



مجلة جامعة بني وليد للعلوم الإنسانية والتطبيقية
Bani Waleed University Journal of Humanities and
Applied Sciences
تصدر عن - جامعة بني وليد - ليبيا
Website: <https://jhas-bwu.com/index.php/bwjhas/index>
المجلد التاسع - العدد الخامس - 2024 - الصفحات (112-130)



ISSN3005-3900

تأثير قراءة صحافة الكاريكاتير الالكترونية على الأساتذة الجامعيين

والقائم بالاتصال بدولة ليبيا

عبدالرحمن سليمان المجدوب *

قسم الإعلام ، كلية الآداب، جامعة بني وليد ، بني وليد ، ليبيا

abdalrhmanqad@bwu.edu.ly

**The impact of reading electronic cartoons on university professors and
those contacting the country of Libya**

Abdulrahman sulayman almajdob

Department of Media, Faculty of Arts, Bani Waleed University, Bani Walid, Libya

تاريخ النشر: 2024-12-01

تاريخ القبول: 2024-11-10

تاريخ الاستلام: 2024-10-17

الملخص:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح الإعلامي لعينة من الأساتذة الجامعيين والقائمين بالاتصال ، حيث بلغ حجم العينة (100) مفردة ، توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها : يعتبر النقد والسخرية والمبالغة من أهم الركائز التي يستعملها الكاريكاتير لتمثيل الجدية في طرح المواضيع، المنبثقة أساساً من المجتمع حيث يستعد الساخرون صورهم الجزئية من واقع مجتمعهم بل صوروا هذا الواقع في عدة مجالات صوروا الجوع والشجع والحرمان وأبرزوا واقع التحلل الخلقي والاجتماعي، واستفادت البرامج التلفزيونية الساخرة الحالية من التكنولوجيات الحديثة لوسائل الإعلام خاصة ما تتعلق باستخدام الصور المتحركة والموسيقى والغرافيك وغيرها وهذا ما ساعدها على الانتشار الواسع وتوصي الدراسة ضرورة القيام بإجراء دراسة شرائح المجتمع المختلفة وتبيان الآثار السلبية والإيجابية المترتبة على استخدام الأسلوب الساخر عبر صفحات الفيس بوك وذلك بهدف التقليل من السلبيات وتعظيم الإيجابيات.

الكلمات المفتاحية: : الإنترنت، الصحافة الإلكترونية، البرامج الساخرة، المسح الإعلامي الصور المتحركة.

Abstract:

This study is considered one of the descriptive studies that relied on the media survey method for a sample of university professors and communicators, where the sample size was (100) individuals. The study reached a set of results, the most important of which are: Criticism, sarcasm and exaggeration are considered among the most important pillars that caricatures use to convey seriousness in presenting topics. emanating mainly from society, where satirists prepare their partial images from the reality of their society. Rather, they depicted this reality in several areas.

They depicted hunger, deprivation, and deprivation, and highlighted the reality of moral and social decomposition. Current satirical television programs benefited from modern media technologies, especially those related to the use of moving images, music, graphics, etc., and this This helped it spread widely. The study recommends the necessity of conducting a study of the different segments of society and showing the negative and positive effects resulting from the use of sarcastic style on Facebook pages, with the aim of reducing the negatives and maximizing the positives.

Keywords: The Internet, electronic journalism, satirical programs, media surveys, motion pictures.

المقدمة:

تعتبر تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، ثورة أدخلت العالم حقبة جديدة من التواصل لم يسبق لها مثيل في انتقال المعلومات عبر الانترنت ، هذه التي تعد أهم تمثيلات التكنولوجيا، و منها تولدت مصطلحات جديدة أهمها الإعلام الجديد الذي فرض وتيرة جديدة في الاتصال، لينقل وسائل الإعلام التقليدية، من مرحلة البث و التلقي إلى مرحلة جديدة، تتمثل في تفاعل المستقبل مع المحتويات الإعلامية إلى المشاركة و التفاعل و حتى صنع المضامين الإعلامية، و من بين الوسائل الإعلامية التي و اكبت التطورات التكنولوجية نجد الصحافة المكتوبة حيث أنها مع ظهور الشبكة العنكبوتية اتخذت لها مكانا فيه فأصبح لها طريقة جديدة في الانتشار و التوزيع، تتمثل في النشر الإلكتروني الذي فتح لها سبلا جديدة للوصول إلى القارئ في كل مكان مخترقة بذلك حدود الزمان و المكان، و هذه الوسيلة تولدت منها وسيلة جديدة هي الصحافة الإلكترونية، التي استقادت من كل خصائص الانترنت، لتحتل مركز القوة وسط الزخم الكبير من المنافسة بين الوسائل الإعلامية المختلفة، و خلق نوعا جديدا من المنافسة بين نفس النوع، أي بين الصحافة الورقية و الصحافة الإلكترونية في مجال استقطاب الجماهير، خاصة من طرف الصحافة الإلكترونية التي تتميز بالكثير من الخصائص تجعلها تتفوق على الصحافة الورقية، و ربما تؤدي إلى إلغائها.

ويلعب وسائل الإعلام عموماً ومنها التلفزيون بشكل خاص دورا مهما في التصدي للكثير من القضايا السلبيّة التي تواجه الدولة و المجتمع على حد سواء من خلال الوقوف على هذه الحالات من خلال عدة أساليب تعتمد في تناولها لهذه لهذا أصبح الإعلام التلفزيوني سائدا و مسيطرا في آن واحدا على وسائل الإعلام و الجمهور معا مما دفع إلى الاهتمام بأنواع البرامج لاستقطاب أكبر عدد ممكن من المشاهدين، فتتوعدت بذلك البرامج و تعددت من حيث الشكل و المضمون، كل هذا ساعد في ظهور قالب جديد من الإعلام يعرف بـ "الإعلام الساخر" فهو من بين الأنواع الإعلامية وليد العصر الحديث على المستوى العالمي الغربي والعربي، لكن مما زاد من شهرة هذا النوع الإعلامي و اكتساحه الساحة الإعلامية حيث عرف رواجاً كبيراً خصوصا من طرف القنوات الخاصة التي جعلت منه منبرا لحرية الرأي و التعبير، فهو يعتبر بمثابة سلاح فتاك لكسر الطابوهات السياسية منها و الاجتماعية، فالإعلام الساخر جاء كنفذ للوضع و الواقع المعاش في الدولة، فأصبحت هذه القنوات تبث على الأقل برنامج واحد من هذا النوع لكشف بعض الشخصيات السامية في الدولة و أيضا بعض قضايا مهمة للمجتمع حيث تعتبر البرامج الساخرة فضاء لتنفييس من الأزمات

الاجتماعية (السكن، الفقر، البطالة، البيروقراطية... الخ.) وتجسيدا للواقع بسخرية وتهكم لتناول مختلف القضايا السياسية منها والاجتماعية، الاقتصادية وغيرها من القضايا التي تشغل الراي العام .
مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة هذا الدراسة في التعرف على الصحافة الإلكترونية وبرامجها الساخرة وكيف يكون تأثيرها الإعلامي على الجمهور؟
أهداف الدراسة:-

تهدف هذا الدراسة الى تحقيق الاهداف الاتية :-

- إبراز أهمية الصحافة الإلكترونية الساخرة كوسيلة إعلامية.
 - التعرف عن البرامج الإلكترونية الساخرة، وتأثيرها على الجمهور.
 - التعرف على أهم المواضيع التي مسها النشر من خلال صفحة الكاريكاتير الساخر.
- أهمية الدراسة:-**

- تبرز أهمية هذه الدراسة في كونها تسعى لتقديم صورة واضحة عن العلاقة التي تجمع بين السخرية والجدية في طرح المواضيع.
 - النمو الكبير لأعداد صفحات السخرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والذي جعل لها نشاط كبير على شبكة الإنترنت وعرضها لمختلف القضايا دون اي قيود وبمزيد من الحرية.
- نوع الدراسة ومنهجها :**

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح الإعلامي لعينة من الأساتذة الجامعيين والقائمين بالاتصال .
عينة الدراسة :

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على العينة المتاحة حيث بلغ حجم العينة (100) مفردة .

أداة جمع البيانات :

أعتمد الباحث في هذه الدراسة على أداة الاستبيان كأداة رئيسية للدراسة .

