

دور البرامج الكوميدية السياسية المصرية فى تشكيل معرفة  
وإدراك الشباب المصرى للقضايا السياسية  
مرام أحمد محمد عبد النبى  
الملخص

منذ فترة ظهرت نوعية جديدة من البرامج التى تمثل تمثّل نموذج للإعلام الكوميدى السياسى، وأصبحت هذه البرامج الكوميدية السياسية تساهم فى إمداد الجمهور بالمعلومات والمعارف السياسية، ويهدف هذا البحث إلى معرفة الدور الذى تقوم به البرامج الكوميدية السياسية المصرية فى تشكيل معارف وإدراك الشباب المصرى نحو القضايا السياسية بشكل عام، ويعتبر هذا البحث من البحوث الوصفية التى تستخدم المنهج المسحى الميدانى على عينة عمدية مكونة من 400 مفردة من الشباب المصرى من مشاهدي البرامج الكوميدية السياسية من سن (18-30) عاماً من محافظة القاهرة الكبرى (القاهرة- الجيزة- القليوبية)، ومن أهم النتائج التى توصل إليها هذا البحث وجود علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية وإدراكهم للقضايا السياسية بشكل عام، بالإضافة إلى قيام أغلبية المبحوثين بتغيير آرائهم نحو عدد من القضايا السياسية بعد مشاهدة هذه البرامج، مما يشير إلى أهمية النظر إلى تلك البرامج باعتبارها أشكال برامجية جديدة تساهم فى تنمية معارف الشباب نحو القضايا السياسية.

**الكلمات المفتاحية:** الإدراك، البرامج الكوميدية السياسية، التماس المعلومات، القضايا السياسية.

**The Role of Political Egyptian comedy programs in  
Forming knowledge and awareness of Political issues of  
the Egyptian youth**

**Maram Ahmed Mohamed Abd Alnabi**

**Abstract**

Recently a new kind of programs was aired. They represent the political and comic media which provide, the citizens with information, and the political knowledge. The purpose of this study is to determine how the youth realize the political topics by the role of Political Comedy Programs generally, to know the relation between watching this kind of programs and forming the youth's political awareness. The study depends on the Survey method, Regarding the Field Study, the community of the study is represented in all the public who watch the Political Comedy Programs; it has been applied on intentional sample of the 400 individual of the Egyptian youth, (18-30) years old, from governorate of Great Cairo (Cairo, Giza, and Qalubia). Results bring out that most of respondents actually changed their minds about many of the political issues and persons after watching these programs. This makes it clear that these programs can play a great role in affecting audience's opinions. Results proved also that there is a correlation between heavy watching of political comedy programs and perception of youth towards political issues.

**Key-words:** Information Seeking, Perception, political comedy programs, Political issues.

## تقديم :

تعتبر البرامج الكوميدية السياسية التي ظهرت في مصر من الموضوعات المثيرة للجدل منذ ظهورها على القنوات التلفزيونية الفضائية، وقد أثارت هذه البرامج انتباه الجمهور إليها بسبب توظيفها لعنصر الكوميديا بشكل جديد تتناول من خلاله مناقشة و تحليل القضايا السياسية بأسلوب جذاب، وقد لاحظت الباحثة وجود اتجاه متزايد نحو مشاهدة هذه البرامج من قبل الجمهور خاصة الشباب وتأثرهم بشكل كبير بتلك البرامج عند تحليلهم للقضايا السياسية المختلفة و تكوين الآراء والاتجاهات نحوها وذلك نتيجة مشاهدتهم لتلك البرامج وتأثرهم بها واختيارهم لهذه البرامج كمصادر إعلامية لالتماس المعلومات منها حول القضايا السياسية، ويهتم هذا البحث بدراسة الدور الذي تقوم به هذه البرامج الكوميدية السياسية في تشكيل معارف وإدراك الشباب المصري نحو القضايا السياسية بشكل عام، وتم استخدام المنهج المسحي الميداني على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من الشباب المصري من مشاهدي البرامج الكوميدية السياسية من سن (18:30) عاماً من محافظة القاهرة الكبرى، وتم استخدام استمارة الاستبيان لجمع بيانات البحث.

## أهمية البحث:

تتطلق أهمية البحث في ضوء ما يلي:

- 1 - قلة الأبحاث العربية التي تناولت دور البرامج الكوميدية السياسية في إدراك الشباب المصري للقضايا السياسية؛ حيث أن هذا النوع من البرامج جديد في مصر و معظم الأبحاث التي تم إجرائها في هذا المجال كانت عن فن الكوميديا بصفة عامة.
- 2 - يعد هذا البحث مؤشراً للقائمين على وسائل الإعلام في المجتمع المصري وللجمهور أيضاً بوجود نوعية جديدة من البرامج السياسية التي تقدم النقد السياسي بشكل كوميدي، وبالتالي قد تستخدم الكوميديا السياسية من خلال كافة عناصر الجذب التي تقدمها لتغيير آراء الشباب واتجاهاته نحو عدد من القضايا والشخصيات السياسية.
- 3 - قدرة هذه البرامج على دفع الجمهور وخاصة الشباب المصري على المشاركة في الحياة السياسية و مناقشة القضايا و الموضوعات التي تناولتها مع الآخرين؛ مما يقتضى دراسة دور هذه البرامج في تشكيل اتجاهات وسلوك الشباب المصري والتي تساهد بدورها في تشكيل عملية الإدراك.
- 4 - كان للإعلام والبرامج الكوميدية السياسية دوراً هاماً قبل و أثناء 2013/6/30 و إلقاء الضوء على الأخطاء السياسية التي تمت خلال هذه الفترة من خلال النقد الكوميدي السياسي، مما دفع الباحثة إلى إجراء هذا البحث لمعرفة أهمية الدور

الذى تقوم به هذه البرامج فى التأثير على اتجاهات وسلوكيات الجمهور المختلفة وخاصة الشباب المصرى.

#### أهداف البحث:

- 1 - معرفة الدور الذى تقوم به البرامج الكوميدية السياسية فى تشكيل معارف وإدراك الشباب المصرى للقضايا السياسية.
- 2 - التعرف على درجة كثافة مشاهدة الشباب المصرى للبرامج الكوميدية السياسية، وتحديد أكثر البرامج الكوميدية السياسية تفضيلاً ومتابعة من المبحوثين.
- 3 - التعرف على درجة اهتمام الشباب المصرى بالقضايا السياسية التى تقدمها البرامج الكوميدية السياسية.
- 4 - معرفة تأثير مقدمي البرامج الكوميدية السياسية على إدراك الشباب المصرى للقضايا السياسية.
- 5 - الكشف عن درجة رضاء الشباب المصرى نحو طريقة معالجة القضايا السياسية بأسلوب كوميدى من خلال البرامج الكوميدية السياسية.

#### الدراسات السابقة:

- بعد الاطلاع على أدبيات الدراسة قامت الباحثة بتقسيم هذا البحث إلى محورين أساسيين هما:
- أ - المحور الأول: دراسات عن دور التلفزيون فى تشكيل معارف وإدراك الشباب عن القضايا السياسية.
  - ب - المحور الثانى: دراسات عن البرامج الكوميدية السياسية.
- أ - دراسات عن دور التلفزيون فى تشكيل معارف وإدراك الشباب عن القضايا السياسية:

- 1 - دراسة (قطب، 2014) والتي هدفت إلى التعرف على الدور الذى تقوم به البرامج الحوارية فى تشكيل اتجاهات الشباب الجامعى نحو القضايا السياسية وأساليب معالجة قضايا الإصلاح السياسى عقب ثورة 25 يناير 2011، واستخدمت الدراسة المنهج المسحى على عينة عشوائية من طلاب جامعتى المنوفية وجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا مكونة من 400 مفردة وتم تطبيق استمارة الاستبيان على المبحوثين، بالإضافة إلى تحليل مضمون لـ 24 حلقة من برنامجى الحياة اليوم والعاشرة مساءً، واعتمدت الدراسة على نظرية ترتيب الأولويات، وأظهرت نتائج الدراسة أن القضايا السياسية جاءت فى المرتبة الأولى بالنسبة لأكثر القضايا التى يحرص على متابعتها الشباب المصرى، وجاءت أكثر أسباب المشاهدة لهذه البرامج هى بسبب تناولها للأحداث الجارية

