



ISSN 2735-4822 (Online) \ ISSN 2735-4814 (print)



Satirical Political Programs Presented on YouTube between Freedom and Responsibility "Analytical Study"

Master. Hala Fayez Ali Fahmy El Ganainy

Faculty of Women for Arts, Science & Education, Ain Shams university, Egypt.

hala-fayez@hotmail.com

Prof.Dr. Wail Ismail A.Barry

Faculty of Women for Arts, Science & Education, Ain Shams university, Egypt.

wailbarry@gmail.com

prof.Dr. Aliaa Ahmed Abd El Aal

Faculty of Women for Arts, Science & Education, Ain Shams University, Egypt.

Aliaa.aboudoma@women.asu.edu.eg

Receive Date: 14 February 2024, Revise Date: 23 March 2024

Accept Date: 25 March 2024.

DOI: [10.21608/BUHUTH.2024.270319.1641](https://doi.org/10.21608/BUHUTH.2024.270319.1641)

Volume 4 Issue 9 (2024) Pp.1-30.

Abstract

YouTube is one of the most important new media means that helped emergence of programs, shows and videos that discuss political, social and cultural issues and topics within innovative and attractive formats that differ from what the viewer was accustomed to in conventional means. This study aims at monitoring and analyzing satirical political programs and shows offered within YouTube and identifying type of these topics and issues they discuss and extent of their adherence to professional and ethical standards of media, The study used the social responsibility theory and depended on the media survey approach in order to analyze content of the topic and identify and demonstrate its various features and components as they are in reality within the profound analysis of the content of the programs, subject of the study, the sample of the study consisted of (5) programs and the researcher used the content analysis form and the findings of the study were as following, Findings of the study confirmed that the satirical political programs, subject of the study, don't abide by professional and ethical standards of media work such as accuracy, objectivity and balance, Also findings of the study confirmed that the way within which the programs, sample of the study, analyze and deal with issues and topics raised was opposing in the first class and this finding agreed with the nature of the satirical political programs that adopt the opposing negative position regarding events that happen in order to demonstrate and identify weaknesses and deficiencies in political regimes.

Keywords: Satirical Political Programs, YouTube, Social Responsibility.

البرامج السياسية الساخرة المقدمة عبر موقع اليوتيوب بين الحرية والمسئولية " دراسة تحليلية "

هاله فايز علي فهمي الجنائني

باحث ماجستير-اجتماع/ اعلام

كلية البنات -جامعة عين شمس، مصر

hala-fayez@hotmail.com

أ.د/عالية أحمد عبد العال

كلية البنات، جامعة عين شمس، مصر

aliaa.abudoma@women.asu.edu.eg

أ.د/وائل إسماعيل عبد الباري

كلية البنات، جامعة عين شمس، مصر

wailbarry@gmail.com

المستخلص:

يعد موقع اليوتيوب أحد أهم وسائل الإعلام الجديد الذي ساعد على ظهور البرامج والفيديوهات التي تناقش قضايا وموضوعات سياسية واجتماعية وثقافية ضمن قوالب مبتكرة وجذابة تختلف عما اعتاد عليه المشاهد في الوسائل التقليدية، وتهدف هذه الدراسة إلي رصد وتحليل البرامج السياسية الساخرة المقدمة عبر موقع اليوتيوب والتعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التي تناقشها، ومدى التزامها بالمعايير المهنية والأخلاقية للإعلام، استعانت الدراسة بنظرية المسئولية لاجتماعية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بغية تحليل بنية الموضوع وتوضيح سماته ومكوناته وأبعاده المختلفة كما هي في الواقع، من خلال التحليل المتعمق لمحتوى البرامج عينة الدراسة، وتكونت عينة الدراسة من (5) برامج، واستخدمت الباحثة استمارة تحليل المضمون، توصلت نتائج الدراسة إلي عدم التزام البرامج السياسية الساخرة محل الدراسة بالمعايير المهنية والأخلاقية الخاصة بالعمل الإعلامي كالدقة، والموضوعية والتوازن، كما أكدت نتائج الدراسة ان اتجاه معالجة البرامج عينة الدراسة للقضايا المثارة كان معارضا في المرتبة الاولى وتتفق هذه النتيجة مع طبيعة البرامج السياسية الساخرة التي تتبنى الاتجاه السلبي المعارض لما يقع من أحداث ، بهدف إظهار مواطن الضعف والقصور في الانظمة السياسية.

الكلمات المفتاحية: البرامج السياسية الساخرة - اليوتيوب -المسئولية الاجتماعية.

أدت تكنولوجيا الاتصال وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي إلى ظهور شكل جديد من الإعلام ، أتاح الفرصة للأفراد والجماعات للتعبير الحر عن الرأي، ووفرت لهم مجالاً للمناقشات والحوارات وطرح الرؤى المتباينة على مختلف الأصعدة وفي مختلف المجالات وخاصة في المجال السياسي، حيث أصبحت هذه المواقع على درجة كبيرة من الأهمية بحيث لا يمكن التخلي عنها بالنسبة للكثير من مستخدميها ذلك لما تتميز به من سمات تميزها عن غيرها من الوسائل التقليدية الأخرى التي تمكنها من تقديم خدمات كثيرة لمستخدميها، وقد أدى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي إلى التطور النوعي في مفهوم الجمهور حيث أصبح الجمهور المستخدم لتلك المواقع هو الفاعل في العملية الاتصالية من خلال إنتاج المضمون ونشره ليخاطب به مستخدمين آخرين.

يعد موقع يوتيوب أحد أهم هذه المواقع الذي ساهم في إحداث نقلة نوعية في المحتوى الاتصالي بحيث حول المستخدمين إلى منتجي رسائل إعلامية من السهل نشرها ومشاركتها بدون أي قيود أو رقابة وأصبح أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلي جميع انحاء العالم ومشاركتها مع الآخرين بسهولة.

ويسمح موقع اليوتيوب للمستخدم بتحميل مقاطع الفيديو التي يرغب فيها بدون أي شكل من أشكال الرقابة على المضمون الذي يتم تحميله وبالتالي فهو يقدم وسيلة إعلامية بديلة تختلف عن الوسائل التقليدية من حيث المضامين المقدمة كما يسمح بالمشاركة في النقاش حول القضايا والموضوعات المختلفة التي يتم طرحها وبالتالي فهي تتيح شكل من أشكال التفاعل لم تكن متاحة من قبل وسائل الإعلام التقليدية

أصبح اليوتيوب من أهم مواقع تبادل مقاطع الفيديو وتبادل المضامين المبتكرة والتميزة والقدرة على نشرها مجالات مختلفة التوجهات والأيدولوجيات باستخدام الكلمات المفتاحية لتسهيل تبادل مقاطع الفيديو والتعليق عليها وتقييمها من قبل مستخدميها وبالتالي تتنوع عناصر تفاعل المشاهد مع مقطع الفيديو.

تعددت منصات التواصل الاجتماعي ولم تقتصر على منصة واحدة فقط، بل كثرت لتجعل الواقع الذي نعيشه أكثر افتراضية حيث أصبح العالم قرية كونية افتراضية يطل من مشارفها الجميع، خاصة منصة اليوتيوب الذي يتسم بالحيوية وسعة الانتشار والشعبية العالية بمثابة الموقع الافتراضي القادر على نقل الصور الحية بكل أنية دون كلل، ظهر المحتوى الرقمي الساخر خاصة السياسي في عالمنا العربي خاصة بعد موجة الحراك والغليان السياسي الذي شهدته المنطقة العربية او ما اطلق عليه ب "ثورات الربيع العربي التي كانت أحد الأسباب الحقيقية لظهوره وانتشاره، وقد تجلى ذلك في العديد من الخطابات المعارضة والرافضة للواقع الاجتماعي والسياسي المعاش، المتسمة بروح الدعابة والضحك والكوميديا، والتي لجأ إليه الشباب بغية التعبير عن آرائهم وأفكارهم وتوجهاتهم السياسية، ونقد هياكل السلطة والمطالبة بالتغيير، مستثمرين في هامش الحرية التي تتمتع به البيئة الافتراضية، ومن هنا ساعد اليوتيوب في نقل الصورة السياسية للأحداث الجارية من خلال طرحها كمضامين سياسية ساخرة لنقد الواقع وانعكاسه السياسي لتوصيل الصورة العاكسة للأحداث السياسية لجعله أكثر إدراكاً لما تطرحه الساحة السياسية من أنشطة وأعمال سياسية.

ونظراً لانتشار اليوتيوب كمنصة ووسيلة إعلامية جديدة برزت في السنوات الماضية مجموعة من البرامج على اليوتيوب تنتقد المجتمع وطرق الحياة السياسية في العالم العربي؛ اعتمدت هذه البرامج على أساليب إقناعية مختلفة، لعل أنجحها الأسلوب الكوميدي الساخر، مما جعل تلك البرامج تملك جماهيرية ونسبة مشاهدة بالملايين وقد لمعت نجومية بعض الشباب من خلال تلك الفيديوهات البسيطة التي نشرت على موقع اليوتيوب والتي تحمل مواضيع ساخرة حول الأوضاع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتنمية إضافة إلى السخرية من بعض الرموز السياسية للدولة.

وفي ظل انتشار هذا النمط الجديد من التدوين بالفيديو وظهور عدد كبير من برامج اليوتيوب السياسية الساخرة وزيادة المتابعين لها وما يمكن أن تقوم به من دور في التأثير على المستخدمين خاصة بين فئة الشباب فإن هذه الدراسة تسعى إلى رصد وتحليل كيفية معالجه هذه البرامج للأوضاع السياسية والاجتماعية في إطار دراسة تحليلية على عينة من البرامج السياسية الساخرة المقدمة عبر موقع اليوتيوب ومدى التزامهم بأبعاد المسئولية الاجتماعية.

وفي هذا السياق سنحاول من خلال دراستنا هذه معرفة ماهية البرامج السياسية الساخرة المقدمة على موقع اليوتيوب والتعرف على طبيعة هذه البرامج من خلال رصد وتحليل مضمونها ومدى التزامها بأبعاد المسئولية الاجتماعية للإعلام.

أولاً: مشكلة الدراسة:

نظراً لما تشهده المجتمعات الحديثة من ظاهرة تنامي استخدام تقنيات الإعلام الإلكتروني، فقد ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني ولاسيما مواقع التواصل الاجتماعي، لذلك يسمى بجيل الإنترنت وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي ومنها اليوتيوب موقع الدراسة تتسم بعناصر الفورية والتفاعلية، وتعدد الوسائط والتحديث.

يعتبر موقع اليوتيوب من أهم مظاهر التكنولوجيا الحديثة على شبكة الإنترنت التي دفعت العالم نحو عصر جديد من التفاعلية والتواصل الإنساني وحرية الرأي والتعبير ومنافسة وسائل الإعلام التقليدية التي لم يستطع ملاحقة تطورات وسائل الإعلام الجديد التي أعطت مرونة كبيرة للاتصال ودعمت دور المتلقي ليصبح متلقياً ومنتجاً ومرسلاً في نفس الوقت دون قيد أو رقابة ووفقاً للمعايير التي يختارها ويحددها

يعد موقع اليوتيوب واحداً من أهم مواقع التواصل الاجتماعي ومن أكبر المواقع لاستضافة ملفات الفيديو المنتجة على المستوى الشخصي في العالم والذي نال شعبية كبيرة وسريعة للغاية حيث إنه أحدث نقلة نوعية في ثراء المواد الإعلامية المرئية باتصال ثنائي الاتجاه، كما أتاح من خلال الإمكانيات والأدوات التي يوفرها فرصاً ضخمة للأفراد والجماعات للتعبير عن الأفكار والآراء ووجهات النظر حول العديد من الموضوعات التي تهم الشأن العام مما أدى إلى تحويل مستخدمي اليوتيوب إلى منتجين للرسائل الإعلامية وحقق لهم الجمهور النشاط بكل ما تتضمنه من عمليات اتصالية.

