



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 اثارته دربي بوجودها..

إلى التي لن اوفيتها حقها مهما قلت فيها أمة العزيرة رعاها الله وشفاها..

إلى النفس المليئة بالخير إلى من افتخر بحملي اسمه واطمح إلى نهج دربه..

إلى من هون على مشاكل الدنيا وأشد 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 وزملائي وزميلاتي تخصص اتصال وعلاقات عامة قضينا أيام وساعات جميلة

تبقى في الذاكرة تقاسمنا فيها الفرح والأمل..

إلى الأستاذ المشرف الذي لم يبخل علينا بمعلومات وارشادات ونصائح القيمة "معطاوي موسى"

الذي كان لنا الأخ الأكبر قبل ان يكون استاذ لنا..

ولا ننسى صديقي وأخي "مخلوفي شوقي" الذي قضينا اوقات وايام معا ختمناها بأعداد مذكرة تخرج

مع بعض التي سهرنا عليها وتعبنا لإنجازها اهدي ثمرة جهدي ومسيرة أشهر واعوام من العمل

الدؤوب إلى كل من همه امري واسعده نجاحي..

"باكور محمد أمين"

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

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

إلى أبي العزيز وسندي وأعز إنسان وكذلك 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 الفرح..
إلى من منحتني القوة والعزيمة المواصلة الدرب، وكانت سببا في مواصلة دراستي..
إلى من علمتني الصبر والاجتهاد، إلى الغالية على قلبي امي..
إلى إخوتي وأخواتي "ريمة"، "رانيا"، "اسلام"، "وليد"، "انس" حفظهم الله عز وجل..
إلى كل العائلة الكريمة، وزملاء الدراسة اتمني لهم التوفيق..
إلى صديقي العزيز "سيد احمد عليوات" و"حسام" و"عيسى" و"بلال" و"عبدو" وكل الأصدقاء
الذين قضينا أجمل الأوقات..
إلى من ساعدني في كتابة هذه المذكرة، وإلى زميلاتي في الدراسة "خديجة شرفاوي" و"سماح
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..

"مخلوف شوقي"

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

ودعمه 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 تلبي 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، البرامج 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.

مقدمة

في السنوات الأخيرة، أصبحت البرامج السياسية الساخرة جزءًا لا يتجزأ من المشهد الإعلامي العالمي، حيث تلعب دورًا هامًا في تشكيل الوعي السياسي والاجتماعي للجمهور. في الجزائر، لم تكن هذه الظاهرة بعيدة عن الاهتمام، حيث زادت متابعة البرامج السياسية الساخرة كوسيلة للتعبير عن الرأي العام والتفاعل مع الأحداث السياسية والاجتماعية.

تأتي هذه الدراسة لتسلط 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.

تم الاعتماد في هذه الدراسة على منهجية علمية شاملة تتضمن عدة فصول ومباحث.

في الفصل الأول، تم استعراض الخطوات المنهجية للدراسة، بما في ذلك توضيح أهدافها وأهميتها ووصف العينة المستخدمة وأدوات جمع البيانات.

في الفصل الثاني، تم دراسة اتجاهات الجمهور الجزائري نحو البرامج السياسية الساخرة، مع التركيز على مفهوم الاتجاهات ومكوناتها

وأهمية دراستها. وفي الفصل الثالث، تم التركيز على البرامج السياسية الساخرة ومضامينها وأساليبها.

أخيرًا، في الفصل الرابع، تم تقديم الإطار التطبيقي للدراسة من خلال تحليل ميداني يعتمد على البيانات التي جمعناها من الطلبة.

الفصل الأول:

الخطوات المنهجية للدراسة

1. إشكالية الدراسة:

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

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

الجمهور الجزائري يتبنى مواقف إيجابية تجاه هذه البرامج، حيث يرون فيها فرصة للتعبير عن آرائهم بحرية وبأسلوب غير تقليدي. السخرية والفكاهة تعزز فهم القضايا السياسية وتسهم في جعلها أكثر قابلية للوصول والتفاعل.

هذه البرامج تعتبر وسيلة للتسلية والترفيه للمشاهدين الذين يبحثون عن فترات من الضحك والاسترخاء. من 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". 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 ضرورياً في الوقت الحالي حيث تشكل جزءاً مهماً 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 إليها وتحقيقها ومنه يجب على كل باحث في أي مجال كان أن يسطر الخطوط العريضة لبحثه ويضعها نصب عينه طمعا في تحقيقها ومن هذا المنطلق حرصت أهداف الدراسة في النقاط التالية:

- الهدف من الدراسة هو فهم كيفية استقبال الجمهور الجزائري، وخاصة طلبة جامعة البويرة، لبرنامج "جو" وما إذا كان له تأثير على آرائهم السياسية وتفاعلهم مع القضايا السياسية.
- تهدف الدراسة أيضًا إلى تحليل تأثير برنامج "جو" على تشكيل الرأي العام في الجزائر، وتحديد مدى تأثيره على توجهات الجمهور ومواقفهم السياسية.
- كما تسعى الدراسة إلى تحليل العوامل التي تؤثر في تفاعل الجمهور الجزائري مع البرامج السياسية الساخرة، مثل الثقافة السياسية والتربية الإعلامية.
- وتهدف الدراسة أيضًا إلى توفير إرشادات عملية للإعلاميين وصانعي السياسات حول كيفية تطوير برامج سياسية ساخرة تلبي توقعات واحتياجات الجمهور الجزائري.
- وتهدف الدراسة أيضًا إلى تحليل ردود فعل الجمهور، خاصة طلاب جامعة البويرة، تجاه برنامج "جو" وفهم مدى تأثيره على آرائهم السياسية ومشاعرهم تجاه السياسة.
- وتسعى الدراسة أيضًا 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:

- يساهم البحث في فهم كيفية تأثير البرامج السياسية الساخرة على الديناميكيات الثقافية والسياسية في المجتمع الجزائري، ويقدم رؤية عميقة حول تفاعل الجمهور مع هذه البرامج.
- يمكن للدراسة أن تلعب دوراً في تحليل الرأي العام والمشهد السياسي في الجزائر، وفي تحديد العوامل التي تؤثر في تشكيل آراء الناس وتوجهاتهم السياسية.

- تساهم الدراسة في توسيع نطاق البحث الثقافي والإعلامي في الجزائر، وتقديم مساهمة جديدة ومبتكرة في فهم تأثير البرامج السياسية الساخرة على المجتمع.

ب- الأهمية العملية:

- تساهم نتائج الدراسة في توجيه السياسات الإعلامية والثقافية في الجزائر وتحديد الخطوط العريضة للتفاعل مع البرامج السياسية الساخرة.
- تقدم الدراسة إرشادات عملية لمنتجي البرامج الإعلامية لتطوير محتوى يلبي احتياجات 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 معنى.

الاتجاهات مشتقة من فعل اتجه، بمعنى حذا حذوه وسار على طريقة¹.

اصطلاحا:

يُستخدم مصطلح "Attitude" في اللغة الأجنبية بمعانٍ متعددة، ويُترجم إلى "الاتجاه" في اللغة العربية. يشير هذا المصطلح إلى الجهة أو القصد أو الرأي أو الميل أو القيمة.

تعتبر كلمة الاتجاه متعددة المعاني في مختلف مجالات العلم والحياة إلى ومية، مما يجعل من الصعب تحديد تعريف واحد مقبول من الجميع. يعود ذلك إلى تنوع وتعدد وجهات النظر التي تناولت هذا المصطلح ونظريا من قبل الباحثين، مما أدى إلى وجود عدد كبير من التعاريف المختلفة.

وفقاً لمحمد منير حجاب، يُعرّف الاتجاه بأنه حالة من الاستعداد النفسي والعصبي التي تؤثر بشكل ديناميكي على استجابة الفرد وتساعده على اتخاذ القرارات المناسبة. يمكن للفرد أن يستجيب بالرفض أو القبول تجاه المواقف والمشكلات التي يواجهها، وتتأثر استجاباته بتجاربه السابقة وصفاته الشخصية.²

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

أما بوجاردوس يعرف الاتجاه على أنه "ميل الشخص نحو سلوك معين تجاه بعض عناصر البيئة أو بعيدا عنها".

ويعرف العبيدي الاتجاه هو حالة من الاستعداد العقلي والعصبي يتأثر بالخبرات ويؤثر بشكل مباشر وديناميكي على استجابات الأفراد لكافة الأمور والمواقف التي يتعرضون لها. من خلال التعريفات المختلفة المذكورة، يمكننا أن نقول إن جميع التعريفات تشير إلى قوة الاتجاه أو الميل أو الاستعداد للسلوك نحو موضوع معين. وتؤكد هذه التعريفات وجود قوة داخلية تدفع سلوك رالف وتأتي بمصطلحات متنوعة.¹

تُعرّف الاتجاهات أيضًا على أنها الاستعدادات النفسية أو التهيئات العقلية العصبية التي تؤثر على كيفية تفاعل الفرد بشكل إيجابي أو سلبي، سواء بالقبول أو الرفض، تجاه الأشخاص أو الأشياء أو الموضوعات أو المواقف المثيرة للجدل في البيئة المحيطة.²

اجرائيا:

هي تعبيرات ومشاعر وآراء الجمهور الجزائري تجاه برنامج "جو" الساخر على التلفزيون العربي.

الجمهور:

اصطلاحا:

تم استخدام مصطلح "الجمهور" كترجمة للمصطلحين الإنجليزيين (Public) و (Audience) على الرغم من الاختلاف بينهما.

يشير مصطلح "الجمهور" (Public) إلى المجموع الكلي للأفراد أو الشعب في مجتمع معين، في حين يُعرف مصطلح "الجمهور" (Audience) بأنه المجموعة من الأفراد الذين يستخدمون أو يتفاعلون مع وسائل الإعلام أو المحتويات الإعلامية. الفرد يُعتبر جزءًا من الجمهور (Public) بشكل عام، وليكون جزءًا من الجمهور (Audience)، يلزمه القيام بفعل معين مثل القراءة أو الاستماع أو المشاهدة.

¹ ساحل عبد الحميد، مهدي نصر الدين، اتجاهات الشباب الجامعي نحو موقع صحيفة الهدف الالكترونية، مجلة المعيار، العدد 60، 2021، ص313.

² 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، ص25.

وفقًا لقاموس لاروس الموسوعي Grand Larousse Encyclopédique، يُعرف الجمهور (Audience) على أنه الاستماع الإيجابي والانتباه والاهتمام الذي يظهره الجمهور للشخص الذي يخاطبه، أي فعل الاستماع لشخص وإظهار الاهتمام. ويُعرف أيضًا بأنه عدد المشاهدين أو المستمعين لبرنامج تلفزيوني أو إذاعي، ويتم قياسه من قبل مراكز وهيئات سبر الآراء والاستطلاع باستخدام تقنيات القياس الآلي مثل Audimétrie، ويمكن الاعتماد على سبر الآراء والعينات لتحديد هذا العدد¹.

إجراءيا:

هم الجمهور الواسع في الجزائر الذين يهتمون بمتابعة ومناقشة البرامج السياسية على قنوات التلفزيون العربي.

البرامج:

لغة:

هو الورقة الجامعة للحساب والخطة المرسومة لعمل ما، كبرنامج الدروس والإذاعة².

اصطلاحا:

هي نقل محتوى متنوع ومتعدد الأشكال إلى جماهير متنوعة من جوانب العمر والمستوى الاجتماعي والوظيفي والثقافي والتعليمي³.

¹ حفيفة محلب، مطبوعة منشورة: دراسات جمهور وسائل الإعلام، جامعة الجزائر 3، 2021، ص17.

² إبراهيم السيد البهنساوي، معجم الوجيز، (مصر: الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، د. س)، ص 47.

³ راضي رشيد حسن، إتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية، مجلة كلية التربية/واسط، ع 10، العراق، ص. 405.

البرامج السياسية:

اصطلاحاً:

تُعرف المواد الإعلامية الساخرة والنقدية التي تتناول الأحداث والمواقف والأوضاع السياسية الحالية بأسلوب فكاهي وكوميدي، مع الحفاظ على الجدية في التعامل معها وتحليلها. يمكن أن تكون هذه المواد مكتوبة أو مسموعة أو مرئية.¹

اجرائياً:

يتناول برنامج جو على التلفزيون العربي المضامين الإعلامية السياسية.

السخرية:

لغة:

سَخِرَ منه وسَخِرَ منه ومَسَخَرًا وسُخِرًا، وسُخِرَ وسُخِرًا وسُخِرًا وسُخِرًا: عبّر عن الاستهزاء به، كما يُقال "سَخِرْتُ منه"، وليس "سَخِرْتُ به". وفي القرآن الكريم: "لَا يَسْخَرُ قَوْمٌ مِنْ قَوْمٍ"، وقد قال في قوله تعالى: "فَيَسْخَرُونَ مِنْهُمْ" سخر الله منهم، وقال: "إِنْ تَسْخَرُوا مِنَّا فَإِنَّا نَسْخَرُ مِنْكُمْ".²

اصطلاحاً:

عبد الفتاح عوض يصف السخرية كتجسيد للتفكير النقدي، حيث يُعبر عنها بخطاب يمتاز بالمعاني المتعددة، مما ينظم العلاقات اللغوية ليوصل معانٍ تتجاوز المعنى الحرفي للكلمات. يمكن أن تظهر هذه الظاهرة سواء على مستوى الجملة أو في سرد يكون أكثر تعقيداً، وتُعد ظاهرة أدبية تعبّر عن رسالة تواصلية بين الكاتب والقارئ، معبّرة عن الخفة والفوضى المتنامية.

أما شاكر عبد الحميد، فيعرّف السخرية بوصفها شكلاً من أشكال الفكاهة، ويتمثل هدفها في انتقاد الأوضاع الحالية في الأخلاق، والسياسة، والسلوك، والتفكير. تعتبر السخرية رد فعل على الأخطاء السابقة التي أدت إلى الحالة الحالية، وتُعدّ من مظاهر الفكاهة، كأحد أشكالها الأكثر أهمية.³

¹ محمد فؤاد محمد زيد، تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمة بوسائل الإعلام، مجلة بحوث للعلاقات العامة، 2017، ص.206.

² لامية عاشوري، المعالجة الساخرة لقضايا المجتمع الجزائري على منصات التواصل الاجتماعي، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 03، 2023، ص.299.

³ فرزولي مختار، خلفه بدر، معالجة المنشورات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الواقع الجزائري -دراسة تحليلية لعينة من منشورات ساخرة على الفيس بوك، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 01، 2023، ص.680.

البرامج السياسية الساخرة:

اصطلاحاً:

البرامج التلفزيونية الإعلامية تنقل رسائل اتصالية بشكل درامي أو غير درامي، وتستخدم السخرية والتهكم في نقد الظواهر الحياتية، سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو فكرية. تهدف هذه البرامج إلى التصدي للرقابة، وتنبيه الجمهور، وتقويم السلوكيات بطريقة تثير الضحك أو السخط، أو تجمع بين الاثنين. تُقدم هذه البرامج في إطار زمني محدد لاستقطاب انتباه المشاهدين¹.

اجرائياً:

تم تناول الموضوعات السياسية بشكل مكثف ومميز في برنامج تلفزيوني ساخر يحمل اسم "محل الدراسة". وقد حظيت هذه الموضوعات بأكثر نسبة تغطية وأطول زمن في البرنامج. يستغل مقدم البرنامج هذه الموضوعات لعرض مواقف وآراء السياسيين والمسؤولين المرتبطة بها، وتكون محل نقاش وتحليل في البرنامج.

6. مجتمع الدراسة:

يجب على الباحث أن يولي اهتماماً كبيراً لتحديد المجتمع الأصلي، حيث يعتبر ذلك من النقاط الأساسية. فبدون تحديد المجتمع الأصلي ومعرفة العناصر الداخلية فيه، لن يتمكن الباحث من التحكم في جميع المتغيرات المرتبطة بالبحث. ولذلك، يجب تحديد الحدود السكانية أو الجغرافية أو الإدارية لغرض تحديد نوع وحجم العينة المناسبة للدراسة².

يُعرف مجتمع البحث على أنه مجموعة من الأفراد أو العناصر التي تتمتع بخصائص مشتركة والتي يهتم بها الباحث. يتضمن مجتمع البحث أفراداً أو عناصراً تتشارك في سمات تجعلهم جزءاً من مجتمع بحث معين، مميزين بذلك عن مجتمعات بحث أخرى تجمع بين أفراد أو عناصر تتمتع بخصائص مختلفة. تتفاوت هذه المجتمعات حسب طبيعة المشكلة المدروسة، حيث يركز الباحث على

¹ نوال عبد الله الحزورة، اتجاهات الإعلاميين نحو أخلاقيات التداول الإعلامي للأزمة اليمنية في البرامج الساخرة، مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية، العدد 2، 2023، ص18.

² محمد عبد العال النعيمي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، (د، ط)، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان 2015، ص77.

عدد من السمات العامة لتحديد خصائص مجتمع بحثه، ومن بين أبرز هذه السمات: الجنس، المستوى التعليمي، الحالة الاقتصادية، الحالة الاجتماعية، مكان الإقامة، طبيعة الوظيفة، وسنوات العمل. يتكون مجتمع دراستنا من الجمهور الجزائري، ويعتبر اختيار العينة من الخطوات الهامة في عملية البحث.¹

7. عينة الدراسة:

تتم استخراج العينة من المجتمع الأصلي، وتعرف العينة بأنها "مجموعة من الأشخاص الذين ينتمون لمجتمع البحث، وتتم اختيارهم وفقاً لمعايير دقيقة وعلمية". ويعتمد صدق تمثيل العينة للمجتمع على طريقة اختيار العينة وحجمها.²

تم اختيار العينة القصدية في دراستنا بأسماء متعددة مثل العينة العرضية، أو العينة العمدية، أو العينة النمطية. تلك الأسماء تدل جميعها على أن الباحث يحدد أفراد العينة بشكل مدروس، حيث لا تترك مسألة الصدفة. يقوم الباحث بتحديد الأفراد الذين يمثلون المجموعة الدراسية بشكل أفضل، بناءً على معرفته المسبقة وفهمه العميق لمجتمع الدراسة ومكوناته الرئيسية، والتي يتم تمثيلها بدقة. تم اختيار عينة الدراسة من طلبة جامعة البويرة، حيث بلغ عددهم 100 طالب. تم توزيع استمارة الاستبيان على هؤلاء الطلبة.

8. منهج وأدوات جمع البيانات:

أ: منهج جمع البيانات:

تعتبر البحوث في مجال العلوم الاجتماعية منقسمة إلى بحوث كمية وبعوث كيفية. ونظراً لطبيعة دراستنا، قررنا الاعتماد على المنهج الكمي، الذي يعتمد على الأرقام والإحصاءات، ويتوافق مع طبيعة الظاهرة التي ندرسها والمشكلة البحثية التي نسعى لحلها، وكذلك الأهداف التي نرغب في تحقيقها. يُعرف البحث الكمي على أنه "البحث الذي يحدد فيه الباحث مشكلة البحث وي طرح أسئلة محددة أو يقترح فرضيات قابلة للاختبار، ثم يقوم بجمع بيانات رقمية موضوعية من المشاركين في

¹ عبد الغني محمد إسماعيل العمراني، أساسيات البحث التربوي، ط1، دار الكاتب الجامعي، صنعاء، 2013، ص92.

² محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1992، ص40.

العينة، استنادًا إلى الأسئلة أو الفرضيات التي وضعها، ثم يقوم بتحليل هذه الأرقام باستخدام الأساليب الإحصائية للحصول على إجابات للأسئلة أو الفرضيات المطروحة"¹.

لكل علم من العلوم مادة ومنهج. فلا يمكن أن يكون هناك بحث علمي دون وجود منهج واضح يتبع قواعد دراسة المشكلة المطروحة. يعتبر المنهج محور البحث الذي يتم من خلاله تحليل أبعاد المشكلة ومعرفة مسبباتها وتحديد جوانبها وتأثيراتها، بالإضافة إلى دراسة تأثير الظواهر المحيطة على هذه المشكلة².