- والعالمية، وأكثر الفترات التي يشاهد خلالها الشباب هذه البرامج هي الفترة المسائية.
- 2 - دراسة (Maudlyn, 2014) والتي استهدفت التعرف على كيفية إدراك الجمهور للتغطية الإخبارية السياسية المقدمة في التلفزيون الوطني الإفريقي، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي على عينة عمدية من مشاهدي الأخبار والبرامج السياسية المختلفة مكونة من 280 مفردة، وتم استخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة، وأظهرت نتائج الدراسة أن (33.2%) من المبحوثين يشعرون بمصادقية الأخبار السياسية المقدمة من خلال التلفزيون الوطني الإفريقي، وأوضح (68.2%) منهم أن هذه الأخبار تؤثر على وعي وإدراك الجمهور للقضايا المختلفة في المجتمع.
- 3 - دراسة (Cammaerts, 2013) وهدفت إلى التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام وبصفة خاصة القنوات الفضائية في دفع الشباب للمشاركة في الحياة السياسية من خلال إدراكهم للقضايا السياسية، واستخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي وفي إطاره تم المسح بالعينة وتم التطبيق على عينة عمدية من الشباب مكونة من مجموعتين من الشباب من سن (15:30) في سبع ولايات مختلفة، وأوضحت النتائج أن وسائل الإعلام تعتبر لدى كثير من الشباب هي الوسيلة إلى تعبير عن الواقع الحقيقي والتي يستمدوا منها المعلومات التي تشكل آرائهم واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية في المجتمع.
- 4 - دراسة (Ali and Karamat and Hassan, 2013) والتي استهدفت التعرف على الدور الذي يقوم به التلفزيون في التلاعب بإدراك واتجاهات الشباب، استخدمت الدراسة المنهج المسحي على عينة عمدية من الشباب الجامعي من جامعة (جاغات Gujarat) في باكستان مكونة من (100 مفردة) من سن 20-30 سنة، وتم استخدام أداة تحليل المضمون استمارة الاستبيان كأدوات لجمع البيانات، وأظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين (42%) يقومون بمشاهدة وسائل الإعلام المختلفة بهدف الترفيه (49%) من المبحوثين يعتمدون (أحياناً) على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات حول القضايا المختلفة.
- 5 - دراسة (Sadaf, 2011) وهدفت إلى التعرف على مدى وسائل الإعلام على تشكيل إدراك الجمهور واتجاهاته نحو قضايا محددة، لمعرفة العلاقة بين التغطية الإعلامية لقضية ما وإدراك الجمهور لهذه القضية، استخدمت الدراسة

المنهج المسحى وفى إطاره تم المسح بالعينة على عينة عمدية من الشباب الجامعى مكونة من 93 مبحوث من جامعات مختلفة، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وأظهرت النتائج أنه توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين إدراك الشباب للقضايا المختلفة فى المجتمع والتغطية الإعلامية لهذه القضايا من خلال وسائل الإعلام، بالإضافة إلى قدرة وسائل الإعلام على تشكيل مفاهيم الشباب وتصوراتهم للقضايا السياسية.

#### ب - دراسات عن البرامج الكوميدية السياسية:

**1 -دراسة (Becker 2013)** واستهدفت معرفة تأثير البرامج الكوميدية السياسية والبرامج الإخبارية الجادة على تذكر الفرد للقضايا التي تناولتها هذه البرامج ومدى إدراكه لها، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي على عينة عمدية مكونة من 265 مفردة من الشباب الجامعي، واستخدمت استمارة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة. أظهرت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة تذكر المبحوثين للمعلومات حول القضايا السياسية من خلال البرامج الكوميدية السياسية أكثر من تلقى الأخبار مباشرة بطريقة تقليدية، وأنه هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين مشاهدة البرامج الكوميدية السياسية وتكوين المبحوثين للآراء السياسية.

**2 -دراسة (Hoffman,2013)** وتناولت هذه الدراسة تحليل الحوارات السياسية فى التليفزيون ومدى التحيز الذى يظهر خلال تناول القضايا السياسية فى قالب كوميدى ومدى تأثير هذه الحوارات على اتجاهات الشباب نحو القضايا والموضوعات السياسية، كما تم استخدام نظرية تأثير الشخص الثالث The Third Person Effect، واستخدمت الدراسة المنهج المسحى على عينة عمدية من الشباب المهتم بالسياسة والمشاهد للبرامج الكوميدية السياسية مكونة من 189 مفردة، وتم استخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وكانت مدة الدراسة الميدانية من 11 مايو-21 مايو 2012. أوضحت النتائج أن البرامج الكوميدية السياسية لها تأثير كبير على غالبية المبحوثين فى إدراكهم وتشكيل اتجاهاتهم للقضايا والموضوعات والشخصيات السياسية فى المجتمع، وهناك فروق بين إدراك المشاهدين لشكل ومحتوى هذه البرامج الكوميدية السياسية قائمة على المعرفة والخبرة السابقة.

**3 -دراسة (Lee, 2012)** وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير البرامج الكوميدية السياسية على مشاركة الأفراد فى الحياة السياسية، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي وذلك عن طريق عمل تجربة إلكترونية على شبكة الإنترنت فى فبراير 2011 على عينة عشوائية مكونة من 861 مبحوث تتراوح

أعمارهم من 18 وما فوق، وأظهرت النتائج وجود علاقة غير مباشرة بين التعرض للبرامج الكوميدية السياسية والمشاركة السياسية ومستوى التعلم الفردي للمواطنين، وأن المبحوثين الذين يشاهدون البرامج الكوميدية السياسية أكثر عرضة للشعور بالغضب والقلق تجاه الأحداث الحالية.

**4-دراسة (Steele, 2012)** وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به الفكاهة السياسية في مواجهة مشاعر الخوف لدى الجمهور و القضاء على هذه المشاعر السلبية، اعتمدت هذه الدراسة على المنهج التجريبي عن طريق إجراء تجربة على شبكة الإنترنت على عينة عمدية مكونة من 191 مفردة من سن 18-55 سنة، وأظهرت النتائج أن البرامج الكوميدية السياسية تقلل من مشاعر الخوف والقلق السياسي لدى الفرد بعد التعرض لها مباشرة، وأن العاطفة تلعب دور أكبر من الإدراك في معالجة هذه الرسائل الكوميدية السياسية.

**5-دراسة ( Nadeem and Akram and Mehmaan,2012)** وتناولت الدراسة تحليل البرامج الحوارية التليفزيونية التي تتضمن الفكاهة والسخرية والكاركاتير وأثرها على إدراك الجمهور للقضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والقضايا العامة في باكستان خاصة فئة الشباب، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي على عينة عمدية مكونة من 100 طالب جامعي في باكستان، واستخدمت الدراسة نظرية التأثير المباشر لوسائل الإعلام، وأظهرت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين لديهم ملل من البرامج الإخبارية التقليدية وأصبحوا أكثر اهتماماً بالحصول على الأخبار من خلال البرامج الترفيهية السياسية ويعتبرونها مصدراً أساسياً للحصول على المعلومات حول القضايا السياسية بشكل كبير.

#### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

لاحظت الباحثة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة أهمية الدور الذي تقوم به الكوميديا السياسية في المجتمعات المختلفة وخاصة الأوروبية، كذلك اتفقت غالبية الدراسات الأجنبية في نتائجها على أن البرامج الكوميدية السياسية لها تأثير كبير على الجمهور خاصة فئة الشباب وعلى وعيهم وإدراكهم للقضايا والموضوعات السياسية ومشاركتهم في العملية السياسية بشكل عام، ومن هنا استفادت الباحثة في معرفة أهمية تطبيق هذا الموضوع على الشباب المصري وذلك للخروج بنتائج تختلف عن طبيعة المجتمعات الأوروبية التي تم تطبيق هذا الموضوع عليها، بالإضافة إلى تحديد الجوانب المنهجية للبحث وتحديد المنهج المستخدم، ومجتمع وعينة البحث وأهم الجوانب التي لم تنطرق إليها الدراسات السابقة.

### مشكلة البحث:

تتبلور مشكلة البحث فى معرفة الدور الذي تقوم به البرامج الكوميدية السياسية المصرية فى تشكيل معارف وإدراك الشباب المصري نحو القضايا السياسية؛ حيث لاحظت الباحثة ظهور عدة نماذج للإعلام الكوميدي السياسى فى شكل برامج تتناول النقد الكوميدي السياسى للقضايا السياسية وإبرازها بطريقة كوميدية؛ مما أثار جدلاً كبيراً حول الدور الذى تقوم به هذه البرامج فى إدراك الشباب المصرى للقضايا السياسية؛ حيث إن وعى الشباب بالقضايا السياسية التي تحدث فى المجتمع يرتبط فى كثير من الأحيان بمشاهدة هذه البرامج، كما أن مثل هذه البرامج جديدة فى مصر وقد لا يتقبل الكثيرون النقد بطريقة كوميدية ساخرة، وتترك هذه البرامج انطباعاً يتجاوز حدود التسلية وإثارة الضحك، بل وتدفع البعض فى كثير من الأحيان إلى تغيير وجهات نظرهم نحو القضايا السياسية مما جعلها ظاهرة تستحق الدراسة التحليلية الإعلامية.

### نوع البحث و المنهج المستخدم:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تقوم بإلقاء الضوء على السمات العامة والخصائص الأساسية المميزة للظاهرة، وتم الاعتماد على المنهج المسحي الميداني على جمهور وسائل الإعلام والمتمثل فى الشباب من مشاهدي البرامج الكوميدية السياسية فى مصر.