وفي هذا الإطار تمثل البرامج المقدمة عبر موقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت مجالاً هاماً لمناقشة الموضوعات والأحداث ويلقي الضوء على مجالات اهتمامهم على اختلافها وتنوعها بأسلوب سهل وبسيط، وتعد ظاهرة انتشار البرامج السياسية الساخرة في الوطن العربي من الظواهر التي أفرزتها البيئة الرقمية الاتصالية الجديدة والتي أتاحت للمواطن التعبير عن آراءه وأفكاره ومواقفه السياسية، معتمدة على أسلوب السخرية ونقد كل ما هو سلبي في المجتمع واستطاعت أن تحقق مشاهدات بالملايين، حيث لم تعد هذه البرامج مجرد ظاهرة إعلامية عابرة بل أصبحت توجهاً إعلامياً جديداً تتيح لمستخدميها الحرية في التعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم في ظل غياب أي نوع من الرقابة على ما ينشره من موضوعات مختلفة، الآن الحرية التي تتمتع بها هذه البرامج قد تكون عاملاً مساعداً للتجاوز أحياناً في استغلال الحرية المتاحة وممارسة دور سلبي في معالجة الموضوعات والقضايا.

ومن هنا يمكن تحديد مشكلة الدراسة الرئيسية في رصد وتوصيف وتحليل مضمون البرامج السياسية الساخرة المقدمة عبر موقع اليوتيوب ورصد وتحليل القيم والأخلاقيات التي تحملها البرامج، بالإضافة إلى معرفة كيفية معالجة المواضيع والقضايا السياسية التي تطرحها، وكذلك أسلوب العرض الذي يعتمد عليه وطبيعة الرسالة التي يسعى إلى تحقيقها ومدى التزامها بالأخلاقيات المهنية ومادى التزامها بأبعاد المسئولية الاجتماعية.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من النقاط التالية:

الأهمية العلمية (النظرية):

١. محاولة إثراء التراث النظري بموضوع البحث في مجال البرامج السياسية الساخرة التي تقدم عبر موقع اليوتيوب، باعتبار هذا المجال توجهاً إعلامياً جديداً لم يلق الاهتمام الكافي بعد من جانب الدراسات العربية والتي تقوم على نقد الواقع السياسي والاجتماعي مستخدمة الأسلوب الساخر لإحداث التأثير والجدبية للمضامين المقدمة.
٢. انتشار ظاهرة السخرية السياسية خاصة بعد الثورات العربية بالتزامن مع زيادة تأثير موقع اليوتيوب مع اتساع دائرة الحرية التي يتيحها للتعبير عن الآراء الشخصية والنقدية.
٣. ترجع أهمية هذه الدراسة لما يمثله اليوتيوب من أهمية كوسيلة إعلامية بديلة في صناعة وبث الرسائل الإعلامية و دوره في تشكيل آراء الجمهور نحو العديد من القضايا والمشكلات حول العالم.
٤. أهمية البرامج السياسية الساخرة المقدمة عبر موقع اليوتيوب كظاهرة إعلامية جديدة، يمكن أن تكون هادفة إذا تم توظيفها بشكل جيد لتقويم الأداء الحكومي والإعلامي، لذلك كان من الضروري دراسة هذا النوع من البرامج وتحليلها والتعرف على ماتنطوي عليه من أخلاقيات وقيم مهنية إعلامية.

الأهمية العملية:

١. أهمية دراسة البرامج السياسية الساخرة المقدمة عبر موقع اليوتيوب عينة الدراسة في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية انطلاقاً من الأهمية الخاصة لأخلاقيات الإعلام بالمقارنة بأي مهنة أخرى لأهمية رسالته في مخاطبة الإنسان ودوره في تشكيل معارفه وقيمه واتجاهاته لذلك فإن أخلاقيات الإعلام تتخطى حدود أخلاقيات العمل والمهنة وتشمل أخلاقيات الإنسان بصفة عامة، خاصة مع إتساع مساحة الحرية التي تمتع الإعلام الجديد من حيث حرية التعبير والنقد.
٢. السعي نحو توفير أكبر قدر من الحقائق والبيانات عن ظاهرة الدراسة يمكن الاسترشاد بها والرجوع إليها من قبل الباحثين.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلي تحقيق هدف رئيسي وهو رصد وتحليل مضمون عينة من البرامج السياسية الساخرة المقدمة عبر موقع اليوتيوب وذلك من خلال عدة أهداف فرعية:

١. التعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التي تتناولها البرامج السياسية الساخرة محل الدراسة، واتجاهات معالجته لها، وطبيعة الرؤية التي يقدمها حول ذلك.
٢. رصد أهم القضايا التي تتناولها البرامج السياسية الساخرة محل الدراسة.
٣. التعرف على أساليب معالجة القضايا في البرامج السياسية الساخرة عينة الدراسة.
٤. رصد وتوصيف الأهداف التي تسعى البرامج إلي تحقيقها.
٤. التعرف على القوالب الفنية وعناصر الجذب المستخدمة في تقديم موضوعات البرامج.
٥. الكشف عن مدى التزام البرامج السياسية الساخرة للمعايير المهنية والأخلاقية للإعلام.
٦. الكشف عن التجاوزات التي توجد في البرامج عينة الدراسة.

رابعاً: تساؤلات الدراسة:

- **تساؤلات خاصة بفئات بالشكل :**
- ١. ما المدة الزمنية للبرامج السياسية الساخرة المقدمة عبر موقع اليوتيوب ؟
- ٢. ما القوالب الفنية المستخدمة في عرض البرامج السياسية الساخرة عينة الدراسة؟
- ٣. ما عناصر الجذب المستخدمة في تقديم البرامج السياسية الساخرة عينة الدراسة؟
- ٤. ما نوعية اللغة المستخدمة في تقديم موضوعات البرامج السياسية الساخرة عينة الدراسة؟
- ٥. ما وسائل الإيضاح المستخدمة في البرامج السياسية الساخرة عينة الدراسة؟

• **تساؤلات خاصة بفئات المضمون:**

١. ما أهم القضايا التي تناولتها البرامج السياسية الساخرة عينة الدراسة
٢. كيف وظفت البرامج أساليب الإقناع العقلانية والعاطفية حول القضايا التي تناولتها؟
٣. ما أساليب السخرية المستخدمة في البرامج عينة الدراسة؟
٤. ما هي المصادر التي تعتمد عليها البرامج السياسية الساخرة عينة الدراسة؟
٥. ما الأهداف التي تسعى البرامج إلي تحقيقها ؟
٦. ما أساليب معالجة البرامج حول القضايا المثارة؟
٧. إلي أي حد التزمت البرامج بالأخلاقيات المهنية، وما طبيعة التجاوزات الإعلامية الموجودة داخل البرامج؟

خامساً مفاهيم الدراسة:

البرامج السياسية¹: Political programs

هي البرامج المختصة في عرض الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الهيئات الإعلامية ذات التخصص في بث المواقف والأفكار المتعلقة بالشؤون السياسية والحكومية .

البرامج الساخرة²: Satirical Programs

أنها تلك البرامج التي تتناول أنماط ومواقف وأحداثاً وأوضاعاً راهنة بأسلوب ساخر واقعي ونقدي، يحمل الطابع الكوميدي، وتحليل الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وما يدور من أحداث جارية في المجتمع لتصل إلي أكبر عدد من المشاهدين بمختلف أعمارهم.

البرامج السياسية الساخرة³: Satirical Political Programs

هي شكل من أشكال الخطاب السياسي، التي تستخدم لتحقيق الاتصال السياسي، بأسلوب يتميز بالسخرية والتهكم اللفظي، ولها القدرة على مواجهة السلطة وإصدار الحكم على المسؤولين في شكل انتقادات ممزوج بالتهكم والتسلية والضحك.

¹ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ٢٠٠٤ القاهرة، السحاب للنشر والتوزيع.

² محمد بركات عبد العزيزو آخرون، معالجة البرامج الساخرة للأحداث الجارية في مصر، المجلة العربية لكلية التربية النوعية، جامعة المنوفية العدد ٤، ج ٢، ص ١٧١-٢٠٠.

³ Ruggieri, Francesca, Political Satire on Television: How Political Satire Encourages Critical Awareness of Political Issues and Contributes to the Formation of a Civic Culture, The International Journal of Cross- cultural Studies and Environment Communication, volume 2, Eidtura universitara,Romania.

السخرية¹: Irony

هي طريقة من طرق التعبير تعتمد على استخدام ألفاظ تقلب المعنى إلى عكس المقصود منه في الحقيقة، فيكون غرضها توجيه النقد للأوضاع القائمة وإثارة الضحكات حولها، وقد اتخذت كلمة السخرية أشكالاً عديدة في ثقافة العصر الحديث وأصبحت تستخدم كأداة للكشف عن أوجه القصور في الطبيعة البشرية ووصف الأحداث الجارية.

اليوتيوب²: YouTube

اصطلاحاً هو أكبر مواقع على شبكة الإنترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.

المسئولية الاجتماعية³: Social Responsibility and Ethics

هي تلك التي تركز على الحقوق وارتباطها بالواجبات والمسئولية الاجتماعية متبادلة بين الأفراد والجماعات وبين المجتمعات المحلية والمجتمع العام .

من الناحية الإعلامية تنبع أهمية نظرية المسئولية الاجتماعية في الدراسة الحالية من أنها تدعو إلى المحافظة على استقلال وسائل الإعلام، والتوافق بين حريتها والتزامها بمعايير المسئولية الاجتماعية.

المسئولية الاجتماعية إجرائياً: الأدوار التي يجب أن تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع عند تناول قضية من القضايا بما فيها من التزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية.

سادساً: الإجراءات المنهجية للدراسة

١-نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى إلى دراسة ظاهرة معينة وتوصيفها ومعرفة كافة جوانبها، وتصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة أو دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس والأحداث، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنه، والظاهرة التي تسعى الدراسة إلى تقرير خصائصها هي البرامج السياسية الساخرة المقدمة عبر موقع اليوتيوب، وذلك من خلال دراسة تحليلية على عينة من البرامج.

٢-منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح وهو أحد المناهج المستخدمة في البحوث الوصفية، حيث تقوم الباحثة في هذه الدراسة بإجراء مسح على عينة من البرامج السياسية الساخرة التي تم عرضها في فترة زمنية محددة والتي تتناول الأوضاع والأحداث السياسية والاجتماعية.

٣- مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في عينة من البرامج السياسية الساخرة المقدمة عبر موقع اليوتيوب الأكثر شهرة ومشاهدة التي تمثل عدد كبير من المشاهدين المستخدمين على موقع اليوتيوب

تتمثل عينة الدراسة التحليلية في عينة عمدية من البرامج السياسية الساخرة المقدمة عبر موقع اليوتيوب، قامت الباحثة برصد وتحليل خمسة من البرامج عينة الدراسة (جوشو، السليط الإخباري، عبد الله الشريف ، الأسبوع في كيس، خمسه بالمصري) في الفترة من ١٢/١٠/٢٠٢٢ حتى ١٣/١٠/٢٠٢٣، وتم تحديد الفترة الزمنية خلال الحرب الروسية الأوكرانية وتداعيات هذه الحرب على العلاقات المصرية

¹ Jeffrey P.Jones, Jonathan Gray and Ethan Thompson, Satire Tv: Politics and Comedy in the post-Network by Eds. New York,University Press, 2009.

² محمود علم الدين، الإعلام الرقمي الجديد، البيئة والوسائل، القاهرة، السحاب للنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ١٤٣.

³ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، ص ٤٨٨.

الخارجية وتداعياتها على الاقتصاد المصري الامر الذي ادى إلى ارتفاع الأسعار وزيادة معدل التضخم والكساد وحتى فترة الإعلان عن انتخابات الرئاسة المصرية وتم حصر البرامج التي تطرح وتناقش مضامين قابلة للبحث والدراسة، وقد بلغ عدد الحلقات التي تناولتها الدراسة بالتحليل ٢٠٠ حلقة.

مبررات اختيار العينة

اعتمدت الباحثة على عينة عمدية من البرامج التي تتناول القضايا السياسية والاجتماعية من خلال النقد والسخرية ونظرا لصعوبة إجراء الدراسة على جميع البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب، قامت الباحثة بالتالي:

- إجراء دراسة استطلاعية مسحية على البرامج الساخرة باليوتيوب وذلك في الأول من يناير ٢٠٢٢ وكشفت عن تصدر البرامج السابقة لمعدلات المشاهدة والتفاعل مقارنة بنظيراتها من البرامج الساخرة على الموقع والتي اشترك في كونها تهدف إلى نقد الأوضاع السياسية والاجتماعية للإحداث.

