



بسكرة في 26/05/2024

الاسم واللقب الأستاذ المشرف : هسّام عمار
الرتبة : دكتور
المؤسسة الأصلية : جامعة محمد خيضر بسكرة

الموضوع: إذن بالايذاع

أنا الممضي أسفله الأستاذ (ة) هسّام عمار
للطالب (ة) : جواد بن عيسى

في تخصص : سمعي بصري
والموسومة : ب... إبعاد الرمزية للسخرية السياسية في التلفزيون
دراسة تحليلية لبرنامج "جوتسو" عبر التلفزيون العربي

والمسجل بقسم العلوم الإنسانية، شعبة السمعى البصري، أقر بأن المذكرة قد استوفت
مقتضيات البحث العلمي من حيث الشكل والمضمون، ومن ثمة أعطي الإذن بطبعتها.

مصادقة رئيس القسم

امضاء المشرف

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات



مذكرة ماستر

العلوم الإنسانية
قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات
سمعي بصري

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالب:

بن عيسى صفاء

يوم: / /

ابعاد الرمزية للسخرية السياسية في التلفزيون
دراسة تحليلية لبرنامج "جو شو" عبر التلفزيون العربي

لجنة المناقشة:

مشرفا ومقررا

محاضر أ محمد خيضر بسكرة

د. هشام عبادة

رئيسا

الرتبة الجامعة

العضو 2

ممتحنا

الرتبة الجامعة

العضو 3

السنة الجامعية:

2025/2024

الشكر والتقدير

أُتقدّم بخالص عبارات الامتنان والتقدير إلى الأستاذ الفاضل "هشام عبادة"، على ما منحني إياه من رعاية أكاديمية، وتوجيه رصين، وصبرٍ كريم خلال مختلف مراحل إنجاز هذا العمل البحثي. لقد كان لحرصه على الدقة، ورؤيته النقدية، الأثر الكبير في إثراء هذه الدراسة، ودفعها نحو النضج العلمي والاستقلالية الفكرية.

كما أتوجّه بجزيل الشكر والعرفان إلى الأستاذ "نبيل لحر"، الذي لم يخل علينا يوماً بدعمه وتوجيهه، وكان سنداً علمياً ومعنوياً لنا طيلة مشوارنا الجامعي. إن ما قدمه من خبرة، ونصح، واهتمام صادق، كان له بالغ الأثر في تجاوز الكثير من العقبات التي اعترضت سبيلنا.

وكذلك اشكر أستاذة قسم علوم الاعلام والاتصال كل باسمه

الفهرس

العنوان	الصفحة
المقدمة	أ-ب-ج
الإطار المفاهيمي للدراسة	
اشكاليه الدراسة	8-5
أسباب اختيار الموضوع	9-8
أهداف الدراسة	9
أهمية الدراسة	11-10
تحديد مفاهيم الدراسة	16-11
الدراسات السابقة	22-17
منهج الدراسة	24-23
ادوات الدراسة	30-24
الإطار النظري للدراسة	
المبحث الأول: السخرية السياسية	
المطلب الأول: تعريف السخرية السياسية	35-32
المطلب الثاني: تطور السخرية السياسية	37-35
المطلب الثالث: دوافع السخرية السياسية	39-37
المطلب الرابع: خصائص السخرية السياسية	41-39
المطلب الخامس: وظائف السخرية السياسية	46-42
المطلب السادس: توظيف السخرية السياسية في الإعلام	50-46
المبحث الثاني: البرامج التلفزيونية الساخرة	
المطلب الأول: تعريف البرامج السياسية الساخرة وأهميتها	57-54

الفهرس

59-57	المطلب الثاني: أهداف البرامج التلفزيونية الساخرة
63-59	المطلب الثالث: البرامج التلفزيونية الساخرة والمضامين السياسية
68-63	المطلب الرابع: البرامج السياسية الساخرة في الوطن العربي
	المبحث الثالث: البرامج السياسية الساخرة (مقاربات في اللغة، وأخلاقيات الممارسة الإعلامية)
79-72	المطلب الاول: البرامج الساخرة وأخلاقيات الممارسة الإعلامية
80-79	المطلب الثاني: التحديات والرهانات التي تواجه البرامج السياسية الساخرة
81-80	المطلب الثالث: مفهوم اللغة الإعلامية الساخرة
84-81	المطلب الرابع: جدلية اللغة الساخرة (المكتوبة، السمعية البصرية)
89-84	المطلب الخامس: الشخصية الساخرة والكاتب الساخر
	الإطار التطبيقي للدراسة
94-92	بطاقة التقنية للبرنامج
143-94	التحليل الكمي والكيفي
146-144	نتائج الدراسة
147	الخاتمة
157-148	قائمة المصادر والمراجع
169-159	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	ت
94	فئة الشكل الفني للبرنامج	1
96	فئة طبيعة اللغة الساخرة	2
98	فئة الأسلوب التمثيلي	3
101	فئة القيم	4
102	فئة الجمهور المستهدف	5
105	فئة اتجاه البرنامج	6
107	فئة أسلوب عرض المحتوى	7
109	فئة الأساليب الاقناعية	8
111	فئة الابعاد السياسية	9
114	فئة معتقدات الأيديولوجية	10
116	فئة اشكال السخرية	11
118	فئة الشخصيات	12
121	فئة الموضوع	13
123	فئة القضايا السياسية	14
125	فئة الأهداف	15
127	فئة صورة المجتمع	16
129	فئة التفاعلية	17
131	فئة الاستمالات	18
132	فئة المصدر	19
134	فئة السخرية كأداة لتحليل البروباغندا	20
136	فئة النقد الساخر للخطاب المصور	21
138	فئة إدارة الفقرات داخل الحلقة	22
140	فئة التلاعب البصري والنصي	23
142	فئة التقمص الكوميدي للشخصيات	24

تتجاوز السخرية السياسية في برنامج "جو شو" حدود الترفيه إلى أداء دور رمزي وثقافي بالغ التأثير، إذ تُستثمر كآلية تحليلية لتفكيك الخطاب السلطوي وكشف التناقضات البنيوية في الأداء السياسي والإعلامي العربي. لا يُقدّم الخطاب الساخر بوصفه مجرد تعليق تهكمي، بل كأداة فاعلة لإعادة تأطير الواقع، ومساءلة الخطابات الرسمية من داخلها، عبر التلاعب بالرموز، وإعادة تدوير الشعارات، والتقاطع الذكي مع الذاكرة الجماعية للجمهور. وقد كشفت الدراسة، التي اعتمدت على تحليل شامل لحلقات الموسم التاسع (33-44)، باستخدام منهج تحليل المضمون الكمي والكيفي، عن توظيف مكثف للأساليب التمثيلية، المحاكاة الساخرة، والمونتاج البصري، في صياغة خطاب مزدوج يوازن بين الجدية والتهكم، ويستثير في آنٍ واحد عقل المتلقي ووجدانه.

كما يبرز البرنامج بنية لغوية هجينة تمزج بين الفصحى والعامية، وبين التهكم والتضمين، في سبيل بناء خطاب شعبي يستوعب مختلف الشرائح، ويعيد الاعتبار للمواطن كفاعل واعي في مواجهة التزييف الإعلامي والاستبداد الرمزي. وتُظهر النتائج أن "جو شو" لا يُمارس فقط دور الإعلام البديل، بل يحتل موقعاً رمزياً كمجال تعبيرى للمقاومة الثقافية، حيث تتحوّل السخرية إلى طاقة نقدية تعيد تشكيل الوعي الجمعي وتمنح الجمهور أدوات لفهم الواقع من زاوية مغايرة. بهذا المعنى، تتجلى السخرية في البرنامج كفعل معرفي، واستراتيجية بلاغية، ومنصة للتعبير السياسي غير المباشر، قادرة على اختراق جدران السلطة وإعادة توزيع القوة الرمزية في المجال العام.

Abstract:

Political satire in the program "Joe Show" transcends mere entertainment to perform a profound symbolic and cultural role. It is strategically employed as an analytical mechanism to deconstruct authoritarian discourse and expose structural contradictions in Arab political and media practices. The satirical narrative is not presented as simple mockery, but as an effective tool for reframing reality and interrogating official rhetoric from within—through symbolic manipulation, the recycling of slogans, and a clever interplay with the audience's collective memory. The study, based on a comprehensive content analysis of episodes 33 to 44 from the show's ninth season using both quantitative and qualitative methods, reveals an intensive use of performative techniques, parody, and visual montage in crafting a dual-layered discourse that balances seriousness with irony, engaging both the viewer's intellect and emotions.

Moreover, the show features a hybrid linguistic structure that blends classical Arabic with colloquial dialects, and irony with implicit messaging, aiming to construct a popular discourse accessible to a wide audience while reasserting the citizen's role as a conscious agent against media distortion and symbolic domination. Findings show that Joe Show functions not merely as alternative media, but as a symbolic space for cultural resistance—where satire becomes a critical force that reshapes collective awareness and equips the audience with tools to reinterpret reality. In this sense, satire emerges as a cognitive act, a rhetorical strategy, and a platform for indirect political expression capable of penetrating power structures and redistributing symbolic capital in the public sphere.

شهد الفضاء الإعلامي العربي خلال السنوات الأخيرة تحولات لافتة في طبيعة الخطاب وأساليب التعبير، وذلك في سياق بيئة سياسية واجتماعية تتسم بالدينامية والاضطراب. وقد تزايد هذا التحول بوضوح منذ اندلاع ما بات يُعرف إعلامياً بـ "الربيع العربي"، حين ظهرت أنماط جديدة من التعبير السياسي، وانفتحت مجالات أوسع للنقاش العام، رغم ما تلا ذلك من انتكاسات سياسية في بعض الدول. لقد شكّل هذا المنعطف محطة فارقة في تاريخ الإعلام العربي، إذ لم يعد يُنظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها مجرد ناقلة للمعلومات، بل أصبحت فاعلاً أساسياً في إعادة إنتاج الرموز، وصياغة المعاني، وتشكيل الرأي العام. وفي خضم هذه التغيرات، برزت السخرية السياسية كأحد أبرز أنماط الخطاب البديل، الذي يحاول تفكيك بني السلطة وإعادة مساءلتها من موقع رمزي غير تقليدي.

تمثل السخرية السياسية، في هذا الإطار، نوعاً خاصاً من الخطاب الإعلامي الرمزي، يتقاطع فيه البعد السياسي بالبعد الثقافي والتعبيري، ويتجاوز الهدف الترفيهي أو الكوميدي إلى أداء وظائف دلالية عميقة تتعلق بالنقد والتفكيك وإعادة التأويل. إنها ممارسة لغوية وفنية تتوسل مفارقات الواقع وتضخيمه وهجنة أنماطه لتوصيل رسائل مشحونة بمعانٍ سياسية، ولكن من خلال أشكال غير مباشرة، تسمح بتجاوز الرقابة والانزلاق داخل فضاء الرمز والتلميح. وبهذا المعنى، فإن السخرية ليست مجرد أداة للإضحك، بل وسيلة تعبيرية ذات طابع نقدي عميق، تُعيد ترتيب العلاقة بين المواطن، والخطاب الرسمي، والمؤسسات السلطوية، وتنتج أدوات جديدة للفهم والمساءلة.

ولعل ما يُميّز السخرية السياسية في السياق العربي هو تفاعلها مع بني اجتماعية وثقافية معقدة، حيث تتجاوز الهشاشة الديمقراطية مع النزعة المحافظة، وتعايش الرقابة مع الانفجار الاتصالي. في هذا السياق المأزوم، تتحول السخرية إلى آلية تعبيرية هجينة، تُحمّل اللغة دلالات مزدوجة، وتُخفي المعنى النقدي خلف ستار الترفيه، مما يمنحها قدرة استثنائية على المناورة داخل الحقول الإعلامية والسياسية. كما أن حضور السخرية في الإعلام العربي يعكس تحولات في وظائف الإعلام ذاته، الذي بات يدمج بين الإخبار والتعليق، وبين الإعلام والتسلية، وبين الجدية والتهكم، في ظل ما يُعرف بالإعلام التشاركي والرقمي، حيث تتشابك الأدوار بين المرسل والمتلقي.

وقد أتاحَت البرامج الساخرة، لا سيما تلك المعروضة في الفضائيات الرقمية أو القنوات التلفزيونية ذات الخطاب النقدي، منصات بديلة تتفاعل مع الجمهور بشكل مختلف، وتنقل قضايا الشأن العام بلغة يومية قريبة من المتلقي، لكنها في ذات الوقت تُعيد ترتيب رموز الواقع السياسي والاجتماعي في قالب ساخر يفترض وعياً تأويلياً لدى الجمهور. ويُعد برنامج "جو شو"، الذي يُعرض على قناة "التلفزيون العربي"، نموذجاً دالاً لهذا الشكل من التعبير، إذ يقدم خطاباً مرّجاً، يوظف فيه التهمك، والمحاكاة، والمفارقة، والتناص، والرمز، في معالجة قضايا سياسية واجتماعية حساسة، محلية وإقليمية، ضمن بنية إعلامية هجينة تدمج بين الأداء المسرحي والتحليل الإخباري، وبين الكوميديا والنقد السياسي.

إن دراسة السخرية السياسية من منظور رمزي لا تنبع فقط من فريدة الموضوع، بل أيضاً من الحاجة إلى فهم الكيفية التي تُنتج بها المعاني الرمزية داخل الحقل الإعلامي، وما تحمله هذه المعاني من دلالات ضمنية تتجاوز سطح الخطاب. كما أن هذه المقاربة تُمكن من رصد التفاعلات المعقدة بين الإعلام والسياسة والثقافة، وتفكيك الاستراتيجيات التي تُوظفها البرامج الساخرة في بناء صور السلطة، وتمثيلات الهوية، وصناعة الرأي العام. فالسخرية ليست حيادية، بل تتضمن موقفاً، وتُعيد إنتاج رؤية للعالم عبر خطاب رمزي مغاير يتحدى السلطة، ويُحرّك الوعي، ويمنح المتلقي فرصة للضحك والتفكير معاً.

وعليه، فإن هذه الدراسة تسعى إلى استكشاف الأبعاد الرمزية التي يتضمنها الخطاب الساخر في برنامج "جو شو"، من خلال تحليل البنية الخطائية والرمزية للبرنامج، وتحديد كيفيات تمثيل السلطة، وتقديم النقد، وبناء التفاعل مع الجمهور. كما تهدف إلى تحليل الوظائف التي تؤديها السخرية بوصفها وسيلة رمزية في تشكيل مواقف سياسية غير مباشرة، وفي إعادة ترتيب العلاقة بين المواطن والسلطة، خصوصاً في بيئة تنسم بتداخل الإعلام مع السياسة، وهيمنة الأيديولوجيا على المجال العام.

تناول هذه الدراسة في الجانب المنهجي والمفاهيمي السخرية السياسية بوصفها أداة رمزية في الإعلام، من خلال تحليل برنامج "جو شو" عبر حلقات مختارة من الموسم التاسع (33-44). وتهدف إلى فهم كيف تُسهم السخرية في كشف التناقضات السياسية وتشكيل الوعي العام، باستخدام منهج تحليل المضمون الكمي والكيفي. تعتمد الدراسة على فئات تحليل تشمل القيم،

اللغة، الأسلوب، والشخصيات الساخرة، مع توظيف أدوات منهجية لضمان الدقة والموضوعية. وتركز بشكل خاص على البعد الرمزي للسخرية كوسيلة للتأثير والإقناع في السياق العربي.

يعرض الإطار النظري تطور السخرية السياسية كأداة رمزية قديمة وظيفتها النقد والمقاومة الرمزية للسلطة، ويركز على خصائصها النفسية والاجتماعية والسياسية، ودورها في التعبير عن المكبوتات وكسر الطابوهات. كما يوضح وظائف السخرية المتعددة مثل التنفيس، النقد، الاتصال، والمراقبة الاجتماعية، مسلطاً الضوء على البرامج الساخرة بوصفها وسيلة بديلة للاتصال السياسي الفعال. ويبرز أهمية هذه البرامج في تعزيز الوعي السياسي والتأثير في الرأي العام، خاصة في السياقات المقيدة لحرية التعبير.

يعتمد الجانب التطبيقي للدراسة على تحليل مضمون حلقات مختارة من برنامج "جو شو" باستخدام المنهج الكمي والكيفي، بهدف فهم كيفية توظيف السخرية السياسية في نقد الواقع السياسي والإعلامي. وقد أظهرت النتائج أن البرنامج يستخدم خطاباً ساخراً متكاملًا يجمع بين الأداء التمثيلي، التلاعب البصري، واللغة الساخرة، ما يُمكنه من التأثير في وعي الجمهور وإعادة تشكيل نظره تجاه الخطاب الرسمي والمؤسسات السياسية.

الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراصة

الفصل الاول: الإطار المنهجي للدراسة

- إشكاليه الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- أهداف الدراسة
- أهمية الدراسة
- تحديد مفاهيم الدراسة
- الدراسات السابقة
- منهج الدراسة

أولاً: الإطار المفاهيمي

1- الإشكالية:

السخرية السياسية تُعد واحدة من أبرز الوسائل الإعلامية التي تساهم بشكل كبير في تقديم القضايا السياسية والاجتماعية بطريقة مبتكرة تجمع بين الفكاهة والنقد. في عالم يشهد أحداثاً معقدة ومتنوعة، تصبح السخرية أداة فعالة لتحليل الواقع بطريقة تتيح للجمهور التفاعل مع هذه القضايا بشكل غير تقليدي. فالسخرية لم تعد وسيلة للإضحاك فقط، بل أصبحت أداة قوية للتعبير عن القضايا والنقد بأسلوب يساهم في جعل القضايا السياسية أكثر قرباً وفهماً للجمهور. في هذا السياق، يمكن اعتبار السخرية السياسية جزءاً من المشهد الإعلامي الحديث الذي يساهم في تشكيل الوعي العام، وتعزيز الحوار المجتمعي، وتوجيه النقد للبنى الاجتماعية والسياسية. تمثل إحدى أهم وظائف السخرية السياسية في تقديم القضايا المعقدة بلغة سهلة وبسيطة يفهمها الجميع. في الوقت الذي قد يبدو فيه الحديث عن القضايا السياسية معقداً أو بعيداً عن اهتمامات الجمهور، تأتي السخرية لتجعل هذه القضايا أكثر وضوحاً وسهولة في الاستيعاب. براج السخرية السياسية، عبر تقديم محتوى كوميدي، تساهم في تسليط الضوء على المشاكل الاجتماعية والسياسية التي قد تكون غائبة عن الاهتمام اليومي، وتحولها إلى مواضيع قابلة للنقاش بأسلوب يلامس الحياة اليومية. من خلال الفكاهة، يتمكن الجمهور من التفاعل مع القضايا السياسية الكبرى بشكل أكثر سلاسة، مما يساهم في تحفيز التفكير النقدي.

السخرية السياسية، رغم بساطتها الظاهرة، تحمل في طياتها رسائل نقدية عميقة. ففي الكثير من الأحيان، يتم من خلال السخرية الكشف عن التناقضات بين أقوال الشخصيات السياسية وأفعالهم. من خلال تناول التصريحات السياسية أو الوعود الانتخابية التي لم تتحقق، يتم إظهار التفاوت بين ما يُقال وما يُنفذ بأسلوب ذكي. هذه الطريقة تجعل السخرية السياسية أداة فعالة لنقل الرسائل النقدية بطريقة يسهل على الجمهور فهمها وتذكرها، كما تحفزهم على التفكير في القضايا المطروحة.

السخرية السياسية تمثل أداة حيوية لكشف التناقضات بين الخطاب الرسمي والواقع الملموس. في الكثير من الأحيان، يتم تناول التصريحات الرسمية والقرارات السياسية التي قد تحتوي على فجوات أو تناقضات من خلال براج السخرية، ما يسمح للجمهور بالتعرف على هذه التفاوتات

بطريقة فكاهية، ولكنها مؤثرة. فبينما يواصل السياسيون استخدام لغة رسمية تبرر أفعالهم، تأتي السخرية لتكشف عن أوجه القصور أو التناقضات بين الأقوال والأفعال، مما يساعد الجمهور على فهم الوضع السياسي بشكل أعمق.

بعيداً عن نقد الأنظمة السياسية فقط، تكشف السخرية السياسية أيضاً عن التحديات الاجتماعية التي يواجهها أفراد المجتمع. يمكن من خلال السخرية إبراز الفجوات الطبقية، تسليط الضوء على معاناة الفئات الهشة، وإظهار تأثير القرارات السياسية على الطبقات المختلفة من المجتمع. هذا التناول لا يقتصر على نقل المعلومة، بل يساهم في تشكيل وعي اجتماعي مشترك يجعل القضايا المطروحة أكثر قرباً وأهمية للجمهور، مما يعزز من دورهم في النقاش العام.

من الجوانب البارزة في السخرية السياسية قدرتها على بناء هوية جماعية تربط الأفراد حول قضايا مشتركة. من خلال السخرية، يمكن استخدام الرموز الثقافية والإشارات الاجتماعية التي تكون مألوفة للجمهور، مما يساعد في توحيد المجتمع حول القضايا التي تهمه. يمكن أن تسهم البرامج الساخرة في تجاوز الانقسامات الأيديولوجية والطبقية، حيث تصبح السخرية وسيلة للتفاعل الاجتماعي تعزز من التواصل بين مختلف أفراد المجتمع.

في المجتمعات التي تشهد استقطاباً سياسياً أو اجتماعياً، تعد السخرية السياسية أداة فعالة للتقريب بين الأطراف المختلفة. فالسخرية التي تعتمد على الفكاهة والتلميحات بدلاً من المواجهة المباشرة تساهم في تقليل التوترات، ما يجعل الأفراد يشعرون بالانتماء إلى قضية مشتركة دون النظر إلى اختلافاتهم السياسية أو الثقافية. هذا الدور التوحيدي يجعل من السخرية السياسية أداة قوية في التعبير عن المقاومة الجماعية، حيث يتمكن الأفراد من أن يشاركوا في تحليل الوضع الحالي بأسلوب خفيف غير تقليدي، مما يعزز من فرص التغيير المجتمعي.

في الأوقات التي تمر بها المجتمعات من أزمات سياسية أو اقتصادية، قد تكون السخرية السياسية وسيلة فعالة لتخفيف التوترات النفسية والاجتماعية. بدلاً من الغرق في المشاعر السلبية أو الشعور بالعجز تجاه الأوضاع السياسية أو الاقتصادية، تتيح السخرية للجمهور مساحة للتنفيس عن الإحباط والغضب بأسلوب مرح وممتع. هذه الطريقة لا تقتصر على الترفيه، بل تفتح الباب أمام التفاعل مع القضايا الجادة بشكل أخف وأقل إرهاقاً.

على الرغم من أن السخرية قد تبدو في البداية وكأنها مجرد وسيلة للضحك، فإنها في الواقع تُعتبر أداة نفسية تساعد الأفراد على التعامل مع الواقع بمرونة أكبر. من خلال تقديم القضايا السياسية والاجتماعية بطريقة فكاهية، يمكن للجمهور أن يتناول هذه القضايا بمرتاح دون أن يشعر بثقلها أو يأسها. هذا النوع من التفاعل يساهم في تحفيز التفكير النقدي، مما يجعل السخرية السياسية وسيلة صحية للتعامل مع الأزمات.

لقد تحولت السخرية السياسية في العصر الرقمي إلى وسيلة تفاعلية قادرة على الوصول إلى جمهور أوسع. مع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح بإمكان أي محتوى ساخر أن يصل إلى الملايين من الأشخاص في وقت قياسي. تتيح هذه الوسائل للجمهور التفاعل مع البرامج الساخرة ومقاطع الفيديو المضحكة بشكل أسرع، مما يجعل السخرية السياسية جزءًا من النقاش العام الذي يمتد عبر الإنترنت، سواء في المحادثات عبر منصات التواصل الاجتماعي أو من خلال تبادل الآراء حول القضايا السياسية المطروحة.

تساهم هذه الديناميكية في تعزيز الحوار المجتمعي وتوسيع نطاق النقاش حول القضايا السياسية والاجتماعية. السخرية السياسية على منصات الإنترنت ليست فقط أداة للترفيه، بل هي أيضًا وسيلة لإثارة التساؤلات وجذب الانتباه إلى القضايا المعقدة التي قد لا يتم تناولها في وسائل الإعلام التقليدية. هذه الظاهرة الرقمية تساهم في فتح النقاشات السياسية أمام جمهور عالمي، مما يعزز من قدرة السخرية على التأثير والتفاعل مع مجموعة واسعة من الناس.

تُعد السخرية السياسية أيضًا أداة ذات تأثير عالمي بفضل انتشار وسائل الإعلام الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي. لم تعد السخرية مقصورة على السياقات المحلية أو الإقليمية، بل أصبحت تُستخدم للتفاعل مع القضايا العالمية التي تهم الجمهور في مختلف أنحاء العالم. على سبيل المثال، يمكن للسخرية أن تُستخدم لطرح موضوعات مثل التغير المناخي، النزاعات الدولية، أو قضايا حقوق الإنسان بطريقة تجمع بين الفكاهة والنقد، مما يتيح للجمهور من مختلف الثقافات التفاعل معها.