### تساؤلات البحث:

سعى هذا البحث للإجابة على التساؤلات التالية :

- 1 - ما أكثر البرامج الكوميدية السياسية التي يتابعها الشباب المصري؟
- 2 - ما أسباب ودوافع مشاهدة الشباب المصري للبرامج الكوميدية السياسية؟
- 3 - ما درجة اهتمام الشباب المصري بالقضايا والموضوعات التي تقدمها البرامج الكوميدية السياسية؟
- 4 - ما مدى تغيير آراء واتجاهات الشباب المصري بعد مشاهدة البرامج الكوميدية السياسية، وأسباب هذا التغيير؟
- 5 - ما التأثيرات المتوقعة التي يدركها الشباب المصري نتيجة مشاهدته للبرامج الكوميدية السياسية؟
- 6 - ما تأثير مقدمي البرامج فى البرامج الكوميدية السياسية على إدراك الشباب المصري للقضايا السياسية؟
- 7 - ما مدى رضاء الشباب المصري عن طريقة معالجة القضايا السياسية خلال البرامج الكوميدية السياسية؟

### فروض البحث:

- 1 - توجد علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية، وإدراكهم للقضايا السياسية بشكل عام من خلال: (التأثيرات المعرفية، الوجدانية، السلوكية).
- 2 - توجد علاقة ارتباطية بين دوافع مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية وإدراكهم للقضايا السياسية بشكل عام.
- 3 - توجد علاقة ارتباطية بين معدل مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية ودرجة اهتمامهم بالقضايا السياسية التي تقدمها هذه البرامج.

### مجتمع و عينة البحث:

#### أ - مجتمع البحث:

يشمل مجتمع البحث كل الجمهور العام المشاهد لهذه النوعية من البرامج الكوميدية السياسية.

#### ب - عينة البحث:

تم تطبيق البحث على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من الشباب المصري المشاهد للبرامج الكوميدية السياسية من سن (18-30) سنة من محافظة القاهرة الكبرى (القاهرة- الجيزة-القليوبية).

#### ج- أسباب اختيار العينة الميدانية:

تبين من نتائج معظم الدراسات الأجنبية السابقة أن (الشباب) هم الأكثر متابعة لهذه البرامج، وبالتالي؛ فهي الفئة الأنسب لتطبيق الدراسة عليها، ونظراً لقلّة الدراسات العربية التي تناولت مثل هذا الموضوع؛ فمن المهم معرفة الدور الذي تقوم به هذه البرامج نحو الشباب ومعارفه وإدراكه للقضايا السياسية.

د- المدى الزمني للدراسة الميدانية: تم تطبيق استمارة الاستقصاء على الشباب من سن 18 إلى 30 في نطاق القاهرة الكبرى (القاهرة، الجيزة، القليوبية) في الفترة من

ديسمبر 2014 إلى مايو 2015.

وفيما يلي خصائص عينة البحث وتشمل (النوع- السن- المستوى التعليمي):

### جدول رقم (1)

#### خصائص عينة البحث

| خصائص العينة |       | ك   | %    |
|--------------|-------|-----|------|
| النوع        | ذكر   | 170 | 42.5 |
|              | أنثى  | 230 | 57.5 |
| الإجمالي=    |       | 400 | 100% |
| السن         | 24-18 | 333 | 83.3 |

|             |            |             |                  |
|-------------|------------|-------------|------------------|
| 16.8        | 67         | 30-25       |                  |
| <b>%100</b> | <b>400</b> |             | <b>الإجمالى=</b> |
| 25.3        | 101        | متوسط       | المستوى التعليمي |
| 63.8        | 255        | عالي        |                  |
| 11          | 44         | دراسات عليا |                  |
| <b>%100</b> | <b>400</b> |             | <b>الإجمالى=</b> |

#### أدوات جمع البيانات:

تم استخدام استمارة الاستقصاء لجمع بيانات الدراسة من المبحوثين شملت كافة متغيرات الدراسة وعدد من أساليب القياس لقياس كثافة مشاهدة البرامج الكوميدية السياسية وقياس دوافع المشاهدة، ومستويات إدراك القضايا السياسية.

#### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for the social Science" (SPSS)، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية فى تحليل بيانات الدراسة: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، واختبار كا 2 (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الإسمية (Nominal)، ومعامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين، وتحليل التباين ذو البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم (ANNOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين فى أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval or Ratio).

#### إجراءات الصدق والثبات:

- تم قياس الصدق الظاهري لاستمارة الاستبيان من خلال عرضها على عدد من الأساتذة المحكمين\*\* المتخصصين فى مجالات (الإعلام والإحصاء وعلم النفس والفنون الأكاديمية)؛ للتأكد من صدق الأداة فى قياس ما أعدت لقياسه وتحقيقها الهدف من إعدادها، بالإضافة إلى عمل اختبار قبلي (Pre-Test) على 10% بواقع 40 مفردة من أفراد العينة البالغة 400 مفردة، بغرض التأكد من وضوح الاستمارة لغوياً ومضموناً، والتأكد من قدرة المبحوثين على فهمها بشكل واضح، ثم تم إعدادها فى شكلها النهائي، وقد تم اختبار صدق المبحوثين من خلال إضافة بعض الأسئلة التي تؤكد على صدقهم، وللتأكد من ثبات بيانات

الاستمارة تم إعادة ملؤها بواسطة 10% من المبحوثين بواقع 40 مفردة، ممن تمكنت الباحثة من الوصول إليهم مرةً أخرى بعد أسبوعين لإعادة ملء الاستمارات، وبلغت قيمة معامل الثبات (89%) وهي قيمة دالة تشير إلى صلاحية الأداة في قياس ما أعدت لقياسه.

### مصطلحات الدراسة:

#### 1 - البرامج الكوميدية السياسية:

البرنامج الكوميدى السياسى "هو برنامج تليفزيونى يقوم بالتركيز على تغطية القضايا الراهنة بطريقة فكاهية، كما يقوم بالكشف عن التناقضات بين الرموز السياسية فى الدولة". (Cao & Brewer 2008)

2 - الإدراك: "هو الخبرة الحسية التي اكتسبت معنى معين أو دلالة خاصة، فهو يتحقق حينما يستطيع المرء أن يفهم طبيعة العلاقات بين الأشياء بعد أن كان لا يعرف شيئاً عنها، ويشغل الإدراك مكاناً وسطاً بين السلوك البسيط والمركب أو بين ما يطلق عليه أحياناً الوظائف العليا أو الدنيا". (محمد، 2006، ص 297).

3 - الشباب: "هى فترة انتقالية من مرحلة الطفولة المستقلة إلى مرحلة البلوغ والوعى المترابط بكوننا أعضاء فى المجتمع وهى مرحلة متغيرة مقارنة بالفئات الأخرى الثابتة، وغالباً ما يشير هذا التعبير إلى الشخص الذى قد بدأ عمله الأول فى حياته، وتبدأ من سن 15-24 سنة".\*

#### القضايا السياسية:

أ- القضية: حكم عام بوجود علاقة بين مجموعة وقائع، ويستخدم هذا المصطلح فى علم الاجتماع للإشارة إلى فرض سبق أن أكده ولكنه لا يكون ملائماً كقانون علمى ولذلك يشير إلى التعميمات التي تنطوى عليها النظريات بوصفها قضايا مع أن هناك مؤلفين يستخدمون هذا المصطلح كمرادف للفرض.

ب- السياسة: مصطلح يشير إلى العمليات التي ينطوى عليها السلوك الإنسانى والتي يتم عن طريقها إنهاء حالة الصراع الدائم بين الخير العام ومصالح الجماعات وغالباً ما يتضمن ذلك استخدام القوة أو أية صورة من صور الكفاح، وقد يقتصر استخدام هذا المصطلح على الإشارة إلى العمليات التي تظهر داخل نظام الدولة. (غيث، 2006، ص 326، 309).

#### الإطار النظري:

##### أ - نظرية التماس المعلومات:

تعتبر نظرية التماس المعلومات من نظريات التأثير المعتدل (طويل المدى)

لوسائل الإعلام، والتي ظهرت أواخر الستينات وبداية السبعينات، وكان السبب فى ظهور النظريات الحديثة هو الاعتراف بدور الجمهور الفعّال وتفاعله مع الرسالة الإعلامية؛ حيث ترى هذه النظريات أن الفرد جزء من المجتمع لا يتأثر أفراده بصورة متساوية، ولم تعترف هذه النظريات الحديثة بنموذج التركيز على مبدأ (من مرسل إلى مستقبل)، بل رأت أن تأثير الرسالة الإعلامية يجب أن يكون باتجاهين (من المرسل إلى المستقبل، ومن المستقبل إلى المرسل (عبير، 2013، ص100) ؛ فنظرية التماس المعلومات تركز فى الأساس على سلوك الفرد (متلقى الرسالة) فى حصوله على المعلومة عبر وسائل الإعلام، والمقصود بالتماس المعلومات هو (الانتقائية)؛ أى أن الأفراد المتلقين المعلومة عبر وسائل الإعلام يقومون بانتقاء ما يريدون من المعلومات حسب احتياجاتهم وبما يتوافق مع أفكارهم ويدعم مواقفهم. (الرحباني، 2013، ص100).