- اعتمدت الباحثة على محرك البحث الخاص بموقع اليوتيوب حيث استخدمت كلمات مفتاحية معبرة عن الواقع السياسي والاجتماعي للبلاد خلال هذه الفترة، ما دار لها من احداث وازمات والكلمات هي (البرامج السياسية الساخرة- السخرية السياسية، الحرب الروسية الأوكرانية- الازمة الاقتصادية) وتم إدراج هذه الكلمات واسفر البحث على عينة من البرامج محل الدراسة ممن انطبقت عليهم شروط العينة وتم تحديد الرابط الخاص بكل برنامج.

معايير اختيار العينة:

- أن تحظى بأكبر نسب مشاهدة طبقا لعدد المشاهدات المستخدم على اليوتيوب.
- أن تكون البرامج المقدمة عبر موقع اليوتيوب يتم إنتاجها بواسطة أفراد عاديين.
- أن يستعرض البرنامج مناقشة قضايا تتعلق بالمجتمع المصري.
- أن تكون ذات طابع تحليلي يقوم على مناقشة وعرض القضايا.
- أن تحمل في طياتها الانتقادات للأوضاع السياسية والاجتماعية في المجتمع
- أن تعتمد على أسلوب النقد الساخر.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المضمون الذي يعرف بأنه "تحليل كمي منظم للمحتوى الإعلامي يساعد على استخلاص النتائج والاستنتاجات العامة التي تلخص المحتوى بدلا من التركيز على كل وحدة على حدة، ويرتبط تحليل المضمون ارتباطاً مباشراً بالمشكلة البحثية والأهداف والتساؤلات الخاصة بالدراسة كما أنه لا يقتصر على الجوانب الموضوعية فقط بل يشمل الجوانب الشكلية أيضاً، وذلك للوصول إلى وصف شامل للموضوع مع تدعيم هذا الوصف باستنتاجات سليمة واستدلالات منطقية، وقد حددت الباحثة وحدة التحليل بالحلقة، والتي تمثل الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية، ويقصد بها الوحدة الإعلامية المتكاملة التي تقوم الباحثة بتحليلها، وهي التي يستخدمها منتج المادة الإعلامية لتقديم المادة إلى الجمهور.

توصيف عينة الدراسة التحليلية:

جدول رقم (١) السمات العامة للبرامج السياسية الساخرة محل الدراسة

اسم البرنامج	مقدم البرنامج	عدد المشتركين	عدد الحلقات	سعة المشاهدة
جو شو www.youtube.com/@JoeshowAlaraby	يوسف حسين	٤ مليون	٢١٩	٥٣٠,٨١٠,٦٣٢
السليط الإخباري www.youtube.com/@AJpluskibreat	نيكولاس خوري	٦.٢٩ مليون	٣٠٠	١,٢٨٦,٧٧٩,٩٠٧
عبد الله الشريف www.youtube.com/@abdullahelsherif	عبدالله الشريف	٥ مليون	٣١٨	٨٥٠,٧٥٦,٧٣٩
الأسبوع في كيس www.youtube.com/@ahmedbehiry	أحمد البحيري	١.٩٥ مليون	٣٨٠	٧١٠,٢٣٦,٩٤٠
بالمصري www.youtube.com/@egyfive	بكر المصري	٥٠٥ ألف	١٠٣	١٩٢,٩٩٧,١١٠

سابعا: إجراءات الصدق والثبات^١:

أولاً إجراءات الصدق:

ويقصد به التأكد من صلاحية الاستمارة للتطبيق وتحقيق أهدافها في جمع البيانات المطلوبة، وهو ما يسمى بصدق الاستمارة Validity، أي صلاحية الاستمارة لتحقيق الهدف الذي صممت من أجله (قياس ما هو مطلوب قياسه).

قامت الباحثة بعرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من المحكمين لحكم على مدى صلاحيتها وملاءمتها للدراسة، وبناء على آراء السادة المحكمين في الاستمارة قامت الباحثة بإجراء التعديلات اللازمة على الاستمارة، ثم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية لتحقيق صدق الاستمارة والصح المنطقية لأسلوب القياس.

ثانياً إجراءات الثبات:

ويقصد به مدى ثبات النتائج التي يتوصل إليها الباحث بتكرار القياس على الخاصية ذاتها. وقد قامت الباحثة باستخدام أسلوب إعادة الاختبار، الذي يتفق خبراء تحليل المضمون على أنه أنسب طريقة لقياس ثبات التحليل في الدراسة التحليلية، حيث أجرت الباحثة اختبار الثبات مع باحثة في مجال الدراسات الإعلامية لمعرفة مدى ثبات معامل التحليل بينهما على المستوى الكلي للقياس وذلك بعد تزويدها بالتعريفات الإجرائية الخاصة بفئات التحليل، وتم إجراء الثبات على عينة مختارة من الحلقات البرمجية التي تضمنتها عينة الدراسة بنسبة ١٠٪ بواقع ٢٠ حلقة "٥ حلقات لكل برنامج، وبعد إجراء معادلة هولستي، لقياس درجة الاتساق في التحليل حيث معامل الثبات هولستي (ت) / (ن-١) (٢-١) حيث ت=٢ عدد الحالات التي يتفق عليها الباحثان، ن=١ عدد الحالات التي توصل إليها الباحث الأول، ن=٢ عدد الحالات التي توصل إليها الباحث الثاني. وقد أشارت معاملات الارتباط إلي الاتفاق في تحليل فئات المضمون، حيث بلغ معامل الثبات ٨٥,٠٪ وتدل هذه النسبة على ثبات التحليل بدرجة عالية.

^١ أسماء السادة المحكمين

أ.د/ اعتماد خلف معبد، أستاذ إعلام وثقافة طفل، كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس.
أ.د/ فائق عبدالرحمن الطنباري، أستاذ الإعلام، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس
أ.د/ محمد معوض إبراهيم، أستاذ الإعلام، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
وقد تم إجراء الثبات مع الباحثة ميادة أحمد بهاء الدين العشماوي، طالبة دراسات عليا ماجستير، قسم اجتماع، شعبة إعلام، كلية البنات، جامعة عين شمس.

ثامنا: المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من تحليل مضمون الدراسة التحليلية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" وقد تم اللجوء إلي المعاملات والاختبارات الإحصائية وهي التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات السابقة التي تناولت البرامج والفيديوهات الساخرة على موقع اليوتيوب ويمكن عرضها على النحو التالي:

هدفت دراسة زهرة باعزيز ٢٠٢٣ إلي التعرف على توجهات البرامج السياسية الساخرة والمتمثلة في برنامج السليط الإخباري والتي تبث عبر منصة اليوتيوب من خلال رصد المواضيع التي تتعرض لها والأهداف التي تسعى إليها والقيم التي تحتويها مستخدمين المنهج المسحي وأداة تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلي أن

البرامج السياسية الساخرة تهدف إلي نشر الوعي السياسي لدى فئات المجتمع كما أنها تركز في مواضيعها على فئة الشخصيات السياسية بالدرجة الأولى من الوزراء والبرلمانيين بالسخرية والنقد، كما أن هذه البرامج تجسد مجموعة من القيم والمبادئ التي تسعى إلي غرسها في المجتمع العربي من خلال متابعتها من بينها القيم السياسية تمثلت في نقد كل السلوكيات التي تبث عبر الفضائيات العربية أو المنصات الرقمية.

سعت دراسة هنا جلال على عبد الله ٢٠٢٣ لمعرفة أكثر القضايا التي تناولتها مقاطع الفيديوهات بموقع اليوتيوب طبيعة الفيديوهات التي تعكس الواقع السياسي في مصر، وطبيعة التعليقات التي يعلق بها الشباب الجامعي على المضامين السياسية الساخرة المطروحة بموقع اليوتيوب كما يهدف البحث لمعرفة طبيعة التقنيات المستخدمة بمقاطع الفيديوهات العارضة للمضامين السياسية الساخرة. واعتمدت الباحثة على منهج المسح بالعينة بالعينة وذلك لرصد وتحليل المضامين السياسية الساخرة المقدمة في عينة الفيديوهات المتخصصة بعرض القضايا السياسية بموقع اليوتيوب وتتناول المضامين الساخرة حول القضايا والاحداث السياسية، حيث يتم اختيار تلك العينة وترتيبها وفقا لحجم إقبال الشباب الجامعي عليها وذكرها وفقا لهذا الترتيب كما يتم اختيارها وفقا لتفاعلهم النشط معها وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في اختيار عينة عشوائية من مقاطع الفيديوهات المتناولة للمضامين السياسية الساخرة، وكانت النتائج كالآتي

تبين وجود فروق دالة إحصائية بين فئات الموضوعات في مقاطع اليوتيوب بنوعها موضع الدراسة وجاءت السخرية من الأوضاع الجارية وطرح الآراء لوجهات النظر التي تعكس الواقع السياسي في مصر يليها الموضوعات السياسية ثم الموضوعات الاجتماعية، جاءت التقنيات المستخدمة بمقاطع الفيديوهات بنوعها العارضة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر جاء كل من أرشيف لمقاطع الفيديوهات المتناولة للقضايا السياسية الساخرة عينة الدراسة، خدمة مشاركة الفيديوهات السياسية الساخرة للاصدقاء، خدمة التعليقات على مقاطع الفيديو، وخدمة جعل مقاطع الفيديو عامة للجميع الأعلى، يليها فيديوهات للأعمال الدرامية ذات مضامين سياسية مصحوبة بكلمات تعبر عن وجهات النظر.

جاءت كل من اللغة العربية العامية، ولغة الانترنت الأكثر استخداماً، وجاءت تعليقات نصية بكلمات تهكم، وتعليقات براو بط لفيديوهات مشابهة الأعلى، يليهما التعليقات بنكته أو صورة سياسة ساخر.

هدفت دراسة إلي Leilaadt Mirghaderi 2023 إلي تحليل الموضوعات الرئيسية التي يتناولها وينتقدتها الساخرون الإيرانيون على إنستجرام وتقديم رؤى فيما يتعلق بكيفية استخدام الساخرين الإيرانيين على إنستجرام لانتقاد جوانب مختلفة من القضايا الاجتماعية والثقافية والسياسية الأكثر بروزاً في سياق إيران والتحقيق في كيفية محاولتهم ذلك لنقل معارفهم وزيادة الوعي حول المواضيع التي لا تتم مناقشتها علناً، والكشف عن مدى مساهمة المحتوى الإيراني الساخر في تسهيل التبادل الديمقراطي للأفكار كشرط للتحول من الفضاء العام إلي المجال العام، استخدمته هذه الدراسة المنهج البحثي والتحليل الموضوعي وتحليل الخطاب النقدي، تم استخلاص عشرة مواضيع تدرج ضمن فئتين عريضتين من النقد الداخلي والخارجي، حيث تشير فئة النقد الداخلي إلي المواضيع التي تكشف الأبعاد الاجتماعية والثقافية للعلاقات والتفاعلات، في حين تشير فئة النقد الخارجي إلي المواضيع التي تنتقد الدولة ومؤسساتها القائمة، ان عالم الانترنت المصحوب بالسخرية سهل التبادل الديمقراطي للأفكار كشرط للتحول من الفضاء العام إلي المجال العام، عبر المؤثرون الإيرانيون على إنستغرام عن أفكارهم المعارضة للهيمنة القائمة ويتحدون أيضاً ما يتعلق بالمجال الخاص أو العام وانهم يشكلون جماهير مضادة تابعة في عالم الإنترنت.

هدفت دراسة فاطمة الزهراء عبد الحارس فهمي ٢٠٢٢ إلي التعرف على سمات وملامح الصورة الذهنية المتشكلة لدى الجمهور عن السياسيين في مصر ورصد معرفة ووعي الجمهور ومدى اهتمامه بمتابعة الأخبار السياسية، وكذلك معرفة المصادر الاتصالية التي يلجأ لها الجمهور لاستقاء المعلومات السياسية خاصة أثناء الثورات، وقد استخدمت الباحثة منهج المسح لعينة ٤٠٠ مفردة من الجمهور العام، وذلك باستخدام الجمهور العام للعينة المتاحة لديها من الجمهور، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج، جاء في المرتبة الأولى من يتابعون المحتوى السياسي الساخر بشكل متوسط بنسبة ٤٦,٢٥٪ وجاء في المرتبة الثانية من يتابعون المحتوى السياسي الساخر بشكل منخفض بنسبة ٤٥٪ وفي المرتبة الأخيرة من يتابعون المحتوى السياسي الساخر بشكل كثيف بنسبة ٨,٧٥٪، كما أثبتت الدراسة أن الضحك والسخرية الهدف الأساسي من متابعة الفيديوهات السياسية الساخرة، أثبتت الدراسة أن نسبة ٥٩,٢٥٪ من المبحوثين يتقون في المعلومات المقدمة من خلال الفيديوهات السياسية الساخرة عبر يوتيوب بشكل متوسط، ونسبة ٣٠,٢٥٪ يتقون بشكل منخفض، بينما يتقن نسبة ١٠,٥٪ بشكل كبير.

