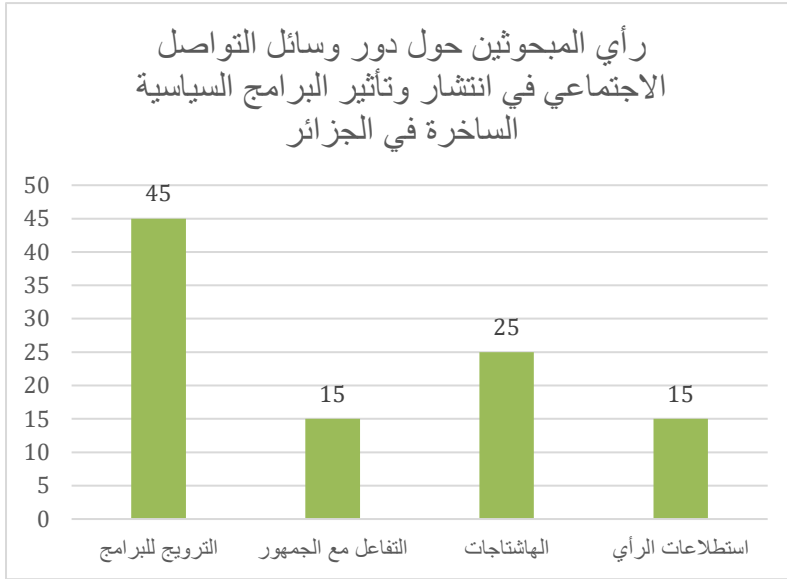
الإجابات	التكرار المطلق	النسبة %
الحذر في النقد	100	100%
الرمزية	00	00%
التوازن	00	00%
الابتكار	00	00%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يبين الجدول رقم 36 رأي المبحوثين حول طرق تعامل البرامج الساخرة مع الخطوط الحمراء في السياق السياسي الجزائري يظهر من الجدول أن 100% من المبحوثين يرون أن البرامج الساخرة تتعامل بحذر في النقد وتفضل تجنب المواضيع التي تعتبر خطوط حمراء في السياق السياسي الجزائري. ومنه نستنتج أن البرامج الساخرة تعمل على الحفاظ على توازن في التعبير والنقد، وتفضل الابتعاد عن المواضيع التي يمكن أن تثير جدلاً كبيراً أو تتجاوز الخطوط الحمراء في السياق السياسي الجزائري.

الجدول رقم 37: رأي المبحوثين حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار وتأثير البرامج السياسية الساخرة في الجزائر