ولكن يمكن أن نشير إلى هذا المصطلح بوصفه عملية تتكون من الإدراك وتحديد واختيار مصدر لاستقاء المعلومات منه حول القضايا المختلفة، والذي سيقوم بإرضاء حاجتنا للمعلومات، (Edward, 2000, p.13) ، فقد جاءت هذه النظرية متأثرة بأعمال (ويسلى وزميله بارو (Wesly & Barrow) 1959 وبالأعمال التى ركزت على الجوانب الانتقائية للتعرض، وقد حاولت دراسات عديدة اختبار الفرضية القائلة: بأن التعرض الانتقائى للناس يجعلهم يختارون معلومات تتفق مع مواقفهم الحالية. (أبو إصبع، 1995، ص75).

وتركزت نظرية (التماس المعلومات (Information Seeking Theory) على سلوك الفرد فى بحثه عن المعلومات من مصادر مختلفة والتعرف على العوامل التى تؤثر فى هذا السلوك؛ وبالتالي فإن هذه النظرية تستهدف متلقى الإتصال بدلاً من القائم بالإتصال، وتسعى هذه النظرية إلى اختبار الفرض الرئيسى التالى ( إن تعرض الأفراد الانتقائى للرسائل الإعلامية يجعلهم يختارون المعلومات التى تؤيد اتجاهاتهم الراهنة). (مكاوي، السيد، 2014، ص398، 397).

#### العوامل المؤثرة فى عملية التماس المعلومات:

هناك العديد من العوامل التى تؤثر فى عملية التماس المعلومات أهمها: (Edward, 2000, p.13)

1- إدراك الجمهور للمصدر أو الوسيلة التى يستقى منها المعلومات.

2- درجة ثقة الجمهور فى هذا المصدر.

3- كيفية استخدام هذه المعلومات.

4-التقييم النهائي للمعلومات ودرجة رضا الجمهور عنها فى إطار إشباع حاجته المعرفية.

حيث يفترض نموذج الالتماس وجود حوافز أو جهات تؤدي إلى سعي الفرد للحصول على معلومات لمواجهة مشكلة ما، أو مقارنتها بما لديه من قيم ومعارف سابقة، بهدف القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة.(مجلة بحوث الرأي العام،2006،ص62).

### مراحل عملية التماس المعلومات:

تتم عملية التماس المعلومات خلال مراحل أساسية لتلبي إحتياجات الجمهور، وقد لخص بعض الباحثين هذه العملية إلى ثلاثة مراحل رئيسية وهى:

1 - الحاجة إلى المعلومات.

2 - التماس المعلومات.

3 - استخدام المعلومات(Loeber and Cristeam,2003,p.46)

ومن ضمن النقد الموجه لهذه النظرية هو أنها عملية معقدة قد تتحقق هذه العملية وتنجح من أول خطوة أو سلوك يتخذه الفرد وقد تحتاج إلى عدة خطوات وقد لا تكتمل على الإطلاق إذا كانت النتائج غير مرضية بالنسبة للفرد أو تحتاج إلى إعادة صياغة مرة أخرى، وإذا كانت مازالت هناك حاجة للمعلومات فيجب اتخاذ خطوات أخرى جديدة، وقد تنقطع هذه العملية فى أى وقت إذا أحس الفرد بأنه لا توجد طريقة للمضى قدماً وتحقيق أهدافه التى يسعى إليها. (Byström & Järvelin, 1995, p.8)

وتم توظيف نظرية التماس المعلومات خلال هذا البحث كإطاراً نظرياً ملائماً بهدف التعرف على عملية التماس المبحوثين للمعلومات حول القضايا السياسية من خلال البرامج الكوميديا السياسية، كذلك دوافع مشاهدتهم لهذه البرامج عن طريق "التعرض الانتقائي" لهذه النوعية البرمجية، ومدى استفادتهم من مشاهدة هذه البرامج فى سد النقص المعلوماتى لديهم حول القضايا السياسية المختلفة، وكذلك مدى رضائهم عنها بشكل عام.

### ب - فن الكوميديا:

الكوميديا تعنى المرح الصاخب Komos ومشتقة من Komoidia وهى الكلمة المستخدمة فى الاحتفال بالإله ديونوسوس(ياسين ،2010،ص100)، وتعتبر الكوميديا من الجوانب المميزة للسلوك الإنسانى، وهى رسالة اجتماعية مقصود منها إنتاج الضحك أو الابتسام، ومثلها مثل أى رسالة اجتماعية أخرى تحقق الكوميديا بعض الأهداف أو الوظائف، وتستخدم بعض الأساليب وتكون لها بنيتها الخاصة، ولقد أصبحت هناك العديد من القنوات الفضائية المخصصة بشكل كامل للضحك،

وظهرت مواقع عديدة عربية وعالمية على الإنترنت مخصصة للفكاهة والضحك، وتعتبر "الكوميديا" ظاهرة محلية وعالمية أيضاً، ولها دور مهم فى البرامج الإعلامية الترفيهية أيضاً، كذلك لها علاقة ( بالسلوك السياسي) وبالإبداع والتذوق الفنى(عبد الحميد، 2003، ص 10، 7).

ونشأة الكوميديا كانت نشأة ارتجالية اهتمت ببحث العلاقة بين المحاكاة وبين الطبيعة الإنسانية فى المجتمع، كانت البداية عند أرسطو عندما وضع كتابه "فن الشعر"، حيث كانت الكوميديا عبارة عن شكل درامى لم يكن قد اتضحت معالمه.(عواض، 2002، ص 5).

وقد رأى أرسطو وجود ثلاثة أنواع من الكوميديا هى:

1- الكوميديا القديمة: وهى التي تتباعد أو تسرف في عرض الأشياء المضحكة (كما كان يفعل المهرج فى المسرح).

2- الكوميديا الجديدة: وهى التي تميل إلى التخلي عن تلك النزعة التهريجية الموجودة فى الكوميديا القديمة، وتنتج أكثر نحو كل ما هو رفيع أو عظيم أو مهم، على أن يتخلل ذلك بعض النكات والضحكات.

3- الكوميديا الوسيطة: وهى التي تتوسط النوعين السابقين، وتحدث مزيجاً بينهما، وهى أفضل أنواع الكوميديا فى رأي أرسطو؛ حيث يتفق النوع الأخير من الكوميديا مع فكرته الأساسية حول ما ينبغي أن يكون عليه سلوك الإنسان عموماً من ضرورة الالتزام بالوسطية أو حد الاعتدال.(عبد الحميد، 2003، ص 52).

#### أهم وظائف الكوميديا:

1 - التخفيف من وطأة القيود الاجتماعية: فالكوميديا تعتبر صمام أمان للتعبير عن الأفكار المرتبطة بجوانب ترتبط أكثر من غيرها بالقيود الاجتماعية؛ فهى تعمل على تصريف بعض الطاقات التي لو تراكمت لدى الأفراد لأصبحت ذات فعالية سلبية فى المجتمعات المختلفة.(عبد الحميد، 2003، ص 52).

2 - النقد الاجتماعى: فالهزاء الساخر هو شكل من أشكال الكوميديا، ومن خلاله يتم السخرية أو التقليل من شأن المؤسسات الاجتماعية و السياسية وكذلك من الأفراد المشاهير المرتبطين بهذه المؤسسات.(ويلسون، عبد الحميد، عناني، 2000، ص 250).

3 - ترسيخ عضوية الفرد فى الجماعة: الابتسامة هى أول أشكال السلوك الضاحك، ويرتبط الابتسام والضحك بالإستمتاع مع الآخرين وبوجودهم، فالضحك سلوك زاهر بالقيم والمعايير والسلوكيات الاجتماعية.(عبد الحميد، 2003، ص 39).

4 - أسلوب لمواجهة الخوف والقلق: فالضحك يجعلنا نتغلب على المواقف المرعبة والمخاوف المقلقة، فهو يعنى أننا نسيطر على المواقف ونعلو عليها ونتجاوزها، ولعل هذا ما يفسر كثرة النكات والتعليقات المرححة التي تدور حول المرض، الكوارث، والموت.(عبد الحميد، 2003، ص 39).