وهدفت دراسة 2022 Kanso Atmo Sukarto إلي وصف أشكال ووظائف الهجاء والسخرية في محتوى فيديو هذه القناة، تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية النوعية تم الحصول على البيانات باستخدام نظرية غوريس كيراف، جاءت نتائج هذه الدراسة في رصد ٢٩ نمطا من لغات الهجاء الساخرة التي تسخر من مستخدمي يوتيوب ومستخدمي الإنترنت وهيئة المحلفين، وظيفة أسلوب لغة الهجاء هي ٩ وأسلوب السخرية هو ٤ استنادا إلي البيانات التي يجدها الكاتب أن النمط الساخر من الهجاء أكثر هيمنه من أسلوب السخرية ومع ذلك لديها العديد من الوظائف نفسها التي هي تقديم الرأي.

كما تناولت دراسة أمينة أحمد حامد ٢٠٢٢ البرامج التلفزيونية الساخرة بالرصد والتحليل من الجانب الأخلاقي والمهني، من خلال تحليل مضمون ورصد تلك البرامج وما آلت إليه من تغيير، وعلى مستوى الموضوعات التي تم تناولها، والأهداف الوظيفية لها، بل من ناحية القيم الأخلاقية والاجتماعية لتلك البرامج ومدى تناسبها مع عادات المجتمع المصري وتقاليده، وقامت الباحثة بتحليل مضمون عينة من البرامج التلفزيونية الساخرة التي أذيعت خلال عامي (٢٠١٤) و (٢٠١٥) على قنوات Mbc مصر والنهار والمحور، وتمثلت عينة الدراسة في تحليل أربعة من البرامج الساخرة، تم إجراء التحليل بواقع

(١٢) حلقة لكل برنامج وتتراوح مدة الحلقة (٥٠ - ٥٥) ، وقد تم تحليل العينة التحليلية نتيجة تطبيق دراسة استطلاعية على عينة عشوائية من الجمهور تتكون من (٥٠) مفردة تم سؤالهم عن أكثر البرامج التلفزيونية الساخرة مشاهدة، وجاءت نتائج الدراسة إلي تنوع أشكال القوالب الفنية لتلك البرامج لأكثر من شكل كحديث مباشر واستعراضى وسيمى دراما بنفس الفقرة بالمرتبة الأولى بنسبة (٤٠٪)، ثم قالب السيمي دارما بالمرتبة الأولى بنسبة (٣٩,٤٪)، حيث اعتمدت البرامج الساخرة عينة الدراسة على عدة أساليب لمعالجة القضايا، وجاء أسلوب نقد الأوضاع الراهنة بشكل ساخر والسخرية من السلوكيات بالمرتبة الأولى بنسبة (٩٣,٣٪)، يليه في المرتبة الثانية السخرية من الشعب بنسبة (٨٠٪) .

وسعت دراسة سهير عثمان عبد الحليم 2021 إلي التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات والأخبار للجمهور من خلال المؤثرين influencers وخطورة الدور الذي يلعبه المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال ترتيب أولويات الجمهور المصري بقضايا المجتمع ودورهم في تشكيل وعيهم بهذه القضايا والتعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو الفيديوهات الساخرة للمؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في معالجة قضايا المجتمع المصري، تبنت الدراسة نظرية مصداقية المصدر؛ تعتمد الدراسة على منهج المسح بشقه الميداني في مسح عينة من الجمهور المصري قوامها ٤٠٠ مفردة واعتمدت الدراسة على استخدام صحيفة الاستقصاء الإلكتروني كوسيلة لجمع البيانات، جاءت نتائج الدراسة أن الأكثرية من عينة الدراسة تؤمن بدور الأسلوب الساخر في نقد وتحليل قضايا المجتمع المصري، وهو ما يتفق مع السياق الثقافي السائد حالياً والذي يحاول الهروب من مشكلاته ومتاعبه اليومية بمشاهدة هذه النوعية من الفيديوهات الساخرة ، بالإضافة إلي اعتبار السخرية فن بليغ يعبر عن حياة المصريين بالإضافة إلي السبب الخاص بكون المصريين يحبون بطبيعتهم النكت يليه السبب الخاص بمقدمي المضمون الساخر وقدرتهم على وصف وتحليل المشكلة بشكل دقيق.

كما أكد الباحثون على أهمية مراجعة مضمون ومحتوى الفيديوهات الساخرة قبل عرضها عبر قنوات المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهي نتيجة تتماشى مع بعض المعطيات الخاصة بمضامين الفيديوهات الساخرة قبل عرضها عبر قنوات المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث يعتمدون على الارتجال وعدم الإعداد الجيد للمضمون الذي يتم بثه لملايين المتابعين، الأمر الذي قد ينتج عنه سوء عرض للقضية ومن ثم عزوف الناس عن المتابعة.

هدفت دراسة Alexis VanDeventer 2021 إلي رصد وتقييم تأثير البرامج الساخرة في الآراء والمعتقدات السياسية للمبشرين من وجهة نظرهم، ما إذا كانت سبباً في زيادة معرفتهم السياسية أو اختيارهم للناخبين أم أن انتماءهم السياسي له علاقة باستجاباتهم، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني، وتم اختيار عينة متاحة من مشاهدي البرامج الساخرة ممن لديهم أهلية للتصويت في الولايات المتحدة الأمريكية، بلغ قوامها (٢١٣) مبحوثاً، تفاوتت أعمارهم من ١٨ سنة إلي أكثر من ٦٥ سنة، واستخدم الاستبيان بوصفه أداة لجمع البيانات، وتم تصميمه من خلال موقع Qualtrics وشاركت الباحثة رابطة الاستبيان من خلال صفحاتها الشخصية على فيسبوك وتويتر للحصول على استجابات المبحوثين، أثبتت نتائج الدراسة، يشاهد المبحوثون البرامج الساخرة من خلال موقع يوتيوب بنسبة ٤٤,١٪ يليه موقع خدمات البث المباشر بنسبة ٤٢,٧٪، والقنوات الفضائية بنسبة ٣٦,٢٪، وأخيراً موقع فيسبوك ومنصات أخرى بنسبة ١٨,٧٪، كما أكد ٨٢,٦٪ من المبحوثون أنهم قاموا بعمل بحث حول موضوعات تم طرحها بالبرامج الساخرة، ويعتقد الغالبية أن هذه البرامج قد تحفزهم على المشاركة السياسية ولكنها لا تشكل آراءهم السياسية أو تؤثر في اختياراتهم الانتخابية.

هدفت دراسة إيمان نور الدين عبد العزيز ٢٠٢١ إلي دراسة الفيديوهات الاخرة بشبكات التواصل الاجتماعي وذلك من أجل الوقوف على أسباب الاستخدام وإلي أي مدى يستخدمها الشباب للتعبير عن اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي، وذلك

باستخدام استمارة تحليل المضمون تم تحليل كافة الفيديوهات الساخرة وجاءت اهم النتائج على احتواء الفيديوهات الساخرة على العديد من القيم السلبية تأتي في مقدمتها " عدم احترام الآخر، يليها العنف .
سعت دراسة يسرى عقون ٢٠٢٠ إلى الكشف عن كيفية معالجة البرامج السياسية الساخرة، للقضايا السياسية من خلال برنامج السليط الإخباري للموسم السابع عبر المنصة الرقمية AJ+عربي، حيث يحظى بمكانة جماهيرية كبيرة وسط مواقع التواصل الاجتماعي، والذي يحمل العديد من المضامين الذي يعالج ويناقش المجتمع بشكل مغاير، وبقلب هزلي ويعبر عن مشاكل المجتمعات بطريقة ساخرة وناقدة، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي والمسحي، واستمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات لتحليل ١٢ عددا من البرنامج تم اختيارها بطريقة قصدية، وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج، يركز برنامج السليط الإخباري على أهم الموضوعات، تمثلت في النظام السياسي، الانتخابات الرئاسية الحراك الشعبي، الوضع السياسي في مصر، كانت الفئة الأكثر استهدافا في برنامج السليط الإخباري، الوزراء الصحافيين ونشطاء سياسيون، برلمانيين،

عرض برنامج السليط الإخباري مجموعة من الأهداف تمثلت في الإعلام الأخبار، الترفية والتسلية، دعوة للتغيير السياسي، التثقيف داخل المجتمعات العربية من خلال المواضيع التي طرحها، يعتمد البرنامج على الاتجاه المعارض من القضايا، حيث ركز على مجمل القضايا السلبية ومعالجتها من اجل الإصلاح والتطور في بعض القطاعات والمجالات.

تناولت دراسة ريهام علي نووير ٢٠٢٠ مدى استخدام الشباب المصري للفيديوهات الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المنظمات الإرهابية، وكذلك رصد وتحليل دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو المنظمات الإرهابية، كما سعت الدراسة للوقوف على واقع مشاركة الشباب المصري على موقع اليوتيوب، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم تصميم استبانة طبقت على (٣٠٠) مفردة من طلاب البكالوريوس جامعة القاهرة، وتوصلت الدراسة إلى أنه كلما زاد مستوى استخدام الشباب المصري لموقع اليوتيوب ازداد مستوى معرفتهم بالجماعات والمنظمات الإرهابية، كلما ازداد مستوى استخدام الشباب لموقع اليوتيوب ازداد مستوى الإشباع التي يحققها الشباب المصري كلما ازداد مستوى السخرية ازداد مستوى تحطيم هيبة الإرهاب وتقليل أثاره السلبية، كلما ازداد مستوى استخدام الشباب المصري لموقع اليوتيوب ازداد مستوى الآثار الإيجابية التي يحصل عليها الشباب المصري.

سعت دراسة رباب جمعة إبراهيم ٢٠٢٠ إلى التعرف على أطر الأداء الحكومي بالبرامج الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي، في ضوء نظرية الأطر الإعلامية، تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة والأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها لتحديد تحديد دقيقا، وتم استخدام منهج المسح بشقية (التحليلي والميداني) تشمل جميع حلقات برنامج "لايف من الدوبلكس ٧٥ حلقة من خلال قناه البرنامج (الدوبلكس) على اليوتيوب، وتمثل مجتمع العينة البشرية في عينة عشوائية من شباب الجامعات المصرية (١٨-٢١) سنة قوامها ٤٠٠ مفردة، مقسمة على جامعات (المنصورة - القاهرة - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات).

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أطر معالجة البرامج الساخرة للأداء الحكمي ودرجة إدراك المبحوثين لها.

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة إدراك المبحوثين لأطر معالجة البرامج الساخرة عينة الدراسة للأداء الحكومي والصورة الذهنية المتكونة لديهم عنه .

تصدر الحلقات التي تناولت موضوعات سياسية خاصة بالأداء الحكومي بنسبة ٩٢٪ أهم الموضوعات التي انتقدتها هي الخاصة ب"السلطة التنفيذية" بنسبة ١٠٠٪ تلاها السخرية من الإعلام المصري بنسبة ٦٢,٢٪ مستخدمة أسلوب التهكم.

هدفت دراسة Alexandra Rae Martinez 2019 إلى معرفة دوافع التعرض أو عدم التعرض للبرامج السياسية الساخرة، واختبار اثر التعرض لها في المعرفة السياسية والمشاركة السياسية ودرجة الثقة في المؤسسات الديمقراطية التي ينتقدها القائمون على هذه البرامج، استخدمت الدراسة المنهج الكمي وذلك من خلال استبيان لجمع البيانات الدراسة وتم سحب العينة من داخل جامعة تكساس بأسلوب العينة المتاحة وعينة كرة الثلج من خلال مشاركة رابط الاستبيان مع الطلاب والزملاء والاساتذة من خلال الإيميل وتكونت العينة من طلاب الجامعة بنسبة ٩٢٪ وخريجي الجامعة بنسبة ٨٪، وتوصلت هذه الدراسة يعد الترفيه هو الدافع الأول لمشاهدة البرامج الساخرة، وتشير ايضا إلى أن مشاهدي هذه البرامج أكثر دراية بالشئون السياسية من أولئك الذين لا يشاهدونها.