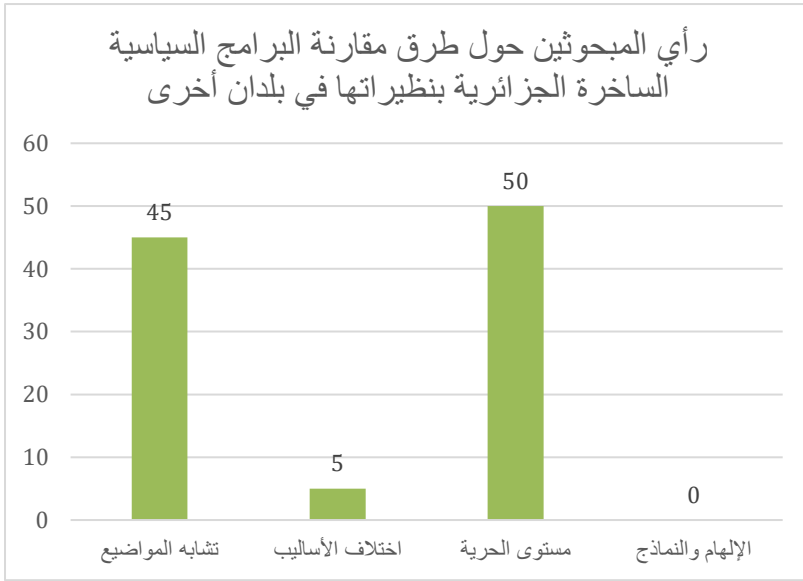
الشكل رقم 37

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يوضح الجدول رقم 37 رأي المبحوثين حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار وتأثير البرامج السياسية الساخرة في الجزائر يظهر من الجدول أن 45% من المبحوثين يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً في الترويج للبرامج السياسية الساخرة، بينما يرون 15% منهم أنها تسهم في التفاعل مع الجمهور، و25% يشير إلى دور الهاشتاغات، و15% يذكرون استخدام استطلاعات الرأي. ومنه نستنتج أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في نشر وتأثير البرامج السياسية الساخرة في الجزائر، سواء من خلال الترويج لها أو تشجيع التفاعل معها من قبل الجمهور، بالإضافة إلى دور الهاشتاغات واستطلاعات الرأي في زيادة الانتشار والتأثير.

الجدول رقم 38: رأي المبحوثين حول طرق مقارنة البرامج السياسية الساخرة الجزائرية بنظيراتها في بلدان أخرى



الشكل رقم 38

الإجابات	التكرار المطلق	النسبة %
تشابه المواضيع	45	45%
اختلاف الأساليب	05	05%
مستوى الحرية	50	50%
الإلهام والنماذج	00	00%
المجموع	100	100%

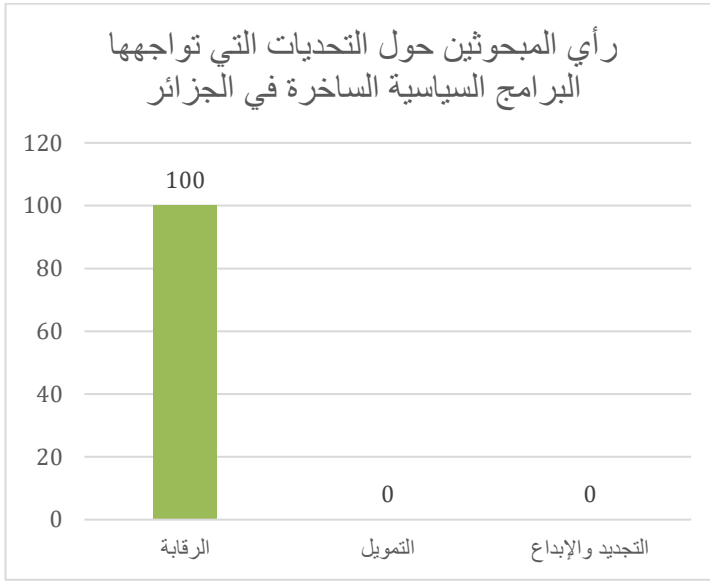
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يوضح الجدول رقم 38 الجدول رقم 38: رأي المبحوثين حول طرق مقارنة البرامج السياسية الساخرة الجزائرية بنظيراتها في بلدان أخرى يُظهر الجدول أن 45% من المبحوثين يرون أن طريقة المقارنة تقتصر على تشابه المواضيع بين البرامج السياسية الساخرة في الجزائر ونظيراتها في بلدان أخرى. وفي حين ذلك، يعتبر 5% فقط من المشاركين أن الاختلاف في الأساليب هو العامل المهم في المقارنة. أما 50% فهم يؤكدون على أهمية مستوى الحرية في المقارنة. بينما لا يرون أي دور للإلهام والنماذج الأخرى في هذا السياق.

ومنه نستنتج أن المشاركين يعتبرون أن مستوى الحرية يعتبر العامل الرئيسي عند مقارنة البرامج السياسية الساخرة في الجزائر مع نظيراتها في بلدان أخرى، بينما يركز البعض الآخر على تشابه المواضيع.