الدراسات السابقة:-

1. رامي علي الرجوب (2017): المقال الساخر في الصحافة الإلكترونية الأردنية "مقالات كامل نصيرات" (دراسة تحليلية)⁽¹⁾

تكمن مشكلة الدراسة بمحاور واتجاهات الصن حافة الإلكترونية ودرجات السخرية، كما ارتبطت إشكالية الدراسة بمجمل الإشكاليات الخاصة بتطور تحليل الرسائل والمضامين الإعلامية وأهمها عدم التوازن بين التحليل الكمي والكيفي في دراسات وبحوث تحليل مضمون الرسائل الإعلامية، وهيمنة التحليل الكمي على التقاليد العلمية والمنهجية في مجال بحوث ودراسات الإعلام على المستويين العالمي والعربي. اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي، وأسلوب تحليل المضمون بواسطة الاستمارة الخاصة بتحليل المضمون، وقد تم التحقق من صدق الأداة من خلال تعريف وحدات وفئات التحليل تعريفا دقيقا وعرض أداة التحليل على مجموعة من الخبراء لتحكيمها، وتم بإعادة تحليل جزء من عينة الدراسة بفارق زمني من أجل التحقق من ثبات الأداة. ويتمثل مجتمع الدراسة بالمقالات الساخرة المنشورة عبر شبكة الانترنت، وكانت عينة الدراسة 131 مقالا للكاتب كامل نصيرات لسنة 2016م. أسفرت الدراسة على مجموعة من النتائج كان

⁽¹⁾رامي علي الرجوب، المقال الساخر في الصحافة الإلكترونية الأردنية "مقالات كامل نصيرات"(دراسة تحليلية)، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، الأردن، 2017، على الرابط، <http://w.w.w.Me.u.edu.jo.com>، 08:45، 2023/11/1م

من أهمها ما يلي: أن معظم الموضوعات المطروحة كانت سياسية بالمقام الأول بنسبة 52%، وحازت السخرية السطحية على نسبة 64% من الاتجاه العام للسخرية في مقالات الكاتب، وكانت معظم استمالات الكاتب الوجدانية 57%، وتعكس أحداثا واقعية بنسبة 42%، ومعظم المقالات تستهدف عامة الجمهور بنسبة 65%، أما اتجاهات الكاتب فكانت سلبية متشائمة مجملا بنسبة 71%. نقد الدراسة: ارتبطت دراسة علي عبد الرؤوف الرجوب مع الدراسة الحالية في ما يلي: استخدام المنهج الوصفي، استخدام أسلوب تحليل المضمون، تحديد مشكلة الدراسة، في حين اختلفت هذه الدراسة المتمثلة في مقالات الكاتب كامل نصيرات المنشورة في الصحافة الالكترونية في حين الدراسة الحالية اختارت مجموعة من حلقات البرنامج هابط طالع بقناة النهار الجزائرية.

2. هنيذة أحمد أبو خليل (2015): توجه المضمون السياسي لبرنامج يوسف الساخر "البرنامج" خلال المدة من 23 تشرين الثاني 2012م إلى 25 تشرين الأول 2013م⁽¹⁾:

هي دراسة للباحثة هنيذة أحمد خليل حول "درجة توجه المضمون السياسي لبرنامج يوسف الساخر "البرنامج" خلال الفترة الممتدة من 23 تشرين الثاني 2012م إلى 25 تشرين الأول 2013م، تمثلت مشكلة الدراسة في درجة توجه المضمون السياسي لبرنامج الساخر المعنون ب"البرنامج"، وما إذا كانت هذا النوع من البرامج لها دور فعال في تغيير الواقع الموجود أم هي مجرد فقاعة أو ظاهره. نتائج الدراسة- أشارت الدراسة أن معظم المواضيع التي يؤديها باسم يوسف أكثر تكرارا خلال البرنامج بنسبة (42.1%)، فيما كانت المواضيع التي يعرضها في آخر البرنامج بنسبة (44.1%)، أما المواضيع التي يكون فيها محايد فكانت أعلى نسبة خلال البرنامج (37.6%). نقد الدراسة: اتفقت دراسة هنيذة أحمد خليل مع هذه الدراسة في النقاط التالية: كونها دراسة تحليلية، اختيار عينة الدراسة بشكل مناسب، استخدام أسلوب تحليل المضمون، واختلفت هذه الدراسة على الدراسة الحالية في طريقة المعالجة حيث ركزت دراسة هنيذة أحمد خليل تحليل المضامين السياسية الموجودة في برنامج باسم يوسف في حين تتناول قضايا تخص المجتمع الجزائري في البرنامج الساخر طالع هابط المبت في قناة النهار الجزائرية.

1. أحمد حمدي راشد عبد الواحد، و عربي عبد العزيز الطوخي، وعائدة محمد عوض المر (2014) الموضوعات السياسية كما تعكسها البرامج التلفزيونية الساخرة في القنوات الفضائية "دراسة تحليلية"⁽²⁾

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أبرز أساليب النقد الساخر وأهم القوالب الفنية المستخدمة في عرض الموضوعات داخل البرامج الساخرة، وطرق العرض المستخدمة في تقديم هذه البرامج، تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الاستطلاعية الرائدة لأساليب وصور النقد الساخر وأشكال وقوالب تقديم البرامج التلفزيونية الساخرة، يشمل مجتمع الدراسة التحليلية عينة من البرامج التلفزيونية الساخرة والمتمثلة في برنامج "البرنامج مع باسم يوسف" وبرنامج "بنى آدم شو" وبرنامج "الليلة مع هاني". نتائج الدراسة: إن التورية كانت من أكثر أساليب النقد الساخر استخداما في البرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة وذلك بنسبة 86.1% وتليها المبالغة بنسبة 77.8%، تهتم البرامج التلفزيونية الساخرة بالموضوعات السياسية بشكل كبير وذلك بنسبة 91.7%، تعتمد البرامج التلفزيونية الساخرة على المواد المرئية من الإنترنت بنسبة 44.4%

⁽¹⁾ هنيذة أحمد أبو خليل، درجة توجه المضمون السياسي لبرنامج باسم يوسف الساخر "البرنامج" خلال المدة من 23 تشرين الثاني 2012م إلى 25 تشرين الأول 2013م. رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، الأردن، 2015، على الرابط <http://w.w.Me.u.edu.jo>

⁽²⁾ أحمد حمدي راشد عبد الواحد، و عربي عبد العزيز الطوخي وعائدة محمد عوض المر الموضوعات السياسية كما تعكسها البرامج التلفزيونية الساخرة في القنوات الفضائية "دراسة تحليلية"، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة، العدد 35، يوليو 2014.

الإطار المعرفي للبحث الصحافة الإلكترونية الساخرة

تمهيد:

شهد القرن الماضي ثورة هائلة في مجال الاتصالات حيث مكنت هذه الثورة الأشخاص من الاتصال والتواصل، فقد زادت بين الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة وبين الوسائل التقليدية منها الصحافة المكتوبة، فأصبحت الإنترنت ليس فقط مجرد وسيلة للترفيه، بل باتت وسيلة مرادفة للعمل الإعلامي، ولا يمكن تجاهل دورها كوسيلة إعلامية، فقد غيرت هذه الوسيلة كثيرا في نماذج الاتصال حيث بات المتلقي مشاركا في العملية الإعلامية من خلال الصحافة الإلكترونية.

المبحث الأول: أهمية الإنترنت كوسيلة إعلامية

أحدثت تكنولوجيا الإنترنت تغييرات كبيرة في الأوساط الإعلامية، كغيرها من الاكتشافات السابقة في مجال الاتصالات والمعلومات، فدائما عند ظهور وسيلة إعلامية جديدة تخلق جدلا كبيرا حول إمكانية أقول الوسيلة التقليدية، ولكن الواقع أثبت العكس، أي أن الوسيلة الجديدة لا تلغي الوسيلة القديمة، لذلك فنحن نجد أن الخدمات المباشرة للإعلام ترتبط ارتباطا وثيقا بالإنترنت ودورها كوسيلة إعلام متعددة كوظائف مماثلة للتلفزيون إلا أنها تزيد عنه بخاصية التفاعلية، حيث أن مستخدميها لم يعد ذلك الملتقى السلبي للمادة الإعلامية المعروضة عليه بل أصبح بإمكانه التمازج واختيار ما يرغب فيه، من معلومات وكذلك طرح وجهات نظره أمام الآخرين⁽¹⁾ فالإنترنت تقدم خدمات متميزة لمستخدميها، حيث جعلت من الاتصال عبر البريد الإلكتروني ميزة و وسيلة اتصال بين مختلف مستخدمي الشبكة، لتشكل هذه الوظيفة استقطابا بنسبة كبيرة، عبر كل أنحاء العالم، وقد ساعد البريد الإلكتروني في اختصار المسافة الاتصالية بين القائمين بالاتصال في الوسائل الإعلامية والجمهور، وهذا ما يطلق عليه بالتفاعلية، حيث أن الإنترنت أتاح للصحافة مجموعة من الخدمات الجديدة، أحدثت ثورة في مجال العالم الصحفي.

خدمات الإنترنت:

تعد الإنترنت شبكة واسعة لها العديد من الخدمات، تقدمها لمستخدميها في مجالات عديدة منها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية... إلخ، ولا يختلف احد في أن هذه الخدمات اقتصادية بالدرجة الأولى، وهذه الخدمات تزداد فاعلية وسهولة مع التطور الذي يشهده الإنترنت.⁽²⁾ فالشبكة العنكبوتية تتميز بخدماتها الكثيرة التي انفردت بها عن باقي وسائل الاتصال الأخرى، مما يجعل الإقبال عليها واسع من مختلف شرائح المجتمع لغرض الإبحار، والاستفادة من خدماتها الكثيرة والتي نذكر منها:

البريد الإلكتروني (EMAIL): تمكن خدمة البريد الإلكتروني المشتركين من تبادل المعلومات فيما بينهم، وهو أكثر الخدمات انتشارا واستخداما حيث يتم إرسال الرسائل واستقبالها عبر الشبكة من مستخدم إلى آخر، وقد تكون الرسائل عبارة عن وثائق أو مستندات أو رسائل عادية وغيرها، وتتكون عناوين البريد الإلكتروني في الإنترنت من جزأين:-

الجزء الأول: هو صندوق البريد الذي يسبق علامة @

الجزء الثاني: بعد العلامة تكون عادة اسم الحاسب الآلي الذي يستخدمه المشترك⁽³⁾.