هدفت دراسة نشوة سليمان عقل ٢٠١٨ إلى استنباط اتجاهات الشباب نحو البرامج الساخرة ومدى وجود علاقة بين التعرض لها كمتغير مستقل ومستوى النقد الاجتماعي لديهم نحو المظاهر والقضايا الاجتماعية المحيطة بهم ذلك بعد انتشار ظاهرة السخرية السياسية خاصة بعد ثورات العربية بالتزامن مع زيادة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي كونها أكثر واسهل استخداما بين الشباب، تستخدم هذه الدراسة منهج المسح الوصفي لوصف وتحليل العلاقة بين تعرض شباب الجامعة للبرامج الساخرة ومستوى النقد الاجتماعي لديهم، ويشمل مجتمع الدراسة كل الشباب بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة من سن ١٨-٢٢ سنة، وشملت عينة الدراسة التحليلية عشر حلقات من برامج مختلفة في المواسم الاخير لكل حلقة منها وتم اختيار العينة العشوائية البسيطة من داخل حلقات كل البرامج، وتوصلت الدراسة إلى بعض النتائج ابرزها وجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض للبرامج الساخرة ومستوى النقد الاجتماعي لدى الشباب لكن بفروق بسيطة عن يشاهدونها بشكل محدود مما قد يعني ان مستوى النقد الاجتماعي مرتفع بالأساس لكن البرامج الساخرة تظهره لكن ليست هي السبب في هذا النقد كما اتضح ان الذكور اكثر ميلا للنقد الاجتماعي من الاناث واكثر حرصا على التعرض للبرامج الساخرة واتضح ايضا ان التعرض بالأساس يكون بهدف الترفية والضحك في حد ذاته اكرمنه لنقدية وجهة النظر النقدية لدى الشباب.

يمكن التعليق على الدراسات السابقة من حيث:

الموضوع: كانت مساحة الاهتمام الأكبر في هذه الدراسات من نصيب الكوميديا الساخرة ذات الطابع السياسي، وقد اتفقت اغلب الدراسات ان هذه البرامج الساخرة تزيد من المعرفة السياسية لدى الشباب، كما تعد مصدرا هاماً للمعلومات والنقاشات السياسية.

جاء تركيز الدراسات السابقة على الجانب السياسي والموضوعات والقضايا والأحداث السياسية كمادة إعلامية لها ليعكس حالة الاضطراب السياسي داخل المجتمعات الغربية والعربية على حد سواء.

الأطر النظرية: تباينت النظريات العلمية التي استندت عليها الدراسات، من النظريات التي سعت هذه الدراسات لاختبار فروضها كانت الأطر الإعلامية والاعتماد على وسائل الإعلام، والمجال العام، والتهيئة المعرفية ونظرية تمثيل المعلومات.

المنهجية: استخدمت غالبية الدراسات منهج المسح بشقية الميداني والتحليلي ومنهج الإعلامي سواء مسح جمهور وسائل الإعلام لمعرفة خصائصه واتجاهاته نحو المضامين الإعلامية المختلفة، واتجهت قليل من الدراسات الأجنبية على المنهج التجريبي والمنهج شبه التجريبي

اعتمدت غالبية الدراسات على أداة تحليل المضمون بوصفها أداة أساسية لجمع البيانات الكمية، تليها أداه الاستبيان ثم المقابلات المتعمقة.

النتائج: اتفقت معظم الدراسات على أن مشاهد البرامج الساخرة تؤثر في المتلقي سواء على الجانب المعرفي المتمثل في زيادة مستوى المعرفة السياسية أو الجانب السلوكي المتمثل في المشاركة السياسية. **الاستفادة:** استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في كيفية تناولها لهذا الموضوع وأبعاده المختلفة مما ساعد على التطرق لبعض جوانب لم يتسنى تناولها وإلقاء الضوء عليها في الدراسة الحالية، حتى يمكن لهذه الدراسة أن تضيف شيئاً ذا قيمة يسهم في إثراء البحث العلمي.

- تحديد وبلورة المشكلة البحثية الخاصة بهذه الدراسة
- تحديد وصياغة أهداف وتساؤلات الدراسة وكيفية الضبط المنهجي لباقي إجراءاتها.
- مقارنة النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة بنتائج الدراسة الحالية ومعرفة مدى الاتفاق والاختلاف بينهم .

الإطار النظري للدراسة:

نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تتعلق الدراسة في إطارها النظري من معطيات نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام حيث تقدم إطاراً اجتماعياً وأخلاقياً ينبغي أن تعمل في ظله وسائل الإعلام، كما تفيد الأطر المختلفة التي تقدمها النظرية في توجيه وسائل الإعلام وتطوير أدائها على المستوى الوظيفي والأخلاقي،

وتنادي نظرية المسؤولية الاجتماعية بضرورة وجود التزام ذاتي من جانب الإعلاميين بمجموعة المبادئ الأخلاقية التي تستهدف تحقيق التوازن بين حرية الإعلام ومصالح المجتمع وكذلك تقييم الأحداث الجارية وتفسيرها في إطار له معنى، وهذا ما يؤكد "دنيس ماكويل" Denis McQuail من أن الأسس الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية تتمثل في أن وسائل الإعلام مسؤولة ولديها التزامات تجاه المجتمع لكي تكسب ثقة الجمهور وتحصل على اعتبارها في المجتمع، وذلك من خلال تحري الدقة والمصداقية والموضوعية التوازن فضلاً عن الالتزام بالحرية في ضوء مجموعة من مبادئ الشرف الأخلاقية والقوانين والتشريعات والقيم المهنية، وذلك من أجل تحقيق المصلحة العامة.

ويتمثل الضابط الأخلاقي والقانوني الذي يوجه عمل وسائل الإعلام في ضرورة تقديمها لتغطية إخبارية ومعالجة إعلامية للموضوعات والأنشطة والقضايا المختلفة في إطار من الموضوعية والتوازن في عرض الحقائق والمعلومات والأفكار والآراء التي من شأنها تدعيم الديمقراطية ومشاركة الرأي العام في الأحداث الجارية إضافة إلى أن هذه الوسائل تقوم بدور النائب الذي ينوب عن الجماهير في التعبير عن اهتماماتهم واحتياجاتهم المختلفة.

تقوم أسس نظرية المسؤولية الاجتماعية على فكرة أساسية، وتتمثل في فكرة الحرية المسؤولة وليست الحرية المطلقة، لذا فإن مبادئ هذه النظرية تركز على تحرير وسائل الإعلام من تسلط بعض فئات المجتمع عليها، والمناداة بالموضوعية في الرسالة الإعلامية، والمحافظة على قيم المجتمع، والنهوض الثقافي، والاجتماعي والسياسي للمجتمع، وضمان حق الجمهور في المشاركة بوسائل الإعلام لإقامة سوق الأفكار الحرة.

يمكن توضيح مبادئ النظرية فيما يتعلق بالعمل الإعلامي فيما يلي :

- إعطاء الحقيقة للفرد وليحق التستر عليها ولا يجوز تزويد الفرد بمعلومات كاذبة أو ناقصة
- ممارسة النقد البناء والقبول لأي فكرة أو طرح جديد من قبل الفرد وتقبل مناقشة ذلك الفرد لتصحيح الخطأ إن وجد بأسلوب ديمقراطي بناء هادف .

-إتاحة الفرص للفرد للحصول على المعلومة التي يستفيد منها أو يريد أن يتعلمها أو يضيفها إلي حصيلة مستواه الثقافي والسياسي.

-لا سلطان للحكومة على الصحف او غيرها من وسائل أو أجهزة الإعلام التي يملكها أفراد أو مؤسسات خاصة أو أهلية، لذا فهي تقوم بالتعبير عن وجهات نظر متنوعة ومتعددة دون أية رقابة عليها من أية جهة حكومية ولا يقيد بها إلا الضمير الإعلامي أو السياسة الخاصة التي ترسمها المؤسسة الإعلامية لتحمي عملها.

- الجماهير حرة في اختيار الوسيلة أو الرسالة الإعلامية التي تتماشى مع ميولها ورغباتها، كما أنها حرة في التعبير عن آراءها حتى وإن كانت مخالفة لرأي السلطات العليا الرسمية وحرية القول وحرية الصحافة والنشر حقوق دستورية وتلتزم بها الحكومات وتدافع عنها الشعب.

- أن تعمل وسائل الإعلام كمنبر لتبادل التعليق والنقد، وأن تقدم وسائل الإعلام صورة ممثلة للجماعات المتنوعة التي يتكون منها المجتمع وتوفير معلومات كاملة عما يجري يوميا .

أوجه الاستفادة من النظرية :

اعتمدت الدراسة على نظرية لمسؤولية الاجتماعية كجزء من الإطار النظري في الدراسة للتعرف على المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والمهنية التي يجب أن يلتزم بها القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام الجديد " اليوتيوب" في ضوء الوظائف الأساسية التي حددتها النظرية لوسائل الإعلام لمعرفة مدى التزامها بأدوار بعينها دون الأخرى، وذلك بتحليل القضايا والموضوعات التي تعالجها البرامج عينة الدراسة، وفي نفس الوقت تؤكد النظرية على أهمية الالتزام الذاتي من جانبهم بمواثيق الشرف الإعلامية التي تحقق التوازن بين الحرية في وسائل الإعلام الجديد ومصصلحة المجتمع وهذه المعايير تدعمها وتقوم عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية مما يمثل إطاراً نظرياً مناسباً للدراسة.

كما تستفيد هذه الدراسة من معطيات النظرية الخاصة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في البرامج الساخرة عينة الدراسة بهدف التعرف على درجة التركيز على جوانب ومسئوليات أخلاقية واجتماعية معينة دون أخرى.

نتائج الدراسة التحليلية:

أولاً: فيما يتعلق بفئات الشكل:

١- فئة القالب الفني المستخدم في تقديم البرامج :

جدول (٢)

القالب الفني المستخدم	جوشو		السليط الإخباري		مع عبد الله الشريف		الأسبوع في كيس		بالمصري		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
حديث مباشر	٤٠	%٨٠	٣٣	٥١,٦%	٣٤	٦٠,٧%	٤٥	%١٠٠	٤٨	%١٠٠	٢٠٠	%٧٦
حوار تمثيلي	١٠	%٢٠	-	-	٢٢	٣٩,٣%	-	-	-	-	٣٢	%١٢,٢
نشرة إخبارية	-	-	٣١	٤٨,٤%	-	-	-	-	-	-	٣١	%١١,٨
الإجمالي	٥٠	١٠٠%	٦٤	%١٠٠	٥٦	١٠٠%	٤٥	%١٠٠	٤٨	%١٠٠	٢٦٣	%١٠٠

يتضح من الجدول السابق تصدر قالب الحديث المباشر في الترتيب الأول للقوالب الفنية التي قدمت من خلالها القضايا والموضوعات عبر البرامج السياسية الساخرة محل الدراسة وذلك بنسبة (٧٦٪)

تلية قالب الحوار التمثيلي في الترتيب الثاني بنسبة ١٢,٢٪ ، وأخيراً النشرة الإخبارية بنسبة (١١,٨٪)

ويعزو استخدام قالب الحديث المباشر في البرامج محل الدراسة إلي بساطة هذا القالب وسهولة استخدامه إضافة إلي قدرة المتحدث على عرض الموضوع بوضوح و الذي يعتمد كلياً على شخصيته و يكون لشخصية المتحدث اثر كبير في تحقيق الحديث لأهدافه إضافة على قدرته على إضفاء أجواء الحميمية والود في حديثه مما يعزز تفاعل المشاهدين له.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ياسمين محمد إبراهيم (٢٠٢٢) والتي جاء بها الحديث المباشر في مقدمة القوالب المستخدمة في مقاطع الفيديو التشاركية، واختلفت تلك النتيجة مع دراسة رباب جمعة إبراهيم (٢٠٢٠) جاء الحديث المباشر في الترتيب الثاني.