الجدول رقم 39: رأي المبحوثين حول التحديات التي تواجهها البرامج السياسية الساخرة في الجزائر



الإجابات	التكرار المطلق	النسبة %
الرقابة	100	%100
التمويل	00	%00
التجديد والإبداع	00	%00
المجموع	45	%100

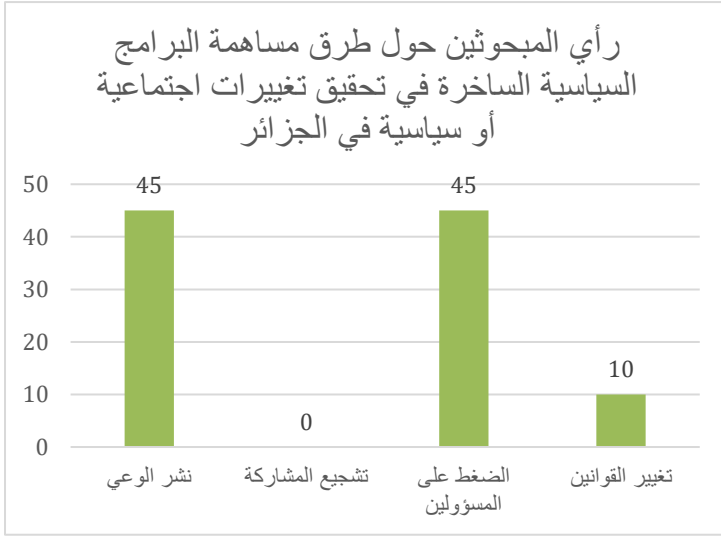
الشكل رقم 39

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يوضح الجدول رقم 39 رأي المبحوثين حول التحديات التي تواجهها البرامج السياسية الساخرة في الجزائر. يوضح الجدول أن 100% من المبحوثين يرون أن التحدي الرئيسي الذي تواجهه البرامج السياسية الساخرة في الجزائر هو التعامل مع الرقابة. في حين لا يرون أي تحديات مهمة تتعلق بالتمويل أو الحاجة إلى التجديد والإبداع في المحتوى.

الجدول رقم 40: رأي المبحوثين حول طرق مساهمة البرامج السياسية الساخرة في تحقيق تغييرات اجتماعية أو سياسية في الجزائر



الشكل رقم 40

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
45%	45	نشر الوعي
0%	00	تشجيع المشاركة
45%	45	الضغط على المسؤولين
10%	10	تغيير القوانين
100%	45	المجموع

التعليق:

يوضح الجدول رقم 40 رأي المبحوثين حول طرق مساهمة البرامج السياسية الساخرة في تحقيق تغييرات اجتماعية أو سياسية في الجزائر يشير الجدول إلى أن 45% من المبحوثين يرون أن البرامج السياسية الساخرة يمكن أن تساهم في تحقيق تغييرات اجتماعية أو سياسية من خلال نشر الوعي، بينما لا يرى أي منهم أنها تلعب دوراً في تشجيع المشاركة. وكذلك يرون أن الضغط على المسؤولين يمكن أن يكون له تأثير، بينما يعتبرون تغيير القوانين تحدياً أقل أهمية.

نتائج الدراسة

المطلب الثاني: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء التساؤلات أظهرت نتائج الدراسة أن:

- يُظهر الجمهور الجزائري اهتمامًا متزايدًا بالبرامج السياسية الساخرة، حيث يعتبر نسبة كبيرة من الجمهور أن هذه البرامج تسلط الضوء على القضايا السياسية المهمة بطريقة مبتكرة وتعبّر عن الاستياء من الأوضاع السياسية بشكل ساخر.
- يُظهر الجمهور الجزائري مستوى عالٍ من المتابعة للبرامج السياسية الساخرة، حيث يبدو أن نسبة كبيرة منه يشاهد هذه البرامج بانتظام.
- يُفضل الجمهور الجزائري متابعة البرامج السياسية الساخرة في المساء أو خلال عطلة نهاية الأسبوع، ويفضلون مشاهدتها لاحقًا عبر الإنترنت بدلاً من متابعتها مباشرة عند بثها.
- يتباين أسلوب متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة بين مشاهديها بمفردهم ومشاهديها مع الآخرين، حيث يفضل معظم الجمهور متابعتها بمفردهم.
- تنوعت دوافع متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة بين البحث عن الترفيه والتسلية، ورغبة في الحصول على معلومات سياسية بطريقة مبسطة ومضحكة، والتعبير عن الاستياء من الأوضاع السياسية من خلال السخرية.
- تبدو القضايا المتعلقة بالفساد الحكومي والسياسات الحكومية هي الأكثر شيوعًا والتي يفضل الجمهور الجزائري متابعتها من خلال البرامج السياسية الساخرة.