إن الكوميديا لا تستخدم فقط للتعبير عن الأخطاء السائدة في المجتمع أو الترفيه عن الجمهور، ولكن يمكن استخدامها بشكل فعال في السياسة؛ فقد تكون سبب في قيام الثورات في بعض الدول بالإضافة إلى أنها تعتبر شكل من أشكال الإتصال السياسي الذي يستخدم في مجال السياسة لتحفيز الجمهور على اتخاذ قرار ما أو دفعه للقيام بسلوك معين في إطار هدف سياسي. (Friedman, 2009, p.18)، وبدأت "الكوميديا السياسية" في الظهور بشكل واضح منذ عام 2008، ولكن كان هناك تحفظ في تقديم هذا النوع من الكوميديا؛ حيث لم يستطع مقدمين هذا النوع أن يقوموا بالإساءة بشكل واضح إلى السياسيين أو الرموز السياسية في الدولة، أو التعليق بشكل صريح على الأوضاع السياسية الخاطئة في المجتمع. (Sturges, 2010, p.6)

### ج- البرامج الكوميدية السياسية:

منذ عدة سنوات ظهرت برامج عديدة تمثل نموذج للإعلام الكوميدي السياسي في العالم، ومن أمثلة هذه البرامج (The Daily show, Saturday night live, The Colbert Report) ذا ديلي شو، وساتر داى نايت لايف، وكولبرت ريبورت)، وقد ازدادت أهمية هذه البرامج خلال الحملات الانتخابية، وبمرور الوقت اتضح تأثيرها على اتجاهات و سلوك الجمهور (Waisanen, 2012)، ولا تعتبر هذه البرامج مجرد شكل إعلامي جديد يتم من خلاله مناقشة الموضوعات والقضايا السياسية بأسلوب كوميدي، ولكنها تعتبر شكل أساسي من أشكال الإتصال السياسي، وتقوم بدور فعال في مشاركة الجمهور في الحياة السياسية خاصة فئة الشباب معتمدة في ذلك على (النكت السياسية، أساليب التورية، والقصص المضحكة). (Abolawafi, 2013, p.13)

وتم إجراء العديد من البحوث في مجال الإتصال السياسي والبرامج الإخبارية التقليدية على مدار العقود الماضية؛ لكن منذ بداية التسعينات اتجهت معظم الدراسات الحديثة إلى دراسة الكوميديا السياسية بأشكالها المختلفة التي يتم تقديمها في التلفزيون. (Holbert and Lambe and Dudo and Carlton 2007, p.22)، وقد أكدت الأبحاث السابقة على وجود علاقة ارتباطية بين التعرض لمحتوى البرامج الكوميدية السياسية و زيادة اهتمام الجمهور بالقضايا السياسية، و زيادة مشاهدته للأخبار السياسية بشكل عام. (Becker, 2013, p.2).

### أهمية البرامج الكوميدية السياسية:

1 - تقوم بالتأثير على إدراك الجمهور للمعلومات السياسية ووسائل الإتصال السياسي.

(Holbert and Lambe and Dudo and Carlton, 2007, p.32).

- 2 - تشجع المواطنين على المشاركة في الحياة السياسيّة بكافة أشكالها (المناقشات السياسيّة، التصويت في الانتخابات، نقد الأوضاع السياسيّة).
- (Holbert and Lambe and Dudo and Carlton, 2007, p.32)**
- 3 - توفر للجمهور سهولة الاطلاع على تفاصيل القضايا السياسيّة بشكل جذاب.
- (Xenos and Becker, 2009, p.325)**
- 4 - تعمل على التخفيف من ضغوط الحياة من خلال الضحك والترفيه.
- ويقوم عنصر (الإدراك) بدور كبير في عملية تفسير الجمهور للكوميديا السياسيّة التي يشاهدها بكافة أشكالها سواء من خلال البرامج الكوميديّة السياسيّة أو الرسوم المتحركة أو الأفلام السياسيّة أو العروض الكوميديّة أو الأفلام الكارتونية السياسيّة، فيجب التأكيد على أن هذه الرسائل السياسيّة تؤثر على الجمهور بطرق كثيرة ومختلفة يقوم الإدراك فيها بدور فعّال للغاية **(Lamarre and Landreville and Beam, 2009, p.226)**.
- ومن أمثلة البرامج الكوميديّة السياسيّة التي تم تقديمها في مصر ( بنى آدم شو، حكومة شو، البرنامج، مطلوب رئيس، تكنوقراط، زلطة شو، الليلة مع هاني، الوش الثاني، بيجامة وشعب وصورة رئيس، عرض كبير، أبلة فاهيتا،...).
- وترجع أهمية الدور الذي تقوم به البرامج الكوميديّة السياسيّة في الحياة السياسيّة إلى عدة أسباب منها: زيادة عدد المتابعين لهذه البرامج، وثقة المتلقين في صدق ما تقدمه من معلومات، وكذلك سعيها الدائم لجذب المتلقين و زيادة أعدادهم، بالإضافة إلى الكم الكبير من الرسائل الإعلامية التي تنبثها هذه البرامج يجعل المواطن غير قادر على إدراك حقيقة المواقف إلا من خلال الرؤية التي تقدمها له هذه البرامج. (راشد، 2014، ص73).

### النتائج العامّة للبحث:

سوف يتم عرض نتائج الدراسة الميدانيّة من خلال عدة محاور تتمثل فيما يلي:

#### 1 - كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميديّة السياسيّة:

- أ - ارتفاع كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميديّة السياسيّة بشكل عام مع وجود اختلافات بينهم في نسب المشاهدة؛ حيث أوضح ( 60% ) من المبحوثين أنهم يشاهدون هذه البرامج ( أحياناً )، و(29%) يشاهدونها (دائماً)، و(11%) يشاهدونها ( نادراً )، وهذا يدل على حرص المبحوثين على مشاهدة هذه النوعية البراميّة وإن اختلفت نسب المشاهدة، ويرجع حرص الشباب على مشاهدة هذه البرامج لعدة أسباب من وجهة نظر الباحثة ووفقاً للدراسات الأجنبيّة السابقة منها: أن هذه البرامج تتناول القضايا السياسيّة بشكل جديد وجذاب يتميز بالجرأة في العرض والتقديم، وأنها تركز على الأخطاء الموجودة في المجتمع، بالإضافة

إلى مساهمتها في التخفيف من ضغوط الحياة، ولاحظت الباحثة أن هذه البرامج منذ ظهورها أثارت انتباه عدد كبير من أفراد المجتمع.  
ب - أكثر من نصف العينة لديها الرغبة في مشاهدة هذه البرامج الكوميدية السياسية أكثر من مرة أسبوعياً مما يوضح الدور الذي تقوم به هذه البرامج في جذب انتباه المشاهدين وما تحتويه من عناصر وأساليب تجعل المبحوثين لديهم ميل في مشاهدتها أكثر من مرة أسبوعياً، فيما أوضح (39%) من المبحوثين اكتفائهم بمشاهدة هذه البرامج مرة واحدة أسبوعياً فقط.

## 2- دوافع مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية:

أ - جاءت الدوافع النفعية في المرتبة الأولى من حيث أسباب المشاهدة حيث أوضح المبحوثين أن أكثر أسباب مشاهدة هذه البرامج بسبب أنها تضحكهم؛ مما يدل على أهمية استخدام عنصر الكوميديا في البرامج المختلفة لتوصيل رسائل محددة للجمهور، وجاءت الدوافع الطقوسية في المركز الثاني وأشارت إليها بعض العبارات بسبب أن وقت عرضها يتناسب أجازة المبحوثين، ونجد أيضاً أن يوم إذاعة هذه البرامج غالباً ما يكون يوم عطلة رسمية (يوم الجمعة)، وبالتالي يتناسب عرضها مع عدد من المبحوثين.

## 3 - أكثر البرامج الكوميدية السياسية التي يتابعها المبحوثين:

أ - جاء برنامج "البرنامج" الذي يقدمه "باسم يوسف" على قناة (مصر Mbc) في مقدمة البرامج التي يتابعها المبحوثين بانتظام ومشاهدة جميع مواسم البرنامج بدءاً من عام 2011 حتى 2014، وترى الباحثة سبب ذلك يرجع إلى عناصر الجذب التي يعتمد عليها هذا البرنامج خلال حلقاته والتي تتسم بالإبداع والابتكار، كذلك استخدامه للعناصر المرئية و السمعية ووجود فريق عمل كبير معه، و تقديم استعراضات غنائية و فقرات تمثيلية جديدة ومبتكرة، وجاء برنامج "بنى آدم شو" في المركز الثاني والذي يقدمه "أحمد آدم" على قناة الحياة (1)، ويعتبر هذا البرنامج الأكثر في تقديم عدة مواسم متتالية بلغ عددها 6 مواسم من عام 2009 حتى 2015، وجاء برنامج "الليلة مع هاني" الذي يقدمه "هاني رمزي" على قناة (مصر Mbc) في المركز الثالث، ثم برنامج "حكومة شو" في المركز الرابع والذي يقدمه "محمود عزب" على قناة (نايل كوميدي) ونلاحظ أن المبحوثين لديهم ميل وانجذاب لرؤية هذه البرامج المختلفة لما تمثله من شكل برامجي جديد لمناقشة القضايا السياسية.

## 4 - درجة ضحك المبحوثين عند مشاهدة البرامج الكوميدية السياسية:

أ - أوضح ( 50.5%) من المبحوثين أن هذه البرامج الكوميديّة السياسيّة تضحكهم بشدة عند مشاهدتها، و(46%) تضحكهم بدرجة ما، و(3.5%) لا تضحكهم على الإطلاق؛ وهذا يوضح أهمية استخدام عنصر الضحك في هذه البرامج بشكل رئيسي حيث يقوم بتوصيل الأفكار و الآراء بأسلوب كوميدي إلى الجمهور، وقد يكون إحساس البعض الآخر من المبحوثين بالسلبيات الموجودة في المجتمع هي التي تولد الشعور لديهم بعدم الضحك.