فالتحقيق يستفيد من هذه الخدمة في إرسال موضوعاته إلى مكان عمله، وكذلك إجراء المقابلات والتحقيقات الصحفية على مستوى المحلي والعالمي.

⁽¹⁾ عبد الملك ردمان الدنانى: الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2003، ص41.

⁽²⁾ فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، ص183

⁽³⁾ غالب عوض النوايسة: الإنترنت والنشر الإلكتروني، دار أسامة، ط1، عمان، 2010، ص40.

مجموعة الأخبار (Groups News):

تعرف المجموعات الإخبارية "Les forums duscusion" بأنها مجموعة نقاش، تناقش من خلال الرسائل المتبادلة إلكترونياً عبر الإنترنت العديد من المواضيع المختلفة، ولا بد أن يكون مستخدمو هذه المجموعات على وعي تام ببعض الأمور الاجتماعية المرتبطة بالمشاركة في نشاط هذه المجموعات، ظهر مبدأ الحوار سنة 1979 من مفهوم الأخبار "News"، قام بتصميمه طالبان كانا يرغبان في التبادل الآلي للرسائل بينهما، وفعلاً نجحاً في تأسيس ما يعرف "Use Net"، حيث تم إعادة تشكيل هذا المنتدى للحوار على شبكة الإنترنت.

خدمة جوفر (GOPHER):

طورت هذا النظام جامعة "مينيسوتا" الأمريكية عام 1991 بهدف تسهيل عملية استخدام الإنترنت وهو يعتمد على عملية البحث من خلال القوائم لقراءة الوثائق ونقل الملفات، يمكنه الإشارة إلى الملفات و مواقع Telnet ومراكز معلومات "Wais" وغيرها، كما أنه يعتبر برنامج لتسهيل عمليات التخاطب و البحث عن المعلومات، يستخدم على نطاق واسع في الإنترنت، إذ يستطيع المستفيد من خلالها القيام باستعراض المعلومات دون أن يتوجب عليه أن يحدد سلفاً أين توجد هذه المعلومات⁽¹⁾

المبحث الثاني: الصحافة الإلكترونية و خصائصها

ظهور الصحافة الإلكترونية في العالم:

منذ خمسين (50) عاماً كانت الصحف ترسل موادها الإعلامية عن طريق أجهزة الفاكس، كما عرفت الصحافة محاولات لإرسال الصحف بطريقة الفيديو تكس "VEDEOTEX" في بداية الثمانينات، وذلك باستخدام خطوط التلفون ليتم استقبالها على شاشات التلفزيون أو شاشات الكمبيوتر، مقابل اشتراك شهري ولكن انخفاض وضوح الصورة و بطئ الاستعراض جعل عملية القراءة صعب، حيث كان استقبال الصحيفة الورقية أرخص من استقبالها بهذه الطريقة، في عام 1979 ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية، عرفت باسم خدمة الفيديو تكس "مع نظام بريستل " Prestel " قدمتها مؤسسة بريتش تلفون أو ثوريتي⁽²⁾ و يقول تشيدين Shedden أن عام 1981 يمثل أول بداية حقيقية لظهور الصحافة الإلكترونية الشبكية عندما قدمت كومبيوترسرف خدماتها الهاتفية مع 11 صحيفة مشتركة في الأسوشيتد برس إلا أن هذه الخدمة توقفت عام 1982 بعد انقضاء الشركة⁽³⁾ في سنة 1992 أنشأت "Chicago Online" أول صحيفة إلكترونية على شبكة "American" Online⁽⁴⁾. و من بين العوامل ساهمت في انتشار الإنترنت خلال تسعينيات القرن

الماضي نجد:

- أن الصحف المطبوعة كانت تعاني من الانخفاض المستمر في معدلات القراءة.
 - زيادة تكلفة الإنتاج و التوزيع.
 - انخفاض عائدات الإعلان بعد تحول المعلنين إلى وسائل إعلان أخرى.
- أما الدوافع التي جعلت الصحف المطبوعة تدخل عالم النشر الإلكتروني وإصدار طبعات إلكترونية هي:

⁽¹⁾فارس حسن خطاب: فضائيات العالم الرقمي العربية، نت نموذجاً، دار أيلة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010، ص 10
⁽²⁾علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار البازوردي، دط، 2014، الأردن، ص 12 (نسخة إلكترونية)
⁽³⁾عبد العزيز بن ضيف الكنانى الزهراني: مقرونية النصوص الإعلامية الإلكترونية، مذكرة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة السعودية، 1430 هـ، ص 4
⁽⁴⁾-نواف حازم خالد، خليل إبراهيم محمد: الصحافة الإلكترونية ماهيتها والمسؤولية التقصيرية عن نشاطاتها، العدد46، 2011، مجلة الشريعة والقانون، ص 219.

● الصحف المطبوعة أرادت أن تحجز لها مكان على الطريق السريع للمعلومات "Information Super Highwa"

● أن بعض الصحف دخلت الى هذا المجال تخوفاً من أن تسبقها الصحف المنافسة، و لذلك فإن اغلب الصحف الورقية أوجدت لها مكاناً في الانترنت من خلال النشر الإلكتروني الذي ساهم في انتشارها و التوسع في مجالات التوزيع.

تطور الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي:

مواكبة للتطور و النقلة النوعية الذي عرفته الصحافة الإلكترونية على المستوى العالمي، كان لزاماً على الصحافة في الوطن العربي أن تشهد و تساير هذا التطور، ويعتبر البعض أن الانترنت أسرع وسيلة اتصال تبناها العرب بعد أن نشأت في الغرب بسنوات قليلة، بالقياس إلى انتشار الراديو والتلفزيون في العالم العربي، تعتبر صحيفة الشرق الأوسط أول صحيفة تنشر إلكترونياً عبر الانترنت في العالم العربي بتاريخ 09 سبتمبر 1995، م حيث نشرت صوراً، ثم صحيفة " النهار اللبنانية " التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة، ابتداءً من 01 جانفي 1996 م، ثم تلتها " الحياة " والسفير " في العام نفسه فحسب موقع دليل " نسناس " الشامل للإعلام و الصحافة العربية و العالمية على شبكة الانترنت، فإن عدد مواقع الصحف العربية اليومية و الأسبوعية على الشبكة العنكبوتية بلغ 240 موقعا منتصف العام 2010م³، حيث كانت الصحافة العربية حتى عام 2000م قاصرة على استخدام النشر الإلكتروني، و أن أغلبية الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة بل هي نسخة كربونية للصحيفة الورقية، و تفتقر معظم الصحف العربية الى خدمة البحث عن المعلومات و لا يوجد في الكثير منها أرشيف، وتعد جريدة "إيلاف" التي انطلقت في 21 ماي 2001، أول جريدة إلكترونية ليس لها نسخة ورقية، حيث انه بالرغم من تنامي أعداد الصحف العربية على شبكة الانترنت إلا أن بعض الدراسات تشير الى أنه رغم الحضور الواضح لهذه المطبوعات الإلكترونية إلا أنه حضور لا يتماثل مع النمو الهائل للمطبوعات الإلكترونية عالمياً، خاصة فيما يتعلق بتناسب هذه الأرقام مع أعداد الصحف العربية و عدد الدول و السكان في الوطن العربي، تدني مستوى التعاون العربي في ميدان التبادل الإعلامي و هو ما يفسح الفرصة لاستمرار التبعية الإعلامية العربية، و غياب التخطيط و عدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام⁽¹⁾ قد كان ظهور أول صحيفة عربية على شبكة النت وهي "الشرق الأوسط" في البداية كمواقع دعائية لها، ثم حولتها بفعل تطور الصحافة الإلكترونية عالمياً الى مواقع صحفية تضع عليها بعض موادها الإعلامية المنشورة على نسختها الورقية⁽²⁾

خصائص الصحافة الإلكترونية:

● الترابطية النصية(الوصلات التشعبية): يعتبر النص الفائق "Hypertext" من أهم الخصائص المميزة التي أضافتها الشبكة العنكبوتية العالمية للانترنت، و تقوم فكرة النص الفائق على ربط نصوص مختلفة من مصادر، و مواقع متعددة في مساحة مكانية واحدة، وهذا الربط يتم من خلال برامج خاصة بالكمبيوتر.

● التفاعلية (Interactivity): استفادت الصحافة الإلكترونية من الانترنت بخاصية التفاعلية، هذه التي جمعت مميزات وسائل الإعلام التقليدية في وسيلة واحدة، من صوت و صورة و

⁽¹⁾ياسر خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2014، ط1، عمان، ص 177
⁽²⁾ عبير شفيق جورج الرحباتي: استخدامات الصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن، رسالة ماجستير، قسم الإعلام جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2009، ص 21.