ويعني المنهج الطريق أو السلوك، ويأتي من الفعل "تهج" الذي يعني السلوك أو الطريقة. إنه نهج فكري وإع يسعى لتوازن المعلومة، حيث تأخذ مكانها المناسب بين المعلومات السابقة والمعلومات اللاحقة.³

يتم تعريف منهج البحث العلمي (Scientific Method) على أنه "طريقة موضوعية يتبعها الباحث في دراسة أو تتبع ظاهرة أو مشكلة أو حالة بغرض تشخيصها أو وصفها بدقة، وتحديد أبعادها بشكل كامل لتسهيل التعرف عليها وتمييزها، وتمكيننا من معرفة أسبابها وتأثيراتها والأنماط التي تستخدمها أو تتشكل فيها العوامل التي أثرت فيها أو تأثرت بها، وقياس هذا التأثير والتنبؤ به بشكل موضوعي ودقيق"⁴.

تم فرض علينا طبيعة دراستنا الاعتماد على منهج دراسة الحالة، والذي يُعرف بأنه طريقة علمية تتميز بالعمق والشمول والتحليل الدقيق لأي ظاهرة أو مشكلة أو نوع من السلوك يتم دراسة هذه الظواهر لدى الأفراد أو الأسر أو الجماعات أو المؤسسات أو المجتمعات، بهدف فهمها بشكل جيد للوصول إلى استنتاجات ومبادئ عامة يمكن استخدامها في عمليات التشخيص والعلاج والتوجيه والإرشاد.⁵

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

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

³ عقيل حسين عقيل، خطوات البحث العلمي من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة، (د، ط)، دار ابن الكثير، (د بن)، (د، س، ن)، (د، ص).

⁴ محسن احمد الخضيري وآخرون، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، ط2، مكتبة الانجلو مصرية القاهرة، 1992، ص 42.

⁵ أحمد بوزراع، منهج دراسة الحالة، مجلة الإحياء، 2001، ص 285.

يدرك حامد زهوان أهمية دراسة الحالة كوسيلة شائعة للحصول على معلومات شاملة عن العميل. تعتبر دراسة الحالة منهجاً شاملاً لتحليل المعلومات التي تم جمعها من مختلف مصادر البيانات حول العميل وبيئته. تهدف هذه الدراسة إلى فهم أفضل للعميل وتحديد مشكلاته وأسبابها، وتقديم التوصيات الإرشادية اللازمة لتحسين حياته. تعتبر دراسة الحالة وسيلة فعالة لتقديم صورة شاملة للشخصية ككل، من خلال تحليل تفاصيل حاضره وماضيه. الهدف الأساسي لدراسة الحالة هو جمع المعلومات ومراجعتها ودراستها وتحليلها وترتيبها وتجميعها وتنظيمها وتلخيصها وتقديمها بشكل إكلينيكي، أي أنها تعطي أهمية أكبر لبعض المعلومات عن الأخرى. تعتبر دراسة الحالة نظرة شاملة وعامة عن الحالة، وتشمل جميع المعلومات والعوامل والخبرات التي أدت إلى وضع الحالة كما هي الآن، وتحتوي على المعلومات الهامة.

اختيار المنهج المناسب يعتمد على طبيعة الظاهرة والموضوع وكذلك على طريقة المعالجة، ويتعلق أيضاً بالمشكلة التي تم تحديدها. من خلال هذه الدراسة، يهدف الباحث إلى جمع المعلومات والبيانات حول اتجاهات الجمهور الجزائري تجاه البرامج السياسية الساخرة، وتم اعتماد منهج دراسة الحالة لأنه الأنسب لهذه الدراسة وهو من بين المناهج الشائعة في علم الاجتماع بسبب ملاءمته لمثل هذه الدراسات.

ب: أدوات جمع البيانات:

تختلف طرق جمع المعلومات والبيانات في البحث العلمي حسب المرحلة، وتعتمد على نوع المعلومات واستخدامها. يحتاج الباحث إلى معلومات مختلفة يمكن الحصول عليها بواسطة أدوات مختلفة للتحقق من الافتراضات وتحليل النتائج وتفسيرها. في دراستنا، قمنا بالاعتماد على أداة بحثية محددة وهي:

استمارة الاستبيان:

تعرف الاستمارة، وفقاً للدكتور محمد عبد الحميد، بأنها أسلوب لجمع البيانات يهدف إلى استشارة الأفراد المشاركين في الدراسة بشكل منهجي ومنظم، بهدف تقديم حقائق وآراء وأفكار محددة ضمن سياق البيانات المتعلقة بموضوع البحث وأهدافه، دون تدخل الباحث في تقرير الذات للمشاركين 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:

وجدنا أن هناك نقصا وندرة في الدراسات والبحوث التي تتناول موضوع اتجاهات الجمهور الجزائري للبرامج السياسية الساخرة، وخاصة من خلال دراسة حالة برنامج "جو" على التلفزيون العربي. ولكننا بذلنا جهودا للوصول إلى الدراسات التي تتناول نفس الموضوع وسنذكرها فيما يلي:

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:

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

وينبثق من التساؤل الرئيسي مجموع الأسئلة الفرعية التالية:

- ما نوعية (البروفایل)؟

- الضيوف البرنامج؟

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

- 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؟
- تم تنفيذ الدراسة لفهم المميزات والخصائص المتعلقة بالمعالجة الساخرة للأحداث المغارة في برنامج "راينا show" الذي يعرض على قناة "الشروق العامة" التلفزيونية الجزائرية الخاصة. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة، واعتمدت أداة تحليل المضمون لجمع البيانات وتفسيرها. تم استخدام عينة متاحة تتألف من 11 فردًا.
- توصلت الدراسة إلى أن الأساليب الساخرة المستخدمة في عينة الدراسة تتميز بالمبالغة والضمنية. استندت العينة البرمجية في معظم مواضيعها إلى مواقع التواصل الاجتماعي. لاحظنا أيضًا أن السياسة والسياسيين والحكومة والمسؤولين يتصدرون قائمة الانتقادات الساخرة. بالإضافة إلى ذلك، لاحظنا نسبة عالية تشير إلى عدم احترام العينة لمبدأ الحياد.¹
- 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 هذه الدراسة موضوع البرامج التلفزيونية الساخرة وتأثيرها على الوعي السياسي في الوطن العربي بشكل عام وفي الجزائر بشكل خاص. وتركز الدراسة على برنامج "جرنال القوسطو" كنموذج للبرامج الساخرة الجزائرية، وتحلل المضامين السياسية في هذه البرامج. وقد أصبحت هذه البرامج ذات

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.

أهمية كبيرة بالنسبة للجمهور، حيث يستخدمونها في تشكيل آرائهم والتعبير عن مشاكلهم واحتياجاتهم، وتعتبر مجالاً لحرية التعبير. وتعد هذه الدراسة الأولى من نوعها التي تتناول البرامج التلفزيونية الساخرة في القنوات الجزائرية، وتقدم تحليلاً للاتصال السياسي الاستعراضي وتربطه بالوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، وتسلط الضوء على الأشباع السياسية التي يحققها هذا النوع من البرامج كمصدر للمعلومات. الوعي السياسي هو الخطوة الأولى نحو المشاركة السياسية، حيث يتضمن الاهتمام بالشؤون السياسية واكتساب المعرفة والثقافة السياسية، ويمكن أن يتطور إلى التصويت والمشاركة في الانتخابات. تلعب مختلف المؤسسات دوراً في بناء هذا الوعي، سواء كانت غير رسمية مثل الأسرة والأصدقاء، أو رسمية مثل المؤسسات التعليمية ووسائل الإعلام. ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة التي تسلط الضوء على دور المؤسسات الإعلامية كنموذج لتأثيرها على الوعي السياسي. تم في هذه الدراسة استخدام استمارة استبيان للتحقق من تأثير برنامج "جرنال القوسطو" الساخر على الشباب الجامعي ومستويات معرفتهم السياسية. كما تم تحليل اتجاهات وميول العينة من البرنامج، بالإضافة إلى تحليل سيميولوجي لعينة من حلقات البرنامج لفهم المادة السياسية الساخرة التي يقدمها. واستخلصت الدراسة مجموعة من النتائج نلخصها على النحو التالي:

- وصلت نسبة مشاهدة الشباب الجامعي للبرنامج إلى 39.68%، مما يظهر أهمية هذا البرنامج ضمن الشبكة البرمجية وقدرته على جذب المشاهدين وبناء جمهور كبير يتابعه بانتظام.
- وفقاً للدراسة الميدانية، تم الوصول إلى استنتاج أن البرنامج يؤثر بشكل كبير على وعي الأفراد في العينة بنسبة تصل إلى 58.10%، وهي نسبة تفوق النصف. هذه النسبة تعكس أهمية البرنامج في تشكيل وعي الأفراد في العينة بشأن الشؤون السياسية.
- يهدف البرنامج بطريقة ساخرة واستعراضية إلى نشر ثقافة الحوار واحترام الرأي والرأي الآخر بين المواطن والمسؤول، وبين وسائل الإعلام والساسة. كما يهدف إلى تعزيز مبادئ الديمقراطية في البلاد، ونشر الإعلام الحر والمسؤول، وتعزيز دور الإعلام في مراقبة السلطة والنقد.
- تم استخدام البرنامج للسخرية من الواقع السياسي المحلي في الجزائر من خلال انتقاده بأساليب ساخرة. تم استخدام أساليب مثل المحاكاة في مقاطع المدروسة واللعب بالمعاني والألفاظ.¹

¹ 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.

الدراسات العربية:

الدراسة الأولى:

دراسة إسماعيل محمود حسن، السعيد مروى، التي جاءت بعنوان " أثر البرامج التلفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي"، تتمثل المشكلة في الدراسة في تحديد وقياس دور البرامج التلفزيونية الساخرة في تناول الواقع السياسي وتأثيرها على معارف واتجاهات الشباب الجامعي. الهدف من الدراسة هو فهم تأثير هذه البرامج على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي. تعتمد الدراسة على منهج المسح التحليلي والميداني. تم اختيار عينة من الشباب الجامعي في المنصورة والقاهرة بشكل عشوائي، وعينة من برامج التلفزيون الساخرة مثل "بني آدم شو" و"أبله فاهيتا" و"أسعد الله مساءكم من جديد". أظهرت النتائج أن الموضوعات السياسية هي الأكثر تداولاً في هذه البرامج، وأن البرنامج "أبله فاهيتا" يحظى بأكبر جمهور. كما أظهرت الدراسة أن البرامج الساخرة تؤثر على المشاركة السياسية للشباب الجامعي من خلال 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 مشكلة الدراسة في محاولة فهم خصائص ومضامين السخرية في التعامل مع المواضيع السياسية في برامج "فوق السلطة" و"السليط الإخباري" على قناة الجزيرة الإعلامية. ومن أجل ذلك، يسعى البحث إلى الإجابة عن السؤال التالي:

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

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

- ما أساليب العرض واستراتيجيات السخرية المستخدمة في برنامجي "فوق السلطة" 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؟

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

- ما طبيعة الدور الذي تلعبه البرامج الساخرة في التأثير على الجمهور من وجهة نظر القائم بالاتصال؟
 - كيف ينظر الفنان الساخر إلى نفسه عند معالجته الساخرة للمحتوى الذي يقدمه؟
وهدفنا الدراسة إلى:
 - التعرف على أبرز الموضوعات السياسية التي تناولها برنامجا "فوق السلطة" و"السلط الإخباري".
 - دراسة أساليب واستراتيجيات السخرية التي اعتمد عليها "فوق السلطة" و"السلط الإخباري".
 - التعرف على الأشكال والقوالب التي استخدمها البرنامجان في معالجتهم 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:
- هناك اختلاف بين البرنامجين في البنية واللغة المستخدمة، وكذلك في نسبة تناول الموضوعات السياسية العربية والعالمية. ففي برنامج "فوق السلطة"، جاءت "التغييرات الجديدة في السعودية" في المرتبة الأولى بنسبة 17%، بينما كان النظام السياسي المصري الأكثر تناولاً في برنامج "السلط الإخباري" بنسبة 13% من النسبة الإجمالية للموضوعات السياسية. وتناولت الموضوعات الرئيسية في البرامج حصار قطر، والتوظيف السياسي للدين، وموجة التطبيع مع إسرائيل، والديمقراطية العربية.
- كان "الإعلاميون، والمشاهير، ومشايخ الدين، وأجهزة الإعلام" الفئة الأكثر استهدافاً في البرنامجين بنسبة 32% لكليهما.
 - يُعدُّ أسلوب التلاعب في الألفاظ الأسلوب الأكثر استخداماً في البرنامجين؛ حيث جاء في برنامج فوق السلطة بنسبة 24%، مقابل 30% في برنامج "السلط الإخباري".
 - جاءت لغة الجسد الهزلية على رأس تقنيات السخرية الأكثر استخداماً في البرنامجين؛ حيث وردت بنسبة 28% في برنامج "فوق السلطة"، مقابل 37% في برنامج "السلط 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:

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

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

تمحورت الدراسة حول تحليل النظريات المتعلقة بالكوميديا والبرامج الكوميديّة الساخرة، وتوضيح خصائص وسمات البرامج السياسية الساخرة، بالإضافة إلى استعراض كيفية تناولها للقضايا السياسية والاجتماعية. كما استهدفت الدراسة تحليل الصورة التي يتم تقديمها لأفراد وجماعات معينة في البرامج السياسية الساخرة، وتحديد تأثير ملكية وسائل الإعلام على اختيار القضايا المطروحة في هذه البرامج. تم استخدام المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المضمون لجمع البيانات، بالإضافة إلى إجراء مسح للخبراء الأكاديميين والإعلاميين للحصول على آرائهم حول الموضوع. تم جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها من خلال اختيار عينات عشوائية من حلقات برنامج "نور خانم" على فضائية التلفزيون السوري خلال فترة معينة من الزمن بدءاً من مارس 2018 وحتى ديسمبر 2020. وخلصت الدراسة إلى نتائج أبرزها:

- برزت البرامج السياسية الساخرة على القنوات التلفزيونية العربية كأسلوب نقد ساخر يعتمد على المحاكاة والمفارقة وأساليب الكوميديا الأخرى. يهدف هذا النوع من البرامج إلى التنفيس عن الضغط وتفريغ الاحتقان الشعبي الناتج عن قمع الحريات وغياب المؤسسات الديمقراطية وسيطرة الدولة على وسائل الإعلام والقيود على حرية التعبير.
- تبنت البرامج السياسية العربية بشكل كبير استراتيجية تقليد البرامج الغربية، ولكنها لم تتمكن من تجاوز الاعتماد الكامل على الدعم والتمويل الخارجي. ونتيجة لذلك، أصبح النقد الساخر موجهاً بشكل واحد تجاه الجهة المخالفة للرأي السياسي، وتخلت هذه البرامج عن مبادئ المهنية والحياد، وتميزت بالانحياز وعدم الموضوعية وغياب التوازن في الطرح.
- تميزت معظم البرامج السياسية الساخرة على الفضائيات العربية، بالمباشرة في الطرح والمبالغة بالسخرية على حساب لفت الاهتمام إلى الواقع السياسي.
- 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.

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

العربية في الدنمارك، 2022.

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.

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 ان تتخلى عن إطارها المنهجي، بل ويجب أن تتقيد بحدود تفسر أهداف وسير الدراسة، وعليه فان 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 تغيرات كبيرة في اهتمامات الجمهور العام، حيث تتأثر هذه الاهتمامات بالعوامل الاجتماعية والاقتصادية والسياسية. يعكس الجمهور الجزائري اليوم مزيجًا من الطموحات والتحديات، مستمدًا قوته من تاريخه العريق وثقافته الغنية، بينما يواجه في الوقت نفسه تحديات العصر الحديث. يزداد اهتمام الجزائريين بالقضايا المتعلقة بالتنمية المستدامة والتعليم والتكنولوجيا، مما يعكس رغبتهم في مواكبة التطورات العالمية. تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورًا حيويًا في تشكيل الرأي العام وتوجيه النقاشات حول القضايا الوطنية والدولية. لا تقتصر هذه الاهتمامات على الجوانب الاقتصادية والسياسية فحسب، بل تمتد أيضًا لتشمل الجوانب الثقافية والاجتماعية، مما يعكس قدرة المجتمع الجزائري على التكيف مع التغيرات السريعة في العالم المعاصر.

المبحث الأول: ماهية الاتجاهات

المطلب الأول: مفهوم وعوامل تكوين الاتجاهات

أ: مفهوم الاتجاه:

يشير مصطلح "الاتجاه" عند كاباسوامي KOPPUSWAMY إلى موقف الفرد تجاه بعض المواقف أو الأشخاص أو الجماعات المحددة. يُعتبر تعريف كرتش وكر تشفيد وبالاش للاتجاهات نظماً دائمة للتقسيمات الإيجابية أو السلبية، والمشاعر الانفعالية والميول في الاستجابة أو ضد الموضوعات الاجتماعية. بتعريف ولمان، الاتجاه هو استعداد متعلم للرد بشكل منسق ومحدد، سواء كان إيجابياً أو سلبياً، تجاه أشخاص أو مواضيع أو مفاهيم معينة. تعريف توماس TOMAS يعتبر الاتجاه نتيجة مزاج الفرد والمفاهيم التي يفرضها المجتمع عليه، حيث يفهم الأوضاع بناءً على تجاربه وتفكيره. وفي تعريف ثورستون THURSTONE، يُفهم الاتجاه كدرجة العاطفة الإيجابية أو السلبية تجاه موضوع نفسي معين، مما يعكس استعداد العقل للاستجابة بشكل إيجابي أو سلبي لأشخاص أو مواقف أو أشياء في البيئة المحيطة¹.

ومحمود السيد أبو النيل يعتبر أن الاستعداد النفسي يؤثر على وجهة نظر الفرد تجاه مختلف الموضوعات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والقيم الدينية والجمالية والنظرية والاجتماعية، وحتى تجاه مجموعات مختلفة. بشكل عام، يمكن اعتبار الاتجاه عبارة عن استعداد نفسي متعلم وثابت يؤثر في سلوك الفرد واستجابته العاطفية والمعرفية تجاه الأشخاص، والمواقف، والموضوعات، والرموز المعينة، استناداً إلى عواطفه ومعتقداته وتجاربه الشخصية والتي يفرضها على البيئة المحيطة به.²

يمكننا القول إن الاتجاه هو استعداد نفسي متعلم وثابت للتفاعل بشكل إيجابي أو سلبي مع الأشخاص، والمواقف، الموضوعات، أو الرموز المحددة، استناداً إلى العواطف، المعتقدات، والتجارب الشخصية التي يمتلكها الفرد ويفرضها على البيئة المحيطة به. يعكس هذا الاستعداد تقييمات الفرد ويؤثر على سلوكه واستجاباته العاطفية والمعرفية تجاه تلك العوامل المحفزة.

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

²مراد شتوان، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياسي بالجزائر، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، جامعة جيجل، د.س، ص 8.

ب- عوامل تكوين الاتجاهات:

- الأسرة: الأسرة تُعدُّ جزءًا أساسيًا ومؤثرًا في تشكيل اتجاهات الفرد، إذ تعتبر المؤسسة الأولى التي تساهم في غرس الاتجاهات من خلال عملية التربية والتنشئة الاجتماعية. غالبًا ما تتشابه اتجاهات الأبناء مع تلك للوالدين في الجوانب السياسية والاقتصادية والدينية. وفقًا لدراسة أمريكية، يشترك 74% من الطلاب مع والديهم في التفضيلات الدينية، و60% منهم يفضلون الأحزاب السياسية التي يفضلها والداهم، بينما يمتلك أقل من 10% اتجاهات معاكسة لأولياء أمورهم.
- المدرسة: دور المدرسة بارز في تطوير وتشكيل اتجاهات المتعلمين من خلال التفاعل مع الأقران والمعلمين. المعلم المتسامح والمرح والمتحمس يساهم في تعزيز اتجاهات إيجابية تجاه العمل المدرسي، بينما قد يؤدي المعلم الساخر والمتكلم إلى تعزيز اتجاهات سلبية يمكن أن تطول فترة تأثيرها.
- الجماعات المرجعية: تلعب الجماعات المرجعية دورًا كبيرًا في تشكيل الاتجاهات، حيث تمثل اتجاهات الأصدقاء أو الشلة مصدرًا هامًا للاتجاهات الجديدة للفرد. تواجه الفرد ضغوطًا اجتماعية من هذه الجماعات للمسايرة والموافقة على معاييرها وأنشطتها المتنوعة.
- وسائل الإعلام: تُعتبر وسائل الإعلام الحديثة مثل التلفاز والإنترنت عوامل قوية ومؤثرة في تكوين الاتجاهات، نظرًا لجاذبيتها العالية، خاصةً بالنسبة للأطفال والمراهقين والشباب. تمثل هذه الوسائل مصدرًا قويًا للضغوط الاجتماعية، حيث يشعر الفرد بأنه خارج دائرة الضوء أو على هامش التطور بدونها¹.

