جامعة عمار ثليجي بالأغواط

كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة

قسم علوم الإعلام والاتصال

العنوان

دور البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من مشاهدي برنامج "فوق السلطة" لقناة الجزيرة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة بجامعة عمار ثليجي بالأغواط

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال :تخصص اتصال وعلاقات عامة

من إعداد الطالبان :

- السعيد وردان
- كمال بوشريعة

إشراف الأستاذ :

حسين مساعدي

أعضاء لجنة المناقشة	
د/ عطاء الله طريف	رئيسا
أ/ خير الدين حجار خرفان	مناقشا
أ / حسين مساعدي	مشرفا

– السنة الجامعية :2017– 2018 –

بسم الله الرحمن الرحيم

حمد وشكر وتقدير

بعد حمد الله والثناء عليه والصلاة والسلام على نبيه وخير خلقه

محمد صلى الله عليه وسلم

نتقدم بالشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف الفاضل حسين مساعدي على تفضله

بالإشراف على هذه الدّراسة وعلى اهتمامه، وتوجيهاته ونصحه الدّائم .

والشكر موصول أيضا إلى أعضاء لجنة المناقشة ، وإلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام

والاتصال بجامعة عمار ثليجي بالأغواط وعلى رأسهم رئيس القسم

الدكتور عطاء الله طريف

إلى كل من ساعدنا /في إنجاز هذا العمل

إلى كل هؤلاء نتقدم بخالص الشكر والتقدير

إهداء

إلى الوالدين عبد العزيز وردان و إيدير ناجيّة فلولاهما لما وُجِدتُ في هذه الحياة، ومنهما تعلَّمت الصمود، مهما كانت الصعوبات.

إلى أسرتي الصّغيرة التي وقفت إلى جانبي في كلّ مراحل دراستي، زوجتي العزيزة و بنتاي الحبيبتين ميس ايناس و ليليا نور و إخوتي صالح و لطيفة و بلال.

إلى الّذين استقيتُ منهم الحروف، وتعلَّمت كيف أصوغ العبارات، وأحتكم إلى القواعد في مجال البحث العلميّ.

إلى كلّ الذين لم يدَّخروا جهدًا في مدِّي بالمعلومات والبيانات و سهّلوا مهمّتي.

أهدي إليكم جميعا هذا الجهد العلميّ.

السّعيد وردان

إهداء

أهدي ثمرة هذا الجهد إلى روح والدي الطاهرة – رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه – وإلى والدتي حفظها الله وأطال في عمرها والتي

كانت نعم السند والمعين لي بدعواتها ، وإلى أسرتي

الصغيرة زوجتي الكريمة وولدي الطاهر

إلى إخوتي وأخواتي وكل الأهل والأقارب

إلى كل الأصدقاء إلى كل من علمني حرفا

أو أسدى لي نصحا.

كمال بوشريعة

شكر وتشجيع

((السلام عليكم ورحمة الله وبركاته..

شكراً لكم على الاهتمام بالبرنامج وأتمنى لكم النجاح الباهر والتوفيق

الدائم. نفخر بكم و السلام عليكم)).

نزيه الأحدب

الدوحة يوم 28 ماي 2018

ملخص

الدراسة

ملخّص الدّراسة :

تتناول هذه الدّراسة دور و أثر البرامج التلفزيونيّة السّياسيّة السّاخرة في تشكيل الوعي السّياسيّ عند طلبة الجامعة و اتّخذت من برنامج "فوق السّلطة " الذي تبثّه قناة الجزيرة الإخباريّة القطريّة نموذجا لتطبيقه ميدانيّا على عيّنة من طلبة كليّة العلوم الانسانيّة والإسلاميّة و الحضارة في جامعة الأغواط .

هذا النّوع من البرامج الذي يعتبر ظاهرة إعلاميّة جديدة في الوطن العربي، اجتاحت الفضاء التلفزيوني العربي عبر قنواته، جعل من السّخرية و الكوميديا السّوداء جسراً للوصول إلى شريحة واسعة من الجماهير و استقطابها بالحديث عن الأحداث السّياسيّة و القضايا السّاخنة الرّاهنة التي تهمّ المواطن العربيّ بعيداً عن القوالب التقليديّة و الرتيبة للبرامج السّياسيّة الحواريّة "الجادّة".

و بناء على ما سبق كانت هذه الدّراسة محاولة لقياس الوعي السّياسيّ لدى طلبة الجامعة الذين يتابعون هذه البرامج و يتعرّضون لخطابها من جهة و التعرّف من جهة أخرى على نمط مشاهدة هذه البرامج السياسيّة من نوع جديد في عصر التكنولوجيا المتطوّرة و الهواتف و اللوحات الذّكيّة و انعكاس ذلك على مدى تأثير المادّة الإعلاميّة للبرنامج السّياسيّ السّاخر على الوعي السّياسيّ و الثقافة السّياسيّة بصورة عامّة .

Résumé de l' étude :

Cette étude porte sur le rôle et l'influence des programmes de télévisions politiques satiriques dans la formation de la conscience politique chez les étudiants universitaires, cette étude a pris pour modèle le programme « Au-dessus de l'autorité» diffusé par la chaine d'information qatari Al-Jazeera pour tester son impact sur un échantillon d'étudiants de la Faculté des Sciences humaines et islamiques et de la civilisation à l'université de Laghouat.

ce genre de programme est considéré comme un nouveau phénomène médiatique dans le monde arabe, qui a conquit l'espace télévisuel arabe à travers ses chaines satellitaires, a utilisé la satire et la comédie ironique et noir, comme un pont pour atteindre et attirer une grande partie du public en parlant des événements politiques et des questions d'actualité chaudes et instantanées qui préoccupent le citoyen arabe bien loin des stéréotypes figés des programmes politiques et autres interviews lourds et « sérieux ».

C'est pour cela que cette présente étude vise d'une part à mesurer le degrés de la conscience politique chez les étudiants universitaires qui suivent ces programmes et qui sont exposés à leurs discours, et à explorer d'autre part leurs types d'exposition à ses programmes télévisuels politiques d'un genre nouveau dans l'ère de la haute technologie, des téléphones intelligents et

des tablettes numériques et l'impact de ce mode de consommation sur la conscience politiques et la culture politique d'une manière générale.

Study sum-up :

The given study focuses the role of satirical tv programms influence on shaping political consciousness on university students.The study deais with the programme « Above authority » as a model being broadcasted on the Quatarian Al Jazeera news channel,to test its impact on students from civilization , islamic and human sciences departement at Laghouat university.

This kind of programms is considered as a new media phenomenon in the arab world, which realised a conquest on arab audiovisual space across its satellite channels. It used satirising and dark comedy and irony as a bridge to reach and attract large audience dealing with political events and instant top news which concern arabic citizens, far from archaic stereotypes political programms and other heavy and serious interviews.

As a matter of fact, the study aims to measure university students political consciousness who follow these programms and directly exposed to their speech, in a hand. Then to explore the exposition type to these Tv programms as a new high era of technology, smart phones and digital touchpad and the impact of this consuming mode on political consciousness and political culture in general.

الفهارس

- فهرس المحتويات
- فهرس الجداول

فهرس المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
مقدمة	**أ– ب**
إشكالية الدّراسة	**17**
تساؤلات الدّراسة	**20**
أسباب اختيار الدّراسة	**20**
أهمية الدّراسة	**21**
أهداف الدراسة	**22**
مفاهيم و مصطلحات الدّراسة	**22**
الدّراسات السابقة	**25**
الاستفادة من الدراسات السابقة	**28**
الفصل الأول : الإعلام التلفزيوني الساخر	**51–30**
المبحث الأول : مفهوم السخرية	**30**
المبحث الثاني : وظائف السخرية	**33**
المطلب الأول : الوظيفة الاتصالية للسخرية	**33**
المطلب الثاني : الوظيفة الإعلامية للسخرية	**35**
المطلب الثالث : الوظيفة السياسية للسخرية	**40**
المبحث الثالث : مفهوم ونشأة الإعلام الساخر التلفزيوني	**42**
المطلب الأول: مفهوم الإعلام التلفزيوني الساخر	**42**
المطلب الثاني : نشأة الإعلام التلفزيوني الساخر	**43**
المبحث الرابع : خصائص الإعلام التلفزيوني الساخر	**46**
المبحث الخامس : تصنيف برامج الإعلام ا لتلفزيوني الساخر	**48**
المبحث السادس : البرنامج التلفزيوني الساخر – فوق السلطة — على قناة الجزيرة	**50**
الفصل الثاني : الوعي السياسي والإعلام	**67–53**
المبحث الأول : مفهوم الوعي السياسي وأنماطه	**53**

المطلب الأول : مفهوم الوعي السياسي	**53**
المطلب الثاني : أنماط الوعي السياسي	**55**
المبحث الثاني : مستويات الوعي السياسي وأدواته	**56**
المطلب الأول : مستويات الوعي السياسي	**56**
المطلب الثاني : أدوات تكوين الوعي السياسي	**58**
المبحث الثالث : دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي	**62**
المبحث الرابع : أهمية الوعي السياسي	**64**
المطلب الأول : أهمية الوعي السياسي للمجتمع اتجاه الدولة	**64**
المطلب الثاني : أهمية الوعي السياسي للدولة اتجاه للمجتمع	**66**
الفصل الثالث : الجانب التطبيقي للدراسة	**103-69**
المبحث الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة	**69**
المطلب الأول : نوع الدراسة ومنهجها	**69**
المطلب الثاني : العينة مجتمع الدراسة	**70**
المطلب الثالث :أدوات جمع البيانات	**71**
المبحث الثاني : عرض وتحليل نتائج الاستبيان	**73**
المبحث الرابع : استنتاجات الدّراسة	**103**
خـــاتمة و توصيات	**105**
قائمة المراجع والمصادر	**109**
ملاحق الدراسة	**115**

فهرس الجداول

رقم الجدول	عناوين الجداول	رقم الصفحة
01	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	73
02	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمريّة	74
03	يوضّح توزيع أفراد العينة على حسب المستوى التعليمي	75
04	يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة التخصص الجامعي	76
05	يظهر مدى متابعة أفراد العينة للبرنامج	77
06	يوضح تفضيلات أفراد العينة عند مشاهدة برنامج – فوق السلطة –	78
07	يوضح الوسائل التي يتابع من خلالها أفراد العينة البرنامج	79
08	يوضح حجم مشاهدة أفراد العينة للبرنامج	80
09	يوضح تفاعل أفراد العينة مع البرنامج من خلال شبكات التواصل الاجتماعي	81
10	يبيّن مدى تفاعل أفراد العينة مع البرنامج من خلال شبكات التواصل الاجتماعي	82
11	يوضح مناقشة أفراد العينة تفاصيل البرنامج مع المحيط	83
12	يوضح طبيعة المحيط الاجتماعي	84
13	يوضح طبيعة محتوى البرنامج و علاقته بالواقع	85
14	يوضح عناصر الإعجاب بالبرنامج	86
15	يوضح الهدف من متابعة أفراد العينة البرنامج	87
16	يوضح المواضيع الأكثر الأهمية لأفراد العينة	88
17	يوضح علاقة متابعة البرنامج بالإطلاع على القضايا السياسية	89
18	يوضح علاقة متابعة البرنامج بتغيير الرأي السياسي	91
19	يوضح مدى مناقشة القضايا السياسية بعد متابعة البرنامج	93
20	يوضح مساهمة البرنامج في توضيح المفاهيم السياسية	95
21	يوضح مساهمة البرنامج في القدرة على التحليل السياسي	97
22	يوضح أشكال تجسيد القدرة على التحليل السياسي	99

مدخل عام

- مقدمة
- إشكالية الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- أسباب اختيار الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- تحديد المفاهيم والمصطلحات
- الدراسات السابقة

مقدمة :

أثارت البرامج التلفزيونية السّياسيّة السّاخرة منذ ظهورها الجدل في أوساط الجماهير و السّياسيّين عبر العالم و كما أنها أبهجت الجمهور من ناحية أغضبته من ناحية أخرى، الأمر الذي دفع الأكاديميين الغربيين في مجال الإعلام إلى دراستها كظاهرة إعلاميّة و اجتماعيّة و دراسة تأثيرها على الوعي السّياسيّ للجمهور المتلقّي .

و هناك من اعتبر الكوميديا السّياسيّة السّاخرة أنّها القوّة الرائعة التي تعبّر عن مشاعر الرأي العام لتعزيز الثقافة المتحضّرة وفكرة المواطنة للجمهور وذلك بإثارة النّقاش السّياسيّ لجذب الجمهور إلى عالم السياسة بمهارة وإبهار و إبداع في عرض الأحداث السّياسيّة و معالجتها، كما اعتبرها البعض الآخر متنفّساً و تفريغا للعواطف البشرية مثل الشعور بالغضب، الخزي، الاشمئزاز، السّخط، الاحتقار وغير ذلك، بتعبير مضحك وبسيط .

فمهمّة الإعلاميّ النّاقد السّاخر حسب بعض الاتجاهات هي أن يُفرغ هذا الغضب و الاحتقان من خلال إعلانه عن الحقيقة التي يمكن أن تكون أخلاقية و سياسية، فالإعلاميّ السّاخر يرى أنّ من واجبه التمييز بين الصّواب والخطأ في المجتمع ومهاجمة الخطأ دون تحفظ و ما يمكن إدراكه أن أهمّ دعائم الكوميديا السّياسيّة السّاخرة ترتكز على تفريغ غضب الجماهير وسخطها من خلال السّخرية من العامل أو العنصر الذي يغضبهم، وبالتالي تحجيم عامل السخط وتفريغه بطريقة تثير ضحك الجمهور، لكن هناك من يرى أنّ للإعلاميّ السّاخر دور يتجاوز التنفيس و الفكاهة و التندّر بالمادّة السّياسيّة إلى آفاق أوسع يقوم فيها بالتأثير على الوعي السّياسيّ للجماهير من خلال تفسير الأحداث و القضايا السّياسيّة بطريقة أقلّ تعقيدا و بخفّة روح و سرعة بديهة و عمق استغلال المخيال الجمعي و التراث الأدبيّ الزّاخر بالنوادر و النّكت و القصص و الحكايات ذات البعد السّياسيّ .

و لا تختلف المجتمعات العربيّة عن غيرها في هذا المجال فالتراث العربيّ قديماً وحديثاً يعجّ بالقصص و النكت السّاخرة التي تحكي علاقة الحاكم بالمحكوم و السّلطة بالشّعب و السلطان بالرّعيّة و لعلّ هذا ما جعل الجماهير في الوطن العربي تقبل على مشاهدة البرامج السّياسية السّاخرة في عزّ التّحوّلات السّياسيّة التي شهدتها و تشهدها إلى اليوم المنطقة العربيّة مع اختلاف طبعاً في التوجّهات الفكريّة للقائمين على هذه البرامج و في دوافع إطلاقها في الفضاء التلفزيونيّ العربيّ باختلاف توجّهات و مصالح القنوات التلفزيونيّة العربيّة و سياساتها التحريريّة .

و من هنا انصبّ اهتمام الباحثين على دراسة مدى **مساهمة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في تشكيل الوعي السّياسيّ للطّالب الجامعي في دراسة ميدانية على عيّنة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة بجامعة الأغواط و اتخذت برنامج "فوق السّلطة" الذي تعرضه قناة الجزيرة الإخباريّة منذ نوفمبر 2016 نموذجا لهذا النّوع من الإعلام السّياسيّ السّاخر الذي ما فتئ ينتشر و يتطوّر شكلاً و مضموناً .**

و تعرّض الطالبان لها في ثلاثة فصول تشمل الجوانب المنهجية والنظرية والميدانية وهي كالتالي :

تشتمل الدراسة الحالية على مدخل عام حاولنا من خلاله التطرق إلى إشكالية الدراسة وإلى تساؤلاتها، إضافة إلى أسباب اختيار الدراسة ،إضافة إلى الأهداف التي تسعى الدراسة لتحقيقها وتحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة ، وصولا إلى الدراسات السابقة المشابهة .

أما الإطار النظري للبحث فيحتوي على فصلين ، يتمثل الفصل الأول في الإعلام التلفزيوني الساخر وذلك في ستة مباحث، تناول المبحث الأول مفهوم السخرية ، بينما تناول المبحث الثاني وظائف السخرية والتي تمثلت في الوظيفة الاتصالية للسخرية والوظيفة الإعلامية للسخرية وكذا الوظيفة السياسية للسخرية ،أما المبحث الثالث فتناول مفهوم ونشأة الإعلام التلفزيوني الساخر وفي المبحث الرابع تم التطرق إلى خصائص الإعلام التلفزيوني الساخر ،في حين تناول المبحث الخامس تصنيف البرامج التلفزيونية الساخرة ،وفي نهاية الفصل تناولنا البرنامج التلفزيوني الساخر – فوق السلطة — على قناة الجزيرة ، الذي هو محل دراساتنا .

و تطرقنا في الفصل الثاني المعنون بـ "الوعي السياسي والإعلام " إلى أربعة مباحث ،و قد استهل المبحث الأول بمفهوم الوعي السياسي وأنماطه ،أما المبحث الثاني فتدور حيثياته حول مستويات الوعي السياسي وأدوات تكوين الوعي السياسي ، في حين تم التطرق في البحث الثالث إلى دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي ، وختمنا المبحث بالنقطة الأخيرة والمتمثلة في أهمية الوعي السياسي بالنسبة للمجتمع والدولة .

أما الفصل الرابع والأخير الذي شمل الجانب الميداني للدراسة الذي قسمناه إلى مبحثين ، المبحث الأول تم عرض فيه الإجراءات الميدانية للدراسة والمتمثلة في المنهج المتبع في الدراسة ، ومجتمع الدراسة وعينته ، إلى أدوات جمع البيانات ، أما المبحث الثاني فتمثل في عرض وتحليل نتائج الدراسة و ، وصولا إلى الاستنتاج العام للدراسة و التوصيات ثم الخاتمة.

1. إشكالية الدراسة:

إنّ تشكيل الوعي السّياسيّ يعتبر من أعقد العمليّات التّربويّة و التثقيفيّة على صعيد المنظومات التربويّة و أيضا على مستوى المنظومات الإعلاميّة في العالم و التي كان لها في تاريخ شعوب البشريّة دوراً هامّاً في غرس الأفكار و الإيديولوجيات و الاتجاهات السّياسيّة من خلال وسائل الدّعاية، و لا شكّ أنّ تجلّيات الوعي السّياسيّ عند الفرد تكون أكثر تجسيداً و ممارسةً في أوساط النّخب المثقفّة و الطّلبة الجامعيّين على وجه الخصوص باعتبارهم طاقة شبّانيّة و أحد مكوّنات هذه النّخب في المراحل المتقدّمة .

و تاريخ الجزائر إبّان الثّورة التحريريّة، ما بين الفاتح نوفمبر تاريخ اندلاع الثورة و الخامس جويلية 1962 تاريخ الاستقلال، يحمل في الذّاكرة الجمعيّة أحداثاً كالتّاسع عشر ماي و هو ذكرى التحاق الطّلبة الجزائريّين بصفوف الثّورة و يحتفظ بأسماء كطالب عبد الرّحمان و التي تعبّر عن هذا الوعي السّياسيّ و أثره في تاريخ الحراك الشعبيّ الجزائري الّذي كان يرنو إلى الحريّة و الاستقلال و الانعتاق من ربقة الاحتلال الفرنسيّ .

تعتبر البرامج التلفزيونيّة السّياسيّة إحدى وسائل الغرس الثقافي و التأثير على أفكار و اتجاهات و مواقف الجماهير إزاء الأحداث و القضايا السّياسيّة السّاخنة و في مقدّمة هذه الجماهير النّخب و من ضمنها الطّلبة الجامعيّون وقد انتشر في الفضاء التلفزيوني العربيّ ،كامتداد للتغيّرات السّياسيّة التي ش هدتها المنطقة، خاصة منذ اندلاع ما يسمّى بالربيع العربي عدد من البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة التي يمكن وضعها في خانة ما اصطلح على تسميته في وسائل الإعلام بالولايات المتحد ة الأمريكية " الترفيه السّياسيّ " و قد راحت القنوات العربية تحاكي برامج مثل" الدايلي شو " لجون ستيوارت على قناة "كوميدي سنترال" او " كولبرت ريبورت " و بعده " كولبرت شو " لستيفن كولبرت و "لاست ويك توناايت " لجون أوليفر ، إلى جانب البرنامج الفرنسي الشهير في مجال السّخرية السياسية على قناة " كنال بلوس " "دمى الأخبار" * و الذي يعتمد على ش خصيات العرائس لنقد الواقع السياسي و هو برنامج تمّ تقليده في إحدى القنوات التونسية مباشرة بعد الثورة التي أطاحت بنظام الرئيس الأسبق زين العابدين بن علي .

في مصر و بعد الثورة على نظام حسني مبارك تفاجأ المشاهد المصري في صيف 2011 بأسلوب جديد في معالجة القضايا السياسية بنبرة تهكّميّة لاذعة في برنامج " البرنامج " لمقدّمه " باسم يوسف " الذي كان البرنامج

التلفزيوني السّاخر الأبرز لفترة ما بعد ثورة يناير الذي انط لق من شبكات التواصل الاجتماعي و اليوتيوب على وجه الخصوص ليجد نفسه على قناة " أون تي في " ثمّ متجوّلا عبر عدد من القنوات كانت " أم بي سي مصر " آخرها قبل أن يتوقّف البرنامج بسبب الرّقابة و المتابعات القضائية خاصة في عهد الرئيس المصري الحالي " عبد الفتاح السّيسي و في العراق مثلا ظهر برنامج " البشير شو " في 2014 ليحقق شهرة واسعة عبر عدة قنوات و اليوتيوب رغم تعرّضه للإيقاف لمرّات ، كما انتشر برنامج " ولاية بطّيخ " على قناة " هنا بغداد " و حقّق نجاحا كبيرا في وقت قياسيّ أمّا في اليمن فلا تكاد تخلو قناة تلفزيونية من هذا النوع من التوجه التهكمي في مواجهة الواقع المرير و الأفكار المتطرّفة و الفساد الحكوميّ كبرامج " ولا نخس" على قناة " بلقيس" و " عكس خط " في قناة " يمن شباب " و برنامج "غاغة" على قناة " سهيل ".

السّخرية السّياسيّة في الجزائر و إن كانت حاضرة في الصح افة المكتوبة من خلال الرسوم الكاريكاتورية و تجربة جريدة "الصحّ آفة " إلّا أنّها تلفزيونيّا لم تر النور إلّا مع الانفتاح الإعلامي في القطاع المرئي و المسموع و انتشار القنوات التلفزيونية الخاصّة بعد صدور قانون الإعلام لسنة 2012 فأصبح المشاهد الجزائري يضحك أ مام برنامج " طالع هابط " الذي بثّته قناة " بور تي في " أوّل الأمر ثمّ قناة النّهار حاليا ، و من البرامج أيضا " عمّر راسك " من تقديم الإعلامي " وحيد أسامة " الذي يبدو رغم التهكّم جدّيا في تناول القضايا و الأحداث السياسيّة ، " عمّر راسك " بعد بداية محتشمة على قناة "النهار" في 2014 ارتحل الى قناة "بور تي في" حيث استقرّ هناك منذ 2015 و الى يومنا هذا.

أمّا على صعيد القنوات الإخباريّة الكبرى كقناة الجزيرة فيمثّل برنامج " فوق السّلطة "، الذي يقدّمه الإعلاميّ اللبناني " نزيه الأحدب " ، واجهة للقناة في تجربة السّ خرية السّياسية إلّا أنّ القناة لا تريد تبنّي الطابع التهكّمي للبرنامج بصفة كاملة إذ أطلقت عليه وصف " برنامج سياسيّ ناقد " رغم ما يحتويه من تعليقات ساخرة و لقطات تمثيلية كوميدية و دراميّة تعتمد فيها على الكوميديا السوداء تعبيرا على التوجّه الجدّي لهذا البر نامج الذي يفضّل استعمال اللغة العربيّة الفصحى في مخاطبة المشاهد العربي على عكس البرامج الأخرى التي تخاطب مشاهدها باللهجات المحليّة ما عدا برنامج "عمّر راسك" الذي يميل الى استعمال العربيّة الفصحى .

برنامج " فوق السّلطة " الذي تقترحه " الجزيرة الإخباريّة على مشاهديها منذ نوفمبر 2016 يعالج أسبوعيّا في خمس و عشرين دقيقة أبرز القضايا الدّوليّة و العربيّة بطريقة تختلف عن البرامج السّياسيّة الأخرى للقناة بقالب

تطبعه الخفّة و رشاقة الأسلوب الأدبيّ و قد حقّق البرنامج متابعة قياسيّة في وقت وجيز و ترجمه عدد المشاهدات على اليوتيوب.

الدّكتور مصطفى ضياء في مقدّمة كتابه السّخرية في البرامج التلفزيونيّة أوضح أهميّة دراسة هذه الظواهر الإعلاميّة الجديدة في القنوات العربيّة عندما أكّد ((أن البرامج التلفزيونية الس اخرة قد فتحت آفاقاً جديدة لم تتناولها فيما مضى؛ إذ طرقت قضايا سياسية واجتماعية أكثر عمقا وأهمية لتتسع دائرة المتعرّ ضين لها حتى صارت مادة أساسية في الكثير من القنوات الفضائية والعربية والاجنبية التي سبقتنا كثيرا منذ عقود طويلة في هذا المجال فضلا عن كونها حديث المجالس وشكلت دوراً محرّضا للتغيير نحو الافضل)) .[1]

انتشار هذا النّوع من البرامج كشف أيضا عن حاجة المشاهد العربيّ لقوالب جديدة لمتابعة الشؤون السّياسية بشكل يخفّف من حدّة المشاهد المرعبة في نشرات الأخبار و بالمقابل حاجة القنوات التلفزيونيّة الى تجديد و تنويع خطابها الإعلاميّ بما يخدم سياستها التحريريّة و المصالح السّياسية و المواقف التي تدافع عنها و هو ما اتضح بصورة جليّة في الأزمة الخليجية العربيّة الأخيرة بين قطر من جهة و دول الحصار من جهة أخرى كالإمارات العربية و السعوديّة و مصر، فأصبح قالب السّخرية خطابا قائما بذاته وأسلوبا دعائيا لإقناع المشاهد العربيّ بتبنّي المواقف السّياسية فأضحت البرامج التلفويونية السّاخرة ظاهرة إعلاميّة جديرة بالاهتمام و الدّراسة من أجل معرفة مدى تعرّض المشاهد العربي لها و أنماط متابعته للمواد الإعلامية التي تقترحها هذه البرام ج و قياس تأثير هذه البرامج على وعيه السياسيّ و ثقافته السّياسيّة و قدرته على تحليل ما يدور حوله من أحداث سياسيّة كبرى و من ثمّة التأثير على ممارسته السّياسيّة.

و عليه فإنّ هذه الدراسة محاولة للفت الانتباه الى أهميّة هذا النوع من البرامج التي تتخذ من ال سخرية جسرا للوصول إلى قلب و عقل المشاهد للتأثير على توجّهاته الفكريّة و مواقفه و ممارساته السّياسية لهذا تحمل الدراسة هاجسا معرفيا و تساؤلا جوهريا يتمثّل في معرفة : **إلى أي مدى يساهم البرنامج التلفزيوني السياسي الساخر على قناة الجزيرة الفضائية " فوق السلطة " في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي في الجزائر؟**

[1] - مصطفى ضياء، **السخرية في البرامج التلفزيونية** ، دار ميزوبوتاميا ، بغداد، ط 1 ، 2014 ، ص 14 .

2. تساؤلات الدّراسة:

و يندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية مساعدة على فهم الموضوع محل الدّراسة :

1) ماهي عادات وأنماط مشاهدة برنامج – فوق السلطة – عند الطالب الجامعي ؟

2) ماهي دوافع مشاهدة الطالب الجامعي لبرنامج – فوق السلطة – ؟

3) هل يمكن اعتبار البرامج السياسية الساخرة أحد العوامل التي تساهم في تشكيل الوعي السياسي للطالب الجامعي ؟

3. أسباب اختيار الدّراسة:

هناك عدّة أسباب ذاتيّة و موضوعيّة دعت الباحثان الى اختيار هذا الموضوع للدّراسة و يمكن حصرها في ما يلي :

- **الأسباب الذاتيّة:**

1 -الاهتمام بمتابعة البرامج السياسية عموما .