هذا التأثير العالمي يجعل السخرية السياسية أداة قوية لنقل الرسائل عبر الحدود الثقافية والجغرافية. بفضل الانتشار السريع للمحتوى الساخر عبر الإنترنت، يستطيع العديد من الأفراد

حول العالم التفاعل مع القضايا الساخرة ومناقشتها، مما يعزز من دور السخرية كوسيلة لتوجيه الانتباه إلى القضايا الاجتماعية والسياسية الهامة على نطاق عالمي.

السخرية السياسية ليست مجرد وسيلة ترفيهية، بل هي أداة قوية لتغيير الرأي العام وتعزيز الوعي المجتمعي بالقضايا الراهنة. من خلال تقديم القضايا السياسية والاجتماعية بأسلوب ساخر، تقوم بتبسيط المسائل المعقدة وتجعلها أكثر فهماً، بينما تقدم في الوقت نفسه نقداً بناءً يمكن أن يساهم في تحسين الوضع السياسي والاجتماعي. عبر تسليط الضوء على التناقضات والتمييز الاجتماعي، تساهم السخرية السياسية في تحفيز الجمهور على التفكير النقدي، مما يعزز من قدرتهم على المشاركة الفعالة في صنع التغيير.

التساؤل الرئيس: ما هي الدلالات الرمزية التي تحملها السخرية السياسية في برنامج "جو شو"، وكيف تسهم في تشكيل الوعي السياسي لدى المشاهدين؟

من أجل الوصول إلى فهم دقيق لهذه الإشكالية ومعالجتها بشكل منهجي وسلس من الناحيتين النظرية والتطبيقية، كان من الضروري إدراج مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تهدف الدراسة إلى الإجابة عنها وفقاً للقواعد العلمية والمنهجية:

- أ- كيف توظف السخرية في "جو شو" كأداة رمزية لنقد الخطاب السياسي وكشف التناقضات بين الواقع والتصريحات الرسمية؟
- ب- ما هي الوظائف الإعلامية والمعرفية التي تحققها السخرية السياسية في "جو شو" في تبسيط القضايا المعقدة وتعزيز الوعي السياسي؟
- ت- كيف تسهم شخصيات "جو شو" الساخرة وأدائها التمثيلية في بناء معانٍ رمزية تعزز من رسائل البرنامج النقدية؟
- ث- كيف تسهم السخرية السياسية في "جو شو" في بناء هوية جماعية وتحفيز النقاش المجتمعي حول القضايا السياسية؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

- السخرية السياسية تعزز التفكير النقدي لدى الأفراد، حيث تشجعهم على تحليل القضايا السياسية بدلاً من قبولها بلا تساؤل.

- كما أنها تستخدم الرموز والإشارات المبطنة لتوصيل أفكار معقدة بطريقة بسيطة ومفهومة. بالإضافة إلى ذلك، تساهم في تخفيف التوترات الاجتماعية من خلال منح الناس وسيلة للتعبير عن استيائهم بشكل غير عنيف، مما يقلل من حدة الصراعات.
- كما تثير السخرية السياسية النقاش العام وتحفز الناس على المشاركة في القضايا السياسية، مما يعزز الوعي ويضغط نحو التغيير الاجتماعي. من جهة أخرى، قد تضعف السخرية مصداقية السلطة والشخصيات العامة بطريقة غير مباشرة.
- كما أنها تخلق شعوراً بالوحدة والتضامن بين الأفراد الذين يشاركون نفس الرأي، وتثير مشاعر الضحك أو الاستنكار، مما يجعل الرسائل السياسية أكثر تأثيراً وعمقاً.

3-أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تقديم نظرة شاملة ومعقدة حول صناعة المحتوى الساخر على التلفزيون، من خلال تحليل الأساليب والآليات المستخدمة في إنتاج هذا النوع من البرامج والمحتوى. تركز الدراسة على كيفية بناء الرسائل الساخرة التي تحملها هذه البرامج، وتفكيك التقنيات الفنية والإعلامية التي يعتمد عليها صناع المحتوى، مثل الإيقاع، واللغة، والتصوير، واستخدام الشخصيات الساخرة.

بالإضافة إلى ذلك، تسعى الدراسة إلى فهم تأثير هذه المضامين في تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي لدى الجمهور، وكيفية تأثير السخرية على الرأي العام. فمن خلال تقديم نقد اجتماعي وسياسي في شكل ساخر، تساهم هذه البرامج في تحفيز التفكير النقدي والتأمل في القضايا الاجتماعية والسياسية. كما يمكن أن تساعد في تسليط الضوء على القضايا المقلقة أو المحظورة بشكل غير مباشر، مما يساهم في فتح المجال للحوار العام وتغيير بعض المفاهيم أو المواقف.

إلى جانب ذلك، تهتم الدراسة بدور هذه البرامج في التأثير على الأفراد من مختلف الفئات الاجتماعية، لا سيما من حيث كيفية استقبالهم لهذه الرسائل ومدى تأثيرها على تصوراتهم الشخصية وسلوكياتهم اليومية.

تسعى هذه الدراسة إلى تحليل مدى تأثير وفعالية المحتوى الساخر على التلفزيون في جذب انتباه الجمهور وتأثيره في مواقفهم وآرائهم، من خلال فهم كيف يعزز هذا النوع من المحتوى

التفاعل مع القضايا الاجتماعية والسياسية. تركز الدراسة على استكشاف تأثير السخرية كأداة نقدية، وكيفية استخدامها لتبسيط القضايا المعقدة أو الترويج لمواقف معينة، مما قد يساهم في تشكيل الوعي العام.

كما تهتم الدراسة بتحديد العوامل التي تجعل هذا النوع من المحتوى جذاباً للمشاهدين، مثل الأسلوب الكوميدي أو المفارقات الحادة، وتحليل كيف يعكس هذا النوع من البرامج القيم والمعتقدات السائدة في المجتمع. علاوة على ذلك، تسعى إلى فهم كيفية تأثير هذه المضامين الساخرة على الجمهور بشكل أعمق، سواء من حيث تغيير آرائهم أو تعزيز رؤاهم المسبقة، ومدى قدرتها على إثارة الحوار المجتمعي أو إحداث تأثيرات سلوكية على الأفراد.

مراجعة استراتيجيات وأساليب إنتاج المحتوى الساخر على التلفزيون وفهم التقنيات المستخدمة في تقديمه. ومعرفة التحديات والمخاطر التي يوجهها صناع المحتوى الساخر في مجال التلفزيون. فهم نوع القيم والمفاهيم التي يتم الترويج لها من خلال مضامين السخرية على التلفزيون.

4-أهمية الدراسة:

- تنبع أهمية هذه الدراسة من معالجتنا لمضامين السخرية كما تظهر عبر التلفزيون التي شهدت انتشاراً واسعاً مؤخراً بين مختلف فئات الجمهور. تركز الدراسة بشكل خاص على الظاهرة المتنامية للمضامين الساخرة التي أصبحت جزءاً من الواقع الاجتماعي الجديد، مع تسليط الضوء على انتشارها بين الرأي العام. وتهدف إلى استكشاف وعي الجمهور نحو هذه المضامين على التلفزيون العربي.
- تهدف الدراسة إلى استكشاف الدوافع الكامنة وراء إقبال الأفراد، وخصوصاً هذه الشريحة الاجتماعية، على مشاهدة المضامين الساخرة وفهم الأسباب التي ساهمت في انتشارها على نطاق واسع بينهم. تتناول الدراسة العوامل النفسية والاجتماعية والثقافية التي تجعل هذه المضامين جذابة، مثل الترفيه، التنفيس عن الضغوط، أو التعبير عن مواقف وقضايا حساسة بشكل غير مباشر. كما تسعى إلى تحليل السياق الذي أدى إلى رواج هذه الظاهرة، وتأثير التلفزيون العربي في تعزيز انتشارها. بالإضافة إلى ذلك، تدرس الدراسة أثر هذه المضامين على أنماط التفكير والتفاعل الاجتماعي داخل المجتمعات، مما يساعد على تقديم فهم أعمق لطبيعة علاقتهم بمثل هذه الظواهر التي تنشأ عبر التلفزيون.

- يساعد هذا الموضوع في التعرف على الأسباب المتخفية وراء متابعة ومشاهدة هذه المضامين عبر التلفزيون العربي، مما يتيح فهم الدوافع التي تجعل الجمهور يهتم بهذا النوع من المحتوى، بالإضافة إلى تسليط الضوء على كيفية تأثير هذه المضامين في تشكيل الآراء العامة، وتوجيه المواقف الاجتماعية والسياسية. كما يوفر هذا التحليل رؤية معمقة حول دور التلفزيون في تشكيل الثقافة الجماهيرية وتوجهات الأفراد في المجتمع العربي.
- تكمن أهمية دراسة مضامين السخرية السياسية على التلفزيون في قدرتها على تحليل تأثير هذه المضامين في تشكيل الوعي السياسي للجمهور. فالسخرية السياسية غالباً ما تكون أداة قوية لتوجيه الانتقادات للأوضاع الاجتماعية والسياسية بطريقة غير مباشرة، مما يساهم في تعزيز فهم الجمهور للقضايا السياسية بشكل مبسط وأكثر تأثيراً. كما تتيح هذه الدراسة فهم كيفية استخدام هذه المضامين كوسيلة للتعبير عن المعارضة أو الاحتجاج، وتقديمها بشكل يثير التفكير النقدي ويشجع على الحوار العام حول السياسات والقضايا الاجتماعية المعاصرة.

5- تحديد مصطلحات الدراسة:

تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية للدراسة يُعد خطوة أساسية في المنهجية البحثية، حيث تُعد الدقة والموضوعية من الخصائص الجوهرية التي تميز البحوث العلمية. ولتحقيق هذه الدقة، من الضروري وضع تعريفات واضحة ومحددة لكل مصطلح يُستخدم في الدراسة، مما يساهم في بناء فهم مشترك والوصول إلى نتائج علمية موثوقة.

أ- السخرية:

لغة:

جاء تعريف كلمة سخر في القاموس المحيط للفيروز آبادي كما يلي:

سخر منه وبه كفرح سَخَرًا وسَخَرًا وسُخِرَ ومَسَخَرًا وسُخِرًا: هَزِيءٌ، كَأَسْتَسَخِرُ، وَالْأَسْمُ: السُّخْرِيَّةُ وَالسُّخْرِي، وَيَكْسِرُ. وَسَخَرَهُ، كَمَنْعَهُ، سَخِرًا، بِالْكَسْرِ وَيَضُمُّ: كَلَفَهُ مَا لَا يُرِيدُ، وَقَهَرَهُ. وَهُوَ سَخِرَ لِي وَسَخِرِي وَسَخِرِي. وَرَجُلٌ سَخِرٌ، كَهَمْزَةٍ: يَسْخَرُ مِنَ النَّاسِ. وَكِبْسَرَةٌ: مَنْ يَسْخَرُ مِنْهُ، وَمَنْ يَتَسَخَرُ كُلٌّ مِنْ قَهَرِهِ. وَسَخَرَتِ السَّفِينَةُ، كَمَنْعِ طَابَتِ لَهَا الرِّيحُ وَالسَّيْرُ. وَإِنْ تَسَخَرُوا مَنْأً، فَإِنَّا نَسْخَرُ

منكم كما تَسْخَرُونَ (05) أي: "إِنْ تَسْتَجْهَلُونَا" (05)، فَإِنَّا نَسْتَجْهَلُكُمْ، كَمَا تَسْتَجْهَلُونَا. وكُسِّرَ: بَقْلَةً بِخُرَّاسَانَ. وَصَخْرُهُ تَسْخِيرًا: ذَلَّهُ، وَكَلَّفَهُ عَمَلًا بِلَا أَجْرَةٍ، كَتَسَخَّرَهُ.¹

اصطلاحاً:

ورد ذكر لفظ السخرية في القرآن الكريم في سورة الحجرات، قال الله تعالى: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ وَلَا تَلْبِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَنِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ} الآية (11).²

كما يعرفها شاكر عبد الحميد: على أنها شكل من أشكال الفكاهة، أهمية وهدفها عموماً مهاجمة الوضع الراهن في الأخلاق والسياسة والسلوك والتفكير وبالطبع فإن هذا الوضع الراهن هو محصلة لممارسات عدة خاطئة سابقاً فالسخرية مظهر للفكاهة ومن أكثر أشكالها أهمية.³

وفي تعريف آخر أيضاً: هي رسالة اتصالية تنطوي على معانٍ يصححها القائم بالاتصال (المرسل) تبعاً للخصائص الوسيطة الاتصالية التي تمر بواسطتها الرسائل، وتهدف إلى نقد ومقاومة الظواهر الحياتية سواء كانت اجتماعية، أو سياسية، أو اقتصادية، أو فكرية لدى الأفراد والمؤسسات لأغراض تقويمية، ورقابية، وتحذيرية بأسلوب يثير الضحك لدى المتلقي أو السخبط أو إليهما معاً.⁴

التعريف الاجرائي:

السخرية هي فن اتصالي وأسلوب تعبري يعبر عن مواقف وقضايا معينة بطريقة غير مباشرة. يعتمد الساخر فيها على تحويل معنى الكلمات إلى نقيض ما يقصده المتكلم، مع تقديمها بأسلوب فكاهي يجذب الانتباه

¹ مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي، القاموس المحيط، ط8، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، 2005، ص405.

² القرآن الكريم، سورة الحجرات، ص11.

³ خلفه بدر، فرزولي مختار، معالجة المنشورات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الواقع الجزائري، دراسة تحليلية لعينة من منشورات ساخرة على الفيسبوك، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 13/العدد 01 (2023)، جامعة بسكرة، 2023، ص25.

⁴ باعزیز زهرة، توجهات البرامج السياسية الساخرة على قنوات اليوتيوب، تحليل مضمون عينة من برنامج السليط الإخباري على قناة AJ+ في الفترة الممتدة ما بين جانفي إلى أكتوبر 2021، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 15/العدد 3 (2023)، جامعة الجزائر 3، 2023، ص399.

ب- السخرية السياسية:

أحد أساليب نقد الأوضاع السياسية السلبية، تعتمد بالأساس على الفكاهة وتكون موجهة ضد أشخاص أو أحداث سياسية معينة، ومن الممكن استخدامها ضد الرؤساء أو خطاباتهم، كما أنها تعد مظهر من مظاهر حرية التعبير في الدول الديمقراطية ومظهر من مظاهر المقاومة في الدول السلطوية.¹

تقوم السخرية السياسية بالتركيز على الأوضاع والسلبيات المنتشرة في المجتمع والعمل على نقدها وذلك من أجل لفت انتباه الجماهير إلى تلك الأوضاع من أجل الضغط على الحكومة لإصلاحها، هنا لا يوجد تعارض بين السخرية والجدية حيث إن السخرية السياسية تقوم بتحليل عميق لظاهرة أو وضع سياسي سلبي، كما إن السخرية السياسية تعمل على إثارة وعي الجمهور للوصول للهدف من تلك السخرية، وتعمل السخرية السياسية على وضع تشبيه ساخر للواقع بهدف نقده ورغبة في إصلاحه وهنا تظهر عبقرية الساخرين.²

هي خطاب نقدي ونوع من التأليف الأدبي أو الخطاب الثقافي، الذي يقوم على أساس الانتقاد للردائل والحقائق والنقائص الإنسانية الفردية منها والجماعية ومهاجمة الوضع الراهن في المجال السياسي والسلوك والتفكير، وهي أحد أشكال المقاومة.

وتعرف السخرية السياسية بكونها: أداة مقاومة شعبية ثقافية ضد القمع والاضطهاد والقهر الاجتماعي السياسي، تصبح كفن شعبي أكثر إضاءة في وجدان الجماهير، وتستخدم السخرية السياسية كونها فن شعبي في عملية التوعية الاجتماعية والسياسية ضمن قاعدة شعبية.³

التعريف الاجرائي: السخرية السياسية هي خطاب نقدي بّناء يهدف إلى تسليط الضوء على السلبيات والخروقات السياسية والاجتماعية بغرض معالجتها وإصلاحها، وتحفيز التغيير السياسي. يعتمد هذا الخطاب على استخدام أساليب التهكم والهجاء أحياناً، والهزل والطرفة والنكات أحياناً أخرى، بهدف إضفاء روح الدعابة وإثارة الضحك لدى المتلقي، مما يعزز تأثيره ويجعله أكثر جاذبية.

¹ ميار فتحي عبد الرؤف محمود، السخرية السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الرأي العام المصري، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية، الاقتصادية والسياسية، 30 سبتمبر 2021، https://democraticac.de/?p=77547#_ftn15

² علاق امينة، اعمال الملئقى الوطنى: التكوين السياسى الساخر فى الجزائر، ط1، الناشر دار جودة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2024، ص34.

³ سفيان غنيو، السخرية السياسية عبر تلفزيون الواب: دراسة تحليلية وصفية لبرنامج "السليط الاخباري" خلال فترة 2021، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 06/العدد 02 (2022)، جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم، الجزائر، 2022، ص432.

ت- البرامج التلفزيونية الساخرة:

سجل بتلفزيون منذ أيامه الأولى حضوراً في عرض التمثيليات الفكاهية من خلال تقديم مغارات نتصل بعائلة يتميز أفرادها بالذكاء ويقعون في مشاكل نثير الضحك، وكان ذلك الإطار الرئيس الذي يدور حوله كتاب الروايات في التلفزيون، وقد كانت هذه البرامج تعرض حياً مستمرة سنوات عدة في التلفزيون الأمريكي.

وتعرف البرامج الساخرة بأنها " البرامج التي تتناول أنماط ومواقف سياسية واجتماعية بشكل نقدي ساخر يحمل الطابع الكوميدي الراقى مع الابتعاد عن الابتذال والاحتفاظ بالعرض الجاد والموضوعية، وعن طريقها يقوم مقدم البرنامج بتعيرية الحقائق، وتسليط الضوء عليها بطريقة بسيطة محببة وقريبة للنفس من أجل إيصال المعلومات في أقل وقت للجمهور.¹

البرامج التلفزيونية الساخرة يعرفها فرانسو باسيل بأنها كوميديا إنسانية راقية خالية من الابتذال وإبداع فني يحتوي على قدر من السياسة وقسط من الثقافة المحلية وبعض من الثقافة العالمية.

التعريف الاجرائي: هي برامج تلفزيونية تعالج قضايا سياسية واجتماعية بأسلوب ساخر يمزج بين الفكاهة الراقية والنقد البناء، مع الحفاظ على الجدية والموضوعية بعيداً عن الابتذال، مما يجعلها وسيلة فعالة للتوعية والترفيه.

ث- الكوميديا:

لغة: عرفت مارى كلود كانوفا بقولها: مصطلح الكوميديا مشتق من اللاتينية comic الذي أطلق في بادئ الأمر على كل مسرحية مهما كان نوعها ليشير فيما بعد إلى مسرحية ذات هدف ترفيهي إن لم يكن تهديبياً وذلك من خلال تصوير العيوب والرزائل الفردية أو الاجتماعية ابتداء من القرن السادس عشر.

ويعرفها قاموس أكسفورد الإنجليزي كالآتي: مشتق الاسم من لفظ comoedia كوميديا، نقلا عن الكلمة اليونانية kuuwsia وهي تعني إما kupos المرح الصاخب، اللهو، أو تعود إلى مصدر

¹ امير علي عبد الأمير، طالب عبد المجيد ذياب، موضات البرامج التلفزيونية الساخرة وانعكاسها على السياسي العراقي، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد 15، العدد 61 (2023)، بغداد، ص 82.

المحتمل kupn أي القرية، أو aoisos أي مغني أو مطرب... وهكذا يعود أصل kupw إما إلى شاعر المرح الصاخب أو إلى شاعر القرية.¹

اصطلاحاً: يعرف "أرسطو" الكوميديا على أنها فن من الفنون المبنية على المحاكاة غير أن موضوع المحاكاة فيها يجعل منها مختلفة عن باقي الفنون الأخرى، فهي تعالج موضوعاً معيناً، أو بالأحرى فئة معينة من الأشخاص الذين يحملون صفة الرداءة والرديء عند أرسطو ليس المنكر والمكروه والخسيس وإنما الشيء المثير للضحك شرط ألا يسبب الإحراج أو الألم. على هذا فالكوميديا هي محاكاة لكل شيء يحمل نقصاً أو خطأ فيكون ذلك سبباً لإضحاك الجمهور.²

اجرائياً: الكوميديا هي نوع من الأداء الفني يهدف إلى الترفيه أو النقد من خلال المحاكاة الساخرة أو التصوير الفكاهي للعيوب والنقائص الفردية أو الاجتماعية. وهي تبرز الجانب المثير للضحك، الذي ينبع من تصوير النقص والخطأ دون أن يسبب إحراجاً أو ألماً.

ج- الترفيه: يعتبر "بتلر Pettler" الترفيه نوعاً من أوجه النشاط التي تمارس في وقت الفراغ والتي يختارها الفرد بدافع شخصي لممارستها والتي يكون من نواتجها اكتساب العديد من القيم البدنية والاجتماعية والمعرفية.³

يرى تشالز بيوتشر Bucher Charles أن الترفيه هو "الارتباط الجاد بأوجه النشاط التي يمارسها الفرد في أوقات الفراغ والتي يكون من نواتجها الاسترخاء والرضا النفسي"⁴

الترفيه هو "نمط من النشاط بهدف اللهو بمختلف أنواعه والترويح عن النفس مثل التنزه في الأماكن الخضراء المفتوحة أو السياحة أو ممارسة الألعاب الرياضية ومشاهدة الأفلام السينمائية وغيرها".⁵

¹ ندى بوكعين، تجليات الكوميديا في النص المسرحي الجزائري، دراسة نسقية ثقافية لنماذج مختارة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الطور الثالث، الدراسات اللغوية الأدبية، اللغة والأدب العربي، الآداب واللغات، جامعة 8ماي 1945 قالمة، الجزائر، ص90.

² علاق امينة، الكوميديا السياسية في الجزائر: من وسائل الاعلام التقليدي الى منصات الاعلام الجديد -قراءة تحليلية-، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة ام البواقي، المجلد6، العدد2، ديسمبر2019، ص309.

³ عكاك فوزية، الترفيه وأوقات الفراغ لدى الشباب، مجلة المربي، المجلد21، الجزائر، 2018، ص97.

⁴ هوني رحاب، خذير وسام، أثر السياحة الترفيهية على ولاء الزبون دراسة حالة عينة من زوار مركز الألعاب مسعودي "بتقوت"، تخصص تسويق الخدمات، العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية، والعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة قاصد مرباح ورقلة، الجزائر، ص91.

⁵ نصيرة سحنون، الترفيه في التلفزيون وعلاقته بالقيم الاجتماعية دراسة وصفية تحليلية لعينة من مشاهدي البرامج الترفيهية في التلفزيون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، ص05.

اجرائياً: الترفيه هو نشاط اختياري يمارسه الفرد في أوقات الفراغ بدافع شخصي بهدف الترويح عن النفس وتحقيق الاسترخاء والرضا النفسي. يتنوع هذا النشاط ليشمل مختلف أشكال اللهو مثل التنزه، السياحة، ممارسة الرياضة، أو مشاهدة الأفلام، كما يسهم في اكتساب قيم بدنية، اجتماعية ومعرفية، مما ينعكس إيجاباً على التوازن النفسي والاجتماعي للفرد.

ح- الفكاهة:

-لغة: من بين المعاني اللغوية للصيقة بالفكاهة، بشكل واضح هو المزاح " فكَّهْم بملح الكلام : أطرْفَهُمْ، والاسم الفكرية والفكاهة، بالضم، والمصدر المتوهم فيه الفعل فَكَّاهَةً.

الفكاهة، بالفتح مصدر فكة الرجل، بالكسر، فهو فكة إذا كان طيب النفس مزاحاً والفكاهة المزاح. وفي حديث أنس: كان النبي صلى الله عليه وسلم، من أفكه الناس مع صبي الفكاهة المزاح. وفي حديث زيد بن ثابت أنه كان من أفكه الناس إذا خلا مع أهله والفكاهة، بالضم: المزاح وقيل الفكاهة ذو الفكاهة والتفاهة: التمازح. وفكَّهت القوم مفكاهة بملح الكلام والمزاح، والمفكاهة الممازحة والفكه الطيب النفس، وقد فكه فكها أبو زند: رجل فكة وفكها، وهو الطيب النفس المزاح وفكَّهت: مازحت. ويقال للمرأة: فكَّهت، وللنساء فكَّهات. وتفكَّهت بالشيء: تمتعت به ... والفكه الذي يحدث أصحابه ويضحكهم".¹

-اصطلاحاً: والفكاهة شيء موهوب غري مكتسب، فهي مركبة في طباع الهجائيين الممتازين، الذين لا تكاد أعينهم تقع على الشيء حتى تندفق ألوان من الصور الفكاهة والأخيلة الساخرة التي تسعفهم بها البديهة دون إعمال كبري للعقل أو كد للمخيلة، فالصورة تلعب في ذهن الهجاء الساخر الفطن، فتسعه بالنكتة الصائبة بمجرد وقوع عينه على موضوع هجائه أو تخيله.²

-اجرائياً: الفكاهة هي الطرافة والمزاح بملح الكلام، تهدف إلى إضفاء البهجة والمتعة، وتعتمد على سرعة البديهة في تصوير المواقف بشكل ساخر وفطري دون تكلف.