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 كالآتي:
- أولاً: المكون المعرفي: تتكون الاتجاهات من المعتقدات والأفكار والحقائق التي يؤمن بها الشخص حول موضوع معين. يعتمد الاتجاه على هذه العناصر ويدافع عنها. يتطلب هذا المكون مستوى أدنى من الوعي

¹عبد الكريم مليني، الاتجاهات النفسية الاجتماعية للسلوك، محاضرات منشورة، د.س، ص 5.

والمعرفة بشأن الموضوع المتعلق بالاتجاه. تعتمد قوة أو ضعف الاتجاهات وثباتها أو تغيرها على المعرفة. بمعنى آخر، كلما كانت المعلومات والأفكار واضحة وثابتة، كان الاتجاه قوياً وثابتاً، والعكس صحيح.

ثانياً: المكون العاطفي الانفعالي: الأسلوب الشعوري العام هو مزيج من العواطف والمشاعر التي تتبع من صاحب الاتجاه تجاه الموضوع، وتتجلى في استجابته وقبوله له بدرجات متفاوتة أو رفضه ونفوره منه.

ثالثاً: المكون السلوكي: يتمثل في الإجراءات السلوكية التي يقوم بها الشخص بالفعل تجاه موضوع معين، سواء كانت إيجابية أو سلبية. يعكس سلوك الشخص مدى معرفته بالموضوع والعواطف المصاحبة له. لذلك، تعمل التوجهات كموجهات للسلوك البشري، حيث تدفع الشخص للعمل بشكل إيجابي عندما يكون لديه توجهات إيجابية تجاه بعض الموضوعات، وتدفعه للعمل بشكل سلبي عندما يكون لديه توجهات سلبية تجاه موضوعات أخرى.¹

ب: خصائص:

تتسم 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؛ لها مسار ولها قوة فقد يقع الاتجاه بين طرفين متقابلين دائماً، أحدهما موجب والآخر سالب، وله قوة فقد يحب الشخص شيئاً وقد يهجه بشدة.²

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

² سبع فايزة، بن يعقوب الطاهر، العوامل المؤثرة في اتجاهات المستهلك الجزائري نحو بطاقة الدفع الإلكترونية، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، المجلد 20، العدد 1، 2020، ص409.

المطلب الثالث: وسائل الإعلام والاتجاهات

غالبًا ما تتشكل اتجاهات الأفراد استنادًا إلى المعلومات والآراء والحقائق التي يتلقونها. إذا كان الفرد غير مطلع على موضوع معين، فلن يكون لديه اتجاه أو ميل نحوه. في هذا السياق، تلعب وسائل الإعلام والاتصال دورًا حيويًا في تشكيل اتجاهات الأفراد من خلال الرسائل والمعلومات التي تقدمها. أظهرت العديد من الدراسات وجود علاقة وثيقة بين الاتصالات الإعلامية وتغييرات في اتجاهات الأفراد. روجرز يشير إلى أن الفرد يميل إلى تأكيد معتقداته ورفض المعلومات التي لا تتفق مع وجهة نظره، وهذا ما يُعرف بالتعرض الانتقائي.

الباحثون يميزون أربع عناصر رئيسية في وسائل الإعلام والاتصال التي تساهم في تغيير وتوجيه اتجاهات الأفراد:

1. **مصدقية مصدر الرسالة:** يركز الباحثون في علوم الإعلام على دراسة تأثير مصدر الرسالة، سواء كانت كتابية أو شفوية أو بصرية. المصدر يسعى دائمًا للتأثير على الآخرين وتغيير اتجاهاتهم، خاصة إذا تعارضت مع قيمهم ومعاييرهم.
2. **الرسالة:** تتفاوت الرسائل في أنواعها وأشكالها، وتشمل المضامين والمعلومات التي تنقلها. فعالية الرسالة في تغيير الاتجاهات تعتمد على قدرتها على إيجاد تأثير دائم.
3. **بنية الرسالة وانطباعها:** تقديم المعلومات بطريقة معينة يؤثر في قوة الرسالة. يعتمد انطباع الرسالة، الذي يشمل الأثر العام الذي تتركه، على كيفية تنظيم وتقديم المعلومات.
4. **استقبال الرسالة:** يلعب استقبال الرسالة دورًا كبيرًا في فهم المضمون والتفاعل معه، ويعتمد على خبرات المتلقي وفهمه للرموز والرسائل الإعلامية.

النظريات تقترح أن تغييرات الاتجاهات تعتمد على المعلومات الجديدة المتعلقة بالموضوع، ويمكن أن تحدث عبر عوامل مثل:

- **التأثير المعرفي:** اكتساب المعرفة والمعلومات الجديدة.
- **الموقف:** تجاه الرسائل التي تم تلقيها من أقرانه.

هناك تنوع في مستويات التأثير التي تمارسها وسائل الإعلام على الأفراد. يُظهر جاك فيليب لوينس أهمية العلاقات مع الأقران والتفاعلات المجتمعية في تأثيراتها المتبادلة، مما يشمل دراسة التأثيرات والتحليلات المختلفة التي تساهم في فهم الرسائل الإقناعية وكيفية مقاومتها إذا تعارضت مع مواقف الفرد.

للتصدي للرسائل الإقناعية، يتطلب من الأفراد استخدام استراتيجيات متعددة مثل التحفيز الذاتي والتأهب، مما يساعد على التعامل مع التأثيرات الغير مرغوب فيها.

في هذا السياق، يرون أصحاب هذه النظرية أن الرسائل التي تهدف إلى التأثير تختلف في قدرتها على تحقيق التغيير في الاتجاهات. وقد حاول بعض علماء النفس الاجتماعي المعاصرين إنشاء مستويات العلاقة بين محتوى الرسالة والدوافع التي تؤثر في الاتجاهات. قد يكون هناك تشابه في اتجاهات مجموعة من الأفراد فيما يتعلق بموضوع الاتجاه، ولكن تأييدهم أو معارضتهم يعتمد 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 تحدثه 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 الاستقراءات 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 اتصالية سابقة للتوصل للمعنى الحقيقي، والقيام بدور تبادلي مع المرسل من خلال عمليات الإدراك والتعبير، لأبد للمتلقي من معرفة أولية بالنظام الرمزي حتى يمكنه الاشتراك وبفعالية في العملية الاتصالية.

¹إلهام بوتلجي، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء، رسالة ماجستير، جامعة كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، 2011، ص111.

- 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 الاتصالي 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 الاتصالي الذي اكتسبت فيه المعلومات نوعاً ومصدراً، 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، واستناداً 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.
- 4- التأثير الإدراكي الحركي**، ونقصد بذلك الاستجابة اللفظية والحركية اتجاه الرسالة الإعلامية والاتصالية ومضامينها.

في هذا السياق، يرى جاك فيليب لوينس أن التأثير الناتج عن هذا النشاط يترك أثره غير المباشر، ولا يعني ذلك أن المسألة مرتبطة بشكل أساسي بالظهور الخارجي. بالعكس، فإن خاصية الإنسان تتطلب وجود علاقة مع أقرانه وأمثاله، حتى ولو كانت مؤقتة، وتستند هذه العلاقة على التعاون والعمل الجماعي، وتتبع نظاماً يحقق شبكة من التفاعلات المتبادلة.

يعد هذا التفاعل ضرورياً في مجال علم النفس الاجتماعي وتبريراته، حيث يمكننا من دراسة جميع المشكلات المتعلقة بالتأثيرات المختلفة والحالات المتباينة. يساعدنا هذا التفاعل على فهم الموضوع بشكل أفضل ويسهل عملية الدراسة. وعند مواجهة رسالة إقناعية، يجب علينا التصدي لها بوسائل محددة تعتمد على عدة تأثيرات، مثل الاستثارة بالذات والعدوانية.

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

المبحث الثاني: ماهية الجمهور

المطلب الأول: مفهوم الجمهور

تختلف تعريفات مفهوم الجمهور بشكل واضح وشامل وفقاً للعديد من العوامل التي يركز عليها الباحثون. يمكن أن يُفهم الجمهور في سياق الإعلام كمجموعات أو وحدات إرسال، حيث يُنظر إلى هـ على أنه مجموعة من المشاهدين لبرنامج تلفزيوني أو تغطية صحفية. وفي دراسة دينيز ماكويل عام 1987، قدمت عدة تصورات لمفهوم الجمهور، بما في ذلك الجمهور ككتلة جماهيرية، والجمهور كمجموعة اجتماعية، والجمهور كسوق. وفي كل هذه السياقات، يأخذ الجمهور معنى محدد يعتمد على السياق والعوامل المحيطة. يُعرف الجمهور أيضاً على أنه مجموعة من الأفراد في حالة نفسية معينة، حيث يشعرون بتجانس ويشتركون في قيم مشتركة ويعبرون عن مشاعر وانفعالات متشابهة.

دعا برت برييت إلى أن الباحثين استخدموا دلالات متعددة ومتنوعة للجمهور. فقد استخدم البعض هذه الدلالات للإشارة إلى تجمع الناس المتجاورين جسدياً، بينما استخدم آخرون للإشارة إلى مجموعات معينة محددة.

حاول هـ برت بلومر توضيح الفرق بين الجماهير والجماعة والحشد. حيث يعرف الجماعة بأنها مجموعة من الأفراد الذين يعرفون بعضهم البعض ويشتركون في قيم مشتركة ويعملون معاً على تحقيق أهداف مشتركة بشكل مستمر عبر الزمن.¹

المطلب الثاني: أنواع وخصائص الجمهور

أ: أنواع الجمهور

1. الجمهور المفترض: وهو الذي يكون فقط على دراية بالمواضيع دون المشاركة فيها بنقاشات أو آراء.
2. الجمهور الفعلي: ويشترك فعلياً في الموضوعات من خلال إبداء الآراء والمشاركة في النقاشات.
3. الجمهور المستهدف: وهو المجموعة المستهدفة بشكل مباشر من قبل برامج تلفزيونية معينة مثل البرامج الرياضية.

¹بضيايف سوهيلة، قياس الجمهور والرأي العام، محاضرات منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، 2019، ص10.

4. الجمهور النشط: ويشمل الأشخاص المشاركين بنشاط في البرامج مثل الألعاب التلفزيونية التي تدعو الجمهور للمشاركة بالإجابات والمساعدة.

تتكون هذه الفئات من مجموعات متنوعة من المتفرجين والقراء والمستمعين والمشاهدين. الجمهور بمفهوم مجموعة المتفرجين والمستمعين هو التعريف الشائع والمعروف، حيث يُفترض أن يتأثر هؤلاء الأشخاص بوسائط إعلامية محددة مثل محطات التلفزيون، الإذاعة، أو المواقع الإلكترونية. يتم تحديد الجمهور بناءً على خصائصهم التي تهم المرسل للرسالة الإعلامية، مثل العمر، الجنس، الاهتمامات، وغيرها.

بالإضافة إلى ذلك، يوجد مفهوم آخر للجمهور بمفهوم السوق، حيث يشير إلى مجموعة من المستهلكين أو المهتمين بالسلع والخدمات الإعلامية المنافسة التي تُنتج وتُرسل إلى هم. يتم تحديد هذا الجمهور بناءً على خصائصهم الاقتصادية والاجتماعية، ويتم استهدافهم برسائل إعلامية محددة تتناسب مع احتياجاتهم واهتماماتهم.¹

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 وبجهولين عند بعضهم البعض وعند القائم بالاتصال.
- عدم التجانس (Heterogenity): افراد الجمهور غير متجانسين من حيث الاحتياجات والادراكات والاهتمامات والثقافة والفكر وسلوكياتهم الاتصالية ومختلفين ايضا في مستوياتهم التعليمية.
- غياب التنظيم الاجتماع (Lack of social organisation) ليس لهم القدرة على التوحد والتضامن أو الدخول في تنظيمات اجتماعية وجود اجتماعي غير مستق.

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

- 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.

ومنذ ذلك الحين، أصبحت دراسات الجمهور تركز على تحليل السمات الديمغرافية والاجتماعية والنفسية والثقافية للجمهور، حيث تلعب هذه السمات دوراً حاسماً في تحديد سلوك الجمهور في مختلف المجالات مثل الاستهلاك والانتخابات واستخدام وتلقي الإعلام. وبالتالي، أصبح من الضروري أن تأخذ الشركات والحكومات ووسائل الإعلام هذه السمات بعين الاعتبار عند تصميم استراتيجياتها وحملاتها التسويقية والانتخابية.¹

المطلب الثالث: أهمية دراسة جمهور وسائل الإعلام

الجمهور هو المستهدف الأساسي والنهائي في عملية الاتصال. إذا كان الشخص المرسل للرسالة لا يمتلك فهماً واضحاً عن قدرات الجمهور العقلية والنفسية والعاطفية، فسيكون من الصعب عليه الوصول إلى ه وإقناعه، بغض النظر عن جودة الرسالة أو مهارات الشخص المرسل والوسيلة المستخدمة. هناك عوامل عدة تؤثر على استقبال المتلقي للرسالة، مثل تفكيره، وعواطفه، ومستوى تعليمه، وسنه، وشخصيته، ومزاجه، وميوله.

دراسة الجمهور لا تقتصر على معرفة من هم، بل تشمل أيضاً مراعاة اهتماماتهم. فالكاتب في وسائل الإعلام لا يكتب لنفسه، بل للقارئ المعين. وبالتالي، يجب على وسائل الإعلام أن تنعكس اهتمامات الجمهور ورغباتهم ومشاكلهم وتتوافق مع آرائهم واتجاهاتهم لتعزيز توزيعها وجذب المزيد من القراء.

لذلك، فإن تحديد فئات الجمهور يعد خطوة أساسية لنجاح عملية الاتصال، مع التأكيد على أهمية تدفق المعلومات ابتداءً من الجمهور المستهدف. دراسة الجمهور ووسائل الإعلام كانت موضوع اهتمام منفصل منذ الثلاثينيات من القرن الماضي، نتيجة لتأثيرها الكبير على الفرد والمجتمع ككل. وقد ساهمت

¹فتيحة برك، دراسات جمهور، من الصحيفة إلى الوسائط الجديدة، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 2، العدد 01، 2019.

الدراسات النفسية والاجتماعية في تعميق فهمنا لهذه العملية، مما جعل دراسة الجمهور ووسائل الإعلام أمراً ضرورياً لفهم كيفية تأثير الإعلام على المجتمع.¹

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

خلاصة الفصل:

في النهاية، يعد فهم اتجاهات الجمهور الجزائري أمراً حيوياً لفهم التغيرات العميقة التي يشهدها المجتمع تحت تأثير العوامل المحلية والعالمية. يتجلى توازن المجتمع الجزائري المتنوع والمتعدد الأبعاد في التمسك بالقيم والتقاليد العريقة من جهة، والتطلع نحو الابتكار والتحديث من جهة أخرى. من خلال هذا التفاعل الديناميكي بين الماضي والحاضر، يظهر الجمهور الجزائري كقوة فعالة تسعى لتحقيق التقدم والتطور مع الحفاظ على هويتها الثقافية الغنية. لذا، يجب التركيز على هذه الاتجاهات لفهم الاحتياجات والتحديات المستقبلية، وبناء سياسات وبرامج تعزز تماسك المجتمع وتدعم مسيرته نحو مستقبل أفضل وأكثر إشراقاً.

الفصل الثالث:

البرامج السياسية الساخرة

تمهيد:

تعتبر البرامج السياسية الساخرة جزءًا هامًا ومميزًا من المشهد الإعلامي الحديث، حيث تجمع بين الترفيه والنقد السياسي والاجتماعي في إطار كوميدي. تعتمد هذه البرامج على استعراض الأخبار والأحداث الجارية بأسلوب ساخر يعبر عن 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، خاصةً فئة الشباب، حيث تستخدم تقنيات السخرية والمبالغة ل طرح مواضيع معقدة بطريقة جذابة وسهلة الفهم. ومن خلال هذا النهج، تلعب البرامج السياسية الساخرة دورًا هامًا 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 هي شكل من أشكال الضحك الكلامي أو التصويري، حيث يتم التركيز على التناقضات في العبارات البسيطة أو الصور الكلامية. قد تحمل السخرية رسائل موحية أو تصورات هزلية، سواء كانت موجهة لأفراد أو طوائف أو عادات اجتماعية معينة. تعتمد السخرية أحياناً على استخدام الألوان والخطوط والظلال، كما هو الحال في الرسم الساخر كالكاريكاتير. وتستخدم السخرية في المسرح أيضاً لتأكيد الأفكار أو دعمها كعنصر فكاهي.

جوهر السخرية يكمن في تقديم معان غير حقيقية بطابع هزلي، تشير إلى وجود خطأ ما. وتستند إلى المعنى الكامن الذي لا يظهر بشكل مباشر، ويتم استخلاصه بطريقة غير مباشرة من التعبيرات اللفظية أو البصرية. في السياق السياسي، تهدف السخرية إلى دفع التغيير السياسي من خلال انتقاد الأوضاع القائمة وإبراز الجوانب السلبية في المجتمع.

السخرية والهزاء يمكن أن تتقاطعا في وظيفتهما، لكنهما يختلفان في المادة أو الطبيعة التي يتضمنها كل منهما. الهزاء يعتبر طريقة مباشرة للانتقاد والهجوم، بينما السخرية تعتبر طريقة غير مباشرة تعتمد على الضحك والهزء المبني على التلميح والغموض.

البرنامج التلفزيوني الساخر هو نوع من البرامج التي تحمل رسالة اتصالية سواء كانت درامية أو غير درامية، وتهدف إلى نقد الظواهر الحياتية، سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو فكرية لدى الأفراد والمؤسسات. يستخدم هذا النوع من البرامج الضحك والسخرية كأسلوب للتسلية وفي الوقت نفسه للتحذير والتقويم والنقد البناء.¹

المطلب الثاني: نشأة البرامج السياسية الساخرة

ظهرت هذه البرامج في الستينيات في بريطانيا والولايات المتحدة، من خلال برامج مثل TW3 و-Laugh in. لقد أثارت هذه البرامج الجدل بين الجمهور، حيث أثارت استياءً وابتهاجاً في آن واحد. وكان هذا الجدل الدافع لدراسات أكاديمية عميقة لفهمها بشكل أفضل. تم تعريف البرامج السياسية الساخرة بأنها قوة فنية تعبر عن مشاعر الجمهور وتهدف إلى تعزيز الوعي السياسي والمواطنة، من خلال نقد ساخر يستهدف الجماهير

¹زهرة باعيز، 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، ص 87.

بطريقة ماهرة. تعتبر هذه البرامج فضاءً لتفريغ الغضب والاحتقان من خلال تقديمها لحقائق متوارية خلف طابع هزلي ومضحك.

البرامج السياسية الساخرة تعرض الأحداث السياسية بشكل هزلي ومسلي، مستهدفة شخصيات وقرارات سياسية حتى رؤساء الدول. يعكس هذا التقديم حرية وسائل الإعلام في التعبير، حيث يستخدم الشباب السياسي هذه البرامج للتعبير عن انتقاداتهم بشأن الأحداث السياسية المحلية والدولية. البرامج السياسية الساخرة تعد من أصعب أشكال الإعلام، والتي تحظى بشعبية كبيرة على الشاشات التلفزيونية، خاصة مع انتشارها على منصات الإنترنت مثل إلى يوتيوب.

الدكتور صفوت العالم يشدد على ضرورة تنوع البرامج التلفزيونية لتشمل السياسية الساخرة، إلى جانب البرامج الاقتصادية والدرامية والإخبارية الجادة. يجب أن تكون كتابة السيناريو الساخر متوافقة مع متطلبات الإعلام التلفزيوني، وأن تحقق شروط النقد البناء والمهني من الناحية الأخلاقية.

بغض النظر عن الوسائل التلفزيونية أو الصحفية، فإنها تواجه تحديًا كبيرًا في فهم طبيعتها ودورها في المجتمع، حيث يعتبر البعض أنها مجرد وسيلة للترفيه والضحك، مما يقلل من تأثيرها الفعلي والمتوقع.¹

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.

¹رانيا 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 25، 26.

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

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 غالباً ما يكون مبالغاً فيه أو يتم اقتطاعه من سياقه.