2 -الميل الشخصي الى البرامج السّاخرة .

3 -متابعة الباحثين لبرنامج "فوق السّلطة " باعتبارهما مشاهدين.

4 -استحسان اللغة المستخدمة في البرنامج و هي اللغة العربيّة الراقية .

5 -الميل الشخصي الى الكوميديا الهادفة غير المبتذلة .

6 -اعتماد البرنامج على سرد القصص ذات المعاني السياسيّة .

- **الأسباب الموضوعيّة :**

1 -أهميّة البرامج التلفزيونيّة السّياسيّة السّاخرة كظاهرة إعلاميّة جديدة .

2 -أهميّة السخرية و النّكتة تاريخيا و سيكولوجيا بالنسبة للمواطن العربي في تعاطيه مع السّياسة .

3 -ارتباط هذه البرامج بالتحوّلات السّياسيّة الراهنة في المنطقة العربيّة .

4 -ندرة الدّراسات الأكاديمية التي تتناول الإعلام السّاخر و الترفيه السّياسيّ و تأثيره على الجمهور .

5 -انتماء برنامج " فوق السّلطة " لمدوّنة برامج شبكة الجزيرة و قناتها الإخباريّة التي تعدّ من اكبر القنوات المؤثّرة في المشاهد العربيّ .

6 -البرنامج يدافع عن سياسة دولة قطر التي أصبحت من الدّول التي لها وزن في المنطقة العربيّة و تؤثّر على مناطق الصراع فيها.

7 -أهميّة الوعي السّياسيّ عند المواطن و الشرائح المثقفة في المجتمع و خاصّة الطلبة الجامعيّين لانعكاس هذا الوعي على الممارسة السّياسيّة.

4. أهداف الدراسة :

يتطلّع و يهدف الطّالبان من خلال هذه الدّراسة إلى ما يلي :

- تقديم إضافة بحثيّة علميّة إلى الدراسات التي تهتمّ بالإعلام السّاخر و الترفيه السّياسيّ و المساهمة في تحليل ظاهرة البرامج التلفزيونيّة السّياسيّة السّاخرة بطريقة منهجيّة في ظلّ نقص الدّراسات و الأبحاث العربيّة في هذا المجال.
- إيجاد علاقة ترابطيّة بين التعرّض للبرامج التلفزيونيّة السّاخرة و تشكيل الوعي السّياسيّ عند الطّلبة الجامعيّين.
- معرفة دوافع و عادات مشاهدة الطّلبة الجامعيّين لهذا النّوع من البرامج التي تخاطب وعيهم السّياسيّ .

- معرفة مدى تفاعل الطّلبة الجامعيّين مع برنامج " فوق السّلطة " في محيطهم و على شبكات التّواصل الاجتماعي.
- معرفة مدى استفادة الطّلبة الجامعيّين من البرنامج على صعيد إثراء الثّقافة السّياسيّة و فهم خلفيات الأحداث و القضايا السّياسيّة.

5. أهمّيّة الدّراسة :

- تكمن أهميّة هذه الدّراسة في تسليطها الضّوء على ظاهرة إعلاميّة جديدة هي البرامج السّياسيّة السّاخرة التي ترتبط بالتحوّلات السّياسيّة في الوطن العربيّ في مرحلة تاريخية هامّة تتميّز بالإرهاصات و الأحداث المتتالية على الصّعيد العربي .

- تتجلّى أهميّتها في الاهتمام بالجمهور الذي يعتبر أحد عناصر العمليّة الاتّصاليّ ة التي تستهدفها القنوات التلفزيونية وتحاول التأثير عليها و اعتبارها الطّلبة الجامعيّين جمهوراً للبرامج السّياسيّة و جزء هامّاً من النّخبة المثقفّة التي تتأثّر بالمواد الإعلاميّة و تؤثّر في الحياة السّياسيّة .

- تبرز أهميّة الدّراسة في اهتمامها بالوعي السّياسيّ مفهوماً و ثقافةً و معرفةً و ممارسةً .

6. مفاهيم و مصطلحات الدّراسة:

- **البرنامج:**

يرى "ادوارد ستاشيف " و "رودي بريتز " ((أنّ البرنامج هو النموذج الذي يشكل الهيكل النمطي للعناصر المختلفة التي يضمها)) [1]. وهو ((منهاج يصف شيئاً أو يعلن عنه وله صيغ وأشكال خارجية هي عبارة عن الشكل والمضمون)) [2] و هو تحديد أو تفصيل أو إشارة إلى شيء نريد أن ندرسه أو نحلله أو نطلع عليه أو نسير

1 – أدوارد ستاشيف، رودي بريتز، **برامج التلفزيون انتاجها وإخراجها**، تر: أحمد طاهر، القاهرة، مؤسسة سجل العرب، دار الاتحاد العربي للطباعة، ط 3، 1956 ، ص 62.

2 – فلاح كاظم المحنه،**البرامج الإذاعية والتلفزيونية،جامعة بغداد**،بيت الحكمة،من دون سنة طبع، ص 128.

على هداه داخل إطار زمني محدد))[1] يكون على شكل جملة من اللقطات سمعية كانت أو بصرية أو سمعية بصرية تشكل وحدة متجانسة تبث تحت عنوان أو ركن معين خلال فترة زمنية يتم الاعلان عنها مسبقاً)).[2]

ويعرّف الدّكتور عبد الكريم السوداني البرنامج التلفزيوني هو ((كل مادة صورية أو صورية صوتية تقدم من التلفزيون ضمن فترة البث اليومي والتي تمتلك هدفاً معيناً ويخاطب عينة من المشاهدين بلغة مناسبة ويتميز بعنوا ن ولحن دال يفصلها عما يسبقها ويليه ا))[3].

ويرى الدكتور مصطفى ضياء بأن ((البرنامج هو منهاج يحمل رسالة اتصالية ذات شكل ومضمون مصمم للبث عبر وسائل الاتصال السمعية أو المرئية تهدف إلى دراسة وتحليل موضوع أو عدة مواضيع محددة مسبقاً لغرض اطلا ع الجمهور في اطار زمني محدد لتحقيق غايات ووظائف اعلامية)).[4]

- **الدراما السّياسيّة:**

تعرّف الدراما السياسية على" انها "دراما الدعاية السياسية" و هي دراما الاستفزاز السياسي" [5] ، تصور الحياة الخاصة والعامة والعواطف العنيفة والانفجارات الانفعالية إلى قليل من الكوميديا وما فيها من فكاهة ونقد لتصرفات السياسيين والحكومة والسلطات [6].

---

1 – المرجع نفسه، ص 182.

2 – محمد قنطاره،**إنتاج البرامج العلمية والتكنولوجية في الإذاعات العربية**،تونس،سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (54) ،اتحاد اذاعات الدول العربية، 2006 ،ص 4.

3 – عبد الكريم حسن السوداني، **وظيفة اللغة الصورية في البرامج التلفزيونية** أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، 1996 ، ص 7 .

4 – مصطفى ضياء، مرجع سابق، ص 19.

[5] – محمود فهمي، **الصوت والصورة، القاهرة**، مكتبة النهضة المصرية،من دون سنة نشر، ص 161.

[6] – حسين رامز محمد رضا، **الدراما بين النظرية والتطبيق**، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1970 ، ص 28.

- **البرنامج التلفزيوني السّاخر :**

وضع الدكتور مصطفى ضياء تعريفا إجرائيا للبرنامج التلفزيوني الساخر ، اعتمدناه في هذه الدّراسة، معتبرا إيّاه ((منهاجا يحمل رسالة اتصالية ذات شكل ومضمون درامي أو لا درامي أو كليهما معاً عبر وسيلة الاتصال التلفزيون يهدف إلى نقد الظواهر الحياتية سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو فكرية لدى الأفراد والمؤسسات ومقاومتها لأغراض رقابية وتحذيرية وتقويمية وترفيهية بأسلوب يثير الضحك أو السخط أو كليهما معاً لدى المتلقي في اطار زمني محدد يعلن عنه مسبقاً وعنوان وموسيقى في بدايته ونهايته للتعريف به ويفصله عما يسبقه أو يليه))[1].

- **تشكيل :**

بالمعنى اللغوي مصدره شكّل يشكّل تشكيلاً ، مثال : شكّل وزارة: ألّفها، جمع فيها عدّة أعضاء، و أسند إليهم مسؤوليات معيّنة، و تشكُّل: مصدر تَشكَّل، تشكّل أنسجة جديدة، شكل خارجي يحدّد الجسم .

تشكيل (مفرد) جمع تشكيلات، مصدر شكّل، عدد متجانس من شيء ما [2].

- **الوعي السياسي:**

يعتبر" علي أسعد وطفة " أنّ الوعي السّياسيّ : ((هو الحالة التي يتمثّل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السّياسيّة بأبعادها المختلفة، ويتّخذون من هذه القضايا موقفا معرفيا و وجدانيّا في الآن الواحد)).[1]

[1] – مصطفى ضياء، مرجع سابق، ص 27- 28.

[2]- أحمد مختار عمر، **معجم اللغة العربيّة المعاصر**، عالم الكتب، القاهرة، مج 1، ط 1 ، 2008 ، ص 1227 ،

و يرى " رفيق المصري " أنّ الوعي السّياسيّ هو: ((ما يوجد لدى الفرد من معارف سياسيّة، بالقضايا و المؤسسات و القيادات السّياسيّة)) [2] .

- **تعريف إجرائي لتشكيل الوعي السّياسيّ:**

هو مجموع التغيّرات المعرفيّة و المفاهيميّة في المجال السّياسيّ و المواقف و الرؤى إزاء القضايا و الأحداث السّياسيّة التي تطرأ على طلبة كليّة العلوم الانسانيّة و الإسلاميّة و الحضارة بعد التعرّض للمواد الإعلاميّة للبرنامج السّياسيّ السّاخر "فوق السّلطة" لقناة الجزيرة الإخباريّة.

7. الدراسات السابقة:

1 - **تحليل مضمون برامج السّخرية السياسية في الإعلام الأردني : البرامج التلفزيونية "تشويش واضح" و"حكي جرايد" نموذجاً** : أظهرت هذه الدراسة التي قدمتها الطالبة الطّالبة **تقى البدور** لنيل درجة الماجستير في معهد الإعلام الأردني العام الماضي 2017 ، أن السخرية السياسية موجهة بشكل أكبر إلى ‘‘الشخصيات الاعتبارية" وبنسبة 63.9%، مقابل 36.1% للسخرية الموجهة إلى "الأفكار والمبادئ و الأحداث".

وتوصلت أطروحة الماجستير التي اعتمدت على منهج تحليل المضمون الذي شمل عيّنة من عدّة حلقات من هذين البرنامجين إلى أنّ محتوى برامج السخرية السياسية في الأردن يتصف بشكل التأطير حسب المواضيع، الذي يوجه

---

[1] - علي أسعد وطفة، **التحدّيات السّياسيّة و الاجتماعية في الكويت و الوكن العربيّ** ،بحث في مضامين الوعي السّياسيّ عند طلّاب جامعة الكويت، مجلّة عالم الفكر، الكويت، العدد 3 ، المجلد 31، 2003، ص 80 .

[2] - رفيق المصري، **مستوى الوعي السّياسيّ لدى أعضاء حركة التحرير الوطني الفلسطيني**، مجلة جامعة الأقصى، المجلّد 11، العدد 2، جوان 2007، ص 45.

المساءلة السياسية نحو الحكومة والمؤسسات السياسية، بحيث تطرقت أكثر من 50% من عينة الدراسة إلى نقد السياسات ونقد السياسيين.

و هدفت الدراسة إلى التعرف على خصائص الخطاب الساخر في الإعلام الأردني، ورصد أبرز القضايا والاهتمامات السياسية التي تكون موضوعاً لبرامج السخرية السيا سية الإخبارية على التلفزيون، أو ما يطلق عليه "News satire"، بالإضافة إلى التعرف على نشأة السخرية السياسية في الإعلام الأردني وأبرز التحولات المرحلية.

2 –دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السّياسيّ للشّباب اليمني: دراسة ميدانية على طلبة الجامعات للدّكتور وديع العزعزي ، الدراسة اعتبرت المشاركة السياسية من الإشكاليات المهمّة التي تواجه المجتمعات في طريقها نحو التّنمية و للإعلام دور في تشكيل الوعي السياسي للشباب من طلبة الجامعات على وجه الخصوص عن طريق تزويدهم بالمعلومات السّياسيّة كما يسهم في تدعيم أو تغيير ثقافتهم السّياسيّة و استعدادهم للعمل العام وعليه اعتبر الباحث أنّ مشكلة البحث تتحدّد في قياس مستوى الوعي السّياسيّ لطلبة الجامعات ودور وسائل الإعلام في تشكيل هذا الوعي. الدراسة خلصت إلى أن دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب الجامعي (عينة الدراسة) كان ضعيف ، فعلى الرغم من ارتفاع معدل حجم اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام (٧٢ %) إلا أن أغلب النتائج الإحصائية أظهرت عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل الاعتماد على وسائل الإعلام المختلفة ومعدل حجم المشاركة السياسية ومعدل مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي.

3– البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي: دراسة ميدانيّة على عيّنة من طلبة جامعة بسكرة ، 2015 ، للطّالب **منصور بن كادي** من جامعة بسكرة ، هدفت هذه الدراسة إلى محاولة معرفة العلاقة القائمة بين البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص بمختلف قنواته وتنمية الوعي السياسي في الوسط الطلابي الجامعي ، و معرفة مدى تأثير الإعلام الفضائي الخاص من خلال البرامج السياسية المختلفة والمتنوعة التي يتوفر عليها المتلقي المتمثل في الطالب الجامعي ويستعمله ا من خلال استغلال ما توفره لو هذه البرامج من مادة إخبارية، تثقيفية، توعوية، ترفيهية.

و من نتائج هذه الدراسة التي استخدم فيها الباحث المنهج الوصفي التحليلي لعيّنة من طلبة جامعة بسكرة اعتماد الطلبة في معلوماتهم السياسية على البرامج السياسية كمصدر لهم في تنمية الوعي السياسي، إلا انه يبقى محدود كما يتباين اعتبار البرامج السياسية بين فئات الطلبة إحدى العوامل والوسائل في تنمية الوعي السياسي، لاعتبارات مختلفة.

الدراسة خلصت أيضا إلى أنّ هذه البرامج السّياسيّة تأثر على الوعي و الثقافة السياسية للطلبة ليس بالشكل الذي يغير الاتجاهات رغم الاهتمام و المتابعة الكبيرة، و هذا الأمر كذلك فيه تباين بين الطلبة الجامعيين حسب اعتبارات معينة.

4 – العلاقة بين التعرّض للبرامج الحواريّة السّياسيّة في القنوات الفضائية العربيّة و الوعي السّياسيّ لدى الشّباب السّعودي في الجامعات، 2008 ، هي دراسة لنيل شهادة الدكتوراه للباحث **عبد الله بن علي الفردي** ، هدفت الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات للوصول إلى نتائج مفيدة يمكن الوثوق بها لتقويم طبيعة العلاقة الحقيقية بين الشباب والبرامج الحوارية السياسية باعتبارها نمطا برامجيا حديثا في القنوات التلفزيونية الفضائية العربيّة، وشرح العلاقة التفاعلية المتبادلة بين أفراد جمهور الشباب السعودي وتلك البرامج ،ومعرفة مدى استفادته منها في تنمية وعيه السياسي الذي بواسطته تنمو مشاركاتهم وإسهاماتهم وتفاعلهم مع هموم مجتمعهم ومشكلاته وبرامجه التنموية، والمجتمعات المحيطة، ذلك لأنّهم هم رجالات الوطن مستقبلاً، وساسته وعماد نهضته.

أظهرت نتائج هذه الدراسة تفضيل الشباب السعودي الجامعي (عينة البحث) للتلفزيون بنسبة 67.7 بالمائة للحصول على المعلومات السياسية بشكل عام تليها الصحف بنسبة 37.7 بالمائة و المجلات ب 30.3 بالمائة.

الدراسة كشفت أنّ هناك ميلا ضعيفا لأفراد العيّنة لمتابعة البرامج الحوار ية السياسية مع تفضيل النشرات الإخباريّة على بقية البرامج السيّاسيّة الأخرى كما رصدت الدراسة أن فترة السهرة كانت أعلى أوقات إذاعة البرامج الحوارية السياسية بين القنوات الفضائية، وهي أوقات لا تتناسب و تفضيلات المشاهدة لدى الشباب، حيث يفضلون متابعة البرامج المنوعة و الترفيهية أكثر في تلك الفترة . و كشفت الدّراسة أنّ ضعف البرامج الحوارية في توجهها للشباب فنياً، و موضوعيا وهذا من الأسباب المهمة لعزوف الشباب عن الاهتمام بمثل تلك البرامج ومتابعتها.

5-" درجة توجه المضمون السياسي لبرنامج باسم يوسف الساخر " البرنامج" خلال المدة من 23 تشرين الثاني 2012 إلى 25 تشرين الأول 2013 للباحثة **هنيدة أحمد أبو خليل** من جامعة الشرق الأوسط بالأردن، الدراسة حاولت أن تبيّن إذا ما كان للبرامج السياسية الساخرة دور رئيسي في تغيير الواقع الموجود أم هي مجرد فقاعه أو ظاهره وجدت في زمن معين و سوف تختفي ،من أجل ذلك أخذت هذه الدراسة احد البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة التي أثارت جدلا حول طبيعة و أهداف هذه البرامج كعينه للدراسة و هو برنامج "البرنامج" و مقدّمه باسم يوسف و تقيس درجه توجه المضمون السياسي لهذا البرنامج في فترة معيّنة .

قامت الطالبة بدراسة المضامين السياسية للبرنامج للفترة الزمنية التي حددتها الدر اسة لغرض التوصل إلى معرفة وتحديد نوع المواضيع السياسية التي ركز البرنامج عليها، ثم تصنيف هذه المضامين وجدولته ا وفقا لأهميتها والنسبة الزمنية التي أخذتها من وقت البرنامج ومعايير مهنية إعلامية أخرى .

بينت الدراسة أن أكثر المواضيع تكرارًا هي المواضيع المتعلق بالرئيس المصري السابق محمد مرسي وخطاباته السياسية ويعكس ذلك اهتمام باسم يوسف في برنامجه بمعالجة القضايا السياسية الرئيسية المتعلقة بالمجتمع المصري

وجاء في المرتبة الثانية موضوع الإعلام وكيفية معالجته للأحداث السياسية في مصر وكيفية تعامل الإعلاميين المصريين مع هذه المواضيع وهذا يشير إلى أن البرنامج قد حرص على متابعة تطوّرات الحياة السياسية في المجتمع المصري بعد الثورة.

بينت الدراسة أن الطريقة الهزلية الساخرة هي الصفة المميزة لبرنامج باسم يوسف مما يعكس أهمية التركيز على هذه الطريقة لتناول باسم يوسف لعرض الموضوع بما يعبر عن شخصيته وما يميز برنامجه عن البرامج الأخرى .

8. الاستفادة من الدراسات السابقة :

تتقاطع هذه الدّراسة مع الدّراسات السابقة التي تمّ اعتمادها في هذا البحث في نقاط عديدة أبرزها اهتمام عدد منها بأهميّة وسائل الإعلام و برامجها في تشكيل الوعي السّياسيّ و بالسخرية في البرامج التلفزيونية خاصة ذات الطّابع السّياسيّ.

كما اتفقت الدّراسات السابقة المعتمدة في هذا البحث مع الباحثين في أهميّة وضرورة الاهتمام بالجمه ور المتلقي للخطاب التلفزيوني بصفة عامّة و الخطاب السّياسيّ السّاخر بصورة خاصّة .

و فيما ركّزت بعض الدّراسات في تحليل مضمون البرامج التلفزيونيّة جنحت دراسات أخرى الى مسح اتجاهات الجمهور و أنماط مشاهدته لهذه البرامج ، إلّا أنّ دراستنا تميّزت بالتركيز على بر نامج ساخر واحد هو برنامج " فوق السّلطة " و دوره في تشكيل الوعي السياسيّ لدى طلبة الجامعة باعتبارهم الأقرب الى الممارسة السّياسية و إطارات المستقبل من خلال مسح توجهاتهم و سلوك المشاهدة و موقفهم من البرنامج و تأثيره على آرائهم و مواقفهم السّياسيّة.

الفصل الأول :

الإعلام التلفزيوني الساخر

الفصل الأول: الإعلام التلفزيوني الساخر

المبحث الأول : مفهوم السخرية

السخرية فن أدبي لهأساليبه وطرقه ،بل هي واقع تعبيري بين أفراد المجتمع ارتبطت بألفاظ كثيرة تحمل مدلولاتها، فقد وردت لها في المعاجم العربية معان مختلفة أحياناً ومتداخلة أحياناً أخرى ، ولم تحاول التفريق بينهما بدقة فتركت المعنى العام يشمل السّخرية والاستهزاء والتهكم بدون تعريف يقر به من الأذهان واختلاف الدراسات في مجال السّخرية أدى مدلولات متعددة ومصطلحات خاصة عند بعض الباحثين فقد ارتبطت بالغضب، والهجاء ، والذم والضحك، والتندر، والدعابة ، والتفكه، والنكتة، والحسرة والهزء ، والاستخفاف ، والتصوير الكاريكاتوري [1].

والسّخرية قد تكون ترويحاً عن النفس أو تسرية على القلب أو استنكاراً لما يقع أو هزءاً وتندراً بالخصم .فهي في الغالب لون من التطاول على الإنسان إذا فهي نقد لاذع يحمل علاقة قوية بين الساخر وموضوع سخريته والساخر يكون واعيا بسخريته إلى درجة أننا نحس بكل ظلال التجربة منذ إحساسه بعد الرضاء حتى في مرحلة التعبير عن هذا الإحساس ،فهي وسيلة للنيل من الآخرين ،لتحقيق متعددة منها :الإساءة ،والتشفي، وإظهار التفوق والتخلص من ظروف قاهرة، والاستخفاف، والاستهانة، وعدم الاكتراث،كما أنها أسلوب يدفع الأذى وتفريغ الطاقة .

والسّخرية تعتبر من أرقى أنواع الفكاهة لأنها تحتاج إلى قدر كبير من الذكاء والخفاء والمكر، وقد تكون السّخرية نادرة أو خبراً موحيا في مناسبته أو أقصوصة صغيرة ترمز إلي عيب من العيوب ، وقد لا تعتمد في ذلك على الكلمة بل تعتمد على ألواف وخطوط وظلال وأضواء كما في فن الرسم الساخر (الكاريكاتير) وقد تكون إشارة دالة على معنى أو حركة غامرة لا يخفى مدلولها ولها مناسباتها الداعية لها ويستخدمها المسرح التمثيلي كفن ساخر قائم بذاته أو كعامل مساعد يؤكد الفكرة ويدعمها .كما تقف السخرية على رأس الأساليب الفنية الصعبة إذ أنها تتطلب التلاعب بمقاييس الأشياء تضخيما أو تصغيرا أو تطويلا أو تقزيماً، هذا التلاعب يتم ضمن معياريه فنيه هي تقديم النقد اللاذع في جو من الفكاهة والإمتاع .غير أنّ أسلوب السخرية يختلف من عصر إلى عصر، ويتفاوت من كاتب إلى آخر[2].

---

1 – إيمان طبشي، **النزعة الساخرة في قصص السعيد بوطاجين**، رسالة الماجستير،جامعة قاصدي مرباح ورقلة ،2011،ص8 .

2– هنيدة احمد أبو خليل، **المضمون السياسي لبرنامج باسم يوسف "البرنامج"** ،رسالة ماجستير،جامعة الشرق الأوسط ،كلية الإعلام ،عمان،2015 ، ص 55 .

فالسخرية طريقة من طرق التعبير يستعمل فيها الشخص ألفاظا تقلب المعنى على عكس ما يقصده حقيقة ، وهي صورة من صور الفكاهة إذا استخدمها فنان موهوب بذكاء وأحسن عرضها ، وتكون في يده سلاحاً مميتاً [1].

فالسخرية أداة ناجحة في يد الفلاسفة والأدباء لبيان رأيهم في الصراعات الفكريّة والاختلافات الجماعيّة المختلفة ، كما لجأ إليها رجال السياسة للتندر بخصومهم وما يمثلون من أفكار أو مبادئ مما يجعلها أسلوباً يقوم على اللذع الخاص الذي يكون جارحاً أحياناً .

و منهج جدلي يعتمد على الاستفهام بمفهومه البلاغيّ إذ تغير طريقه في توليد الثنائية ، والتعليم على البعد المعرفيّ ، وكذلك " السخرية أسلوب أو سلاح عدائيّ ومهما صغرت درجاتها أو كبرت، ويتميز عن غيره من أساليب العداء بأنه مصوق بروح الفكاهة وأسلوبها ، وطريقة في التهكم المرير أو التندر أو الهجاء الذي يظهر فيه المعنى بعكس ما يظنه الإنسان، وربما أعظم صور البلاغة عنفاً و إخافة وفتكاً، و السخرية أدب الضحك القاتل، والهزء المبني على شيء من الالتواء والغموض [2].

كما يمكن اعتبار السخرية أسلوب نقديّ هازئ هادف في التعبير عن أفعال معينة كعدم الرضا بتناقضات الحياة، وتصرفات الناس وكشف الحسرة والمرارة بطريقة غير مباشرة بعيداً عن العاطفة الجامحة والانفعال الجاد قصد الإصلاح والتقويم والتغيير نحو الأحسن وطلبا للتنفيس عن الآلام المكبوتة ، فالسخرية أدب الضحك القاتل والهزء المبنيّ على شيء من الغموض ، ودواعي هذا الغموض كثيرة ومتنوعة منها ، حرص الأديب على حياته حيناً ، ومنها رغبة في إخفاء غضبه حيناً أخر ، ومنها علو كعبه في العلم والثقافة حيناً أخر ، ولا غرو في هذا فالعلم يشحذ الذكاء ، والذكاء يسعف صاحبه عادةً في هذا الموطن ، فنرى الأديب المثقف ينال من خصمه في هذه الحالة بطريقة ملتوية و بطريقة ساذجة [3].

والسخرية من الفنون الفكاهيّة وأسلوب من أساليب التعبير عن الواقع الإنسانيّ والاجتماعيّ والسياسيّ بعين هازلة لا تخلو من النقد، فيعبّر بها الشخص على عكس ما يقصده في حالة تهكّم واستهزاء .

إن الأدب الساخر لا يعني الضحك من أجل الضحك فهذا يسمي تهريجاً، بينما الأدب الإعلامي الساخر هو كوميديا سوداء تعكس أوجاع المواطن السياسية والاجتماعية ويقدمها بقالب ساخر يرسم البسمة على الوجه، ويضع خنجرا في القلب، ويشتمل هذا الأدب على كافة أنواع الإبداع الأدبي الذي يطرح موضوعاته بسخرية

---

[1] – محمد أمين طه نعمان ،**السخرية في الأدب العربي** ،القاهرة ،دار التوفيقية ،ط1 ،1998 ، ص 41 .

[2] – فرشوخ محمد أمين ، **أدب الفكاهة في لبنان** ،دار الفكر ،ط2 ،1994 ،ص 62-63 .

[3] – ياسين فاعور ،**السخرية في أدب إميل حبيبي** ،تونس ،دار المعارف للطباعة والنشر ،1994 ،ص41 .

والكاتب والإعلامي الساخر هو من يحول الألم إلى بسمه والحزن إلى إبداع؛ فإن لم يكن للإعلامي الساخر قضية مهموم بها ورسالة يريد لها أن تصل، فإنه يصبح مهرجاً، الكاتب الساخر يجعل القارئ يبكي من فرط الضحك، وفي الوقت نفسه يضحك من فرط الألم .هناك الكثير من الأدباء من كتب بهذا النوع من الأدب وهناك من

تخصص بكتابه الروايات والمسرحيات الساخرة ولقد عرف السلف من كتابنا أشكالا عديدة للكتابة الساخرة في موروثنا الأدبي، على نحو ما نجده في كليله ودمنه والبخلاء والمقامات، والنوادر،وأخبار الحمقى والمغفلين، وأخبار الظرفاء، وغيرها من الأشكال النثرية [1].