ثانياً: الجانب المنهجي

1- الدراسات السابقة:

¹ عواج حليلة، العزوزي حرزولي، ادب الفكاهة ونشاط الاعمال الموجهة في المرحلة المتوسطة، الحضور والغياب، مجلة علوم اللغة العربية وأدابها، المجلد 12، العدد 01، 15 مارس 2020، جامعة باتنة 1، الجزائر، ص 219-220.

² جودي فارس البطاينة، تجليات السخرية في الادب الأردني رواية [عائدة الى آئينا] نموذجاً، مجلة دفاتر الشعرية الجزائرية، المجلد 07، العدد 02، جامعة جرش، المملكة الأردنية الهاشمية، 2022، ص 85.

✓ الدراسة الأولى: للطلبة (عامر آمال) أثر الاتصال السياسي الاستعراضي من خلال البرامج التلفزيونية الساخرة على الوعي السياسي لدى الشباب: دراسة تحليلية لبرنامج جرنال القوسطو.

حيث عالجت أثر البرامج التلفزيونية الساخرة على الوعي السياسي، خاصة في ظل انتشارها الواسع في الوطن العربي عموماً، والجزائر بشكل خاص، مع الانفتاح على السمع البصري وظهور القنوات التلفزيونية الخاصة. تركز الدراسة على تحليل برنامج "جرنال القوسطو" لتسليط الضوء على المضامين السياسية التي تقدمها البرامج الساخرة الجزائرية، ومدى تأثيرها على الجمهور، حيث أصبحت هذه البرامج ذات أهمية كبيرة للمتلقين، إذ يعتمد عليها أحياناً لتكوين آرائه، والتنفيس عن همومه، والتسلية، فضلاً عن رؤيتها كنصّة تعكس حرية التعبير. تُعد هذه الدراسة من أوائل الأبحاث الأكاديمية التي تناول موضوع البرامج التلفزيونية الساخرة في القنوات الجزائرية، وارتباطها بتقديم اتصال سياسي استعراضي يقوم على الإثارة والفرجة. كما تسعى الدراسة لربط هذا النوع من الاتصال بالوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، وتحليل الإشباع السياسية والمعلوماتية التي تحققها هذه البرامج. الوعي السياسي، الذي يُعتبر الخطوة الأولى نحو المشاركة السياسية، يتطور من خلال مراحل تبدأ بالاهتمام بالشأن السياسي والثقافة والمعرفة السياسية، وصولاً إلى الممارسات الفعلية مثل التصويت أو المشاركة الانتخابية. وتنوع مؤسسات تكوين هذا الوعي بين مؤسسات غير رسمية مثل الأسرة والأصدقاء، ورسمية كالمؤسسات التعليمية والإعلامية. تنطلق الدراسة من هنا لتحليل دور الإعلام، من خلال برنامج "جرنال القوسطو" كنموذج، في صياغة وتوجيه المضامين الإعلامية الساخرة وتأثيرها على تكوين الوعي السياسي. من خلال هذه الدراسة اندرجت منها الإشكالية التالية: ما هو أثر الاتصال السياسي الاستعراضي من خلال البرامج التلفزيونية الساخرة على الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي؟

تساؤلات الدراسة:

- 1- ماهي عادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي لبرنامج جرنال القوسطو؟
- 2- ما هي مستويات الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي؟
- 3- ماهي أساليب السخرية التي وظفها المخرج في برنامج جرنال القوسطو؟
- 4- ماهي المعاني والرسائل المتضمنة في البرنامج التي نقلت لنا الاتصال السياسي الاستعراضي؟

الإطار النظري للدراسة:

الفصل الأول بعنوان الاتصال السياسي يتناول ثلاثة مباحث رئيسية. الأول يعرف الاتصال السياسي كعملية نقل وتبادل الرسائل السياسية التي نشأت منذ العصور القديمة وبرزت في الأنظمة الحديثة كأداة للتأثير في الرأي العام. المبحث الثاني يركز على مستويات الاتصال السياسي، التي تشمل المستوى الفردي (بين المواطنين والسياسيين)، المؤسسي (الأحزاب والإعلام)، والدولي (بين الدول والمنظمات). أما المبحث الثالث فيستعرض الاتصال السياسي في الوطن العربي، مع التركيز على دور الإعلام في تشكيل الخطاب السياسي في هذا السياق، بالإضافة إلى تحليل تجربة الجزائر في تعزيز التفاعل السياسي وسط تحديات التحول الديمقراطي.

الفصل الثاني المعنون بـ: الوعي السياسي يتناول أربعة مباحث أساسية. الأول يعرف الوعي السياسي على أنه إدراك الأفراد للقضايا السياسية وتفاعلهم معها، ويتطور عبر التاريخ من الفكر الفلسفي إلى التأثير المؤسسي. المبحث الثاني يناقش مستويات الوعي السياسي التي تتراوح بين الفردي والجماعي، وأبعاده التي تشمل الإدراك السياسي، المشاركة، والانتماء الوطني. أما المبحث الثالث فيركز على الأدوات المؤثرة في تكوين الوعي السياسي مثل الأسرة، التعليم، الإعلام، والفضاء الرقمي، مع التأكيد على دور الإعلام الجديد. المبحث الرابع يستعرض محتوى وخصائص الوعي السياسي، حيث يتأثر بالقيم الوطنية والحقوق ويرتبط بالسياق الثقافي والاجتماعي.

الفصل الثالث: البرامج التلفزيونية الساخرة يتناول أربعة مباحث رئيسية. الأول يبرز السخرية كأداة نقدية تجمع بين الترفيه والتفكير النقدي. المبحث الثاني يناقش الصحافة الساخرة التي تمزج بين الطرافة والجدية لتوجيه الرأي العام. أما المبحث الثالث فيركز على البرامج التلفزيونية الساخرة التي تستخدم الكوميديا لنقد القضايا الاجتماعية والسياسية بأسلوب جذاب. المبحث الرابع يتناول البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة التي تقدم نقداً سياسياً رمزياً، مما يعزز الوعي الجماهيري ويسهم في تحليل الواقع السياسي.

اعتمدت الدراسة على استمارة استبانة كأداة لجمع البيانات، بهدف استكشاف مدى تأثير هذه النوعية من البرامج على الشباب الجامعي، خاصة فيما يتعلق بمستويات معرفتهم السياسية. كما سعت إلى التعرف على اتجاهات وميول عينة الدراسة تجاه البرنامج. بالإضافة إلى ذلك، تم إجراء تحليل سيميولوجي لعينة مختارة من حلقات البرنامج، بغية فهم طبيعة المادة السياسية الساخرة التي يقدمها ومضامينها.

تعقيب وحدود الاستفادة من هذه الدراسة:

أسهمت هذه الدراسة بشكل كبير في مساعدتي على بناء الإطار النظري وصياغة الخطة البحثية بشكل منهجي. ومع ذلك، يلاحظ أن هذه الدراسة قد أغفلت توظيف تحليل المضمون كأداة مساندة لتحليل السيميولوجي، الأمر الذي كان من الممكن أن يُثري النتائج ويعزز دقة التحليل. يُبرز هذا الإغفال أهمية التكامل بين الأدوات المنهجية المختلفة لتحقيق مقاربة أشمل وأعمق للموضوع المدروس، وهو ما أطمح إلى معالجته وتطويره في دراستي الحالية.

✓ الدراسة الثانية: لباحثين (عربي عبد العزيز الطوخي، عائدة محمد عوض المر، احمد محمد راشد عبد الواحد) بعنوان الموضوعات السياسية كما تعكس البرامج التلفزيونية الساخرة في القنوات الفضائية. "دراسة تحليلية" في مجلة بحوث التربية النوعية، العدد 35 (2014).

ظهرت العديد من البرامج التلفزيونية التي تنتقد الواقع والأحداث السياسية وغيرها، من خلال نقد لاذع بأسلوب ساخر وكوميدي، مع الحفاظ على الجدية والموضوعية بعيداً عن الابتذال والنمطية التي تميز الإعلام التقليدي. تكمن مشكلة الدراسة في تحليل أساليب النقد الساخر والقوالب الفنية المستخدمة في هذه البرامج، بالإضافة إلى دراسة توجهات وآراء الضيوف واختصاصاتهم، ونوعية الموضوعات التي يتم تناولها. كما تركز الدراسة على المصادر التي يعتمد عليها في جمع وإعداد المواد، وعلاقة الصور والمحتويات المرئية والمسموعة بالنصوص المقروءة وطرق العرض المتبعة في تقديم هذه البرامج.

تساؤلات الدراسة

ما أهم الموضوعات السياسية التي اهتمت البرامج التلفزيونية الساخرة بطرحها ومناقشتها؟

ما المدة الزمنية التي تستغرقها البرامج التلفزيونية الساخرة؟

ما المصادر التي يعتمد عليها معدي البرامج التلفزيونية الساخرة؟

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الاستطلاعية التي تهدف إلى رصد وتحليل أساليب وصور النقد الساخر، بالإضافة إلى الأشكال والقوالب الفنية المستخدمة في تقديم البرامج التلفزيونية الساخرة. وتشمل عينة الدراسة مجموعة من البرامج التلفزيونية الساخرة، والتي تتمثل في برنامج "مع باسم يوسف"، وبرنامج "بني آدم شو"، وبرنامج "الليلة مع هاني".

نتائج الدراسة:

- إن التورية كانت من أكثر أساليب النقد الساخر استخداماً في البرامج التلفزيونية الساخرة عينة الدراسة وذلك بنسبة 82.1% وتليها المبالغة بالنسبة 77.8%.
- تهتم البرامج التلفزيونية الساخرة بالموضوعات السياسية بشكل كبير وذلك بنسبة 91.7%.
- إن الاسكتشات والاستعراضات الغنائية كان من أكثر طرق العرض المستخدمة في تقديم البرامج التلفزيونية الساخرة وبلغت النسبة 55.2% لكل منهما.

تعقيب وحدود الاستفادة من الدراسة:

تتصل هذه الدراسة في جوهرها بشكل وثيق بالبحث الذي أسعى إلى إنجازه، حيث تتقاطع في العديد من جوانبها مع أهدافي البحثية وموضوع الدراسة الذي أطمح للوصول إليه. كما أنها تمثل إطاراً مقارباً من حيث الأفكار والمحاور، مما يتيح الاستفادة منها في تعزيز الفهم وتوسيع نطاق التحليل للوصول إلى نتائج دقيقة ومتكاملة.

✓ الدراسة الثالثة:

للباحثين Heather L. Lamarre ،R. Lance Holbert ،Kristen D. Landreville، بعنوان:
The influence of Late-Nigh TV comedy viewing on Political Talk: A
Moderated- Mediation model

تركز الدراسة على استكشاف تأثير مشاهدة البرامج الكوميدية في وقت متأخر من الليل (مثل "ذا ديلي شو" و"ليت نايت شو") على اهتمام الجمهور بالنقاشات السياسية ومشاهدتهم للمناظرات الرئاسية. وتفترض وجود علاقة غير مباشرة (وساطة) بين مشاهدة هذه البرامج وزيادة الحوار السياسي، حيث تؤدي إلى زيادة احتمال مشاهدة المناظرات. كما اختبرت الدراسة ما إذا كان "العمر" يلعب دوراً معتدلاً في هذه العلاقة.

- تساؤلات الدراسة

1. هل تؤدي مشاهدة البرامج الكوميدية السياسية في وقت متأخر من الليل إلى زيادة احتمالية مشاهدة المناظرات الرئاسية؟

2. هل تساهم مشاهدة هذه البرامج في تحفيز النقاش السياسي بين الأفراد؟
3. هل تمثل مشاهدة المناظرات وسيطاً بين مشاهدة البرامج الكوميدية والنقاش السياسي؟
4. هل يلعب العمر دوراً معدّلاً في تأثير البرامج الكوميدية على مشاهدة المناظرات والنقاش السياسي؟

اعتمدت الدراسة على منهج كمي تجريبي من خلال تحليل ثانوي لبيانات مستخلصة من استطلاع الوطني خلال فترة الانتخابات الأميركية عام 2004. وتم استخدام نماذج انحدار هرمي وتحليلات الوساطة والاعتدال لاختبار الفرضيات المطروحة. اختيرت العينة بشكل عشوائي وبلغ حجمها 796 مشاركاً، وتم قياس مختلف المتغيرات من خلال أدوات استبائية دقيقة، ما يضيف على نتائج الدراسة مصداقية علمية قوية.

استُخدمت استبيانات متعددة لقياس مجموعة من المؤشرات، منها عدد أيام مشاهدة البرامج الكوميدية خلال الأسبوع، مدى متابعة المناظرات الرئاسية، حجم النقاش السياسي بعد المناظرات، إضافة إلى متغيرات ديموغرافية مثل العمر والجنس والتعليم والدخل والانتماء الحزبي والموقف الأيديولوجي. كما تم قياس المعرفة السياسية والمشاركة في النقاشات السياسية قبل وبعد المناظرات. واستخدمت الدراسة أدوات تحليل إحصائي متقدمة، مثل نموذج هايز للوساطة المعتدلة وتقنية نيمان-جونسون لتفسير أثر التفاعل.

- نتائج الدراسة

1. مشاهدة البرامج الكوميدية في الليل تنبأت إيجابياً بمشاهدة المناظرات السياسية.
2. مشاهدة المناظرات بدورها كانت مؤشراً قوياً للنقاش السياسي بعد المناظرة.
3. ثبت وجود وساطة جزئية: مشاهدة البرامج الكوميدية تؤثر على النقاش السياسي عبر مشاهدة المناظرات.
4. العمر كان عاملاً معدّلاً: التأثيرات كانت أقوى لدى الأفراد الأصغر سناً، وتضعف مع تقدم العمر.
5. البرامج الترفيهية السياسية قد تشجع على المشاركة الديمقراطية بطريقة غير مباشرة.

- تعقيب وحدود الاستفادة من الدراسة

تقدم الدراسة مساهمة مهمة في فهم كيف يمكن لوسائل الإعلام الترفيهية أن تساهم في تعزيز الوعي السياسي والنقاش العام، وخصوصاً بين الفئات العمرية الشابة. كما تظهر أن البرامج الكوميدية ليست مجرد وسائل للتسلية، بل يمكن أن تكون محفزاً للمشاركة في الخطاب الديمقراطي من خلال تشجيع الجمهور على متابعة الأحداث السياسية مثل المناظرات. استفادت من هذه الدراسة تعكس إدراكاً عميقاً لهذا الدور غير التقليدي للإعلام السياسي الحديث.

لكن، هناك بعض الحدود للدراسة، منها:

اقتصار العينة على الانتخابات الرئاسية الأميركية لعام 2004.

استخدام مقياس موحد لمختلف البرامج الكوميدية، دون تمييز بينها.

عدم القدرة على التعميم الكامل على جماهير الإعلام غير الأميركي أو السياقات الثقافية الأخرى.

1- مجتمع البحث:

في كل دراسة لا بد لنا من تحديد المجتمع البحث لها قبل التطرق إلى اختيار العينة، ويعرف مجتمع البحث بأنه "مجموعة من الوحدات الإحصائية المعرفة بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على بيانات".¹

كما يعرف أيضاً على أنه جميع الأفراد والأشخاص والمواضيع المشكلة للظاهرة المدروسة وهو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة البحث أو الدراسة التي يسعى الباحث أن يعمم نتائج الدراسة".²

ومجتمع بحث دراستهم هو مجموعة الحصص التلفزيونية لبرنامج "جوشو" الموسم التاسع المعروضة على قناة التلفزيون العربي، والتي يكون مضمونها السخرية سياسية.

2- منهج الدراسة:

¹ يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين الطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص10
² محمد خليل عباس وآخرون، مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط5، دار المسيرة، عمان، 2014، ص217.

أي بحث علمي يحتاج إلى منهج يسير عليه من أجل الوصول إلى نتائج صحيحة. حيث يعرف المنهج على أنه تنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة حين نكون جاهلين بها أو من أجل البرهنة عليها للآخرين حين نكون عارفين بها¹.

وهو أيضا الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.

ويعرف أيضا بأنه مجموعة الظواهر لموضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة المجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها².

تحليل المحتوى هو عملية "موضوعية" Objective فإننا نعني بذلك أنها طريقة تسمح للعديد من الباحثين من فحص نفس المحتوى والوصول إلى نتائج متشابهة نظرا لأن الطريقة المتبعة طريق منهجية، أي أنها تحدد مجموعات من القواعد والإجراءات لتوكيد محتوى الرسالة، وأي بحث بالطبق هذه القواعد والإجراءات هل سيصل إلى نفس توكيد محتوى الرسالة وبالتالي القيام بمختلف الاختبارات الإحصائية على نتائج التوكيد³.

ويعد المنهج الأنسب لدراستنا هو منهج تحليل المحتوى. يظهر من تعريف بيرلي أنه: اعترف بأن تحليل المضمون منهجية إعلامية، للبحث في مضامين وسائل الاتصال، دون الإشارة إلى وظيفة التحليل التي يختص بها هذا المنهج، بعد أن خصص وظائفه بالتلخيص والمقارنة فقط، ومن ناحية أخرى اعتبر أن المنهج يقتصر على استخدام قانون الفئات، في حين أن معالجتها الإحصائية تتضمن العديد من القوانين والعمليات الإحصائية⁴.

اعتمد هذا البحث على أسلوب المسح الشامل (Census Method) ضمن المنهج الكمي في تحليل المضمون، وذلك بالنظر إلى محدودية مجتمع الدراسة وإمكانية تغطيته بالكامل، مما يسمح بالوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة. وقد تمثلت وحدة التحليل في هذا البحث في الحلقات الكاملة من برنامج "جوشو" الموسم التاسع، من الحلقة (33) إلى الحلقة (44)، والتي تم تحليلها جميعاً دون

¹ عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي، ط3، وكالة المطبوعات الكويت، 1977، ص4.

² المرجع نفسه، ص5.

³ أحمد بدر، علوم الاعلام (البحث العلمي-المناهج-التطبيقات)، دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ص127.

⁴ مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2002، ص126.

استثناء، بهدف رصد جميع أنماط المضمون، والأساليب الشكلية، والوسائط الرمزية الساخرة، والاتجاهات الإيديولوجية التي ينطوي عليها البرنامج.

يُعدّ المسح الشامل أحد الأساليب المنهجية المستخدمة في تحليل المضمون عندما يهدف الباحث إلى دراسة مجتمع الدراسة بأكمله دون الاكتفاء بعينة ممثلة. ويوظف هذا الأسلوب عادةً في الحالات التي يكون فيها حجم المادة قابلاً للرصد الكامل، أو عندما تتطلب طبيعة الدراسة شمولاً وتغطية دقيقة لجميع العناصر بهدف تحقيق نتائج أكثر دقة وموثوقية. كما يسمح المسح الشامل بكشف التكرارات، واستخلاص الأنماط العامة، وتتبع التحولات أو الثوابت داخل المحتوى المدروس، وهو ما يجعله مناسباً للدراسات التي تتناول مواد محدودة زمنياً أو عددياً، ولكن غنية بالمضامين والدلالات.

لذا اخترت في دراستي المسح الشامل مناسباً لهذه الدراسة نظراً للطبيعة المركبة للبرنامج المدروس، الذي يجمع بين الخطاب السياسي، السخرية الرمزية، والتوثيق الإعلامي. وقد مكن تحليل كافة الحلقات من استخلاص أنماط التكرار والتموضع والربط الموضوعي بين الفقرات والرسائل، ومن ثم الوصول إلى مؤشرات كمية يمكن مقارنتها وتفسيرها على ضوء التحليل الكيفي لاحقاً.

ووفقاً لما أشار إليه بيرلسون (Berelson, 1952)، "فإن المسح الشامل في تحليل المضمون يُستخدم عند الرغبة في الإحاطة الكاملة بوحدة الاتصال، ولا سيما حين تكون "كل مفردة ذات دلالة ولا يمكن إسقاطها دون خسارة معرفية"¹. كما يرى كرلينجر (Kerlinger, 1973) أن اعتماد جميع مفردات مجتمع البحث يُمكن الباحث من "تحقيق أقصى درجات الدقة والاتساق في النتائج، ويقلل من تحيزات الاختيار أو التعميمات الإحصائية المحدودة"².

وبناء عليه، فإن توظيف أسلوب المسح الشامل في هذا البحث لم يكن خياراً منهجياً فقط، بل ضرورة بحثية تتماشى مع طبيعة المادة المدروسة، وطبيعة الأسئلة البحثية التي تسعى إلى تفكيك البنية الرمزية للبرنامج عبر كل فقراته المرئية، مع الحفاظ على الاتساق التحليلي بين الكم والكيف.

¹ Bernard R. Berelson, *Content Analysis in Communication Research* (Glencoe, IL: Free Press, 1952), p18.

² Fred N. Kerlinger, *Foundations of Behavioral Research*, 2nd ed. (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1973), p526.

فئات التحليل:

تحديد فئة التحليل يعتمد تحليل المضمون في دقته إلى حد بعيد على تحديد فئات التحليل، والتي تعد من الخطوات المهمة التي يجب على الباحث أن يعطيها اهتماما كبيرا. الإعداد الجيد والواضح لفئات التحليل يؤدي إلى الوصول إلى نتائج عملية متميزة بينما الإعداد السيئ لن يحقق النتائج المطلوبة. تعرف فئات التحليل بأنها مجموعة من التصنيفات يقوم الباحث بإعدادها بناء على نوعية المضمون ومحتواها وهدف البحث، بهدف وصف وتصنيف المضمون بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول مما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسر.

أولا: فئة الموضوع " ماذا قيل "

وهي تمثل مجموعة الفئات التي تصف المعاني والأفكار التي تظهر في المحتوى، وتتضمن فئات فرعية أهمها: في فئة الموضوع، فئة الاتجاه، فئة المستويات، فئة الأساليب المتبعة، فئة السمات، فئة المثل، فئة مصدر المعلومات، فئة المعلومة وفئة الجمهور المستهدف.

ثانيا: فئة الشكل " كيف قيل "

وهي تمثل مجموعة الفئات التي تصف كيفية أو أسلوب تقديم أو عرض المحتوى، وتتضمن ما يلي: فئة أو نمط المادة الإعلامية، فئة الاتجاه في الشكل، فئة العبارات أو الموضوع، فئة وسيلة الإقناع، وفئة اللغة المستخدمة.

- اختبار صدق التحليل:

يقصد بها مدى صلاحية أسلوب القياس وأدوات قياس الموضوعات والظواهر التي يريد البحث تحليلها استخلاص نتائج يعتمد عليها ومن ثم تعميمها. يسعى اختبار الصدق إلى تأكيد صحة أداة البحث أو المقياس المستخدم وصلاحيته سواء في جمع البيانات أو قياس المتغيرات بدرجة عالية من الكفاءة والدقة. يعد صدق المحتوى أبسط أشكال الصدق، إذ يمثل مكونات تحليل المفاهيم التي يسعى الباحث إلى وضع تعريف إجرائي لها.

• اختبار ثبات التحليل:

يقصد به إمكانية الوصول إلى النتائج نفسها عند إعادة تطبيق المقياس المستعمل على المادة نفسها في الظروف والمواقف ذاتها. تهدف عملية الثبات إلى التأكد من وجود درجة عالية من الاتساق بالنسبة للبعدين التاليين: الاتفاق بين الباحثين القائمين بالتحليل والاتساق الزمني. يتبين بعد تطبيق البعدين السابقين أن هناك اتفاقاً عالياً بين الباحث مع نفسه أو مع باحث آخر، وأن التغيرات في النتائج كانت طفيفة. يتم ذلك باستخدام معادلة رياضية إحصائية تعرف بمعادلة هولستي¹:

- **معادلة هولستي:** تُعد معادلة هولستي من أكثر معاملات الثبات شيوعاً في بحوث تحليل المحتوى، وتُستخدم لقياس درجة الاتفاق بين المحكمين. وتُحسب من خلال قسمة عدد الفئات التي تم الاتفاق عليها بين المحكمين على العدد الكلي للفئات المحددة. يُعد تحليل المحتوى ذا موثوقية جيدة إذا بلغ معامل الاتفاق 0.58 أو أكثر.