بناءً على النتائج التي توصلت إلى ها الدراسة، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التالية:

1. **تعزيز الإبداع والتنوع في المحتوى**: يجب على منتجي البرامج السياسية الساخرة في الجزائر الاستمرار في تقديم محتوى جريء ومبتكر يلامس هموم المواطنين بشكل جذاب ومختلف، مع الحفاظ على التوازن في التقديم والتجنب من التحيز والمبالغة في النقد.
2. **التفاعل مع الجمهور**: ينبغي على منتجي البرامج السياسية الساخرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال للتفاعل مع الجمهور والتعرف على احتياجاتهم وتفضيلاتهم، والاستفادة من ملاحظاتهم لتحسين جودة المحتوى.
3. **المحافظة على الحرية الإعلامية**: يجب على السلطات الجزائرية وضمان الحفاظ على حرية الصحافة والتعبير، مع مراعاة المسؤولية الاجتماعية وتوجيه المحتوى السياسي الساخر بشكل يحترم القيم والمبادئ الأخلاقية.
4. **تشجيع التفاعل والمشاركة السياسية**: ينبغي على البرامج السياسية الساخرة في الجزائر تحفيز النقاشات العامة حول القضايا السياسية وتشجيع المشاهدين على المشاركة في العملية الديمقراطية والتأثير في صنع القرار.
5. **تقديم محتوى تثقيفي**: يمكن للبرامج السياسية الساخرة أن تلعب دوراً تثقيفياً بتوضيح القضايا السياسية بطريقة سهلة الفهم ومضحكة، مما يساهم في زيادة الوعي السياسي وتشجيع المواطنين على المشاركة الفعالة في الحياة السياسية.
6. **التنوع في المواضيع المعالجة**: ينبغي على البرامج السياسية الساخرة التنوع في المواضيع التي تعالجها لتشمل القضايا الاقتصادية، الاجتماعية، والثقافية بجانب القضايا السياسية، مما يعكس تنوع الاهتمامات والتحديات التي يواجهها المجتمع الجزائري.

خاتمة

تُظهر النتائج المتوصل إلى ها في هذه الدراسة حول اتجاهات الجمهور الجزائري نحو البرامج السياسية الساخرة أن هذه البرامج تحظى بشعبية متزايدة وتلقى استحساناً كبيراً من قِبَل الجمهور. يبدو أن البرامج السياسية الساخرة تمثل وسيلة فعالة للتعبير عن الاستياء من الوضع السياسي والاقتصادي بطريقة مبتكرة ومسلية، مما يجعلها جذابة للكثيرين. تتيح هذه البرامج منصة لتسليط الضوء على القضايا السياسية المهمة والفساد الحكومي بشكل مبتكر وجذاب، مما يساهم في زيادة الوعي السياسي وتشجيع المناقشات العامة حول هذه القضايا.

ومع ذلك، تواجه البرامج السياسية الساخرة تحديات مثل التحيز في التقديم والمبالغة في النقد، بالإضافة إلى احتمال التأثير السلبي على صورة المؤسسات السياسية. يتطلب استمرار نجاح هذه البرامج تفادي هذه التحديات والحفاظ على الحذر في التعبير، مع الحفاظ على مستوى الابتكار والجرأة في التقديم.

تُظهر النتائج أيضاً أن البرامج السياسية الساخرة لها دور هام في تشكيل الرأي العام وتعزيز الوعي السياسي، وقد تلعب دوراً مهماً في توجيه الناخبين نحو قضايا معينة وزيادة مشاركتهم في العملية الديمقراطية.

من خلال هذه الدراسة، يمكن للإعلاميين وصانعي السياسات استخدام هذه المعرفة لتطوير برامج سياسية ساخرة تلبي توقعات واحتياجات الجمهور الجزائري، مما يساهم في تعزيز الديمقراطية وتعزيز التفاعل السليم بين المواطنين والحكومة.