[1] - هنيدة احمد أبو خليل ،مرجع سابق ،ص 58.

المبحث الثاني : وظائف السخرية

المطلب الأول : الوظيفة الاتصالية للسخرية

تعرف السخرية بأنها نوع من التأليف الأدبي أو الخطاب الثقافي ، والخطاب ينطوي على لغة « واللغة تحتمل جانبين أحدهما لفظي ويطلق عليه اللغة اللفظية وثانيهما غير لفظي ويطلق عليه اللغة غير اللفظية ويتمثل الأول في اللغة المنطوقة والمكتوبة بينما يمثل الثاني في الحركات والإشارات والألوان والأضواء والظلال والرسوم والإيماءات والعلامات [1]، ويمكن أن تضاف إلى اللغة اللفظية أوعية صوتية أخرى غير الكلمات مثل علامات التردد والتهتهة ونغمة الصوت والضحك والبكاء وفترات الصمت أثناء الكلام وغيرها ، وعلى هذا يمكن تعريف اللغة بأنها نظام من الرموز المرئية أو المسموعة اللفظية وغير اللفظية التي تستخدم في ترميز الرسائل الاتصالية الموجهة إلى الآخرين بقصد استحضار المعاني لديهم [2]،والاتصال يستعين باللغة اللفظية وغير اللفظية معاً إلا أن اللفظ يحظى بحيز كبير في الغالب ،وعن طريق هذه الاستعانة تتحول الأفكار والمفاهيم والمشاعر إلى عمل فني إبداعي كالرسم الساخر، واللوحة التشكيلية، والموسيقى ....الخ.

ويشير مفهوم الاتصال إلى العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث محتوى.

ويقسم الاتصال على أنواع متعددة تبعاً لمعايير مختلفة، كمعيار الهدف العام للاتصال كالقول إعلام أو أخبار ، أو دعاية أو إعلان أو حرب نفسية أو تبعاً للوسيلة المستخدمة كالقول اتصال إذاعي أو اتصال تلفزيوني أو اتصال صحفي، أو تبعاً للحاسة التي تستقبل الاتصال كالقول اتصال مسموع أو اتصال مرئي أو تبعاً للموقف الاتصالي كالقول الاتصال المواجهي أو الاتصال الجماهيري أو الاتصال الوسيطي ، ويعد الاتصال عملية ترامز حيث يستعين الطرف المرسل في العملية الاتصالية بالرمز في التعبير عن المعاني في وقت يتولى المستقبل فك رموز الرسالة لكشف دلالتها ومن هنا جاءت تسمية هذه العملية بالاتصال الرمزي ، وتتجلى الوظيفة الاتصالية للسخرية في تلك السياقات الخاصة بالتفاعل الاجتماعي أو الاتصال الاجتماعي بين الأشخاص أو الجماعات التي تظهر فيها المثيرات المضحكة وتحدث تأثيراتها السارة المتمثلة بالضحك ، حيث يقوي الضحك التعاون الاجتماعي وييسر التفاعل بين الأفراد والجماعات ويرفع من مستوى الدافعية للعمل والنشاط والإنجاز وهو جزء

---

[1] – ضياء مصطفى ،مرجع سابق ،ص167 .

[2] – عصام سليمان الموسى، **المدخل في الاتصال الجماهيري**، مكتبة الكتابي للنشر والتوزيع ،الأردن، 2003 ، ص25 .

من الموقف الاتصالي الذي يكون فيه مرسل ورسالة ومستقبل ورجع صدى حيث ينظر إلى الموقف الاتصالي باعتبار وجود الإرسال الواعي والاستقبال الواعي [1].

إذ تتصاعد درجة الفهم حتى يبلغ الاستغراق في فهم الخفايا الموضوع وأسراره ودقائقه ليصل بالمستقبل إلى الاستغراق بالضحك أحيانا وهذا دليل واضح على شدة تفاعل المستقبل مع الموقف وبما أن(السخرية نوع من التأليف الأدبي أو الخطاب الثقافي ، فإنها تستغل المهارات اللغوية والقدرة على الخطاب الجيد وقد تتخذ شكلًا شبه لغوي مثل التعبير عن الإعجاب أو الدهشة أو السرور أو التحسر أو الضحك أو ما إلى ذلك من الأشكال شبه اللغوية [2]، وعليه عندما نفسر الاتصال كعملية بيولوجية يمكننا أن نوضح ذلك في أن استقبال الرسالة يتطلب عملية بيولوجية لدى الكائن البشري التي تتصل إلى حد كبير وأساسي بوظائف الجهاز العصبي ووظائف الحواس المختلفة، تنتج عنه استجابة ترتبط بالجوانب المعرفية للفكاهة ،تلك العمليات العقلية الخاصة بالإدراك والخيال والإبداع والفهم والتذوق للفكاهة والاتصال كعملية سيكولوجية وهو الأسلوب الذي تتكون عبره العلاقات الإنسانية وتستمر بالوجود بتعبيرات تسمى رموزاً ومنها تعبيرات الوجه ووضع الجسم وحركاته ونغمة الصوت والصورة وعلى هذا يكون الاتصال الناجح هو الذي يستطيع أن يجعل المثيرات قادرة على إحداث الاستجابات المرغوب فيها [3] ،وهذا يتمثل في الجوانب السلوكية ومنها الضحك بأصواته ونغماته وحركات عضلات الوجه التي تشبه أحياناً التكشير ، وتعرية الأسنان، أو كشفها والأصوات التي تصدر عن الفم، والتغيرات في أوضاع الجسم وحركاته .

والاتصال كعملية إنسانية يتم فيها تبادل المفاهيم بين الأفراد وذلك باستخدام الرموز ويعبر عن الرموز باللغة التي هي أداة الاتصال والرمز هو الشيء الذي يمثل أو يرمز إلى شيء آخر والكلمة عبارة عن رمز يمثل فكرة أو شيئاً في الواقع وقد تتكون هذه الرموز على شكل أحرف أو أرقام أو ألوان أو زوايا أو خطوط أو كلمات أو إشارات أو لغة أعضاء الجسم [4] ،ويظهر ذلك في استخدام السخرية من قبل بعض المتفكهين مثل الكوميديين وفناني الرسوم المتحركة ورسامي الكاريكاتير، والكتاب الساخرين أو كما هو في التورية عن طريق الاستخدام الفكاهي لكلمة معينة كي توحي بمعانٍ أخرى مختلفة أو هي الاستخدام للكلمات ذات المنطوق الصوتي

---

[1] – شاكر عبد الحميد، **الفكاهة والضحك، رؤية جديدة**، سلسلة عالم المعرفة ،المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب ،2003،ص 390

[2] – المرجع نفسه، ص392 .

[3] – ضياء مصطفى ،مرجع سابق ص 171 .

[4] – المرجع نفسه ، ص 174 .

المتقارب أو المتطابق كي تعني بعض المعاني المختلفة ، ولهذا يستعين الإنسان باللغة في تحقيق وظائف أساسية يمكن تحديدها في ما يأتي :

1 – الوظيفة الاتصالية المتمثلة في تكوين أشكال لغوية تحمل أفكاراً ومشاعر يمكن تناقلها بين الأطراف بطرق مباشرة أو غير مباشرة .

2 – الوظيفة التجريدية المتمثلة في تجريد الواقع أو اختزاله وتحويله إلى رموز مما يتاح للإنسان فهمه وضبطه بدرجة ما.

3 – الوظيفة التعبيرية المتمثلة في إثارة الانفعالات أو التعبير عن المشاعر أو تحريك العوامل النفسية للآخرين .

4 – الوظيفة التوجيهية المتمثلة في تحفيز الآخرين نحو ميل أو اتجاه أو سلوك ما، اعتمادا على استمالة عقلية أو عاطفية .

5 – الوظيفة التعميمية المتمثلة في تعميم ما هو مماثل أو مشابه نسبة إلى صفة أو فصيلة أو مجموعة أو جماعة

المطلب الثاني : الوظيفة الإعلامية للسخرية

من أجل معرفة الوظيفة الإعلامية للسخرية ينبغي التطرق أولاً لوظائف وسائل الإعلام ، فقد قدم الدكتور " ويلبر شرام" ثلاث وظائف هي[1]:

1 – وظيفة الخفير الرقيب :

وهي أن يبحث البلد النامي عن العون والمعرفة لدى الأقطار الأكثر تقدماً من الناحية الفنية للحصول على قدر من المعلومات أكبر من ذي قبل.

2 – وظيفة السياسة :

لابد من توسيع الأساس الذي تبنى عليه السياسة المهمة عن طريق اتخاذ القرارات والمشاركة الفعالة من الشعب وقبول أهداف جديدة ومواقف جديدة وعادات جديدة ومسؤوليات جديدة ، وهذا يقتضي أعلاماً وإقناعا عن طريق إذاعة المعلومات من الأعلى إلى الأسفل ومن أسفل إلى أعلى و أفقياً بصورة تجعل الشعب يناقش الأمور ويصل إلى قرارات جماعية .

3 –وظيفة التعليم :

[1]- ويلبر شرام، **وسائل الإعلام والتنمية القومية**، ترجمة أديب يوسف شيش، دمشق، مطابع وزارة الثقافة والسياحة والإرشاد القومي ،1969 ص 71 – 75.

يستخدم الإعلام لتشجيع الناس على التعليم ولزيادة التعطش إلى المعرفة وتلك هي الوظيفة التعليمية لوسائل الإعلام القومية وحين يشرع القطر بالتنمية يوفر الإعلام المعرفة حيث تظهر الحاجة إليها ويهيء ميداناً للمناقشة والمبادرة واتخاذ القرارات ورفع مستوى العام للطموح .

أما "ماكويل" فيذهب إلى أن وسائل الإعلام تتحدد بوظائف أساسية في المجتمع تنحصر فيما يأتي[1]:

1) الإعلام :

ويعني نشر المعلومات الخاصة بالوقائع والأحداث التي تقع داخل المجتمع وخارجه

2)تحقيق التماسك الاجتماعي :

وذلك عن طريق الشرح والتفسير والتعليق على الأفكار والأحداث والمعلومات، ثم تدعيم الضبط الاجتماعي والمعايير الخاصة به، وكذلك التنشئة الاجتماعية، ودعم الإجماع حول القضايا والمواقف المختلفة .

3) تحقيق التواصل الاجتماعي :

وذلك عن طريق التعبير عن الثقافة السائدة والكشف عن الثقافات الفرعية والثقافات النامية، ودعم القيم الشائعة .

4) الترفيه :

ويتمثل في تقديم التسلية وتهيئة الراحة والاسترخاء والقضاء على التوتر الاجتماعي

5) التعبئة :

وتتمثل في المساهمة في الحملات الاجتماعية وبصفة خاصة في الأزمات السياسية والاقتصادية والحروب .

ويرى "ليزي مويلز" أن للإعلام تسع وظائف هي[2]:

1. وظيفة الإخبار والتزويد بالمعلومات ورقابة البيئة .
2. الربط والتفسير، والهدف منه تحسين نوعية فائدة المعلومات وتوجيه الناس لما يفكرون به وما يعملونه .
3. الترفيه وهدفه تحرر الناس من الضغط والمصاعب .
4. التنشئة الاجتماعية وهدفها المساعدة في توحيد المجتمع عن طريق توفير قاعدة مشتركة للمعايير والقيم والخبرة الاجتماعية .
5. التسويق .
6. المبادرة في التغيير الاجتماعي في المجتمع .

---

[1]- محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، القاهرة، عالم الكتب، 1997 ، ص 52-53 .

[2]- مجد هاشم الهاشمي، **الإعلام الدولي للصحافة عبر الأقمار الصناعية**، عمان .دار المناهج ،ط2 ،2003، ص 29 .

7. خلق النمط الاجتماعي وهدفه وضع النمط للمجتمع بتوفر المثال في الشؤون العامة والآداب والثقافة ونمط الحياة .

8. الرقابة (الحارس العمومي .)

9. التعليم .

ويرى الدكتور صالح خليل أبو أصبع هذه الوظائف على النحو الآتي[1]:

- وظيفة الإخبار .
- وظيفة الإعلام والتعليم .
- وظيفة ترابط المجتمع ونقل تراثه .
- وظيفة الترفيه .
- وظيفة الرقابة .
- الإعلان والترويج
- تكوين الآراء والاتجاهات .

- **توظيف السخرية في الإعلام:**

مثلت الفكاهة بمظاهرها وسيلة تواصل وإعلام وأداة تعبير سياسي ،مما جعلها قوة إعلامية مؤثرة لا غنى عنها في حياتنا اليومية سياسياً واجتماعياً ،ومن دراسة توظيف السخرية في الإعلام نجد أن وظيفة الإخبار احتلت المرتبة الثانية في الإعلام الساخر وأن الرأي احتل الموقع الأول والأهم فيه ،كما هو في مقالات الرأي والأعمدة الصحفية الساخرة ورسوم الكاريكاتير والقنوات الفضائية ومواقع الانترنيت العربية والعالمية المخصصة للفكاهة والضحك ومواقع رسامي الكاريكاتير وممثلي الكوميديا على الشبكة العنكبوتية [2] .

ولأن الإعلام والتعليم وظيفتان تكمل كل منهما الأخرى فبينما تقدم وظيفة الإعلام للمرء المعلومات التي يستفيد منها فأن التعليم في حقيقته وظيفة تقدم له نوعاً من المعلومات المنهجية أو معلومات تكسب المرء مهارات جديدة في إطار التعليم [3] ،حيث يؤثر التلفزيون والكتب وغيرها من ميديا المعلومات والاتصال في طبيعة الفكاهة التي يستمتع بها الأطفال والتي تساعدهم في الانتقال الفعال داخل البيئة وما يتجاوز حدود

[1]- شاكر عبد الحميد، مرجع سابق، ص 391 .

[2]- شاكر عبد الحميد ،مرجع سابق، ص 394.

[3]- مجد هاشم الهاشمي ،مرجع سابق ، ص 63 .

السياق الأسري عن طريق إقامة علاقات تقوم على أساس الضحك واللعب وتبادل المواقف الضاحكة والتفاعل عن طريق والتي تساعد على ارتقاء النشاط الخيالي الخاص لدى الطفل وهي سمة معرفية، وكما هو واضح في الرسوم المتحركة التي تبدو بحكم خطوطها وأشكالها وشخصياتها غير واقعية ومن ثم يكون استثارتها للخيال أكبر [1] ،لذا يلاحظ استخدام الرسوم الكاريكاتيرية في بعض الكتب المنهجية ومجلات وكتب الأطفال التي تجعل من التعليم غاية رئيسية لها واستخدام العرائس والدمى والرسوم المتحركة في برامج الأطفال التلفزيونية بهدف إيصال المعلومات إلى الأطفال من أجل اكتساب مهارات جديدة في إطار التعليم . ولأن الاتصال هو السبيل الوحيد إلى ترابط المجتمع فهو الذي يربط أفراد الأسرة بعضهم ببعض وأفراد المجتمع بعضهم بالبعض الآخر والشعب بحكومته وعن طريق نقل تراث الشعب وقيمه وعاداته وتقاليده ، وبما أن للفكاهة جوانب اجتماعية تهتم بالتفاعل الاجتماعي أو الاتصال الاجتماعي بين الأشخاص أو الجماعات والتي تظهر فيها المثيرات المضحكة وتحدث تأثيراتها السارة ، وتحقق التواصل والاتصال والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد والجماعات وتعزيز التماسك الاجتماعي بينهم وترسيخ عضوية الفرد في الجماعة لاسيما كما أسلفنا أن الضحك(يقوي التعاون الاجتماعي وييسر التفاعل بين الأفراد والجماعات ويرفع من مستوى الدافعية للعمل والنشاط حيث يكافئنا الضحك بمجرد وجودنا معاً فنحن نضحك في قاعات السينما أو المسارح مع أناس لا نعرفهم أكثر مما نضحك عندما نوجد في قاعة خالية [2]، ولا تقل الوظيفة الترفيهية للاتصال أهمية عن الوظائف الأخرى وهي من أقدم الوظائف التي عرفها الإنسان للاتصال لتحقيق بعض الإشباعات النفسية والاجتماعية ويعبر عنها بالغناء والرقص والنكتة واللعب وتمثل وظيفة الرقابة أحد الدروع الأساسية لحماية المجتمع لذا فقد أطلق على الصحافة اسم السلطة الرابعة فأن وظيفة الرقابة والأشراف على البيئة التي يتم فيها الاتصال هي من الوظائف التي يجب أن تسعى الحكومات لإيجادها [3]، لذا يرى الكاتب الساخر "يوسف غيشان" أن دورة السخرية تبدأ من قوة الملاحظة التي تؤدي إلى اكتشاف صورة الأشياء مع توفر الجرأة واللغة والموهبة لتجسدها ويؤكد رسام الكاريكاتير حجاج بأن السخرية الأكثر تأثيراً والأكثر إضحاكاً ارتبطت دائماً بكسر الخطوط الحمراء [4] ،فهي العين الراصدة للأخطاء والظواهر التي تكشف أخطاء الساسة وفضح عيوب المجتمع ، وهذا يتجلى واضحاً في

1- محمد حسام الدين إسماعيل، الصورة والجسد دراسات نقدية في الإعلام المعاصر ،بيروت،مركز دراسات الوحدة العربية،ط 1 ، 2008،ص117.

[2]- محمد حسام الدين اسماعيل ،مرجع سابق ، ص 121.

[2] -شاكر عبد الحميد ،مرجع سابق، ص 395 .

[4]- حمدان خضر سالم، **تطور الكاريكاتير في الصحافة العراقية** ،بغداد ،دار الكتاب العربي ،ط 1 ، 2006 ، ص 54.

الرسوم الكاريكاتيرية والبرامج التلفزيونية والصحافة الساخرة والنكتة عن طريق التعبير عن الاتجاهات العامة نحو السلطة بأشكالها كافة.

ويعتبر الإعلان من الوظائف الأساسية للإعلام في المجتمعات الحديثة والإعلان وهو الوسيلة لترويج السلعة التي عرفت أشكالاً مختلفة ، ويعد أسلوب العرض الفكاهي أحد الأساليب المستخدمة في الإعلان واستخدمت الفكاهة بصفتها أحد أساليب الإغراء العاطفية التي يعتمد عليها مصمم ومخرج الإعلان الذي يسهم في إحداث المتعة والتسلية لمشاهدي الإعلان ، لذا استخدم الكاريكاتير في لغة الإعلان (البوستر)وسيلة لترويج أي بضاعة أو تجارة في الصحف والمجلات وعلى شاشة التلفزيون والسينما ،كما ظهرت في الآونة الأخيرة ظاهرة الكوميديا في تقديم الإعلانات بما يتلاءم ويرتبط بالحياة الاجتماعية والبيئة والجمهور المستهدف الذي يبث إليه ومن الوظائف الرئيسة التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيرية وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات لدى الأفراد والجماعات والشعوب إذ إن لها دورها المهم في تكوين الرأي العام إزاء قضايا معينة سياسية، اجتماعية، ثقافية، وأحداث تجري في العالم وهنا تدخل الدعاية والعلاقات العامة ضمن هذه الوظيفة [1].

ويعد أسلوب السخرية أحد الأساليب المستخدمة في الدعاية ، فتكون وسيلة للتقليل من أهمية الحدث أو أثارة الشكوك لدى أصحابه فاستخدمت الدعاية هذا الأسلوب للحط من شخصية ما أو موقف معين بإطلاق أوصاف أو نعوت للاستهانة بالخصم والعمل على فقدان احترامه وإضعاف شخصيته في الأوساط الدولية [2].

وتختلط الإشاعة بالأسطورة من جانب وبالنكتة أو الفكاهة الشعبية من جانب أخر، بحيث يمكن القول بأنها وسيلة من الوسائل التي تعبر عن حالات الكبت النفسي الجماعي والفردي [3] .

ومن الممكن تصور الإشاعة وهي تأخذ صورة الفكاهة كما أنه من الممكن تصور الفكاهة التي لا ترتفع إلى مرتبة الإشاعة فلو انطلقت فكاهة تتضمن الهزء أو السخرية من أحد الزعماء لكنها لن تنتشر أو تسري في المجتمع السياسي فأنها تظل فكاهة لا ترتفع إلى مرتبة الإشاعة كذلك إن وجدت فكاهة ولكنها حقيقة لا تتضمن أي اختلاف في الخصائص والصفات أو المعوقات فأنها لا تعدو أن تكون خبراً ولا يمكن أن يوصف بأنه شائعة [4].

---

[1] – محمد جودت ناصر، **الدعاية والإعلان والعلاقات العامة**، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط1 ،1998 ، ص26-27.

[2] – أحمد عبد الملك، **قضايا إعلامية**، الأردن، دار مجدلاوي للنشر، ط1 ، 1999 ، ص175.

[3] – المرجع نفسه، ص 186.

[4] - شاكر عبد الحميد ، مرجع سابق ،ص 32 .

المطلب الثالث :الوظيفة السياسية للسخرية

الضحك في حياة السياسي ضرورة ليس لأنه إنسان عادي مثلنا فحسب ..ولكن الضغوط التي يتعرض لها تجعله أكثر احتياجاً لمن يرفه عنه ويبعث في نفسه البهجة ولو لساعات قليلة ما بين فترة وأخرى فأن أجهزة مخابرات بعض الدول كانت تستعين بنجوم الكوميديا لتنظيم جلسات لإضحاك المسؤولين الكبار وكانوا يحصلون مقابل هذه الجلسات على مبالغ مالية ضخمة، فالضحك خدمة جليلة تستحق أن يدفع فيها الكثير [1].

من جهة أخرى يتمثل الرأي الغالب في علم النفس في النظر إلى الفكاهة على أنها أحد أهم أساليب المواجهة التي تستعين بها المجتمعات في مواجهة بعض مشكلاتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

ويزدهر هذا السلوك في أوقات معينة لدى الشعوب والجماعات فبعضهم يقول :إن الفكاهة والضحك يزدهران في أثناء الأزمات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وبعضهم الآخر يقول :العكس هو الصحيح، حيث تؤدي الأزمات الشديدة – في رأيهم – إلى حالة من الاكتئاب الجماعي لا تفيد معها أي فكاهة ولا أي ضحكات [2].

وعن طريق السخرية والنكتة والفكاهة تنتقد بعض المؤسسات السياسية وبعض الشخصيات والسلوكيات بهدف خفض التوتر أو تصحيح الأخطاء [3].

والسخرية السياسية تعبر عن مشاعر الناس وهي فضلاً عن ذلك تعبر عن القدر الذي تغلي به صدور الناس حيال مواقف سياسية معينة وهي صورة ملطفة لهذا الغليان ومما يدل على أهمية السخرية السياسية أن السياسيين يعدونها ضغطاً سياسياً لأنها رد فعل الشارع في نظرهم هو ضغط سياسي وعلى ذلك فالسخرية السياسية ليس هدفها الإضحاك فقط لكنها جزء من الموقف السياسي والرؤية السياسية للناس وعلى هذا الأساس يمكن أن نفرق بين المسرحيات السياسية – مثالً –التي تهدف إلى الإضحاك فقط والمسرحيات التي تجعل الإضحاك وسيلة إلى النقد السياسي اللاذع لا غاية [4] .

وقد تستخدم الفكاهة بمظاهرها في مهاجمة السلطة بأشكالها كافة ومن أمثلة ذلك النكت التي تشيع في بعض البلدان حول الثراء الفاحش لأبناء كبار المسؤولين .

---

[1]- شاكر عبد الحميد،مرجع سابق ص18 .

[2] - المرجع نفسه ،ص 22 .

[3] - محمد الباز، **نكت السيد الرئيس**، كنوز للنشر والتوزيع، القاهرة ، ط2 ، 2005 ،ص8.

[4] - الموقع الإلكتروني : WWW. ALBAWABA.COM ، تاريخ الدخول للموقع : 2018/04/24 على الساعة 21:00

تعبر النكتة –على سبيل المثال –عن الاتجاهات العامة نحو السلطة بأشكالها كافة للتنفيس عن مشاعر الإحباط أو اليأس التي يشعر بها الناس تجاه بعض الشخصيات السياسية أو تجاه ظروف سياسية واقتصادية سيئة فهي قد تكون موجهة ضد شخص أو مجموعة أشخاص في السلطة أو ضد نسق من القيم والأفكار السياسية مثلاً فالنكتة بتعبير" فرويد" تتيح لنا استغلال ظاهرة مضحكة في خصمنا لا نقوى على كشفها جادين متعمدين لما يعترض سبيلنا من عقبات، فالنكتة تتفادى القيود وتتخطى العقبات وتفتح في وجهنا أبواباً للبهجة كانت موصدة دوننا، ويؤكد "فرويد" بأن النكتة أحد الوسائل الدفاعية اللاشعورية التي يعتمد عليها الإنسان لمواجهة الضغوطات الناجمة عن العالم الخارجي [1]

المبحث الثالث : مفهوم ونشأة الإعلام التلفزيوني الساخر

المطلب الأول : مفهوم الإعلام التلفزيوني الساخر

يعرف الإعلام التلفزيوني الساخر أنه تقديم لمجموعة من الوقائع والقضايا والآراء ذات أهمية عند قدر كبير من الأفراد ويكون ذلك بطريقة ساخرة ومضحكة وناقدة في نفس الوقت من خلال إظهار التناقضات والاختلافات والسلبيات في قضايا تهم الرأي العام .

ويعد الإعلام التلفزيوني الساخر نوع إعلامي لتفريغ العواطف البشرية مثل الشعور بالغضب ، الاشمئزاز الاحتقار وغير ذلك بتعبير مضحك وبسيط ،فمهمة مقدر البرنامج الساخر تكمن في تفريغ هذا الغضب والاحتقان من خلال إظهاره الحقيقة التي يمكن أن تكون سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو رياضية ...الخ.

ويعرف أيضا بنشر الحقائق والآراء والمعلومات حول أحداث وقضايا واقعية ويتم ذلك بأسلوب ساخر وناقدا للسلطة والمسؤولين ،ذلك قصد تنمية وعي الجمهور المشاهد ،لذا يعتبر الإعلام التلفزيوني الساخر طريقة من طرق التعبير عن القضايا ذات الاهتمام المشترك بين أفراد المجتمع من خلال نشر الأخبار الصادقة والمعلومات الدقيقة بأسلوب يتسم بالتهكم والنقد والسخرية ،قصد تثقيف وتنمية الوعي السياسي والاجتماعي للجمهور المتابع [2].

[1] - شاكر عبد الحميد ،مرجع سابق، ص18 .

[2] –محمد شطاح ، الاعلام التلفزيوني – المحتوى والجمهور – ،دار الكتاب الحديث ، الجزائر،ط1 ، ص 12

فالإعلام التلفزيوني الساخر هو نوع من الخطاب التلفزيوني الذي يقوم على أساس الانتقاد لقضايا تثير الرأي العام في مختلف المجالات ، وكذا صناع القرار والتناقضات في خطاباتهم ،كما يطلع الرأي العام على الثغرات الموجودة في مواقف السياسيين الذين يهدفون إلى إرضاء الجمهور ،كل هذا يتم بطريقة فكاهية واستهزائية وتهكمية من أجل لفت انتباه المشاهد وتوعيته وكذا توجيه الرأي العام وتنبيه السلطة الحاكمة .