- **المحكمين:**

1- صحراوي جهاد، دكتور اعلام واتصال، جامعة يحيى فارس المدية

2- عاشور عبد الكريم، دكتور علوم سياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة

3- بن عيسى لزهرة، دكتور علوم سياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة

"عند وجود أكثر من محلل (أو مرز/محكم) يتولى عملية الترميز أو التحكيم، يتم حساب معامل الثبات لضمان موثوقية البيانات وجودتها. وتبدأ هذه العملية بحساب نسبة الاتفاق بين كل زوج من المحللين المشاركين، حيث تُقارن النتائج التي توصل إليها كل منهم للتحقق من مدى التوافق في تطبيق فئات التحليل. وبعد حساب نسب الاتفاق الثنائية بين جميع الأزواج الممكنة من المحللين، يتم اشتقاق معامل الثبات العام، والذي يعكس متوسط درجة الاتساق أو الاتفاق بين جميع المشاركين في الترميز. ويُعد هذا المعامل مؤشراً أساسياً على مدى موضوعية ودقة أداة التحليل المستخدمة، ويسهم في تعزيز مصداقية النتائج البحثية".

$$\text{معامل الثبات} = \frac{n(\text{متوسط الاتفاق بين المحكمين})}{1 + (n-1)(\text{متوسط الاتفاق بين المحكمين})}$$

حيث: $n = \text{عدد المحكمين} = 3$

¹ سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات العربية المتحدة الجمهورية اللبنانية، 2020، ص126-131.

- مجموع عدد الفئات = 24

- مجموع عدد الفئات المتفق عليها بين المحكمين = 13

ومنه فإن متوسط الاتفاق بين المحكمين $= \frac{13}{24} = 0.54$

ومنه معادلة الثبات $= \frac{0.54 \times 3}{0.54(1-3)+1} = \frac{1.62}{2.08} = 0.77$

وهي نسبة مقبولة من حيث درجة الثبات يحصرها هولستي: 0.65 و 0.95.

• وحدات التحليل:

على الباحث الذي أخذ بأداة تحليل المضمون في بحثه تحديد وحدات التحليل، وذلك بتقسيم الموضوع محل الدراسة والذي هو على شكل وثيقة، أو نص، أو صورة، أو صوت إلى وحدات وأجزاء، والتي يتم تحليلها كل على حدة. ووحدات التحليل تتمثل في:

- وحدة الكلمة: الكلمة هي أصغر وحدة تستخدم في تحليل المضمون وقد تشير الكلمة إلى معنى رمزي معين، كما قد تحدد عن طريق بعض المصطلحات أو المفهومات التي تعطيها معنى خاص -وعندما تستخدم الكلمة كوحدة في تحليل المضمون- فإن البحث يضع قوائم يسجل فيها تكرار الكلمات، أو فئات مختارة عن المادة موضوع التحليل.

في تحليل المضمون الساخر لبرنامج "جوشو"، يمكن الاستفادة من وحدة الكلمة لتحديد المعاني الظاهرة والضمنية في الخطاب. فالكلمة، بوصفها أصغر وحدة تحليل، تُستخدم لرصد المصطلحات المتكررة التي تحمل شحنات رمزية أو دلالات سياسية وأيديولوجية واضحة، مثل كلمات: "الحرية"، "السيادة"، "الإصلاح"، "المؤامرة"، والتي لا تُستخدم في البرنامج بمعناها الحرفي فقط، بل تتحول إلى رموز نقدية عند إعادة إنتاجها ضمن سياق ساخر. وبالتالي، فإن تتبع تكرار هذه الكلمات وتصنيفها ضمن فئات (كالسلطة، القيم، الدعاية، إلخ) يساهم في فهم البنية الرمزية للخطاب.

- وحدة الموضوع أو الفكرة: فتعدّ الأداة الأكثر فعالية في تحليل المضمون الكلي للحلقات، لأنها تكشف عن الاتجاهات العامة التي يتبناها البرنامج، مثل السخرية من الإعلام الرسمي، نقد الخطاب الديني المسيس، أو فضح التناقض بين الشعارات والممارسات. وتُستخلص هذه الوحدات من

خلال تتبع الجمل والعبارات التي تُشكّل المضمون الساخر أو النقدي، وتُظهر توجه البرنامج نحو تفكيك الخطاب السلطوي، وإعادة الاعتبار للمواطن بوصفه فاعلاً ساخرًا وواعياً.

ومن خلال الدمج بين هاتين الوحدتين، يمكن الوصول إلى تحليل شامل يجمع بين تتبع الرموز اللفظية (وحدة الكلمة) وتحليل الاتجاهات الدلالية والفكرية (وحدة الفكرة)، مما يعكس الطبيعة المركبة لخطاب "جو شو" الذي يجمع بين السخرية، النقد السياسي، والتأويل الرمزي.

- وحدة السياق: هي الوحدة التي يُحلّل من خلالها مضمون النص أو الخطاب في ضوء الإطار الذي ورد فيه، أي أنها لا تكتفي بدراسة الكلمة أو الجملة أو الفكرة بمعزل، بل تدرسها ضمن سياقها العام لفهم المعنى الحقيقي أو الضمني.

يبني "جو شو" حلقاته على فقرات مرنة مترابطة، تجمع بين التوثيق والتمثيل لخلق سخرية نقدية مزدوجة. يوظف مؤثرات بصرية وصوتية ونصوصاً موازية لتفكيك الخطاب السلطوي، ويقدم شخصيات نمطية ساخرة تكشف التناقضات عبر المفارقة والسخرية السوداء. ومن خلال التلاعب اللغوي والمحاكاة، يعبر البرنامج عن قيم ليبرالية بشكل رمزي، ويتخذ موقع "المعارضة الثقافية" التي تعيد الاعتبار للمواطن وتفكك قداسة السلطة، جاعلاً من السخرية أداة وعي ومساءلة.

- وحدة الشخصية: تُستخدم هذه الوحدة لتحديد أنماط الشخصيات التي تظهر في الخطاب، سواء كانت حقيقية (شخصيات سياسية، إعلامية) أو ساخرة تمثيلية (يؤديها مقدم البرنامج وفريقه). في "جو شو"، تُوظف الشخصيات بوصفها رموزاً درامية ساخرة، مثل تكرار ظهور شخصية معينة بطريقة كاريكاتيرية لتمثيل صفة مثل الكذب أو الجهل، مما يُحوّل الشخصية من مجرد فرد إلى رمز نقدي. وبالتالي، فإن تحليل الشخصيات يُساعد في فهم التوجه الإيديولوجي والرسائل الرمزية المتكررة في البرنامج. كما وظيف يوسف حسن في البرنامج تكرار تقديم شخصية إعلامي رسمي بلهجة مصطنعة ونبرة حماسية مبالغ فيها، يكشف عن وظيفة رمزية ساخرة تكشف التزييف الإعلامي.

- وحدة المفردة: ويقصد بها وسيلة الاتصال نفسها، قد تكون كتاباً، أو مقالا، أو قصة، أو حديثاً إذاعياً، أو برنامجاً، أو خطاباً. وتستخدم المفردة كوحدة للتحليل إذا كان هناك مفردات، وكذلك يمكن تصنيف العمل الأدبي حسب نوعية موضوعات السياسة والاجتماعية والدعائية

يقصد بها البرنامج ذاته كوحدة اتصال تُحلَّل من حيث بنيته ومضمونه، وهنا يُنظر إلى "جو شو" باعتباره نصّاً مركباً متكاملًا يحتوي على فقرات سياسية، اجتماعية، ساخرة، تمثيلية، وتوثيقية. يمكن تصنيف البرنامج كوحدة تحليل ضمن فئة: "برنامج سياسي ساخر"، كما يمكن تحليل كل فقرة داخله كوحدة مفردة مستقلة بحسب موضوعها (كالسخرية من الإعلام، الخطاب الديني، القمع السياسي...).

مثال على ذلك: فقرة "التلفزيون الرسمي" تُعد مفردة مستقلة يمكن تحليلها من حيث المضمون الإعلامي الساخر، بينما فقرة "الدراما السياسية" تُحلَّل باعتبارها تمثيلاً رمزياً لواقع سياسي معين.

- وحدة مقاييس المسافة والزمن: وتستخدم هذه الوحدة عن طريق حساب عدد السطور، أو عدد الأعمدة، أو الصفحات، أو الزمن الذي استغرقت فيه أحداث إذاعية من نوع معين، أو أحداث الطول في الأفلام السينمائية.¹

تُستخدم هذه الوحدة لقياس الحيز الزمني أو المكاني الذي يشغله محتوى معين داخل الحلقة. وفي "جو شو"، يمكن قياس:

- الزمن الذي تُخصّصه الحلقة لموضوع معين (مثل تغطية أزمة سياسية أو خطاب حكومي).
 - عدد الدقائق التي تُخصّص للسخرية المباشرة مقابل التوثيق أو التحليل.
 - توزيع الفقرات من حيث الطول (فقرة قصيرة ساخرة مقابل فقرة تحليلية أطول).
- مثال: إذا خُصّصت 12 دقيقة من أصل 30 دقيقة للسخرية من أداء الحكومة، فهذا يدل على تركيز رمزي واضح على الجانب السياسي، ويعكس توجه البرنامج نحو نقد السلطة.

أدوات الدراسة:

نقطة البداية في أي بحث، سواء كان كمياً أو كيفياً، تتلخص في الإجابة على أسئلة أساسية مثل: "ما الذي قيل؟" و"كيف قيل؟". تُجمع البيانات المتعلقة بميدان الدراسة باستخدام أدوات متنوعة، أبرزها استمارة تحليل المضمون. بالنظر إلى الطابع التحليلي لدراستنا، فقد تم اختيار هاتين الأداة لتوفير فهم معمق للبيانات المتعلقة بالموضوع.

¹ نعيم بوعموشة، تقنية تحليل المضمون في العلوم الاجتماعية، مجلة دراسات في علم الاجتماع المنظمات، المجلد 10، العدد 01، 2022، ص 69.

استمارة تحليل المضمون: توفر استمارات التحليل Schedule " للباحث إطارا محددا لتسجيل المعلومات التي تفي متطلبات البحث، حيث يتم تصميمها بما يتفق وأغراض التحليل، وتعتبر كم يا عن رموز الوثيقة الواحدة التي تشمل في آت التصنيف ووحدات التسجيل ووحدات القياس بالإضافة إلى البيانات الأولية عن وثيقة المحتوى"¹

¹ عبد الحميد محمد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1997، ص152.

الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول:

السخرية السياسية

تمهيد:

على الرغم من تعدّد أشكالها واختلاف أدواتها، فإنّ السخرية ظاهرة إنسانية عريقة ارتبطت منذ فجر التاريخ بالذات الإنسانية وتفاعلها مع بنية السلطة والمجتمع. فقد استخدم الإنسان القديم - كما تدلّ الرسومات الكاريكاتيرية المنقوشة على جدران الأهرامات والمعابد - أسلوب المبالغة الكاريكاتيرية في تصوير المفارقات بين الواقع والمألوف، مجسّداً أخطاء الأفراد والأنظمة عبر رموز وخدع بصرية تستثير الضحك وتفضح العيوب. وقد اعتبر فريدريك فرويد الضحك الذي يولّده التهم "تطهيراً نفسياً" يُخرج المكبوتات ويمنح المتلقي شعوراً بالانعتاق من قيود التسلط، بينما يرى آخرون في السخرية أداة تربوية واجتماعية تفرض ضوابط سلوكية عبر "عقوبة جماعية" خفيفة تدفع صاحبها إلى مراجعة نفسه.

ومع تطوّر وسائل التواصل - من الكتابة على الجدران إلى الصحافة الكاريكاتورية، ثم إلى الإعلام السمعي والبصري والرقمي - تكيّفت السخرية مع كلّ تقنية جديدة، فانتقلت من "نكتة الحلقات الخاصة" والمقاهي إلى نشرات الكاريكاتير في الصحف، قبل أن تحتل اليوم المساحات الأوسع في البرامج التلفزيونية والمواقع الإلكترونية. وقد جرى توظيفها تاريخياً لتهم الأفراد على منظومات القهر والتسلط، واستخدامها كمنبّه للتلاعب بالمعايير الاجتماعية، و"كمرآة معكوسة" ترصد تضخيم الأخطاء وتعيدها إلى صاحبها في صورة فكاهية قادرة على هزّ الأرواح والعقول.

في ضوء هذه الخلفية، ينبثق موضوعنا عن "تطور السخرية السياسية" باعتبارها امتداداً لهذا التراث العميق، تُعنى بتوجيه النقد اللاذع نحو السلطات وصناع القرار عبر كلماتٍ وصورٍ تهدف إلى كشف التناقضات وتخفيف الوعي الجماعي. وسيعمد هذا المبحث أولاً إلى رصد النقلة النوعية التي طرأت على السخرية حين انتقلت من إطارها العام إلى حقل السياسة، قبل استعراض خصائصها ودوافعها ووظائفها المتعددة في السياق المعاصر.

المطلب الأول: تعريف السخرية السياسية

كان عدد من زعماء العالم يتابعون النكتة السياسية المتداولة بين الناس باهتمام بالغ، إذ رأى بعضهم فيها أداة غير رسمية لقياس الرأي العام تجاه سياساتهم، بينما اعتبرها آخرون مؤشراً على مدى شعبيتهم، صعوداً أو هبوطاً. ويروى أن شارل ديغول، على سبيل المثال، كان يشعر بالقلق عندما تقلّ الإشارات الساخرة إليه في النكت أو الرسوم الكاريكاتورية، وعبر ذات مرة عن انزعاجه قائلاً: "لقد تدنّت شعبيتي في فرنسا، فأنا لم أعد أرى نفسي في الرسوم الكاريكاتورية، ولا أسمع اسمي في النكت السياسية التي اعتادت انتقادي.

ومن جهة أخرى، قد تُستخدم النكتة كوسيلة للتعبير عن عدوانية مكبوتة، إذ تمنح البعض متعة في كشف ضعف الآخرين أو التقليل من شأنهم بطريقة ساخرة. وتشير دراسات متعددة إلى أن النكات السياسية ذات الطابع العدواني – سواء من حيث النص أو الفكرة – غالباً ما تُعدّ الأكثر طرافة وإمتاعاً للجمهور.

ويراها فرويد تيرا عن دوافع جنسية أو عدوانية مكبوتة، وضحكة المنتصر التي تصورها الحكايات التاريخية والأعمال الفنية، هي أبرز مثال على ذلك الارتباط بين النكتة والعدوان¹.

وبناء على تصنيف فرويد للنكت والسخرية والفكاهة إلى نكت المغرضة التي تكون غاية في حد ذاتها وهي السخرية البريئة، وسخرية لا تخدم إلا أغراض عدوانية². فالسخرية السياسية تقع في فئة النكات العدوانية. ويشير "ديوندر" إلى أن السخرية السياسية كوجه من أوجه الثقافة الشعبية تعكس في الواقع موقفاً عاماً تجاه المجتمع أو النظام السياسي، ويرى أنه ليس ثمة مادة أفضل من الفولكلور وخصوصاً رواية النكتة والسخرية لدراسة موقف الشعب من القادة والسياسة والنظام السياسي³.

هناك من صنف السخرية السياسية وفقاً للوظيفة الاجتماعية التي تخدمها⁴، أو وفقاً لضحيّتها وللوسط الذي يتم فيه ترويجها، فمثلاً يحاول ألكسندر روز في عمله "عندما تكون

¹ عاطف سلامة، النكتة السياسية: نقد مباشر وصريح، حوار متمدن، 31/05/2007، عن الموقع الإلكتروني: <http://www.ahewar.org>

تاريخ التصفح: 28/05/2017، على الساعة 23.0

² Sigmund Freud, Jokes and Their Relation to the Unconscious, New York: London: Hogarth Press, 1960, p 78.

³ 1 Alan Dundes, Laughter behind the Iron Curtain, The Ukrainian Quarterly, vol.27, no.1, 1971, pp50-59

⁴ Don Nilsen, The social Functions of Political Humor, Journal of Popular Culture, vol.24, no.3 1990, p 37

السياسة أضحوكة رصد الاختلاف بين السخرية السياسية في ظل النظم الديمقراطية ومثيلتها في ظل النظم التسلطية، ويجد أن تركيز السخرية في المجتمع الديمقراطي يكون على السياسيين كأفراد وعلى محدودية ذكائهم لا على سياستهم وإدارتهم، بينما روج أن السخرية السياسية في ظل الأنظمة الاستبدادية تركز أكثر على كشف وتعرية التناقض والاختلاف بين الخطاب والتطبيق، وبين الوعود والواقع السياسي⁵.

وارتبطت السخرية السياسية في كثير من الدراسات بفكرة المقاومة، فهناك من يرى أن النكتة وسيلة للوصول إلى الجمهور الذي لم يصبح بعد جزءاً من حركة مقاومة سليمة، فهي تسهل الوصول إليهم وتسهم في تعبئتهم، أما في وجود حركة مقاومة مؤسسة فيمكن للسخرية أن تسهل الوصول للحركة بناء على ثقافة مقاومة، وذلك بخلق حس التضامن بين أفراد الحركة وتعزيز أفراد الحركة وتعزيز قدرة الفرد على المشاركة في الحراك. ويوضح باركر كيف كانت السخرية السياسية انعكاساً لحالة الارتباك وانعدام ثقة في النظام الحاكم والتي ساهمت بدورها في اغتراب الأفراد عاطفياً عن النظام السياسي. فهو يعتقد أن السخرية السياسية في حد ذاتها لا تقود آلياً إلى المقاومة، لكنها يمكن أن تكون عنصراً حاسماً في تشكيل التفكير المستقل الحر الذي يساعد على التحرك نحو مقاومة مستمرة⁶.

ويرى الباحث المكسيكي "شميدت" أنه على الرغم من أن السخرية غالباً ما توصف بأنها تافهة ومضيعة للوقت، إلا أنها تكشف أبعاداً هامة في العلاقة بين الدولة والمجتمع، حيث تقوم فرضيته على أن السخرية هي شكل من أشكال المقاومة يسميها "المجاهبة المبطنة أو الخفية" وهذا النوع من المجابهة يتيسر استعماله واللجوء إليه من قبل المواطنين الساعين لإسماع أصواتهم، كبديل للتعبير عن الإحباط وخيبة الأمل في القيادة والسياسيين، وبالتالي الدعوة إلى التغيير، يقول إنه عندما يتناول الناس النكت لا يبتغون فقط الترفيه عن أنفسهم لكنهم في الواقع يقومون بشن تمرد بسيط باستخدام سلاح يسير ومتاح⁷.

⁵ 3 Alexander Rose, When Politics is a Laughing Matter, Policy Review, January 2002, p24.

⁶ Colin Barker, The Making of Solidarity at Lenin Shipyard in Gdansk, in: Jeff Goodwin, James M, Jasper, and Francesca polletta, eds, Passionate Politics: Emotions and Social Movements, Chicago, IL: University of Chicago Press, 2001,68

⁷ Samuel Schmidt, Seriously Funny: Mexican Political Jokes as Social Resistance, translated by Adam Schmidt, Tucson, AZ: University of Arizona press, 2014,pp 44-47

السخرية السياسية وإن كانت ليست من أشكال المقاومة الحية، إلا أن قدرتها على الوصول إلى كل فئة الشعب وسلاسة لغتها، مع ما تحمله من معان وما تبغيه من أهداف يجعلها بديلاً لا يمكن الاستهانة به للنقد العلني وتحريك الأوساط الشعبية من حيث التقريب بين المواقف التي تتخذها الجماهير تجاه المتسلط⁸.

تشكل السخرية السياسية تصرفاً لكبت متراكم وتنفيذاً عن حالة الإحباط واليأس وتعكس الرغبة في توجيه نظر السلطة إلى هموم ومشاكل المجتمع، والسخرية من السياسة ومن القادة السياسيين ظاهرة تنسجم بها كل المجتمعات سواء الخاضعة لأنظمة حكم استبدادية قمعية أو المجتمعات الديمقراطية، غير أنه في ظل الأنظمة الديمقراطية يتمتع الفرد بالحماية التي تضمن له سلامته وأمنه في الوقت الذي تتيح له علنية وحرية التعبير، كما تعدد لديه وسائل التعبير العلني المستقل، أما في ظل الأنظمة الدكتاتورية فالقول الهامس سواء نكتة كان أو شكلاً آخر من فنون القول يمثل الشكل الوحيد للتعبير والتنفيس في غياب وسائل التعبير العلني، أو عندما تكون الوسائل المتاحة ليست سوى واجهة غير ضامنة لحرية الرأي ولا تخدم فعلاً غرض المشاركة السياسية⁹.

وتزداد السخرية عدداً ودلالة في ظل الأزمات والمناخ السياسي المتأزم وفي ظل التعتيم وكبت الحرية، فيستعين الجمهور بالنكتة والسخرية ليساهم بها في نقد الوضع السياسي والمؤسسات المتورطة في الأزمات، ويستخدمها الجمهور أداة عند غياب حرية الكلمة، وعندما لا يسمح للطبقة الشعبية بالتعبير أو عندما تهمش فتسمع كلماتها عبر الاتصال الجماهيري والساحات العامة، أو المنصات الإلكترونية كما نعيش اليوم، حتى تصل هذه النكت إلى أصحاب القرار الغافلين عن رأي الجمهور، في نقد سياسة الحكومة والأزمات¹⁰.

ترى نظريات نفسية واجتماعية، أبرزها تحليل فرويد، أن السخرية السياسية تعبير عن دوافع عدوانية أو جنسية مكبوتة، وتُعد "ضحكة المنتصر" مثلاً على ارتباط النكتة بالعدوان.

⁸ Srdja Popovic and Mladen Joksic, Why Dictators Don't Like Jokes, Foreign Policy, 5 avril 2013, <http://foreignpolicy.com/2013/04/05/why-dictators-dont-like-jokes> 2016/11/10

⁹ Sigmund Freud, Jokes and Their Relation to the Unconscious, New York: London: Hogarth Press, 1960, p 85

¹⁰ عكاشة، محمود "تحليل النكت السياسية في ضوء تقنية الرمز والكتابة". منتدى اللسانيات، بتاريخ 2009/8/25م، تاريخ المعاينة:

21/07/2016. على الساعة 02:36

<http://www.lissaniat.net/viewtopic.php?p=7520&sid=7f831bb2fa5fa6df0f0d23836a3377>

صنّف فرويد السخرية السياسية ضمن النكات العدوانية، التي تستخدم كأداة لتفريغ نفسي واجتماعي.

يشير باحثون مثل "ديوندرز" إلى أن السخرية السياسية تُعد انعكاساً لموقف شعبي تجاه السلطة، بل وسيلة فعّالة لدراسة نظرة الشعوب إلى نظمها السياسية. أما ألكسندر روز، فيميز بين السخرية في الأنظمة الديمقراطية – التي تستهدف الأشخاص – وتلك في الأنظمة الاستبدادية، التي تفضح التناقض بين الخطاب والممارسة السياسية.

وترتبط السخرية السياسية بفكرة المقاومة الناعمة، حيث تؤدي وظيفة تعبئة الجمهور المهمّش، وبث مشاعر التضامن، وتوجيه النقد إلى السلطة في ظل غياب حرية التعبير. ويصفها باحثون كـ "شميدت" بأنها شكل من "المجاهبة الخفية"، تُستخدم للتنفيس عن الإحباط والدعوة إلى التغيير بطريقة غير مباشرة.

وتزداد أهمية النكتة السياسية في فترات الأزمات السياسية والتضييق على الحريات، حيث تتحول إلى وسيلة احتجاج رمزية، تصل إلى الرأي العام وصناع القرار عبر الفضاءات العامة أو الرقمية، خاصة في الأنظمة التي تُقيد حرية الرأي.

المطلب الثاني: تطور السخرية السياسية

قبل تحديد تاريخ ظهور السخرية في وسائل الإعلام يجب الإشارة إلى تاريخ السخرية بصفة عامة، ورغم صعوبة تحديده إلا أنّه يمكن القول إنها موجودة منذ الأزل، من أدرك الإنسان ذاتيته وتميزه عن الآخر، فظهر مصطلح السخرية مع تشكل الجماعات البشرية وظهور مصطلحات القهر السياسي والتسلط، فقد كشفت الدراسات والأبحاث الأثرية عن وجود "رسومات كاريكاتيرية" خلفها الإنسان القديم على جدران الأهرامات المصرية وكذا في أرجاء المعابد القديمة، نذكر من ذلك بردية مصرية القديمة بيد رسام ساخر مجهول عن طائر يصعد إلى شجرة، ليس بواسطة جناحيه وإنما بواسطة سلم خشبي، فاستعمال الطائر للسلم الخشبي بدلا من جناحيه في هذه الصورة مخالف لما هو متعارف عليه في الواقع، ما جعله موضوعا للسخرية¹¹.

¹¹ شمسي زاده، الأدب الساخر أنواعه وتطوره مدى العصور، العدد 12، فصيلة الدراسات في الادب المعاصر، ص 104.