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

أصبحت الفكاهة اليوم وسيلة فعالة للتواصل والإعلام، وأداة تعبير سياسي تؤدي دوراً حيوياً في حياتنا إلى ومية، سواء في السياقات السياسية أو الاجتماعية. تتضح أهمية الإخبار في الإعلام الساخر، إذ تأتي في المرتبة الثانية بعد التعبير الرأي الذي يحتل المرتبة الأولى والأكثر أهمية. يمكن رؤية ذلك من خلال المقالات الساخرة والكتابات الساخرة في الصحف، والرسوم الكاريكاتيرية، والقنوات الفضائية، والمواقع الإلكترونية التي تخصصت للفكاهة والضحك، بالإضافة إلى مواقع الكوميديا على الإنترنت.

انوال بومشطة، ترتيب الأولويات في البرامج السياسية الساخرة في القنوات التلفزيونية الأمريكية، جامعة ام البواقي، 2018،

الإعلام والتعليم يكملان بعضهما البعض، حيث يقدم الإعلام المعلومات العامة التي يمكن للأفراد الاستفادة منها، في حين يقدم التعليم المعلومات المنهجية والمهارات الجديدة. يؤثر وسائل الإعلام مثل التلفزيون والكتب بشكل كبير على نمط الفكاهة التي يمكن للأطفال الاستمتاع بها والتفاعل بها داخل بيئتهم. الرسوم المتحركة تعزز الخيال والنشاط لدى الأطفال من خلال شخصياتها الخيالية وتحفز خيالهم بشكل كبير.

يمكن رؤية استخدام الرسوم الكاريكاتيرية في الكتب المدرسية والمجلات والكتب الخاصة بالأطفال لتعزيز التعليم وتنمية مهاراتهم الجديدة. كما تستخدم العرائس والدمى والرسوم المتحركة في البرامج التلفزيونية لنقل المعلومات وتعزيز التفاعل الاجتماعي بين الأطفال.

نظرًا لأن الفكاهة تعتبر جزءًا من التفاعل الاجتماعي والتواصل بين الأفراد والمجتمعات، فإنها تسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي والانتماء الاجتماعي. وتُعد الوظيفة الترفيهية للتواصل من أقدم الوظائف التي عرفها الإنسان، حيث يتم التعبير عنها من خلال الغناء والرقص والنكتة واللعب.

وتُعد وظيفة الرقابة أحد الدروع الأساسية لحماية المجتمع، ومن هنا يُطلق على الصحافة لقب "السلطة الرابعة". فالرقابة على بيئة الاتصال ومراقبتها تعتبر من الوظائف الهامة التي يجب على الحكومات تحقيقها. ويكشف هذا النوع من الرقابة الأخطاء والظواهر السلبية في المجتمع من خلال السخرية والفكاهة والنكتة، ويمكن رؤيته بوضوح في الرسوم الكاريكاتيرية والبرامج التلفزيونية والصحافة الساخرة.

وتُستخدم الفكاهة أيضًا كوسيلة للإغراء العاطفي في الإعلانات، حيث تُستخدم لإحداث المتعة والتسلية للمشاهدين. وظهرت مؤخرًا ظاهرة التسويق بالضحك، حيث يُستخدم الكاريكاتير كأداة للترويج للبضائع والتجارة في الصحف والمجلات وعلى الشاشات التلفزيونية والسينما واللوحات الإعلانية الإلكترونية.

وقد ساهمت بعض الشركات والوكالات الإعلانية في إشراك ممثلي الكوميديا في تقديم الإعلانات، لتكون متناسبة مع الحياة الاجتماعية والبيئة والجمهور المستهدف.¹

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

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 التي تمر بدون ابراز.
- ✓ تساعد الجمهور على إدراك وفهم مضامين الأحداث السياسية التي يمارسها السياسيون خاصة بين اوساط الشباب حيث تساعد على انخراطهم في الشؤون العامة.

اتسعت موجة السخرية المتلفزة في الشاشات العربية، وأصبحت منتشرة على نطاق واسع، خاصة على موقع يوتيوب. بدأت هذه البرامج الساخرة تجذب اهتماما كبيرا ومشاهدات ملحوظة، خصوصا في الفترة الأخيرة. وجاء ظهور هذه البرامج في وقت تزامن مع اندلاع أحداث الربيع العربي في العديد من البلدان، حيث تمكنت من تحطيم القيود السياسية والمحرمات، ومنحت فرصة للحرية في مواجهة الأنظمة الحاكمة ونقد سياستها.

وفي ظل الظروف السياسية المضطربة في بلدان الربيع العربي، تسببت الثورات في خلق أوضاع سياسية واقتصادية وإنسانية غير مستقرة. وهذا أدى إلى حالة من الإحباط والخوف بين السكان، الذين خافوا من عودة الأنظمة الاستبدادية. وقد شكلت الثورات بارقة أمل للشعوب العربية في التخلص من حكم الديكتاتوريات.¹

ب: تأثيرات البرامج السياسية الساخرة

تتناول البرامج التلفزيونية الساخرة القضايا السياسية والاجتماعية الحساسة بشكل كبير، وتعرض مواضيع تؤثر بشكل مباشر على الجمهور. تكشف هذه البرامج العديد من العيوب والمساوئ التي يحاول السياسيون إخفاءها من خلال الشعارات والوعود الكاذبة. ومع ذلك، يعتبر البعض أن هذا النوع من الكوميديا

¹نوال عبد الله الحزورة، اتجاهات الإعلاميين نحو أخلاقيات للتناول الإعلامي للأزمة اليمنية في البرامج الساخرة، مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية، المجلد 2، العدد 2، 2023، ص ص، 10-11.

مجرد هزل يبالغ في تضخيم العيوب والنواقص ويسخر منها، ولا يعتبر موثقاً ولا يمكن الاعتماد عليه في محل الجد.

تتمثل أهمية البرامج السياسية الساخرة في قدرتها على دمج الكوميديا مع الأخبار، مما يسمح لها بالتفوق على البرامج الإخبارية التقليدية وجذب جمهور كبير. وهذا يعتبر مهماً لتعزيز مفهوم الديمقراطية من خلال إثارة النقاش والجدل في المجتمع بشكل عام وبين الشباب بشكل خاص.

وقد تقسم الباحثون في تقييم تأثير هذه البرامج، حيث يرى البعض أن تأثيرها إيجابي بزيادة وعي الجماهير ومساعدتهم في حل مشاكلهم، بينما يرى البعض الآخر أن تأثيرها سلبي وأنها تخدم أهداف القنوات التي تبثها فقط، حيث يعتبرون أن الهدف الرئيسي من هذه البرامج هو الترفيه.

1- البرامج السياسية الساخرة كمصدر للترفيه:

يحتل الجانب الترفيهي مكانة كبيرة في عقل مصمم برامج التلفزيون الساخرة اليوم، حيث يستخدمها الأفراد للهروب من المشاكل والأزمات التي يواجهونها في حياتهم إلى ومية. وتعمل البرامج التلفزيونية الساخرة على تلبية احتياجات الجمهور الترفيهية من خلال التعامل بشكل ساخر مع القضايا السياسية، ومن خلال تنوع الأشكال الفنية والفقرات والأركان في البرنامج.

وعلى الرغم من أن برامج الترفيه السياسي، المعروفة أيضاً بالأخبار الترفيهية، غالباً ما تغطي الشؤون العامة، إلا أن بعض الأبحاث تشير إلى أن الجمهور يتابع هذه العروض السياسية بالأساس لقيمتها الترفيهية وليس لقيمتها الإعلامية.

2 - البرامج السياسية الساخرة كمصدر للمعلومات:

ينفق العديد من الباحثين على أن العروض الكوميدية الساخرة تحمل الكثير من المعلومات القيمة، التي تساعد المشاهدين على فهم العالم بشكل أفضل. يعود السبب في ذلك إلى طريقة عرض هذه البرامج بشكل يشبه النشرات الإخبارية، مما يجعل الفروق غير واضحة بين الأخبار الحقيقية والمزيفة.

وبينما يرى الباحث باوم أن برامج السخرية السياسية لها تأثير إيجابي، يختلف الباحث بريور في الرأي، حيث يعتقد أن المشاهدين يشاهدون هذه البرامج للتسلية فقط دون الحصول على معلومات. ومع ذلك، يرى باوم أن المشاهدين يمكنهم اكتساب المعرفة من خلال البرامج الكوميدية والترفيهية.

وفي دراسة أجريت على طلاب جامعة بسكرة الجزائرية، تبين أن الطلاب يعتمدون على البرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية، وأن الأسلوب البسيط والمواضيع الهامة التي تناولتها هذه البرامج لعبت دوراً كبيراً في جذب انتباههم وتحفيزهم على متابعة الشأن السياسي.

3- البرامج السياسية الساخرة والوعي بالقضايا السياسية

تشير الدراسات العديدة إلى أن مشاهدة عروض سياسية ساخرة يمكن أن تزيد من معرفة الناس بالقضايا السياسية، تماماً كما يحدث مع أنشطة سياسية أخرى. وبالتالي، يمكن أن تساهم هذه المشاهدات في زيادة المعرفة السياسية بشكل طبيعي. وبالإضافة إلى ذلك، أظهرت بعض الأبحاث أن تكرار مشاهدة برامج السخرية السياسية يرتبط بشكل وثيق بزيادة الفعالية السياسية للمواطنين، حيث يزداد اعتقادهم بقدرتهم على فهم السياسة.

ومع ذلك، وجد البعض من العلماء آثاراً سلبية للعروض الساخرة. فقد وجد باوم وباترسون أن الأخبار الخفيفة التي تركز على الأحداث التافهة وغير المهمة تقلل من أهمية القضايا العامة وتبسطها، مما يمكن أن يؤثر على سلوك المواطن وموقفه تجاه القضايا السياسية.¹

البرامج الساخرة تثير قلقاً بسبب عدم قدرة المشاهدين على تمييز الواقعية من المحاكاة في بعض الأحيان. يمكن أن يؤدي ذلك إلى تشكيل وعي زائف أو فهم مغلوط للقضايا، خاصة مع تركيز هذه البرامج على مواقف معينة واقتطاعها من سياقها. كما يجب ألا ننسى أن هذه البرامج غالباً ما تكون مرتبطة بتيارات سياسية معينة.

وفقاً لبعض الباحثين، يمكن اعتبار البرامج الساخرة على أنها تعكس مستوى عالٍ من الوعي الشعبي وتساهم في توعية الجماهير اجتماعياً وشعبياً. بالإضافة إلى ذلك، فإنها تلعب دوراً في مراقبة المؤسسات الرسمية، وهذا هو دور المجتمع المدني. تحفز البرامج الساخرة المشاهدين على المشاركة البناءة وتساعدهم على تشكيل صورة ذهنية عن المجتمع بشكل عام.²

¹ زاهر محمد هاشم، نفس المرجع السابق، ص، ص، 83-84.

² زاهر محمد هاشم، نفس المرجع السابق، ص، ص، 85.

المطلب الثالث: أهمية البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة

البرامج السياسية تُعد من أبرز البرامج التي يتم عرضها على القنوات التلفزيونية، حيث تشكل العمود الفقري للبرمجة التلفزيونية في معظم الدول. تحتل هذه البرامج حيزاً كبيراً في الجدول الزمني إلى ومي، وتحظى بنسب مشاهدة عالية بفضل قدرتها على تلبية احتياجات واهتمامات الجمهور السياسية. بالإضافة إلى ذلك، تلبي هذه البرامج احتياجات القنوات التلفزيونية أيضاً، وتساهم بشكل فعال في تحقيق أهدافها ورسائلها.

تتضمن أهم حاجات البرامج السياسية كما يلي:

- التواصل مع الجمهور من خلال زيادة مستوى معرفتهم بالقضايا السياسية.
 - تشكيل آراء الجمهور حول القضايا المعينة.
 - غرس القيم والتقاليد السياسية مثل الحرية واحترام القانون والمشاركة السياسية.
 - تشكيل الرأي العام حيال القضايا ذات الأهمية.
 - تعبئة المواطن ليكون جزءاً فاعلاً في الأحداث السياسية.
 - التصدي للأفكار المطروحة في البرامج السياسية التي تعرض على قنوات تلفزيونية أخرى.
 - وتعود أسباب اهتمام الجمهور المتواصل بالبرامج السياسية إلى:
 - طبيعة الإنسان ككائن اجتماعي يحتاج إلى التواصل ومعرفة الأمور المحيطة به.
 - تأثير الأزمات السياسية التي تشكل تهديداً لحياة الأفراد ومصيرهم.
 - اهتمامات الجمهور بالقضايا السياسية، والتي ترتبط بالمتغيرات النفسية والاجتماعية.
- ينبغي أن تكون البرامج السياسية التلفزيونية موضوعية ومتوازنة في تقديم المعلومات والآراء، متجنباً التحيز والتلاعب بالحقائق. وتلعب هذه البرامج دوراً هاماً في تثقيف وتوجيه الجمهور حول القضايا السياسية الهامة، مما يساهم في تعزيز الوعي السياسي وتشكيل الرأي العام.¹

¹رانيا 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، 23-24.

خلاصة الفصل

في النهاية، تعتبر البرامج السياسية الساخرة نافذة حيوية للتعبير عن الرأي العام وتقديم نقد بناء للممارسات السياسية والاجتماعية. بفضل أسلوبها الفريد الذي يمزج بين الفكاهة والذكاء، تنجح هذه البرامج في جذب جمهور واسع وتوعية المشاهدين بقضايا هامة بطريقة مرحة ومؤثرة. كما تلعب دوراً كبيراً في تعزيز حرية التعبير وتشجيع التفكير النقدي، مما يساهم في بناء مجتمع أكثر وعياً وانخراطاً في الشأن العام. ومع استمرار تطور وانتشار هذه البرامج، تظل قدرتها على التأثير والتغيير شاهدة على فعالية الإعلام الساخر كأداة 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

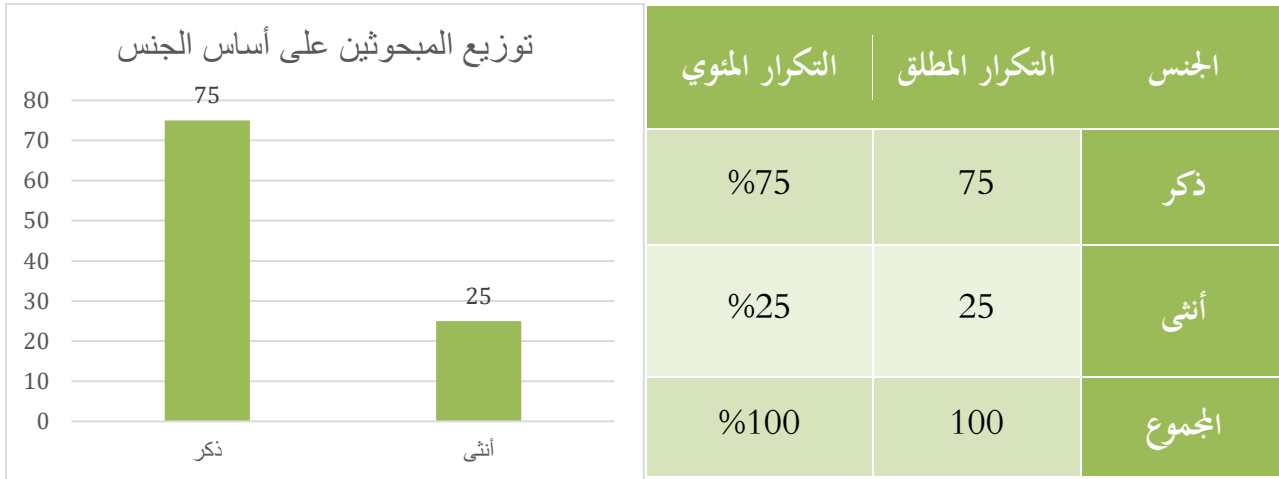
المحور الخامس: المواضيع التي تستهوي الجمهور الجزائري في إطار البرامج السياسية الساخرة

المبحث الأول: إجراءات الدراسة الميدانية

المطلب الأول: عرض ومناقشة نتائج الدراسة

المحور الأول: محور البيانات الشخصية

الجدول رقم 01: توزيع المبحوثين على أساس الجنس

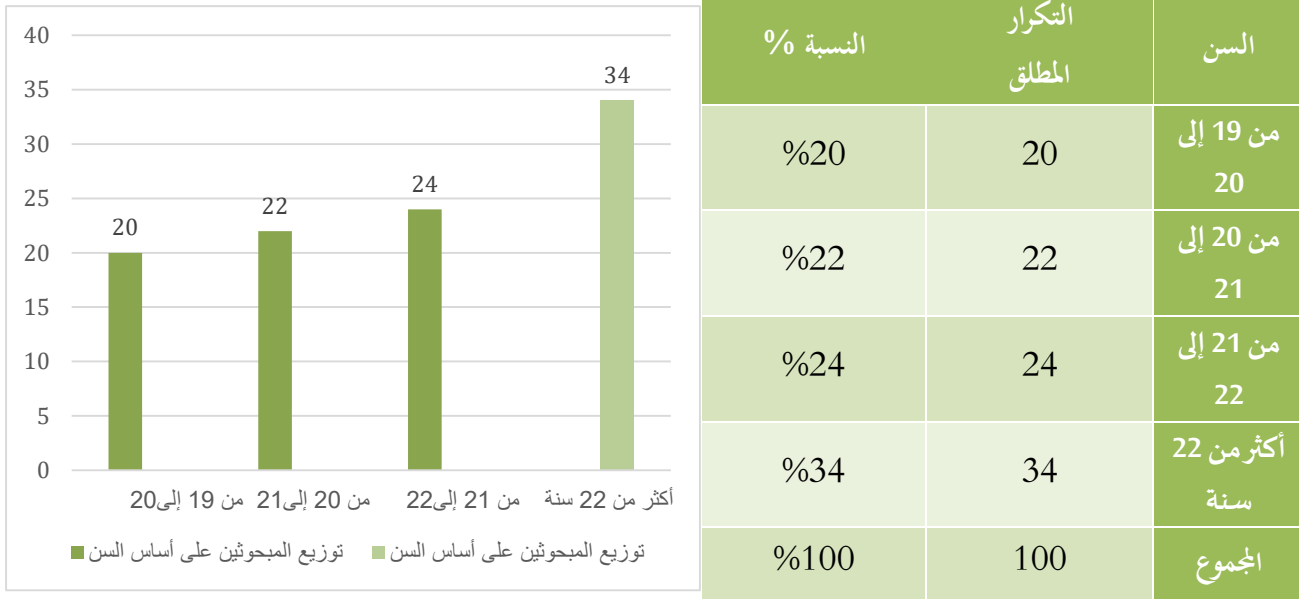


المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

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



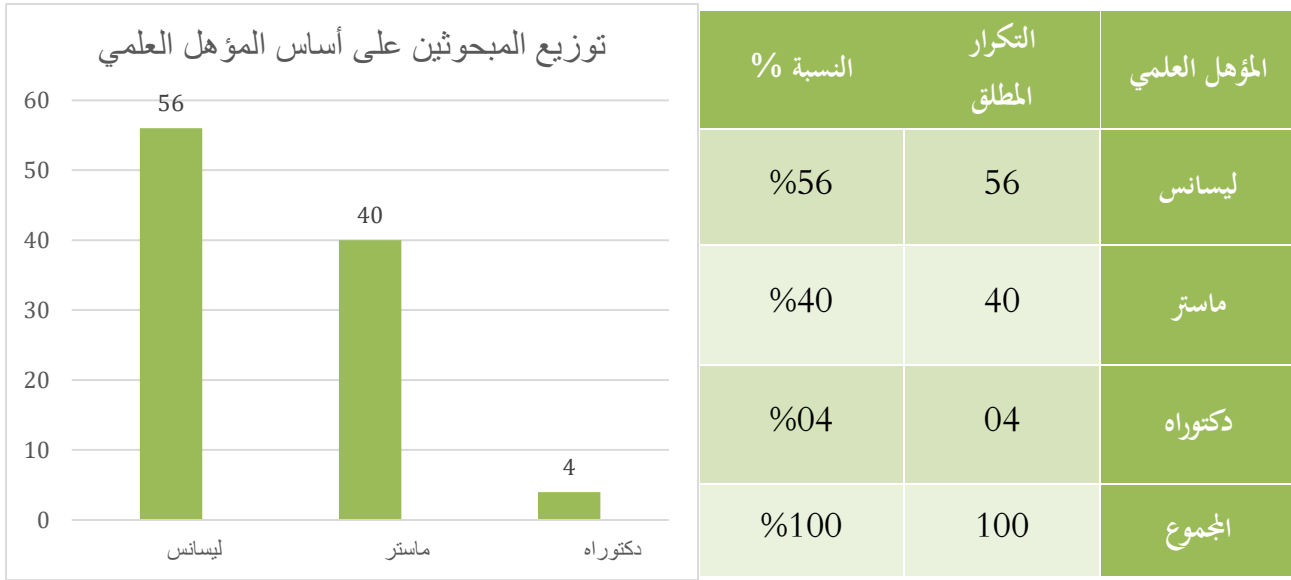
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

الجدول رقم 2 يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن حيث نلاحظ أن الجدول بتوزيع المبحوثين حسب الفئات العمرية المختلفة. تبين 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.