٢- فئة عناصر الجذب والإبراز المستخدمة في البرامج:

جدول (٣)

عناصر الجذب والإبراز المستخدمة	جوشو		السليط الإخباري		مع عبد الله الشريف		الأسبوع في كيس		بالمصري		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
صور موضوعية	٤٠	%١٣,٤	٤	%٢,٥	١٥	%٨,١	٢	%٢,٧	٢٦	%١٢,٢	٨٧	%٩,٤
صور شخصية	٤٠	%١٣,٤	١٧	%١٠,٨	٣٤	%١٨,٤	٢	%٢,٧	٢٨	%١٣,٢	١٢١	%١٣,١
صور ساخرة	٤٠	%١٣,٤	٥	%٣,٢	١٢	%٦,٥	-	-	٣٥	%١٦,٤	٩٢	%٩,٩
فيديو - مقطع ساخر	١٨	%٦,٠	٩	%٤,٩	٩	%٤,٩	٣٩	%٥٢,٧	٢٨	%١٣,٢	١٠٣	%١١,١
عناوين ونصوص مكتوبة على الشاشة	٤٠	%١٣,٤	٣٣	%٢١,٠	٣٤	%١٨,٤	-	-	٩	%٤,٢	١١٦	%١٢,٥
اسكتش درامي	١٠	%٣,٤	٢٦	%١٦,٦	٣	%١,٦	-	-	-	-	٣٩	%٤,٢
أغاني - اسكتش غنائي	٣١	%١٠,٤	١٥	%٩,٥	١١	%٥,٩	١٦	%٢١,٦	١٣	%٦,١	٨٦	%٩,٣
مقاطع أفلام سينمائية	١٦	%٥,٤	٨	%٥,١	١٠	%٥,٤	١٣	%١٧,٦	٤١	%١٩,٢	٨٨	%٩,٥
موسيقى	٣٢	%١٠,٧	١٧	%١٠,٨	١٤	%٧,٦	١	%١,٤	٢٠	%٩,٤	٨٤	%٩,١
مؤثرات صوتية	١٢	%٤,٢	٧	%٤,٥	٧	%٣,٨	١	%١,٤	٢	%٠,٩	٢٩	%٣,١
جرافيك ورسوم متحركة	١٧	%٥,٧	١٤	%٨,٩	٣٤	%١٨,٤	-	-	٤	%١,٩	٦٩	%٧,٤
كاريكاتير	٢	%٧,٠	٢	%١,٣	٢	%١,٠	-	-	٧	%٣,٣	١٣	%١,٤
الإجمالي	٢٩٨	%١٠٠	١٥٧	%١٠٠	١٨٥	%١٠٠	٧٤	%١٠٠	٢١٣	%١٠٠	٩٢٧	%١٠٠

يتضح من هذا الجدول تنوع عناصر الجذب والإبراز التي اعتمدت عليها البرامج السياسية الساخرة في عرض وتقديم الحلقات، فقد جاء في مقدمتها الاعتماد على الصور الشخصية في المرتبة الأولى بنسبة (١٣,١%) وفي المرتبة الثانية جاء الاعتماد على عناوين ونصوص مكتوبة على الشاشة بنسبة (١٢,٥%)

وفي المرتبة الثالثة الفيديوهات والمقاطع الساخرة بنسبة (١١,١ ٪)، يليها الصور الساخرة بنسبة (٩,٩ ٪) وجاء بنسب متقاربة فئة صور موضوعية بنسبة (٩,٤ ٪) مقاطع من أفلام سينمائية بنسبة (٩,٥ ٪) واغاني بنسبة (٩,٣ ٪) وعنصر الموسيقى بنسبة (٩,١ ٪) وجاء الجرافيك بنسبة (٧,٤ ٪) وجاء بنسب ضئيلة (الاسكتش درامي بنسبة (٤,٢ ٪) والمؤثرات الصوتية بنسبة (٣,١)) والكاريكاتور بنسبة (١,٤ ٪)، وكلها عناصر تم توظيفها في البرامج محل الدراسة سعياً منها بتقديم محتوى بشكل جذاب وكوميدي إضافة لمزيد من التشويق والحوية فاستخدام هذه العناصر تخلق انفعالاً يجذب المشاهد حول متابعة الموضوعات والقضايا التي يطرحها.

٣- فئة وسائل الايضاح المستخدمة في البرامج:

جدول (٤)

وسائل الايضاح	جوشو		السليط الاخباري		مع عبد الله الشريف		الأسبوع في كيس		بالمصري		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
مقاطع من تصريحات وخطابات	٢٥	٪١٨,٩	١٧	٪١٧,٢	٢٢	٪١٧,٩	٤٥	٪٣٠,٨	٢٩	٪٢١,٠	١٣٨	٪٢١,٦
مقاطع من برامج تلفزيونية	٤٠	٪٣٠,١	٢٥	٪٢٥,٢	٢٠	٪١٦,٣	٤٥	٪٣٠,٨	٢٣	٪١٦,٧	١٥٣	٪٢٣,٩
مقاطع إخبارية	١٨	٪١٣,٥	٢٠	٪١٢,٢	٦	٪٤,٨	١٩	٪١٣,١	٥	٪٣,٦	٦٨	٪١٠,٦
صحف الكترونية	٢٤	٪١٨,٠	٣	٪٣,٠	٢٥	٪٢٠,٣	٢٤	٪١٦,٤	٣٣	٪٢٣,٩	١٠٩	٪١٧,١
فيديوهات من الانترنت	١٠	٪٧,٥	٢٢	٪٢٢,٢	٢١	٪١٧,١	٧	٪٤,٨	١٢	٪٨,٧	٧٢	٪١١,٣
تغريدات	٩	٪٦,٨	١٢	٪١٢,١	١٥	٪١٢,٢	٦	٪٤,١	٢٣	٪١٦,٧	٦٥	٪١٠,٢
إحصائيات	٢	٪١,٥	-	-	٦	٪٤,٩	-	-	٧	٪٥,١	١٥	٪٢,٣
خرائط ورسوم بيانية	٥	٪٣,٧	-	-	٨	٪٦,٥	-	-	٦	٪٤,٣	١٩	٪٢,٩
الإجمالي	١٣٣	٪١٠٠	٩٩	٪١٠٠	١٢٣	٪١٠٠	١٤٦	٪١٠٠	١٣٨	٪١٠٠	٦٣٩	٪١٠٠

يتضح من نتائج الجدول السابق تنوع استخدام وسائل الايضاح وكثرتها في البرامج عينة الدراسة بما يخدم أهداف عرض القضايا والأهداف العامة للبرامج ويرجع ذلك إلي سهولة تطبيق وإدخال هذه

الوسائل علي البرامج بما يوفره موقع اليوتيوب من إمكانيات تقنية تسهل ذلك على المحترفين والهواة، مما يساعد على تعزيز اتجاهات مقدمي البرامج وبت أفكارهم، كما تعتمد معظم مقدمي هذه البرامج الانتقائية في إجراء المونتاج على المقاطع والتصريحات والخطابات والبرامج وعرضها في مقاطع مع مادة فيلمية او اعلان لصناعة محتوى ساخر يهدف إلي تزييف الواقع و توجيه الحقائق لتصبح رأيا مضادا أو معارضا والإيهام بأحداث ومواقف مقطعة أو غير حقيقية و هو ما يمثل شكلا من أشكال الإعلام المضلل.

اختلفت تلك النتيجة مع دراسة أسماء فوزي سليمان (٢٠١٨) والتي جاء في الترتيب الأول مقاطع من خطابات وتصريحات بنسبة ثم يليها في الترتيب الثاني مقاطع من برامج تلفزيونية .

ثانيا : فئات المضمون:

٤ - فئة القضايا التي تم تناولها في البرامج السياسية الساخرة.

جدول (٥)

القضايا الرئيسية	جو شو		السلط الإخباري		عبد الله الشريف		الأسبوع في كيس		بالمصري		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سياسية	٢٥	٣٦,١ %	٢٨	٥٠ %	٢٦	٥٥,٣ %	٣٣	٤٨,٥ %	٣٠	٤٢,١ %	١٤٢	٤٥,٩ %
اقتصادية	٢٨	٤١,١ %	١١	١٩,٦ %	١٠	٢١,٢ %	٢٥	٣٦,٧ %	٢٢	٣١,٤ %	٩٦	٣١,١ %
اجتماعية	٣	٤,٤ %	-	-	-	-	٣	٤,٤ %	٢	٢,٨ %	٨	٢,٥ %
دينية	-	-	١	١,٧ %	٤	٨,٥ %	٤	٥,٨ %	٢	٢,٨ %	١١	٣,٥ %
فنية	-	-	٦	١٠,٧ %	٢	٤,٢ %	١	١,٤ %	٦	٨,٥ %	١٥	٤,٨ %
رياضية	٥	٧,٣ %	٤	٧,١ %	١	٢,١ %	-	-	٤	٥,٧ %	١٤	٤,٥ %
حوادث وجرائم	٢	٢,٩ %	٢	٣,٥ %	١	٢,١ %	٢	٢,٩ %	٢	٢,٨ %	٩	٢,٩ %
أخرى	٥	٧,٣ %	٤	٧,١ %	٣	٦,٤ %	-	-	٢	٢,٨ %	١٤	٤,٥ %
الإجمالي	٦٨	١٠٠ %	٥٦	١٠٠ %	٤٧	١٠٠ %	٦٨	١٠٠ %	٧٠	١٠٠ %	٣٠٩	١٠٠ %

احتلت القضايا السياسية الترتيب الأول بنسبة 45.9% تلتها القضايا الاقتصادية بنسبة 31,1% من عدد القضايا الكلية التي ناقشتها حلقات العينة بشكل رئيسي، وجاءت القضايا الفنية في الترتيب الثالث بنسبة من القضايا التي ناقشتها البرامج عينة الدراسة بنسبة 4,8% من النسبة الكلية للحلقات عينة الدراسة وجاءت القضايا الرياضية وقضايا اخرى بنسب متساوية 4,5% وجاءت القضايا الدينية بنسبة 3,5% وجاءت فئة حوادث وجرائم بنسبة 2,9% واخيرا القضايا الاجتماعية جاءت بنسبة 2,5%.

اتفقت تلك النتيجة مع دراسة فاطمة الزهراء (٢٠٢٢) جاء في المرتبة الأولى الموضوعات السياسية يليها في المرتبة الثانية القضايا الاقتصادية.

٥- فئة أساليب معالجة القضايا في البرامج:

جدول (٦)

اسم البرنامج												
الإجمالي		بالمصري		الأُسبوع في كيس		عبدالله الشريف		السليط الاخباري		جوشو		أساليب المعالجة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
11,1%	31	4,6%	3	10,1%	8	14%	7	14,8%	8	8,4%	5	عرض القضية فقط
25,7%	72	39,1%	25	-	-	58%	29	22,2%	12	10,1%	6	عرض معلومات فقط
26,7%	75	10,6%	10	35,8%	19	10%	5	27,7%	15	44,1%	26	عرض معلومات ووجهات نظر
12,1%	34	-	-	41,5%	22	-	-	3,7%	2	16,9%	10	عرض وجهات نظر فقط
15%	42	17,1%	11	7,5%	4	18%	9	20,3%	11	11,8%	7	عرض الأسباب
9,2%	26	23,4%	15	-	-	-	-	11,1%	6	8,4%	5	طرح الحلول
100%	280	100%	64	100%	53	100%	50	100%	54	100%	59	الإجمالي

جاء فئة عرض معلومات ووجهات نظر في معالجة القضايا في الترتيب الاول بنسبة 26,7% يليها في الترتيب الثاني ويفارق بسيط عرض معلومات فقط بنسبة 25,7% ثم جاء في الترتيب الثالث عرض الاسباب بنسبة 15% ثم جاء في الترتيب الرابع عرض وجهات نظر فقط بنسبة 12,1% يليها عرض القضية فقط بنسبة 11,1% واخيرا جاء طرح الحلول في معالجة القضايا التي تتناولها البرامج محل الدراسة بنسبة 9,2%، ويعد هذا مؤشر إيجابي للبرامج لاهتمامها بذكر التفاصيل الخاصة بالقضايا المطروحة، والتي تعطي رؤية واضحة وكاملة قدر الإمكان للمشاهد، بل وتساهم في تفعيل الدور المجتمعي لتلك البرامج من خلال اقتراح حلول مختلفة لتلك القضايا لربما تستفاد منها الجهات المسؤولة.