كانت السخرية على مر العصور تعالج المثال الخاطئ من أجل نسخه بطريقة كاريكاتيرية تفضح العيوب، وتجعل صاحبها ينفر من صورته فيلجأ طوعاً إلى إصلاح نفسه. ولهذا كان "فرويد" يرى أن الضحك الناجم عن النكات التي يطلقها الناس يعد نوعاً من التطهير، هذا بالإضافة لكون السخرية أداة تعليمية تجعل الآخرين يتعدون عن الصورة كي لا يصبحوا مثاراً للضحك فهو بمثابة عقوبة اجتماعية.¹²

كما درس فرويد هذا الجانب على أنه: "السخافة كما تظهر في الاحلام وفي الفكاهات هي جزء من المحتوى الذهني الافكار الحلم وفي حياتنا الشعورية يأخذ التمرد على السلطة شكل تعبيرات مقنعة سخيفة نرضى عنها وتعطينا لونا من اللذة العدوانية، وفي الفكاهة والكاريكاتير والتهريج عموماً يسعدنا أن نسخر"¹³

السخرية هي أشد الظواهر تشبهاً بالبنية الاجتماعية والنفسية، ذلك أن أسلوب السخرية يتضمن قوة هائلة في التأثير النفسي والاجتماعي، كون السخرية تبلغ من قوة التأثير أن تنتصر على العادات والتقاليد.¹⁴

السخرية ظاهرة إنسانية قديمة نشأت مع وعي الإنسان بذاته وبتناقضات مجتمعه، حيث استخدمها كوسيلة للتعبير عن رفضه للقهر السياسي والتسلط. وقد كشفت الأدلة الأثرية، مثل الرسوم الكاريكاتيرية في المعابد والأهرامات المصرية، أن الإنسان القديم لجأ إلى السخرية لتصوير المفارقات الاجتماعية والسياسية، مما يدل على أن السخرية لم تكن مجرد أداة ترفيه، بل وسيلة رمزية للتواصل والاحتجاج. يمكن دراسة هذا الجانب إيجاباً من خلال تحليل الرسوم الأثرية كمؤشرات على نشأة السخرية وتطور استخدامها عبر العصور.

إلى جانب دورها النقدي، تعمل السخرية كأداة إصلاحية، حيث تعتمد على تشويه الصورة الخاطئة بطريقة كاريكاتيرية، مما يدفع الأفراد إلى إدراك أخطائهم والسعي إلى تعديلها. فهي تُستخدم كوسيلة اجتماعية لفرض قيم معينة وإثارة النفور من السلوكيات غير المرغوبة، مما

¹² ضياء مصطفى، السخرية في البرامج التلفزيونية، دار الصفحات، سوريا 2014، ص 135.

¹³ Sigmund Freud, Jokes and their relation to the unconscious. New York: London: Hogarth press, 1990, p 78.

¹⁴ عبد الحليم حفني، التصوير الساخر في القرآن الكريم، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1992، ص 23.

يجعلها آلية فعالة في التأثير على السلوك الجماعي. يمكن قياس ذلك من خلال تحليل نماذج من السخرية السياسية والاجتماعية ودراسة تأثيرها في تعديل الاتجاهات والمواقف العامة.

من الناحية النفسية، يرى فرويد أن الضحك الناتج عن السخرية يمثل نوعاً من التطهير النفسي، حيث يسمح للأفراد بالتخفيف من التوتر الناجم عن القيود الاجتماعية والسياسية. كما أن السخرية تعد شكلاً من التعبير المقنع عن التمرد، حيث تتيح للناس التعبير عن رفضهم للسلطة دون مواجهة مباشرة. يمكن دراسة هذا الجانب إيجابياً من خلال تحليل الفكاهة الساخرة في الأحلام والنكات اليومية باعتبارها أدوات نفسية لتفريغ المكبوتات والتعبير عن المشاعر المكبوتة.

أما على المستوى الاجتماعي، فإن السخرية تمتلك قوة تأثير هائلة، تجعلها قادرة على إعادة تشكيل القيم والعادات المجتمعية، حيث تصبح بمثابة عقوبة اجتماعية تفرض ضغوطاً على الأفراد لتغيير سلوكهم أو مواقفهم. يمكن دراسة ذلك من خلال تحليل دور السخرية في تشكيل الوعي الاجتماعي ومدى تأثيرها في إحداث تغييرات على المستوى الثقافي والسياسي.

المطلب الثالث: خصائص السخرية السياسية

كانت السخرية وما زالت من المظاهر التي تلفت نظر الباحثين والنقاد عن طريق استخدامهم للأسلوب الساخر أو العبارات الساخرة والتي ال يكون هدفها على الإطلاق مجرد تسلية بقصد شغل الفراغ والوقت الضائع وهذا النوع ال يثير اهتمام القراء والباحثين وال يحظى بأي اهتمام وتقدير، ومن أهم خصائصها نذكر ما يلي:

- يمكن تصور السخرية التي تعني الضحك والاستهزاء والاستخفاف بالشيء والعبث الهادف به عن طريق توجيه اهتمام خاص إلى عيب ما تقوم السخرية بتجسيده والمبالغة فيه ساعية إلى إبرازه ونشره عبر قوالب فكاهية وبوسائل اتصالية عديدة كالتقاط الصور لشخصيات معروفة مع التركيز على عضو من أعضاء جسم ذلك الشخص ونشرها بغية السخرية منه.¹⁵

السخرية هي أداة تعبيرية تقوم على تسليط الضوء على العيوب أو التناقضات بأسلوب فكاهي أو مبالغ فيه، بهدف النقد أو التهكم أو حتى التحفيز على التفكير. تقوم السخرية على

¹⁵ ضياء مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 135

تجسيد العيب، أي إبراز نقطة ضعف أو خلل معين، وتضخيمه بطريقة تلفت الانتباه، سواءً من خلال الكلمات، الصور، الفيديوها، أو حتى الرسوم الكاريكاتورية .

عندما يتم التركيز على عضو معين من جسم شخص ما، سواء في صورة أو رسم كاريكاتوري، يكون الهدف غالباً هو تضخيم هذه الميزة أو العيب بشكل يجعلها تبدو غير طبيعية، مما يثير الضحك أو الاستهزاء. هذا النوع من السخرية يمكن أن يُستخدم لأغراض مختلفة، منها النقد الاجتماعي والسياسي، أو حتى مجرد الترفيه، لكنه قد يحمل أحياناً طابعاً جارحاً أو مهيناً.

تنتشر السخرية عبر وسائل الاتصال المتعددة مثل وسائل التواصل الاجتماعي، البرامج التلفزيونية الساخرة، والصحافة الهزلية، حيث يتم استغلال الأدوات البصرية واللغوية لإيصال رسالة معينة بطريقة مؤثرة وسريعة الانتشار.

-الضحك الذي تحدّثه السخرية هو درجة من درجات الوعي وهو سلوك منظم ينبثق عن مواقف سلوكية أو يؤدي إليها، والضحك يكون نتيجة فهم وعالمية على ذلك التفاعل، والذي يعني فهم خفايا الموضوع وأسراره¹⁶. في هذا السياق، تعتمد السخرية أحياناً على استخدام الألفاظ بطريقة غير مألوفة، بحيث تُوظف في غير معانيها الواضحة، وهو ما يُعرف بالتلاعب اللفظي*. يحدث ذلك عندما يُدلي المتكلم بجملة تبدو ذات معنى مباشر، لكن عند إعادة التفكير فيها أو تحليلها، يتضح أن لها دلالة مختلفة تماماً، أو حتى متناقضة مع الفهم الأولي لها.

عندما يدرك السامع هذا التلاعب اللغوي، يكتشف أنه أساء فهم الجملة في البداية، ما يجعله يضحك على المفارقة بين المعنى الأولي الذي تصوّره والمعنى الحقيقي الذي قصده المتكلم. ويُستخدم هذا الأسلوب على نطاق واسع في النكات، الأدب الساخر، والمحاورات الكوميدية، حيث يضيف عنصر المفاجأة والطرافة، كما يسهم في إيصال رسائل نقدية أو ساخرة بطريقة غير مباشرة، ولكنها مؤثرة.

-تساهم السخرية في تجديد النشاط النفسي، فتنتشر التفاؤل والثقة في نفس الإنسان.

-تعد السخرية وسيلة فعالة في تجديد النشاط النفسي، إذ تساعد على تخفيف التوتر والضغط التي يواجهها الإنسان في حياته اليومية. فالضحك الناتج عن السخرية يساهم في تحسين المزاج، مما

¹⁶ مرجع نفسه، ص136.

يجعل الفرد أكثر تفاؤلاً وقدرة على مواجهة التحديات بروح إيجابية. كما أن السخرية تمنح الإنسان إحساساً بالتححرر من القيود النفسية التي قد تفرضها الظروف الصعبة، مما يعزز ثقته بنفسه ويجعله أكثر قدرة على التعامل مع المواقف بروح مرنة ومتجددة.

-للسخرية إمكانية التأثير ألها تتخذ مادتها من النقائص والعيوب التي ال تطيق لها وجودا، وتدق عليها دقا خفيفا أو ثقيلًا حتى تنبه إليها أو تنبه فيها عوامل مقاومة وثير الرغبة في الانتصار عليها.¹⁷

تمتلك السخرية قدرة كبيرة على التأثير في الأفراد والمجتمعات، نظراً لأنها تستمد مادتها من النقائص والعيوب التي تثير الانزعاج والاستياء. فعندما تُسلط السخرية الضوء على هذه العيوب بأسلوب فكاهي أو لاذع، فإنها تعمل كأداة تنبيه تدفع الناس إلى إدراك المشكلات الموجودة في سلوكهم أو في بيئتهم. وبذلك، تثير السخرية الرغبة في التغيير، إما عن طريق دفع الأفراد إلى مواجهة هذه العيوب وإصلاحها، أو من خلال إثارة الوعي الجمعي بالمشكلات المجتمعية، مما يحفز على البحث عن حلول لها.

المطلب الرابع: دوافع السخرية السياسية

تتجلى في الحياة مفارقات لا حصر لها، تتخذ أشكالاً متنوعة، نعيشها يومياً، فتثير فينا إحساساً مزدوجاً من الدهشة والسخرية. إن الإنسان بطبيعته كائن رمزي، يعيد تشكيل الواقع عبر أدواته التعبيرية، وحين يصطدم بتناقضات هذا الواقع، لا يجد أمامه سوى السخرية سلاحاً لمواجهة، سواء من خلال الكلمات، الإيماءات، أو التصرفات التي تعكس رفضاً ضمناً لما هو عبثي ولا منطقي.

ومن أكثر هذه المفارقات حدة، ذلك الميل الإنساني لوضع ثقته في شخصيات تبدو للوهلة الأولى جديرة بتحمل المسؤولية، لكن سرعان ما يكتشف زيف هذه الصورة، فيتحول الإعجاب إلى خيبة، والرهان إلى تهكم. هنا تصبح السخرية آلية نقدية، لا تكتفي بتسجيل التناقض، بل تكشف هشاشة الأوهام التي يصنعها الإنسان عن ذاته وعن مجتمعه. ومع ذلك، تظل السخرية رغم مرارتها تعبيراً عن وعي عميق بتعقيدات الوجود، إذ يمكن لكل مفارقة حياتية أن تكون

¹⁷ حامد عبده الهوال، السخرية في الأدب المازني، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1982، ص35.
*التلاعب اللفظي: يعتمد على الاشتراك المعنوي في اللفظ الواحد وهو ظاهرة يتمثل نوعاً من المهارات في استخدام اللغة.

موضوعاً للضحك، لا كمجرد فعل ترفيهي، بل كموقف فلسفي يكشف عن تناقضات الواقع ويعيد مساءلته. نشير هنا إلى بعض محاورها وهي:

1-المستور : وهو كل أمر يتحاشى المجتمع الحديث والتداول فيه علناً بل يكون تداوله ضمن لقاءات خاصة أو يستخدم فيه الإيحاء أو التعبير غير المباشر في إيصاله إلى الآخرين. ومن المستور في مجتمعنا النكات السياسية التي تمس مسؤولاً كبيراً في الدولة، أو قضية العلاقة بين الرجل والمرأة وما يتصل بذلك من الخصوصيات.¹⁸

الحياة مليئة بالمفارقات التي تصدم الإنسان بتناقضاتها، فتثير فيه إحساساً مزدوجاً من الدهشة والسخرية، إذ إنه كائن رمزي يعيد تشكيل الواقع عبر أدواته التعبيرية، وعندما يصطدم بتناقضاته، تصبح السخرية سلاحاً لمواجهة، سواء بالكلمات، بالإيماءات، أو التصرفات التي تعكس رفضاً ضمنياً لما هو عبثي وغير منطقي. ومن أكثر هذه المفارقات وضوحاً ميل الإنسان إلى وضع ثقته في شخصيات يراها جديرة بالمسؤولية، لكنه يكتشف لاحقاً زيفها، فيتحول الإعجاب إلى خيبة، والرهان إلى تهكم، وهنا تصبح السخرية وسيلة نقدية لكشف الأوهام التي يصنعها الإنسان عن ذاته ومجتمعه. وعلى الرغم من مرارتها، فإنها تعكس وعياً عميقاً بتعقيدات الوجود، إذ يصبح الضحك موقفاً فلسفياً يفضح التناقضات ويعيد مساءلة الواقع. ومن بين أبرز محاور السخرية، ما يُعرف بـ "المستور"، أي القضايا التي يتحاشى المجتمع مناقشتها علناً، وتُداول في اللقاءات الخاصة أو عبر التلميح والإيحاء، مثل النكات السياسية التي تمس مسؤولين كباراً أو القضايا المرتبطة بالعلاقات الاجتماعية والخصوصيات. في هذه الحالات، تتحول السخرية إلى أداة للتنفيس عن الضغوط وكسر القيود المفروضة على التعبير، مما يمنحها دوراً مزدوجاً بين النقد والتواصل غير الرسمي لكنه بالغ التأثير.

2- المشكلات السياسية : التعبير عن معاناة الناس وتمثيل الواقع والعمل على مقاومته ومعالجته عن طريق السخرية، وذلك ماثل من النكتة السياسية والبرامج الساخرة وغيرها، التي تعبر عن المشاعر الخفية للناس حيال مواقف سياسية معينة. والتي يعدها السياسيون ضغطاً سياسياً عليهم وعلى ذلك فالنكتة والمسرحية السياسية والرؤية السياسية للناس تؤثر على القرار السياسي في

¹⁸ ضياء مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 142

الكثير من الأحيان لأنها تجعل من الضحك وسيلة للنقد السياسي اللدغ المبني على رؤية عميقة للحدث السياسي.

تلعب السخرية دوراً بارزاً في التعبير عن المشكلات السياسية، حيث تعكس معاناة الناس وتمثل الواقع بطريقة نقدية لاذعة، تسهم في مقاومة الأوضاع السائدة والسعي لمعالجتها. ويتجلى ذلك من خلال النكتة السياسية، البرامج الساخرة، والمسرحيات النقدية، التي تفضح التناقضات السياسية وتمنح الناس متنفساً للتعبير عن مشاعرهم الخفية تجاه الأوضاع السياسية. وعلى الرغم من الطابع الفكاهي لهذه الوسائل، فإن السياسيين يرون فيها شكلاً من أشكال الضغط السياسي، نظراً لقدرتها على تحفيز الرأي العام وكشف العيوب بطريقة غير مباشرة لكنها مؤثرة. فالسخرية السياسية لا تقتصر على الضحك والترفيه، بل تصبح أداة للنقد اللاذع المستند إلى رؤية عميقة للأحداث، مما يجعلها قادرة على التأثير في القرارات السياسية من خلال تسليط الضوء على القضايا المهمة بأسلوب بسيط لكنه نافذ.

3- المشكلات الاجتماعية : تعد المشكلات الاجتماعية من أهم مصادر النقد الاجتماعي الذي يخرج على ألسنة الناس والأقلام الساخرة في طرائف معبرة وهادفة التي تنتقد البطالة والعلاقات الاجتماعية والمشكلات الأخلاقية حيث يكون للسخرية أثر كبير في تصوير هذه المشكلات والتعبير عنها بشكل صادق في الكثير من الأحيان¹⁹.

تُعتبر المشكلات الاجتماعية من أبرز القضايا التي تتناولها السخرية، حيث تُستخدم كأداة نقدية تسلط الضوء على قضايا مثل البطالة، العلاقات الاجتماعية، والمشكلات الأخلاقية. فالسخرية، من خلال النكات والطُرف والكُتّابات الساخرة، تعبّر عن الواقع بطريقة فكاهية لكنها تحمل في طياتها معاني عميقة تعكس معاناة الناس وتطلعاتهم. وغالباً ما تكون هذه السخرية وسيلة للتنفيس عن الإحباط، لكنها في الوقت نفسه تقدم نقداً بناءً يُحفّز التفكير في الحلول المحتملة. ومن خلال أسلوبها البسيط والمباشر، تساهم السخرية في تصوير هذه المشكلات بصدق، فتجعلها أكثر وضوحاً للجمهور، بل وأحياناً أكثر إلحاحاً للمعالجة، مما يمنحها تأثيراً اجتماعياً عميقاً.

¹⁹ ضياء مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص. 143.

المطلب الخامس: وظائف السخرية السياسية

أولاً: الوظيفة الاجتماعية للسخرية وهي على النحو الآتي:

- التخفيف من وطأة المحرمات الاجتماعية أو تهوينها أو إزاحة الغطاء عنها، حيث تقدم الفكاهة لنا صمام أمان للتعبير عن الأفكار المحرمة خاصة تلك المرتبطة بالجنس والعدوان الذي يعتبر القمع والاضطهاد الكامل لها هو أمر غير طبيعي، وبهذا تكون الفكاهة هي الميدان أو ساحة للتنفيس المنضبط أو المتحكم فيه عن اندفاعاتنا وحاجاتنا وميولنا الطبيعية. هو شكل من أشكال الفكاهة، وعن طريقه يتم:

- النقد الاجتماعي: الهجاء الساخر مثلاً السخرية من شأن المؤسسات الاجتماعية وكذلك الأفراد والمشاهير، المرتبطين بهذه المؤسسات وهو عبارة عن وسيلة للتخفيف من التوتر أو التنفيس عنه والرفع من مستوى السلطة الاجتماعية للضحكة²⁰.

- ترسيخ عضوية الجماعة: تعد الفكاهة عنصراً أساسياً مهماً في التماسك الاجتماعي وتشكل لغة خاصة للجماعة الداخلية، فعندما يضحك الجمهور على أداء ممثل في مسرحية كوميدية فإنهم يؤكدون وجود قيم مشتركة تربطهم ووجود اتجاهات تجمع بينهم عن طريق التفكير المشترك بالمشاكل والتوقعات، وهي المصدر الأساسي للسرور الذي تحدثه الفكاهة والتي تكون طريقة لإعادة الجماعة إلى الانضواء تحت لواء معايير الجماعة.²¹

تلعب السخرية دوراً مهماً في المجتمع، إذ تعمل على تخفيف حدة المحرمات الاجتماعية أو كشفها، مما يسمح للأفراد بالتعبير عن الأفكار المحظورة بطريقة غير مباشرة. فن خلال الفكاهة، يتم تجاوز القيود المفروضة على بعض المواضيع الحساسة، مثل الجنس والعدوان، التي يُعدّ كبتها التام أمراً غير طبيعي. في هذا السياق، تصبح الفكاهة وسيلة للتنفيس المنضبط عن الميول الطبيعية، حيث توفر مساحة آمنة للتعبير دون تجاوز الحدود المقبولة اجتماعياً.

النقد الاجتماعي يُعد الهجاء الساخر أحد أشكال السخرية الأكثر تأثيراً، حيث يستهدف المؤسسات الاجتماعية والشخصيات البارزة المرتبطة بها، مما يجعله أداة فعالة في فضح

²⁰ جليل ولسون، تر: شاكر عبد الحميد، سيكولوجية فنون الأداء، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2000، ص249-251.

²¹ شاكر عبد الحميد، الفكاهة والضحك، رؤية جديدة، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2013، ص220.

التناقضات وكشف العيوب. كما تساهم السخرية في تخفيف التوتر والضغط الاجتماعي، وفي الوقت نفسه تعزز من مكانة الأفراد أو الفئات الذين يعانون من هذه المؤسسات، مما يمنحهم إحساساً بالقوة الرمزية.

ترسيخ عضوية الجماعة تعتبر الفكاهة عنصراً أساسياً في تعزيز التماسك الاجتماعي، حيث تشكل لغة مشتركة داخل الجماعات المختلفة. عندما يضحك الجمهور على مشهد كوميدي في مسرحية، فإنهم لا يعبرون فقط عن استمتاعهم، بل يؤكدون على وجود قيم ومعتقدات مشتركة بينهم. فمن خلال الضحك الجماعي، يتم تعزيز الروابط الاجتماعية وتقوية الهوية الجماعية، إذ يشعر الأفراد بالانتماء إلى مجتمع يشترك معهم في طريقة التفكير والتفاعل مع المشكلات الحياتية. وهكذا، تسهم السخرية في إعادة الأفراد إلى الالتزام بالمعايير الاجتماعية وترسيخ الإحساس بالانتماء إلى الجماعة.

ثانياً: الوظيفة العلاجية: يقال إن مصطلح الفكاهة لم يدخل مجال الدراسة الخاصة بالهزل قبل ثانياً نهاية القرن السادس عشر ومصطلح (Humour) أو (umour) يعني في اللغة اللاتينية السائل أو المادة السائلة وفي اللغة الطبية كانت كلمة (humoures) مصطلح يشير على نحو أساسي إلى سوائل الجسم وخاصة الدم والبلغم والمادة السوداء والمادة الصفراء.

فقد زعم اليونانيون القدماء أن حالات الإنسان النفسية مرتبطة بالتوازن بين أخلاط الجسم الأربعة الدم، والبلغم والمادة السوداء (الكآبة) والمادة الصفراء (الغضب) فأية زيادة في أحدهما على البواقي تسبب بضرب من الشذوذ يستطاع تصحيحه عن طريق التهكم أو الضحك، ولقد أقتبس العرب تعاليم اليونان ونوهوا بأصل الضحك الفسيولوجي ونظرية الأخلاط الأربعة، ولقد تكهن الطبيب العربي ابن المطران وهو أحد أطباء القرن الثاني عشر بأن الدم الجيد يولد الفرح والفرح يبعث على الضحك وجرى مجرى سواه من الأطباء العرب الذين توسعوا في فضيلة الظرف وطبيعة الضحك العلاجية²²

يعود مفهوم الفكاهة في ارتباطه بالصحة النفسية والجسدية إلى العصور القديمة، حيث لم يكن مصطلح "Humour" يشير إلى الضحك والهزل فقط، بل ارتبط في أصله اللغوي بالسائل

²² خالد القشطيني، السخرية السياسية العربية، دار الساقي للطباعة والنشر، لبنان، 1992، ص195.

أو المادة السائلة في اللغة اللاتينية. أما في المجال الطبي، فقد استخدم للإشارة إلى السوائل الحيوية في الجسم، وهي: الدم، البلغم، المادة السوداء (الكآبة)، والمادة الصفراء (الغضب).

اعتقد اليونانيون القدماء أن التوازن بين هذه الأخلاط الأربعة يؤثر بشكل مباشر على الحالة النفسية للإنسان، وأن أي اختلال في هذا التوازن يؤدي إلى اضطرابات مزاجية، مثل الاكتئاب أو الغضب. وكانوا يرون أن الضحك والسخرية وسيلتان فعالتان لإعادة هذا التوازن، حيث يساعد التهم والمزج في تصحيح المزاج المضطرب والتخفيف من الضغوط النفسية.

وقد تأثر العرب بهذه الفكرة ونقلوا تعاليم اليونان في مجال العلاج بالفكاهة، إذ أشار الأطباء المسلمون، ومن بينهم الطبيب ابن المطران في القرن الثاني عشر، إلى العلاقة بين جودة الدم والشعور بالفرح، حيث اعتبر أن الدم الجيد يولد السعادة، والفرح بدوره يؤدي إلى الضحك، مما يعزز الصحة النفسية والجسدية. كما توسع الأطباء العرب في دراسة تأثير الظرف والمزج على تحسين المزاج والتخفيف من التوتر، مما يؤكد على الدور العلاجي للسخرية في دعم التوازن النفسي وتعزيز جودة الحياة.

ثالثاً: الوظيفة الاتصالية للسخرية: كما سبق الذكر فالسخرية نوع من التأليف الأدبي أو ثالثاً الخطاب الثقافي، والخطاب ينطوي على لغة واللغة تحتمل جانين أحدهما وثانيهما غير لفظي ويمثل الأول في اللغة المنطوقة والمكتوبة بينما يمثل الثاني في الحركات والإشارات والألوان والأضواء والظلال، والرسوم، والإيماءات، والعلامات.²³

وتجلى الوظيفة الاتصالية للسخرية في تلك السياقات الخاصة بالتفاعل الاجتماعي أو الاتصال الاجتماعي بين الأشخاص أو الجماعات التي تظهر فيها المثيرات المضحكة وتحدث تأثيراتها الس الضحك التعاون الاجتماعي ويسر التفاعل بين الأفراد، المتمثلة بالضحك حيث يقوي والجماعات ويرفع من مستوى الدافعية للعمل والنشاط والإنجاز.²⁴

يتبادل الأفراد المفاهيم بينهم باستخدام الرموز ويعبر عن الرموز (باللغة)، التي هي أداة في الاتصال والرمز هو الشيء يرمز إلى شيء آخر والكلمة عبارة عن رمز يمثل فكرة أو شيئاً الواقع وقد تتكون هذه الرموز على شكل أحرف، أو أرقام، أو ألوان، أو زوايا، أو خطوط، أو

²³ James Compell and. weigel. Hepler, Dimensions in communication Readings. California: w. olnc, 1965, P.25

²⁴ شاكر عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 15-32.