وللإعلام التلفزيوني الساخر أساليب تتمثل فيما يلي [1]:

- **السخرية بالجمل والتعبيرات اللاذعة** : وهي جمل تتمثل في النقد اللاذع والمضحك في نفس الوقت لشخصية معينة محل السخرية .
- **التلاعب بالألفاظ** : الأساس فيه هو أن يحاول مقدم البرنامج الساخر أن يُكسب الألفاظ معاني غير معانيها الواضحة فإذا ما اكتشف المشاهد أن ما يقصده المقدم هو هذا المعنى الغريب يسخر من فهمه الأول لمعنى الجملة المضحكة ،ويكون التلاعب اللفظي باختصار الفكرة أو بالإضافة إليها ،حيث تخرجها عن معناها الأصلي أو بتغيير الكلمة المكونة لها .
- **استخدام الصفات المعكوسة** : وهي عكس ما يتصف به الشخص حقيقة كألقاب أسماء تتكرر كثيرا في صور متنوعة ،ومناسبات مختلفة حتى يلتصق هذا الاسم بهذه الشخصية .

المطلب الثاني : نشأة الإعلام التلفزيوني الساخر

كانت بداية ظهور السخرية في الصحافة الغربية انطلاقا من دور رسامي الكاريكاتير في الصحافة وبعد أن تبين الأثر البالغ الذي تتركه النكتة في الرسالة الإعلامية من خلال تلك الرسوم ،كان لذلك دور كبير في تحويل ذلك الرسم إلى كتابات ساخرة تمس مختلف القطاعات في الدولة ،وتلامس تحركات السلطة في جميع الاتجاهات ،ألا انه لم يتوقف عند الصحافة المكتوبة بل تعداه إلى وسائل الإعلام الأخرى خاصة التلفزيون .

بحيث ظهرت موجة من البرامج التلفزيونية الساخرة في أوروبا في ستينيات القرن الماضي ،وكذلك في الولايات المتحدة الأمريكية من خلال البرنامج الحواري الكوميدي الأمريكي "تونايت شو" (TO NIGHT SHOW) الذي تبثه قناة "أن بي سي " من سنة 1961 م ،من طرف المذيع "جوني كارسن " (JONNEY KERSEN) والذي يبث بعد الحادية عشر والنصف ليلا ويستمر لمدة خمسة أيام في الأسبوع من الاثنين إلى الجمعة ،وبفضله البرنامج تحول مقدمه إلى أيقونة تلفزيونية سعى العديد من الأشخاص إلى

[1] – سهام قواسمي ،تناول الإعلام التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري ،مذكرة ماستر ،جامعة بسكرة ،2015 ، ص69 .

تقليده،بحيث اشتهر بوقوفه للسلام على ضيوفه المميزين ، وتحولت مصافحته للضيف في آخر البرنامج إلى إشارة على نجاح الضيف ، أما إذا امتنع عن ذلك تكون تلك علامة واضحة على عدم رضاه عن مستواه، وواصل "كارسن KARSEN" في برناجه حتى الثاني والعشرون من ماي عام 1992 م، حينما خلفه المقدم الحالي لبرنامج "جاي لينو JEY LENIO " ،وعلى الرغم من اشتهار البرنامج بم شاركة المشاهير من ممثلين ومغنيين إلا أنه نجح في استضافة بعض الشخصيات السياسية من بينها الرئيس الأمريكي "جورج بوش GEORGE BOCHE " الذي حل ضيفا على البرنامج حين كا يخوض غمار الانتخابات الرئاسية سنة 2002 م.

وكذلك برنامج "سموذربروذز SMOTHERS BROTHERS" الذي بد أ عام 1967م ، ويقدمه الأخوين "TOM AND DICK SMOTHRES" على قناة CBC الأمريكية ،تم إيقافه في سنة 1969م بسبب عرضه لمواضيع مثيرة للجدل أيام حرب الفيتنام ،مما أثار غضب الجماهير مع أن نسبة المشاهدة كانت عالية ، لكن القناة قررت وقف بث البرنامج وهذا خوفا على مكانة المؤسسة الإعلامية [1].

ونشرة الأخبار الساخرة التي يؤديها "جون ستيوارت JHON STEWAT" بارتداء المقدم بذلة رسمية ، كما لها مراسلين من أماكن أمريكية مهمة ، إلا أن أخبارها هي أخبار ساخرة كوميدية تتسم بالنقد الحاد ،إضافة إلى إبراز التناقض الذي تقدمه نشرات الأخبار في القنوات الرسمية الأمريكية ،والأخطاء التي يرتكبها السياسيون خطابهم أو حديثهم لوسائل الإعلام ، ومدة هذه النشرة نصف ساعة من العرض الذي يقدم حقيقة الأخبار والأحداث الراهنة السياسية والثقافية والرياضية...،لكن بطريقة ساخرة وكوميدية .

هذه البرامج سابقة الذكر نجحت في استقطاب عدد كبير من المشاهدين الأمريكيين وغير الأمريكيين ، كما حصدت عدة جوائز في عدة مناسبات وهذا ما يدل عل اعتلاء أمريكا قمة السلم في مجال البرامج التلفزيونية الساخرة .

كما أصبحت مكان لإبراز المقدمين اللامعين في هذا المجال ، وذلك حسب تقرير أصدرته مجلة "تايم " البريطانية حول أشهر مقدمي البرامج السياسية الساخرة الذين تركوا أثرا كبيرا في مجتمعاتهم وبقية دول العالم الأخرى فضم التقرير شخصيات منها "جون ستيوارت JHON STEWAT" وبرنامجه الساخر

[1] – الموقع الالكتروني : www.alriyadh.com تاريخ الدخول إلى الموقع ،2018/04/12 . على الساعة 20:30 .

، جيمي فالون "JIMMY FALLON" والذي اشتهر ببرنامج "LA TENIGHT WITH JIMMYFALLOH" ، وكذلك برنامج " JIMMY KIMMELLIVE " لمقدمه "جيمي كيميل " "JIMMY KIMMEL".[1]

أما في الوطن العربي فقد ظهرت هذا النوع من البرامج في أعقاب ما يسمى بثورات العربي ومن بين هذه البرامج الناجحة برنامج "البرنامج" لباسم يوسف الذي عرف "بجون ستيوارت مصر " حيث أسس برنامجه على غرار البرنامج الأمريكي "THE DAILY SHOW" ، وكان يعتبر البرنامج الأكثر مشاهدة في الشرق الأوسط، وركز البرنامج على تقديم" الكوميديا السوداء "للسخرية من الأزمات السياسية والاقتصادية التي كان يمر بها الشعب المصري آنذاك .وعلى المنوال نفسه، استطاع برنامج التحليل السياسي الساخر" دي إن إيه DNA " اللبناني أن ينال انتباه قطاع عريض من الجمهور اللبناني والعربي، نظراً لتناوله بصورة نقدية حادة، وأحيانا ساخرة الأحداث والتصريحات السياسية داخل لبنان والشرق الأوسط[2].

وإذا كانت الموجة الأولى من البرامج الساخرة التي ظهرت في المنطقة العربية غلب عليها الطابع السياسي، فقد تلتها سلسلة من البرامج الساخرة التي تنحو نحو النقد الاجتماعي والثقافي، حتى البرامج التي حاكت البرامج الأمريكية، مثل برنامج" سترداي نايت بالعربي"، لم يأخذ الطابع السياسي المعروف عنه في أمريكا، بل ركز بالأساس على الطابع الثقافي والاجتماعي، وأصبحت العادات والتقاليد وأسلوب الحياة والمفاهيم الاجتماعية الراسخة محل انتقاد تلك الموجة الثانية والتي مازالت قائمة وتشهد نمواً وتطوراً ملحوظين .ولعل هذا التحول من السياسي إلى المجتمعي يرجع في جانب منه إلى انصراف الاهتمام جزئياً عن الشأن السياسي، بعد الإحباط الذي أصاب المجتمعات العربية، نتيجة الصعوبات الاقتصادية والاجتماعية التي عانتها تلك الدول في أعقاب الثورات، فضلاً عن انهيار بعض الدول العربية في صراعات مزمن[3].

أما في الجزائر فظهرت هذه البرامج بظهور القنوات التلفزيونية الخاصة ، ومن أشهر البرامج التلفزيونية الساخرة نجد برنامج "جرنان القوسطو " الذي بث على قناة الجزائرية وان ، وبرنامج "حكومتهم" الذي بث على قنا ة الخبر والذي ينتقد ممارسات الحكومة والنشاطات البروتوكولية للوزراء في مختلف القطاعات ،بالإضافة إلى البرنامج

[1] – الموقع الالكتروني : www.elaph.com ،تاريخ الدخول للموقع : 2018/04/12 ، على الساعة 21:30 .

[2] – سهام قواسمي ،مرجع سابق ،ص 72 .

[3] – هالة الحفناوي ، **البرامج الساخرة جدل غير محسوم حول تأثيراتها السياسية** ، مجلة مركز المستقبل للأبحاث والدراسات ، أبو ظبي ،العدد 21 ،2017 ،ص 51 .

الساخر "طالع هابط" الذي يبث حاليا على قناة النهار والذي بدوره يتطرق إلى انتقاد المسؤولين بطريقة ساخرة من خلال بث مقاطع فيديو والتعليق عليها بطريقة ساخرة

المبحث الرابع : خصائص الإعلام التلفزيوني الساخر

يتميز الإعلام التلفزيوني الساخر بمجموعة من الخصائص والسمات التي تميزه عن بقية البرامج التلفزيونية الأخرى يمكن ذكرها فيما يلي[1] :

- **قيمة موضوع البرنامج** : بحيث يكون الموضوع المطروح في البرنامج التلفزيوني الساخر ذا قيمة وهدف ، لا للسخرية من أجل السخرية .
- **الموضوعية في الطرح** : إذ يتسم البرنامج التلفزيوني الساخر بالموضوعية والتجرد من الذاتية ، بعيدا عن التجريح أو الإهانة ،وكذا تحاشي المصالح الشخصية ، أو امتيازا ت من السلطة أو استمالة أحد من قوى متصارعة على حساب المصلحة الوطنية.
- **الآنية والواقعية في قضايا البرنامج** : بحيث تتناول البرامج التلفزيونية الساخرة قضايا ذات صلة بالواقع المعاش تكون محل اهتمام الرأي العام ، وذلك من خلال طرح القضايا الراهنة ، ومهاجمة المسؤولين من أجل التدخل في أقرب وقت من أجل إيجاد حلول سريعة للقضايا المطروحة .
- **قدرة المتلقي في فهم محتوى البرامج الساخرة** : إذ يعتمد مقدم هذه البرامج على قدرة المشاهد وكفاءته في قراءة وفك شفرات العلامات ، وبعبارة أخرى فإن فهم المعنى النهائي سيكوون مختلفا طبقا لقدرته وكفاءته ومداومته على مشاهدة البرنامج .
- **المعنى والدلالة في إدراك المشاهد للبرامج الساخرة** : بحيث يتعامل المشاهد مه البرامج التلفزيونية الساخرة عبر مرحلتين ،الأولى هي إدراك المعنى الذي يقصده مقدم البرنامج ، والثاني تحديد دلالة ذلك

[1] - سهام قواسمي ،مرجع سابق ،ص 83-84 .

المعنى ،فالمعنى هو ما يمثله النص ، وهو ما يعنيه مقدم البرنامج فيشير إلى العلاقة بين ذلك المعنى والشخص ، أو بين المعنى ومفهوم ما أو حالة ما ، بل أي شيء يمكن أن نتصوره .

- **فهم المعاني في البرامج التلفزيونية الساخرة** : فإن عملية فهم المعاني التي يلحقها الأفراد بالأحداث والقضايا التي تبث ع بر هاته البرامج الساخرة ،تتطلب من الشخص الذي يقوم بالتحليل أن يعيد بناء المدركات الذاتية في مواقف أو قضايا مطروحة في البرنامج الساخر ،والتي يأخذها الأفراد كأمور مسلّم بها ، وبالتالي يستحيل إقامة قوانين عامة تف تصف تكوين المعاني ،فهي نتاج تفاعل بين مضمون ال رسائل التي تبثها هاته البرامج الساخرة من جهة ، وبين كفاءة المشاهد في حل شفرتها من جهة أخرى ،ويلعب السياق الذي يتم فيه بث هذا النوع الإعلامي دورا مركزيا في إنتاج المعنى .
- **مؤهلات مقدم البرامج التلفزيونية الساخرة** : يجب أن يكون مقدم البرنامج الساخر خفيف الظل ،حاضر النكتة ، لماحا ،ذكيا ، ذو مستوى علمي وثقافي عالي تمكنه من طرح القضايا ومناقشتها مع الضيوف ، كما يجب أن يتسم بالرزانة والرجاحة للتفريق بين ما يقوله ضمن شلة أصدقاء ل يتعدى أفرادها عدد الأصابع ، وبين ما يقدمه كمادة تلفزيونية تمس شريحة كبيرة من المجتمع بم ختلف الفئات العمرية والمستويات .
- **احترام خصوصية البلد في مضامين البرامج السياسية الساخرة** : بحيث يجب على معدي البرامج التلفزيونية الساخرة احترام خصوصيات المجتمع من خلال عدم المساس بالمعتقدات الدينية ، وأيضا احترام قيمه وعاداته وتقاليده .
- **أفضلية البرامج التلفزيونية الساخرة** : بحيث أصبح الإعلام التلفزيوني الساخر من بين البرامج التي نالت إعجاب شريحة كبيرة من المجتمع بفضل تناوله لمختلف القضايا التي تهم المشاهد ، بحيث أصبح متنفسا عما يشعر به الفرد من ضيق لما يجري من أحداث.

المبحث الثالث : تصنيف البرامج التلفزيونية الساخرة

تباين تصنيف البرامج التلفزيونية الكوميدية في خارطة البرامج التلفزيونية من باحث إلى آخر فقد وضع "ادوارد ستاشيف" و "رودي بريتز" الكوميديات الموسيقية وما يقترن بها من عناصر الفكاهة والكوميديا والغناء والرقص ضمن المنوعات والبرامج الموسيقية والفكاهات القائمة على المواقف ضمن البرامج الدرامية [1] .

فيما أعتبر "عاصف حميدي" البرامج التي تحوي فقرات خفيفة ومتنوعة وتبتعد في مجملها عن الجد بل تركز على المرح بهدف أمتاع الجمهور والتخفيف عنه والترويح عن نفسه بالبرامج الخفيفة المنوعة [2].و وضع علي فائق زغلول البرامج الفكاهية الصرفة كأحد أنواع برامج المنوعات معتمداً على أنها تعتمد جميعاً على درجة الإثارة التي تحدثها في نفس المتلقي ومدى تحققه من تسلية أو أضحاك وفي هذا تعتمد على عدد من الوسائل يمكن بمقتضاها تقسيم برامج المنوعات من حيث موضوعها إلى الأقسام الآتية [3]:

- برامج تعتمد على الشخصيات اللامعة .
- البرامج الفكاهية الصرفة .
- البرامج العائلية الخفيفة
- برامج الألغاز .
- البرامج المثيرة أو المسلية .
- البرامج الاستعراضية .

فيما صنف النظام الدولي الموحد للإحصاءات الذي وضعته اليونسكو البرامج الكوميدية التي تقوم على الإضحاك والفكاهة ضمن برامج المنوعات ،فليس هناك تصنيف واضح للبرامج التلفزيونية الكوميدية والساخرة فهي موزعة بين البرامج الدرامية وغير الدرامية وبرامج المنوعات إذ لم تثبت على تصنيف وشكل معين مع تباين في المضمون والوظيفة .

وقد وضع "ضياء مصطفى" تصنيفاً للبرامج التلفزيونية الساخرة تبعاً لوظيفتها وهدفها ومضمونها كما يلي [4]:

- برامج تلفزيونية فكاهية تهدف إلى الإضحاك والترفيه والتسلية .

---

[1] – ادوارد ستاشيف، رودي بريتز ،مرجع سابق، ص 75 .

[2] – عاصف حميدي، **العمل الإذاعي والتلفزيوني**، مفاتيح النجاح وأسرار النجاح، أبو ظبي، ط2 ، . 2004 ، ص 169 .

[3] – علي فائق زغلول ، **برامج المنوعات لماذا ولمن ؟** ، بغداد ، مجلة الإذاعة والتلفزيون ، العدد 269 ، 1998 ،ص4.

[4] - ضياء مصطفى ،مرجع سابق ص 256 .

- برامج تلفزيونية فكاهية تهدف إلى النقد الاجتماعي والسياسي .
- برامج تلفزيونية فكاهية تهدف إلى الدعاية والحرب النفسية .
- برامج تلفزيونية فكاهية تهدف إلى التثقيف والتعليم .
- برامج تلفزيونية فكاهية تهدف إلى الإعلان والترويج والعلاقات العامة .ومن الممكن تقسيمها على النحو الآتي :

1 - **البرامج الفكاهية غير الدرامية وتشمل :**

- البرامج الفكاهية المنوعة .
- البرامج الفكاهية الساخرة .
- البرامج الفكاهية الممنهجة أو الدعائية .
- البرامج الفكاهية التثقيفية والتعليمية .
- البرامج الفكاهية الإعلانية .

2 - **البرامج الفكاهية الدرامية وتشمل :**

التمثيليات والمسلسلات الفكاهية ذات المضامين التالية :

- الاضحاكية والترفيهية المسلية .
- السياسية الناقدة والساخرة .
- الاجتماعية الناقدة والساخرة .
- التثقيفية والتعليمية .

المبحث السادس : البرنامج الساخر – فوق السلطة – على قناة الجزيرة

فوق السلطة هو برنامج سياسي ساخر أطلقته قناة الجزيرة يوم السبت 5 نوفمبر 2016 وذلك ضمن الدورة البرامجية التي أطلقتها القناة في عيد ميلادها العشرون ، ويعرض برنامج فوق السلطة لمدة 25 دقيقة في تمام الساعة السابعة ونصف مساءا من كل يوم الجمعة بتوقيت مكة المكرمة .

بحيث يعالج البرنامج أحداث الأسبوع السياسية والأمنية والاقتصادية والاجتماعية العامة بأسلوب انتقادي وهجائي ساخر على طريقة الكوميديا السوداء، مع الاحتفاظ بجانب من الجدية، وذلك عبر عدة قوالب فنية قصيرة وفقرات متتابعة، من "السكتشات " التمثيلية التي تمزج بين الواقع والعالم الافتراضي، إلى الأغاني المعبرة بسخرية عن واقع الحال، إلى "الفوكس بوب" وآراء الناس، إلى أبرز سقطات السياسيين الإعلامية على شاشات التلفزيون والإنترنت خلال أسبوع ، مع إشراك الجمهور بإنتاج أفلام ساخرة قصيرة وإرسالها إلى البرنامج لعرض المميز منها[1] .

فبرنامج "فوق السلطة" هو أشبه بجولة أسبوعية على مجموعة منتخبة من الأحداث والمواقف الهامة في الوطن العربي والعالم، فيتم تقديمها بطريقة مختلفة عن نشرات الأخبار الكلاسيكية، وبأسلوب انتقادي وهجائي يتخلله بعض السخرية من واقع الحال وليس من الأشخاص بحد ذاتهم، بل من أدائهم ومواقفهم العامة . يركز البرنامج على تجاوزات السلطة الرابعة عندما تتحالف مع السلطات الثلاث، وعلى إجراء المقارنات بين المتضادات والمتشابهات والتي تُبرز إمّا انعدام البوصلة في العمل العام، وإما تطويع النخب في اتجاه واحد، وكل ذلك في إطار أدبي وفني يسعى إلى الاستفادة من التراث الأدبي والموروث الشعبي، وإسقاطه على الأوضاع الراهنة .

و الغاية التي يسعى البرنامج إلى إضافتها هي دعوة الذين ملّوا من نشرات الأخبار في ظل تكرار المآسي والنكبات العربية، دعوتهم مرة جديدة إلى متابعة ما يجري من حولهم عبر جرعة مرِنة من المعلومات والأحجيات التي تخاطب عقل المشاهد عبر طرح الأسئلة عليه وجعله يستنتج الخلاصات بنفسه دون محاولة وضع قناعات معلبة وأحكام مسبقة في رأسه.

لذا فبرنامج "فوق السلطة" يجري مزجاً بين الإعلام الواقعي الحقيقي، والأدب الحالم الساخر[2].

[1] – الموقع الالكتروني :www.aljazeera.net ،تاريخ الدخول للموقع :2018/05/02 على الساعة 20:00

[2] – الموقع الالكتروني: www.al-sharq.com ، تاريخ الدخول للموقع :10 /2018/05 على الساعة 19:00 .

يقدم برنامج فوق السلطة الإعلامي اللبناني "نزيه الأحدب "منذ بداية بثه على قناة الجزيرة والذي يعود له الفضل الكبير في نجاح البرنامج من خلال طريقة التقديم المميزة ، بدأ العمل في سن الواحدة والعشرين كمراسلٍ لصحيفة اللواء اللبنانية في طرابلس، وبعد ذلك بسنة واحدة التحق بتلفزيون الفيحاء ليعمل في مجال إعداد وتقديم الأخبار والبرامج السياسية، وهذه كانت بداية رحلة العمل التلفزيوني التي حملته بعد ذلك إلى تلفزيون طرابلس رئيساً لتحرير الأخبار بالإضافة إلى التقديم .

وبعد إقفال وسائل الإعلام المرئي والمسموع بقرار من الحكومة اللبنانية عام 1996، أسس المكتب الإعلامي للتنمية في طرابلس وراسل من خلاله المؤسسة اللبنانية للإرسال والشبكة الوطنية للإرسال .وبعد ذلك بسنتين، التحق بتلفزيون لبنان معداً ومقدماً للأخبار والبرامج السياسية، وتدرج فيه وصولاً إلى منصب نائب مدير الأخبار، ليغادره عام 2008 قناة القدس الفضائية التي عمل فيها حتى عام 2013 مديراً للبرامج السياسية،

وينشط أيضاً في مجال التدريب الإعلامي الحر من خلال عدد من المراكز في المنطقة العربية ، مثل مركز الجزيرة للتدريب والتطوير في الدوحة ، مركز " توتال ميديا كاست " في لندن ، والمركز الكندي للتدريب الإعلامي في بيروت .[1]

وقد لاقى البرنامج الساخر – فوق السلطة – نجاحا كبيرا، لكنه تعرض لبعض الانتقادات كون مقدم البرنامج يحاول أن يحافظ على الشكل المعتاد لقناة الجزيرة ولا ينساق للإضحاك في البرنامج الساخر، وعدم تجاوز البرنامج للخطوط الحمراء التي اعتادت البرامج السياسية الساخرة تجاوزها، وهو يقف بين النقد وبين السخرية .

[1]– الموقع الالكتروني : www.aliqtisadi.com ،تاريخ الدخول للموقع : 2018/05/02 . على الساعة : 22:00 .

الفصل الثاني :

الوعي السياسي والإعلام

الفصل الثاني : الوعي السياسي والإعلام

المبحث الأول : مفهوم الوعي السياسي وأنماطه

المطلب الأول : مفهوم الوعي السياسي

يعتبر الوعي السياسي أحد أهم أنماط الوعي الاجتماعي وهذا لارتباطه بالحياة السياسية للمجتمعات وكذلك بالأنظمة الحاكمة ،ويتشكل الوعي السياسي من خلال الفرد لذاته وذوات الآخرين من حوله ،وبهذا يمكن الجزم بالتأثير البالغ للوعي الذاتي على المجريات السياسية لاتصافه بالعقلانية الفردية .

ويعتبر الوعي السياسي على درجة كبيرة من الأهمية في الدراسات الاجتماعية والسياسية [1] وخاصة في المجتمعات النامية ،بحيث يرتبط مباشرة بالتحركات الشعبية التي تحدث نتاجا لتزايد وعيهم السياسي ، فغياب الوعي السياسي يؤدي بالضرورة إلى انتشار الفساد والدكتاتورية وغياب المبادئ الشورية والديمقراطية ، لكن في حال تكونه لدى أفراد المجتمع عامة ومساهمة النخب ، تسيير الأمور إلى حيث يريدون وتكون كل التحركات نابعة من وعي يمنحها القدرة على تشكيل ذاتها في البداية ، ومن ثمة المضي في التغيير نحو الإصلاح.

ومن خلال تتبع الثروات الشعبية سواء الفرنسية منها أو الثورات التي أدت في نشوء الأنظمة الاشتراكية ،ولئذا ما أطلق عليه الثورتين الشعبيتين اللتان أطاحتا بنظام الحكم للرئيس التونسي "زين العابدين بن علي" والرئيس المصري "حسني مبارك" على التوالي نجد معظمها قام أسس وعي سياسي حمله القادة ومن ثمة الشعوب ،بحيث فشلت كل محاولات السيطرة على عقول الشباب الثائر وهذا بسبب امتلاكه قدرا كبيرا من المعارف السياسية الواعية .

كما أن الوعي السياسي كان نتاجا لتعدد الرؤى حوله بحيث تتعرض كل إيديولوجية للوعي السياسي ويكون ذلك حسب تراثها الفكري فمنها من يعتبره الدراية والإيمان بالقضايا القومية وكذا الإيمان بإيديولوجية الحاكم وسياساته، وفي هذا الصدد مثّل الوعي السياسي لدى الجانب الليبرالي الإيمان بما يسمى الديمقراطية، والتداول على السلطة والمشاركة في تحديد السياسات العامة، أما الحركة الماركسية فقد اعتبرت الوعي السياسي هو الإيمان

[1] - سمير خطاب ،**التنشئة السياسية والقيم** ،إيتراك للنشر والتوزيع ،القاهرة ،ط 1 ،2004 ،ص 46 .

بمعتقدات الحزب الماركسي، وكذا الثورة العالمية، بحيث هذا العدد يدفعنا إلى إيجاد النقاط المتقاربة التي اعتمدتها تلك الاتجاهات للتوفيق بينها في سبيل التمكن من تبيان زوايا الوعي السياسي وكذا أطره العامة [1].

فالوعي السياسي يعتبر عملية إدراك الفرد لواقع مجتمعه ومحيطه وإقليمه الدولي ومعرفة مشكلات العصر المختلفة والقوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنيا وعالميا في معرفة الواقع، ورصد الجوانب والقوى المؤثرة فيه ورصد الأحداث وتحليلها واستكشاف خلفياتها وإبعادها و أثراها ، وكذلك معرفة تقاليد العصر ولغاته السياسية والأدبية والعلمية للتمكن من قراءة خطابه وتحليل ما في ثناياه للوصول إلى معرفة مشاريع الآخرين من أصدقاء وأعداء ، والتجارب التغيرية المختلفة واستكشاف أسباب نجاحها او فشلها .فالوعي السياسي المجتمعي هو الرباط الساند لأفراد المجتمع في مواجهته لواقعه الاجتماعي وتخليصه من مشاكله وحمايته مما يواجهه إقليميا ودوليا . وقوة استقرار سواء للمجتمع في تعاملاته الداخلية أو الخارجية [2].فالوعي السياسي هو حالة من اليقظة الفكرية التي يدرك فيها الإنسان نفسه وقدرته على الفهم والتحليل، وهو عكس اللايقضة أو السبات واللاوعي، ومنه فالوعي السياسي هو تلك الرؤية الشاملة بما تتضمنه من معارف سياسية وقيم واتجاهات سياسية التي تتيح للإنسان أن يدرك أوضاع مجتمعه ويحللها، ويحكم عليها ويحدد موقفه منها والتي تدفعه للتحرك من اجل تغييرها وتطويرها والحفاظ عليها ،وعليه فان الوعي السياسي يشتمل على أربع محددات رئيسية وهي [3]:

1) الرؤية الشاملة للبيئة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية الوطنية والعالمية .
2) الإدراك النافذ للواقع الداخلي المحلي والخارجي الإقليمي والعالمي .
3) الإحساس بالمسؤولية والتي جوهرها الالتزام بالثوابت الايجابية الاجتماعية القيمية والوطنية والإنسانية .
4) الرغبة في التغيير مع الاحتفاظ بالثوابت الوطنية والاجتماعية والقيمية .

[1] - إحسان محمد حسن ،**علم الاجتماع السياسي** ،دار وائل للنشر ، عمان ، ط10 ،2010 ، ص 263 .
[2] – أحمد إبراهيم الجبير ،**مبادئ العلوم السياسية** ، منشورات الجامعة المفتوحة ،طرابلس ، 2000 ،ص 20-21
[3] – عبد الكريم بكارة ،**تحديد الوعي** ،دار القلم ،دمشق ، ط2 ،2003 ، ص9 .