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

- إبراهيم السيد البهنساوي، معجم الوجيز، (مصر: الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، د. س).
- أحمد بوزراع، منهج دراسة الحالة، مجلة الإحياء، 2001.
- حامد زهران ، التوجيه والإرشاد النفسي ، عالم الكتب القاهرة ، 1999.
- سعد سلمان، المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (د، ط) دار الكتاب الجامعي 2017.
- صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2003.
- عبد الخالق علي، خطوات نحو النهج الإعلامي، (د، ط)، دار المحجة البيضاء (د، س، ن).
- عبد الغني محمد إسماعيل العمراني، أساسيات البحث التربوي، ط1، دار الكاتب الجامعي، صنعاء، 2013.
- عبد إلى مين بوداود وآخرون، المرشد في البحث العلمي لطلبة التربية البدنية والرياضية، (د، ط)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2009.
- عقيل حسين عقيل، خطوات البحث العلمي من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة، (د، ط)، دار ابن الكثير، (د بن)، (د، س، ن).
- عمار بوحوش، وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا 2019.
- لمياء مرتاض، ديناميكية البحث في العلوم الإنسانية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع-الجزائر، د.س.
- محسن احمد الخضري وآخرون، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، ط2، مكتبة الانجلو مصرية القاهرة، 1992.
- محسن احمد الخضري وآخرون، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، ط2، مكتبة الانجلو مصرية القاهرة، 1992.
- محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1992.
- محمد عبد العال النعيمي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، (د، ط)، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان 2015.

– مصطفى حميد الطائي وآخرون، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر الإسكندرية، 2008.

ثانيا: أطروحات الدكتوراه والرسائل الجامعية:

– إلهام بوثلجي، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء، رسالة ماجستير، جامعة كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر 3، 2011.

– رانيا حسين عليوي العكايشي، دور البرامج السياسية الساخرة في تكوين الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات العراقية من وجهة نظرهم، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2021.

– زاهر محمد هاشم، البرامج السياسية الساخرة في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الدنمارك، 2022.

– عامر أمال، أثر الاتصال السياسي الاستعراضي من خلال البرامج التلفزيونية الساخرة على الوعي السياسي لدى الشباب: دراسة تحليلية لبرنامج جرنال القوسطو"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2018.

– محمود جمال خالد خليل، برامج قناة المملكة الحوارية وتشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو القضايا المحلية، رسالة ماجستير، جامعة إلى رموك، 2020.

– مي عبد الغني، وآخرون، البرامج اليبية الساخرة على إلى وتيوب، رسالة ماجستير، المجلة اليبية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة بنغازي، العدد 4، 2024.

ثالثا: مقالات المجلات:

– إسماعيل محمود حسن، السعيد مروي، أثر البرامج التلفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي"، مجلة دراسات الطفولة، العدد 75، 2017.

– حسين صديق، الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، المجلد 28، العدد 3، 4، 2012.

– راضي رشيد حسن، اتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية، مجلة كلية التربية/واسط، ع 10، العراق.

– زهرة باعزيز، دور البرامج السياسية الساخرة في غرس الوعي السياسي بالواقع العربي: دراسة عينة الشباب الجزائري في مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك أنموذجا، المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 3، المجلد 07، العدد 02.