ب - وقد أوضحت نتائج الدراسة أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين متغير السن ودرجة الضحك عند مشاهدة البرامج الكوميديّة السياسيّة من خلال ما يلي:

### جدول رقم(2)

العلاقة بين سن المبحوث ودرجة الضحك عند مشاهدة البرامج الكوميديّة السياسيّة

| الإجمالي   |            | من 25 إلى 30 |           | من 18 إلى 24 |            | درجة الضحك            |
|------------|------------|--------------|-----------|--------------|------------|-----------------------|
| %          | ك          | %            | ك         | %            | ك          |                       |
| 50.5       | 202        | 50.7         | 34        | 50.5         | 168        | تضحكني بشدة           |
| 46         | 184        | 49.3         | 33        | 45.3         | 151        | تضحكني بدرجة ما       |
| 3.5        | 14         | صفر          | صفر       | 4.2          | 14         | لا تضحكني على الإطلاق |
| <b>100</b> | <b>400</b> | <b>100</b>   | <b>67</b> | <b>100</b>   | <b>333</b> | <b>الإجمالي=</b>      |

( كا 2 = 3.003 ، درجة الحرية = 2 ، مستوى المعنوية = 0.223 )

حيث يتضح عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين السن ودرجة الضحك عند مشاهدة البرامج الكوميديّة السياسيّة لأن قيمة كا 2 = 3.003 ، ودرجة الحرية = 2، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى 0.223 ؛ حيث نجد أن هذه البرامج تعمل على إضحاك الجمهور من خلال طريقة تناولها للقضايا المختلفة ومحاولة إضحاك كل الفئات العمرية ولذلك لا يوجد تأثير لمتغير السن على درجة الضحك عند مشاهدة هذه البرامج.

ج- أوضح أغلبية المبحوثين بنسبة (74.3%) أن الفواصل الإعلانية تؤثر على متابعتهم للضحك مرة أخرى في هذه البرامج، بينما أوضح (25.8%) منهم أنها لا تؤثر عليهم؛ وهذه تعتبر نقطة هامة لأن تأثير الضحك والكوميديا قد ينخفض عند الجمهور نتيجة وجود الفواصل الإعلانية، وقد يزداد التأثير بهذه البرامج في حالة عدم وجود أيًا من هذه الفواصل الإعلانية.

5 - إدراك المبحوثين للقضايا السياسيّة من خلال البرامج الكوميديّة السياسيّة:

- أ - جاءت التأثيرات المعرفية لتلك البرامج على المبحوثين في المركز الأول و قد أشارت عليها بعض العبارات مثل (شجعتني هذه البرامج في معرفة القضايا السياسية التي لم أكن أعرفها من قبل، وساعدتني البرامج الكوميدية السياسية في معرفة أهم الأخطاء والسلبيات الموجودة في المجتمع،..)، وجاءت التأثيرات السلوكية في المركز الثاني وأشارت إليها بعض العبارات مثل (قمت بتغيير اتجاهي نحو أحد المرشحين للرئاسة في الانتخابات الرئاسية بعد مشاهدة هذه البرامج الكوميدية السياسية،..) وجاءت التأثيرات السلوكية في المركز الثالث.
- ب - وترى الباحثة أن هذه البرامج تقوم بدور معرفي في المقام الأول حيث تستهدف تنمية وعي المبحوثين بالقضايا والأوضاع السياسية وتعريفه بأهم الأخطاء والسلبيات الموجودة في المجتمع ليكون على دراية بها، ثم تعمل على تغيير آرائه و اتجاهاته و دفعه لاتخاذ سلوكيات محددة، وهذا ما أكدته النتيجة السابقة.
- ج- أظهرت النتائج أن أغلبية المبحوثين قاموا بالفعل بتغيير آرائهم تجاه شخصيات و قضايا سياسية بعد مشاهدة هذه البرامج الكوميدية السياسية،(70.8%)، وهذا يعطى لنا مؤشراً واضحاً على أن وظيفة هذه البرامج تتخطى مجرد الضحك والكوميديا بل تهدف في كثير من الأحيان إلى تغيير اتجاهات وسلوك الجمهور نحو القضايا المختلفة بطريقة تتماشى مع وجهة نظر هذه البرامج.
- د- يعتقد أغلبية المبحوثين أن مقدم البرنامج له تأثير على إدراكهم الشخصي للقضايا السياسية بنسبة (82.5%)، و(17.5%) لا يعتقدون ذلك، وهذه النتيجة توضح لنا أهمية الدور الذي يمكن أن يقوم به مقدم البرنامج في التأثير على آراء واتجاهات الجمهور بل وتغيير أفكاره وسلوكياته أحياناً، وهذا من نلاحظه في هذه البرامج من خلال الاختيار الدقيق لمقدم البرنامج وفق مواصفات محددة.

### جدول رقم (3)

العلاقة بين المستوى التعليمي للمبحوث و درجة الاهتمام بالقضايا والموضوعات السياسية التي تقدمها البرامج الكوميدية السياسية

| المستوى التعليمي |     |             |    |      |     |       |     | درجة اهتمام المبحوثين بالقضايا السياسية |
|------------------|-----|-------------|----|------|-----|-------|-----|---|
| الإجمالي         |     | دراسات عليا |    | عالي |     | متوسط |     |   |
| %                | ك   | %           | ك  | %    | ك   | %     | ك   |   |
| 43.5             | 174 | 47.7        | 21 | 43.9 | 112 | 40.6  | 41  | دائماً                                  |
| 53.5             | 214 | 50          | 22 | 52.2 | 133 | 58.4  | 59  | أحياناً                                 |
| 3                | 12  | 2.3         | 1  | 3.9  | 10  | 1     | 1   | لا                                      |
| 100              | 400 | 100         | 44 | 100  | 255 | 100   | 101 | الإجمالي=                               |

يتضح عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين المستوى التعليمي ودرجة الاهتمام

بالقضايا والموضوعات السياسية التى تقدمها البرامج الكوميدية السياسية لأن قيمة كا  $2 = 3.190$  ودرجة الحرية  $= 4$  وهذه القيمة تعتبر غير دالة إحصائياً عند مستوى  $0.527$  وترى الباحثة أن مشاهدين هذه البرامج باختلاف مستوياتهم التعليمية لديهم بالفعل درجة من الاهتمام بما تقدمه هذه البرامج من قضايا وموضوعات سياسية نتيجة طريقة معالجتها لتلك القضايا واستخدامها لآليات الكوميديا المختلفة كذلك عناصر الجذب المستخدمة، كل ذلك من شأنه أن يؤدي إلى اهتمام المبحوثين بالقضايا المقدمة خلال هذه البرامج، ولا يوجد تأثير لمتغير مستوى التعليم على هذا الاهتمام من جانب المبحوثين.

## 6- رضاء المبحوثين عن طريقة معالجة القضايا السياسية بأسلوب كوميدى من خلال البرامج الكوميدية السياسية:

أ - (44%) من المبحوثين يشعرون بمزيج من السعادة والحزن بعد إنتهاء الحلقة من برنامجهم المفضل، مما يعطى لنا مؤشراً هاماً على أن المبحوثين لا يكون هدفهم هو الترفيه فقط، ولكن نتيجة مشاهدتهم للأخطاء والسلبيات الموجودة فى المجتمع جعل نسبة كبيرة من المبحوثين لديهم هذا الشعور الممتزج بالسعادة والحزن، وأوضح (30.5%) منهم بأنهم يشعروا بالسعادة والضحك، و(16%) منهم بأنهم لا يشعرون بأي شيء بعد إنتهاء الحلقة من برنامجهم المفضل، و(9.5%) يشعروا بالحزن والاكتئاب نتيجة التركيز على السلبيات و الأزمات والمشكلات التى يمر بها المجتمع المصري دون الحديث عن أي إيجابيات فى المجتمع وهذا الذى يولد هذا الشعور لديهم.

ب - أغلبية المبحوثين راضيين إلى حد ما عن طريقة معالجة القضايا السياسية بأسلوب كوميدى من خلال هذه البرامج الكوميدية السياسية وذلك بنسبة (66.8%)، وأن (23.5%) منهم راضيين تماماً عن هذه الطريقة، و(9.8%) غير راضيين عنها. وترى الباحثة سبب ذلك يرجع إلى إعجابهم بهذه البرامج وطريقة معالجتها للقضايا لكن أحياناً يتخللها العديد من السلبيات مثل وجود ألفاظ لغوية غير أخلاقية أو وجود إهزاءات جنسية، وبالتالي يتولد لديهم قدر معين من الرضاء عن طريقة تناول القضايا السياسية بهذا الأسلوب خلال تلك البرامج الكوميدية السياسية.

### نتائج اختبار فروض الدراسة:

1 - الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية، وإدراكهم للقضايا السياسية بشكل عام من خلال: (التأثيرات المعرفية، الوجدانية، السلوكية).

ولاختبار صحة الفرض، قامت الباحثة بإجراء اختبار "بيرسون" لدلالة العلاقة الارتباطية بين المتغيرات.