المطلب الثاني : أنماط الوعي السياسي

للوعي السياسي نمطين اثنين ،فالنمط الأول يفسر من حيث الفردي منه والجماعي ، أما النمط الثاني فيفسر من حسب النظري منه والاعتيادي الواقعي .

1) الوعي الفردي والوعي الجماعي :

يقصد بالوعي الفردي العالم الروحي والذاتي للفرد ،ويبدو الوعي من خلال الخصائص الفردية التي تتبلور في ذات الإنسان مثل المشاعر والعواطف والأفكار والخصائص الشخصية ،كما لا يمكن عزله عن الوعي الجماعي الذي يوجه سلوك الأفراد ،والذي تزداد معه شدة أو ضعف ذلك الوعي .

أما الوعي الجماعي فيعني المعارف والتصورات والأفكار والآراء تجمع عليها الطبقات الاجتماعية ،ويتشكل هذا الوعي في إطار الممارسة العملية ويرتبط بالوضع القائم كما انه وعي لا يتسم بأي سمة نقدية ،ويتبلور لدى الأفراد في أذهانهم على شكل أفكار وأطروحات نظرية ومشاعر ورغبات معينة ، تتسم بها مجموعة من الأفراد الذين يشتركون في خصائص ذات جوانب عديدة ،ويُعبر الوعي الجماعي عن المصالح العامة لأولئك الأفراد .

ولا يفوتنا التنبيه إلى العلاقة التي تربط الوعي الفردي بالجماعي ،بحيث يؤثر الوعي الفردي في الوعي الجماعي ، كما لا يمكن النظر إلى الوعي الفردي بمعزل عن الوعي الجماعي الذي يعطيه الشّدة والثبات [1] ،ويعتبر الوعي الجماعي أكثر غنىً لتنوعه وهو يسهم في تحديد الخصائص الفكرية والسياسية لكل مرحلة تاريخية ،حسب الإسهام النظري والفكر لكل من نخل تلك المرحلة وأفرادها .

2) الوعي الاعتيادي والوعي النظري :

يعدُّ الوعي الاعتيادي احد أنماط الوعي السياسي الذي يتشكل لدى الناس من خلال ممارستهم لنشاطاتهم اليومية ،وكذا حياتهم الطبيعية في الواقع الاجتماعي والسياسي المميز لمكان عيشهم ،ويشمل هذا الوعي على المعايير والتصورات التي تكونت لدى الناس في حياتهم اليومية وعن أوضاعهم وأدوارهم في المجتمع والعالم المحيط بهم ،سواء كانت تصورات واقعية حقيقية أو تصورات ساذجة ، وتنبثق تلك التصورات عن الظروف المباشرة لحياة الناس وأخرى عن الواقع المحيط بهم .

---

[1] - إمام شكري إبراهيم القطان ، **الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين** ،رسالة ماجستير منشورة ،الإسكندرية ،مركز الإسكندرية للكتاب ،2009 ، ص 127 .

أما الوعي النظري فغالبا ما يرتبط بالنخب لأنه يعني محاولات تحديد القوانين والقواعد التي تحكم الواقع المعاش وكذا تحديد الطرق التي يتم بها التغيير ، أو تحقيق الثبات لجماعة ما وتساهم النخب العالمة في صياغة هذا الوعي النظري ، ليشكل منظومة معرفية تخص الجماعة التي ينتمون إليها [1].

المبحث الثاني : مستويات الوعي السياسي وأدواته

المطلب الأول: مستويات الوعي السياسي

يتشكل الوعي السياسي من مستويين أساسيين وهما المستوى النظري ومستوى الممارسة .

- **المستوى النظري :**

ويقصد به مستوى الأفكار والأيديولوجيات التي يحتويها موضوع الوعي من قيم ثقافية ومعايير وعواطف ،ويمر هذا المستوى بمراحل ثلاث وهي :

1) **مرحلة المعرفة والإدراك** : وهي مرحلة أطلق عليها "هيجل" مرحلة الاستكشاف ويكون الفرد فيها على مستوى من الإدراك المباشر ، وفهم الحقائق دون تأثير في الموقف وبشكل مباشر ،كما تعتبر هذه المرحلة استعداد الوعي لتقبل الأفكار ثم حصرها وانتقائها .
2) **مرحلة الاهتمام السياسي** : أي الارتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي إليها الفرد ذلك الارتباط الذي يخالف الحرص على استمرار تقدمها وتماسكها وبلوغها أهدافها ، وعناصر الاهتمام تتمحور حول أربع مستويات الأول هو الانفعال مع الجماعة ،والثاني هو الانتقال بالجماعة ،والثالث هو التوحد مع الجماعة ،والرابع تعقل الجماعة .
3) **مرحلة الانضمام السياسي** : إذ يحتاج الوعي الإنساني إلى مؤسسة لتكوينه فكريا قد تكون مؤسسة تربوية أو سياسية أو دينية ،والانضمام إلى هذه المؤسسات قد يوجه وعي الأفراد أحيانا إلى أغراض تخدم السلطة أو المؤسسة التي ينتمي إليها الفرد ،فعندما تكون هذه المؤسسة إجبارية كالمدرسة ،فبضروري ينعكس الوعي الرسمي للسلطة على وعي الطلاب قصد مساندة النظام أو تبرير الدفاع عنه

[1] – إمام شكري إبراهيم القطان ،مرجع سابق ،ص128.

،أما انضمام الفرد لجماعات اختيارية يصعب على السلطة السيطرة على وعي الأفراد ،وفي أغلب الأحيان لا يظهر وعي الأفراد المنظم في هذهالجماعات إلا في حالة صدام مع السلطة [1].

- **مستوى الممارسة :**

وهي المرحلة التي يصبح فيها وعي الفرد قادرا على المشاركة السياسية بدرجاتها المختلفة أو بعضها مما يتناسب مع دورها في النظام السياسي داخل المجتمع أو العزوف عنها ،أو القيام بحركات سياسية تبين حقيقة رفضه اتجاه الموافقة في حال تجاهل السلطة ،وتعتبر الحركات السياسية والطلابية من أهم مظاهر الوعي السياسي ،والتي تؤدي أحيانا إلى موافقة السلطة على مطالب ورغبات الطلاب ، وإذا كان الوعي السياسي عاملا مساعدا على الممارسة السياسية فإن دوره لا يأتي إلا بتوفر مجموعة من الشروط أهمها :

- **الشعور بالاقتدار السياسي** : فالاقتدار السياسي حالة ذهنية يشعر فيها الفرد بأنه يمتلك القدرة على فهم المواطن في النظام الاجتماعي العام ،فيؤازره ا ويسعى إلى تثبيتها وتنميتها وفهم مَواطن الخلل ، فيسعى إلى التنديد بها وكشف عواقبه السلبية على الفرد وعلى الجماعة ثم يبدي رأيه الصائب دون خوف أو لوم أو عقاب .
- **الاستعداد للمشاركة السياسية** : هذا العنصر يعني توجب وعي الفرد بأن ممارسة الحرية السياسية ممارسة فعلية ،تقتضي بأن يمد يده إلى غيره من أفراد المجتمع السياسي بغية المشاركة في صياغة السياسات والقرارات واختيار الحكام وأعضاء المجالس النيابية على الصعيدين المحلي والمركزي .
- **التسامح الفكري المتبادل** : وهو أن يكون النظام السياسي مرن بحيث يسمح لكافة التوجهات السياسية بأن تعبر عن نفسها من خلال قنوات مشروعة على المستويين الرسمي والشعبي .
- **توافر روح المبادرة** : فينبغي على كل فرد في المجتمع أن يشعر شعورا إيجابيا تجاه الدولة التي تحكمه ،بحيث لا ينتظر قضاء الأمور من الأعلى إلى الأسفل ،فتكون نظرته إلى الدولة نظرة أبوية منها أن تتكفل به .
- **احترام المبادئ قبل الأشخاص** : إذ لابد من توافر القناعة بأن السلطة السياسية مُودع ة في المؤسسات فهي مستقرها ومستودعها ،وأن هذه المؤسسات تقوم على فلسفة سياسية تعبر عن الضمير السياسي للجماعة وبالتالي فإن الشخص الحاكم ليس بالإنسان المقدس أو المنزه عن

[1] - إمام شكري إبراهيم القطان ، مرجع سابق ،ص 137 .

الأخطاء ،؟بل هو شخص يمكن أن يحضا بالاحترام والتقدير أو عدمه بقدر وفائه من عدمه للمبادئ التي كلف بالمحافظة عليها .

- **الثقة المتبادلة** : بين الحاكم والمحكوم من جهة وبين المؤسسات السياسية والدستورية الحاكمة وبعضها البعض من جهة أخرى [1].

-

المطلب الثاني : أدوات تكوين الوعي السياسي

لقد تعددت الأدوات التي يتم من خلالها تشكيل الوعي السياسي لكنها تبق ضمن الإطار العام للتنشئة السياسية ،والتي يمكن اعتبارها العملية التي يكتسب الفرد من خلالها على المعلومات والحقائق والقيم والمثل السياسية ،ويكوّن بواسطتها مواقفه واتجاهاته الفكرية والإي ديولوجية التي تؤثر في سلوكه وممارسته اليومية ،وتحدد درجة النضج والفعالية السياسية في المجتمع .وتتم هذه التنشئة عبر عدة منظمات أهمها الأسرة والمؤسسات التربوية والأحزاب السياسية ووسائل الإعلام الجماهيرية وجماعة الرفاق[2] .

تأثيرات هذه المنظمات في الأفكار والمب ادئ السياسية التي يكونها الفرد منذ بداية حياته الاجتماعية والسياسية ،كقد تكون قوية وفاعلة إذا كانت جميع المنظمات تردد ننفس المعلومات والأفكار السياسية ،وتعمد نفس الأساليب التأنيسية والتربوية في زرع القيم والأفكار السياسية ،بينما تكون تأثيرات هاته المنظمات ضعيفة وهامشية عندما تكون تعاليمها وتوجيهاتها وأساليبها التثقيفية والتربوية مختلفة ومتناقضة [3]، والجدير بالملاحظة أن التنشئة السياسية تساعد على ديمومة استقرار النظام السياسي طالما أنها تستهدف تمرير الأفكار والخبرات والأساليب السياسية التي يعتمدها المجتمع بين أبناء الشعب ، وتحاول زرعها في نفوس الأفراد والجماعات على اختلاف خلفياتها الاجتماعية والطبقية ،فالاستقرار السياسي أي ديمومة النظام السياسي هي خاصية ايجابية ومرغوبة ، والتنشئة السياسية هي الوسيلة التي يصبح الفرد من خلالها واعيا ومدركا للأهداف والمبادئ السيا سية التي يؤمن بها النظام الاجتماعي ، أما الأشخاص الذين ينحرفون عن مبادئ الثقافة والوعي السياسي بسبب سلبيات جابهتهم

[1] - إمام شكري إبراهيم القطان ، مرجع سابق ،ص 137 .

[2] - سمير خطاب ، مرجع سابق ، ص 48 .

[3] - إمام شكري إبراهيم القطان ، مرجع سابق ، ص 130 .

خلال مراحل تنشئتهم السياسية ،فلا يمكن الاعتماد عليهم في تثبيت أسس النسق السياسي للمجتمع وتحقيق أهدافه وطموحاته .

من خلال هذا فان أدوات تشكيل الوعي السياسي تنقسم إلى فرعين أدوات غير رسمية وأدوات رسمية ويمكن التفصيل فيها من خلال ما يلي :

- **الأدوات غير الرسمية :**

1) **الأســـــرة** : بحيث تعتبر الأسرة من المنظور العام اللبنة الأساس في بناء المجتمعات ،وتعتبر ببنائها البسيط مؤسسة ينشأ فيها الطفل ويلق ن فيها المبادئ التي تمكنه من التكيف مع مجتمعه ، وتمكنه من فهم رموزه وقواعده التي يعتمد عليها مستقبلا ،وبما أن الجانب السياسي له علاقة وطيدة بالحياة الاجتماعية تعدّ الأسرة منبعا أساسيا في التنشئة السياسية للفرد ، بحيث يتجلى دور الأسرة هنا في نقل معاني الوطن ية وما يدخل في نطاق ذلك من مفاهيم الوطن والهوية والأرض وتاريخها [1]، ويمكن تحديد الوسائل التي تتمكن الأسرة من خلالها من بث مفاهيم التنشئة السياسية فيما يلي :

- **تلقين أفكار سياسية معينة** : حيث تقوم الأسرة بصفة عامة بنقل اتجاهات وأفكار محددة مسبقا ،كان يُطلب من الأبناء تأييد حزب ما أو فكرة سياسية تصب في صالح طرف من أطراف الساحة السياسية .
- **تلقين أفكار سياسية معينة بصفة غير مباشرة** : يتم ذلك من خلال مشاركة الأبناء أحاديث الكبار في الأسرة ،وممكن أن يكون اشتراك أولئك الأبناء بالاستماع فقط ،والفرد في صغره مولع بتقليد من هم اكبر منه خصوصا والديه .
- **حضر أدوات التنشئة السياسية المخالفة** : وذلك يتم برقابة الأولياء على ما يتعرض له الأبناء من رسائل ذات توجه مخالف لما يعتقد به الأولياء ، ويمكن أن يختلف مصدر تلك الرسائل من أصدقاء أو وسائل إعلام أو مطبوعات معلومة المصدر أو مجهولة[2] .

2) **جماعة الرفاق** : ويقصد بها أصدقاء مراحل العمر المختلفة سوءا أصدقاء الطفولة أو أصدقاء المراحل الدراسية أو أصدقاء العمل .ويستمر تأثير هاته الصداقات إلى حدود بعيدة يكتسب من خلالها الفرد مذاهبه السياسية والفكرية ،وينخرط عبرها في تنظيمات غير رسمية تقوم بتأطيره [1].

[1] - سمير خطاب ، مرجع سابق ، ص 54 .

[2] - مرجع نفسه ، ص 55 .

- **الأدوات الرسمية :**

1) المؤسسات التعليمية :

تعتمد الأنظمة بشكل كبير على المؤسسات التربوية والتعليمية في نشر المبادئ والوعي السياسي ، واللذان يمكنان من خلق أسباب الاستقرار .وفي سبيل ذلك تستغل المناهج ومضامين الدروس لبث وتلقين التوجهات بطرق مباشرة وغير مباشرة كدراسة التاريخ والتربية المدنية ،وفي إطار الغية نفسها يعمد القائمون على ذلك إلى بث روح الولاء والثقة في الأفراد المتلقين لتلك المواد ،ولا يمكن النظر إلى تلك المناهج الدراسية بمعزل عمن يديرها ،فالمعلم له دور محوري في عملية التربية والتنشئة ،حيث تلعب طريقة التدريس دورا مهما في تنمية الروح الوطنية والوعي السياسي بأسس الدولة وتوجهات النظام ،وهنا تجدر الإشارة إلى وجوب تفادي المعلم والأستاذ لاستغلاله من طرف واضعي المناهج لتمرير أفكار معينة .

وفي ما يلي ثلاثة عناصر يتم عبرها تبيان الدور الذي تلعبه المؤسسات التربوية في تنمية الوعي السياسي :

- **نقل المعرفة السياسية** : تعتبر عملية نقل المعارف السياسية عملية ذات أهمية خاصة على مستوى التعليم الأساسي ،حيث يتلقى الأفراد معارف عن البناء الحكومي وادوار كل قسم من الأقسام السلطوية الظاهرة للعيان .
- **غرس القيم السياسية** : يضطلع النظام التعليمي هنا بمهام جمة أولها غرس قيمة الانتماء للوطن والولاء له والهوية القومية ، وكذا حقوق الفرد وواجباته سواء اتجاه مؤسسات النظام أو اتجاه الوطن .
- **تنمية مهارات المشاركة** : ويتم ذلك عبر حرية التعبير وإجراء مناقشات تتناول الواقع التنظيمي والسياسي ،وإتاحة فرصة تشكيل تنظيمات طلابية وفق انتخابات تحاكي مثيلاتها في الأنظمة الديمقراطية [2].

2) الأحزاب السياسية :

تلعب الأحزاب السياسية دورا مهما في تنمية الوعي السياسي خاصة في الدول الديمق راطية ،وتتعدد تعريفات الحزب السياسي بتعدد الأيديولوجيات من ناحية ،وبتعدد الزوايا التي ينظر منها إلى تلك المجموعة من ناحية أخرى .يعرف قاموس علم الاجتماع الحزب السياسي بأنه تنظيم لأشخاص يهتمون بضبط

---

[1] - إمام شكري إبراهيم القطان ، مرجع سابق ، ص 132 .

[2] - إمام شكري إبراهيم القطان ، مرجع سابق ، ص 132 -133 .

القوة في المجتمع ، والتأثير عليه والعمل من خلاله على نمو يرو ن أنه ملائم لمصالحهم ولمصالح المجتمع العليا[1] .

ويعرف الحزب السياسي أيضا بأنه مجموعة من المواطنين يؤمنون بأهداف سياسية وأيديولوجية مشتركة ،وينظمون أنفسهم بهدف الوصول إلى السلطة من أجل تحقيق برامجهم [2].

كما تلعب الأحزاب السياسية الدور الكبير في توحيد وتقدم وازدهار المجتمعات التي تنتمي إليها ،وتكون في نفس الوقت مسؤولة عن مهام سياسية وأيديولوجية ومادية وحضارية ،لها أهميتها وفاعليتها في أداء المجتمعات لالتزاماتها أو واجباتها نحو رعاياها ومنتسبيها وضمان تماسكها واستقلاليتها وسيادتها وتقدمها الاجتماعي ،ويوكل للأح زاب السياسية تأطير الشباب وإعدادهم حسب التوجه العام للحزب وأيديولوجيته، فنجد منتسبي الأحزاب اليسارية ذوي أيديولوجية ماركسية في الغالب ، بينما نجد الأحزاب الليبرالية ذوي توجهات علمانية ، ولكن في الدول العربية لا يمكن اعتبار الأ fحزاب إلا وسيلة للاحتواء والسيطرة الفكرية ، وذلك لضمان عدم الخروج عن نظام الحكم .

3) – وسائل الإعلام :

تقوم وسائل الإعلام بدور لا يقل أهمية عن الأحزاب السياسية والمؤسسات التعليمية في عملية التنشئة السياسية ، حيث يتم عبرها نقل رسائل إعلامية متضمنة لتوجهات سياسية وقيم توصف بقيم الروح الوطنية ،وفي معظم الدول العربية تتم السيطرة على القنوات الإعلامية سواء المقروءة منها أو المسموعة أو المرئية ،وذلك بغية بث توجهات تخدم بقاء النظام وتشوش على معارضيه وهذا يعني إيهام المتلقين بواقع ليس بالواقع الفعلي للمشهد السياسي [3].

أما دول العالم الأخرى فالمشهد يختلف تماما ،حيث توجد في الدول الغربية الكبرى وسائل اعلامية تصب رسائلها في مصالح النظام خاصة والدولة عامة ،وهناك وسائل إعلامية أخرى تسيطر عليها لوبيات وجماعات ضاغطة * في تلك الدول ،تهدف إلى الحفاظ على مكاسبها في الجانبين الاقتصادي والسياسي كتمكن اللوبي اليهودي من الاستحواذ على وسائل إعلام أمريكية وعالمية يمارس عن طريقها دعايته

---

[1] - إمام شكري إبراهيم القطان ، مرجع سابق، ص 134 .

[2] - سمير خطاب ، مرجع سابق ، ص 51 .

[3] - سمير خطاب ، مرجع سابق ، ص 56 .

* جماعات الضغط هي منظمات تضم مجموعة من الناس لهم مصالح مشتركة ،تمارس نشاطا سياسيا أو نقابيا أو اجتماعيا ،بقصد التأثير والمباشر وغير المباشر في تصرفات الحكومة أو مواقفها ،أو في مواقف الهيئات التشريعية وعملها لصالح هدف معين ،وتتعدد أنواع الجماعات الضاغطة حسب مجالها ،فالجماعات السياسية الضاغطة يطلق عليها " اللوبي ".

للسياسات الإسرائيلية وكذا التشهير بكل من يعارضها ،وقد بلغ الأمر حد تكوين صورة نمطية عن الفرد العربي لدى المجتمع الأمريكي مفادها همجية ذلك الفرد وعداءه للتقدم والحضارة والعلم.

كما يمكن إسقاط ذلك على التغطية الإعلامية العالمية لحرب الخليج والتي بثت فيها معظم وسائل الإعلام الأمريكية العديد من الرسائل التي أظهرت الرئيس العراقي الراحل صدام حسين "كوحش يتحين الفرصة لغزو العالم " [1] .

المبحث الثالث : دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي

تعد وسائل الإعلام أحدى أهم مصادر التنشئة السياسية ،وذلك لأن الكم الكبير للمعلومات التي يحصل عليها الجمهور عن طبيعة عالم السياسة يأتي من خلال تلك الوسائل وهي تصلهم مباشرة من خلال تعرضهم الاختياري للوسائل الإعلامية التي تبثها ،لذا فإن تأثيرات الإعلام الثقافية تستطيع أن تكون مقياسا كافيا لخلق الروابط القومية للثقافات الفرعية ،وخاصة في المجتمعات القبلية ،وقد وجد أن التعرض لوسائل الإعلام يعد مصدرا للمواقف السياسية ،كما أن وسائل الإعلام تستطيع أن تلعب دورا مهما في التنشئة السياسية من خلال التدعيم للعقائد المكتسبة ، أو من خلال زيادة التركيز على قيمة معينة من القيم الإنسانية [2].

ولهذا السبب تهتم الدول بمختلف توجهاتها بالثقافة السياسية لشبابها ،وتحاول تشكيلها وتوجيهها ،من خلال توعية الناس بحقوقهم وواجباتها ، لان الرأي العام يبقى مؤثرا في تحريك القضايا السياسية وحتى في الأنظمة الدكتاتورية تسعى الدول إلى كسب الرأي العام السياسي الذي يفترض أنه بنى ثقة سياسية نابعة من وعي الجمهور ذلك لان الأفراد والجماعات والحكومات تعمل على الانسجام مع الرأي العام ،ويعمل الجميع على أن يتسق سلوك هم معه ،فالأفراد والجماعات يرغبون في أن يكونوا مثل الجميع ،ولا يفضلون أن يكونوا خارج الركب ،وتسعى الحكومات على أن تكون قراراتها منسجمة مع الرأي العام ذلك سيوفر لسياساتها النجاح ،لذا تسعى الحكومات جاهدة لتشكيل وعي سياسي متسق مع توجهاتها [3].

---

[1] – نعوم تشومسكي ،**السيطرة على الإعلام** ،ترجمة أميمة عبدا للطيف ،مكتبة الشروق الدولية ،القاهرة،ط1 ،2003 ،ص34 .

[2] - مجد الهاشمي ،**الإعلام الدبلوماسي** ،عمان ،دار أسامة ،2008 ، ص 76 .

[3] – صالح أبو اصبع ،**الدعاية والرأي العام**، دار البركة للنشر والتوزيع ، عمان ،2012 ، ص 87 .

فعندما تقوم وسائل الإعلام الجماهيري بتصوير مشاهد تعنى بحقوق الإنسان ،أو الطفل أو المرأة ،فإنها تسهم في رسم جملة من القيم والمعايير والقواعد التي تجبر الفرد على الالتزام بها والإقرار بوجودها وإلا تلفظه الجماعة ،والحقيقة أن هذه القيم بمجملها تمثل جزءا من الوعي السياسي لدى الجمهور [1].

لذا تعد وسائل الإعلام الجماهيرية من إذاعة وتلفزيون وصحافة مكتوبة أفضل الوسائل التي يتعين إتباعها لتوعية الرأي العام توعية شاملة ،وتشكيل وعيهم السياسي من خلال مفهوم الديمقراطية وحقوق الإنسان ذلك لان وسائل الإعلام تمتاز بخصائص عدة أهمها التغطية لمس احات واسعة من البلاد ،كما تمتلك وسائل الإعلام العديد من الأساليب الفنية التي تمكنها من تقديم الرسالة الإعلامية بقوالب مشوقة تزيد من الإقناع للمواضيع المطروحة ،سوءا كانت سياسية أو تثقيفية أو غيرها من المواضيع [2].

لذا سعت الحكومات إلى أن تبقى الصحافة تحت سيطر تها ولا تسمح لها مجددا من الانطلاق والاستقلالية متناسية أن حرية الإعلام أساس التقدم لأي دولة في هذا العصر.

لذا تلعب وسائل الإعلام في العصر الحديث دورا مهما في البناء ،وكمصدر أساسي للوعي السياسي وفي تغيير اتجاهات الرأي العام من وسائل الإعلام المقروءة كالصحف والمجلات والصور والرسوم . وكذلك المسموعة والمرئية ،أما الاتصال بنوعيه الشخصي والجماهيري فإنه يلعب دورا مهما في تكوين الرأي العام الإيجابي الهادف والبناء والغير إيجابي المظلل والهدام ،وهنا يتبين أن وسائل الإعلام الموجه تؤثر في التوجهات السياسية ، وفي بناء المعلومات اليومية للأحداث السياسية المنقولة عن المؤسسات الرسمية للدولة إلى المواطن ،ومدى تواصلها ونشاطها المساير لأداء الدولة ومؤسساتها ،وهذا يؤثر في انغماس الفرد بوعي وتفاعله مع العملية السياسية ونتيجة للتقدم التقني في وسائل الإعلام والاتصال أصبحت تلك الو سائل مهمة في تشكيل وتكوين التوجهات السياسية والدولة القومية بنظرتها السياسية الواحدة وفي نقل المجتمعات نحو الحداثة والاندماج السياسي ، وتشكيل الوعي السياسي لكل الفئات العمرية ف المجتمع والتأثير فيها وبناء التوافق السياسي وتنميته عندما لا كون موجودا ، ففي ا لسابق كانت وسائل الإعلام أدوات ناقلة غير موجهة أما في العصر الراهن فهي موجهة ومؤثرة في خلق التوافق الاجتماعي والسياسي ونقله ، فقد أصبح من الواضح أن الإعلام والاتصال الجماهيري هو عملية اجتماعية بين شخص

[1] – بلقاسم بن روان ،**وسائل الإعلام والمجتمع** ، دار الخلدونية ، الجزائر ،2007 ، ص 147 .

[2] – عاطف العبد ،**الاتصال والرأي العام الأسس النظرية والإسهامات العربية** ، دار الفكر العربي ، القاهرة ،2006 ،ص 170 .

اجتماعي يتفاعل مع الآخرين ويشارك في نشاطات اجتماعية تعا ونية ونقل رسائل سياسية وإثراء الوعي السياسي [1].

المبحث الرابع : أهمية الوعي السياسي

تتجسد أهمية الوعي السياسي بشكل واضح من خلال مستوى وحجم المناعة والمواجهة لمختلف حالات الغزو الثقافي والفكري والسياسي ،هذه المناعة لا تعني بالمرة انغلاق وانطواء هذه الشعوب على نفسها وعدم تواصلها الحضاري من مختلف الوجوه مع الخارج إذ أن المناعة تكون دوما في وجه الحالات الشاذة والسلبية التي تسعى للنيل من مسيرة الشعوب ،حيث أن الوعي السياسي للشعوب ستمد أهم مقوماته من الفضاء الثقافي بمختلف أطيافه وكلما زادت ثقافة الشعوب زاد وعيها السياسي .

أما الحالة العكسية في غياب الوعي السياسي تتمثل في الآثار السلبية وتكون هي السائدة وتأثيرها على بناء المجتمع سياسيا واقتصاديا واجتماعيا حيث تنهار قيم الحياة وتفقد توازنها وبريقها في فضاء المجتمع وينطفئ جمر العقل البشري .

أن لقوة الوعي السياسي بالنسبة لأفراد المجتمع أهمية بالغة بالنسبة للدولة ، وبالمقابل فإن أجهزة الدولة السيا سية في سلمها الإداري قوة وعيها السياسي له علاقة تبادلية في بناء المجتمع وترسيخ حقوقه وأنظمته الاجتماعية [2] .

وسنتناول هذه العلاقة التبادلية للوعي السياسي في أهميته بين المجتمع وأجهزة الدولة في ما يلي .