- ساحل عبد الحميد، مهدي نصر الدين، اتجاهات الشباب الجامعي نحو موقع صحيفة الهدف الالكترونية، مجلة المعيار، العدد 60، 2021.
- سبع فايزة، بن يعقوب الطاهر، العوامل المؤثرة في اتجاهات المستهلك الجزائري نحو بطاقة الدفع الالكترونية، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، المجلد 20، العدد 1، 2020.
- سعود بن مبارك البادري، وآخرون، اتجاهات طلبة الصف الثاني عشر بمدارس محافظة جنوب الباطنة نحو التعليم المدمج في ظل جائحة كوفيد، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد 02، 2021.
- عبد اللطيف حيدر، البرامج السياسية الساخرة في شبكة الجزيرة: فاعلية الخطاب النقدي وإلى ات اشتغاله، مركز الجزيرة للدراسات، 2019.
- فتيحة بارك، دراسات جمهور، من الصحيفة إلى الوسائط الجديدة، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 2، العدد 01، 2019.
- فرزولي مختار، خلفه بدر، معالجة المنشورات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الواقع الجزائري -دراسة تحليلية لعينة من منشورات ساخرة على الفايسبوك، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 01، 2023.
- لامية عاشوري، المعالجة الساخرة لقضايا المجتمع الجزائري على منصات التواصل الاجتماعي، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 03، 2023.
- محسن بالقسم، المنهج الكيفي والكمي في الدراسات الاجتماعية: النظرية والممارسة، مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية والرياضية، العدد 1، 2023.
- محمد سي احمد، "البرامج الساخرة الجزائرية من خلال برامج "التوك شو": قراءة تحليلية لبرنامج "راينا show"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 1، 2022.
- محمد فؤاد محمد زيد، تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمة لوسائل الاعلام وعلاقته بالسخط السياسي لديه، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، جامعة القاهرة، مصر، 2017.
- محمد فؤاد محمد زيد، تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمة بوسائل الإعلام، مجلة بحوث للعلاقات العامة، 2017.
- مراد شتوان، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياسي بالجزائر، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، جامعة جيجل، د.س.
- نوال بومشطة، ترتيب الأولويات في البرامج السياسية الساخرة في القنوات التلفزيونية الأمريكية، جامعة ام البواقي، 2018.

- نوال عبد الله الحزورة، اتجاهات الإعلاميين نحو أخلاقيات التناول الإعلامي للأزمة إلى منية في البرامج الساخرة، مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية، العدد 2، 2023.
- رابعاً: مطبوعات ومحاضرات:
 - بضياف سوهيلة، قياس الجمهور والرأي العام، محاضرات منشورة، كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، 2019.
 - بوعطيط جمال الدين، السلوك التنظيمي، مطبوعة منشورة، جامعة سكيكدة، 2021.
 - حفيظة محلب، مطبوعة منشورة: دراسات جمهور وسائل الإعلام، جامعة الجزائر 3، 2021.
 - عبد الكريم مليني، الاتجاهات النفسية الاجتماعية للسلوك، محاضرات منشورة، د.س.
 - قوراري صونية، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، 2011.
 - ليليا شاوي، أسالي ب قياس الجمهور والوسائط الجديدة، محاضرات منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2021.

الملاحق

الملحق رقم 01: نموذج الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique

Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -

Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -

Faculté des Sciences Sociales et Humaines



جامعة البويرة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أكلي محمد أولحاج

- البويرة -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم الاتصال

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

في إطار تحضير مذكرة ماستر تحت عنوان:

" اتجاهات الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة دراسة حالة برنامج جو في التلفزيون العربي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة البويرة" نرجو من سيادتكم الإجابة على قائمة الأسئلة المرفقة

وذلك بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة.

لخدمة البحث العلمي نرجو أن تكون اجاباتكم موضوعية، ونعدكم بالمحافظة على سرية المعلومات التي

تقدمونها وأنها لن تستخدم إلا لأغراض البحث.

نشكركم جزيلاً على وقتكم وتعاونكم ونقدر بعمق المساعدة التي قدمتموها.

تحت إشراف الأستاذ:

د/ معطاوي موسى

من اعداد الطلبة:

✓ باكور محمد امين

✓ مخلوف شوقي

الموسم الدراسي: 2024 / 2023

المحور الأول: محور البيانات الشخصية

الجنس: ذكر أنثى

السن:

- من 19 إلى 20 ➤
 من 20 إلى 21 ➤
 من 21 إلى 22 ➤
 أكثر من 22 سنة ➤

المؤهل العلمي:

ليسانس ماستر دكتوراه

التخصص:

المستوى الدراسي: جيد حسن متوسط ضعيف

المستوى المعيشي: ضعيف متوسط جيد

المحور الثاني: مدى متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة

1. كم مرة تتابع البرامج السياسية الساخرة أسبوعياً؟

- مرتين في الأسبوع.
 مرة واحدة في الأسبوع.
 أقل من مرة واحدة في الأسبوع.