- كتابة، فالقارئ أصبح مشاركاً في العملية الإعلامية بفضل هذه الخاصية، التي أتاحت له التعليق والنشر في اللحظة نفسها والمشاركة في صنع المضامين الإعلامية و تنقسم التفاعلية الى قسمين:
- أ. **اتصال تفاعلي مباشر:** كمشاركة القراء في غرف الحوار " chating " و نشر بعض الصحف لمضمونها و خدمة المراسل " messenger " التي تحقق الاتصال بين مسؤولي الصحيفة و محرريها و مراسليها.
- ب. **اتصال تفاعلي غير مباشر:** مثل البريد الإلكتروني والاستفتاءات والمنتديات الحوارية و القوائم البريدية.⁽¹⁾
- **التمكين:** في الصحافة الورقية ليس للجمهور خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة، لكن الصحافة الإلكترونية تمكن الجمهور من التحكم في العملية الاتصالية، من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفي على اختلاف القوالب الصحفية، والمصادر المتعددة، فالقارئ أمامه الكثير من الخيارات، تمكنه من التصفح و الإبحار في الصحيفة الإلكترونية.
 - **المباشرة و التحديث المستمر:** يقصد بذلك تقديم الصحف الإلكترونية خدمات إخبارية أنية online تستهدف إحاطة متصفحها بالتطورات الحالية في مختلف المجالات، و ينطلق عمل الصحف الإلكترونية على تحديث خدماتها الإخبارية بشكل مستمر على مدار اليوم، رغبة منها في مسايرة الطبيعة الخاصة بالإنترنت التي تعد المباشرة و الفورية أهم سماتها، و بدون الفورية أو التحديث المستمر لمحتوى الصحيفة الإلكترونية تفقد الصحيفة أهم ميزة، فتعجز عن تلبية حاجة المستخدم في توفير المستجدات التي يرغب في معرفتها حين لجوئه الى هذا النوع من الصحف.
 - **الوسائط المتعددة Multimedia:** تقوم الوسائط المتعددة على دمج النصوص و الرسوم، و الصور الثابتة و المتحركة بالأصوات و التأثيرات المختلفة لتوصيل الأفكار والمعاني، بحيث أنها تساعد في إيضاح المعاني.
 - **التنوع:** أتاحت الانترنت فرصة إنشاء صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظرياً ، يمكن من خلالها إرضاء مستويات التنوع من الإعلام الإلكتروني ، الذي يمكن من تكوين نسيج إعلامي حقيقي يستخدم أنماطاً مختلفة من المصادر والوسائل الإعلامية ترتبط جميعها بشبكة من المراجع⁽²⁾
 - **الشخصنة:** بيئة عمل الصحف الإلكترونية التي تتميز بالمرونة تجعل كل زائر للصحيفة الإلكترونية قادر على أن يحدد لنفسه و بشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع فيركز على أبواب و مواد بعينها ويحجب أخرى، و في الوقت الذي يختاره، أي أن اختياراته الشخصية هي التي تحدد ما ينتقيه⁽³⁾
 - **سهولة التعرض:** أصبح الجمهور في خضم التطورات التكنولوجية و السرعة التي تميزها، ينجذب نحو الوسائل التي تقلل من بذل الجهد الجسدي و العقلي في فهم و استيعاب المواد المعروضة، حيث أن الصحافة الإلكترونية تتيح له فرصة التعرض لها في كل الأوقات و الأماكن.
 - **المساحة الجغرافية:** الصحف الإلكترونية قادرة على اختراق الحدود والقارات و الدول دون رقابة، أو موانع وبشكل فوري و رخيص التكاليف، بفضل الخصائص التي منحها إياها الانترنت، على عكس وسائل الإعلام التقليدية التي تكون مقيدة في أغلب الأحيان بحدود جغرافية محدودة⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية موقعاً BBC العربية وإيلاف أنموذجاً، دار الفجر ودار النفائس، ط1 2013، عمان، ص140.

⁽²⁾ عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006، ص106.

⁽³⁾ رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة 2007، ص106.

⁽⁴⁾ محمود أحمد محمد الربحي: اتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2012، ص52.

- **العمق المعرفي:** تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الإلكترونية بالعمق المعرفي و الشمول، و يتجلى ذلك من خلال توفرها على مساحة غير محدودة فالصحافة الإلكترونية على عكس الصحافة الورقية، لأنها غير مرتبطة أو مقيدة بالمساحة، حيث أنها تساهم في إثراء المجال المعرفي للقارئ.
 - **التفتت أو اللاجماهيرية:** وهو التحلي عن مفهوم الحشد في التعامل مع مستخدمي الوسيلة الإعلامية و تقديم منتج إعلامي يتلاءم و الاهتمامات الفردية لكل قارئ⁽¹⁾.
 - **الأرشيف الإلكتروني:** توفر الصحافة الإلكترونية فرصة حفظ أرشيف إلكتروني سهل الاسترجاع، غزير المادة، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن ينقب عن تفاصيل حدث ما أو يعود الى مقالات قديمة بسرعة قياسية بمجرد ذكر اسم الموضوع والنقر، خلال ثواني يتحصل على كل ما يريده من معلومات⁽²⁾
- 1- أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار وجود أصل مطبوع أو عدمه:**

الصحف الإلكترونية الكاملة: "Online Newspaper": هي صحف قائمة بذاتها و إن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية، وهي تتميز بأنها تقدم نفس الخدمات الإعلامية المختلفة كالأخبار و التقارير، وغيرها من فنون الصحف الورقية، كما أنها توفر خدمات غير موجودة في الصحافة الورقية مثل خدمة الوسائط المتعددة Multimedia".

النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية: هي مواقع الصحف الورقية على الشبكة، والتي تقتصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الإعلانات و الربط بالمواقع الأخرى.

2- أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار التقنية المستخدمة في الموقع أو أنماط نقل النص على شبكة الانترنت:

الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي Graphic Inter Changeformat: والذي يتيح نقل صور شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الانترنت و هي تقنية غير جيدة قد لا تمكن القارئ من الميزات التفاعلية لمواقع الويب⁽³⁾

الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص المحمول "PDF" أو "Portable Datorgram Format": بواسطته يتم نقل النصوص و الصور، و مختلف المواد الإعلامية من الصحيفة الورقية الى موقعها على الشبكة كما هي موجود على النسخة الورقية.

الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق "Hypertext Markup Format Html": وهو استفادة الصحيفة الورقية من إمكانيات الانترنت المتعددة، والمتمثلة في تقنية "Multimédia"، و إمكانية توفر خدمات البحث و الأرشيف و نسخ النصوص.

أنواع الصحف الإلكترونية تبعا لاستقلاليتها أو تبعيتها:

أ. النشر الصحفي الموازي: يكون فيه النشر الإلكتروني موازي للنشر المطبوع أي أن الصحيفة الإلكترونية هي نسخة عن الصحيفة المطبوعة باستثناء المواد الإعلامية.

ب. النشر الإلكتروني الخالص: هذا النوع تكون المادة المنشورة الإلكترونية ليس لها أصل مطبوع⁽⁴⁾ مثل قيام المكتبات بنشر البحوث و الدراسات الكترونيا عن طريق النهايات الطرفية باستخدام الخط المباشر و أجهزة

⁽¹⁾ محمد الفاتح حمدي: استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقرئية الصحف الورقية، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة باتنة، 2010، ص 165.

⁽²⁾ كريمة كمال عبد اللطيف توفيق: إنقراض الصحف الإلكترونية العربية - دراسة تطبيقية على صحف (مصر العربية، الشرق الأوسط، الرأي العام،) رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، 2010، ص 120.

⁽³⁾ أشرف فهمي خوجة: الإخراج الصحفي والصحافة الإلكترونية، دار المعرفة الجامعية، د ط، 2011، مصر، ص 139.

⁽⁴⁾ فارس حسن خطاب: الفضائيات الرقمية وتطبيقاتها الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012، ص 79.

حاسوبية تستخدم على الشبكة العالمية للمعلومات، ويطلع عليها القراء الكترونيا أي ان الحصول على المعلومات لا يتم إلا بالطريقة الالكترونية المحضة⁽¹⁾

ج. **النشر الصحفي الجزئي:** حيث تنشر الصحيفة المطبوعة أجزاء من موادها الكترونيا و نجد بعض الناشرين يقومون بهذا العمل للترويج لأعمالهم الصحفية.

المبحث الثالث: البرامج الساخرة

تمهيد:

أصبحت البرامج الساخرة مصدر اهتمام العديد من القنوات التي تسعى استقطاب أكبر عدد ممكن من الجماهير، لهذا أصبحت السخرية لا تهدف إلى إضحاك الجماهير والتنفيس بل تعمل على إرسال رسائل مشفرة تحملها في طياتها.

تعريف البرامج التلفزيونية الساخرة:

تعريف السخرية: لغة: من الفعل سخر، نقول سخر منه، يسخر، سخرا، وسخرية أي هزئ به، والسخرية هي الهزاء بالشيء، مالا ينسجم مع العقلية ولا يستقيم مع المفاهيم المنتظمة في عرف الفرد أو الجماعة، بضحك منه الناس ويضحك منهم⁽²⁾

اصطلاحا: يعرفها الدكتور شاکر عبد الحميد بأنها: "نوع من التأليف الأدبي أو الخطاب الثقافي الذي يقوم على أساس الانتقاد للذائل أو الحماقات والنقائص الإنسانية الفردية منها والجمعية ومهاجمة الوضع الراهن في الأخلاق والسياسة والسلوك والتفكير، وهي أحد أشكال المقاومة، وقد تشتمل السخرية على استخدام التهكم والاستهزاء لأغراض نقدية وتصحيحية ورقابية وتحذيرية وهي غالبا توجه نحو الأفراد والمؤسسات والشخصيات العامة ونحو السلوك التقليدي، والسخرية مظهر من مظاهر الفكاهة ومن أشكالها أهمية⁽³⁾

تعريف البرامج التلفزيونية: لغة: خطة تنفذ من طرف أفراد أو جماعة في فترة زمنية لتحقيق أهداف معينة.