استنتاجاً، يشير هذا التوزيع إلى وجود تباين واضح في توزيع الأعمار بين المبحوثين.

الجدول رقم 03 توزيع المبحوثين على أساس المؤهل العلمي

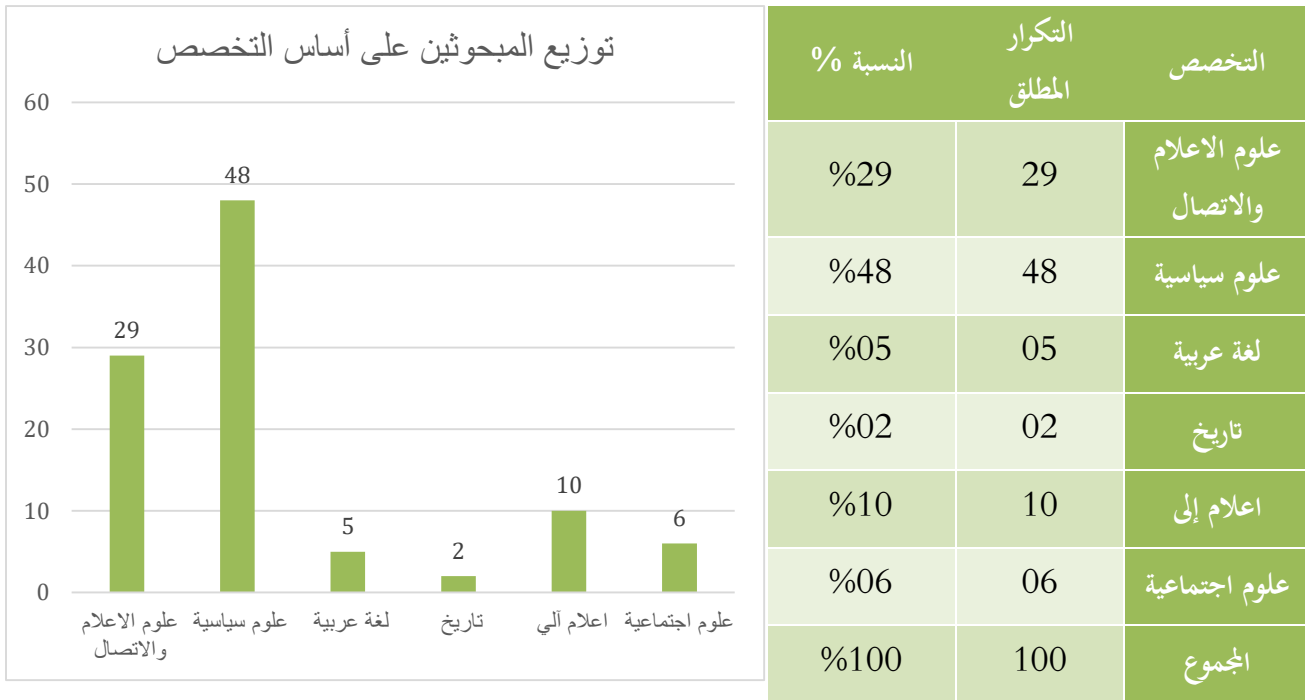


المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

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



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

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

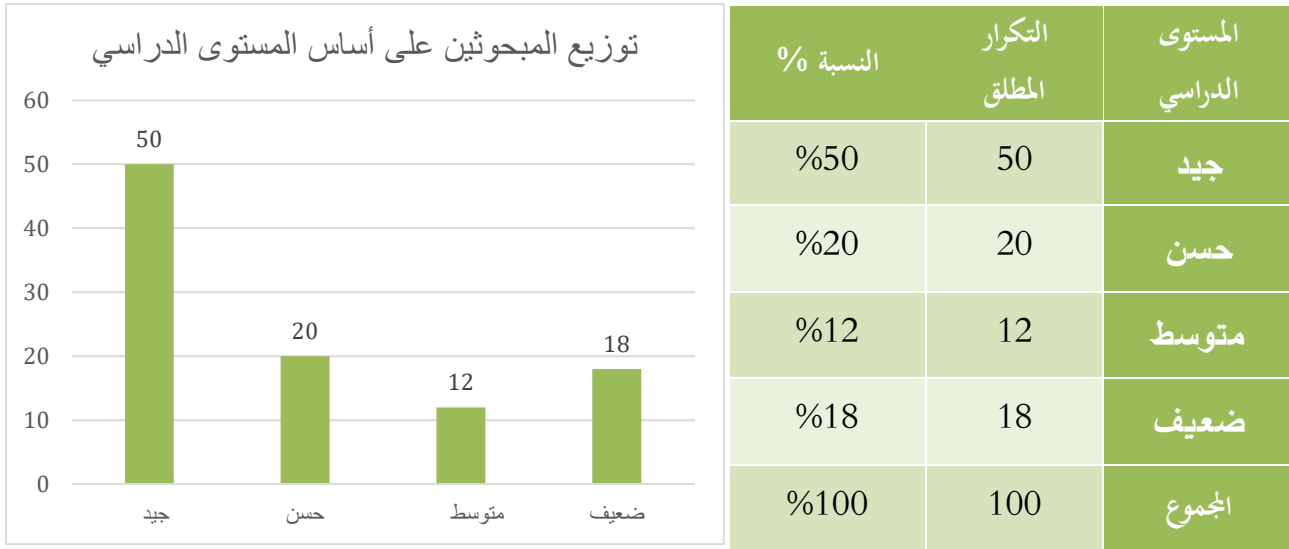
بنسبة 29%، تليه علوم السياسة بنسبة 48%، وبعدها تأتي تخصصات أخرى بنسب أقل.

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



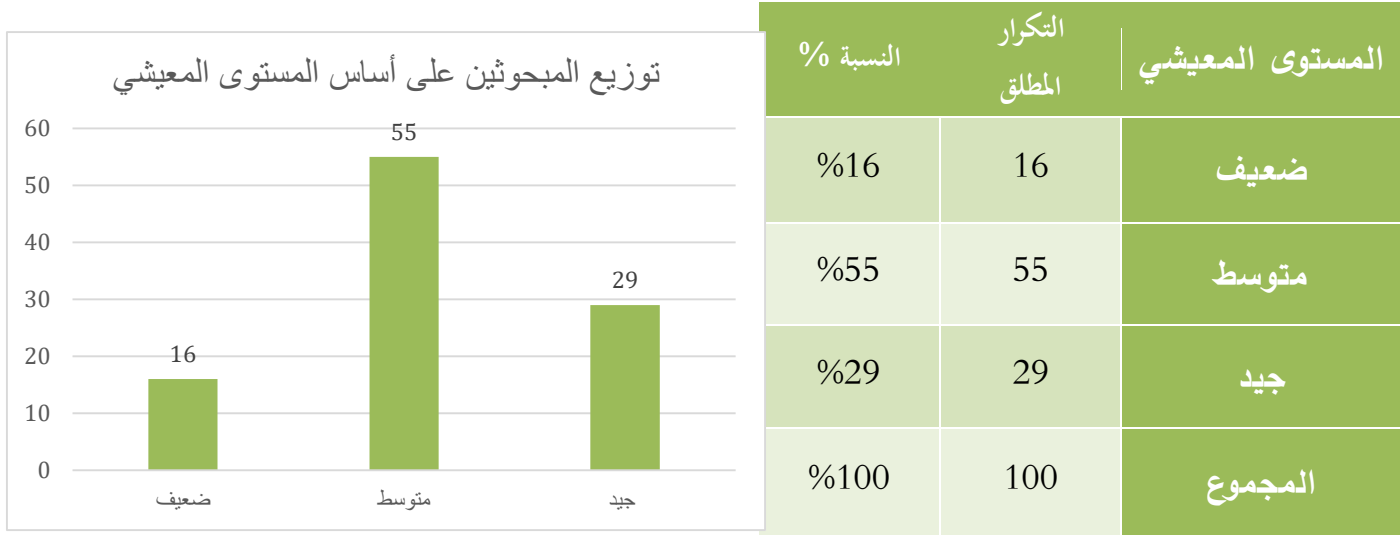
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

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%.

استنتاجاً، يبين هذا التوزيع 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



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

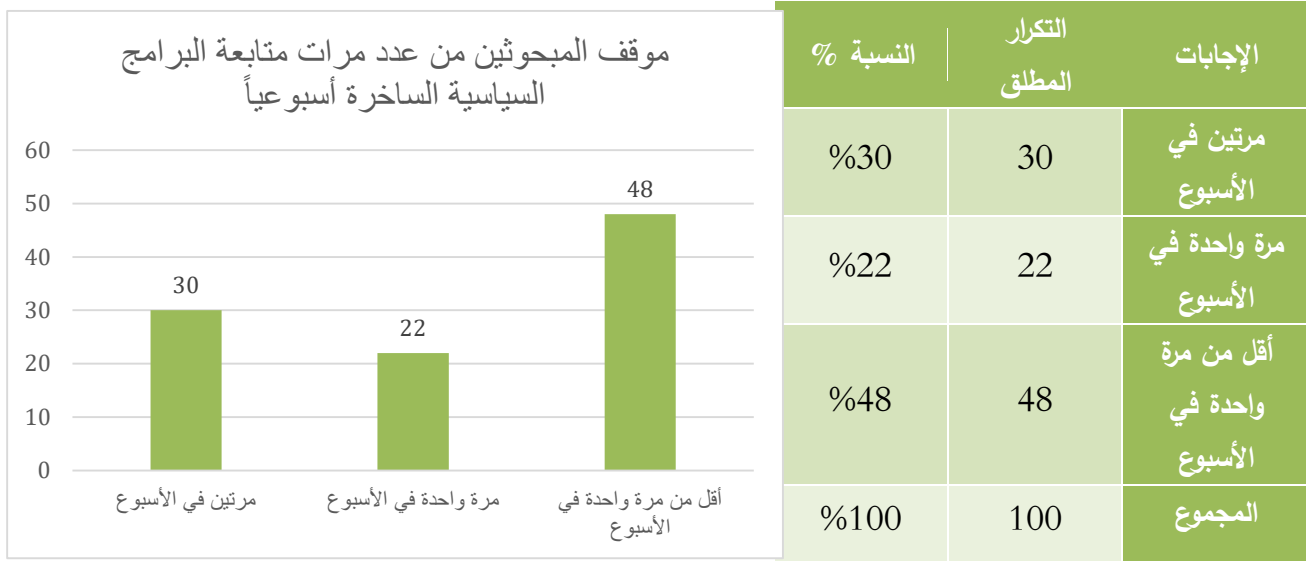
التعليق:

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%.

استنتاجاً، يعكس هذا التوزيع 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



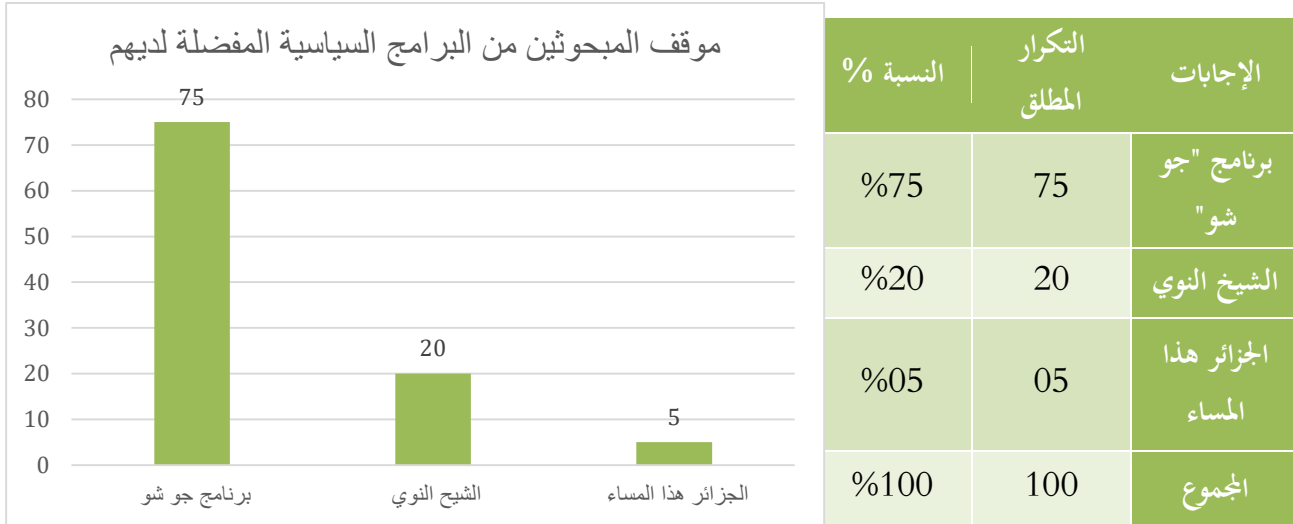
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

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



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

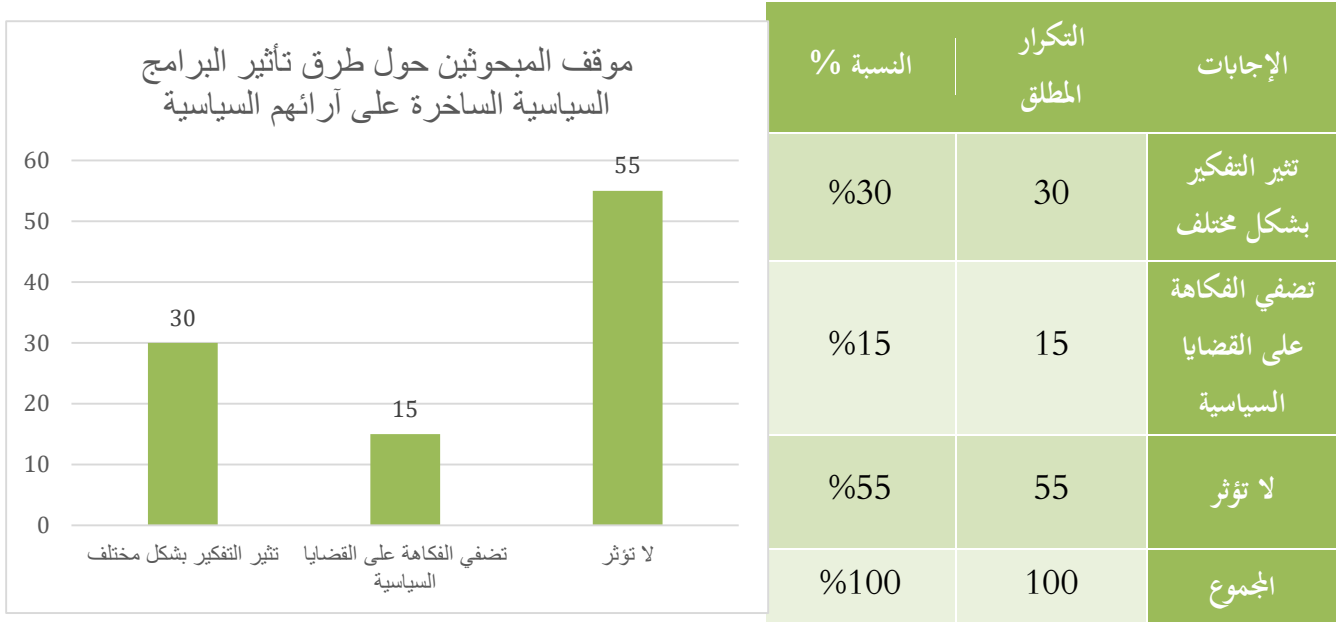
التعليق:

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".

استنتاجاً، يعكس هذا التوزيع 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



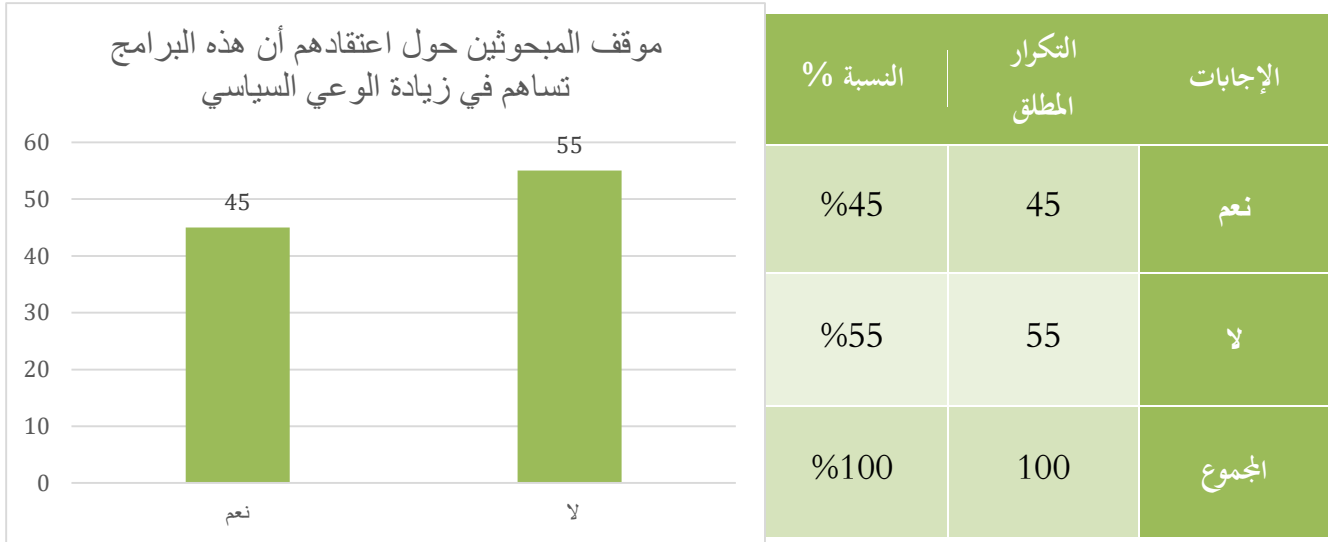
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

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



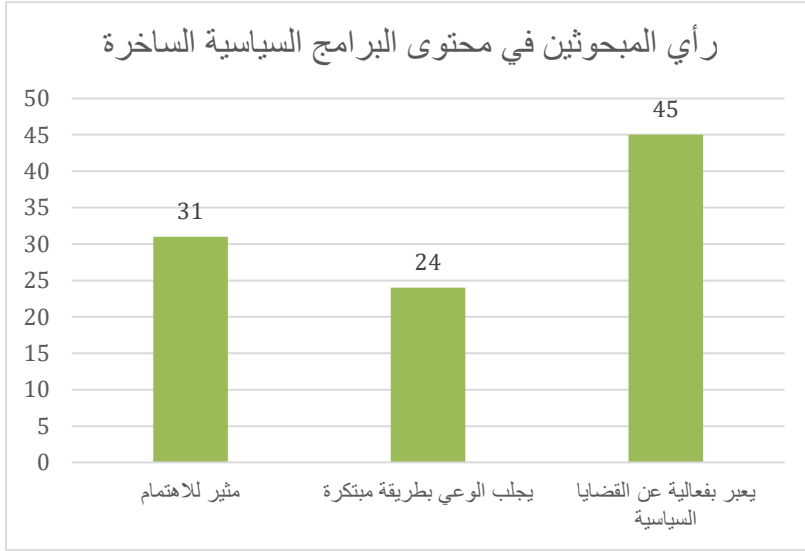
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