اتفقت تلك النتيجة مع دراسة رباب جمعة إبراهيم التي جاءت عرض معلومات ووجهات نظر في أسلوب معالجة القضايا في الترتيب الاول بنسبة 52,2%.

اختلفت تلك النتيجة مع دراسة محمد سعودي (2018) والتي اعتمدت قنوات اليوتيوب على أسلوب معالجة القضايا السياسية من خلال عرض معلومات أو الآراء فقط في الترتيب الاول بنسبة 56,4%.

٦- فئة الأهداف الوظيفية للبرامج :

جدول (٧)

اسم البرنامج												
الأهداف	جوشو		السليط الإخباري		عبد الله الشريف		الأسبوع في كيس		بالمصري		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
توجيه النقد للنظام السياسي	٢٠	%٥٠	١٩	%٥٧	١٨	%٥٢,٩	٣٤	%٧٥,٥	٢٢	%٤٥,٨	١١٣	%٥٦,٥
تنمية الوعي السياسي	٣	%٧,٥	٥	%٥,١	٣	%٨,٨	-	-	-	-	١١	%٥,٥
تغيير الآراء والاتجاهات	١٢	%٣٠	٩	%٢٧,٢	١٠	%٢٩,٤	٧	%١٥,٥	١٥	%٣١,٢	٥٣	%٢٦,٥
الدعوة للمشاركة في إحداث تغييرات سياسية واجتماعية	٥	%١٢,٥	-	-	٣	%٨,٨	٤	%٨,٨	١١	%٢٢,٩	٢٣	%١١,٥
الإجمالي	٤٠	%١٠٠	٣٣	%١٠٠	٣٤	%١٠٠	٤٥	%١٠٠	٤٨	%١٠٠	٢٠٠	%١٠٠

يتضح أن معظم البرامج السياسية الساخرة عينة الدراسة تسعى إلى تحقيق هدف رئيسي هو توجيه النقد والتقييم للنظام السياسي السائد في البلاد وكان في المرتبة الاولى بنسبة 56,5% من إجمالي الأهداف أي مايقارب نصف الأهداف الاجمالية للعينة كانت بغرض نقد النظام ومساءلة المسؤولين والساسة ثم يليها تغيير الآراء والاتجاهات في الترتيب الثاني بنسبة 26,5%، ويأتي هدف الدعوة للمشاركة في إحداث تغييرات سياسية واجتماعية بنسبة 11,5%، اخيرا جاء هدف تنمية الوعي السياسي بنسبة 5,5% كمصدر للمعلومات عن قضايا سياسية .

٧- فئة القيم السياسية في البرامج :

جدول (٨)

اسم البرنامج												
الإجمالي		بالمصري		الأسبوع في كيس		عبد الله الشريف		السليط الإخباري		جوشو		القيم السياسية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢٣%	٤٦	٢٢,٩	١١	١١,١	٥	٢٣,٥	٨	٣٠,٣	١٠	٣٠	١٢	الديمقراطية
٣٧,٥%	٧٥	٤٣,٧	٢١	٣٣,٣	١٥	٤١,١	١٤	٣٠,٣	١٠	٣٧,٥	١٥	حرية الرأي والتعبير
٣٣%	٦٦	٢٧,١	١٣	٥٥,٥	٢٥	٣٥,٣	١٢	١٥,١	٥	٢٧,٥	١١	العدالة الاجتماعية
٦,٥%	١٣	٦,٢٥	٣	-	-	-	-	٢٤,٢	٨	٥%	٢	الوحدة والانتماء
١٠٠%	٢٠٠	١٠٠%	٤٨	١٠٠%	٤٥	١٠٠%	٣٤	١٠٠%	٣٣	١٠٠	٤٠	الإجمالي

جاءت قيمة حرية الرأي والتعبير في الترتيب الأول بنسبة 37.5% تليها في المرتبة الثانية العدالة الاجتماعية بنسبة 33% يليها الديمقراطية بنسبة 23% واخيرا الوحدة والانتماء بنسبة 6.5%.

٨- فئة أساليب النقد الساخر المستخدمة في البرامج :

جدول (٩)

اسم البرنامج												
الإجمالي		بالمصري		الأسبوع في كيس		عبد الله الشريف		السليط الإخباري		جوشو		أساليب النقد الساخر
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٣,٨%	٣٢	٢٣,٥%	١٢	٤,٤%	٢	٢٠,٥%	٨	١٠,٨%	٥	١٠%	٥	التورية
٢١,٢%	٤٩	١٣,٧%	٧	٢٤,٤%	١١	٢٣,١%	٩	١٧,٣%	٨	٢٨%	١٤	المفارقة
٦,٥%	١٥	١٥,٦%	٨	-	-	٢,٥%	١	٨,٧%	٤	٤%	٢	المقارنة والمضاهاة
١٨,١%	٤٢	١,٩%	١	-	-	٧,٦%	٣	٥٦,٥%	٢٦	٢٤%	١٢	المحاكاة الساخرة
٢٢,٥%	٥٢	٢٧,٤%	١٤	٤٢,٢	١٩	١٥,٣%	٦	٦,٥%	٣	٢٠%	١٠	التساؤل الساخر
١٧,٧%	٤١	١٧,٦%	٩	٢٨,٨	١٣	٣٠,٧%	١٢	-	-	١٤%	٧	المبالغة
١٠٠%	٢٣١	١٠٠%	٥١	١٠٠%	٤٥	١٠٠%	٣٩	١٠٠%	٤٦	١٠٠%	٥٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن أكثر أساليب النقد الساخر في البرامج محل الدراسة تصدر أسلوب التساؤل الساخر في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 22.5% ثم يليها في المرتبة الثانية أسلوب المفارقة بنسبة 21,2%، وجاء في المرتبة الثالثة المحاكاة الساخرة بنسبة 18,1%، فيما جاء أسلوب المبالغة في المرتبة الرابعة بنسبة 17,7% يليها التورية بنسبة 13,8% وأخيراً أسلوب المقارنة والمضاهاه بنسبة 6,5%.

اختلفت تلك النتيجة مع دراسة فاطمة الزهراء (٢٠٢٢) والتي جاءت المحاكاة الساخرة في المرتبة الأولى من أساليب النقد الساخر في الفيديوهات السياسية الساخرة المدعمة (برنامج جوتيوب) والفيديوهات المعارضة (برنامج البرنامج).

٩- فئة التجاوزات والانتهاكات الموجودة داخل البرامج :

جدول (١٠)

اسم البرنامج												
الإجمالي		بالمصري		الأسبوع في كيس		عبد الله الشريف		السليط الإخباري		جوشو		ابرز التجاوزات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
21,2%	130	18,7%	25	16,3%	20	15,1%	20	50%	25	22,8%	40	السخرية بشكل غير لائق من القيادات والشخصيات العامة
19,6%	120	8,2%	11	24,5%	30	25,7%	34	10%	5	22,8%	40	استخدام الفاظ خارجة
8,5%	52	10,5%	14	15,5%	19	9,1%	12	-	-	4%	7	اصطناع الأخبار وترويح شائعات
9,6%	59	12,7%	17	12,3%	15	8,5%	10	-	-	9,7%	17	استخدام مضامين تحريضية
9,3%	57	9,7%	13	9,1%	11	11,3%	15	16%	8	5,7%	10	المبالغة والتهويل
12,7%	78	13,5%	18	-	-	9,8%	13	14%	7	22,8%	40	اختلاق الصور والتلاعب بها
4,4%	27	-	-	8,2%	10	6,8%	9	-	-	4,5%	8	انتهاك خصوصية الأفراد
5,5%	34	9,1%	12	7,3%	9	3,7%	5	4%	2	3,4%	6	إذاعه مايكرد " السلم العام "

المصلحة العامة												
عدم الاعتماد على مصادر معلومات موثوقة	٥	٢,٨٪	٣	٦٪	١١	٨,٣٪	٨	٦,٥٪	٢٠	١٥,١٪	٤٧	٧,٧٪
الدعوة إلى الفوضى والتخريب	٢	١,١٪	-	-	٣	٢,٢٪	-	-	٣	٢,٢٪	٨	١,٣
الإجمالي	١٧٥	١٠٠٪	٥٠	١٠٠٪	١٣٢	١٠٠٪	١٢٢	١٠٠٪	١٣٣	١٠٠٪	٦١٢	١٠٠٪

يتضح من الجدول السابق أبرز التجاوزات والانتهاكات التي وجدت في حلقات عينة الدراسة من البرامج السياسية الساخرة حيث جاء السخرية بشكل غير لائق من معظم القيادات في المرتبة الأولى بنسبة ٢١,٢٪، يليه في المرتبة الثانية استخدام الفاظ خارجة بنسبة ١٩,٦٪ وجاء في المرتبة الثالثة اختلاق الصور والتلاعب بها بنسبة ١٢,٧٪ يليه استخدام مضامين تحريضية بنسبة ٩,٦٪ ويليه بفرق بسيط المبالغة والتهويل فيما جاء اصطناع الأخبار والترويج للشائعات بنسبة ٨,٥٪ ثم جاء عدم الاعتماد على مصادر موثوقة للمعلومات بنسبة ٧,٧٪ وجاء إذاعه ما يكدر السلم العام بنسبة ٥,٥٪ وانتهاك الخصوصية بنسبة ٤,٤٪ وأخيرا الدعوة إلى الفوضى والتخريب بنسبة ١,٣٪.

اعتمد القائمين بالاتصال على لغة عامية أشبه بلغة الشارع، واستخدم بعضهم ألفاظ خارجة وسباب وشتائم وألفاظ خارجة بما لا يتفق بأي حال من الأحوال مع المهنية الإعلامية ومواثيق الشرف الإعلامي، وربما يرجع ذلك إلى ضعف معلوماتهم ومصادرهم، فيلجأ إلي الشتائم والسباب بدلاً من النقد البناء بالإضافة إلى مساعيهم لجذب أكبر عدد من الجمهور عن طريق السباب والألفاظ الخارجة والناابية في محاولة للفت نظر المتلقين ودفعهم لمشاهدة هذه البرامج في ظل ما تشهده بيئة اليوتيوب من تنافس شديد بين العديد من المضامين الأخرى.

النتائج العامة:

- أوضحت نتائج الدراسة التحليلية بأن البرامج السياسية الساخرة اعتمدت على اللغة العامية كلغة أساسية لطرح الأحداث والقضايا ذلك للوصول إلي أكبر شريحة ممكنة من الجمهور العربي لإيصال الأفكار والمعلومات بكل سلاسة وبساطة، لذلك يصعب أو يندر استخدام اللغة الفصحى فاللغة العامية تصل لجميع الأعمار وجميع المستويات على عكس غيرها التي تصل لتي فئة معينة تفهمها وفئات لا يستطيعون فهمها.
- تصدر قالب الحديث المباشر مقدمة القوالب الفنية المستخدمة في طرح المضمون بالبرامج الساخرة محل الدراسة ويرجع ذلك إلي بساطة هذا القالب وسهولة استخدامه إضافة إلي قدرة المتحدث على إضفاء أجواء الحميمية والود في حديثه مما يعزز تفاعل المشاهدين معه.
- أظهرت نتائج الدراسة أن فئة الصور الشخصية جاءت في مقدمة عناصر الجذب المستخدمة في البرامج السياسية الساخرة محل الدراسة، واتضح أيضا تفوق البرامج الساخرة في استخدام عناصر جذب مختلفة ومتنوعة في إبراز المضامين المقدمة في حلقاتها وذلك من أجل إضفاء نوع الترفيه والتخفيف من حجم معاناة الشعب وتجاوزاه لواقعه المعاش ما اعطى البرامج بعد اجتماعي سياسي ترفيهي.