#### جدول رقم (4)

اختبار "بيرسون" لدلالة العلاقة الارتباطية بين كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية وإدراكهم للقضايا السياسية بشكل عام

| كثافة<br>المشاهدة | التأثيرات المعرفية   |                   | التأثيرات الوجدانية  |                   | التأثيرات السلوكية   |                   | إدراك القضايا السياسية |
|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|------------------------|
|                   | قيمة معامل<br>بيرسون | مستوى<br>المعنوية | قيمة معامل<br>بيرسون | مستوى<br>المعنوية | قيمة معامل<br>بيرسون | مستوى<br>المعنوية |                        |
|                   | 0.198                | 0.000             | 0.226                | 0.000             | 0.208                | 0.000             | 0.269                  |
|                   |                      |                   |                      |                   |                      |                   | 0.000                  |

تبين وجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية من خلال وإدراكهم للقضايا السياسية بشكل عام، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" (0.269) عند مستوى معنوية (0.000) وهو ما يؤكد أنه كلما ازدادت كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية ازداد إدراكهم للقضايا السياسية بشكل عام من خلال (التأثيرات المعرفية، الوجدانية، السلوكية). وبناء على ما سبق، تم قبول الفرض الأول القائل بوجود علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية، وإدراكهم للقضايا السياسية بشكل عام من خلال: (التأثيرات المعرفية، الوجدانية، السلوكية)؛ وترى الباحثة أن لتلك البرامج تأثير كبير على المبحوثين وعلى الشباب المصري أيضاً، حيث إنه كلما ازدادت كثافة مشاهدتهم لتلك البرامج ازداد مستوى معارفهم وإدراكهم للقضايا السياسية بالشكل الذي تقدمه تلك البرامج وبطريقة معالجتها لهذه القضايا بما فيها من إيجابيات وسلبيات، حيث يتأثر المبحوثين بشكل كبير بالشكل الذي تتناول به هذه البرامج القضايا والموضوعات السياسية، ويقوموا بتكوين آرائهم واتجاهاتهم بناء على ما تقدمه تلك البرامج.

2-الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية وإدراكهم للقضايا السياسية بشكل عام. ولاختبار صحة الفرض؛ قامت الباحثة بإجراء اختبار "بيرسون" لدلالة العلاقة الارتباطية بين المتغيرات.

#### جدول رقم (5)

اختبار "بيرسون" لدلالة العلاقة الارتباطية بين دوافع مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية وإدراكهم للقضايا السياسية

| إدراك القضايا السياسية |                      |
|------------------------|----------------------|
| مستوى المعنوية         | قيمة معامل<br>بيرسون |

دور البرامج الكوميدية السياسية المصرية فى تشكيل معرفة وإدراك الشباب المصري للقضايا السياسية

|                  |       |       |
|------------------|-------|-------|
| الدوافع الطقوسية | 0.159 | 0.001 |
| الدوافع النفعية  | 0.242 | 0.000 |

ن = 400

حيث يتضح وجود علاقة ارتباطية طردية بين دوافع مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية وإدراكهم للقضايا السياسية بشكل عام؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" عند الدوافع الطقوسية (0.159) عند مستوى معنوية (0.001) وبلغت قيمته عند الدوافع النفعية (0.242) عند مستوى معنوية (0.000) وهو ما يؤكد أنه كلما ازدادت الدوافع الطقوسية والنفعية للمبحوثين عند مشاهدة البرامج الكوميدية السياسية ازداد إدراكهم للقضايا السياسية بشكل عام. وبناء على ما سبق، تم قبول الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية وإدراكهم للقضايا السياسية بشكل عام؛ حيث خلص اختبار "بيرسون" إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغير دوافع مشاهدة وإدراك المبحوثين للقضايا السياسية بشكل عام.

3-الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية ودرجة اهتمامهم بالقضايا السياسية التى تقدمها هذه البرامج.

ولاختبار صحة الفرض، قامت الباحثة بإجراء اختبار "بيرسون" لدلالة العلاقة الارتباطية بين المتغيرات.

جدول رقم (6)

اختبار "بيرسون" لدلالة العلاقة الارتباطية بين معدل مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية و اهتمامهم بالقضايا السياسية المقدمة فى هذه البرامج

| اهتمام المبحوثين بالقضايا السياسية المقدمة فى هذه البرامج |                   | معدل المشاهدة |
|---|-------------------|---------------|
| مستوى المعنوية  | قيمة معامل بيرسون |               |
| 0.054   | 0.097             |               |

ن = 400

يتضح وجود علاقة ارتباطية طردية بين معدل مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميدية السياسية و اهتمامهم بالقضايا السياسية المقدمة فى هذه البرامج، حيث

بلغت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" (0.097) عند مستوى معنوية (0.054) وهو ما يؤكد أنه كلما ازدادت معدلات مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميديية السياسية ازدادت درجة اهتمامهم بالقضايا السياسية المقدمة من خلالها.

حيث ترى الباحثة أن هذه البرامج بما تتضمنه من عناصر مرئية وسمعية وأساليب جاذبة لانتباه المبحوثين وجرأتها في مناقشة القضايا السياسية بأسلوب جديد كل هذا يزيد من معدلات المبحوثين لمشاهدتها بشكل دائم، ويزيد بالتالي من درجة اهتمامهم بما تقدمه هذه البرامج من قضايا وموضوعات سياسية، وهذا ما أثبتته الفرض الثالث.

**وبناء على ما سبق، تم قبول الفرض الثالث القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل مشاهدة المبحوثين للبرامج الكوميديية السياسية ودرجة اهتمامهم بالقضايا السياسية التي تقدمها هذه البرامج؛ حيث خلص اختبار "بيرسون" إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغير معدل المشاهدة واهتمام المبحوثين بالقضايا السياسية المقدمة في هذه البرامج.**

#### **الخاتمة والتوصيات:**

اهتم هذا البحث بدراسة العلاقة بين مشاهدة الشباب المصري للبرامج الكوميديية السياسية وتشكيل ادراكه حول القضايا السياسية بشكل عام، وأسباب مشاهدته لهذه البرامج، والتماسه للمعلومات المقدمة من خلالها عن طريق التعرض الانتقائي لها، ووفقاً لاهتماماته واحتياجاته وهو ما يتفق مع فروض نظرية "التماس المعلومات"، وتوصلت نتائج البحث إلى وجود علاقة ارتباطية بين مشاهدة الشباب لهذه البرامج وتشكيل معارفه وادراكه للقضايا السياسية، ووجود تأثير لهذه البرامج على تشكيل اتجاهاته نحو القضايا والشخصيات السياسية، وأغلبية المبحوثين قاموا بتغيير آرائهم نحو عدد من القضايا بعد مشاهدة هذه البرامج، وهذا يوضح قدرة هذه البرامج على التأثير على اتجاهات وسلوكيات الجمهور؛ حيث أنها لم تعد مجرد وسيلة للضحك والترفيه، بل أصبحت هذه البرامج تمثل شكلاً برامجياً جديداً يتم تناول القضايا السياسية من خلاله بأسلوب جذاب ومختلف يجذب العديد من فئات المجتمع إليه.

لذلك توصي الباحثة بما يلي:

أ - ضرورة استخدام البرامج الكوميديية السياسية بأسلوب بناء يهدف إلى تنمية الدولة و المجتمع، واستخدام آليات الكوميديا المختلفة وعدم التركيز على أية واحدة مثل "السخرية".

ب - أهمية مناقشة الأسرة العربية ما ورد خلال هذه البرامج من قضايا وموضوعات سياسية مختلفة مع أبنائهم، وذلك لتنمية وعى الشباب بأهم القضايا التي تحدث في مجتمعهم، كذلك وتحفيزهم على التعبير عن آرائهم بحرية كاملة.

- ج- أهمية التحقق من القضايا والموضوعات السياسية التي وردت خلال هذه البرامج لمعرفة مدى صحتها ودقتها، لتكوين الآراء على قاعدة معلوماتية صحيحة، كذلك يجب عدم الاعتماد على مصدر واحد لالتماس المعلومات منه حول القضايا المختلفة، بل يجب التنوع فى المصادر التي ينسقي منها المعلومات السياسية.
- د- أهمية دراسة التأثيرات التي تحدثها هذه البرامج الكوميدية السياسية أثناء الأزمات السياسية أو الانتخابات وذلك لرصد أثرها على الجمهور وعلى تصويته وسلوكه الانتخابي.
- هـ- أهمية وجود دراسات عن القائم بالإتصال فى البرامج الكوميدية السياسية، فهذا من شأنه أن يعطى لنا نتائج هامة حول ظروف عمل القائمين على هذه البرامج والضغوطات والصعوبات التي يتعرضون لها.
- و- توصي الباحثة بضرورة إجراء دراسات عن البرامج الكوميدية السياسية المقدمة على الإنترنت وتأثيرها على مستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، واستخدامها للتكنولوجيا الحديثة.