2. ما هو البرنامج السياسي الساخر المفضل لديك؟

.....

3. كيف تؤثر البرامج السياسية الساخرة على آرائك السياسية؟

- تشير التفكير بشكل مختلف.
 تضيف الفكاهة على القضايا السياسية.
 لا تؤثر.

4. هل تعتقد أن هذه البرامج تساهم في زيادة الوعي السياسي؟

نعم.

لا.

5. ما رأيك في محتوى البرامج السياسية الساخرة؟

مثير للاهتمام.

يجلب الوعي بطريقة مبتكرة.

يعبر بفعالية عن القضايا السياسية

6. هل تشعر بوجود حدود يجب أن تلتزم بها هذه البرامج؟

نعم.

لا.

7. هل تشارك في النقاشات حول المواضيع المطروحة في هذه البرامج على وسائل التواصل

الاجتماعي؟

نعم.

لا.

8. هل سبق لك أن شاركت مقاطع من هذه البرامج مع أصدقائك أو عائلتك؟

نعم.

لا.

9. ما هو الدور الذي تلعبه البرامج السياسية الساخرة في المجتمع الجزائري؟

يتقل بالحوار العام.

يسلط الضوء على القضايا المهمة.

يقلل من التوتر السياسي.

10. هل تعتقد أن هذه البرامج تعالج القضايا السياسية بشكل أكثر فاعلية من وسائل الإعلام

التقليدية؟

نعم.

لا.

11. هل تعتبر البرامج السياسية الساخرة مصدر موثوق للمعلومات السياسية؟

نعم.

لا.

12. ما مدى تأثير البرامج السياسية الساخرة على ثقتك في المصادر الإعلامية التقليدية؟

- يزيد الثقة.
- لا يؤثر.
- يقلل من الثقة.

المحور الثالث: عادات متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة

1. ما هي الأسباب التي تدفع الجمهور الجزائري لمتابعة البرامج السياسية الساخرة؟

- البحث عن الترفيه والتسلية بطريقة مميزة.
- الرغبة في الحصول على معلومات سياسية بطريقة مبسطة ومضحكة.
- التعبير عن الاستياء من الأوضاع السياسية من خلال السخرية.

2. كيف تساهم البرامج السياسية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي لدى المشاهدين في

الجزائر؟

- تسليط الضوء على القضايا السياسية المعقدة بطريقة سهلة الفهم.
- تحفيز النقاشات العامة حول القضايا السياسية والاجتماعية.
- فضح الفساد والتجاوزات السياسية بطريقة جذابة للمشاهدين.

3. ما هو تأثير البرامج السياسية الساخرة على آراء المشاهدين تجاه القضايا السياسية؟

- قد تزيد من النقد السياسي وتشكك في مصداقية الحكومة والسياسيين.
- تعزيز الوعي السياسي والفهم النقدي للقضايا المطروحة.
- توجيه الرأي العام نحو مواضيع معينة تتناولها البرامج.

4. هل تعتقد أن هناك فرقاً في متابعة هذه البرامج بين فئات عمرية مختلفة؟

- نعم
- لا

5. ما هي العناصر التي تجعل برنامجاً سياسياً ساخراً ناجحاً في الجزائر؟

1. محتوى جريء وموضوعي يلامس هموم المواطنين.

2. تقديم بشكل مبتكر وجذاب باستخدام أسلوب كوميدي محبب.

3. التفاعل المستمر مع الجمهور من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

6. هل تعتقد أن البرامج السياسية الساخرة قادرة على التأثير في الانتخابات أو القرارات السياسية؟

1. قد تسهم في زيادة وعي الناخبين وتوجيههم نحو قضايا معينة.

2. تسليط الضوء على أداء السياسيين وإبراز الأخطاء والتجاوزات.

7. ما هي الانتقادات التي يمكن أن توجه للبرامج السياسية الساخرة في الجزائر؟

1. قد تُتهم بالتحيز أو المبالغة في النقد.