- أوضحت نتائج الدراسة أن أكثر الشخصيات انتقادا كان رئيس الدولة و الأكثر استهدافا من خلال البرامج محل الدراسة.
- إلي جانب ما سبق، كانت اتجاهات البرنامج نحو القوى الفاعلة" الشخصيات" المرتبطة بالقضايا المثارة سلبية إلي حد كبير تفوق اتجاهاته المحايدة والإيجابية مما عكس رؤية البرنامج حول التعاطف مع المشاهد و تحميل الجهات الرسمية مسئولية ترددي الأوضاع.
- تشير نتائج الدراسة إلي افتقار المهنية الإعلامية وأسس العمل الإعلامي السليم خاصة فيما يتعلق بالانحياز وعدم الموضوعية والهجوم، فنلاحظ إننا بصدد شكل ونوع جديد من الأشكال الإعلامية يسعى لبلورة وتقديم نفسه على أنه بديل حر الإعلام التقليدي، ولكنه يفتقد بشكل كبير إلي المقومات الأساسية للعمل الإعلامي المتمثلة في المسئولية والمهنية والمصداقية.
- تبين نتائج الدراسة ان مقاطع من البرامج التلفزيونية من القنوات الفضائية والعربية احتلت المرتبة الاولى في وسائل الايضاح المستخدمة في عرض مضمون البرامج محل الدراسة.
- اتسمت القضايا التي تم تناولها في عينة البرامج محل الدراسة بالتنوع والتعدد، وقد جاء في مقدمة اهتماماتها القضايا السياسية 45,9% وتأتي معالجة القضايا السياسية من خلال الاطلاع على تصريحات الساسة والشخصيات السياسية، المساهمة في كشف الحقائق السياسية ونشرها و التعبير عن الأفكار والمواقف تجاه القضايا العربية والعالمية، كما اهتمت البرامج بالموضوعات الاقتصادية وقلت نسبة اهتمامه بالموضوعات الاجتماعية.
- أكدت نتائج الدراسة ان اتجاه معالجة البرامج عينة الدراسة للقضايا المثارة كان معارضا في المرتبة الاولى وتتفق هذه النتيجة مع طبيعة البرامج السياسية الساخرة التي تنتبنى الاتجاه السلبي المعارض لما يقع من أحداث ولما يشهده المجتمع من ظواهر، بهدف إظهار مواطن الضعف والقصور في السياسات التي تحكم المجتمع.
- تصدرت فئة عرض معلومات ووجهات نظر المرتبة الاولى من حيث طريقة تناول البرامج محل الدراسة للقضايا " معالجة القضايا" تلاها أسلوب عرض معلومات فقط يليها عرض الأسباب.
- جاءت أهم الأهداف التي تسعى إليها البرامج " عينة الدراسة " في الترتيب الاول توجيه النقد للنظام السياسي، والتي اتخذت من قضايا الرأي العام والاحداث السياسية محتوى لنقد موقف الأنظمة في التعامل مع هذه القضايا والاحداث.
- جاء أسلوب التساؤل الساخر من اكثر أساليب النقد الساخر استخدامًا في البرامج الساخرة عينة الدراسة حيث أشارت النتائج إلي ان الطريقة التي يتم بها عرض هذه البرامج مستخدمة كافة اساليب النقد الساخر يمكن أن تساعد الأفراد على إثارة الكثير من النقاشات الجدلية حول الموضوعات المختلفة مما يؤدي إلي خلق نوع من التفكير النقدي لديهم.
- تحددت القيم السياسية للبرامج عينة الدراسة في عدة أشكال تضمنت حرية الرأي والتعبير والتي تصدرت فئة القيم في المرتبة الأولى يليها العدالة الاجتماعية ثم الديمقراطية واخيرا الوحدة والانتماء، والتي تمثلت في الحرية السياسية التي تخول للفرد المشاركة في إدارة شؤون الحكم عن طريق حرية الرأي في الانتخاب والترشيح والاستفتاء.
- تشير نتائج الدراسة إلي عدم التزام البرامج محل دراسة بأخلاقيات المجتمع، في عرض القضايا المختلفة.

مناقشة النتائج في ضوء الاطار النظري للدراسة :

اهتمت نظرية المسؤولية الاجتماعية بالوظائف التي ينبغي أن تؤديها وسائل الإعلام وتحديد المعايير الخاصة بالأداء الإعلامي والتي تشمل على المعايير الأخلاقية للأفراد إضافة إلى مجموعة الضوابط المهنية والأخلاقية التي تحكم نظم وسائل الإعلام وممارستها، إضافة إلى السلوكيات التي يجب مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية، حيث أكد McQail أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تركز على أن الإعلام مسئول ولديه التزامات تجاه المجتمع لكسب ثقة الجمهور من خلال تحري الدقة والمصداقية والموضوعية ، وما سبق يمكن تحديد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للبرامج الساخرة من خلال :

مراعاة الدقة والمصداقية والموضوعية في الرسائل الإعلامية: وهو ما يختلف مع نتائج الدراسة التحليلية حيث جاء في المرتبة الأولى عدم التزام البرامج محل الدراسة بتحري صحة ودقة المعلومات في عرض القضايا والمعلومات، حيث تتضمن مضمون البرامج معلومات مزيفة أو غير دقيقة في تناول الأحداث المختلفة إلى جانب التحيز وعدم الموضوعية من جانب القائمين بالاتصال مما أدى إلى افتقار تلك البرامج إلى المعايير المهنية والإعلامية لوسائل الإعلام .

الالتزام بمجموعة الضوابط الأخلاقية والقانونية التي تحكم صناعة الرسائل الإعلامية وهو ما لم يتحقق في تقديم هذه البرامج حيث جاءت السخرية بشكل غير لائق من القيادات السياسية واستخدام الالفاظ الخارجة في المرتبة الأولى ضمن التجاوزات الإعلامية التي تم رصدها في البرامج حيث جاءت التجاوزات على مستويات مختلفة منها المبالغة والتهويل في عرض الأحداث واصطناع الاخبار والترويج للشائعات وهو ما أكد على عدم الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية للعمل الإعلامي.

حدود البحث وما يثيره من دراسات مستقبلية:

يمكن للدراسة الحالية طرح عدد من الدراسات والبحوث المستقبلية في ضوء ما انتهت إليه نتائج ويمكن توضيحها كالتالي:

- دراسة دور البرامج السياسية الساخرة في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي.
- إجراء دراسات أعمق للتعرف على أسباب ودوافع تأثير التعرض للبرامج السياسية الساخرة للاستفادة منها في تفسير التأثيرات الناجمة عن ذلك التعرض.
- دراسة صور الشخصيات السياسية كما تعكسها البرامج السياسية الساخرة.
- دوافع تعرض الشباب للبرامج السياسية الساخرة باليوتيوب والإشباع المتحققة منه.

توصيات البحث :

١. تقنين إنتاج البرامج السياسية الساخرة وأن يكون هناك معايير ومواصفات محددة على موقع اليوتيوب وعلى الدولة إقامة التوازن بين ممارسة الأفراد لحريةهم وممارسة السلوكيات التي قد تضر بالصالح العام وبما يتوافق مع الظروف السياسية والاجتماعية للدولة.
٢. وضع ضوابط وقواعد للنشر الإلكتروني المرتبط بهذه البرامج بشكل يتناسب مع إمكانية تأثيرها وخطورة ما يمكن أن تتناوله ن معلومات.
٣. وضع إطار قانوني للقائمين على هذه البرامج وتقنين ظهورهم بما يتناسب مع القوانين المنظمة للإعلام في مصر.

٤. توظيف مواقع التواصل الاجتماعي بشكل جيد من خلال إنتاج حملات توعية للجمهور بحقوق وواجباته السياسية وضرورة تحري الدقة فيما يتعرض له من معلومات وتوجهات من خلال هذه المضامين الساخرة.

٥. سرعة قيام وسائل الإعلام والمؤسسات المعنية بالرد على ما تنتشره تلك البرامج وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي من اخبار كاذبة ومضللة من خلال إعلان الدولة عن الأخبار الصحيحة كاملة دون غموض او إخفاء لبعض المعلومات.

قائمة المراجع:

المراجع العربية

- إبراهيم، رباب جمعة. (٢٠٢٠). أطر تقديم الأداء الحكومي بالبرامج الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي- دراسة تحليلية لبرنامج لايف من الدوبلكس، مجلة بحوث كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، قسم الإعلام التربوي (٥٧) ص ٢٩٩-٣١٩.
- أبو عرجة، تيسير. (1999). الصحافة المعاصرة، الإمارات، دار الكتاب الجامعي، ص ٦٧.
- باعزي، زهرة. (2023). توجهات البرامج السياسية الساخرة على قنوات اليوتيوب: تحليل مضمون عينة من برنامج السليط الإخباري على قناة AJ في الفترة الممتدة ما بين جانفي إلي أكتوبر ٢٠٢١، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة الجلفة، الجزائر، (٣)، ١٨.
- البشر، محمد بن عود. (1996). المسؤولية الاجتماعية في الإعلام، النظرية وواقع التطبيق، الرياض، دار عالم الكتب.
- حامد، أمينة أحمد. (2022). أخلاقيات البرامج الساخرة ومدى الالتزام بالمعايير المهنية، رسالة دكتوراه، جامعة المنيا، كلية الآداب.
- عبد الحارس، فاطمة الزهراء. (2022). دور الفيديوهات السياسية الساخرة في بتشكيل الصورة الذهنية لدي الجمهور عن السياسيين في مصر، رسالة ماجستير، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب، قسم الإعلام.
- عبد الحلیم، سهير عثمان. (2021). اتجاهات الجمهور المصري نحو الفيديوهات الساخرة للمؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في معالجة قضايا المجتمع المصري. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، (٣٤) يوليو -سبتمبر ص ٥٦-١٠٧.
- عبد العزيز، ايمان نور الدين. (2021). استخدام الفيديوهات الساخرة بشبكات التواصل الاجتماعي للتعبير عن اتجاهات الشباب المصري نحو القضايا المجتمعية، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- عبد المحسن، محمد سعودي. (٢٠١٨). الأطر الإخبارية للقضايا السياسية بقنوات اليوتيوب الخاصة بالصحف المصرية ودورها في تشكيل اتجاهات الشباب نحو هذه القضايا، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- عقل، نشوه سليمان. (2018). مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الساخرة وعلاقتها بمستوى النقد الاجتماعي لديهم، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، (٢) ١٧، ص ١-٣٣.
- عقون، يسرى. (2020). البرامج السياسية الساخرة في القناة الرقمية AJ عربي، دراسة تحليلية للبرنامج السليط الإخباري، رسالة ماجستير، جامعة ام البواقي الجزائر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، الجزائر.
- علي، هنا جلال. (2023). معالجة مقاطع الفيديوهات باليوتيوب للمضامين السياسية الساخرة وعلاقته بإدراك الشباب الجامعي للواقع السياسي في مصر، رسالة ماجستير، جامعة دمياط، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.
- الغالب، طاهر محسن، و العامري، صالح مهدي. (2010). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال " الأعمال والمجتمع " ، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ط ٢.
- المر، عابدة عوض. (٢٠١٥). اتجاهات الجمهور والنخبة الأكاديمية نحو البرامج التليفزيونية الساخرة وعلاقتها بالمعايير الأخلاقية والمهنية للإعلام، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد 7، ص ١٥٣-٢٤٢.

مكاوي، حسن عماد.(١٩٩٤). أخلاقيات العمل الإعلامي " دراسة مقارنة" الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

نوير، ريهام علي . (2020). استخدام الشباب المصري للفيديوهات الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المنظمات الإرهابية ، دراسة تطبيقية على شباب جامعة القاهرة ، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، (٥)، ٥٤، ص ٣٤٦٣-٣٥٤٠.

English References:

Gray, J., J.P& Thompson, E, (Eds). (2009). Satire TV: Politics and Comedy in the post -network era. nyu, Press.

Sukarto, K, A.(2022) .Satire and Sarcasm on the “YouTube Got Talent: Video: A Case Study on Skinnyindonesian24 Channel, Nasional University, ELS JOURNAL On Interdisciplinary Studies in Humanities, VOL.5 NO.2, JUNE.

Mirghaderi, L.(2023). Online Satire In Social Critique, Counter Public Opinion, Submitted in Partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Technology and Humanities in the Graduate college of the Illinois Institue of Technology.

6.Stanley J. Baran, Denis K.(2006) .“Mass Communication Theory” Fourth edition (UNITED States, p 113.

Rivers, W, Schramm, W.(1969) .“ Responsibility in Mass Communication” New York: Harper and Row Publication, pp. 47.

Martinez, A.R.(2019). Funny Politics Examining The Motivations for Political Satire Consumption and Avoidance and the Effects Political Satire Television Ci Knowledge, Engagement, and Trust in Institutions ,Unpublished M.A. University of Texas at El paso, Department of Communication.

Van Deventer, A.J.(2021). “The Tumultuous Relationship Between Late Night Television and American Politics: Are There Real World Effects? Doctoral dissertation, Drexel University.