كلمات، أو إشارات، أو لغة أعضاء الجسم. ويظهر ذلك في استخدام السخرية من قبل بعض المتفكّمين مثل الكوميديين وفناني الرسوم المتحركة ورسامي الكاريكاتير والكتاب الساخرين. أو كما هو في التورية عن طريق الاستخدام الفكاهي لكلمة معينة كي توحى بمعان أخرى مختلفة أو هي الاستخدام للكلمات ذات المنطوق الصوتي المتقارب أو المتطابق كي تعني بعض المعاني المختلفة.²⁵

تعدّ السخرية شكلاً من أشكال الخطاب الثقافي والتأليف الأدبي، حيث تقوم على توظيف اللغة بأبعادها المختلفة، سواء اللفظية أو غير اللفظية، لتحقيق تواصل فعال بين الأفراد والجماعات. فاللغة اللفظية تشمل الكلمات المنطوقة والمكتوبة، بينما تتجلى اللغة غير اللفظية في الحركات والإيماءات، والألوان، والرسوم، والإضاءة والظلال، وحتى تعبيرات الوجه، مما يجعل السخرية أداة اتصال متعددة الأوجه.

تظهر الوظيفة الاتصالية للسخرية بوضوح في المواقف الاجتماعية المختلفة، حيث تسهم في تعزيز التفاعل الاجتماعي بين الأفراد من خلال إحداث الضحك، الذي بدوره يقوي التعاون الاجتماعي، ويساعد على تخفيف التوتر، ويرفع من مستوى الدافعية للعمل والإنجاز. فالسخرية تُستخدم كوسيلة للتواصل الرمزي، حيث يتم تبادل المفاهيم والأفكار باستخدام الرموز، والتي قد تكون كلمات أو إشارات أو رسومات كاريكاتيرية أو حتى حركات جسدية تعكس معنى معيناً.

يبرز هذا الدور الاتصالي للسخرية في العديد من المجالات، مثل عروض الكوميديا، والرسوم المتحركة، والكاريكاتير السياسي، والكتابات الساخرة، حيث يتم توظيفها لنقل رسائل نقدية أو ترفيهية بطرق غير مباشرة، ولكنها فعالة. ومن أبرز أساليب السخرية الاتصالية ما يُعرف بالتورية، حيث يتم استخدام كلمة واحدة لتوحى بمعانٍ متعددة، أو اللعب على التشابه الصوتي بين الكلمات لإنتاج تأثير ساخر يثري عملية الاتصال. وهكذا، تصبح السخرية وسيلة تواصل قوية، تتجاوز مجرد الترفيه لتؤدي دوراً في تشكيل الخطاب الاجتماعي والثقافي وتوجيهه.

²⁵ مجد هاشم الهاشمي، الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، ط2، 2003، ص16-54.

رابعاً: الوظيفة السياسية للسخرية: كانت أجهزة مخابرات بعض الدول تستعين بنجوم الكوميديا لتنظيم جلسات لإضحاك المسؤولين الكبار وكانوا يحصلون مقابل هذه الجلسات على مبالغ مالية ضخمة، فالضحك خدمة جليلة تستحق أن يدفع فيها الكثير.²⁶

وعن طريق السخرية والنكتة والفكاهة تنتقد بعض المؤسسات السياسية وبعض الشخصيات والسلوكيات بهدف خفض التوتر أو تصحيح الأخطاء ومهاجمة الوضع الراهن في السياسة الذي يكون محصلة لممارسات خاطئة مما يندر بأخطار ينبغي التحذير منها ويكون الأدب أحد علامات هذا التحذير كما أنه أحد أشكال المقاومة الساخر أو الفن الساخر عموماً أحد علامات هذا التحذير كما أنه أحد أشكال المقاومة.²⁷

تُعتبر السخرية أداة سياسية فعالة، إذ لا تقتصر على الترفيه، بل تمتد إلى كشف الحقائق، وانتقاد المؤسسات السياسية، وتسليط الضوء على الممارسات الخاطئة في السلطة. ولإدراك مدى تأثير السخرية في السياسة، يكفي الإشارة إلى أن بعض أجهزة المخابرات في بعض الدول كانت تستعين بنجوم الكوميديا لإضحاك المسؤولين الكبار، مقابل مبالغ مالية ضخمة، مما يعكس إدراكهم لقوة الضحك وتأثيره في تخفيف التوتر وإعادة تشكيل صورة الواقع.

من خلال النكتة والفكاهة، يتم توجيه النقد إلى الشخصيات السياسية والسياسات العامة، مما يجعلها أداة لتعرية الأوضاع القائمة وكشف تناقضاتها. كما أن السخرية لا تكتفي بإضحاك الناس، بل تؤدي دوراً في تصحيح الأخطاء، والتحذير من المخاطر المحتملة، وخلق وعي سياسي لدى الجمهور. لهذا، يمكن اعتبار الأدب الساخر والفن الكوميدي أشكالاً من المقاومة، حيث يستخدمان السخرية كوسيلة للضغط والتأثير في الرأي العام، ما يجعلها واحدة من أبرز الأدوات النقدية في الحياة السياسية.

المطلب السادس: توظيف السخرية في الاعلام

تمثلت الفكاهة بمظاهرها وسيلة تواصل وإعلام بمفهوم نظرية البنائية الوظيفية، وأداة تعبير سياسي مما جعلها قوة إعلامية مؤثرة ال غنى عنها في حياتنا اليومية سياسياً واجتماعياً، ومن دراسة توظيف السخرية في الاعلام نجد أن وظيفة الإخبار احتلت المرتبة الثانية في الاعلام

²⁶ محمد الباز، نكت السيد الرئيس، كنوز للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 2005، ص 6
²⁷ شاكر عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 51.

الساخر لأنها تنقل الأخبار كما هي، والرأي احتل الموقع الأول²⁸ والأهم أنه يمكن الإبداع فيه من منطلق أن الخبر مقدس والرأي حر، كما في مقالات الرأي والأعمدة الصحفية الساخرة ورسوم الكاريكاتير والقنوات الفضائية ومواقع الأنترنت العربية والعالمية المتخصصة في الفكاهة والضحك ورسامي الكاريكاتير ومثلي الكوميديا على الشبكة العنكبوتية .

وفقاً لنظرية البنائية الوظيفية، تعد الفكاهة أداة قوية للتواصل والتأثير الإعلامي، حيث لا تقتصر على كونها وسيلة للترفيه، بل تمتد إلى التعبير السياسي والاجتماعي، مما يمنحها دوراً بارزاً في تشكيل الرأي العام. فالإعلام الساخر أصبح قوة لا غنى عنها، إذ يعكس قضايا المجتمع بطريقة نقدية، مما يجعله جزءاً لا يتجزأ من الحياة السياسية والاجتماعية اليومية.

عند تحليل دور السخرية في الإعلام، نجد أن وظيفة الإخبار تحتل المرتبة الثانية، حيث تُستخدم لنقل الأخبار كما هي، ولكن بأسلوب ساخر يسلط الضوء على تناقضات الواقع. أما وظيفة التعبير عن الرأي، فهي الأكثر أهمية، حيث يحتل الرأي المرتبة الأولى في الإعلام الساخر، نظراً إلى أنه مجال مفتوح للإبداع، استناداً إلى المبدأ الصحفي القائل: "الخبر مقدس، والرأي حر".

يتجلى هذا التوظيف للسخرية في العديد من الوسائل الإعلامية، مثل مقالات الرأي الساخرة، والأعمدة الصحفية، ورسوم الكاريكاتير، والبرامج التلفزيونية الساخرة، والمنصات الرقمية، التي تقدم محتوى هزلياً، لكنه يحمل في طياته رسائل نقدية عميقة. كما أصبحت القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية العربية والعالمية المتخصصة في الفكاهة منبراً مؤثراً لنقل الأخبار بشكل غير تقليدي، مما يعزز دور الكوميديا في معالجة القضايا العامة والتفاعل مع الجمهور بطريقة مبتكرة.

كما أن الاتصال هو السبيل الوحيد في ترابط المجتمع²⁹ فهو الذي يربط أفراد الأسرة بعضهم ببعض وكذلك يربط بين الهيئة المواطنة والهيئة الحاكمة عن طريق نقل تراث الشعب وقيمه وعاداته وتقاليده، فالفكاهة جوانب اجتماعية تهتم بالتفاعل الاجتماعي أو الاتصال بين

²⁸ حمدان خضر سالم، تطور الكاريكاتور في الصحافة العراقية، 1838-1811 دراسة من صحيفتي "جنربوز وقرندبل"، أطروحة دكتوراه جامعة بغداد، قسم الاعلام، 2000، ص 50-53

²⁹ مجد هاشم الهاشمي، الاعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، ط2، 2003، ص 16-54.

الأشخاص المضحكة والتي تظهر فيها المثيرات وتحدث تأثيراتها السارة.³⁰ وتحقق التواصل و التفاعل الاجتماعي بين الأفراد الجمهور وتعزز التماسك الاجتماعي بينهم وترسيخ عضوية الفرد في الجماعة، فلا سيما أن الضحك يقوي التعاون الاجتماعي وييسر التفاعل بين الأفراد والجماعات ويرفع من مستوى الدافعية للعمل و النشاط حيث يكافئنا الضحك لمجرد وجودنا معا فنحن نضحك في قاعات السينما أو المسارح مع أناس لا نعرفهم أكثر مما نضحك عندما نوجد في قاعة خالية، ولا تقل الوظيفة الترفيهية للاتصال أهمية عن الوظائف الأخرى وهي من أقدم الوظائف التي عرفها الإنسان للاتصال لتحقيق بعض الإشباعات النفسية والاجتماعية ويعبر عنها بالغناء والرقص والنكتة واللعب وتمثل وظيفة الرقابة أحد الدروع الأساسية لحماية المجتمع لذا فقد أطلق على الصحافة باسم السلطة الرابعة على يد المؤرخ الاسكتلندي "توماس كارليل" من خلال كتابه " الأبطال وعبادة البطل" 1841 ميلادي، حين اقتبس عبارات للمفكر الإيرلندي "إدموند بيرك" أشار فيها الأخير إلى الأحزاب الثالثة أو الطبقات التي تحكم البلاد ذلك الوقت، رجال الدين و النبلاء و العوام، قائلا أن المراسلين الصحفيين هم الحزب الرابع " السلطة الرابعة" الأكثر تأثيرا من كافة الأحزاب الأخرى³¹ ، فإن وظيفة الرقابة و الإشراف على البيئة التي يتم فيها الاتصال هي من الوظائف التي يجب أن تسعى الحكومات إيجادها لذا يرى الكاتب الساخر "يوسف غيشان" أن دورة السخرية تبدأ من قوة الملاحظة "المراقبة" التي تؤدي إلى اكتشاف صورة الأشياء مع توفر الجرأة واللغة والموهبة لتجسيدها ويؤكد رسام الكاريكاتير "حجاج" بأن السخرية الأكثر تأثيرا والأكثر إضحاكا ارتبطت دائما بكسر الخطوط الحمراء، فهي العين الراصدة للأخطاء والظواهر التي تكشف أخطاء الساسة وفضح عيوب المجتمع وهذا يتجلى واضحا في الرسوم الكاريكاتورية والبرامج التلفزيونية والصحافة الساخرة والنكتة عن طريق التعبير عن الاتجاهات العامة نحو السلطة بأشكالها كافة.³²

يُعد الاتصال عاملاً أساسياً في ترابط المجتمع، حيث يسهم في توحيد الأفراد داخل الأسرة، كما يربط بين المواطنين والسلطة الحاكمة من خلال نقل القيم والعادات والتقاليد. وفي هذا السياق، تمتلك الفكاهة أبعاداً اجتماعية مهمة، إذ تعزز التفاعل الاجتماعي بين الأفراد،

³⁰ Anne-Marie Gingras, « La démocratie et les nouvelles technologies de l'information et de la communication : illusions de la démocratie directe et exigences de l'action collective », In politique et société, Québec, Société québécoise de science politique, Vol.18, N.2, 1999, P38.

³¹ حسين حمد خير الله، الاعلام والسلطة الرابعة، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، 2015، ص47.

³² ضياء مصطفى، مرج سبق ذكره، ص186.

وتخلق بيئة من التآلف والتواصل، مما يساعد في تحقيق التماسك الاجتماعي وترسيخ شعور الفرد بالانتماء إلى الجماعة. فالضحك، بوصفه استجابة طبيعية للمثيرات المضحكة، لا يقتصر على كونه وسيلة للتسلية، بل إنه أيضاً يقوي التعاون الاجتماعي، ويسهل التفاعل بين الأفراد، ويرفع مستوى التحفيز للعمل والنشاط.

على المستوى الجماعي، يلاحظ أن الضحك يصبح أكثر تأثيراً في المواقف الجماعية، حيث يضحك الأفراد في قاعات السينما أو المسارح، حتى مع غرباء، أكثر مما يضحكون وهم بمفردهم. وهذا يبرز البعد الاتصالي للفكاهة، الذي لا يقل أهمية عن وظائف الاتصال الأخرى، مثل نقل المعلومات أو التأثير السياسي. فالوظيفة الترفيهية للاتصال من أقدم وظائفه، وقد تجسدت عبر التاريخ في الغناء، والرقص، والنكت، والألعاب، باعتبارها وسائل تمنح الإنسان إشباعاً نفسية واجتماعية.

إلى جانب ذلك، تؤدي الفكاهة وظيفة رقابية مهمة، حيث تساهم في كشف الأخطاء والاختلالات في المجتمع والسياسة. وقد أُطلق على الصحافة لقب "السلطة الرابعة" على يد المؤرخ الأسكتلندي توماس كارليل عام 1841، اقتباساً من المفكر الإيرلندي إدmond بيرك، الذي وصف الصحفيين بأنهم أكثر تأثيراً من الأحزاب السياسية التقليدية. ومن هذا المنطلق، تسعى الحكومات إلى ضبط هذه الوظيفة الرقابية، نظراً إلى تأثيرها العميق في الرأي العام.

في هذا السياق، يرى الكاتب الساخر يوسف غيثان أن السخرية تبدأ من قوة الملاحظة، التي تؤدي إلى اكتشاف التناقضات، ثم يتم التعبير عنها بجرأة وإبداع. كذلك يؤكد رسام الكاريكاتير حجاج أن أقوى أشكال السخرية وأكثرها إضحاً هي تلك التي تتجاوز "الخطوط الحمراء"، حيث تعمل كعين راصدة تكشف أخطاء السياسيين وعيوب المجتمع. ويتجلى هذا بوضوح في الرسوم الكاريكاتورية، والبرامج التلفزيونية الساخرة، والصحافة النقدية، والنكت السياسية، التي تعكس اتجاهات الجمهور تجاه السلطة بمختلف أشكالها.

كما اتسعت موجة السخرية المتلفزة وأصبحت منتشرة على نطاق واسع في الشاشات العربية في وسائل التواصل الاجتماعي، حيث استقطبت مشاهدات واهتمامات الفتة خصوصاً في الفترة الأخيرة، واتضح ذلك من خلال نسب المشاهدة العالية التي باتت تستقطبها تلك البرامج حيث تصل مشاهدات بعض هذه البرامج إلى أكثر من ثلاثة ملايين مشاهدة مثل: برنامج "جوشو"

في موقع اليوتيوب، وبينما تصل مشاهدات بعض الحلقات في موقع الفايسبوك نحو 14 مليون مشاهدة، فضال عن ازدياد عدد البرامج السياسية الساخرة لتصبح منتشرة في مختلف الشاشات العربية.³³

شهدت السخرية المتلفزة انتشاراً متزايداً في العالم العربي، حيث أصبحت جزءاً أساسياً من المحتوى الإعلامي على الشاشات التلفزيونية ووسائل التواصل الاجتماعي. وقد ازدادت شعبيتها بشكل لافت، خاصة في السنوات الأخيرة، نظراً لقدرتها على تقديم القضايا السياسية والاجتماعية بأسلوب نقدي ساخر يجذب اهتمام الجمهور.

ويتجلى هذا الانتشار في الأرقام القياسية التي تحقّقها البرامج الساخرة من حيث نسب المشاهدة، إذ تحصد بعض الحلقات ملايين المشاهدات على منصات مثل يوتيوب وفيسبوك. على سبيل المثال، يُعد برنامج "جوشو" من أكثر البرامج الساخرة شهرةً، حيث تصل مشاهدات بعض حلقاته على يوتيوب إلى أكثر من ثلاثة ملايين مشاهدة، بينما تحظى بعض الحلقات على فيسبوك بأكثر من 14 مليون مشاهدة، مما يعكس اهتماماً واسعاً بهذا النوع من المحتوى.

إلى جانب ذلك، انتشرت البرامج السياسية الساخرة على نطاق واسع في القنوات التلفزيونية العربية، حيث باتت جزءاً أساسياً من المشهد الإعلامي. وأصبحت هذه البرامج تقدم نقداً لاذعاً للأوضاع السياسية والاجتماعية، مستفيدة من أسلوبها الفكاهي لجذب الجمهور وتحفيز النقاش العام حول القضايا المهمة.

³³ عبد اللطيف حيدر، البرامج السياسية الساخرة في شبكة الجزيرة: فاعلية الخطاب النقدي وآليات اشتغاله، مركز الجزيرة للدراسات، نشر يوم 1 أغسطس 2019، على موقع: <https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2019/08/190801163422068.html>

الخلاصة:

انطلقت السخرية مع بزوغ الوعي الإنساني كمظهر من مظاهر المقاومة الرمزية ضدّ القهر والتسلّط، فتجلّت لأول مرة في نقوش وكاريكاتيرات محفورة على جدران الأهرامات والمعابد المصرية القديمة، حيث صوّر الفنان العتيق مواقف خارجة عن المألوف (كطائر يصعد سلماً خشبياً)، مستغلاً عنصر المفارقة الكاريكاتيرية لإبراز العيوب وتوجيه النقد إلى منطق السلطة أو العادات الاجتماعية الخاطئة. ومع أن جذور هذه الظاهرة ترجع إلى عصور ما قبل التاريخ المسجّل، فإن أولى الدراسات النفسية والاجتماعية المعاصرة، وعلى رأسها تحليلات سيغموند فرويد، رأت في الضحك الناتج عن السخرية "تطهيراً" يخرج المكبوتات ويخفّف التوتر الداخلي، كما اعتبرته أداة لجعل الفرد يراجع سلوكه تجنباً للتعرّض للسخرية الجماعية باعتبارها "عقوبة اجتماعية" لطيفة.

في السياقات التاريخية المتعاقبة، ولدت أشكال جديدة من السخرية تبعاً لتطوّر أدوات الاتصال: من الكتابة على الجدران إلى الصحافة الكاريكاتيرية التي انتشرت في الصحف الأوروبية بالقرن التاسع عشر، مرّاً بالإذاعات الإذاعية التي أطلقت أولى النكات السياسية المسموعة، ووصولاً إلى البرامج التلفزيونية الساخرة التي ابتكرت فنون الدُمى والاستوديوهات الهزلية، ثم الصحافة الرقمية ومنصّات التواصل الاجتماعي التي وفّرت متنفساً أوسع لساخرين وهواة على حد سواء. فكلّ تقنية جديدة كانت تسهم في توسيع دائرة انتشار السخرية وتعميق تأثيرها النفسي والاجتماعي والسياسي.

يمتاز الخطاب الساخر - خصوصاً حين يستهدف السياسة وصنّاع القرار - بقدرة هائلة على الجمع بين الفكاهة والتهكّم اللاذع، بحيث يُنظّم نقداً مبطناً يفضح التناقضات والفساد والممارسات غير العادلة، دون أن يواجه الحاجز التقليدي للخطاب الجاد الذي قد يقلّب جذور السلطة ضده. ولذا اكتسبت "السخرية السياسية" أهمية خاصة باعتبارها "اتصلاً سياسياً بديلاً" يمكنه كسر احتكار الخطاب الرسمي، وتحفيز الجمهور على التفكير النقدي، ثم المشاركة في الحوار العام عبر إعادة إنتاج النكات والمشاهد الساخرة على نطاق واسع. تاريخ السخرية السياسية إذن هو تاريخ تطوّر أدوات الاتصال، ومرآة للوعي الجماعي حيال الأزمات الاجتماعية والسياسية التي مرت بها المجتمعات البشرية.

المبحث الثاني:

البرامج التلفزيونية الساهرة

يمثل البث التلفزيوني الساخر تطوراً بارزاً في أشكال الخطاب السياسي المعاصر، إذ استبدل أسلوب التقديم الجاد التقليدي بأدوات هجائية تمزج بين الفكاهة والتهمم اللفظي. فهذه البرامج - بغض النظر عن شكلها (دمى، كرتون، حوارات مسرحية أو استوديوهات حوارية) - تصوغ المحتوى السياسي بطريقة مبسطة وجذابة، وتستخدم السخرية لفضح التناقضات وتبسيط الضوء على الأخطاء التي يقترفها المسؤولون. ومن هنا، يمكن اعتبارها نوعاً من "الاتصال السياسي البديل" الذي يضع السلطة تحت المجهر ويمنح الجمهور صلاحية الضحك على منطقها المهيمن وتفكيك خطابها من الداخل.

ولا تقتصر أهمية هذه البرامج على كونها وسيلة للترويج فحسب، بل نعتدّها إلى ممارسة فعّالة في بناء الوعي السياسي والاجتماعي. فهي تجمع بين نقل الأحداث الجارية وتحليلها نقدياً، وتوفر درعاً واقياً للمقدّمين والكتاب يتيح لهم طرح قضايا كانت مغلوقة على الخطاب الرسمي أو مقيدة بسلطات الرقابة. كما تسهم في تنمية روح الحوار والنقاش في المجتمع، فتثير اهتمام المواطنين بالمنازعات العامة، وتدفع بفئات واسعة - وخاصة الشباب - إلى متابعة الأخبار والمشاركة بآرائهم عبر منصات التواصل الاجتماعي. بهذا تؤدي البرامج السياسية الساخرة دوراً مزدوجاً: إثارة المتعة والضحك من جهة، وبث التساؤل والمساءلة من جهة أخرى، مما يجعلها من أكثر أشكال الإعلام تأثيراً وانتشاراً في ظل التحولات الرقمية والحرّة السياسية الراهنة.

المطلب الأول: تعريف البرامج السياسية الساخرة وأهميتها

أ- تعريف البرامج السياسية الساخرة:

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

ويرى البعض {أن البرامج السياسية الساخرة عبارة عن أشكال نصية يتم تقديمها عن طريق عروض الدمى والرسوم الكرتونية، ونقاشات جماعية، يتم من خلالها التعرض المتعمد للأفراد والمنظمات والأحداث بهدف الاستهزاء بهم}.¹

تعد السخرية السياسية أحد أبرز أشكال التواصل السياسي، حيث تعتمد على التهكم اللفظي والنقد اللاذع لتوجيه رسائل سياسية ذات طابع انتقادي. فهي ليست مجرد وسيلة للضحك والتسلية، بل تُعتبر أداة قوية لمواجهة السلطة وتسليط الضوء على أخطاء المسؤولين بأسلوب ساخر يجعل النقد أكثر تأثيراً وأوسع انتشاراً بين الجماهير. يتميز هذا النوع من الخطاب بقدرته على تقديم رؤية تحليلية للواقع السياسي من خلال المزج بين الطرافة والانتقاد اللاذع، ما يجعله أكثر قبولاً لدى الجمهور مقارنة بالخطاب الجاد التقليدي.

في هذا السياق، أصبحت البرامج السياسية الساخرة جزءاً أساسياً من المشهد الإعلامي، حيث تُقدم عبر أشكال مختلفة مثل عروض الدمى، الرسوم الكرتونية، الحوارات الساخرة، والعروض المسرحية الهزلية. ويمكن جوهر هذه البرامج في التعرض المتعمد للأفراد والمؤسسات والأحداث السياسية بهدف السخرية منها، مما يتيح للجمهور فرصة لفهم القضايا السياسية بأسلوب مبسط وجذاب.

¹ نوال بومشقة، ترتيب الأولويات في البرامج السياسية الساخرة في القنوات التلفزيونية الأمريكية دراسة تحليلية لعينة من برنامج "wohs yliaD" ehT على قناة (lartneCydemoC) من 10 سبتمبر 2018 إلى 01 أكتوبر 2018، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، الجزائر، ص 81-82.

كما تُستخدم السخرية في هذه البرامج لكشف تناقضات السلطة، وفضح الممارسات غير العادلة، والتوعية بالقضايا العامة بطريقة غير مباشرة. وعلى الرغم من طبيعتها الفكاهية، إلا أنها تمتلك تأثيراً عميقاً، حيث يمكن أن تثير النقاشات العامة وتؤثر على الرأي العام، بل وحتى على صنّاع القرار أنفسهم، خاصة إذا ما تحولت إلى وسيلة ضغط سياسي غير مباشرة.

وبفضل الانتشار الواسع للإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبحت البرامج الساخرة تحظى بشعبية كبيرة، حيث تمكنت من الوصول إلى ملايين المشاهدين، مما جعلها أحد أهم الوسائل المؤثرة في تشكيل الرأي العام، خاصة في المجتمعات التي تعاني من تقييد حرية التعبير.