المطلب الأول : أهمية الوعي السياسي للمجتمع اتجاه الدولة

إن قوة الوعي السياسي للمجتمع هي قوة لسياسة الدولة واستقرارها السياسي وقوة لبنائها الاقتصادي والثقافي والاجتماعي وبالتالي توحد أفراد المجتمع مع مؤسسات الدولة في تحقيق الأهداف ،وتلافي المشاكل الاجتماعية وعدم هدر الأموال في الإصلاح والبناء الاجتما عي ،والإقلال من الخسائر المادية والتكاليف المتنوعة

[1] - دوريس ايه جربير ،**سلطة وسائل الإعلام** ،ترجمة اسعد ابو ليده ، دار البشير ، عمان ،2000 ص 277 .

[2] - المرجع نفسه ،ص 285 .

التي تخصصها الدولة لمعالجة المشاكل الاجتماعية مما يرفع نسبة النفقات العامة من جانب يبطئ مسيرة التقدم والتطور في البناء ،ففي الوعي السياسي لبناء المجتمع يتم تجنب كل المظاهر الهدامة ويتم التقرب من المظاهر ال بناءة فيتم تخصيص النفقات العامة لنفقات حقيقية إنتاجية .

كما أن المجتمع يزود الدولة بالكادر البشري الذي تحتاجه أجهزتها الإدارية والمهنية والوظيفية ،فإذا كان المجتمع واعيا ومتعلما ومتدربا على أصناف الفنون والمهارات والكفاءات العلمية والتكنولوجية فإنه سيتمكن من تجهيز الدولة بالكوادر الوطنية والمؤولة والملتزمة اتجاه وطنها ،فالوعي السياسي هو أساس التوجه والبناء والانتماء ،فالدولة لا تبنى بدون وعي سياسي ولا فائدة للمؤهلات والكفاءات بدون وعي سياسي موجه على أساس البناء الوطني والتضحية من أجل المصلحة العامة ،فما الف ائدة من المؤهلات بدون وعي وانتماء ووعي سياسي اتجاه الدولة والمجتمع .

ولهذا من مصلحة الدولة نفسها أن تعمل و تناضل من أجل تطوير إمكانات الجمهور ورفع نوعيته وقدرته على العمل والإنتاج ،وذلك من خلال بناء وعيه السياسي على أساس المواطنة الصالحة والتضحية وتحمل ا لم سؤوليات ،فكلما اهتمت الدولة ببناء الوعي السياسي فإنها ستنتج قيادات المستقبل الإدارية التي سوف تدير أجهزة ومؤسسات الدولة التنفيذية وفي نفس الوقت ستقود المجتمع لخدمة الدولة .

فمن مصلحة الدولة نفسها أن تعمل من أجل بناء وع ـي سياسي مجتمع ـي نموذج.ي لتطوير إمكانات المجتم ع ،ويكون من خلال الاهتمام بالمؤسسات الثقافية والتربوية والتكوينية ،والمؤسسات العائلية والاقتصادية والصحية[1] .

إن الوعي السياسي عندما يمتلكه المجتمع فإنه سوف ينجز المجتمع به واجباته الكبرى التي تحافظ على النظام الاجتماعي وتمكن الدولة من القيام بنشاطاتها ووظائفها ،ومن أهم واجبات المجتمع هي [2]:

1) – العمل على تحقيق طموحاته وأغراضه من خلال القضاء على الصراعات الداخلية التي قد تنشأ بين أفراد وجماعاته وتحقيق الوحدة السيكولوج ية والاجتماعية بينهم ،وأن واجب كهذا يمكن المجتمع من السير قدما نحو تنفيذ واجباته ووظائفه ،وبالتالي الوصول إلى أهدافه القريبة والبعيدة الأمد .

[1]- الموقع الالكتروني : www.mohamedberween.com تاريخ الدخول للموقع :2018/04/25 على الساعة 20:30

[2] - إحسان محمد الحسن ،مرجع سابق ،ص 152 .

2) – على المجتمع أن يحمي نفيه من الأخطار والتهديدات التي تهدد كيانه ووجوده فعليه الحذر من الأعمال المقصودة التي يقوم به ا عدد من أفراده ،والتي قد تستهدف نظامه اللغوي مثلا أو حالته الاجتماعية والحضارية أو توازنه العضوي أو تقدمه في الأصعدة المادية والعلمية .

3) – ضرورة اعتقدا النظام الاجتماعي بإيديولوجية وعقيدة واحدة ترشده إلى العمل المنظم و الموحد والجدي الذي يسهم في تطوير المج تمع وتحقيق أهدافه الكبرى ،بينما إذا كان النظام الاجتماعي بوعي متفرق وتفاوت فإنه يعتقد بآراء أيديولوجيات وأفكار كثيرة ومتناقضة وسيصطدم أفراده الواحد مع الآخر ما ينتج عنه تصدع في كيان المجتمع وتبعثر وحدته الوطنية .

4) – ضرورة قيام المجتمع بتحفيز أفراده على الع مل المثمر الذي ينتج من تقدم المجتمع في مختلف الميادين الحياتية والتحفيز هذا يأخذ عدة أشكال كتشجيع المواطنين على الإسهام والمشاركة في الأعمال المنتجة والخلاقة وتقدم الحوافز والمكافآت للمبدعين والبارزين في العمل الجيد ،وقيام المجتمع بتسهيل عملية الاتصال والتفاعل الاجتماعي والوظيفي بين الأدوار القيادية والوظيفية والأدوار الروتينية التي تقع في قاعدة الهرم الوظيفي .

المطلب الثاني : أهمية الوعي السياسي للدولة اتجاه للمجتمع

بعد تعقد المجتمع البشري نتيجة لتضخم السكان وتوسع المدن وانتشار معالم التصنيع والتحضر وشيوع الثقافة والتربية والتعليم بين فئات وعناصر المجتمع المختلفة وارتفاع المستويات الاقتصادية والاجتماعية للأفراد والجماعات وأصبح الوعي السياسي لأجهزة الدولة دورا مهم ا في تلاحم حجم الانتماء الوطني والشعور بالإنجاز والمواطنة الصالحة في تقديم الخدمات والإنتاج ووظائفها لبناء المجتمع من أجل المحافظة على الأمن والنظام الداخلي و وظيفة الدفاع الخارجي [1].

فالوعي السياسي لأجهزة الدولة الأمنية والدفاعية ضرورة في تحمل المسؤولية ب الالتزام الواعي والإخلاص الوطني في الواجب المكلف به ،والوعي السياسي يقرب الأهداف غير المنظورة والمنظورة المطلوب التخطيط لها سواء تخطيطا اقتصاديا أو اجتماعيا أو عمرانيا لغرض تنميته وتطويره نحو الأحسن من قبل مؤسسات

[1]- الموقع الالكتروني : www.al-madina.com/ تاريخ الدخول للموقع :2018/04/25 على الساعة 22:00

الدولة التشريعية والتنفيذية ،وفي حماية أفرا د المجتمع من الاحتكار والاستغلال وتحقيق الفوائد غير المشروعة من قبل مؤسسات القطاع الخاص .

ونلاحظ أنه بالوعي السياسي أصبحت واجبات التزامات الدولة الاشتراكية إزاء شعبها، وذلك من خلال قيام الدولة بالتدخل في شؤون المجتمع ومساهمتها في تلبية حاجات وطموحات الأفراد حيث أن مؤسساتها الاشتراكية الإنتاجية و الخدمية تنجز جميع الأعمال والخدمات التي يحتاجها أبناء المجتمع .

فالوعي السياسي في جميع مؤسسات الدولة أكثر قربا للمجتمع وإحساسا بمطالبه الاجتماعية والاقتصادية في النظم الاشتراكية ومنفذا لمطالبه ، والوعي السياسي مهم لل دولة حين يلعب القطاع الخاص الدور الأساسي في المجتمعات الرأسمالية من ناحية تلبية متطلبات شعوبها وتأمين حاجاتها وطموحاتها ،والوعي السياسي في النظام الرأسمالي لا يقرب الدولة من المجتمع في تلبية حاجاتها وإنما سبل تحقيق الأرباح هو الرابط بين المجتمع والدولة ،لذ لك نلاحظ عدم انتظام الوعي السياسي باتجاه واحد وهدف واحد وهو ضعيف في خلق الانتماء الوطني والدافع الإنساني في خلق التكاتف والتكافل الاجتماعي والرابط الاجتماعي وإنماء الشخصية الذاتية ،والدافع الإنساني هو الذي يلعب دور الوعي السياسي .

وفي سياق الأهمية الشاملة للوعي السياسي في مؤسسات الدولة اتجاه المجتمع استتباب الأمن والنظام بوتيرة وعي سياسي موحد لأجهزة الدولة للعمل على نظام ومنهجية موحدة في تأمين راحة وسلامة المواطنين [1].

وبجانب وظائف الأمن الداخلي والدفاع الخارجي تتحمل الدولة مسؤولية وظائف كثيرة ومتطورة إزاء المواطنين كالوظائف الاقتصادية والثقافة والصحة ومسؤولية التخطيط من أجل تنمية المجتمع وتطويره في مختلف الحقول والميادين الحياتية .

[1] - إحسان محمد الحسن ، مرجع سابق ، ص168 .

الفصل الثالث :

الجانب التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث : الجانب التطبيقي للدراسة

المبحث الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة

المطلب الأول : نوع الدراسة ومنهجها

1. نوع الدراسة :

تندرج الدراسة في إطار الدراسات الوصفية التي تعنى بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بالظاهرة الإعلامية في ظل تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال[1]،وظهور ما يعرف بالوسائط الاجتماعية الجديدة لمعرفة أهم خصائصها والسمات المميزة لها والتي من نشأتها التأثير على تواصل الجماهير معها، وكسب ثقتها وهي العوامل المساهمة في تشكيل ما يعرف بالوعي السياسي لدى فئة هامة من المجتمع وهم الطلبة الجامعيون من خلال مشاهدة البرنامج السياسي الساخر – فوق السلطة – على قناة الجزيرة .

2. منهج الدراسة :

- **مفهوم المنهج:**

لغة:

في اللغة يعني الطريق المناهج جمع منهج ، والمنهج الواضح ،ونهج الطريق ،بمعنى أبانه وأوضحه ،أما ونهجه بمعنى سلكه بوضوح واستبانه .

المنهج اصطلاحا:

مجموعة الإجراءات الذهنية التي يجعلها الباحث مقدمة لعملية المعرفة التي سيقبل عليها، من أجل التوصل إلى حقيقة المادة فالمنهج عملية فكرية منظمة، أو أسلوب أو طريق منظم دقيق وهادف يسلكه الباحث المتميز بالموهبة والمعرفة والقدرة على الإبداع، مستهدفا إيجاد حلول لمشاكل أو ظاهرة بحثية معينة[2] .

إن المتتبع لتطور العلوم يستطيع أن يلمس الأهمية التي احتلها المنهج الوصفي في هذا التطور ويرجع ذلك إلى ملائمته لدراسة الظواهر الاجتماعية، لأن هذا المنهج يصف الظواهر وصفا موضوعيا من خلال البيانات التي يتحصل عليها باستخدام أدوات وتقنيات البحث العلمي .وقد ارتبطت نشأة هذا المنهج بالمسوح الاجتماعية وبالدراسات المبكرة في فرنسا وانجلترا ، وكذا بالدراسات الأنثروبولوجيا في الولايات المتحدة ويقوم المنهج الوصفي

1 – محمد طه بدوي، **المنهج في علم السياسية**،الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2000 ، ص115 .

2 – محمد علي محمد، **علم الاجتماع والمنهج العلمي** ،الإسكندرية دار الدعارف الجامعية، 1986 ، ص 181 .

على جمع الحقائق والمعلومات ومقارنتها و تحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات مقبولة.

و هو دراسة و تحليل وتفسير الظاهرة من خلال تحديد خصائصها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينها بهدف الوصول إلى وصف علمي متكامل لذلك فهو يشتمل على عدد من المناهج الفرعية والأساليب المساعدة، كأن يعتمد مثلا على دراسة الحالة أو الدراسات الميدانية أو التاريخية أو المسوح الاجتماعية[1].

فمن هذا المنطلق ارتأينا على أن نقوم بدراسة مسحية وصفية لعينة من الطلبة الجامعيين لمعرفة مدى مساهمة البرنامج الساخر فوق السلطة في تشكيل الوعي السياسي للطالب الجامعي .

المطلب الثاني :مجتمع الدراسة وعينته

الفرع الأول :مجتمع الدراسة

تعتبر النخبة في المجتمع العقل المدبر والعين الثاقبة في فهم الأحداث والقضايا ذات البعد المشترك للرأي العام ، و بناءا على هذا يعتبر الطلبة الجامعيون فئة مهمة من مجتمع النخبة وهذا يرجع إلى تكوينهم الأكاديمي ،وعلى هذا الأساس تسعى دراستنا والتي تهدف إلى معرفة مدى مساهمة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي للطالب الجامعي من خلال متابعتهم للبرنامج التلفزيوني الساخر – فوق السلطة – على قناة الجزيرة ،ارتأينا أن يكون مجتمع دراستنا طلبة الجامعة ، وبالتحديد طلبة كليّة العلوم الإنسانيّة و الإسلاميّة و الحضارة بجامعة عمار ثليجي بالأغواط .

الفرع الثاني: العينة

العينة كلمة مشتقة من الفعل عين ،الذي يفيد في اللغة العربية معنى خيار الشيء [2]،وبذلك فالعينة ما تم خياره من هذا الشيء. وفي البحث العلمي فإن العينة تعني الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة لتمثل تمثيلا علميا سليما [3]، أما عينة الدراسة فقد ارتأينا مع الأستاذ المؤطر على أن دراستنا تتماشى وفق العينة المتاحة ، و هي العيّنة التي يلجأ فيها الباحث إلى اختيار المفردات المتوفّرة لديه و التي في الغالب لا تمثّل مجتمع الدّراسة و يصعب تعميم نتائجها [4].

1- عبد الكريم عبد الغريب، **البحث العلمي التصميم المنهج والإجراءات** ،الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث،1986 ،ص 11 .

2 – الفيروز أبادي، **القاموس المحيط**،ج 4؛ بيروت ،دار القلم للملايٌن ،ص6 .

3 – عطاء الله طريف، **دور التلفزيون في تشكيل معارف رياضية نحو الممارسة الرياضية**، رسالة ماجيستر(منشورة)، جامعة الجزائر، 2011 ، ص 233 .

4 – مصطفى عليان ربحي ، **البحث العلمي: أسسه، مناهجه و أساليب إجراءاته**، بيت الأفكار الدّوليّة، عمّان، دون سنة، ص 172 .

فهذه الطريقة توفر على الباحث كثيرا من الوقت والجهد الذي يبذله في اختيار العينة إلا أنها تستلزم معرفة المعالم الإحصائية للمجتمع الأصلية وبالنسبة للوح دات التي يرغب الباحث في اختيارها ، وأفراد العينة المأخوذة من متابعي البرنامج قوامها 100 مفردة ،وتشمل طلبة كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة .

المطلب الثالث :أدوات جمع البيانات

- **الاستبيان:**

يعرف باحث الإعلام "محمد عبد الحميد "الاستبيان بقولها هو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات [1].

والعصر الحالي ،عصر المعلومات والحاسب الآلي شُرع في استخدام الاستبانة الإلكترونية أو التحري الافتراضي ، والذي يعتمد على شبكة الانترنت عن طريق الويب أو عن طريق البريد الالكتروني أو كليهما معا ويتكون من ثلاث خطوات أساسية :

- تكوين الاستمارة
- إدارة الإستمارة
- الفرز والتحليل

يعد عرض الويب الأفضل كونه يقدم تسهيلات أفضل للانتقاء أثناء الإجابة فضلا عن إمكانية إدراج رسومات وأشكال بيانية ، وحتى مقاطع صوتية ، مما يضفى حيوية على الاستمارة ، ويُمكّن الويب أيضا المراقبة التلقائية لعملية الإدخال [2].

وقد قمنا بتصميم أولي للاستبيان وعرض على الأستاذ المشرف "حسين مساعدي" * لتصحيحه وتحليله ، وتم تحكيم الاستبيان أيضا من طرف الأستاذ "خير الدين حجار " * والأستاذ "حسين بن سليم" * وتم بعدها تصميم صحيفة الاستبيان إلكترونيا ونشره في موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" في صفحة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، ومجموعة طلبة العلوم الشريعة بجامعة عمار ثليجي بالأغواط ،وكذلك مجموعة طلبة قسم التاريخ بجامعة عمار ثليجي بالأغواط، ومجموعة طلبة الإعلام والاتصال ونادي رواد الإعلام بجامعة عمار

1 – محمد عبد الحميد، **دراسات الجمهور في بحوث الإعلام**، ط 1 ، عالم الكتب ،القاهرة،1993 ، ص 18 .

2 – إبراهيم بختي ،**الدليل المنهجي لإعداد البحوث العلمية** ،ط 4 ، جامعة قاصدي مرباح ،ورقلة ،2015 ،ص 89 .

ثليجي بالأغواط ، بحيث نشر الإستبيان لمدة ستة أيام أي لغاية اكتمال عدد مفردات العينة والمتمثلة في 100مفردة .

واحتوت صحيفة الاستبيان على 22 سؤال مقسمة على أربعة محاور

المحور الأول :بعنوان البيانات الشخصية ويتكون من 4 أسئلة من السؤال 1إلى 27 4 "انظر الملحق"

المحور الثاني :عادات وأنماط مشاهدة برنامج "فوق السلطة " لقناة الجزيرة الفضائية ويتكون من 8 أسئلة من السؤال 5إلى 12 "انظر الملحق ".

المحور الثالث :دوافع مشاهدة الطالب الجامعي للبرنامج التلفزيوني الساخر – فوق السلطة – ويتكون من 4 أسئلة من السؤال 13 إلى 16 "انظر الملحق " .

المحور الرابع :دور البرنامج الساخر – فوق السلطة – في تشكيل الوعي السياسي للطالب الجامعي يحتوي هذا المحور على 6 أسئلة من السؤال 17 إلى 22 "انظر الملحق " .

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الاستبيان

- **تحليل ومناقشة المحور الأول الخاص بالبيانات الشخصية**

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النّسبة%
ذكر	74	%74
أنثى	26	%26
المجموع	100	%100

تحليل ومناقشة :

تبيّن نتائج متغيّر الجنس في صحيفة الاستبيان في الجدول (1) أنّ 74 % من العيّنة هم ذكور و 26 % إناث أي أنّ حوالي ثلاثة أرباع مفردات العيّنة من متابعي برنامج "فوق السّلطة" هم طلبة ذكور و هذا يدلّ على أنّهم (أيّ الطلبة الذّكور) الأكثر تعرّضا للبرنامج بحكم اهتمامهم بالشؤون السّياسيّة بشكل عام في حين أنّ ربع العيّنة من الإناث و هو معطى رقميّ يحمل كثيرا من الدّلالات عن ضعف تعرّض الإناث من مفردات العيّنة للبرامج السّياسيّة.

الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمريّة

الفئة العمريّة	التكرار	النّسبة%
23 – 18	44	%44
29 – 24	38	%38
30 – فما فوق	18	%18
المجموع	100	%100

تحليل ومناقشة :

تبيّن نتائج متغير السّن في الاستبيان في الجدول (2) أنّ الفئة العمرية التي تتراوح أعمار الطلبة فيها ما بين 18 سنة إلى 23 سنة هي الفئة الأولى بنسبة 44بالمائة ،ثم تليها الفئة العمرية من 24 سنة إلى 29 سنة بنسبة 38 بالمائة، بينما أقلّ نسبة هي الفئة التي تفوق أعمارهم 30 سنة بنسبة 18 بالمائة ، وهذا ما يمكن تفسيره بأن غالبية الطلبة في الجامعة هم من المتحصلين على شهادة الباكالوريا النظامية، بين ما الفئة التي تفوق أعمارهم 30 سنة فغالبيتهم ممّن تحصلوا على البكالوريا أحرار وكذلك الطلبة من تحصلوا على شهادة الليسانس كلاسيك ومسجلين في أقسام الماستر أو الدراسات العليا .

الجدول رقم (03): يوضّح توزيع أفراد العينة على حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النّسبة%
الليسانس	43	%43
ماستر	52	%52
دكتوراه	5	%5
المجموع	100	%100

تحليل ومناقشة :

يبرز الجدول (03) أن طلبة الماستر هم أعلى نسبة من أفراد العينة بنسبة 52 بالمائة ، ثم يليهم طلبة الليسانس بنسبة 43 بالمائة ، في حين أقل نسبة هم طلبة الدكتوراه بنسبة 05بالمائة ، وعليه نرى أن طلبة الماستر هم أكثر اهتماما بالبرامج ذات البعد السياسي من طلبة الليسانس ، في حين قلة نسبة طلبة الدكتوراه يرجع بالدرجة الأولى الى قلة مشاريع الدكتوراه على مستوى كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة لذا نلاحظ الفرق الشاسع مع نسب المستويات التعليمية الأخرى .

الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة التخصص الجامعي

التخصص الجامعي	التكرار	النّسبة%
جذع مشترك	5	%5
إعلام واتصال	59	%59
تاريخ	21	%21
علوم شرعية	15	%15
المجموع	100	%100

تحليل ومناقشة :

يظهر من خلال الجدول (4) أن طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال هم النسبة الغالبة بـ 59 بالمائة مقارنة بالتخصّصات الأخرى على مستوى كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة و قد أسفر الاستبيان عن وجود 21بالمائة من مفردات العيّنة من طلبة التاريخ و 15 بالمائة من طلبة العلوم الشرعية في جين بلغت نسبة كلبة الجذع المشترك 5بالمائة فقط، ما يدلّ على أنّ طلبة تخصص الإعلام والاتصال هم الأكثر اهتمام ا بالبرامج التلفزيونية الساخرة ، وهذا راجع بالدّرجة الأولى إلى طبيعة تخصّصهم الذي يفرض عليهم الإلمام بكل المواضيع ذات الصلة بالتخصّص، عكس طلبة التخصصات الأخرى الذين قد يشاهدون البرنامج بداعي الفضول أو الإعجاب.

المحور الثاني: عادات وأنماط مشاهدة برنامج "فوق السلطة " لقناة الجزيرة الفضائية

الجدول رقم (05): يظهر مدى متابعة أفراد العينة للبرنامج

مدى متابعة البرنامج	التكرار	النّسبة%
دائما	10	%10
أحيانا	59	%59
نادرا	31	%31
المجموع	100	%100

تحليل ومناقشة :

يبيّن الجدول (5)، الذي يدخل في سياق تركيز هذا المحور على أنماط المشاهدة، أنّ أغلبيّة مفردات العيّنة لا تشاهد برنامج "فوق السّلطة" بصورة متواصلة و منتظمة فنسبة الطلبة الذين يشاهدون البرنامج " أحيانا" بلغت 59 بالمائة في حين أنّ الذين يشاهدون البرنامج "نادرا" وصلت نسبتهم الى 31 بالمائة أمّا المداومين على مشاهدة البرنامج بلغت نسبتهم 10 بالمائة فقط الأمر الذي يدلّ على أنّ أغلبيّة الطلبة ليسوا من المتابعين الأوفياء و لا يتعرّضون للبرنامج لساعات طويلة.

الجدول رقم(06): يوضح تفضيلات أفراد العينة عند مشاهدة برنامج –فوق السلطة –

طريقة المشاهدة	التكرار	النّسبة%
بمفردك	84	%84
مع العائلة	07	%07
مع الأصدقاء	9	%9
المجموع	100	%100

تحليل ومناقشة :

يُظهر الجدول رقم (6) أنّ الأغلبيّة السّاحقة للطلبة المستجوبين يفضّلون مشاهدة البرنامج بمفردهم بنسبة 84 بالمائة و 09 بالمائة يشاهدون البرنامج مع أصدقائهم و 07 بالمائة مع أفراد عائلتهم و هذا راجع الى الطّابع السّياسيّ للبرنامج الذي يخاطب القناعات و المواقف السّياسيّة الشخصيّة و ليس برنامجا عائليا ترفيهيا و لم يشفع له في ذلك كونه برنامجا ساخرا.

الجدول رقم (07): يوضح الوسائل التي يتابع من خلالها أفراد العينة البرنامج

وسيلة المشاهدة	التكرار	النّسبة%
التلفاز	19	%15.3
الحاسوب	24	%19.3
الهاتف الذكي	81	%65.3
المجموعات	124	%100

تحليل ومناقشة :

يبيّن الجدول (7) أنّ أغلب مفردات العيّنة تشاهد برنامج فوق السّلطة باستعمال الهاتف الذّكيّ بنسبة عالية وصلت في الاستبيان إلى 81 بالمائة ثمّ الحاسوب بنسبة 24 بالمائة و التلفاز بنسبة 19 بالمائة و هذه الأرقام تدلّ على أنّ أغلب الطلبة ضمن مفردات العيّنة يستهلكون المواد الإعلاميّة بالوسائط التكنولوجيّة المتطوّرة و أبرزها الهاتف الذّكيّ الذي يحتوي على تطبيقات تتيح مشاهدة البرامج التلفزيونيّة في أيّ وقت و في أيّ مكان سواء في البثّ المباشر أو مسجّلة كما انّ هذا السّلوك انعكاس طبيعيّ للانتشار الواسع لسوق الهواتف الذكيّة في الجزائر خلال السنوات الماضية و بالمقابل نسجّل تراجعا في الّنمط التقليدي لاستهلاك المادّة الإعلامية الذي كان يعتمد على التلفاز.

الجدول رقم (08): يوضح حجم مشاهدة أفراد العينة للبرنامج

حجم المشاهدة	التكرار	النسبة%
من البداية إلى النهاية	7	%7
مقتطفات فقط	63	%63
حسب الوقت المتوفر	30	%30
المجموع	100	%100

تحليل ومناقشة :

يوضّح الجدول (8) أنّ أغلبيةّ من الطّلبة الذين أجابوا على الاستبيان تشاهد "مقتطفات فقط" من برنامج فوق السّلطة بنسبة 63 بالمائة في حين يشاهد 30 بالمائة منهم البرنامج حسب" الوقت المتوفّر" فيما يشاهد 07 بالمائة منهم البرنامج من البداية إلى النّهاية و هذه الأرقام تدلّ على أنّ حجم التعرّض للبرنامج ضعيف جدّا و هي وتتوافق مع أرقام الجدول (5) عن مدى المتابعة و حجم المشاهدة و التي دلّت على نسبة ضعيفة لمتابعة البرنامج بصورة دائمة كما أنّ نمط مشاهدة البرامج التلفزيونيّة بالمقتطفات منسجم مع نمط المشاهدة عبر الهواتف الذّ كيّة التي تتيح المشاهدة عبر تطبيق "اليوتيوب" الذي يعجّ بالمقاطع و المقتطفات لعديد المواد الإعلاميّة و البرامج التلفزيونيّة.

الجدول رقم (09): يوضح تفاعل أفراد العينة مع البرنامج من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

التفاعل مع البرنامج من خلال شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النّسبة %
نعم	63	%63
لا	37	%37
المجموع	100	%100

تحليل ومناقشة :

يبيّن الجدول (9) أنّ 63 بالمائة من مفردات العيّنة يتفاعلون مع ما تقدّمه حلقات البرنامج في شبكات التواصل الاجتماعي بالتعليق و المشاركة و الإعجاب في حين عبّر 37 بالمائة عن عدم تفاعلهم مع البرنامج في هذه الشّبكات و ينسجم هذا المعطى الرّقميّ مع ما سبق من مؤشرات عن استعمال أغلبية الطلبة المستجوبين للهاتف الذّكيّ لمشاهدة البرنامج إذ يقترن الهاتف الذّكيّ لا محالة بشبكات التّواصل الاجتماعي .