## قائمة المصادر و المراجع:

### المراجع العربية:

- 1 - \_\_\_\_ (2006): "مجلة بحوث الرأي العام"، المجلد السابع، العدد الثاني.
- 2 - أبو إصبع، صالح، خليل (1995): "الإتصال والإعلام فى المجتمعات المعاصرة"، القاهرة، دار أرام للنشر والتوزيع.
- 3 - راشد، أحمد، حمدى (2014): "تعرض الشباب الجامعى للبرامج التليفزيونية الساخرة وعلاقته باتجاهاتهم نحو الموضوعات السياسية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.
- 4 - الرحبانى، عبير (2013): "الإعلام رسالة ومهنة"، الطبعة الأولى، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 5 - عبد الحميد، شاكر (2003) "الفكاهة والضحك- رؤية جديدة"، الكويت، عالم المعرفة.
- 6 - عواض، أحمد (2002): "توظيف الادوات الابداعية للمخرج فى الفيلم الكوميدي- دراسة تطبيقية على السينما المصرية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة، أكاديمية الفنون، المعهد العالى للسينما، قسم الإخراج).
- 7 - غيث، محمد، عاطف (2006): "قاموس علم الاجتماع"، القاهرة، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع.
- 8 - قطب، هبة، صلاح الدين (2014): "دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى إتجاهات الشباب الجامعى نحو بعض قضايا الإصلاح السياسى فى مصر عقب ثورة 25 يناير 2011"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.
- 9 - قطب، هبة، صلاح الدين (2014): "دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى إتجاهات الشباب الجامعى نحو بعض قضايا الإصلاح السياسى فى مصر عقب ثورة 25 يناير 2011"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.
- 10 - مكاوى، حسن، عماد، السيد، ليلي، حسين (2014): "الإتصال ونظرياته المعاصرة"، الطبعة الحادية عشر، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر.
- 11 - ويلسون، جلين، ترجمة: عبد الحميد، شاكر، عناني، محمد (2000): "سيكولوجية فنون الأداء"، القاهرة، عالم المعرفة.
- 12 - ياسين، مروة (2010): "المضمون اللغوي والقيمي بقناتي موجة كوميدى والنيل للكوميديا- دراسة تحليلية وميدانية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد السادس والثلاثون.

المراجع الأجنبيّة:

- 13- . Sadaf A (2011):” Public Perception of Media Role”, **International Journal of Humanities and Social Science**, Vol. 1 No. 5.
- 14- Abolawafi N (2013):"The role of political satirical TV programs during political crisis "English research, **Arab journal of media & communication research**, first issue, first year, April-May.
- 15- Ali A and , Karamat A and , Hassan A. S (2013):" Role of T.V Media Contents in Reshaping Perception of Educated Youth A Case Study of Gujarat Regarding T.V News and Current Affair", **Ph.D. IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS) Volume 16, Issue 5**
- 16- Ali A and Karamat A and Hassan S.A (2013):" Role of T.V Media Contents in Reshaping Perception of Educated Youth A Case Study of Gujarat Regarding T.V News and Current Affair", **Ph.D. IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS) Volume 16, Issue 5.**
- 17- Becker A. B (2013):" What About Those Interviews? The Impact of Exposure to Political Comedy and Cable News on Factual Recall and Anticipated Political Expression", **International Journal of Public Opinion Research** The Author 2013. Published by Oxford University Press on behalf of The World Association for Public Opinion Research.
- 18- Byström K, and Järvelin K (1995):"**Task Complexity Affects Information Seeking and Use**", Department of Information Studies University of Tampere.
- 19- Cammaerts B (2013):"**Youth Participation in Democratic Life**". EACin, Enterpris, London.
- 20- Cammaerts B (2013):” **Youth Participation in Democratic Life**". EACin, Enterprise, London.
- 21- Cao X, and Brewer P. R (2008):“political comedy shows and public participation in politics”, **International Journal of Public Opinion Research** (Volume 20, Issue1).
- 22- Edward M (2000):"Information need and Information seeking Patterns of Rural People in the Northern Province", **Ph.D,**

- Department of information study, Faculty of Arts at the Rand Afrikaans university, Jonesburg university.
- 23-Friedman S (2009):" Legitimizing A Discredited Art Form: The Changing Field Of British Comedy", **Edinburgh Working Papers in Sociology No. 39**, ISBN: 1-900522-73-X.
- 24-Hoffman L (2013):" Political Interviews: Examining Perceived Media Bias and Effects across TV Entertainment Formats", University of Delaware, **International Journal of Communication**, doi: 1932-8036/20130005.
- 25-Hoffman L (2013):" Political Interviews: Examining Perceived Media Bias and Effects across TV Entertainment Formats", University of Delaware, **International Journal of Communication**, doi: 1932-8036/20130005.
- 26-Holbert R. L., and Lambe J. L., and Dudo A. D., and Carlton K. A. (2007):"Primacy effects of The Daily Show and National TV News Viewing: Young Viewers, Political Gratifications, and Internal Political Self-Efficacy", **Journal of Broadcasting & Electronic Media** (Volume 51, Issue 1).
- 27-Lamarre H. L and Landreville K. D, and Beam M. A(2009):"The Irony Of Satire Political Ideology And The Motivation To See What You Want To See In The Colbert Report", **International Journal of Press/Politics**, Volume 14 Number 2.
- 28-Lee H (2012):"the Affective Effect of Late-Night Humor: The Indirect Influence of Late-Night Comedy Consumption on Political Engagement through Emotions," **Ph.D.** department of communication, University of Michigan.
- 29-Lee H (2012):"the Affective Effect of Late-Night Humor: The Indirect Influence of Late-Night Comedy Consumption on Political Engagement through Emotions,"**Ph.D.**, department of communication, University of Michigan.
- 30-Loeber S and Cristea A (2003)" A WWW Information Seeking Process Model", **Journal of Educational Technology & Society**, 6(3), Technische Universities Eindhoven P.O.Box 513, 5600 MB Eindhoven, The Netherlands.
- 31-Maudlyn N, N (2014):" Audience Perception of Africa Independent Television (AIT) Coverage Of Political News", **P.HD**, Research Project Submitted To The Department Of Mass

- Communication Faculty Of Management And Social Sciences  
Caritas University, Amorji-Nike, ENUGU.
- 32- Nadeem M and Akram S and Mehmaan A (2012):" Mimicking  
Media: Funny Means To Achieve Serious End", **IOSR Journal  
Of Humanities And Social Science**, (Volume 4, Issue 2, Dec).
- 33- Nadeem M, and Akram S and Mehmaan A (2012):" Mimicking  
Media: Funny Means To Achieve Serious End", **IOSR Journal  
Of Humanities And Social Science**, (Volume 4, Issue 2, Dec).
- 34- Nzeji and Maudlyn N (2014):" Audience Perception of Africa  
Independent Television (AIT) Coverage Of Political News",  
**P.HD**, Research Project Submitted To The Department Of Mass  
Communication Faculty of Management And Social Sciences  
Caritas University, Amorji- Nike, Enugu.
- 35- Sadaf A (2011):" Public Perception of Media Role" **International  
Journal of Humanities and Social Science**, Vol. 1 No. 5.
- 36- Steele K.A (2012):" laughter vs. Fear: the role of political humor  
in combating fear appeals", **M.A**, University of Delaware,  
department of Communication.
- 37- Sturges .P (2010):" Comedy as Freedom of Expression', Dept. of  
Information Science Southborough University, **Journal of  
Documentation** 66(2).
- 38- Waisanen D (2012):"**What of Comedy in Politics?**" Huff Post  
College, USA.
- 39- Xenos M. A and Becker A. B (2009)" Moments of Zen: Effects of  
The Daily Show on Information Seeking and Political Learning",  
**Journal of Political Communication**, 26:317-332,  
2009Copyright © Taylor & Francis Group, LLCISSN: 1058-  
4609print/1091-7675online, DOI: 10.1080/10584600903053569.
- مواقع الإنترنت:
- 40- [www.unesco.org](http://www.unesco.org). the United Nation Educational and Scientific  
Culture Organization (2012).

**\*\* أسماء السادة المحكمون:**

- 1 - أ.د/ سوزان القليني (رئيس قسم علوم الإتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة  
عين شمس).
- 2 - أ.د/ صلاح مذكور (أستاذ متفرغ بقسم علوم الإتصال والإعلام، كلية الآداب،  
جامعة عين شمس).

- 3 - أ.د/ طه صقر (أستاذ متفرغ بقسم الجغرافيا، كلية الآداب، جامعة عين شمس).
- 4 - أ.د/ عصام الدين حسن أبو العلا (رئيس قسم النقد بالمعهد العالي للفنون المسرحية، أكاديمية الفنون).
- 5 - أ.د/ عصام فرج (وكيل وزارة بالمجلس الأعلى للصحافة وأستاذ الاعلام بالجامعات المصرية).
- 6 - أ.د/ ماجي الحلوني (عميدة المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث).
- 7 - د/ حنان يوسف (أستاذ مساعد بقسم علوم الإتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس).
- 8 - د/ دينا يحي (أستاذ مساعد بقسم علوم الإتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس).
- 9 - د/ رشا قمحاوي (أستاذ مساعد بقسم علوم الإتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس).
- 10 - د/ عماد شلبي (متخصص في الإحصاء وتحليل البيانات).
- 11 - د/ مروة محمود جمال الدين (مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بالمعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث).
- 12 - د/ مي حمزة (مدرس بقسم علوم الإتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس).

---

\* The Definition of The United Nation Educational And Scientific Culture Organization (2012).retrieved from:[www.unesco.org](http://www.unesco.org) .