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



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

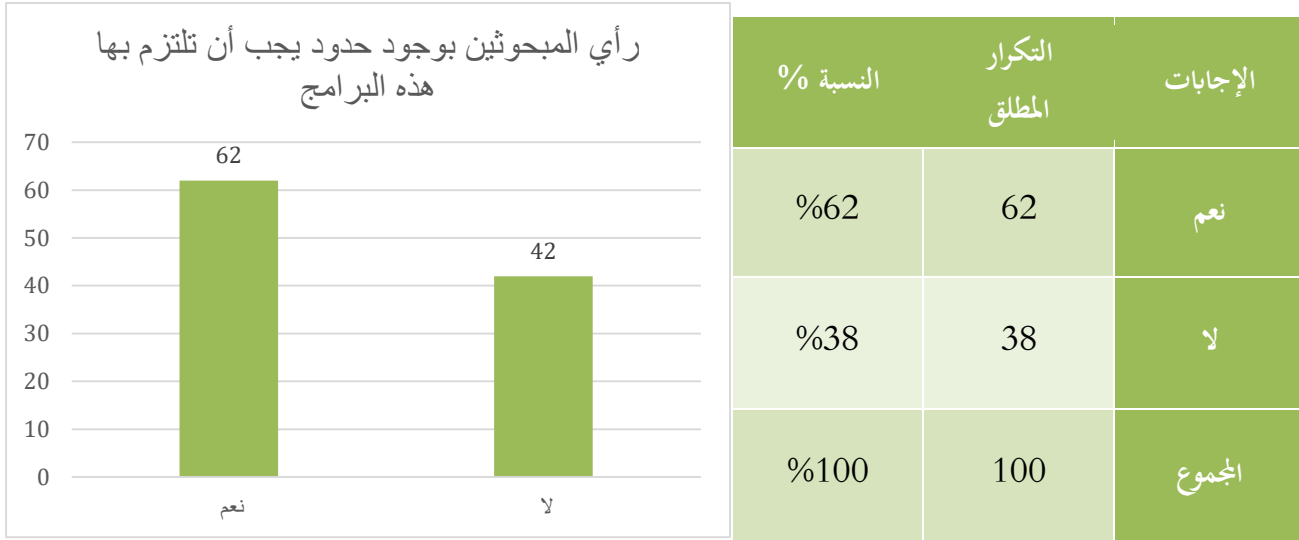
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

الجدول رقم 11: 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



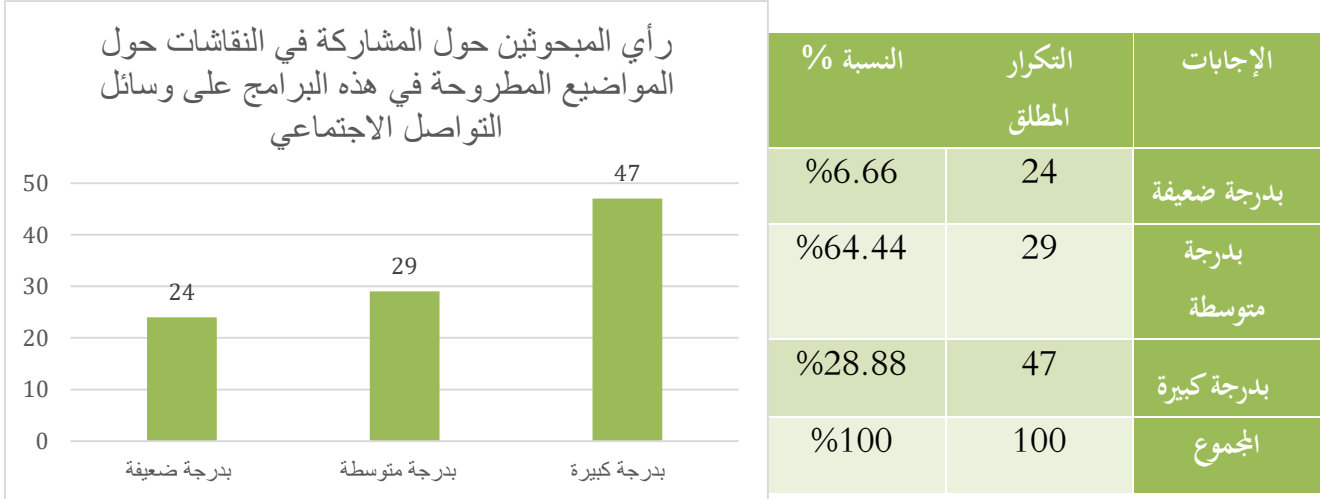
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

الجدول رقم 12: 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. يوضح هذا التوزيع التنوع 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



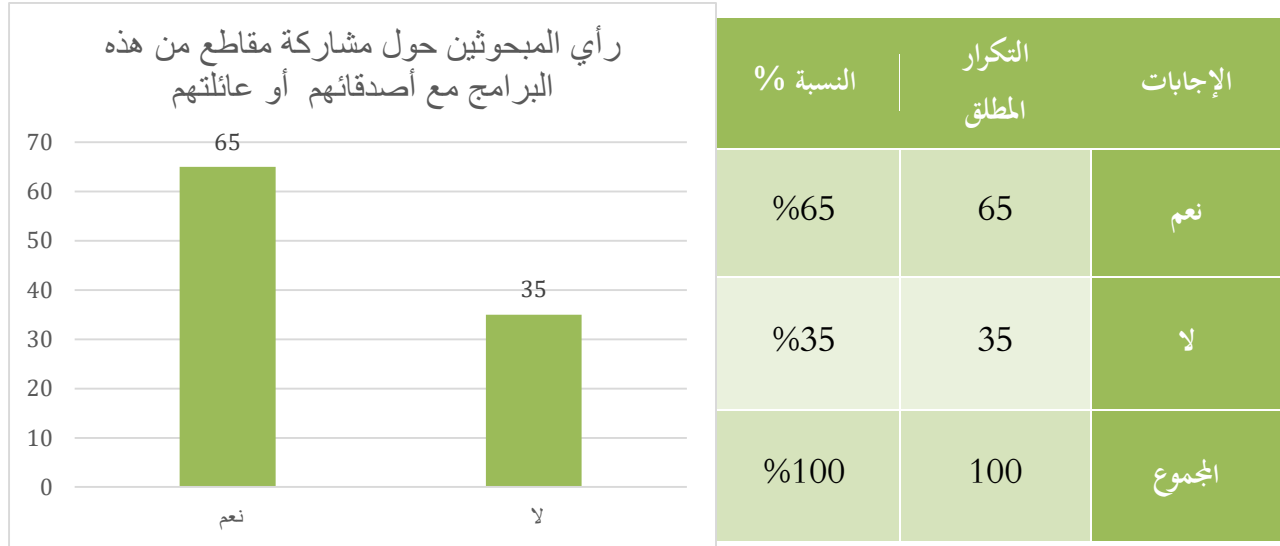
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

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



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

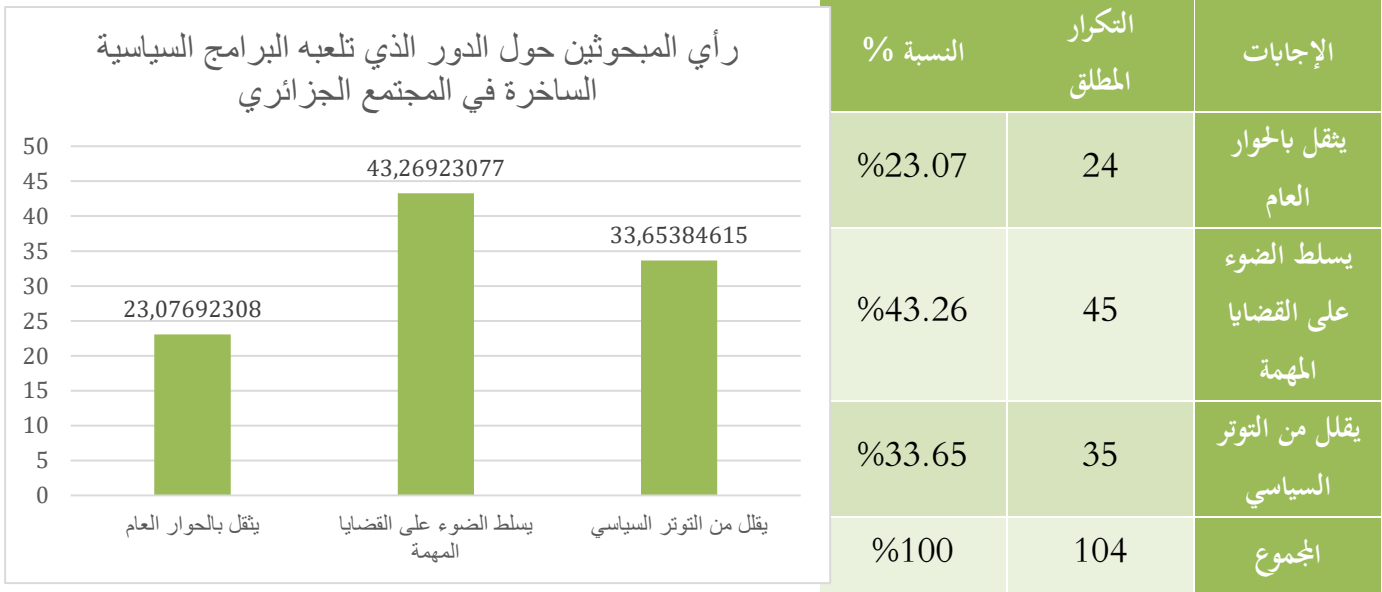
التعليق:

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 15: رأي المبحوثين حول الدور الذي تلعبه البرامج السياسية الساخرة في المجتمع

الجزائري

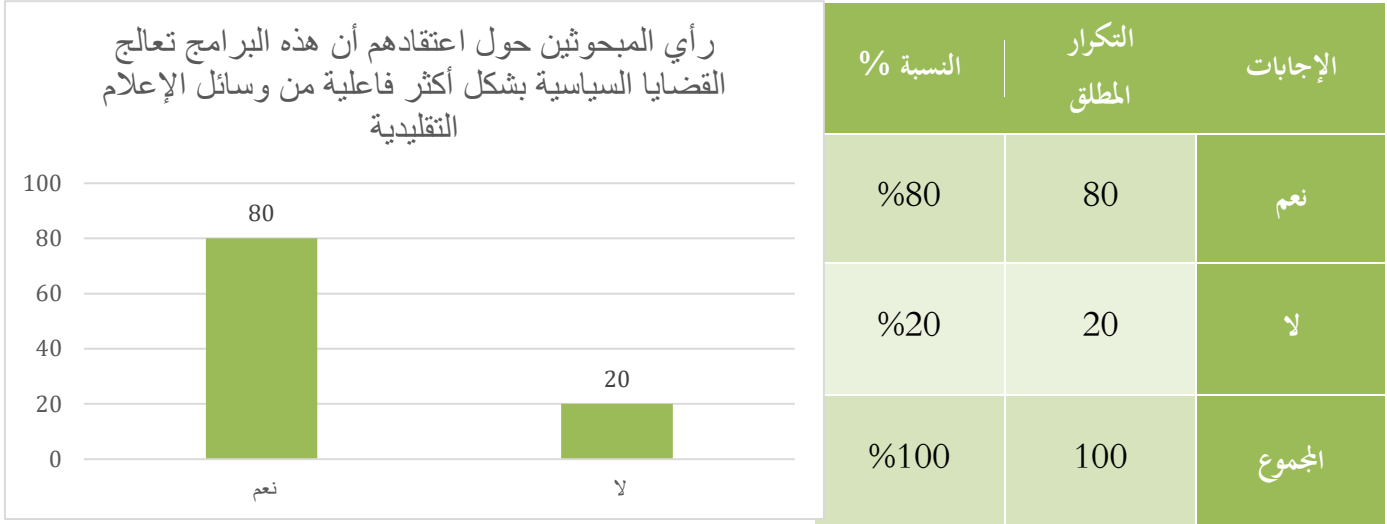


المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

يوضح الجدول رقم 15 رأي المبحوثين حول الدور الذي تلعبه البرامج السياسية الساخرة في المجتمع الجزائري يرى 23.07% من المبحوثين أن البرامج السياسية الساخرة تثقل بالحوار العام، بينما يرى 43.26% أنها تسلط الضوء على القضايا المهمة، ويرى 33.65% أنها تقلل من التوتر السياسي. ومنه نستنتج أن البرامج السياسية الساخرة تلعب أدواراً متنوعة في المجتمع الجزائري وفقاً لآراء المبحوثين. يسلط الضوء على القضايا المهمة ويساهم في زيادة الوعي السياسي لدى الجمهور، وفي الوقت نفسه يقلل من التوتر السياسي.

الجدول رقم 16: رأي المبحوثين حول اعتقادهم أن هذه البرامج تعالج القضايا السياسية بشكل أكثر فاعلية من وسائل الإعلام التقليدية



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

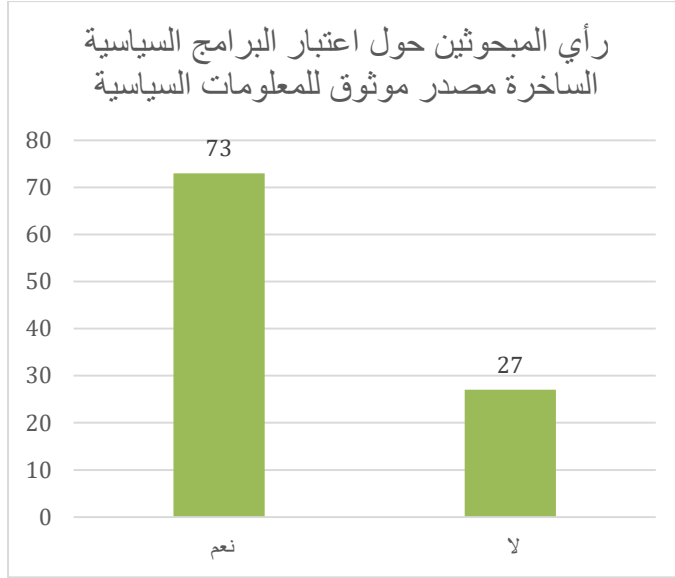
التعليق:

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 إن 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



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

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

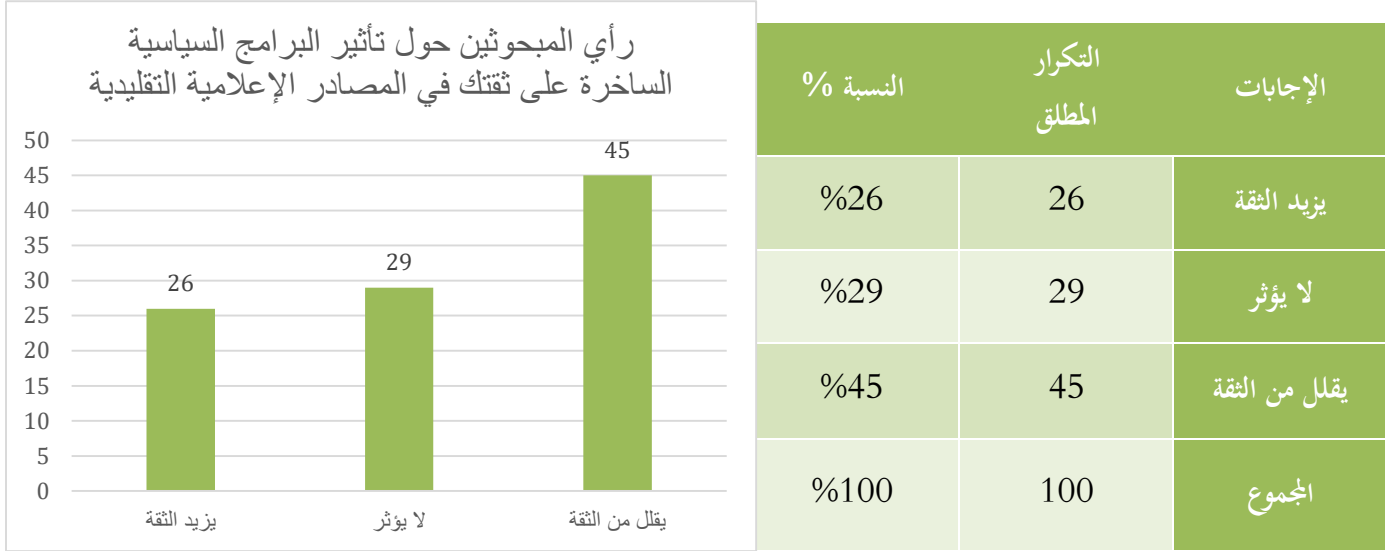
التعليق:

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 موثقاً 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 ثققتك في المصادر الإعلامية

التقليدية



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

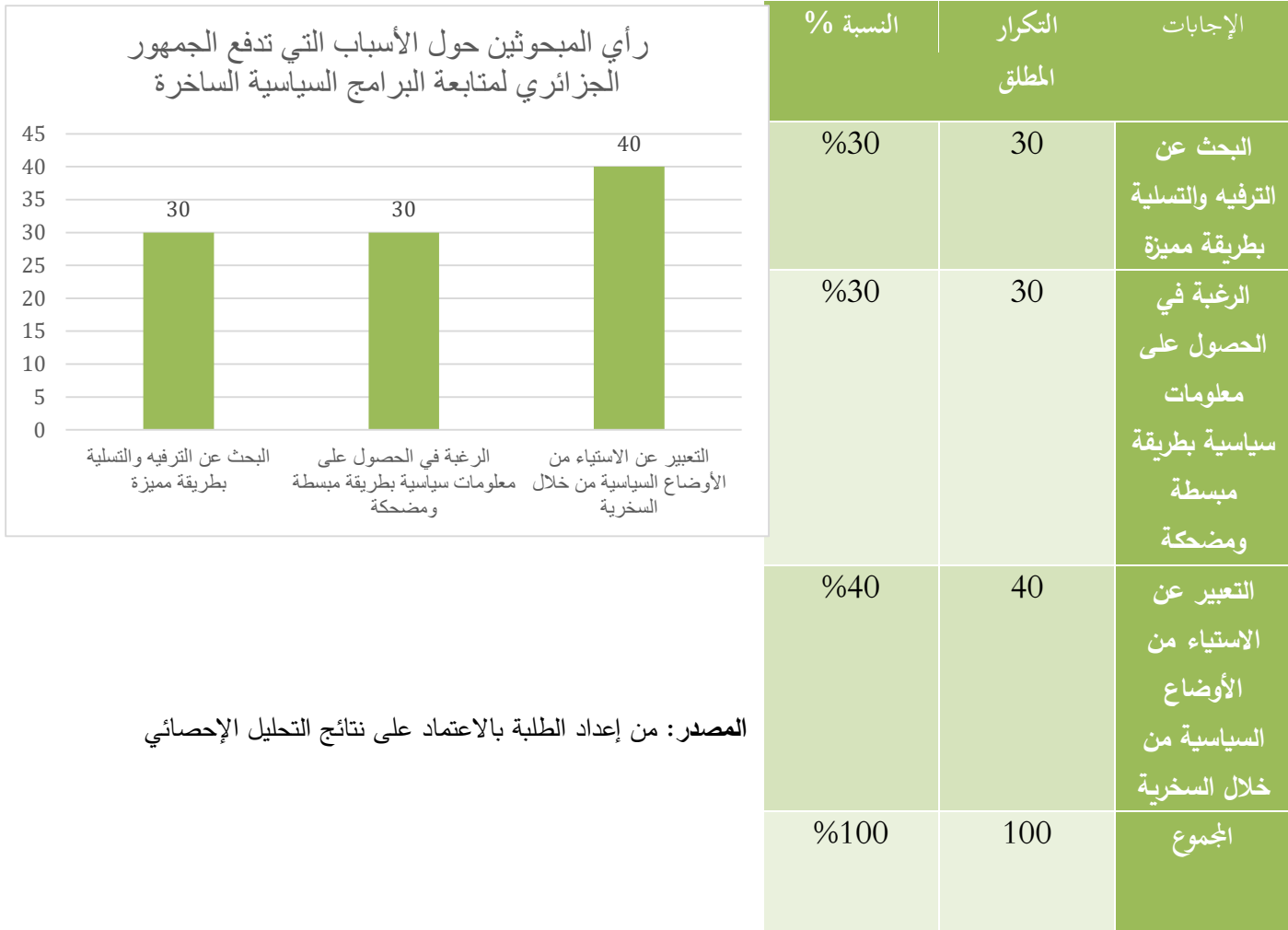
التعليق:

الجدول رقم 18: يوضح رأي المبحوثين حول تأثير البرامج السياسية الساخرة على ثققتك في المصادر الإعلامية التقليدية حيث يعبر الجدول عن آراء المبحوثين حول تأثير البرامج السياسية الساخرة على ثققتهم في المصادر الإعلامية التقليدية إذ يعتقد 26% من المبحوثين أن هذه البرامج تزيد من ثققتهم 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



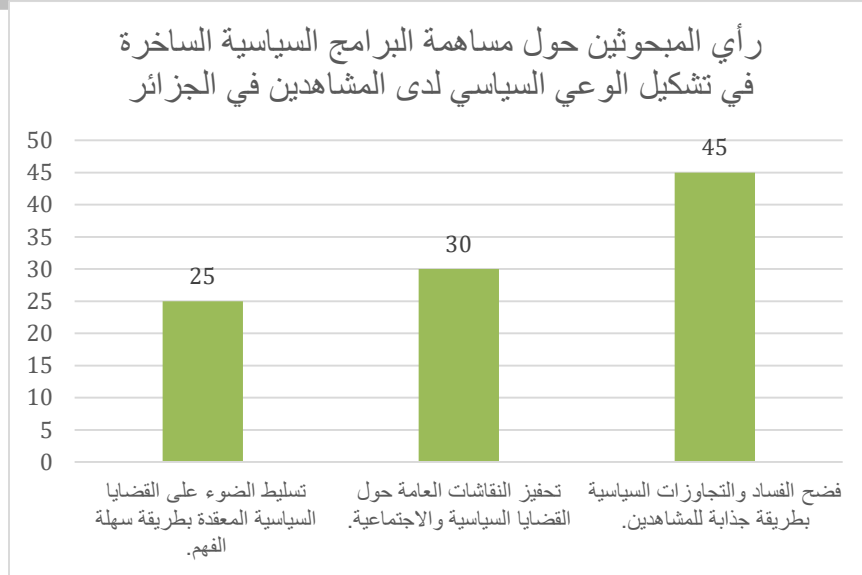
التعليق:

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.