اصطلاحا: هو عبارة عن فكرة تجسد وتعالج التلفزيون باستخدامه كوسيلة تتوافر لها إمكانيات الرسائل الإعلامية وتعتمد على الصورة الإعلامية سواء كانت مباشرة أو مسجلة على أعلام وشرائط ويتخذ وتتطور برامج التلفزيون باستمرار حيث يلاحظ ألوان جديدة وأشكالا برامجية متميزة من آن لآخر وذلك لجذب المشاهدين والتأثير فيهم⁽⁴⁾

نشأة البرامج التلفزيونية الساخرة:

كانت بداية هذا اللون الساخر في الصحافة الغربية انطلاقا من رؤيتها لدور رسامي الكاريكاتور في الصحافة، إلا أنه لم يكتفي بالصحافة بل تطرق إلى وسائل الإعلام الأخرى خاصة التلفزيون، فظهرت موجة البرامج الساخرة في العالم الغربي في الستينات في دول أبرزها الوم.أ من خلال برامج عدة ومن بينها برنامج "توانيتشو" بدء من سنة 1961م من قبل المذيع "جونى كالرسن"، والبرنامج "joonney-kersse" "لسمووز زبورذ الذي بدأ عام 1967م ويقدمه الأخوين "Tom and Dicksmithers" على قناة CBC الأمريكية إضافة إلى العديد من البرامج كنشرة الأخبار الساخرة التي يؤديها جون ستيوارت بارتداء المقدم بذلة رسمية، كما أن لها مراسيمها في الأماكن المهمة، لكن أخبارها كوميدية تمتلئ بالنقد اللاذع وإبراز النقائص وأخطاء

⁽¹⁾ غالب عوض النوايسة: الإنترنت و النشر الإلكتروني ، دار أسامة ، ط 1 ، عمان ، 2010 ، ص 196.

⁽²⁾ أم كلثوم بودراف، دور البرامج التلفزيونية الساخرة في تنمية الوعي السياسي للشباب الجزائري (دراسة ميدانية لعينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة)، مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2015، ص 39.

⁽³⁾ ضياء مصطفى، السخرية في البرامج التلفزيونية، د.ط، ميزوبوتاميا، العراق، 2014م، ص: 22.

⁽⁴⁾ نورة نابلي، البرامج الترفيهية في قناة الجزائرية ووظائفها اتجاه المراهقين الجزائريين(دراسة تحليلية وميدانية)، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، السنة الجامعية: 2013/2014، ص12.

السياسيين ومقدمي النشرات الإخبارية⁽¹⁾ كانت البداية الفعلية للبرامج الساخرة في العالم العربي بعد ما يسمى بالربيع العربي بحيث ازداد إنتاج هذا النوع الإعلامي ولعل دولا مثل تونس ومصر هي أكثر الدول التي ازدهرت فيه هذه البرامج قد يكون سبب في ذلك هو ارتفاع سقف الحرية في هذه الدول التي مرت بالتغيير وأبرزها مصر من خلال برنامج بعنوان "البرنامج للإعلامي" باسم يوسف وأيضا "برنامج نشرة الخامسة والعشرين" للإعلامي أكرم حسني وهو عبارة عن نسخة كوميدية ساخرة من نشرات يومية.

خصائص ومعايير البرامج التلفزيونية الساخرة:

خصائص البرامج التلفزيونية الساخرة: وهي أي منتج سواء كان أدبيا أو فنيا يحتوي على الخصائص التالية:
أ/النقد: فالسخرية في جوهرها تعد من الأشكال النقدية لأحد الفعل الإنسانية التي تتسم بالقصور أو النقص ومحاولة تسليط الضوء عليها وإبرازها لشريحة واسعة من الأفراد بغرض دفعهم إلى إستهجائها ومن ثم التشجيع على تبني سلوكيات مغايرة لها.

ب/ **التهكم:** تستخدم السخرية التهكم وذلك لكي تبرز المشكلة في السلوك محل الانتقاد.

ج/ **الضمنية:** فهي ليست موقفا واضحا أو حكما قطعيا من قضية معينة، بل هي حكم ضمنى غالبا ما يكون مبالغا فيه أو يتم اقتطاعه من سياقه، وفي الغالب الأعم من الحالات فإن السخرية تحمل رسائل ضمنية.

معايير البرامج التلفزيونية الساخرة:

تتمثل معايير البرامج التلفزيونية الساخرة في النقاط التالية:

1. احترام الديانة والمعتقد والفكر بغض النظر على أي زاوية من النقيض تقف هذه الأشياء من فكر ومعتقد وراء الإعلام الساخر.
2. أن يكون الموضوع الساخر له قيمة وهدف.
3. يكون الكاتب الساخر خفيف الظل حاضر النكتة متقفا وذكيا.
4. على الإعلام الساخر أن يتسم بالموضوعية بعيد عن التجريح والاهانة وتحاشي المصالح الشخصية أو المكاسب.
5. احترام خصوصية البلد ومعتقداته وقيمه⁽²⁾.
6. احترام المتلقي ولا يتم احترام المتلقي إلا من خلال احترام وعيه وذكائه ومشاعره.
7. السخرية ليست شتيمة سواء بالرسم الكاريكاتوري أو الرسم بالكلمات.

أنواع ووظائف البرامج التلفزيونية الساخرة:

أنواع البرامج التلفزيونية الساخرة، ومن أهم أنواع البرامج التلفزيونية الساخرة ما يلي:

- **الكاريكاتير التلفزيوني:** ويقصد به الرسم الساخر الذي يحتوي على خطوط بسيطة لتعبر عن واقع معين أو قضية ما بطريقة ساخرة وناقدة مع شيء من المبالغة والاستهزاء باستخدام التلفزيون كوسيلة لبث هذا النوع الكاريكاتوري⁽³⁾.
- **الرسوم المتحركة الساخرة:** هي نوع من البرامج التي تستخدم الرسوم ذات تتابع حركي لإيصال رسائل معينة بأسلوب درامي مضحك وتعتمد على مبالغة السخرية والفكاهة معا.

⁽¹⁾ عمار نويجي، الوظيفة ما وراء اللغوية للبرامج الساخرة (دراسة تحليلية لبرنامج طالع هابط على قناة النهار الجزائرية من ديسمبر 2018/فيفري 2019)، مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية: 2018/2019، ص28.

⁽²⁾ أسامة شقعار، إيمان سكور، الإعلام الساخر وأخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر، دراسة تحليلية لعينة من برنامج جورنال القوسطو، مذكرة ماستر، جامعة الجزائر، السنة الجامعية: 2015/2016، ص: 37.

⁽³⁾ سهام قواسمي، تناول الإعلام الساخر لقضايا المجتمع الجزائري-دراسة وصفية تحليلية لبرنامج جزائرية 3 week-end على القناة الجزائرية خلال الفترة الممتدة ما بين ديسمبر 2014 -مارس 2015، جامعة خيضر، بسكرة، 2015م. ص90.

● **المسلسل التلفزيوني الساخر:** هو مجموعة حلقات تمثيلية متتابعة يستغرق عرضها متكاملة خمس أو سبع أو ثمانية أو ثلاثة عشر أو ستة عشر أو أقل أو أكثر باستخدام السخرية ونقد خلال ما يبث في حلقات مما يؤدي إلى ضحك المشاهد، حيث تنتهي كل حلقة بقمة أو أزمة مثير للتعليق وتشويق المشاهد كي يحرص على متابعة الحلقة التالية لها، ليظل معلقاً بذهنه ووجدانه مع إحداث تلك الحلقة التي شاهدها كي تقوده ليتعرف على ما سيحدث في الحلقة التالية.

● **الكوميديا التلفزيونية الساخرة:** وهي كوميديا ساخرة تتصور مفارقة صارخة بين سلوك وقيم وتتناول أحداثاً وقضايا في مختلف مجالات تتسلح بنقد وتهكم واستهزاء لتعبير عن مضمونها مما يؤدي إلى تقديم مادة فكاهية لإضحاك المشاهد، والست كوم أيضاً هي شكل فني يقوم على انتقاد الواقع بكل مستوياته السياسية والاجتماعية والثقافية وتعريته فكاهياً وكاريكاتورياً وكشف نواقصه وتشخيص عيوبه المضمرة باستعمال السخرية والهزل والبارود لرصد الواقع القائم واستشراف لحظات المستقبل الممكنة.

● **الساكاش (التمثيلات التلفزيونية):** هي ضرب من فنون الأعمال التمثيلية الدرامية واسعة الانتشار، فهي عمل فني متكامل القصة والحدث لها بداية ووسط ونهاية، تعرض في جزء أو جزأين بحيث تكون كحلقة واحدة وتدور قصتها حول فكرة واضحة وتعد التمثيلية التلفزيونية آخر ما انتهى إليه فروع الأعمال الممثلة.