ب- أهمية البرامج التلفزيونية الساخرة:

تعد البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة واحدة من أهم البرامج التي يقوم عليها البناء العام للبث التلفزيوني في غالبية المحطات والقنوات التلفزيونية في العالم الغربي عامة والعربي خاصة وهذا راجع للأهمية التي تحظى بها هذه البرامج، نذكر أهمها :

- استطاعت هذه البرامج أن تمزج بين الكوميديا والأخبار وأن تتفوق على برامج الأخبار العادية وأن تجذب إليها عددا كبيرا من المشاهدين
- تضم الكوميديا للساخر درعا يسمح له بالاستمرار في التعبير عن رأيه بحيث لا تستطيع السلطة أو الاعلام التقليدي مواجهته.
- البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة مهمة جدا لتكريس معنى الديمقراطية من خلال خلق حالة من النقاش والجدل في أوساط المجتمع عامة والشباب خاصة.²
- تجعل المواطنين أكثر اهتماما بالمناقشات السياسية والاجتماعية .
- جعل الأفراد ينخرطون في الأحداث وينتقدون الوضع القائم .

² Sara J. Burton, "More than entertainment ": The role of satirical news in dissent, Deliberation, and democracy. AThesis of master, College of communications, The Pennsylvania state university, United states, 2010, p 23, 26.

- حاجة الناس إلى التنفيس على النفس في ظل الأوضاع الصعبة في الكثير من الدول.³

تُعد البرامج التلفزيونية السياسية الساحرة من أبرز عناصر البث التلفزيوني في العديد من القنوات، سواء في العالم الغربي أو العربي، نظراً للأهمية الكبيرة التي تحظى بها. فهي ليست مجرد وسيلة ترفيهية، بل أداة قوية لنقل الأخبار وتحليل الأوضاع السياسية والاجتماعية بأسلوب ساخر وجذاب.

أحد أهم الأسباب التي جعلت هذه البرامج تحظى بشعبية واسعة هو قدرتها على الدمج بين الكوميديا والأخبار، مما جعلها أكثر جاذبية للمشاهدين مقارنة ببرامج الأخبار التقليدية. فقد استطاعت هذه البرامج أن تحقق نسب مشاهدة مرتفعة، حيث يُقبل عليها الجمهور بشكل كبير بحثاً عن تحليل ساخر للأحداث الجارية بطريقة مختلفة عن الطرح الإعلامي التقليدي.

كما أن السخرية تُعتبر درعاً واقياً للمقدمين والكتاب، حيث تمنحهم مساحة أوسع للتعبير عن آرائهم دون أن تتمكن السلطة أو الإعلام التقليدي من قمعهم بسهولة. فبفضل الطابع الكوميدي، تستطيع هذه البرامج تمرير انتقادات حادة للحكومات والسياسات القائمة دون الاصطدام المباشر مع السلطات.

علاوة على ذلك، تساهم هذه البرامج في ترسيخ مفهوم الديمقراطية، إذ إنها تشجع على النقاش والجدل داخل المجتمع، خاصة بين فئة الشباب. فهي تحفز المواطنين على الاهتمام بالقضايا السياسية والاجتماعية، مما يدفعهم إلى المشاركة الفاعلة والانخراط في النقاشات العامة، سواء من خلال وسائل التواصل الاجتماعي أو في محيطهم الاجتماعي.

إلى جانب ذلك، تلعب هذه البرامج دوراً مهماً في تشجيع الأفراد على انتقاد الأوضاع القائمة والتعبير عن آرائهم بحرية، وهو أمر ضروري لأي مجتمع يسعى إلى التغيير والتطوير. فهي تجعل المشاهد أكثر وعياً بما يحدث حوله، وتوفر له مساحة للتنفيس عن إحباطاته بطريقة فكاهية، خاصة في الدول التي تعاني من أزمات سياسية واقتصادية.

³ ضياء مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 247.

وأخيراً، تلي البرامج الساخرة حاجة الناس إلى التنفيس عن النفس، خصوصاً في ظل الأوضاع الصعبة التي تعيشها بعض الدول. فهي تمنحهم لحظات من الضحك رغم قسوة الواقع، وتوفر لهم طريقة غير مباشرة للتعبير عن معاناتهم والتفاعل مع الأحداث الجارية بأسلوب يجمع بين الفكاهة والنقد العميق.

المطلب الثاني: اهداف البرامج التلفزيونية الساخرة:

وتكمن أهداف هذه البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في:

- إصلاح المجتمع من خلال توعيته بالمشاكل الاجتماعية والسياسية .
- وضع مرآة أمام مرشحي الانتخابات لتظهر حقيقتهم كما هي، من خلال كشف كذبهم وزيفهم، وليمكن المجتمع من التمييز بين المرشح المناسب والمرشح الذي يخدعهم بالشعارات الرنانة .
- انتقاد الأوضاع والقضايا السياسية الحالية.
- مناقشة الواقع السياسي وتقديمه في قالب مختلف ومضحك بعيداً عن جدية البرامج الحوارية وكذا مراقبة فساد الحكومة.⁴
- تسليط الضوء على قضايا الأمة وتوجيه الاهتمام نحوها .
- تجاوز المسألة القانونية "أي السخرية ضمن مسلسل أو حلقات تلفزيونية وتناول مواضيع ما بطريقة غير مباشرة وتوجيه انتقادات للساسة"⁵

تلعب البرامج السياسية الساخرة دوراً هاماً في إصلاح المجتمع، وذلك من خلال تسليط الضوء على المشكلات الاجتماعية والسياسية التي تؤثر على حياة الأفراد. فهي لا تكتفي بعرض الأخبار، بل تقدم تحليلاً نقدياً للأوضاع الراهنة بأسلوب فكاهي يساعد على تبسيط القضايا

⁴ Daxton R,S Stewart, the daily show effect, paper presented in the entertainment studies interest group at the AEJMC , Univrsity of missuri, 2007,p6

⁵ ولاء فايز محمد السريتي، معالجة البرامج الساخرة للأحداث الجارية في مصر، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد 4، 2014، ص 162.

المعقدة، مما يجعلها أكثر فهماً واستيعاباً لدى الجمهور. وبهذا الشكل، تُساهم في رفع مستوى الوعي المجتمعي وتحث الأفراد على التفكير النقدي حول ما يدور في محيطهم.

إضافة إلى ذلك، تعمل هذه البرامج كمرآة تعكس حقيقة المرشحين للانتخابات، إذ تكشف عن تناقضاتهم وتفضح زيف الوعود التي يطلقونها لجذب الناخبين. فهي تساعد المواطنين على التمييز بين المرشح الجاد والمرشح الذي يعتمد على الشعارات الرنانة والخطابات الشعبوية لخداع الجمهور. وهذا يجعل الناخب أكثر وعياً وقدرة على اتخاذ قرارات مبنية على الحقائق، بدلاً من الانسياق وراء الخطابات العاطفية.

كما أن لهذه البرامج وظيفة نقدية مهمة، حيث توجه انتقادات لاذعة للأوضاع والقضايا السياسية الحالية. فمن خلال السخرية الذكية، يتم تناول الأحداث الجارية بأسلوب غير مباشر، مما يسمح بإيصال الرسائل النقدية بطريقة أكثر تأثيراً، خاصة في البيئات التي تعاني من القيود المفروضة على حرية التعبير.

إلى جانب النقد السياسي، توفر هذه البرامج أسلوباً مختلفاً لمناقشة الواقع السياسي، بعيداً عن الجدلية والجمود اللذين يميزان البرامج الحوارية التقليدية. فهي تقدم القضايا السياسية في قالب فكاهي ومضحك، مما يجعلها أكثر جاذبية للمشاهدين، ويساهم في إيصال المعلومات بطريقة خفيفة وسلسة. كما تلعب دوراً في مراقبة فساد الحكومة، إذ تسلط الضوء على الممارسات الخاطئة وتكشف التلاعب السياسي بأسلوب يلقي رواجاً كبيراً بين الجماهير.

علاوة على ذلك، تسهم هذه البرامج في توجيه الاهتمام نحو قضايا الأمة، من خلال تسليط الضوء على المواضيع الهامة التي قد يتم تجاهلها في الإعلام التقليدي. فهي تطرح القضايا الحساسة بأسلوب فكاهي، ولكن هادف، مما يساعد على إبقاء هذه القضايا ضمن دائرة الاهتمام العام، ويشجع الجمهور على النقاش والتفاعل معها.

وأخيراً، تساعد البرامج الساخرة على تجاوز المسألة القانونية، حيث تستخدم أساليب غير مباشرة في توجيه الانتقادات للسياسة وصناع القرار. فمن خلال التلاعب بالكلمات،

والاستعارات، ورمزية المشاهد، تستطيع هذه البرامج تمرير رسائلها دون أن تتعرض لملاحظات قانونية مباشرة، مما يمنحها مساحة أوسع للتعبير عن القضايا التي قد تكون محظورة أو مقيدة في وسائل الإعلام الأخرى.

المطلب الثالث: البرامج التلفزيونية الساخرة والمضامين السياسية

كان التلفزيون في بداياته يعرض تمثيلات فكاهية تقدم مغامرات تتصل بعائلة يتميز أفرادها بالذكاء والمواهب النادرة يقع أفرادها في مشاكل تثير الضحك وكان ذلك هو الإطار الرئيسي الذي يدور حوله كتاب "الروايات في التلفزيون" ومثال على ذلك البرنامج الفكاهي "ماما" "MAMAN" ومسلسل "أنا أحب لوسي" LUCY LOVE LUCY "وكانت تذاع مثل هذه البرامج حية بال تسجيل وظهرت أيضا مسلسلات عديدة ضمن هذا الإطار والتي استمرت تعرض لسنوات عديدة في التلفزيون الأمريكي.⁶

في المراحل الأولى من ظهور التلفزيون، كانت البرامج الفكاهية تأخذ شكل تمثيلات هزلية تدور أحداثها حول مغامرات عائلية طريفة. كان أبطال هذه العروض غالباً أفراد عائلات يتمتعون بالذكاء والمواهب النادرة، لكنهم يجدون أنفسهم في مواقف محرجة أو مضحكة، مما يؤدي إلى خلق لحظات كوميدية ترفيهية. هذا النوع من البرامج شكل الإطار العام للروايات التلفزيونية الكوميدية، حيث كانت القصص تدور حول الحياة اليومية والمشاكل البسيطة التي تتحول إلى مواقف فكاهية.

ومن بين الأمثلة البارزة على هذا النوع من البرامج، يأتي البرنامج الفكاهي الشهير "ماما" (MAMAN)، الذي كان يقدم قصصاً عائلية محبة بأسلوب كوميدي جذاب. كما برز مسلسل "أنا أحب لوسي" (I LOVE LUCY)، الذي حقق نجاحاً هائلاً واستمر لسنوات طويلة، ليصبح واحداً من أشهر المسلسلات الكوميدية في تاريخ التلفزيون الأمريكي.

⁶ ضياء مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص245.

الجدير بالذكر أن هذه البرامج كانت تداع مباشرة دون تسجيل مسبق، مما جعلها تعتمد على الأداء التلقائي للممثلين، وزاد من تفاعل الجمهور معها. ومع مرور الوقت، استمرت هذه المسلسلات العائلية الكوميدية في التطور وأصبحت جزءاً أساسياً من صناعة التلفزيون، حيث استمرت شبكات التلفزيون الأمريكية في تقديمها على مدى عقود، لما لها من قدرة على الترفيه وجذب المشاهدين من مختلف الأعمار.

وقد تطورت مضامين البرامج الفكاهية من المشاكل العائلية المثيرة للضحك إلى السخرية من السياسيين، بحيث عرفت السخرية السياسية تطوراً كبيراً من خلال الصحافة ووسائل الاعلام، فقد دف الرسام الكاريكاتوري الفلسطيني "ناجي العلي" حياته ثمناً للسخرية السياسية من خلال رسومه الكاريكاتورية، حيث اشتهرت البرامج السياسية الساخرة التي تستهدف رؤساء الدول الغربية من خلال ممثلين ساخرين أو صناعة دمي شبيهة بهم، وتعرف متابعة على نطاق واس في فرنسا والولايات المتحدة وبريطانيا ومعظم دول أوروبا، ولم يرقم رئيس واحد من رؤساء تلك الدول بمن أو مصادرة أي برنامج سياسي ساخر أو تحويل أي فنان أو مبدع للمحاكمة.

لكن في عالمنا العربي اجتمع وزراء الاعلام العربي وخرجوا بقرارات تهدد بالويل على كل من تسول له نفسه أن ينال تصريحاً أو تلميحاً من أي زعيم أو وزير أو حتى غفير يعمل في حمى الحكومات والحكام العرب⁷، وفي هذا السياق نذكر أن عضو في أحد الأحزاب السياسية العربية جازف بفتح فمه في أحد الاجتماعات وألقى خطبة سياسية طويلة، وعندما فتح باب الأسئلة نهض "الرفيق عباس"^{*} وبعد الإشادة بمنجزات الثورة سأل عن سبب اختفاء البطاطا فوعده أمين سر الحزب بالإجابة في الاجتماع الآتي، وفي الاجتماع الآتي نهض أحد الأعضاء، وبعد الإشادة بالثورة وإنجازاتها قال: أريد أن أسأل عن أمر تافه، أين "الرفيق عباس" الذي سأل عن سبب اختفاء البطاطا، فقد اختفى هو الآخر منذ ذلك الوقت.⁸

⁷ أحمد منصور، مرجع سبق ذكره، على الموقع:

<https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2019/08/190801163422068.html>

⁸ خالد القشطيني، السخرية السياسية العربية، دار الساقي للطباعة والنشر، لبنان، 1992، ص153.

* الرفيق عباس: هو عضو في أحد الأحزاب السياسية العربية والعراقية.

شهدت البرامج الفكاهية تحولاً كبيراً في مضامينها، حيث انتقلت من معالجة المشاكل العائلية بأسلوب كوميدي إلى السخرية من السياسيين والأنظمة الحاكمة. وقد لعب الإعلام والصحافة دوراً مهماً في هذا التطور، خاصة عبر الرسوم الكاريكاتورية التي تعد من أقدم وسائل النقد السياسي الساخر. ومن الأمثلة البارزة على ذلك، الرسام الكاريكاتوري الفلسطيني ناجي العلي، الذي دفع حياته ثمناً لسخريته الجريئة في رسومه، مما يعكس المخاطر الكبيرة التي تواجه الفنانين الساخرين، خاصة في البيئات التي لا تتقبل النقد بجرأة.

في الدول الغربية، مثل فرنسا، بريطانيا، والولايات المتحدة، تحظى السخرية السياسية بانتشار واسع، حيث يتم تقليد السياسيين ورؤساء الدول في البرامج الساخرة، أو حتى تصميم دمي تشبههم في عروض فكاهية تسخر من سياساتهم. ورغم جرأة هذه البرامج، إلا أن أي رئيس لم يقدم على إغلاقها أو محاكمة صناعها، وهو ما يعكس تقبل الحكومات الغربية لمثل هذا النوع من النقد باعتباره جزءاً من حرية التعبير والديمقراطية.

على العكس تماماً، يواجه الإعلام الساخر في العالم العربي قيوداً شديدة، حيث اجتمع وزراء الإعلام العرب وأصدروا قرارات تهدد كل من يجرؤ على انتقاد أي زعيم أو وزير أو حتى موظف حكومي بسيط. وتوضح إحدى القصص الساخرة هذه الحالة، حيث قام أحد أعضاء حزب سياسي بإلقاء خطاب طويل مليء بالمديح للنظام، ثم سأل عن سبب اختفاء البطاطا. وعند الاجتماع التالي، اختفى هو نفسه دون أثر! هذه القصة الرمزية تعكس مدى القمع والرقابة المفروضة على حرية التعبير في كثير من الدول العربية، حيث يمكن أن يؤدي النقد، حتى لو كان بسيطاً، إلى التهميش أو الاختفاء القسري.

يتضح من ذلك أن السخرية السياسية ليست مجرد وسيلة للضحك، بل هي أداة قوية للنقد السياسي والاجتماعي، تختلف مقدار حريتها وتأثيرها من مجتمع إلى آخر، بناءً على مستوى الديمقراطية وحرية التعبير المتاحة فيه.

كما تعتبر البرامج السياسية الساخرة هي البرامج التي تعتمد في تناولها على الأحداث السياسية المختلفة بأسلوب فكاهي ساخر، طال في الكثير من الأحيان حتى رؤساء الدول، و التي ترتبط بحجم الحرية الممنوحة للمؤسسات الإعلامية، لتنتقل السخط السياسي لدى المواطنين نتيجة قرارات أو شخصيات أو برامج سياسية معينة محلية أو دولية، و هي من أصعب الفنون الإعلامية التي باتت اليوم تحتل مساحات كبيرة عبر فضائيات، بل ذهبت إلى أبعد من ذلك بظهور قنوات متخصصة فقط بهذا الفن الساخر، خاصة بفضل الشبكة العنكبوتية و ظهور الهواة الذين يملكون مهارات الفن الساخر.⁹

فالشباب على وجه التحديد يعرفون بتأثرهم بشكل كبير ببرامج الساخرة، ويشير البعض إلى أن الناخبين الشباب يحصلون على معظم أو كل المعلومات عن المجتمع والسياسة على وجه التحديد من هذه البرامج القائمة على الترفيه والسخرية، وعموما فإن هؤلاء الشباب يرون اختلافات واضحة بين برنامج مثل هذا النوع والاشكال التقليدية للأخبار التلفزيونية من حيث تحقيقها للرضا السياسي¹⁰.

تعتبر البرامج السياسية الساخرة من أكثر البرامج تأثيراً وانتشاراً في الإعلام الحديث، حيث تعتمد على تقديم الأحداث السياسية بأسلوب كوميدي ساخر، مما يجعلها قادرة على استقطاب جمهور واسع. هذه البرامج لا تتردد في انتقاد السياسيين، وحتى رؤساء الدول، وهو ما يرتبط بشكل مباشر بحجم الحرية الإعلامية الممنوحة في كل بلد. فهي تعد مرآة تعكس السخط السياسي والاجتماعي لدى المواطنين، وتوفر وسيلة للتعبير عن رفضهم لبعض القرارات أو الشخصيات أو السياسات المحلية والدولية.

نظراً لأهمية هذا النوع من الإعلام، أصبحت البرامج الساخرة تحتل مساحات واسعة على القنوات الفضائية، بل تطور الأمر ليصل إلى إطلاق قنوات متخصصة بالكامل في السخرية السياسية. ومع ظهور الإنترنت وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح هناك العديد من

⁹ آمال عامر، أثر الاتصال السياسي الاستعراضي من خلال البرامج التلفزيونية الساخرة على الوعي السياسي لدى الشباب، أطروحة دكتوراه، تخصص اتصال سياسي واجتماعي، جامعة الجزائر 3، 2017-2018، ص145.

¹⁰ ماكس ماكومز وآخرون، محمد صفوت حسن أحمد، الأخبار والرأي العام: آثار الاعلام على الحياة المدنية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012 ص28-30.

الهواة الذين يمتلكون مهارات إنتاج المحتوى الساخر، مما عزز انتشار هذا الفن بشكل غير مسبوق. لم يعد الأمر مقتصرًا على الإعلام التقليدي، بل أصبح متاحًا لأي شخص لديه القدرة على صناعة محتوى هزلي سياسي، مما أدى إلى توسيع دائرة التأثير لهذه البرامج.

أما الشباب، فهم الفئة الأكثر تأثرًا بالبرامج السياسية الساخرة، حيث تشير الدراسات إلى أن العديد من الناخبين الشباب يحصلون على معظم معلوماتهم السياسية من هذه البرامج بدلاً من الأخبار التقليدية. وهذا يعكس اختلافًا جوهريًا بين البرامج الساخرة ونشرات الأخبار التقليدية، حيث توفر الأولى مزيجًا من الترفيه والمعلومة السياسية بأسلوب يجذب الشباب، مما يساهم في زيادة وعيهم السياسي، ويجعلهم أكثر اهتمامًا بالشأن العام.

بشكل عام، يمكن القول إن البرامج السياسية الساخرة أصبحت أداة قوية للتأثير السياسي والاجتماعي، تتجاوز مجرد الترفيه، إلى تحقيق الرضا السياسي للجمهور، وزيادة وعيه بالقضايا الراهنة، خاصة في ظل المناخ السياسي المعقد في العديد من الدول.

المطلب الرابع: البرامج السياسية في الوطن العربي

لم تعد السخرية السياسية مقتصرة على النكت التي كان يتناقلها المعارضون سر بينهم، فقد انتقلت إلى حيز البرامج التلفزيونية المتاحة للجميع .

وبعد ثورات الربيع العربي وظهور متنفس جديد للتعبير عن الرأي، وظهرت برامج ساخرة عديدة لانتقاد الأوضاع السياسية والظواهر المجتمعية في الأنظمة التي سقطت، أو من أوضاع ما بعد الثورات. وبدأت معظم هذه البرامج من خلال قنوات يوتيوب قبل أن تعرف طريقها إلى شاشات التلفزيون. وسنحاول عرض مجموعة من التجارب العربية في مجال البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة :

- مصر : عرفت في هذه الفترة جملة من هذه البرامج كبرنامج "البرنامج" الذي يقدمه باسم يوسف الأشهر والأكثر متابعة في مصر، والذي بدأ رحلته في تقديم برنامج بعنوان "باسم يوسف

شو" على قناة يوتيوب، ولاقت الحلقات انتشاراً واسعاً في أوساط مستخدمي الانترنت حتى أصبح برنامجاً تلفزيونياً ساخراً ينقد الأوضاع السياسية منها¹¹.

وكذلك برنامج "جوشو" الذي يقدمه الإعلامي "يوسف حسين" على قناة العربي الذي تتراوح مدته ما بين 45:00 دقيقة إلى 60:00 دقيقة كأقصى حد، يناقش البرنامج المواضيع السياسية والاجتماعية في العالم العربي مع التركيز عليها في مصر تحديداً بعد الانقلاب العسكري في 2013.¹²

يعد برنامج الذي قدمه الإعلامي باسم يوسف واحداً من أبرز البرامج الساخرة في تاريخ الإعلام المصري، حيث بدأ كبرنامج على يوتيوب بعد ثورة 25 يناير 2011، مستوحياً فكرته من البرامج الأمريكية مثل "The Daily Show" لجون ستewart. لاقى البرنامج رواجاً كبيراً بفضل أسلوبه الكوميدي في نقد الأوضاع السياسية والاجتماعية، مما أدى إلى انتقاله إلى شاشات التلفزيون، حيث عرض على قنوات ONTV وCBC وMBC مصر. نجح البرنامج في استقطاب ملايين المشاهدين، لكنه أثار أيضاً جدلاً واسعاً بسبب انتقاده اللاذع للسلطة السياسية، خصوصاً بعد عزل الرئيس الأسبق محمد مرسي في 2013. وبسبب الضغوط السياسية والإعلامية، تعرض البرنامج لوقفات متكررة حتى تم إلغاؤه نهائياً عام 2014، ليصبح مثلاً على الصراع بين حرية التعبير والقيود السياسية في الإعلام المصري.

أما "جوشو" الذي يقدمه الإعلامي يوسف حسين على قناة التلفزيون العربي، فهو برنامج أسبوعي يمتد بين 45 إلى 60 دقيقة، ويركز على تحليل الأوضاع السياسية والاجتماعية في مصر والعالم العربي بأسلوب ساخر. بدأ يوسف حسين مسيرته الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي قبل أن يحقق شهرة واسعة بفضل قدرته على تقديم النقد السياسي والاجتماعي بطريقة تجمع بين الكوميديا والتقارير المصورة. يتناول البرنامج القضايا الراهنة بأسلوب تفاعلي، مستخدماً مقاطع فيديو وتعليقات ساخرة لتسليط الضوء على الخطاب السياسي والإعلامي

¹¹ حسنين شفيق، الاعلام الساخر: الضحك بطعم الوج في الصحافة والبرامج التلفزيونية ومواق التواصل الاجتماعي، دار الكتب، مصر، 2017، ص221-222.

¹² تلفزيون العربي، الموقع: نزيد الموقع <https://www.alaraby.com>

الرسمي. وبالرغم من القيود الإعلامية في العالم العربي، نجح "جوشو" في الاستمرار كواحد من أبرز البرامج الساخرة التي نتابعها الجماهير، خصوصاً في مصر، حيث أصبحت السخرية السياسية وسيلة غير مباشرة للتعبير عن الرأي في ظل التحديات التي تواجه الإعلام الحر.

- لبنان: ومن أهم البرامج السياسية الساخرة التي ظهرت في المجتمع اللبناني نذكر:

برنامج "دي آن آي DAN" الذي يقدمه الاعلامي "نديم قطيش" على تلفزيون المستقبل، حيث تتراوح مدته بين 11 و14 دقيقة، يناقش البرنامج الأحداث السياسية بطريقة ساخرة ويعلن انحيازه لقوى 14 مارس ومعارضتهم للنظام السوري وممارسات حزب الله.