الجدول رقم (10) : يبيّن مدى تفاعل أفراد العيّنة مع البرنامج من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

مدى التفاعل مع البرنامج من خلال شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النّسبة %
دائما	05	%7.93
أحيانا	39	%61.90
نادرا	19	%30.15
المجموع	63	%100

تحليل ومناقشة :

يوضّح الجدول (10) أنّ أغلب من يتفاعلون مع برنامج "فوق السّلطة" في شبكات التّواصل الاجتماعي يفعلون ذلك "أحيانا" بنسبة 61.90 بالمائة من مجموع المتفاعلين مع البرنامج في "السوشال ميديا" في حين أنّ 19 بالمائة يتفاعلون في هذه الشبكات "نادرا" بخصوص ما يتعلّق بهذا البرنامج، أمّا الّذين يتفاعلون بصفة "دائمة" فبلغت نسبتهم 07.93 بالمائة فقط وهذا يدلّ على أنّ المواد التي يعرضها البرنامج لا ترقى الى المستوى الذي يجعلها محطّ اهتمام دائم و تفاعل مستمرّ في أوساط الطّلبة الذين يشاهدون البرنامج .

الجدول رقم (11) : يوضّح مناقشة أفراد العيّنة تفاصيل البرنامج مع المحيط

مناقشة البرنامج مع المحيط	التكرار	النّسبة %
نعم	51	%51
لا	49	%49
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة :

تُبرز نتائج الجدول (11) أنّ نسبة 51 بالمائة من مفردات العيّنة من الطّلبة المستجوبين يناقشون تفاصيل المواد التي يعرضها برنامج "فوق السّلطة" مع محيطهم المباشر او غير المباشر، في حين أنّ 49 بالمائة لا يناقشون تفاصيل البرنامج، و هذا يعني أنّ هناك توازنا بين الفئتين و جنوحا إلى مناقشة مضمون البرنامج في المحيط الواقعيّ أكثر من المحيط الافتراضيّ.

وهو استنتاج للجدول رقم (6) الذي يفضل فيه 84 % من المبحوثين مشاهدة البرنامج بمفردهم وهذا ما يؤدي إلى ضعف نسبة مناقشة البرنامج مع المحيط الخارجي

الجدول رقم (12) : يوضح طبيعة المحيط الاجتماعي

طبيعة المحيط الاجتماعي	التكرار	النّسبة %
مع الأسرة	06	%09
مع الأصدقاء	43	%65.15
مع عامة الناس	17	%25.75
المجموع	66	%100

تحليل و مناقشة :

يبيّن الجدول (12) أنّ الطلبة اللذين يناقشون تفاصيل البرنامج السّاخر يفعلون ذلك "مع أصدقائهم" بالدّرجة الأولى بنسبة 65.15 بالمائة في حين أنّ 17 بالمائة تفضّل مناقشة القضايا التي يطرحها البرنامج مع "عامّة النّاس" ثم يلي ذلك "المحيط الأسري" بنسبة ضعيفة تصل 06 بالمائة فقط و هذا يؤكّد تفضيل أغلبية من أجاب بنعم على سؤال الجدول (11) الابتعاد عن الحديث في السّياسة مع أفراد الأسرة حتى و لو كان البرنامج ذا صبغة ساخرة و يمتاز برشاقة الأسلوب و خفّة روح مقدّم البرنامج.

المحور الثالث: دوافع مشاهدة الطالب الجامعي للبرنامج التلفزيوني الساخر – فوق السلطة –

الجدول رقم (13) : يوضح طبيعة محتوى البرنامج و علاقته بالواقع

طبيعة محتوى البرنامج وعلاقته بالواقع	التكرار	النّسبة %
مجرد سخرية لا علاقة لها بالواقع	10	%10
يعكس حقيقة ما يحدث في الواقع	79	%79
لا أعلم	11	%11
المجموع	100	100

تحليل و مناقشة :

تُظهر نتائج الجدول (13)، الذي استهلّ به الباحثان المحور الخاص بدوافع مشاهدة البرنامج، أنّ 79 بالمائة من مفردات العيّنة ترى أنّ البرنامج يعكس حقيقة ما يحدث في الواقع حتى و إن كان يطرح القضايا و الأحداث السّياسيّة بقالب تهكّمي ساخر في حين بقية مفردات العيّنة تراوحت إجاباتها ما بين لم يحدّد موقفه إزاء واقعيّة البرنامج معبّرا عن ذلك بعبارة " لا أعلم" بنسبة 11 بالمائة و من يرى أنّ البرنامج مجرّد سخرية لا علاقة لها بالواقع بنسبة 10 بالمائة و هذا يدلّ على أنّ الأغلبيّة تميل إلى مشاهدة برنامج "فوق السّلطة" لمعالجته لأحداث و قضايا سياسيّة واقعيّة رغم لجوء البرنامج لبعض أساليب الكوميديا السّوداء التي أبقت على المسحة الجدّيّة للبرنامج .

الجدول رقم (14) : يوضح عناصر الإعجاب بالبرنامج

عناصر الإعجاب بالبرنامج	التكرار	النّسبة %
المواضيع المطروحة	41	%24.40
قالب السخرية	59	%35.11
مقدم البرنامج	67	%39.88
مجرد فضول للإطلاع على البرنامج	1	%1.68
المجموع	168	%100

تحليل و مناقشة :

تبيّن نتائج الجدول (14) نوعا من التّوازن في إجابة أفراد العيّنة على السّؤال المتعلّق بعناصر الإعجاب بالبرنامج، فجاذبيّة مقدّم البرنامج "نزيه الأحدب" و رشاقة أسلوبه في التقديم كانت العنصر الأبرز بنسبة 39.88 بالمائة ما يوضّح ارتباط المشاهد بشخصيّة مقدّم البرنامج بدرجة أولى و أدائه الصّوتي و لغته الفصحى الرّاقية، في حين أنّ الإعجاب بقالب السّخرية بلغ 35.11 بالمائة من مجموع الإجابات و هذا تأكيد على أهميّة استعمال قالب التهكّم و السّخرية في استقطاب مزيد من مشاهدي البرامج السّياسيّة و اهتمام مفردات العيّنة بهذا النّوع من البرامج الجديدة التي تعتمد على النقد السّياسي بالسّخرية ة و الكوميديا السّوداء ، أمّا عنصر الإعجاب بالمواضيع المطروحة فحصد 24.40 بالمائة من إجمالي الإجابات و هو دليل على أنّ المشاهد ،من مفردات العيّنة، تهمّه أيضا المواضيع و القضايا و الأحداث التي يعرضها البرنامج و هو عنصر يحدّد مدى ارتباطه بمتابعة البرنامج و إضافة الى نتائج هذا الجدول تجدر هنا الإشارة إلى أنّ عددا من المستجوبين اختاروا أكثر من خيار واحد في الإجابة على السؤال الخاص بعناصر الإعجاب بالبرنامج في الوقت الذي بلغ عنصر الفضول و حبّ الاطلا ع نسبة 01.68 بالمائة فقط.

الجدول رقم (15) : يوضح الهدف من متابعة أفراد العينة البرنامج

الهدف من متابعة البرنامج	التكرار	النّسبة %
تفسير قضايا غير مفهومة	12	%10.52
إثراء الثقافة السياسية	72	%63.15
متنفس إزاء الأحداث السياسية	29	%25.43
مشاهدة فقط لا غير	1	%1.14
المجموع	114	%100

تحليل و مناقشة :

يبيّن الجدول (15) أنّ أغلبيّة مفردات العيّنة التي شملها الاستبيان تهدف من خلال مشاهدتها لبرنامج "فوق السّلطة" إلى إثراء ثقافتها السّياسيّة بنسبة بلغت 63.15 بالمائة من مجموع الإجابات المعبّر عنها في حين أنّ 25.43 بالمائة منها اعتبرت البرنامج متنفّسا للتّعبير إزاء الأحداث و القضايا السّياسيّة، أمّا المشاهدة بهدف تفسير قضايا غير مفهومة فحصدت 10.52 بالمائة من إجماليّ الإجابات في وقت كشفت نسبة 01.14 بالمائة من الإجابات أنّ هناك مفردة واحدة من العيّنة تشاهد ا لبرنامج من غير هدف محدّد و انّها تكتفي بالمشاهدة لا غير، و نشير هنا أيضا إلى أنّ هناك عددا من المستجوبين اختاروا أكثر من خيار للإجابة على السّؤال المتعلّق بأهداف مشاهدة البرنامج .

و تدلّ الأرقام السالفة الذّكر على أنّ أغلب من يشاهد البرنامج من الطّلبة الذين شملهم البحث يرغبون في إثراء معارفهم في مجال الثقافة السّياسيّة و الاطّلاع على الأحداث و القضايا السّياسيّة الكبرى و المؤسّسات و القيادات و الاتّجاهات العامّة لسياسات الدّول و كلّ هذا يدخل في سياق تشكيل و تنمية الوعي السّياسيّ، لكن هذا لا يجعلنا نغفل عن أنّ ربع الإجابات اعتبرت البرنامج متنفّسا فقط للتعبير عن ضيقهم من بعض القضايا السّياسية التي تهمّهم مع وجود نسبة قليلة بأزيد من 10 بالمائة ممّن يشاهدون البرنامج لفهم القضايا السّياسيّة الرّاهنة المعقّدة و إيجاد تفسيرات لها .

الجدول رقم (16) : يوضح المواضيع الأكثر الأهمية لأفراد العينة

المواضيع الأكثر الأهمية للطالب	التكرار	النّسبة %
القضايا الدولية	4	%4
القضايا العربية والمحلية	16	%16
كلاهما	80	%80
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة :

يبيّن الجدول (16) أنّ كلّ القضايا السّياسيّة عبر العالم تهمّ أغلبيّة مفردات العيّنة بنسبة 80 بالمائة سواء القضايا القضايا الدّولية أو العربيّة و المحليّة في حين أنّ نسبة 16 بالمائة من المستجوبين ينصب اهتمامها على القضايا العربيّة و المحليّة وحدها و 04 بالمائة مهتمّة بالقضايا الدّوليّة فقط و هذا دليل على انفتاح السّواد الأعظم من الطلبة الذين شملهم الاستبيان على كل القضايا السّياسيّة دون تمييز جغرافيّ و هو تعبير على قناعتهم بأنّ الأحداث السّياسيّة عبر العام مرتبطة ببعضها و دليل على وجود وعي سياسي لدى أغلبيّة أفراد العيّنة بأهمّيّة كلّ الأحداث السّياسيّة دون استثناء رغم أنّ البرنامج يعالج بالنّقد و السّخرية بعض الأحداث السّياسية التي تقع على الصّعيد الجزائري .

المحور الرابع :دور البرنامج الساخر – فوق السلطة – في تشكيل الوعي السياسي للطالب الجامعي

الجدول رقم (17) : يوضح علاقة متابعة البرنامج بالإطلاع على القضايا السياسية

علاقة متابعة البرنامج بالإطلاع على القضايا السياسية	التكرار	النّسبة %	الجنس		المستوى التعليمي		
			ذكر%	أنثى%	ليسانس%	ماستر%	دكتوراه%
دائما	08	%08	6	2	3	5	0
أحيانا	78	%78	58	20	32	41	5
لم يحدث أبدا	14	%14	10	4	8	6	0
المجموع	100	%100	%100		%100		

تحليل و مناقشة :

تشير نتائج الجدول (17)، التي تجيب عن السّؤال الخاص بتكوين معرفة بالقضايا السّياسيّة بعد مشاهدة برنامج "فوق السّلطة" الى أنّ أغلبيّة مفردات العيّنة ترى أنّ هذه المعرفة تتحقّق "أحيانا" بنسبة 78 بالمائة و في متغيّر الجنس كانت هذه إجابة الطّلبة الذّكور بنسبة 58 بالمائة فيما بلغت نسبة الإناث 20 بالمائة أمّا على صعيد الدّرجة العلميّة فكانت الإجابة بأحيانا بنسبة 41 بالمائة لطلبة الماستر بالأغلبيّة و بنسبة 32 بالمائة لطلبة الليسانس ثانيا ثمّ الدكتوراه بنسبة 05 بالمائة.

بمقابل ذلك يرى 14 بالمائة من المستجوبين بصحيفة الاستبيان أنّ الاطّلاع على القضايا السياسيّة بعد مشاهدة البرنامج "لم يتحقّق أبدا" و على مستوى متغيّر الجنس فإنّ 10 طلبة من الذّكور يرون ذلك و 04 بالمائة من الإناث، و على صعيد المستوى العلمي فإنّ 08 بالمائة من طلبة الليسانس أجابوا أنّ المعرفة بالقضايا السّياسيّة "لم تحدث أبدا" بعد مشاهدة البرنامج و 06 بالمائة من طلبة الماستر .

أمّا نسبة المستجوبين الذين يرون أنّ الاطّلاع على القضايا السّياسيّة يتحقّق "دائما" بعد مشاهدة البرنامج فبلغت نسبة ضعيفة تقدّر بثمانية (08) بالمائة من مجموع مفردات العيّنة، منهم 06 بالمائة ذكور و 02 بالمائة إناث و 05 بالمائة ماستر و 03 بالمائة ليسانس.

نستنتج ممّا سبق أنّ أغلبيّة مفردات العيّنة لا ترى لبرنامج "فوق السّلطة" تأثيرا كبيرا على ثقافتهم السّياسيّة و الاطّلاع على القضايا السّياسية و أنّ ذلك لا يحدث إلاّ أحيانا او لا يحدث أبدا كما ذهب إليه 14 بالمائة من المستجوبين و هو ما يعبّر عن محدوديّة تأثير البرنامج و هذا يفسّره نمط مشاهدة البرنامج لدى الطّلبة الذين لا يتعرّضون لساعات طويلة لمواد البرنامج و يعتمد نمط المشاهدة لديهم على المقتطفا ت فقط و استعمالهم المفرط في التعرّض للبرنامج بواسطة الهاتف الذّكيّ كما أوضحته جداول المحور الثاني .

الجدول رقم (18) : يوضّح علاقة متابعة البرنامج بتغيير الرّأي السياسي

علاقة متابعة البرنامج بتغيير الرأي السياسي	التكرار	النّسبة	الجنس		المستوى التعليمي			الفئة العمرية		
			% ذكر	% أنثى	% ليسانس	% ماستر	% دكتوراه	% 23 -18	% 29-24	% 30 فما فوق
دائما	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0
أحيانا	78	78	57	21	34	38	5	30	32	16
لم يحدث أبدا	21	21	16	5	9	13	0	8	11	2
المجموع	100	%100	%100		%100			%100		

تحليل و مناقشة :

يبيّن الجدول (18) أنّ أغلبيّة مفردات العيّنة ذكرت أنّها غيّرت "أحيانا" رأيها أو موقفها السّياسيّ بعد مشاهدة برنامج "فوق السّلطة" بنسبة 78 بالمائة، و في متغيّر الجنس كان أكثر الذين اختاروا هذه الإجابة من الذّكور بنسبة 57 بالمائة في حين أنّ الإناث وصلت نسبته م إلى 21 بالمائة، أمّا على صعيد المستوى العلمي فإنّ أغلبيّة من اختاروا عبارة "أحيانا" هم من طلبة الماستر بنسبة 38 بالمائة، يليهم طلبة الليسانس بنسبة 34 بالمائة ثمّ طلبة الدّكتوراه بنسبة 05 بالمائة، و على صعيد الفئة العمريّة فإنّ أغلب المجيبين "أحيانا" هم من فئة "24-29" بنسبة 32 بالمائة يليهم الطّلبة من فئة "18-23" بنسبة 30 بالمائة ثمّ فئة "30 فما فوق" بنسبة 16 بالمائة.

فيما يخصّ من اعتبروا أنّ تغيير الرّأي السّياسيّ "لم يحدث أبدا" بعد مشاهدة البرنامج فوصلت نسبتهم إلى 21 بالمائة أغلبيّتهم من الذّكور بنسبة 16 بالمائة أمّا الإناث فبلغت نسبتهنّ 05 بالمائة و أغلب من اختاروا هذا الجواب هم من طلبة الماستر بنسبة 13 بالمائة و الليسانس بنسبة 09 بالمائة و الدّكتوراه 0 بالمائة فعدد طلبة الدكتوراه الذين ينتمون إلى العيّنة هم 05 و قد اختاروا كلّهم الإجابة "أحيانا"، و على صعيد الفئة العمريّة فإنّ

أغلب المجيبين "أحيانا" هم من فئة "24-29" بنسبة 11 بالمائة يليهم الطّلبة من فئة "19-23" بنسبة 08 بالمائة ثمّ فئة "30 فما فوق" بنسبة 02 بالمائة فقط.

و حسب نتائج الجدول فإنّ من يرى أنّ البرنامج يساهم في تغيير الرأي أو الموقف السّياسيّ "دائما" مفردة واحدة بنسبة 01 بالمائة من مجموع المستجوبين و قد اختار هذه الإجابة طالب واحد من الذّكور في الماستر و هو من الفئة العمريّة " 18-23".

تأتي البيانات الإحصائيّة لهذا الجدول (18) لتعضد ما استنتجناه في الجدول السّابق (17) عن محدوديّة تأثير برنامج فوق السّلطة على الوعي السّياسيّ للطّلبة و لا يختلف في هذا الاتجاه الذّكور و الإناث و أغلبيّة الطّلبة في المستويات التعليمية من ماستر و ليسانس و دكتوراه، كما أنّ الفئات العمريّة الثلاثة توافق هذا الاتّجاه مع أغلبيّة طفيفة للفئة العمريّة الوسطى "24-29"، فالسّواد الأعظم من مفردات العيّنة قال إنّ التغيير في الموقف السّياسي إثر مشاهدة البرنامج يحدث أحيانا فقط و أزيد من عشرين طالبا يرون أنّ هذا التغيير لا يحدث أبدا، في حين أنّ طالبا واحدا فقط قال بحدوث هذا التغيير .

و كتفسير لهذا الاتّجاه يرى الطّالبان أنّ نمط ا لمشاهدة الذي يتميّز بالتعرّض الضّعيف لمواد و أفكار البرنامج التلفزيوني السياسي الساخر و بالمشاهدة المتقطّعة و غير المستمرّة للبرنامج و الاعتماد على المقتطفات التي لا تعطي الصّورة الكاملة للرّسالة التي تحملها كلّ حلقة من حلقات البرنامج، كلّ هذه العناصر تساه م في محدودية تأثير البرنامج على المواقف و الآراء السّياسيّة و من ثمّ على الوعي السّياسيّ للطّلبة و ينطبق هذا على كلّ الفئات العمريّة و متغيّر الجنس و ليس هناك فروق ذات دلالات إحصائيّة في هذا المجال .

الجدول رقم (19) : يوضح مدى مناقشة القضايا السياسية بعد متابعة البرنامج

مدى مناقشة القضايا السياسية بعد متابعة البرنامج	التكرار	النّسبة%	الجنس		المستوى التعليمي		
			ذكر%	أنثى%	ليسانس%	ماستر%	دكتوراه%
دائما	5	5	4	1	1	4	0
أحيانا	72	72	56	16	31	36	5
لم يحدث أبدا	23	23	14	9	11	12	0
المجموع	100	%100	%100		%100		

تحليل و مناقشة :

يشير الجدول (19) إلى أنّ أغلبية المستجوبين يناقشون "أحيانا" فقط القضايا و الأحداث السّياسيّة التي يتناولها برنامج "فوق السّلطة" بنسبة 72 بالمائة منهم نسبة 56 بالمائة من الذّكور و 16 بالمائة من الإناث و يتوزّعون حسب المستوى التعليمي إلى 36 بالمائة من طلبة الماستر و 31 بالمائة من كلبة الليسانس و 05 بالمائة من الدّكتوراه.

و قال 23 بالمائة من مفردات العيّنة إنّه "لم يحدث أبدا" أن ناقشوا قضايا البرنامج، منهم 14 بالمائة ذكور و 09 بالمائة إناث، في حين أنّ نسبة المجيبين على هذا الخيار من طلبة الماستر بلغ نسبة 12 بالمائة و 11 بالمائة من طلبة الليسانس و الدّكتوراه 0 بالمائة.

أمّا الطّلبة الذين عبّروا عن تفاعلهم "الدّائم" مع البرنامج في محيطهم بعد مشاهدة حلقاته و مناقشة قضاياه السّياسيّة فبغلت نسبتهم 05 بالمائة فقط من مجموع مفردات العيّنة، منهم 04 بالمائة من الذّكور و 01 بالمائة من الإناث و كان 04 بالمائة منهم من مستوى الماستر و 01 بالمائة من الليسانس و 0 بالمائة دكتوراه.

كل ما سبق من معطيات رقميّة يدلّ على أنّ هناك توجّها عامّاً لمفردات العيّنة نحو مناقشة قضايا البرنامج من حين لآخر فقط و هو ما يعبّر عن اهتمام ضعيف بمضمون البرنامج و عدم التحلّي بسلوك متفاعل مع فقرات البرنامج ينمّ على تحفيز الوعي السّياسيّ لدى الطلبة و هذا الاستنتاج ينطبق على الذّكور كما الإناث و نسقطه أيضا على كلّ المستويات التعليميّة، في حين أنّ 23 بالمائة من المستجوبين صرّحوا أنهم لا يلتزمون أبدا بسلوك مناقشة قضايا البرنامج.

و بناء على البيانات المذكورة أعلاه، نلاحظ أنّ هناك انسجاما إحصائياً بين جداول المحور الرّابع الذي يحاول قياس مدى تأثير برنامج "فوق السّلطة" على سلوك المتابعين له من الطّلبة و بالتّالي التأثير على وعيهم السّياسيّ، و يعبّر هذا الانسجام في محتوى الإجابات عن وجود دور للبرنامج في تشكيل الوعي السّياسيّ إلّا أنّه ذو تأثير ضعيف و محدود قد يفسّره نمط المشاهدة العام الذي يحدّ من تعرّض المتلقي (الطّلبة من مفردات العيّنة) كما يفسّره جنوح الطّلبة الى مشاهدة البرنامج بمفردهم و عدم تفضيل مشاركة أفكارهم السّياسيّة و هذا يتطلّب بحثا اجتماعيّاً و سيكولوجيّا معمّقا لمعرفة دوافع هذا السّلوك الشخصيّ .

الجدول رقم (20) : يوضّح مساهمة البرنامج في توضيح المفاهيم السّياسيّة

مساهمة البرنامج في توضيح المفاهيم السياسية	التكرار	النّسبة%	الجنس		المستوى التعليمي		
			ذكر%	أنثى%	ليسانس%	ماستر%	دكتوراه%
دائما	10	10	7	3	4	6	0
أحيانا	72	72	55	17	28	39	5
لم يحدث أبدا	18	18	12	6	11	7	0
المجموع	100	%100	%100		%100		

تحليل و مناقشة :

يبيّن الجدول (20)، الذي يركّز على معرفة مدى مساهمة برنامج "فوق السّلطة" في توضيح المفاهيم السّياسيّة لدى مفردات العيّنة، أنّ 72 بالمائة من المستجوبين يرون أنّ البرنامج وضّح نظرتهم لبعض المفاهيم السّياسيّة "أحيانا" و يشكّل الذّكور منهم نسبة 55 بالمائة من مجموع المستجوبين و الإناث 17 بالمائة، في حين يمثّل طلبة الماستر 39 بالمائة منهم و طلبة الليسانس 28 بالمائة و الدّكتوراه 05 بالمائة.

أمّا الّذين يعتبرون أنّ البرنامج لم يساهم أبدا في توضيح المفاهيم السّياسيّة لديهم فبلغت نسبتهم 18 بالمائة، الذّكور يشكّلون 12 بالمائة من مجموع مفردات العيّنة و الإناث 06 بالمائة، و يمثّل طلبة مستوى الليسانس نسبة 11 بالمائة و طلبة الماستر 07 بالمائة و الدّكتوراه 0 بالمائة.

و حسب معطيات هذا الجدول فإنّ نسبة 10 بالمائة من مجموع المستجوبين اعتبرت أنّ البرنامج يساهم "دائما" في توضيح المفاهيم السّياسيّة، 07 بالمائة هم ذكور و 03 بالمائة إناث في حين أنّ هذه الفئة يشكّل فيها طلبة الماستر 06 بالمائة من مجموع المستجوبين و 04 بالمائة هم طلبة ليسانس و 0 بالمائة دكتوراه.

و نستنتج من هذه البيانات المنسجمة مع بيانات الجداول السّابقة في المحور الرّابع أنّ أغلبيّة مفردات العيّنة تعتبر أنّها لا تستفيد كثيرا من البرنامج في مجال توضيح المفاهيم السّياسيّة فالغالبيّة (أكثر من الثلثين) أجابت "أحيانا" و نسبةٌ قاربت العشرين بالمائة من العيّنة أجابت "لم يحدث أبدا" و هذا دليل على محدوديّة تأثير البرنامج في توضيح و شرح المفاهيم السّياسيّة لدى مفردات العيّنة و لعلّ السّبب وراء ذلك يرجع إلى أنّ البرنامج لا يركّز كثيرا على تقديم معلومات نظريّة في العلوم السّياسيّة و أنّ أغلب المتلقّين يحتاجون لمتابعته و فهم الاتجاهات الفكريّة و السّياقات السّياسيّة التي يخاطب فيها المتلقّي إلى قاعدة معرفيّة و نظريّة كحدّ أدنى و يبدو أنّهم يفتقدونها و هذا المعطى أيضا يحتاج إلى مزيد دراسة و تمحيص لمعرفة هل الجمهور الذي يتعرّض للبرامج السّياسيّة الجادّة أو السّاخرة يتمتّع برصيد معرفيّ و ثقافة سياسيّة تؤهّله لفهم الأفكار التي تطرحها هذه البرامج للاستفادة منها كمشاهدين للحدث السّياسيّ و كمواطنين واعين بما يدور حولهم من أحداث سياسيّة تؤثر على حياتهم .

الجدول رقم (21) : يوضّح مساهمة البرنامج في القدرة على التحليل السياسي

مساهمة البرنامج في القدرة على التحليل السياسي	التكرار	النّسبة	الجنس		المستوى التعليمي			الفئة العمرية		
			% ذكر	% أنثى	% ليسانس	% ماستر	% دكتوراه	% 18 – 23	% 24–29	% 30 فما فوق
نعم	73	100	56	17	31	39	3	26	34	13
لا	27	100	18	9	12	13	2	11	12	4
المجموع	100	%100	%100		%100			%100		

تحليل و مناقشة :

يبيّن الجدول (21) أنّ 73 بالمائة من المستجوبين في صحيفة الاستبيان يعتبرون أنّ برنامج "فوق السّلطة" ساهم في زيادة قدرتهم على تحليل الأحداث و القضايا السّياسيّة التي يتناولها بالنّقد و السّخرية و على صعيد متغيّر الجنس 56 بالمائة منهم من الطّلبة الذّكور و 17 بالمائة من الإناث و فيما يخصّ المستوى التعليمي فإنّ 39 بالمائة هم من طلبة الماستر و 31 بالمائة من مستوى الليسانس و 03 بالمائة من الدكتوراه و على صعيد الفئة العمريّة فإنّ أغلب المجيبين "نعم" هم من فئة "24–29" بنسبة 34 بالمائة يليهم الطّلبة من فئة "18–23" بنسبة 26 بالمائة ثمّ فئة "30 فما فوق" بنسبة 13 بالمائة..

أمّا الّذين يرون أنّ البرنامج لا يساهم في زيادة قدرتهم على التحليل السّياسيّ فبلغت نسبتهم 27 بالمائة، 18 بالمائة منهم من الذّكور و 09 بالمائة من الإناث، 13 بالمائة من طلبة الماستر و 12 بالمائة من مستوى الليسانس و 02 بالمائة من الدّكتوراه و على صعيد الفئة العمريّة فإنّ أغلب المجيبين "لا" هم من فئة "24-29" بنسبة 12 بالمائة يليهم الطّلبة من فئة "18-23" بنسبة 11 بالمائة ثمّ فئة "30 فما فوق" بنسبة 04 بالمائة.