وظائف البرامج السياسية الساخرة:

التوجيه والإرشاد: ترتبط عملية التوجيه والإرشاد بتكوين الاتجاهات وفي نفس الوقت أيضاً يتطلب عملية تكوين اتجاهات فكرية مرغوبة عند فئة الشباب للتنسيق بين مسؤولين في التلفزيون والحكومة بمؤسساتها المختلفة، الأمر الذي يترتب عليه ظهور قيم واتجاهات جديدة فيه، فتساعد البرامج التلفزيونية الساخرة في إكساب الفرد اتجاهات أو تعديل أو تغيير في اتجاهاته القديمة من خلال تناولها للقضايا التي تشغل الرأي العام بأسلوب ناقد يبعث على الضحك والفكاهة والاستهزاء.

الحوار والنقاش: تقوم البرامج التلفزيونية الساخرة بتسليط الضوء على قضايا مطروحة النقاش التي تمس مختلف جوانب الحياة السياسية، الاجتماعية والاقتصادية والرياضية... الخ. من خلال عملية الحوار والجدل والمناقشة بأسلوب ساخر هزلي فكاهي لتوضيح وجهات النظر وزيادة القدرة المعرفية بالقضايا وتطور الوعي الاجتماعي في المجتمع.

***الوظيفة النفسية:** تقوم البرامج التلفزيونية الساخرة بتوجيه أفكار الناس وقيمهم واتجاهاتهم وميولهم ومعاييرهم من خلال تسليط الضوء قضايا الرأي العام ومناقشتها وكشف خفاياها بطريقة استهزائية وفكاهية، كما يساعد الفرد على إسقاط آماله وآلامه إلى ما يهرب الإنسان من الواقع المؤلم ليحقق رغباته المكبوتة التي يعجز عن تحقيقه في عالم الحقيقة ويشبع حاجات الإنسان، وله دور كبير في إقناع الناس وتعديل اتجاهاتهم في عملية غسل أدمغتهم تجاه قضايا مطروحة للنقاش والتحليل⁽¹⁾.

الوظيفة المعرفية: تؤدي البرامج التلفزيونية الساخرة الوظيفة المعرفية من خلال تزويد الفرد بالمعرفة التي تساعده على بناء إدراكه، تلك المعرفة والمعلومات التي تساعد الفرد على فهم ما يحيط به من قضايا وأحداث لكي يستطيع التعامل معها وكل هذا من خلال تدعيم القضايا بأدلة من الشخصيات البارزة والسامية في الدولة والعالم.

⁽¹⁾ كنزة عكربش، تفاعل الجمهور مع البرامج التلفزيونية الساخرة -برنامج راب نيوز أنموذجاً (قناة الشروق)، مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، السنة الجامعية: 2017/2018، ص96.

أهمية البرامج التلفزيونية الساخرة:

تكمن أهمية السخرية في كونها تهاجم وتعتدي وتفضح وترمي هدفاً وبذلك يركز هذا النوع من الخطاب على الوظيفة الانفعالية أو التأثيرية التي يتوسل إلى بلوغها بآليات لسانية لغوية بالدرجة الأولى، فهذا النوع من الخطاب كأسلوب للنقد يسهل تجاوز المحاذير السياسية الاجتماعية، وبكل ذلك فتحول السخرية إلى ممارسة ثقافية هدفها التأثير شأنها في ذلك شأن كل فعل كلامي يروم تغيير الواقع والتأثير في المخاطب فالغرض الكلامي هنا تعبير غايته تصحيح الخطأ وتصويب الاوجاج وفصح الادعاء، وإحداث أثر معين أو رد فعل المخاطب، ولاشك أن اللجوء إلى السخرية لتمير هذه الأغراض التكميلية يضمن للخطاب تأثير أكبر، هذا الأخير يستمد وجهاته من خلال الغوص في الأعماق بغية انتقاد المفارقة التي تدفعنا إلى الابتسام والتأمل معاً، فالخطاب الساخر يستلهم الصور المتداولة بين الناس، فيرسمها الكاتب الساخر بريشة فنان مبدع، يحقق المتعة في هذا النوع من الخطاب لأسباب أهمها:

- أنها ينتقي من قضايا اجتماعية لا يمكن كل الناس القدرة والجرأة على الخوض فيها.
- أنه يختار من المشاهير والسياسيين الذي اعتاد المتلقي أن يسمع أو يقرأ عنهم.

أهداف البرامج التلفزيونية الساخرة:

- انتقاد الأوضاع والقضايا السياسية الحالية.
- تثقيف الجمهور عبر النقد ومخالفة الرأي.
- زيادة المشاركة السياسية.
- مناقشة الأخطاء التي تقع في المجتمع وجعل جميع أفراده سواسية عند المحاسبة ومحاولة القضاء على فكرة الهيبة التي أحاطت بالحاكم والمسؤولين في الدولة ليصبحوا مجرد مواطنين عاديين.
- وضع مرآة أمام مرشحي الانتخابات لتظهر حقيقتهم كما هي، من خلال كشف كذبهم وزيفهم، ليتمكن الشباب التمييز بين المرشح المناسب والمرشح الذي يخدمهم بالشعارات الرنانة.
- مناقشة الواقع السياسي وتقديمه في قالب مختلف ومضحك بعيد عن جدية البرامج الحوارية.
- تحدي الحواجز التي خلقت من طرف السلطة والبرامج التقليدية.
- مراقبة فساد الحكومة.
- استخدام الإعلان الدعائي والحرب النفسية ضد الفساد السياسي، فإنه لا شيء يززع الثقة بالنفس ويضعف الروح المعنوية كما تفعل السخرية.⁽¹⁾

أساليب البرامج التلفزيونية الساخرة على الجمهور:

- من بين الأساليب التي تستخدمها البرامج التلفزيونية الساخرة نذكر منها:
- **السخرية بالجمل والتعبيرات اللاذعة:** وهي جمل تتناول شخص من الأشخاص أو مهنة من المهن بالنقد اللاذع والمضحك معاً.
 - **التلاعب اللفظي:** الأساس فيه أن يحاول مقدم البرامج التلفزيونية الساخرة أن يكسب الألفاظ معاني غير واضحة، فإذا ما اكتشف المشاهد أن ما يقصده المقدم هو هذا المعنى الغريب يسخر من فهمه الأول للجملة المضحكة، ويكون التلاعب اللفظي باختصار الفكرة أو بالإضافة إليها، حيث تخرجها عن معناها الأصلي أو بتبديل الكلمات المكونة لها أو غير ذلك.

⁽¹⁾ بودراف أم كلثوم، البرامج التلفزيونية الساخرة في تنمية الوعي السياسي للشباب الجزائري (دراسة ميدانية لعينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة)، مذكرة ماستر أكاديمي، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2015م، ص 101-102.

● **استعمال الصفات المعكوسة:** وهي عكس ما يتصف به الشخص حقيقة كألقاب وأسماء تتكرر كثيرا في صور متنوعة ومناسبات مختلفة حتى يلتصق هذا الاسم بهذه الشخصية، كما هذه السخرية بالأحرف والمسميات ترتبط أيضا بالمحيط أي الجو الاجتماعي الذي يفهمه المشاهد.⁽¹⁾

مجالات البرامج التلفزيونية الساخرة:

● **المستور:** وهو كل أمر يستر مجمع الحديث فيه بحيث لا يسمح أن يكون متداول به رسميا وعلنيا بل يكون تداوله ضمن لقاءات خاصة، وإذا تعرض إليه أحد الناس في مواقف رسمية استخدم الإيحاء والتعبير غير المباشر لإيصاله للآخرين، وإذا كان الحديث عن الممنوع مرغوبا كما يقال في بعض المواقف بشرط أن ينظر إليه من الناحية الثقافية، وقد يلجأ مقدمي بعض البرامج الساخرة إلى التعامل مع المستور في بعض قضايا خصوصا المتعلقة بمرآة على نحو ليس فيه خرقا للأخلاق ولا أذية فيه للمشاعر ولا خدش للأخلاق.

● **المشكلات السياسية:** تصنع المشكلات السياسية ما يمكن أن يسمى نكتة سياسية وهي ضرب من البلاغة والنكتة السياسية لا تعبر عن القدر الذي تغلي فيه صدور الناس حيال الأحداث والقضايا السياسية، أما المسرحيات السياسية التي تستخدم مظاهر الإعلام التلفزيوني الساخر من الضحك والنقد والفكاهة نقد وسائل لا غاية من أجل كشف النقاب عن معاناة الناس والأمم نتيجة قرارات صناعات القرار في السلطة وإثارة القضايا المهمة ومناقشتها أمام الرأي العام.