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

النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
22.22%	25	تسليط الضوء على القضايا السياسية المعقدة بطريقة سهلة الفهم.
66.66%	30	تحفيز النقاشات العامة حول القضايا السياسية والاجتماعية.
11.11%	45	فضح الفساد والتجاوزات السياسية بطريقة جذابة للمشاهدين.
100%	100	المجموع



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

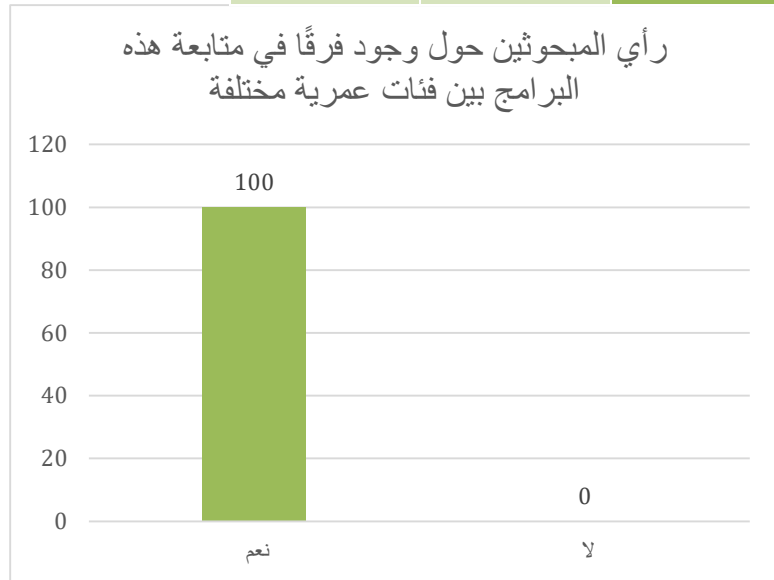
التعليق:

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

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



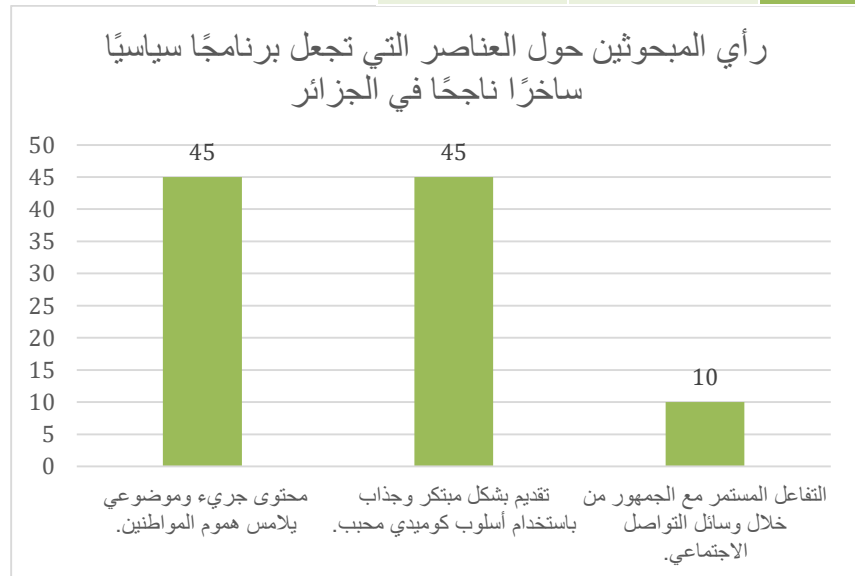
التعليق:

الجدول رقم 21: 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

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



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

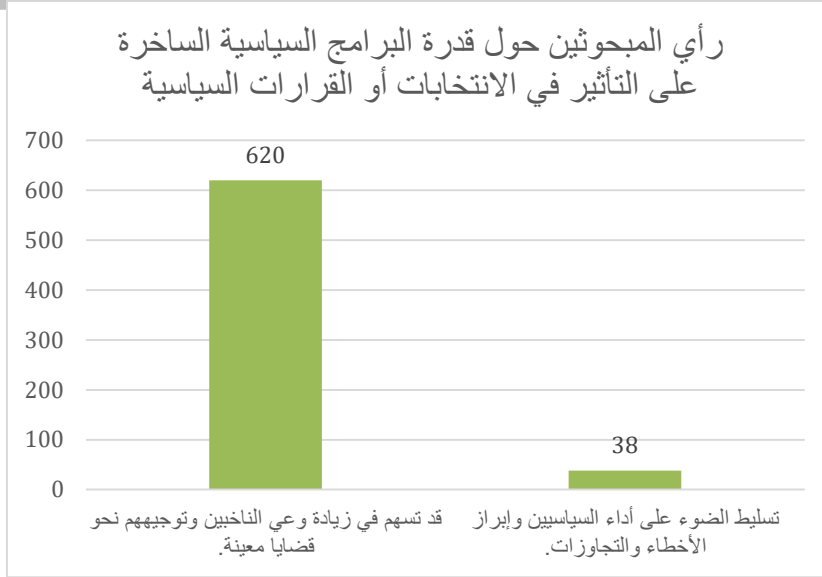
يبين الجدول رقم 22 رأي المبحوثين حول العناصر التي تجعل برنامجًا سياسيًا ساخرًا ناجحًا في الجزائر حيث يظهر أن 45% من المبحوثين يعتقدون أن محتوى جريء وموضوعي يلامس هموم المواطنين هو العنصر المهم، بينما يعتقد 45% آخرون أن تقديم البرنامج بشكل مبتكر وجذاب باستخدام أسلوب كوميدي محبب هو أيضًا مهم. ويرى 10% 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.

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

القرارات السياسية

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



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

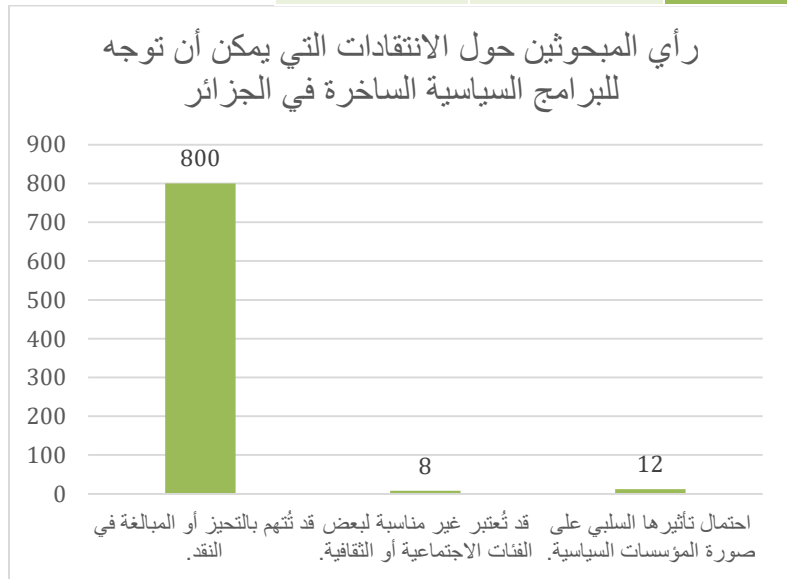
التعليق:

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 تسليط 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

الإجابات	التكرار المطلق	النسبة %
قد تُتهم بالتحيز أو المبالغة في النقد.	80	80%
قد تُعتبر غير مناسبة لبعض الفئات الاجتماعية أو الثقافية.	08	8%
احتمال تأثيرها السلبي على صورة المؤسسات السياسية.	12	12%
المجموع	100	100%



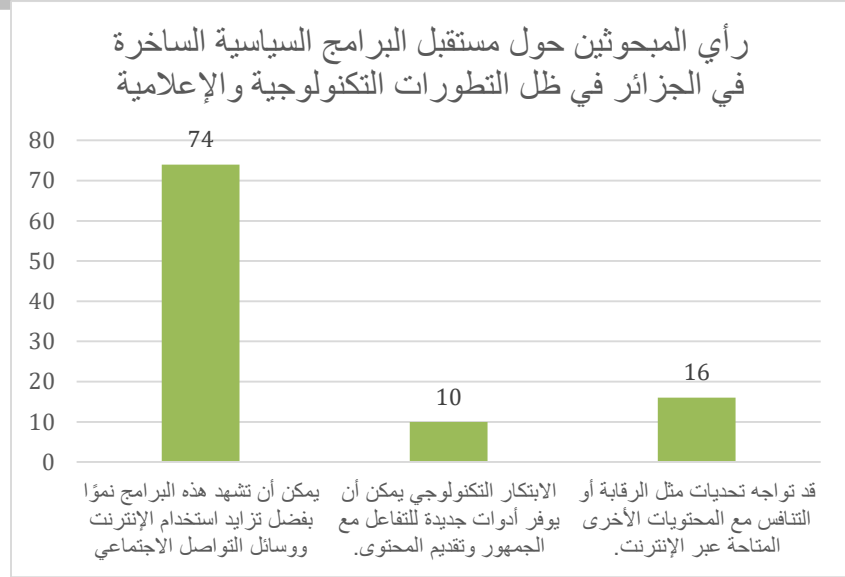
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

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

النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
74%	74	يمكن أن تشهد هذه البرامج نموًا بفضل تزايد استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي
10%	10	الابتكار التكنولوجي يمكن أن يوفر أدوات جديدة للتفاعل مع الجمهور وتقديم المحتوى.
16%	16	قد تواجه تحديات مثل الرقابة أو التنافس مع المحتويات الأخرى المتاحة عبر الإنترنت.
100%	100	المجموع



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

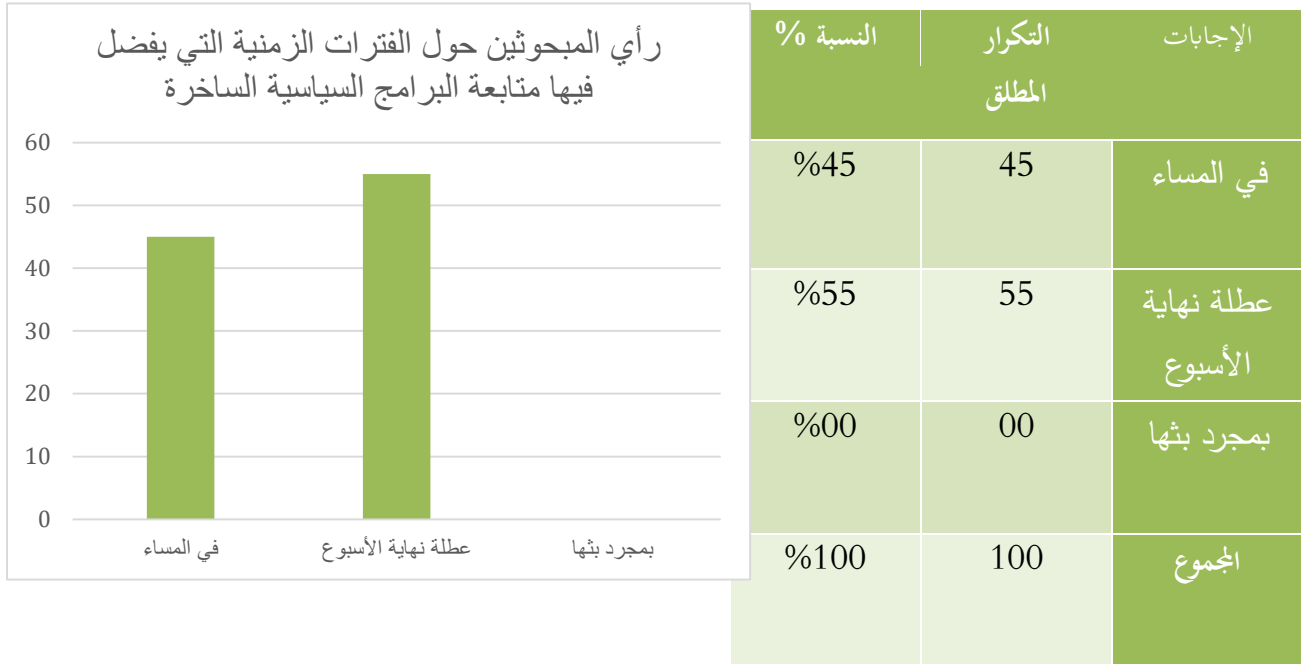
التعليق:

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

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

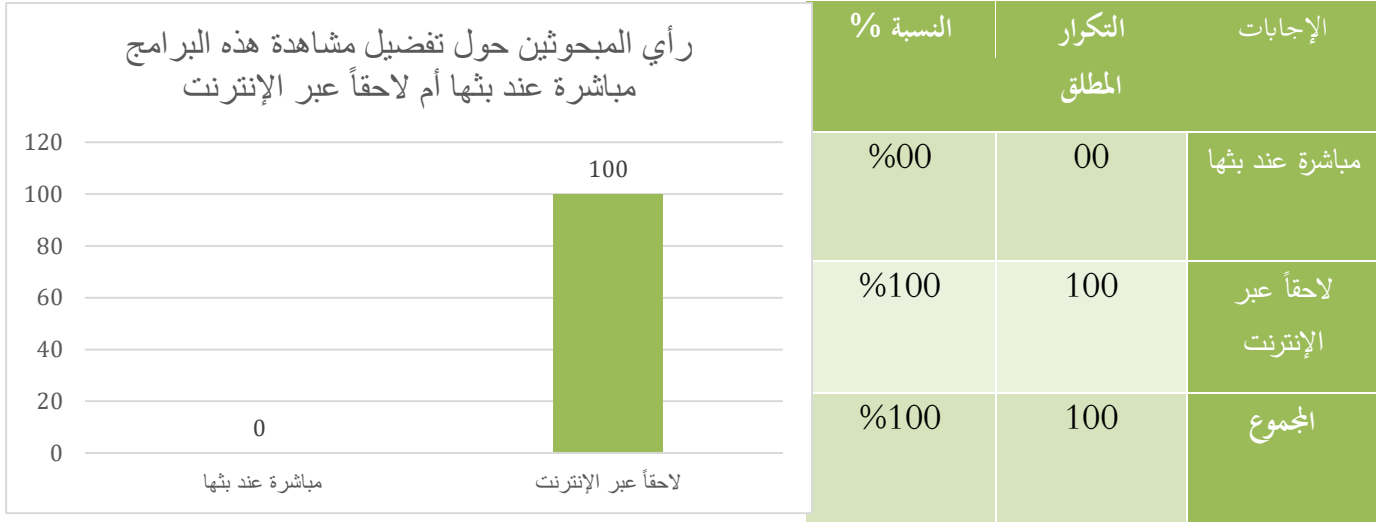


المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

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 يفضل 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



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

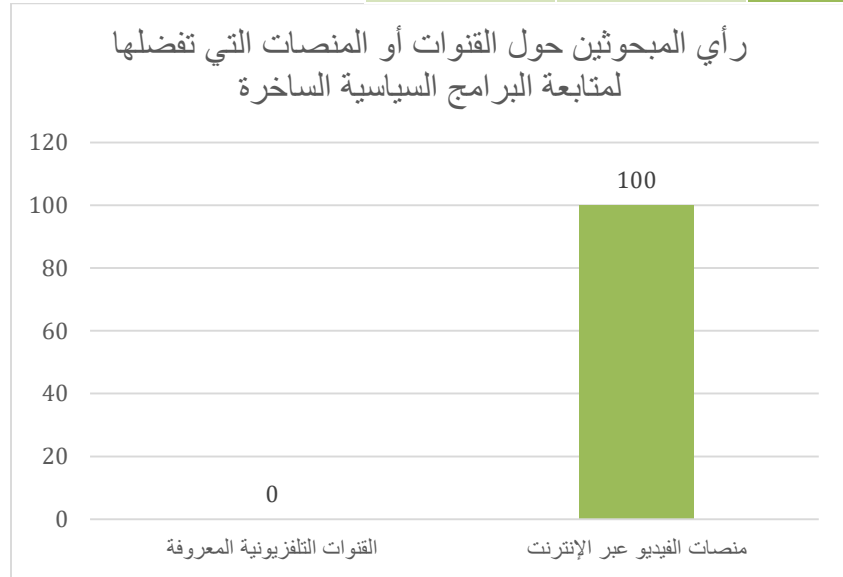
التعليق:

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

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



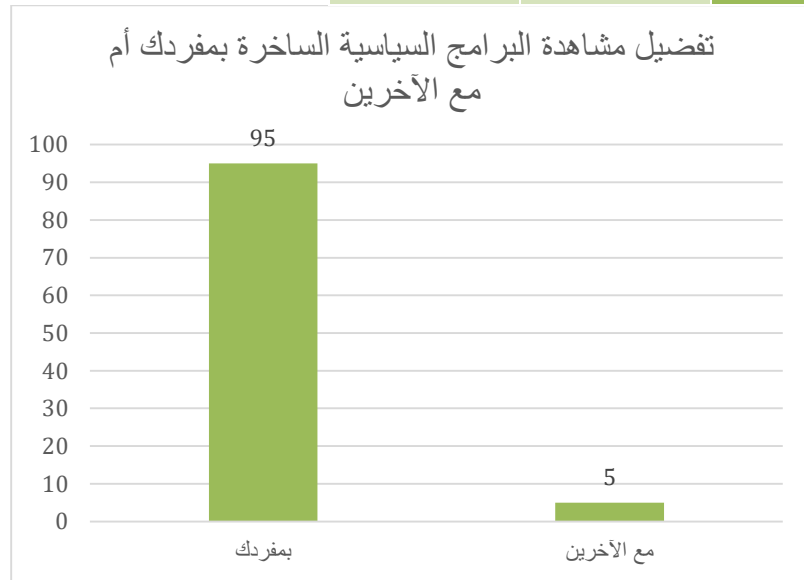
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق

28 الجدول رقم 28: 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. استنتاجًا، يظهر هذا التوزيع 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%



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

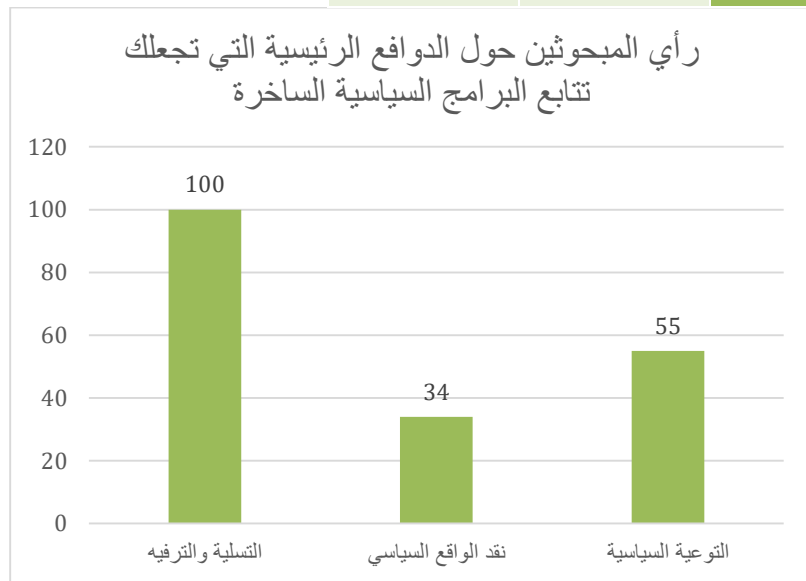
التعليق:

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

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



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

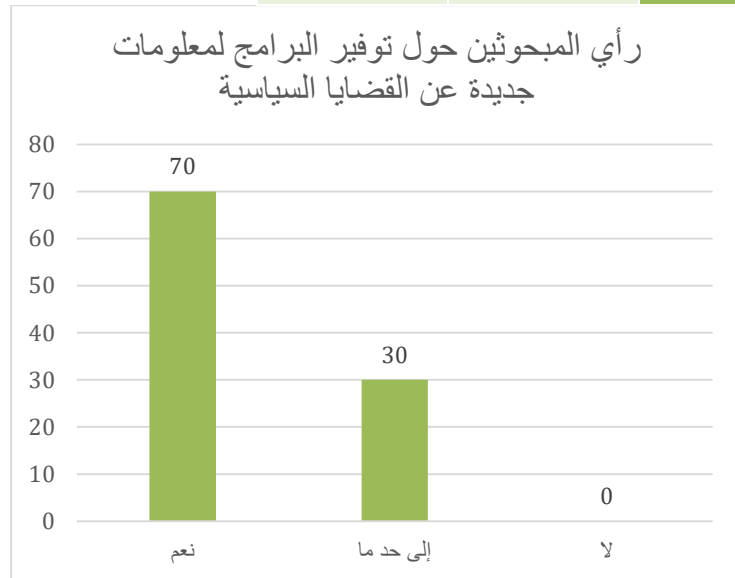
التعليق:

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.