البيانات التي بين أيدينا في هذا الجدول مثيرة للاهتمام إذ أنّها تعبّر عن نتائج عنصر مهم في مجال الوعي السّياسيّ و هو القدرة على تحليل الأحداث السّياسيّة فالأغلبيّة من مفردات العيّنة (أي أكثر من الثلثين) يقولون بتحقّق الزّيادة في قدرتهم على التحليل السّياسيّ بعد متابعة فقرات البرنامج مع تسجيل فرق في هذا الاتجاه في متغيّر الجنس بين الذّكور و الإناث و قد أجاب الذّكور في هذا الاتّجاه بالأغلبية، في ح ين أنّ الفرق بين الفئات العمريّة لم يكن شاسعاً و كانت النّسب متوازنة خاصة بين فئة "18-23" و فئة "24-29" التي حازت على أغلبيّة طفيفة و قد يبدو هذا متناقضا أو بعيدا شيئاً ما عمّا استنتجناه من بيانات الجداول السّابقة في المحور الرّابع، إلّا أنّه تجدر الإشارة إلى أنّ هذا الاتّجاه في السّؤال الخاص بزيادة القدرة على التحليل السّياسيّ لا يتناقض، حسب نظرة الطالبين، مع عنصر تحقّق المشاهدة و التعرّض لما يطرحه برنامج "فوق السّلطة" من أفكار و فقرات ساخرة و ناقدة و ما يتناوله من أحداث و قضايا و لو على فترات متقطّعة و أ حايين تضمن رغم قلّتها مشاهدة مفردات العيّنة لمقاطع من البرنامج و الاطّلاع على عدد من المعلومات و حيثيّات بعض الأحداث السّياسيّة لتسمح باكتساب القدرة على تحليل ما يحيط بالمشاهد من قضايا سياسيّة آنيّة و ساخنة، من خلال اكتساب ثلاثة عناصر أو خيارات اقترحها البلحثان في السّؤال الأخير للتعبير عن زيادة القدرة على التحليل السّياسيّ و تجلّياتها عند الطّالب الجامعيّ و لكن بدرجات متفاوتة بين هذه العناصر الثلاث التي نتعرّف على بياناتها في الجدول التّالي.

الجدول رقم (22) : يوضّح أشكال تجسيد القدرة على التحليل السياسي

أشكال تجسيد القدرة على التحليل السياسي	التكرار	النّسبة%	الجنس		المستوى التعليمي		
			ذكر%	أنثى%	ليسانس%	ماستر%	دكتوراه%
قراءة ما بين السطور	10	9.17	8.25	0.9	3.66	4.58	0.9
معرفة الخلفية السياسية	70	64.22	49.54	14.67	25.68	34.86	3.66
إدراك الأفكار المطروحة في البرنامج	29	26.60	22.01	4.58	14.67	11.92	0
المجموع	109	%100	%100		%100		

تحليل و مناقشة :

يبيّن الجدول (22) الذي يعتبر امتداداً للجدول السّابق أنّ الإجابات التي وقع عليها اختيار المستجوبين الذين أقرّوا بمساهمة برنامج "فوق السّلطة" في زيادة قدرتهم على التحليل وصل عددها الإجمالي إلى 109 إجابات حول العناصر التي تتجلّى و تتجسّد من خلالها القدرة على التحليل السّياسيّ، و قد أشارت البيانات الإحصائيّة إلى أنّ فئة "معرفة الخلفيّة السّياسيّة" للقضايا و الأحداث كانت السّائدة على حساب الفئات و العناصر الأخرى إذ تكرّرت 70 مرّة أي ما يقابله نسبة 64.22 بالمائة من مجموع الإجابات و وصلت إجابات الذّكور في هذه الفئة إلى 49.54 بالمائة أمّا الإناث 14.67 بالمائة، و كان أغلب المجيبين على هذا العنصر أو الخيار من طلبة الماستر بنسبة 34.86 بالمائة و طلبة الليسانس 25.68 بالمائة و الدّكتوراه 03.66 بالمائة.

أمّا فئة "إدراك الأفكار المطروحة في البرنامج" فتكرّرت 29 مرّة أي ما يعادل 26.60 بالمائة، و بلغت إجابات الذّكور 22.01 بالمائة و الإناث 04.58 بالمائة، و اختار هذا الجواب 14.67 من طلبة الليسانس و 11.92 بالمائة ماستر و 0 بالمائة دكتوراه.

و حسب بيانات هذا الجدول تكرّرت فئة " قراءة ما بين الأسطر" 10 مرّات أي بنسبة 09.17 بالمائة من مجموع الإجابات المعبّر عنها، و كانت إجابات الذّكور بنسبة 08.25 بالمائة و الإناث 00.90 بالمائة، في حين

أنّ اختيار هذا الجواب كان بنسبة 04.58 بالمائة من طلبة الماستر و 03.66 بالمائة من طلبة الليسانس و 00.90 بالمائة من طلبة الدّكتوراه.

نستنتج من المعطيات الرّقميّة أعلاه أنّ أغلبيّة الطّلبة الّذين يرون أنّ برنامج فوق السّلطة يساهم في قدرتهم على التّحليل السّياسيّ يعتبرون أنّ هذه القدرة تتجسّد أكثر في معرفتهم للخلفيّات السّياسيّة للأحداث بفضل طريقة تقديم و عرض مواد و فقرات البرنامج، و يتوافق هذا مع ميل مفردات العيّنة إلى الاستفادة من البرنامج لإثراء ثقافتهم السّياسيّة كهدف أسمى و أولى كما جاءت به بيانات الجدول (15) في المحور الثالث المتعلّق بدوافع و أهداف مشاهدة البرنامج فقد حاز هذا الهدف على نسبة 63.15 بالمائة من الإجابات المعبّر عنها.

و في حين جاء خيار "إدراك الأفكار المطروحة في البرنامج" ثانياً إلّا أنّ اللّافت للانتباه أنّ خيار "قراءة ما بين الأسطر" جاء ثالثاً و هو ما يعتبره الباحثان عائقاً أمام تحقّق المتغيّر التّابع في هذه الدّراسة بصورة جليّة و هو تشكيل الوعي السّياسيّ لدى الطلبة الجامعيّين فقراءة ما بين السّطور أهمّ عنصر في تحليل الأحداث و القضايا السّياسيّة التي تطرحها البرامج السّياسيّة الجادّة و السّاخرة و عليه فإنّ هذا المعطى يؤكّد ما ذهبنا إليه في استنتاجات سابقة من أنّ هناك عوامل تحدّ من فعاليّة البرنامج في لعب دور مؤثّر في تشكيل الوعي السّياسيّ و هذه العوامل لا تتعلّق دائماً بالبرنامج بل تتعدّاه إلى المتلقّي نفسه و خلفيّاته التعليميّة و المعرفيّة و السّياقات الاجتماعيّة و السّياسيّة التي يدور في فلكها و التي قد تساعده أكثر على الاهتمام بالشأن السّياسيّ و البرامج التي تقترحها القنوات التلفزيونيّة بقوالب فنّيّة مختلفة.

المبحث الرابع : استنتاجات الدّراسة

خلص الطالبان إلى مجموعة من الاستنتاجات يمكن حصرها في النّقاط التالية :

- محدوديّة تأثير برنامج "فوق السّلطة" على الوعي السّياسيّ لمفردات العيّنة بسبب ضعف تعرّض المتلقّي للرسالة الإعلاميّة للبرنامج المرتبط بنمط المشاهدة الذي يعتمد على المقتطفات فقط .
- الطلبة الذّكور أكثر اهتماماً من الإناث بمشاهدة البرنامج السّياسيّ السّاخر و ضعف تعرّض الإناث للبرامج السّياسيّة و نقص اهتمام الفئة النّسويّة بصفة عامّة بالبرامج السّياسيّة حسب نتائج الاستبيان لكن لا يمكن تعميم هذا المعطى بسبب طبيعة العيّنة التي اعتمدناها و التي كانت العيّنة "المتاحة".
- هناك اهتمام مطّرد بالسّياسة في المجتمعات العربيّة في السّنوات الأخيرة لدى الإناث باعتبار أنّ المرأة أصبحت ورقة سياسيّة و انتخابيّة هامّة و هدفا للحملات الإعلامية ذات الصّبغة السّياسيّة ا لى جانب اقتحام عديد الوجوه السّياسيّة النسوية للمعترك السّياسيّ في الجزائر .
- ميل مفردات العيّنة إلى المشاهدة بصورة فرديّة كسلوك شخصيّ و هو ما يفسّره الاعتماد في المشاهدة على الهاتف الذّكيّ الذي يكرّس الاستهلاك الفرديّ للبرامج .
- تفضيل مفردات العيّنة عدم الإفصاح عن آرائها السّياسيّة في محيطها و مناقشة الأحداث و القضايا السّياسيّة بشكل جماعي و ضعف التفاعل مع البرنامج علة منصّات التواصل الاجتماعي .
- يساهم برنامج "فوق السّلطة" في زيادة قدرة الطّلبة على التحليل السّياسيّ من خلال إثراء ثقافتهم السّياسيّة.
- ضعف دور البرنامج في توضيح المفاهيم السّياسيّة لدى مفردات العيّنة
- محدودية تأثير البرنامج على المواقف و الآراء السّياسيّة و من ثمّ على الوعي السّياسيّ للطّلبة .

خاتمة

وتوصيات

خاتمة

لا يزال الجدل قائما حول تأثير البرامج التلفزيونية الساخرة ، بشقيها السياسي والاجتماعي غير محسوم ،فهي في نظر البعض مجرد وسيلة أو أداة للترفيه عن النفس حول القضايا السياسية والاجتماعية، وأن تأثيرها لا يتعدى التعبير عن الإعجاب « LIKE » لعدد من المتابعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي من دون أن يكون لذلك أي انعكاس على الواقع المجتمعي في حين يرى البعض الأخر أن البرامج الساخرة لديها قدرة كبيرة على التأثير على توجهات المتابعين في المجال العام، سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة وقد تركز الجدل بين الاتجاهين حول دور البرامج الساخرة كمصدر للمعلومات و حول قدرتها على التأثير على شعبية السياسيين ، ناهيك عن دورها في تشكيل الوعي السياسي والاجتماعي، إذ فقد الشباب، على مدار السنوات الماضية، اهتمامهم بمصادر الأخبار المختلفة، خاصة وسائل الإعلام التقليدية في ظل بروز الوسائط الاجتماعية الجديدة ، التي ساهمت في انتشار البرامج الساخرة و المقلق في هذه النوعية من البرامج أنّ المشاهد لها لا يستطيع التمييز أحياناً بين ما هو حقيقي وما هو محاكاة، أي بين الأحداث الواقعية والمفبركة في العمل الساخر وهو ما قد يؤدّي إلى تشكيل وعي زائف أو فهم مغلوط تجاه قضية من القضايا، خاصة مع ميل البرامج الساخرة إلى تسليط الضوء على موقف بعينه واقتطاعه من سياقه أحياناً .

فالبرامج التلفزيونية الساخرة تلعب دوراً هامّا في تشكيل الوعي السياسي ، من خلال قدرة هذه البرامج على الوصول إلى المتلقي بلغة سهلة و بسيطة ، وكذلك إمتاع المشاهدين بالمواقف الساخرة، فالأشخاص من ذوي المعرفة السياسية المحدودة غالبا ما يذهبون إلى اختيار البرامج الساخرة و يفضلونها على برامج الأخبار الجادة وهذا نظرا لقدرتهم على فهم الرؤية المبسطة التي تقدمها هذه البرامج .

وفي الختام ما يمكن ملاحظته هو أن البرامج التلفزيونية الساخرة شهدت انتشارا واسعا في الآونة الأخيرة في بعض الدّول العربية، التي تشهد احتقاناً سياسيا والتي تواجه شعوبها تحديات سياسية واقتصادية وذلك كوسيلة لتعبير قطاعات اجتماعية معينة عن عدم رضاهم عن الوضع القائم في مختلف المجالات .

وعلى الرغم من شعبية البرامج التلفزيونية الساخرة، إلا أن حجم تأثيرها على تشكيل الوعي السياسي لا يزال غير محسوم فبعض الحالات تقدّم مثالا واضحاً على أنّ حجم السخرية في البرامج التلفزيونية ، مهما بلغت شدّتها لا تؤثر على اتجاهات الأفراد ، فالهجوم الإعلامي والسّخرية المكثفة من الرئيس الأمريكيّ الحالي ترامب خلال الحملات الانتخابية الأمريكية في عام 2016 ، لم تنجح في قطع الطّريق أمامه باتّجاه البيت الأبيض و التأثير على حظوظه في الفوز بالانتخابا ت الرّئاسة الأمريكيّة .

توصيات الدّراسة

ارتأى الطّالبان في ختام هذه الدّراسة تقديم بعض التّوصيات يمكن تلخيصها في النقاط التّالية :

- ✓ تكثيف الدّراسات الإعلاميّة و الاجتماعيّة و السّيكولوجيّة المتعلّقة بانتشار البرامج التلفزيونيّة السّياسيّة السّاخرة باعتبارهما ظاهرة إعلاميّة جديدة و تأثيرها على الوعي السّياسيّ .
- ✓ تنويع الدّراسات الإعلاميّة الخاصة بالبرامج التلفزيونيّة السّاخرة و إخضاعها للمناهج البحثيّة المختلفة بدراسة تأثيرها على الجمهور و دراسة و تحليل مضمونها .
- ✓ تركيز الدّراسات الإعلاميّة المستقبليّة على الوسائط التكنولوجيّة المتطوّر ة كالهواتف و اللوحات الذّكيّة التي يزيد انتشارها في السنوات الأخيرة و دورها في التأثير على نمط و عادات المشاهدة التلفزيونيّة و استعمالها في استهلاك المواد الإعلاميّة .
- ✓ يرى الطّالبان أنّه لا يجدر أن يكون متغيّر الجنس مؤثّرا في تفاوت نسبة مشاهدة البرامج السّي اسيّة ، سواء الجدّيّة أو السّاخرة، بين الذّ كور و الإناث من الطّ لبة الجامعيّين بحكم أنّ أغلب المنتسبين إلى الجامعة عموماً هم من الإناث.
- ✓ يعتبر الطّالبان أ نّ الطّالب الجامعي ذكراً كان أو أنثى هو مشروع باحث و دارس للظواهر الإنسانيّة و الاجتماعية و الإعلامية م هما كان نوعها و ليس الطّالب (الذّكر) مُشاهداً عادياً قد تستهويه فقط الأفلام و فيديوهات الأغاني و مباريات كرة القدم و ليس ت الطّالبة (الأنثى) مُشاهدةً عاديّةً قد لا تجذبها إلّا المسلسلات و برامج الطّبخ و هذا يدعو إلى بذل المزيد من الجهود على المستوى الأ كاديمي في جامعاتنا لزيادة وعي الطّالب الجامعي بضرورة الانفتاح على كل الظواهر القابلة للبحث و الدّراسة و التحلّي بالفضول العلمي .

المصادر والمراجع

قائمة المراجع والمصادر

❖ المعاجم والقواميس:

1. الفيروز أبادي، القاموس المحيط، ج4؛ بيروت ،دار القلم للملايٌ .
2. أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربيّة المعاصر، عالم الكتب، القاهرة، مج 1، ط 1 ، 2008.

❖ المراجع باللغة العربية :

1. إبراهيم بختي ،الدليل المنهجي لإعداد البحوث العلمية ،ط 4 ، جامعة قاصدي مرباح ،ورقلة 2015،
2. إحسان محمد حسن ،علم الاجتماع السياسي ،دار وائل للنشر ، عمان، ط10 ،2010 .
3. أحمد إبراهيم الجبير ،مبادئ العلوم السياسية ،طرابلس ،منشورات الجامعة المفتوحة ،2000 .
4. أحمد عبد الملك، قضايا إعلامية، الأردن، دار مجدلاوي للنشر، ط1 ، 1999 .
5. بلقاسم بن روان ،وسائل الإعلام والمجتمع ، دار الخلدونية ،الجزائر ،2007 .
6. حسين رامز محمد رضا، الدراما بين النظرية والتطبيق، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1970 .
7. حمدان خضر سالم، تطور الكاريكاتير في الصحافة العراقية ،بغداد ،دار الكتاب العربي، ط 1 ، 2006.
8. سمير خطاب ،التنشئة السياسية والقيم ،إيتراك للنشر والتوزيع ،القاهرة ،ط 1 ،2004
9. شاكر عبد الحميد، الفكاهة والضحك، رؤية جديدة، سلسلة عالم المعرفة ،المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب ،2003.
10. صالح أبو اصبع ،الدعاية والرأي العام ، دار البركة للنشر والتوزيع ،عمان ، ،2012 .
11. ضياء مصطفى ،السخرية في البرامج التلفزيونية ، دار ميزوبوتاميا ،بغداد ،ط1 ،2014 .
12. عاصف حميدي، العمل الإذاعي والتلفزيوني، مفاتيح النجاح وأسرار النجاح، أبو ظبي، ط2 ، 2004 .
13. عاطف العبد ،الاتصال والرأي العام الأسس النظرية والإسهامات العربية ، دار الفكر العربي ، ، القاهرة ،2006 .

14.عبد الكريم عبد الغريب، البحث العلمي التصميم المنهج والإجراءات ،الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث،1986

15.عبدالكريم بكارة ،تحديد الوعي ، دار القلم ، دمشق ، ط2 ،2003 .

16.عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، مكتبة الكتابي للنشر والتوزيع ،الأردن، 2003.

17.مجد هاشم الهاشمي ،الإعلام الدبلوماسي ،عمان ،دار أسامة ،2008 .

18.مجد هاشم الهاشمي، الإعلام الدولي للصحافة عبر الأقمار الصناعية، عمان .دار المناهج،ط2 ،2003.

19.محمد الباز، نكت السيد الرئيس، كنوز للنشر والتوزيع، القاهرة ، ط2 ، 2005 .

20.محمد أمين طه نعمان ،السخرية في الأدب العربي ،القاهرة ،دار التوفيقية ،ط1 ،1998 .

21.محمد أمين فرشوخ ، أدب الفكاهة في لبنان ،دار الفكر ،ط2 ،1994.

22.محمد جودت ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط1 ،1998 .

23.محمد حسام الدين إسلمعيل، الصورة والجسد دراسات نقدية في الإعلام المعاصر،بيروت،مركز دراسات الوحدة العربية،ط1 ،2008.

24.محمد شطاح ، الاعلام التلفزيوني – المحتوى والجمهور – ،دار الكتاب الحديث ، الجزائر،ط 1 ،2007

25.محمد طه بدوي، المنهج في علم السياسية،الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2000

26.محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام،)ط 1 ، عالم الكتب القاهرة،1993

27.محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، 1997 .

28.محمد علي محمد، علم الاجتماع والمنهج العلمي ،الإسكندرية دار الدعارف الجامعية، 1986

29.محمد قنطاره،انتاج البرامج العلمية والتكنولوجية في الإذاعات العربية،تونس،سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (54) ،اتحاد إذاعات الدول العربية، 2006 .

30.محمود فهمي، الصوت والصورة، القاهرة، مكتبة النهضة المصرية،من دون سنة نشر .

31.مصطفى عليان ربحي ، البحث العلمي : أسسه، مناهجه و أساليب إجراءاته، بيت الأفكار الدّوليّة، عمّان، دون سنة.

32. ياسين فاعور ،السخرية في أدب إميل حبيبي ،تونس ،دار المعارف للطباعة والنشر ،1994 .

❖ الكتب المترجمة إلى العربية :

1. ادوارد ستاشيف، رودي بريتز،برامج التلفزيون إنتاجها وإخراجها ،ترجمة احمد طاهر،القاهرة،مؤسسة سجل العرب ،دار الاتحاد العربي للطباعة ،ط3 ، 1956 .
2. دوريس ايه جربير ،سلطة وسائل الإعلام ،ترجمة اسعد ابو ليده ، دار البشير ، عمان ،2000
3. نعوم تشومسكي ،السيطرة على الإعلام ،ترجمة أميمة عبدا للطيف ،مكتبة الشروق الدولية ،القاهرة،ط1 ،2003 .
4. ويلير شرام، وسائل الإعلام والتنمية القومية، ترجمة أديب يوسف شيش، دمشق، مطابع وزارة الثقافة والسياحة والإرشاد القومي،1969 .

❖ الرسائل والمذكرات الجامعية :

1. إمام شكري إبراهيم القطان ، الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين ،رسالة ماجستير منشورة ،الإسكندرية ،مركز الإسكندرية للكتاب ،2009 .
2. إيمان طبشي، النزعة الساخرة في قصص السعيد بوطاجين، رسالة الماجستير،جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2011 .
بسكرة ،2015 .
3. سهام قواسمي ،تناول الإعلام التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري ،مذكرة ماستر ،جامعة
4. عبد الكريم حسن السوداني، وظيفة اللغة الصورية في البرامج التلفزيونية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، 1996 .
5. عطاء الله طريف، دور التلفزيون في تشكيل معارف رياضية نحو الممارسة الرياضية، رسالة ماجيستر(منشورة)، جامعة الجزائر، 2011 .
6. هنيدة احمد أبو خليل، المضمون السياسي لبرنامج باسم يوسف "البرنامج " ،رسالة ماجستير،جامعة الشرق الأوسط ،كلية الإعلام ،عمان ،2015 .
7. تقى البدور ،تحليل مضمون برامج السخرية السياسية في الإعلام الأردني ،رسالة ماجستير ،معهد الإعلام ،2017 .

8. وديع العزعزي ، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السّياسيّ للشّباب اليمني ، دراسة ميدانية على طلبة الجامعات ،جامعة صنعاء ،2007 .
9. منصور بن كادي ، البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي ،مذكرة ماستر ، جامعة بسكرة ، 2015
10. عبد الله بن علي ، العلاقة بين التعرّض للبرامج الحواريّة السّياسيّة في القنوات الفضائية العربيّة و الوعي السّياسيّ لدى الشّباب السّعودي في الجامعات ، أطروحة دكتوراه ،جامعة الملك فيصل ، 2008 .

❖ المجلات العلمية :

1. رفيق المصري، مستوى الوعي السّياسيّ لدى أعضاء حركة التحرير الوطني الفلسطيني، مجلة جامعة الأقصى، المجلّد 11، العدد 2، جوان 2007، ص 45.
2. علي أسعد وطفة، التحدّيات السّياسيّة و الاجتماعية في الكويت و الوكن العربيّ ،بحث في مضامين الوعي السّياسيّ عند طلّاب جامعة الكويت، مجلّة عالم الفكر، الكويت، العدد 3 ، المجلد 31، 2003
3. علي فائق زغلول ، برامج المرءات لماذا ولمن ؟ ، بغداد ، مجلة الإذاعة والتلفزيون ، العدد 269 ، 1998.
4. هالة الحفناوي ، البرامج الساخرة جدل غير محسوم حول تأثيراتها السياسية ، مجلة مركز المستقبل للأبحاث والدراسات ، أبو ظبي ،العدد 21 ،2017 .

❖ المواقع الالكترونية

1 - www.alriyadh.com
2- www.elaph.com
3- www.aliqtisadi.com
4- www.aljazeera.net
5- www.mohamedberween.com
6- www.al-madina.com

الملاحق

جامعة عمار ثليجي بالأغواط

الملحق رقم 1 **كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة**

قسم علوم الإعلام والاتصال

تحية واحترام .....

نقوم بإعداد رسالة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص اتصال و علاقات عامة تحت عنوان :

" دور البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي "

دراسة ميدانية على عينة من مشاهدي برنامج "فوق السلطة" لقناة الجزيرة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة بجامعة عمار ثليجي بالأغواط

نهدف من خلال هذه الدّراسة إلى إيجاد علاقة ترابطيّة بين البرنامج التلفزيوني الذي يتناول الأحداث والمواضيع السياسة بطريقة ساخرة ،و تشكيل الوعي السياسي و الثقافة السياسية لدى الطّالب الجامعي المزاول لدراسته الأكاديمية في جامعة عمّار ثليجي بالأغواط .

لذا نرجو منكم الإجابة على أسئلة الاستبيان بعناية فائقة مع توخّي الصّدق والدّقة مساهمة في البحث العلمي والارتقاء بمستوى الدّراسات الجامعيّة ،ونتعهد بالمحافظة على سرية المعلومات واستعمالها لغرض البحث العلمي

المطلوب وضع إشارة (x) على الإجابة التي ترونها ملائمة

من إعـــداد : **تحت إشراف الأستاذ :**

السعيد وردان **حسين مساعدي**

كمال بوشريعة

– السنة الجامعية :2017– 2018 –

المحور الأول : البيانات الشخصية

1 -الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐

2 -الفئة العمرية : 18 – 23 ☐ 24 – 29 ☐ 30 – فما فوق ☐

3 -المستوى التعليمي : الليسانس ☐ ماستر ☐ دكتوراه ☐

4 -التخصص الجامعي :إعلام واتصال ☐ تاريخ ☐ علوم شرعية ☐ جذع مشترك ☐

المحور الثاني : عادات وأنماط مشاهدة برنامج "فوق السلطة " لقناة الجزيرة الفضائية

5 -تشاهد البرنامج :

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

6 -مع من تفضل مشاهدة البرنامج :

بمفردك ☐ مع العائلة ☐ مع الأصدقاء ☐

7 -تشاهد البرنامج عن طريق :

التلفاز ☐ الحاسوب ☐ الهاتف الذكي ☐

8 -مشاهدتك للبرنامج تكون :

من البداية حتى النهاية ☐ مقتطفات فقط ☐ حسب الوقت المتوفر لدي ☐

9 -هل تتفاعل مع البرنامج من خلال المشاركة والتعليق والإعجاب عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

نعم ☐ لا ☐

10 - إذا كانت الإجابة بنعم فهل كان ذلك/ يكون ذلك :

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

11 - هل تناقش مع محيطك تفاصيل البرنامج :

نعم ☐ لا ☐

12 - إذا كانت الإجابة بنعم فهل يحصل هذا مع :

مع الأسرة ☐ مع الأصدقاء ☐ مع عامة الناس ☐

المحور الثالث :دوافع مشاهدة الطالب الجامعي للبرنامج التلفزيوني الساخر – فوق السلطة –

13 - هل تعتقد أن ما يدور من أحداث في البرنامج :

- مجرد سخرية لا علاقة لها بالواقع ☐
- يعكس حقيقة ما يحدث في الواقع ☐
- لا أعلم ☐

14 - هل يعجبك في البرنامج :

المواضيع المطروحة ☐ قالب السخرية ☐ مقدم البرنامج ☐

أخرى أذكرها .....

15 - هل تحقق من خلال متابعتك للبرنامج:

- تفسير قضايا غير مفهومة ☐
- اثراء ثقافتك السياسية ☐
- تنفس عما تشعر به من ضيق لما يجري من أحداث ☐

أخرى أذكرها .....

16 - ما هي الموضوعات التي يقدمها البرنامج وتهتم بها أنت أكثر ؟

القضايا الدولية ☐ القضايا العربية والمحلية ☐ كليهما ☐

الحور الرابع :دور البرنامج الساخر – فوق السلطة – في تشكيل الوعي السياسي للطالب الجامعي

17 - بعد متابعتك للبرنامج الساخر فوق السلطة على قناة الجزيرة الفضائية، هل تكونت لديك معرفة بالقضايا السياسية ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ لم يحدث أبدا ☐

18 - هل حدث وإن غيرت رأيك السياسي نحو قضية ما، بعد مشاهدتك لإحدى حلقات البرنامج؟

دائما ☐ أحيانا ☐ لم يحدث أبدا ☐

19 - هل تناقش القضايا والأحداث السياسية مع الآخرين بعد متابعتك للبرنامج؟

دائما ☐ أحيانا ☐ لم يحدث أبدا ☐

20 - هل ساهم البرنامج التلفزيوني الساخر–فوق السلطة– في توضيح نظرتك لبعض المفاهيم السياسية؟

دائما ☐ أحيانا ☐ لم يحدث أبدا ☐

21 - هل ساهم البرنامج التلفزيوني الساخر– فوق السلطة – في زيادة قدرتك على التحليل السياسي؟

نعم ☐ لا ☐

22 - إذا كانت الإجابة بـ نعم كيف تجلى ذلك؟

- من خلال قراءة ما بين الأسطر ☐
- معرفة الخلفية السياسية ☐
- إدراك الأفكار المطروحة من خلال البرنامج ☐
- أخرى أذكرها ....

الملحق رقم 2

شعار البرنامج