● **المشكلات الاجتماعية:** تعد المشكلات الاجتماعية من أهم ما تناولته البرامج الساخرة ومن خلال طرائف ونكت معبرة وبتمثيلات هادفة ومن بين المشكلات الاجتماعية التي تنقلها البرامج الساخرة: البطالة، العلاقات الأسرية، المشكلات الأخلاقية كالصدق، البيروقراطية، الغش، والفساد بأنواعه، وعدم وضع الرجل المناسب في المكان المناسب بالإضافة إلى التركيز على الجوانب السلبية في مجتمع في محاولة ملامسة هموم ومشكلات الناس البسطاء والمهمشين وتناول الأزمات وتداعياتها وانعكاساتها على المستوى الإنساني والاجتماعي الحياتي.....الخ.⁽²⁾

الاستمالات الإقناعية في البرامج التلفزيونية الساخرة :

تقوم هذه البرامج باستخدام عدة أساليب متمثلة في مجموعة من الاستمالات سواء عقلية كانت أو عاطفية وجدانية وذلك من أجل تقديم البراهين وكشف المستور للوضع المعاش وفيما يلي سنقوم بتوضيح هذه الاستمالات:

1- **الاستمالات العقلية:** هي عبارة عن استمالات تعتمد على مخاطبة عقل المشاهد وتقديم حجج وشواهد منطقية وتقنياد الآراء المضادة بعد مناقشتها وإظهارها لجوانبها المختلفة كل هذا من أجل تحليل القضايا المطروحة على الساحة السياسية أو الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، الرياضية، فلسفية الاجتماعية وصولا إلى الحقائق والمعلومات الخفية لإبرازها للمشاهد، فهي تعتمد بالدرجة الأولى على العقل في تناول القضايا وتستخدم هذه الاستمالات الأساليب التالية:

أ/- **الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية:** بمعنى ما يذكر في البرنامج التلفزيوني الساخر يكون له أثر وجود ملموس في الواقع.

⁽¹⁾ عكريش كنزة، تفاعل الجمهور مع البرامج التلفزيونية الساخرة (برنامج راب نيوز أنموذجاقناة الشروق-)، مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، السنة الجامعية: 2017/2018م، ص95-96.

⁽²⁾ سهام قواسمي، تناول الإعلام الساخر لقضايا المجتمع الجزائري، المرجع السابق، ص115-116.

ب/- **بناء النتائج على مقدمات:** بحيث نقول إذا صحت المقدمات تصح النتائج كأن نقول مثلا كل إصابة بأفلونزا الخنازير وعدم اللجوء إلى العلاج المبكر يؤدي أكثر إلى الوفاة، أي أن المقدم والضيوف عند البدا في تقديم معلومات تمهيدية عن القضية فإنها تحمل في مضمونها نتائج حتى وإن كانت أولية عن القضية.

ج/- **تقديم أرقام وإحصائيات ونسب مئوية:** بمعنى استخدام لغة الأرقام، فعند استخدام أرقام وإحصاءات فإنها تدعم ما يقال بخصوص القضايا محل النقاش والتحليل وفي نفس الوقت تقنع الجمهور المشاهد، أما إذا كان الكلام خاليا من الأرقام فإن نسبة التأثير تكون ضعيفة.

د/- **تفنيد وتكذيب وجهة النظر المضادة:** بمعنى أنك كقائم اتصال لك وجهة نظر تتبناها وتدافع عنها لها وجهة نظر مضادة، فمن خلال الرسالة الاقناعية تلجأ إلى الدفاع عن وجهة نظرك باستعمال الوقائع والأرقام لتكذيب وجهة النظر الأخرى

2- **الاستمالات العاطفية:** أو كما يسموها التعبير العاطفي حيث يعتمد البرنامج على مخاطبة عواطف جمهور المشاهد مع التركيز على النتائج السلبية للقضايا المطروحة في البرنامج بخصوص الأحداث الواقعية الراهنة، وتستهدف الاستمالات العاطفية التأثير على وجدان المشاهد وانفعالاته وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية ومخاطبة حواسه بمعد يحقق أهداف القائم بالاتصال أي مقدم البرنامج الساخر ومساعدته وتعتمد الاستمالات العاطفية على ما يلي:

أ/- **الشعارات:** توظف لتبسيط الفكرة واختزال مراحل التفكير عن طريق إطلاق فكر نهائي في شكل مبسط مما يجعل يقبل هذه الشعارات دون أن يستغرق وقتا طويلا.

ب/- **الرموز:** توظف لنقل الآراء والأفكار والاتجاهات، وهي تمثل أساس التفاعل الرمزي بين الأفراد خاصة ونقل المحتوى الإعلامي بهدف دفع الآخرين إلى قبول أو تأييد هذه الأفكار بقضايا محل التحليل⁽¹⁾.

ج/- **الأساليب اللغوية:** توظف جميع المحسنات البديعية (الجناس، الطباق)، والصور البيانية (التشبيه، الاستعارة... الخ)، لتقريب المعنى وتجسيد وجهة نظر القائم بالاتصال في البرنامج كما يستخدم الاستفهام الذي يخرج عن كونه استفهاما حقيقيا إلى معنى آخر يفيد الاستنكار والسخرية.

د/ **دلالات الألفاظ:** وهي من أساليب تحريف الكلام عن موضعه اعتمادا عن الألفاظ المستخدمة، ويمكن تطبيق ذلك باستخدام كلمة أو صفة أو فعل، تكون محملة بمشاعر معينة قد تكون سلبية تضيء نوعا ما من الرفض على الاسم أو الفاعل المصاحب لها مثل : استخدام صفات (التخريبية...) أو أفعال مثل (ادعى. زعم، اعترف... الخ) وقد تكون ايجابية.

و/- **النكت:** وهي من أساليب الاستمالات العاطفية، حيث يتم الاعتماد على نكت من أجل إضحاك المشاهد وفي نفس الوقت هذه النكتة تحمل دلالة معينة بخصوص القضية التي جاءت في سياقها.

ه/- **استخدام شخصيات مشهورة:** أي يتم على أسماء شخصيات مشهورة ومعروفة وسط المجتمع وقيام بنكت حولها مثل مول السطح إشارة لشقيق الرئيس بوتفليقة، وخو مول السطح لشقيق الرئيس بوتفليقة... الخ، أو استخدامها في موقف كلامي مضحك من أجل جذب المشاهد وجعله مرتاحا عند مشاهدة البرنامج.

ي/- **استخدام غزيرة القطيع:** ويقصد بها استغلال ضغط من خلال الشحن العاطفي الذي يجعل المشاهد يتوافق مع الجماعة، أي المرسل الذي ينتمي إليها ويطلق عليها العدوى النفسية.

-البرامج الساخرة تشكل وعي المجتمع:

تلعب البرامج الساخرة دورا في تشكيل وعي قطاع من الجمهور حول بعض القضايا الاجتماعية والسياسية فقدره في هذه البرامج على الوصول إلى رجل الشارع العادي بلغة سهلة، وإمتاع المشاهدين بالمواقف

¹-سهم قواسمي، المرجع السابق، ص 118.

الساخرة والحث على النقد ينمي المعرفة بالجدل السياسي والاجتماعي القائم في المجتمع، فكلما زادت نسبة التعرض لهذه النوعية من البرامج، كلما زاد الاهتمام والانخراط في معرفة الشأن ومواقف السياسيين⁽¹⁾

نتائج الدراسة الميدانية :

الجدول رقم(1) يمثل الصحف التي يقرأها الأساتذة الإعلامي و القائم بالاتصال:

أنواع الصحف	التكرار	النسبة
الإلكترونية	17	17%
الورقية	7	7%
الاثنتين معاً	76	76%
المجموع	100	100%

يمثل هذا الجدول نسبة قراءة الأساتذة الجامعيين للصحف، حيث نجد أن الغالبية العظمى من الأساتذة يقرأ الصحف الورقية و الإلكترونية معا بنسبة 76% في حين سجلنا نسبة ضئيلة من الأساتذة ممن يقرأ الصحف الورقية و قدرت نسبتهم ب 7 %، و نسبة 17% من المبحوثين الذين يقرؤون الصحف الإلكترونية، من خلال هذه النتائج نلاحظ أن قراءة الأساتذة للصحف الورقية و الإلكترونية معا يرجع ربما إلى أن الصحف الإلكترونية هي نسخ من الصحف الورقية و إقبال الأساتذة على النوعين معا هو ليس تأثير الوسيلة في حد ذاتها و إنما يرجع إلى انشغالاتهم الكثيرة، لذلك فان إجاباتهم حول مطالعتهم للنوعين معا هو بمعنى انه في حالة عدم حصولهم على الصحيفة الورقية نظرا لانشغالاتهم فان الصحيفة الإلكترونية هي البديل.

الجدول رقم(2) يبين رأي الجمهور في الصحافة الإلكترونية وإن كانت تتميز ببرامج ساخرة

العبارة	التكرار	النسبة
نعم	87	87%
لا	13	13%
المجموع	100	100%

يرى 87 % من المبحوثين أن الخدمات التي تتميز بها الصحافة الإلكترونية الساخرة هي التي منحها التميز على غيرها، في حين ان نسبة 13 % من المبحوثين يرون العكس. من خلال هذه النتائج نلاحظ أن الصحافة الإلكترونية هي وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة حيث تعتمد على نشر البرامج الساخرة بين الفكاهة والنقد الاجتماعي والسياسي، في حين أن الرأي المخالف يرى أن الصحافة الإلكترونية لم تصل بعد إلى مرحلة التفوق والتميز في نشر البرامج الساخرة.

الجدول رقم(3) يمثل البرامج التي يفضلها الجمهور في الصحافة الإلكترونية الساخرة

أنواع البرامج	التكرار	النسبة
المسلسلات التلفزيونية الساخرة	10	10%
الرسومات المتحركة	16	16%
الكوميديا التلفزيونية الساخرة	20	20%
الرسم الساخر(الكاريكاتير)	40	40%
التمثيلات التلفزيونية(السكاتش)	14	14%
المجموع	100	100%

⁽¹⁾الحفناوي هالة، البرنامج الساخر جدال غير محسوم حول تأثيراتها السياسية، مقال متاح على الرابط: <http://w.w.AjPS.com>، اطلع عليه في 2020/3/25، 9:45، ص50.