استنتاجًا، يدل هذا التوزيع على 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%



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

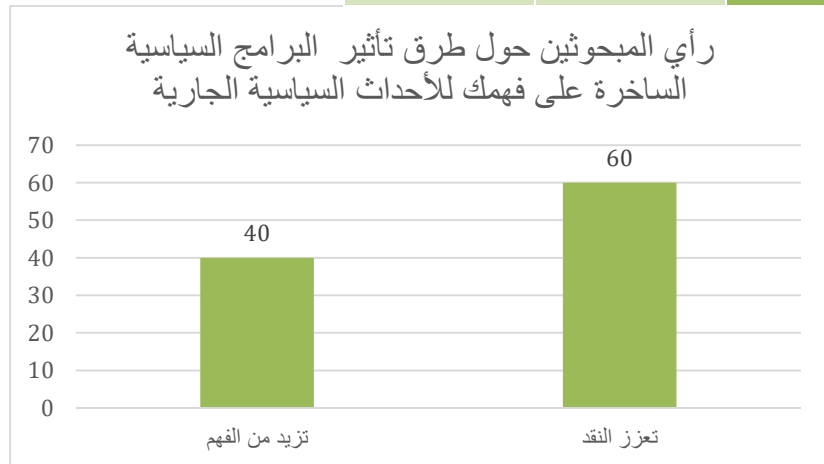
الجدول رقم 31 رأي المبحوثين حول توفير البرامج لمعلومات جديدة عن القضايا السياسية يظهر هذا الجدول أن 70% من المبحوثين يرون أن البرامج السياسية الساخرة توفر معلومات جديدة عن القضايا السياسية، في حين يعتقد 30% منهم أنها تقدم هذه المعلومات إلى حد ما، ولا يوجد أي من المبحوثين يعتقد أنها لا توفر معلومات جديدة.

استنتاجًا، يظهر هذا التوزيع 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



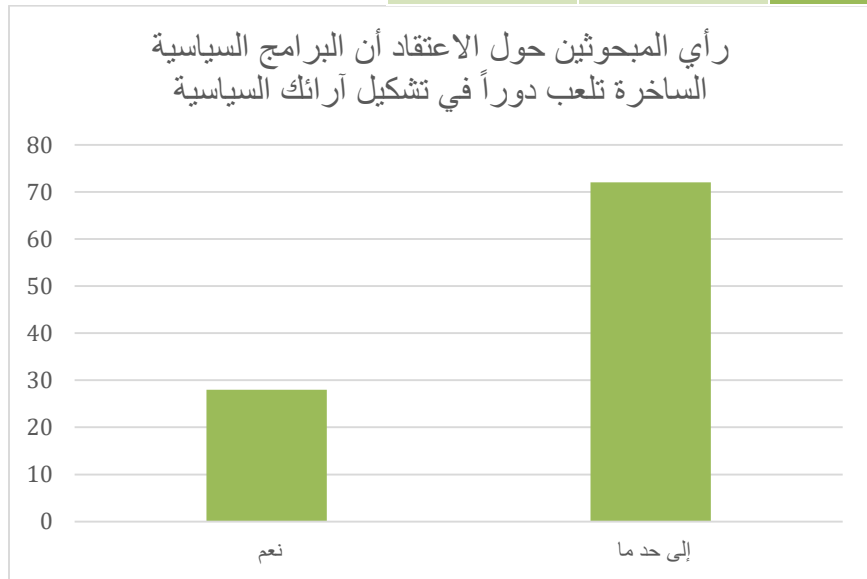
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

التعليق:

الجدول رقم 32: 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. استنتاجاً، يدل هذا التوزيع على 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

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



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

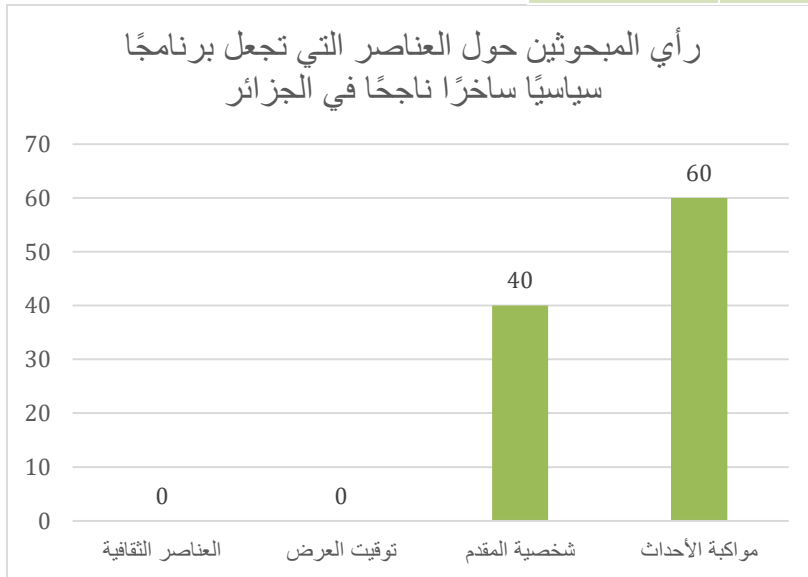
التعليق:

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. استنتاجاً، يشير هذا التوزيع إلى 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

النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
00%	00	العناصر الثقافية
00%	00	توقيت العرض
40%	40	شخصية المقدم
60%	60	مواكبة الأحداث
100%	100	المجموع



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

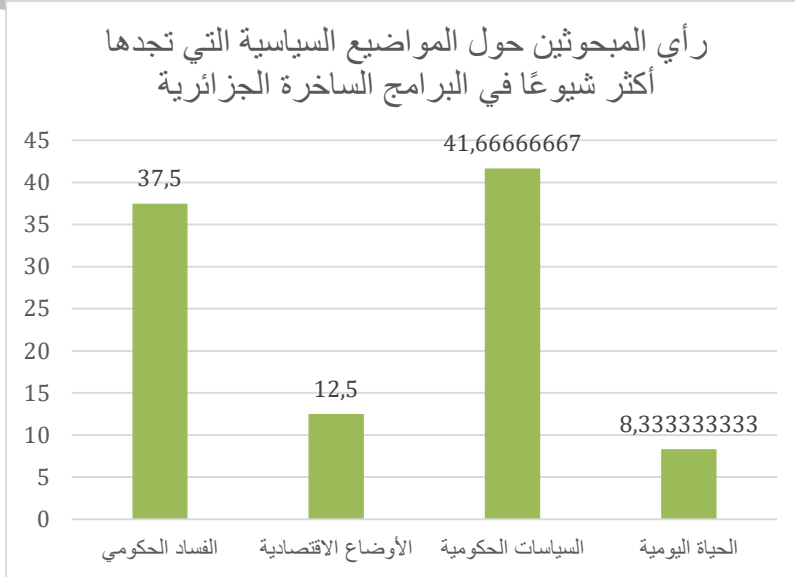
التعليق:

الجدول رقم 34: 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.

يشير هذا التوزيع إلى 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 شيوعًا في البرامج الساخرة الجزائرية

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



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

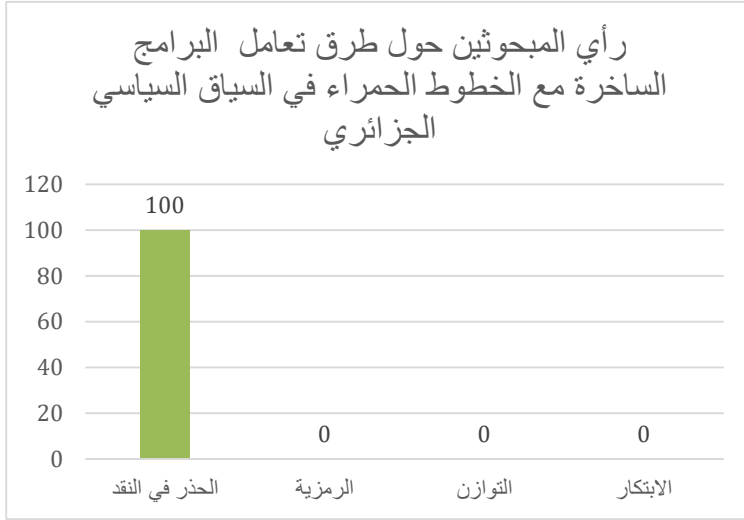
التعليق:

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.

يشير هذا التوزيع إلى أن البرامج الساخرة الجزائرية تركز بشكل أساسي على مواضيع الفساد الحكومي والسياسات الحكومية كموضوعات رئيسية لسخرتها.

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

السياسي الجزائري



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

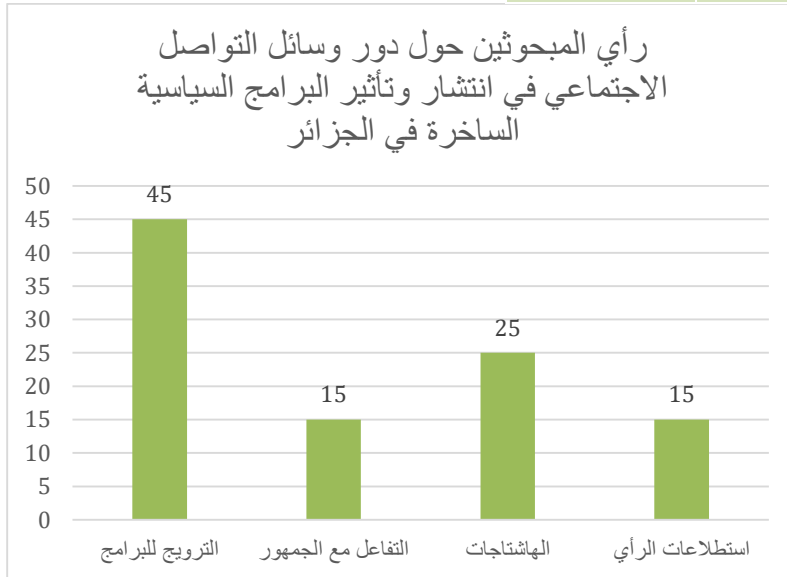
الإجابات	التكرار المطلق	النسبة %
الحذر في النقد	100	%100
الرمزية	00	%00
التوازن	00	%00
الابتكار	00	%00
المجموع	100	%100

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. استنتاجاً، يشير هذا التوزيع إلى 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

النسبة %	التكرار المطلق	الإجابات
45%	45	الترويج للبرامج
15%	15	التفاعل مع الجمهور
25%	25	الهاشتاغات
15%	15	استطلاعات الرأي
100%	100	المجموع



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

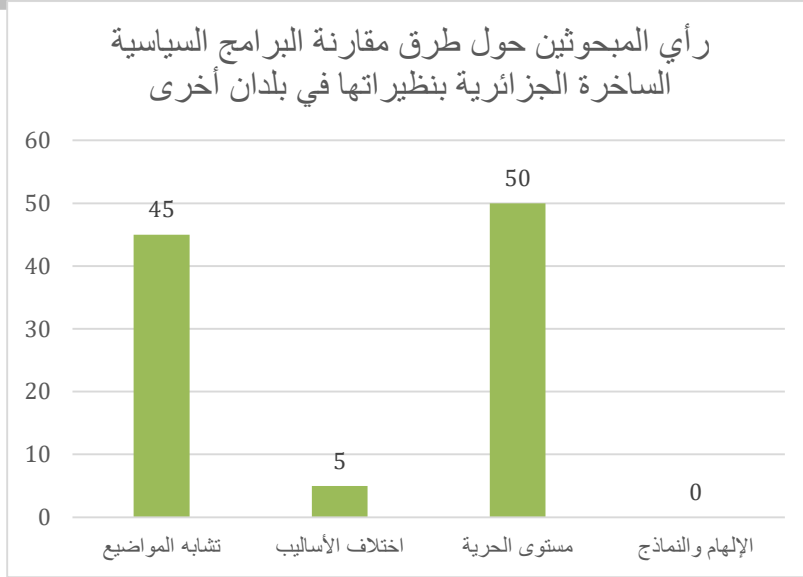
التعليق:

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 دورًا في الترويج للبرامج السياسية الساخرة، بينما يرون 15% منهم أنها تسهم في التفاعل مع الجمهور، و25% يشير إلى دور الهاشتاجات، و15% يذكرون استخدام استطلاعات الرأي. استنتاجًا، يشير هذا التوزيع إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا مهمًا في نشر وتأثير البرامج السياسية الساخرة في الجزائر، سواء من خلال الترويج لها أو تشجيع التفاعل معها من قبل الجمهور، بالإضافة إلى دور الهاشتاجات واستطلاعات الرأي في زيادة الانتشار والتأثير.

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

بلدان أخرى

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



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

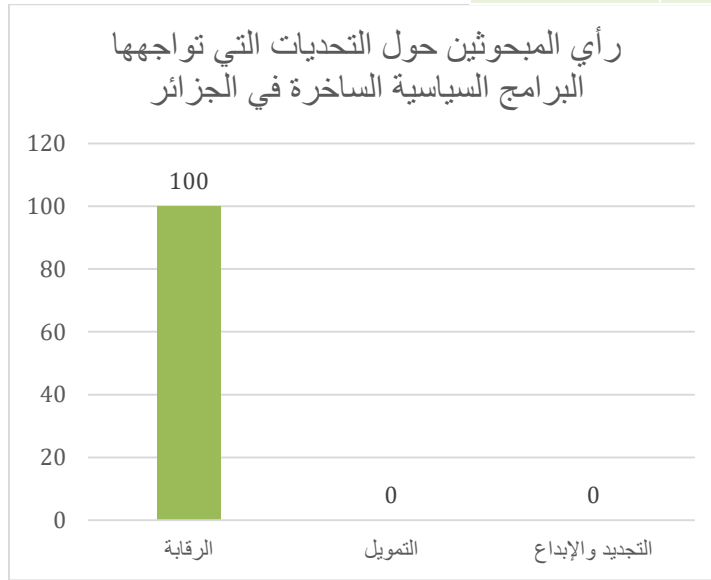
التعليق:

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.

هذا يشير إلى 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

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



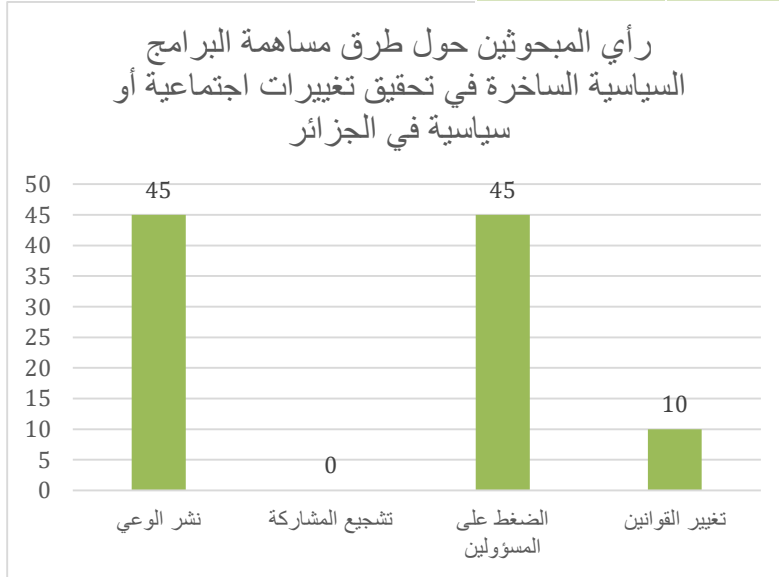
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

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

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



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

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

نتائج الدراسة

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

توضح الدراسة الحالية أن البرامج السياسية الساخرة تحظى بشعبية متزايدة واستحسان كبير من الجمهور الجزائري. يبدو أن هذه البرامج تعتبر وسيلة فعالة للتعبير عن الاستياء من الوضع السياسي والاقتصادي بطريقة مبتكرة ومسلية، مما يجعلها جاذبة للكثيرين. بالإضافة إلى ذلك، تساهم هذه البرامج في تسليط 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. لذا، يجب على هذه البرامج تجنب هذه التحديات والحفاظ على الحذر في التعبير، مع الحفاظ على مستوى الابتكار والجرأة في التقديم.

تشير النتائج أيضًا إلى أن البرامج السياسية الساخرة تلعب دورًا هامًا في تشكيل الرأي العام وتعزيز الوعي السياسي، وقد تساهم في توجيه الناخبين نحو قضايا معينة وزيادة مشاركتهم في العملية الديمقراطية.

ومن 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 والتوزيع، 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 لندنيا الطباعة والنشر الإسكندرية، 2008.
- ثانيا: أطروحات الدكتوراه والرسائل الجامعية:**
- إلهام بوتلجي، 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 الليبية الساخرة على إلى وتيوب، رسالة ماجستير، المجلة الليبية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة بنغازي، العدد 4، 2024.
- ثالثا: مقالات المجالات:**
- إسماعيل محمود حسن، السعيد مروى، 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 التداول 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 والانسانية، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، 2019.

– بوعطيط جمال الدين، السلوك التنظيمي، مطبوعة منشورة، جامعة سكيكدة، 2021.

– حفيفة 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، أساليب 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 جزيلًا 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 برنامجًا سياسيًا ساخرًا ناجحًا 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 نموًا بفضل تزايد استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.
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 ساخرًا ناجحًا في الجزائر؟

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

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

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

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 ○



قسم علوم الإعلام و الاتصال
مصلحة البحث العلمي و ما بعد التدرج

إذن بإيداع مذكرة التخرج بعد التصحيح

نحن الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة عن المذكرة :

..... الأستاذ المشرف (ة): **محمد طاري موسى**
..... الأستاذ المناقش (ة) : **بلعيد بنورة**
..... الأستاذ الرئيس (ة) : **كرواح ليد**

..... نأذن بإيداع مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر بعد تصحيحها بعنوان: **استراتيجية التسويق**

..... **الجزائري للبرامج السياسية الأساسية**

..... والتي أعدها الطالب (ة) : **مظنون شوقي**
..... والطالب (ة) : **بناكون محمد أمين**
..... والطالب (ة) :

..... المسجل بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ميدان : **الإعلام والاتصال**

..... تخصص : **العلامات التجارية**

..... الموسم الجامعي : **2023 / 2024**

إمضاء المشرف (ة)

إمضاء المناقش (ة)

إمضاء رئيس (ة) اللجنة

البويرة في: **15/19/2024**

رئيس قسم
علوم الإعلام و الاتصال بالنيابة
كامل منيرة