2. قد تُعتبر غير مناسبة لبعض الفئات الاجتماعية أو الثقافية.

3. احتمال تأثيرها السلبي على صورة المؤسسات السياسية.

8. كيف ترى مستقبل البرامج السياسية الساخرة في الجزائر في ظل التطورات التكنولوجية

والإعلامية؟

1. يمكن أن تشهد هذه البرامج نمواً بفضل تزايد استخدام الإنترنت ووسائل التواصل

اجتماعي.

2. الابتكار التكنولوجي يمكن أن يوفر أدوات جديدة للتفاعل مع الجمهور وتقديم المحتوى.

3. قد تواجه تحديات مثل الرقابة أو التنافس مع المحتويات الأخرى المتاحة عبر الإنترنت.

المحور الرابع: أنماط ودوافع متابعة الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة

أنماط المشاهدة

1. ما هي الفترات الزمنية التي تفضل فيها متابعة البرامج السياسية الساخرة؟

○ في المساء

○ عطلة نهاية الأسبوع

○ بمجرد بثها

2. هل تفضل مشاهدة هذه البرامج مباشرة عند بثها أم لاحقاً عبر الإنترنت؟ ولماذا؟

- مباشرة عند بثها
- لاحقاً عبر الإنترنت

3. ما هي القنوات أو المنصات التي تفضلها لمتابعة البرامج السياسية الساخرة؟

- القنوات التلفزيونية المعروفة
- منصات الفيديو عبر الإنترنت

4. هل تفضل مشاهدة البرامج السياسية الساخرة بمفردك أم مع الآخرين؟ ولماذا؟

- بمفردك
- مع الآخرين

الدوافع

5. ما هي الدوافع الرئيسية التي تجعلك تتابع البرامج السياسية الساخرة؟

- التسلية والترفيه
- نقد الواقع السياسي
- التوعية السياسية

6. هل ترى أن هذه البرامج توفر لك معلومات جديدة عن القضايا السياسية؟

- نعم
- إلى حد ما
- لا

7. كيف تؤثر البرامج السياسية الساخرة على فهمك للأحداث السياسية الجارية؟

- تزيد من الفهم
- تعزز النقد

8. هل تعتقد أن البرامج السياسية الساخرة تلعب دوراً في تشكيل آرائك السياسية؟ كيف؟

- نعم
- إلى حد ما

المحور الخامس: المواضيع التي تستهوي الجمهور الجزائري في إطار البرامج السياسية الساخرة

1. ما هي العناصر التي تجعل برنامجاً سياسياً ساخراً ناجحاً في الجزائر؟

- العناصر الثقافية
- توقيت العرض
- شخصية المقدم
- مواكبة الأحداث

2. ما هي المواضيع السياسية التي تجدها أكثر شيوعاً في البرامج الساخرة الجزائرية؟

- الفساد الحكومي
- الأوضاع الاقتصادية
- السياسات الحكومية
- الحياة إلى وميا

3. كيف تتعامل البرامج الساخرة مع الخطوط الحمراء في السياق السياسي الجزائري؟

- الحذر في النقد
- الرمزية
- التوازن
- الابتكار

4. ما هو دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار وتأثير البرامج السياسية الساخرة في الجزائر؟

- الترويج للبرامج
- التفاعل مع الجمهور
- الهاشتاجات
- استطلاعات الرأي

5. كيف يمكن مقارنة البرامج السياسية الساخرة الجزائرية بنظيراتها في بلدان أخرى؟

تشابه المواضيع ○

اختلاف الأساليب ○

مستوى الحرية ○

الإلهام والنماذج ○

6. ما هي التحديات التي تواجهها البرامج السياسية الساخرة في الجزائر؟

الرقابة ○

التمويل ○

التجديد والإبداع ○

7. كيف يمكن للبرامج السياسية الساخرة المساهمة في تحقيق تغييرات اجتماعية أو سياسية في

الجزائر؟

نشر الوعي ○

تشجيع المشاركة ○

الضغط على المسؤولين ○

تغيير القوانين ○