يمثل هذا الجدول نسبة الجمهور المشاهد للبرامج الساخرة، حيث نجد أن الغالبية العظمى يفضلون الرسم الساخر بنسبة 40%، بينما جاءت نسبة المشاهدين للكوميديا التلفزيونية الساخرة بنسبة 20%، تماثلها المفضلون للرسمات المتحركة بنسبة 16%، والتمثيلات التلفزيونية (السكراتش) بنسبة 14%، ونسبة 10% من المبحوثين يفضلون المسلسلات التلفزيونية الساخرة، من خلال هذه النتائج نلاحظ أن مشاهدة الجمهور للبرامج الساخرة من خلال الرسم الساخر جاء أكثر تفاعلاً، لأن الرسم الساخر (الكاريكاتور) قدم أغلب موضوعاته بشكل ساخر وطريف حيث عمد إلى المزج بين المتعة والفائدة وبين الجدية والسخرية وذلك بمعالجته للمشاكل بطريقة تسعد المتابع وتبهجه وفي نفس الوقت تخبره بالمشكلة وعمقها.

الجدول رقم (4) يمثل السخرية الإلكترونية حسب الوظيفية التوجيهية للمضمون

الوظيفية التوجيهية	التكرار	النسبة
النقد	50	50%
الإعلام والأخبار	20	20%
التنبيه والتحذير	10	10%
الإثارة والترفيه	20	20%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول أعلاه تبين أن أهم الوظائف التوجيهية التي طغت على مضامين السخرية هي النقد بنسبة 50%، وكلاً من الأخبار والترفيه بنسبة 20%، وفي أدنى المراتب وظيفة التنبيه والتحذير بنسبة 10%. ومن خلال هذه النتائج يتضح لنا أن السخرية النقدية التي يعيش فيها المجتمع كان الهدف الأساسي لها هو الإعلام والدعاية والإشاعة المعرفة وتبليغ المتلقي بتطورات الأحداث الجارية بهدف تكوين رؤية واضحة عن العالم المحيط به ويستهدف بدرجة أولى تبصير متتبعي الصفحة بمسائل حياتية مختلفة ومحاولة تغيير سلوكياتهم والتنبيه والتحذير من مختلف المساوئ المنجرة عن تلك التصرفات مدرجها عنصر الترفيه والإثارة التي تلعب دوراً في لفت الانتباه للموضوع المطروح والتمعن فيه.

النتائج العامة والتوصيات

أولاً : النتائج العامة :

- لا يزال مصطلح البرامج الساخرة في البلدان العربية غامض إذا يوجد خلط وتداخل بين السخرية والفكاهة والهزل والهزاء والكوميديا وغيرها من المصطلحات ولكن مع تزايد الدراسات والبحوث في هذا المجال بدأت تتوضح هذه المفاهيم.
- يعتبر النقد والسخرية والمبالغة من أهم الركائز التي يستعملها الكاريكاتير لتميرير الجدية في طرح المواضيع، المنبثقة أساساً من المجتمع حيث يستعد الساخرون صورهم الجزئية من واقع مجتمعهم بل صوروا هذا الواقع في عدة مجالات صوروا الجوع والشجع والحرمان وأبرزوا واقع التحلل الخلقي والاجتماعي.
- استفادت البرامج التلفزيونية الساخرة الحالية من التكنولوجيات الحديثة لوسائل الإعلام خاصة ما تتعلق باستخدام الصور المتحركة والموسيقى والغرافيك وغيرها وهذا ما ساعدها على الانتشار الواسع.

ثانياً : التوصيات:

- حتى تحقق البرامج التلفزيونية الساخرة أهدافها يجب أن تصدر هذه السخرية عن ذات واعية مثقفة حتى لا يسقط الإعلامي الساخر في فخ الإسفاف والابتدال والسطحية.

- ضرورة القيام بإجراء دراسة شرائح المجتمع المختلفة وتبيان الآثار السلبية والإيجابية المترتبة على استخدام الأسلوب الساخر عبر صفحات الفيسبوك وذلك بهدف التقليل من السلبيات وتعظيم الإيجابيات.

المراجع

1. أسامة شقعار، إيمان سكور، الإعلام الساخر وأخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر، دراسة تحليلية لعينة من برنامج جورنال القوسطو، مذكرة ماستر، جامعة الجزائر، السنة الجامعية: 2015/2016.
2. أشرف فهمي خوجة: الإخراج الصحفي والصحافة الإلكترونية، دار المعرفة الجامعية، ط1، 2011، مصر.
3. أم كلثوم بودراف، دور البرامج التلفزيونية الساخرة في تنمية الوعي السياسي للشباب الجزائري (دراسة ميدانية لعينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة)، مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2015.
4. بودراف أم كلثوم، البرامج التلفزيونية الساخرة في تنمية الوعي السياسي للشباب الجزائري (دراسة ميدانية لعينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة)، مذكرة ماستر أكاديمي، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2015م.
5. جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية موقعاً BBC العربية وإيلاف أنموذجاً، دار الفجر ودار النفائس، ط1، 2013، عمان.
6. الحفناوي هالة، البرنامج الساخر جدال غير محسوم حول تأثيراتها السياسية، مقال متاح على الرابط، <http://w.w.w.AjPS.com>، اطلع عليه في 2020/3/25، 9:45.
7. رامي علي الرجوب، المقال الساخر في الصحافة الإلكترونية الأردنية "مقالات كامل نصيرات" (دراسة تحليلية)، رسالة ماجستير غير منشورة على الرابط. <http://w.w.w.Me.u.edu.jo.com>، 08:45، 2020/2/24م
8. رضا عبد الواجد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة 2007، ص106.
9. سهام قواسمي، تناول الإعلام الساخر لقضايا المجتمع الجزائري-دراسة وصفية تحليلية لبرنامج جزائرية week-end 3 على القناة الجزائرية خلال الفترة الممتدة ما بين ديسمبر 2014- مارس 2015، جامعة خيضر، بسكرة، 2015م.
10. ضياء مصطفى، السخرية في البرامج التلفزيونية، د.ط، ميزوبوتاميا، العراق، 2014م، ص: 22.
11. عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006.
12. عبد العزيز بن ضيف الكناني الزهراني: مقروئية النصوص الإعلامية الإلكترونية، مذكرة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة السعودية، 1430هـ.
13. عبد الملك ردمان الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2003.
14. عبير شفيق جورج الرحباني: استخدامات الصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن، مذكرة ماجستير، قسم الإعلام جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2009.
15. عكريش كنزة، تفاعل الجمهور مع البرامج التلفزيونية الساخرة (برنامج راب نيوز أنموذجاً-قناة الشروق-)، مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، السنة الجامعية: 2017/2018م.

16. علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوردي، دط، 2014، الأردن، ص 12 (نسخة الكترونية)
17. عمار نويجي، الوظيفة ما وراء اللغوية للبرامج الساخرة (دراسة تحليلية لبرنامج طالع هابط على قناة النهار الجزائرية من ديسمبر 2018/فيفري 2019)، مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية: 2018/2019.
18. غالب عوض النوايسة: الإنترنت و النشر الإلكتروني ، دار أسامة ، ط 1 ، عمان ، 2010 .
19. فارس حسن خطاب: الفضائيات الرقمية وتطبيقاتها الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012.
20. فارس حسن خطاب: فضائيات العالم الرقمي العربية، نت نموذجاً، دار آيلة للنشر والتوزيع، ط 1 ، عمان، 2010
21. فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، 2011 ، ط1، القاهرة
22. كريمة كمال عبد اللطيف توفيق: إنقراطية الصحف الإلكترونية العربية - دراسة تطبيقية على صحف مصر العربية، الشرق الأوسط، الرأي العام، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، 2010.
23. كنزة عكربش، تفاعل الجمهور مع البرامج التلفزيونية الساخرة-برنامج راب نيوز أنموذجاً (قناة الشروق)، مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، السنة الجامعية: 2017/2018.
24. محمد الفاتح حمدي: استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة باتنة، 2010.
25. محمود أحمد محمد الرحبي: اتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2012.
26. نواف حازم خالد، خليل إبراهيم محمد: الصحافة الإلكترونية ماهياتها والمسؤولية التقصيرية عن نشاطاتها، العدد 46، 2011، مجلة الشريعة والقانون.
27. نورة نابلي، البرامج الترفيهية في قناة الجزائرية ووظائفها اتجاه المراهقين الجزائرية (دراسة تحليلية وميدانية)، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، السنة الجامعية: 2013/2014.
28. هنيذة أحمد أبو خليل، درجة توجه المضمون السياسي لبرنامج باسم يوسف الساخر خلال المدة من 23 تشرين الثاني 2012م إلى 25 تشرين الأول 2013م. رسالة ماجستير منشورة على الرابط <http://w.w.w.Me.u.edu.jo>، جامعة الرق الأوسط، الأردن، أيار 2015، 9:45، 2023/11/2م
29. ياسر خضير البياتي الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014.
30. أحمد حمدي راشد عبد الواحد، و عربي عبد العزيز الطوخي، وعايدة محمد عوض المرالموضوعات السياسية كما تعكسها البرامج التليفزيونية الساخرة في القنوات الفضائية "دراسة تحليلية، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة ، العدد 35، يوليو 2014.