برنامج "بسمه وطن:" هو برنامج سياسي كاريكاتوري، أذيعت أولى حلقاته على قناة ال "آل بي سي LBC" اللبنانية قبل عشرين سنة تقريباً، ويعتبر أول البرامج السياسية الساخرة في الوطن العربي، يقدم مجموعة من القوالب الهزلية الساخرة "السكاتشات" عن شخصيات سياسية لبنانية تكون مرتبطة بأحداث سياسية آنية، بحيث أنه القى صدى واس ونجاحات متكررة، من بطولة "كلود وشريل خليل"¹³

يعد برنامج "دي إن آي (DAN)" الذي يقدمه الإعلامي نديم قطيش على تلفزيون المستقبل من البرامج السياسية الساخرة التي تعتمد على التحليل النقدي للأحداث بأسلوب مختصر وسريع، حيث تتراوح مدته بين 11 و14 دقيقة. يتميز البرنامج بانحيازه الواضح إلى قوى 14 مارس المعارضة للنظام السوري وحزب الله، مما يجعله منصة سياسية ساخرة ذات طابع أيديولوجي. يستخدم نديم قطيش أسلوباً يجمع بين السخرية السياسية والتعليق السريع على المستجدات الإقليمية، وخاصة القضايا المتعلقة بلبنان وسوريا، مستهدفاً جمهوراً متابعاً للأحداث السياسية في المنطقة من زاوية نقدية واضحة.

أما "بسمه وطن"، فهو واحد من أقدم البرامج السياسية الساخرة في العالم العربي، حيث بدأ عرضه على قناة LBC اللبنانية قبل نحو عشرين عاماً، مما يجعله من رواد هذا النوع من البرامج في

¹³ تريسبي أبو أنطون، الكوميديا التلفزيونية اللبنانية تبث رسائل سياسية، جريدة إيلاف الإلكترونية، على الموقع: <http://elaph.com/web> tleban

المنطقة. يعتمد البرنامج على تقديم قوالب هزلية ساخرة ("سكاتشات") تجسد شخصيات سياسية لبنانية بطريقة كوميدية، مما يجعله مرآة تعكس الواقع السياسي في لبنان بطريقة ساخرة ومباشرة. يتمحور محتواه حول الأحداث السياسية الآنية، مما ساعده على تحقيق نجاحات متكررة وصدى واسع لدى الجمهور اللبناني والعربي. البرنامج من بطولة كلود وشريل خليل، اللذين قدما شخصيات سياسية بارزة بأسلوب كاريكاتوري يجذب المشاهدين ويطرح القضايا السياسية بطريقة مبسطة وناقدة في آنٍ واحد.

السودان: وسنتطرق إلى أهم برنامج سياسي ساخر ألا وهو:

وهو من أشهر البرامج في ظل عدم وجود متنفس للشباب إلا وسائل التواصل الاجتماعي، قدم عدد من الشباب نماذج لبرامج سياسية ساخرة عبر موقع اليوتيوب، فكان أشهرها "داتي جرس" بنسبة مشاهدة ما يقارب 700 ألف شخص.¹⁴

يعد "داتي جرس" واحداً من أبرز البرامج السياسية الساخرة في السودان، حيث برز في ظل القيود المفروضة على الإعلام التقليدي، مما دفع الشباب السوداني إلى اللجوء إلى منصات التواصل الاجتماعي، وخاصة يوتيوب، كوسيلة للتعبير عن آرائهم وانتقاد الأوضاع السياسية والاجتماعية في البلاد. يتميز البرنامج بأسلوبه الساخر الذي يعكس هموم المواطنين، مستخدماً الكوميديا السياسية كأداة للنقد وإيصال الرسائل بطريقة سلسلة وجذابة.

حقق البرنامج نسب مشاهدة عالية، حيث وصلت بعض حلقاته إلى 700 ألف مشاهدة، ما يعكس شعبيته الواسعة ونجاحه في الوصول إلى فئات مختلفة من المجتمع. اعتمد "داتي جرس" على إنتاج محتوى بسيط، ولكنه جريء ومؤثر، مما جعله منبراً هاماً للشباب السوداني في ظل غياب الإعلام الحر. تناول البرنامج قضايا تتعلق بالفساد، والواقع المعيشي، والسياسات الحكومية، بأسلوب نقدي ساخر، الأمر الذي جعله مصدر تفاعل واسع على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أصبح جزءاً من الحراك الإعلامي البديل الذي يعبر عن آراء الشارع السوداني بأسلوب مختلف عن الإعلام الرسمي.

¹⁴ عامر آمال، مرجع سبق ذكره، ص 150.

-بالجزائر: ومن بين أهم البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في الجزائر نذكر ما يلي :

ناس السطح :أو كما معروف بتسمية "جورنال القوسطو" وهو برنامج تلفزيوني ساخر، تزامن ظهوره م فتح قطاع السمعي البصري وفق القانون العضوي للإعلام لسنة 2012 عرض اول مرة في رمضان من سنة 2012 على " قناة الجزائرية " ثم انتقل من " قناة الجزائرية" إلى " قناة الخبر" kbc» ، وبعدها إلى " قناة الشروق" لتكون محطته الأخيرة، ويقوم البرنامج على المحاكاة الساخرة التي تنقل أوضاع الشعب الجزائري بطريقة كوميدية هزلية.¹⁵

برنامج طالع هابط ومن الأسماء التي ظهرت في المشهد الاعلامي المنشط الساخر "عامر الدراجي" المعروف بالشيخ النوي من خلال برنامجه "طالع هابط" على قناة بور تي في tv "beur" وفي ظل غياب الوجوه، التي تصنع الفرجة السياسية يخرج الشيخ النوي ببرنامجه "طالع هابط" متممضا شخصية فكاكية، حفرت في وعي المشاهد الجزائري بعمامته وحركاته، يقول بأسلوبه البدوي البسيط الساخر ما يقوله عامة الناس في السر وما يكتبه المثقفون بين السطور، "الشيخ النوي" كانت له الجرأة ليعبر عن مكبوتات الجزائري ويوصلنا إلى مستويات عالية، فهو شخص يتكلم بالنيابة عن حال الشعب ما جعل كل شرائح المجتمع تلتفك عليه، وتقربه من شخصية البطل في الأفلام لأنه يقدم ما يشبه التنفيس عن الذات.¹⁶

يعد "ناس السطح"، المعروف أيضا باسم "جورنال القوسطو"، من أبرز البرامج التلفزيونية الساخرة في الجزائر، حيث ظهر بعد فتح قطاع الإعلام السمعي البصري عام 2012. بدأ عرضه في رمضان 2012 على قناة الجزائرية، ثم انتقل إلى قناة الخبر (KBC) ، وأخيرا إلى قناة الشروق. يعتمد البرنامج على المحاكاة الساخرة لنقل أوضاع الشعب الجزائري بطريقة كوميدية، حيث يتناول القضايا الاجتماعية والسياسية بأسلوب هزلي يعكس معاناة المواطنين اليومية. بفضل طابعه النقدي والكوميدي، تمكن البرنامج من تحقيق شعبية واسعة، حيث أصبح منبرا غير مباشر للتعبير عن هموم الجزائريين في ظل التحديات السياسية والاجتماعية التي يواجهونها.

¹⁵ عامر أمال، مرج سبق ذكره، ص 154.

¹⁶ مقابلة م الشيخ النوي، الكوميديا الساخرة في التلفزيون الجزائري، على الموقع [Http://Aldhazair24.com /media/30564.htm](http://Aldhazair24.com/media/30564.htm):

أما "طالع هابط"، فهو برنامج سياسي ساخر يقدمه الإعلامي عامر الدراجي، المعروف بشخصية "الشيخ النوي"، على قناة بورت في (Beur TV) يتميز بأسلوبه الفريد، حيث يتقمص الشيخ النوي شخصية رجل بسيط يرتدي العمامة التقليدية ويتحدث بلهجة بدوية ساخرة، مما جعله قريباً من مختلف فئات الشعب. يسلط البرنامج الضوء على المشكلات السياسية والاجتماعية التي يعاني منها الجزائريون، ويعبر بأسلوب ساخر وجريء عما يدور في أذهان المواطنين، ولكنهم لا يستطيعون التصريح به علناً. بفضل جرأته في طرح القضايا الحساسة بأسلوب نقدي مباشر، أصبح الشيخ النوي شخصية مؤثرة في المشهد الإعلامي الجزائري، حيث نجح في تقديم صورة "البطل الشعبي" الذي يعكس هموم المواطن العادي بطريقة فكاهية تجمع بين النقد والتنفيس عن الواقع.

الخلاصة:

تلعب البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة دوراً فاعلاً في إعادة تشكيل الخطاب السياسي المعاصر من خلال الجمع بين التهمك الفكاهي والنقد الجاد. فهي تقدم الأحداث والشخصيات السياسية في قالب مبسط وجاذب، مستعينةً بالدمى أو الرسوم الكرتونية أو الحوارات الاستوديو-مسرحية، فتنجح في تحويل المسكوت عنه إلى مادة للنقاش والضحك معاً. هذا الأسلوب يجعلها "اتصالاً سياسياً بديلاً" يمنح الجمهور - وخاصة الشباب - قدرة أكبر على فهم التعقيدات السياسية بأسلوب سلس، ويكسر احتكار السلطة للخطاب الرسمي.

تتمثل أهميتها أيضاً في درع الحماية الذي تمنحه للمذيعين والكتاب ضد رقابة السلطة أو التعرض للملاحقات؛ إذ يسمح الطابع الكوميدي بتمرير انتقادات لاذعة للحكومات والمؤسسات دون مواجهة مباشرة. كما ترفع هذه البرامج سقف المشاركة الشعبية، فتدفع المشاهدين إلى التعبير عن آرائهم على المنصات الرقمية، وتغذي النقاش العام بمدخلات نقدية مبنية على المعالجة الساخرة.

ومع انتشار البث الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي، ازداد تأثير هذه البرامج واتسع نطاق جمهورها، حتى باتت مصانع للرأي العام البديل في بيئات تشهد تقييداً لحرية التعبير. فمن "الدوم" الكرتوني في الغرب إلى الاستوديو الساخر في الوطن العربي، أثبتت البرامج السياسية الساخرة أنها أداة ثقافية وسياسية قادرة على تحقيق الترفيه والتوعية والتحفيز على المساءلة ضمن آن واحد.

المبحث الثالث:

البرامج السياسية الساخرة (مقاربات في اللغة،
وأخلاقيات الممارسة الإعلامية)

تمهيد

تُعد البرامج السياسية الساخرة من أبرز أشكال الخطاب الإعلامي المعاصر، إذ تمزج بين الترفيه والنقد، وتعيد صياغة الواقع بأسلوب ساخر يفضح التناقضات السياسية والاجتماعية، ويعبر عن هموم الفئات المهمشة التي لا تجد صوتاً لها في الإعلام التقليدي، خاصة في المجتمعات العربية التي تعاني من ضيق مساحات التعبير. وقد ساعدت هذه البرامج على جذب جمهور واسع، لما تقدمه من محتوى جريء وساخر يعكس نبض الشارع، ويخاطب الوعي الجمعي بلغة قريبة من الناس. لكنها، في المقابل، أثارت الكثير من الجدل بشأن مدى التزامها بأخلاقيات الممارسة الإعلامية، لا سيما مع ما شهدته من انزلاقات نحو التهمك الشخصي، أو طرح محتوى هجومي قد يخرج عن إطار النقد البناء ليقع في فخ الإساءة أو التشهير.

تنبع قوة هذه البرامج من استخدامها للغة هجينة مرنة، تمزج بين الفصحى والعامية، وتحاكي وجدان الجمهور بأسلوب بسيط في ظاهره، عميق في مضمونه. فهي لا تعتمد فقط على المحتوى الساخر، بل على البنية اللغوية التي تخلق أثراً تواصلياً خاصاً، يسهل تداوله وفهمه عبر وسائل الإعلام التقليدية والمنصات الرقمية. كما أن الشخصية الساخرة التي تقف خلف هذا الخطاب ليست مجرد فاعل فكاهي، بل ناقد اجتماعي واعي، يمتلك قدرة تحليلية ولغوية تمكنه من تحويل المفارقات الواقعية إلى رسائل نقدية تصل الجمهور بطريقة غير مباشرة لكنها فعالة، مما يعزز من دور السخرية كأداة تفكير، لا مجرد وسيلة للضحك.

وفي ظل التوسع الكبير في هذا النوع من الإعلام، تبرز الحاجة إلى ميثاق أخلاقي واضح يوازن بين حرية التعبير، باعتبارها ركيزة أساسية في الإعلام، وبين ضرورة احترام القيم الإنسانية والمجتمعية. ذلك أن قوة السخرية تكمن في جرأتها، لكنها قد تتحول إلى سلاح مؤذٍ إذا فقدت توازنها الأخلاقي. ومن هنا، تظل المسؤولية قائمة على عاتق القائمين على هذه البرامج، من كتاب ومقدمين ومنصات عرض، لضمان أن يبقى الإعلام الساخر أداة نقدية فاعلة، تساهم في الوعي العام، لا أن تنزلق إلى الإساءة أو الهدم المجاني للرموز والقيم.

المطلب الأول: البراجم الساخرة وأخلاقيات الممارسة الإعلامية

تُظهر الدراسات والمشاهدات أن البراجم السياسية الساخرة قد أصبحت وسيلة بارزة في الإعلام المعاصر، لما لها من قدرة على تقديم النقد السياسي والاجتماعي بأسلوب مختلف يجمع بين الترفيه والتفكير النقدي. فهي لا تكتفي بمجرد عرض الأخبار أو القضايا الجارية، بل تعيد صياغتها من منظور ساخر، مما يمنح الجمهور زاوية رؤية جديدة تساعد على فهم الواقع بطريقة أكثر عمقاً وسلاسة.

إن هذا النوع من البراجم يوظف السخرية والفكاهة كأدوات تعبير قوية، تكشف التناقضات والحلل في ممارسات الأنظمة السياسية وصناع القرار، وغالباً ما تتناول المؤسسات الكبرى بالنقد، بدءاً من الحكومات، مروراً بالأحزاب، وصولاً إلى الشخصيات المؤثرة. وهكذا تصبح هذه البراجم منصات لمساءلة السلطة ونزع الهيبة الزائفة عنها، بطريقة قد لا تستطيع البراجم الجادة أو التقليدية أن تصل إليها.

ونتيجة لذلك، نالت هذه البراجم جماهيرية كبيرة، خاصة بين فئة الشباب ورواد منصات التواصل الاجتماعي، حيث ساعدتهم على التعبير عن آرائهم وتفرغ مشاعر الإحباط السياسي أو الاجتماعي بأسلوب ساخر يعكس واقعهم. ومن خلال مشاركة هذه المقاطع والتفاعل معها عبر الشبكات الرقمية، أصبحت السخرية السياسية أداة ضغط ناعمة، تخلق حواراً مجتمعياً حقيقياً حول القضايا المطروحة، وتعيد صياغة العلاقة بين المواطن والإعلام، بين السلطة والوعي الجمعي. وذلك لعدة عوامل:

أولها: أسلوبها الذي يمزج بين الخطاب الساخر الهزلي والخطاب الجدي الصلب، لاسيما أنه يوفر الفضاء لتسلية الجماهير والتعامل مع الأحداث السياسية.

ثانيها: باعتبار هذه سين المواطن الهامشي والمتنفس الوحيد أمامه، فغالبا ما توفر البراجم السياسية الساخرة صوتاً لأولئك الذين لا يتمكنون من الوصول إلى الأشكال التقليدية لوسائل الإعلام أو

السلطة السياسية وعليه تكون البراج السياسية الساخرة بمثابة منصة هؤلاء الأفراد للتعبير عن أفكارهم ومشاعره محولة النظام السياسي ومن هم في السلطة، بالإضافة دورها في إشراك جمهور أوسع ولفت الانتباه إلى القضايا المهمة التي ربما تم تجاهلها من قبل وسائل الإعلام التقليدية والقنوات السياسية.¹

ثالثها: غالبا ما تستخدم البراج السياسية الساخرة لغة رمزية ضمنية لإيصال رسالتها، بدلا من لغة واضحة أو مبشرة تحولها إلى أداة مرينا وقوية في تجنب الرقابة أو رد الفعل العنيف من أولئك في السلطة الذين قد يشعرون بالتهديد من النقد أو الآراء المعارضة وبذلك تنقل رسالتها بشكل فعال مع تقليل مخاطر الرقابة وهنا بالذات نتساءل حول حدود البراج السياسية الساخرة، فهامش الحرية الذي قدمته الفضائات الرقمية لبعض مدوني الفيديوها Vloggers، وبعد القنوات التلفزيونية جعل الكثير من البراج السياسية الساخرة تقع في العديد من التجاوزات اللامنية والخروقات الأخلاقية، خاصة في ظل التنافس الإعلامي والرقمي حول تحقيق نسب مشاهدات عالية، لا سيما أن هذه البراج فسية وجديدة في عالمنا العربي، زيادة على ذلك غياب التكوين والخبرة في مجال الإعلام السياسي الساخر من جهة الاهتمام بالشكل على حساب المضمون من جهة أخرى، والسعي وراء الشهرة التفاعلية أوقع على القائمين عليها في انزلاقات وخروقات أخلاقية عديدة.²

يعرفها اندرسون Anderson بأنها: "المعايير التي توجه عمل المشاركين في النشاط الاتصالي، التي يستخدمها النقد في الحكم على أخلاقيات العمل"³

بينما يعرفها ريتش Ritch بأنها: "الاختيارات التي تواجه الصحفيين حول الطرق التي يتصرفون بها"⁴

¹ شهرزاد خابط، روفية خلفوشي، دلالات السخرية في البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة -دراسة سيميون وجية على عينة من حلقات برنامج "جو شو" الموسم السادس، ومذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمع البصري، جامعة صالح بونيدر قسنطينة 3-، 2022/2021، الجزائر، ص 140.

² مرجع نفسه.

³ عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2006، ص32.

⁴ سلوى إمام علي، منى سعيد الحديدي، الإعلام والمجتمع، مكتبة الأسرة، القاهرة، ط1، 2004، ص11.

في حين عرفها السيد أحمد مصطفى عمر بكونها: " منظومة من المبادئ والمعايير، التي تستهدف السلوك الصحفيين خلال قيامهم بأعمالهم، واتخاذ قراراتهم بما يتناسب مع وظيفة المؤسسات الإعلامية ويضمن الوفاء بحقوق الجمهور.¹

أما الدكتورة حسينة بوشيوخ ترى أخلاقيات المهنة الإعلامية: " هي مجموعة من السلوكيات والقواعد الأخلاقية، التي ينبغي للصحفيين التحلي بها مراعاة لمبادئهم الإنسانية والمهنية لمصلحة المجتمع، فيما كنت أناس مع وظيفتهم ضمن المؤسسة الإعلامية التي ينشطون فيها".²

قبل قليل أشرت الى ما يتعلق بمفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية بالمبادئ والقيم التي ينبغي على الصحفيين والمشتغلين في مجالات الإعلام، بمختلف أشكالها، الالتزام بها أثناء ممارستهم للعمل المهني. وتتجلى أهمية هذه الأخلاقيات في كونها تؤسس لتوازن دقيق بين حرية التعبير واحترام الآخر، وتُعدّ ضماناً لعدم التعدي على القيم المجتمعية أو النيل من كرامة الأفراد أو المؤسسات، خاصة عندما يكون هناك طرف آخر حاضر أو متأثر بالمحتوى الإعلامي، ما يستوجب وضع حدود واضحة لا يجب تجاوزها.

لكن حين ننتقل للحديث عن السخرية في الإعلام، خصوصاً في البرامج السياسية الساخرة، نجد أن هذه الحدود الأخلاقية تُطرح في سياق جدلي ومعقد، ذلك أن السخرية بطبيعتها تنطلق من مبدأ الحرية وتخترق المحظورات، ما يجعلها عرضة لاتهامات بتجاوز المعايير الأخلاقية. فعندما تصبح السخرية نفسها موضوعاً للمساءلة، يتولد نقاش حول ما إذا كانت هذه البرامج يجب أن تُعامل كغيرها من المحتويات الإعلامية، تخضع للضوابط الأخلاقية ذاتها، أم أنها تستمد شرعيتها من كونها خطاباً حراً يهدف إلى كشف التناقضات وفضح الممارسات السلطوية، وبالتالي تحتاج إلى هامش خاص من الحرية. هذا التوتر بين الحرية والمسؤولية الأخلاقية يشكل أحد أبرز التحديات التي تواجه الإعلام الساخر في السياق الراهن.

¹ السيد أحمد مصطفى عمر، البحث العلمي: مفهومه إجراءاته ومناهجه، مكتب الفلاح، القاهرة، ط1، 2008، ص102.
² حسينة بوشيوخ، بيئة العمل الصحفي وأثرها في ممارسة أخلاقيات المهنة، مجلة رؤى استراتيجية، الإمارات، أبريل 2014، ص127.

فأخلاقيات السخرية مسألة معقدة تحتاج لبحث مفصل لها، فقد تجاذبت فيها العديد من التيارات واختلفت حولها الآراء فهناك من يعتبرها محمية بحق الحرية الفردية في التعبير، ولا يجب أن تقيد بمعايير أخلاقية، على سبيل المثال: أصحاب المنظور الأخلاقي وموقفهم من الفكاهة بأنه " الرؤية التي تفترض أنا النكت ليس لها طابع أخلاقي أو غير أخلاقي" فيما يعتقد منظور العدمية أن " الفكاهة جوهرية تشكل عصاوية، وهي مجال الخيال الحر... ومجال للعب غير الجلد، فإنها ليست مسؤولة عن القيود الأخلاقية التي تحكم الخطاب الجاد، وغالبا ما تكون فعاليته أكبر عندما تحطم استجاباتنا المعتادة" بينما قد تبدو بعض النكات مرعجة، " فإنه عندما نضحك نستمتع فقط بالأفكار ولا نحتفظ بها فعليا" فلا أخلاقية المزحة أو النكتة تزيدها مرحا وطرافة.¹

على العكس من المدافعين عن العدمية، يغزو المدافعون عن الأخلاق قيمة أخلاقية للنكت وللفكاهة، ذكره أرسطو أحكاما أخلاقية للفكاهة عندما وصفه السي خيرين وكتاب الكوميديا بأنهم: " نوعا ما من الأشخاص الذين يتحدثون عن الشر ويروجون للشائعات" حيث " تتمحور مهمتهم الرئيسية حول سقوط جيرانهم" ²، يفترض المدافعون عن الأخلاق أن الضحك المرتبط بالفكاهة المشكوك فيها يمكن أن يكون خطأ أخلاقيا، كما لا ننسى النصوص الدينية التي تعارض وتنبذ " السخرية والاستهزاء بالآخرين والضحك عليهم".

في هذه الجزئية، حاولتُ التعمق في استعراض الطروحات الفلسفية التي تناقش جدلية الأخلاق وحدود السخرية، غير أنني فضلتُ ترك هذا الجانب للدراسات المتخصصة الأخرى. ومع ذلك، أتبني التصور الذي يربط بين المعايير الأخلاقية والمهنية أثناء ممارسة السخرية في وسائل الإعلام. وبناءً عليه، سأعرض بعض المعايير الأخلاقية والمبادئ التي أرى أنه من الضروري أن تلتزم بها البرامج السياسية الساخرة وتحترمها خلال تقديم محتواها:

- السخرية لا تقوم على الاستهزاء بين الأفراد وسماتهم الخلقية وعيوبهم.

¹ Oliver Conolly, Haydar Bashshar, The good, the bad and the funny, The Monistvol, 88, no 1, 2005, p122.

² Jason T Peifer, can we be funny? The social responsibility of political humor, Journal of Mass Media Ethicsvol, 27, no 4, 2012, p266.

- السخرية قبل كل شيء أخلاق نبيلة، وهي تأبى الانزلاق نحو الهجاء والسب والقذف.¹
- عند ممارسة السخرية بمختلف أشكالها لا يجب أن تكون خالية من الأحكام القيمية.²
- يجب أن تتجنب وسائل الإعلام الساخر السخرية من الأفراد بناء على خصائصهم الشخصية، مثل العرق أو الجنس أو الدين.³
- يجب أن تستند وسائل الإعلام الساخر إلى معلومات دقيقة واقعية، وألا تنشر ادعاءات كاذبة أو مضللة.
- يجب أن لا تروج وسائل الإعلام الساخر للعنف أو تشجع السلوك الضار تجاه الآخرين.
- يجب عدم استخدام وسائل الإعلام الساخر كغطاء يا أخى خطاب الكراهية أو التمييز ضد مجموعات معينة.
- يجب أن تراعي وسائل الإعلام الساخر تأخير عملها على المجتمعات الضعيفة أو المهمشة، ويجب أن تسعى جاهدة لتضخيم أصواتهم بدلا من تهيمشهم بشكل أكبر.
- عدم المساس بالجانب الأمني بالدول والعلاقات السياسية بين دولة وأخرى، فمن شأن ذلك أن يولد أزمات ويلحق الضرر بالبلدان.⁴
- يقدم الكاتب والإعلامي اللبناني " عماد موسى " ستة معايير أخلاقية ضرورية تضبط الإعلام الساخر. نعرضها على النحو التالي:
- المعيار الأول: أن يكون الكاتب الساخر خفيف الظل، حاضر النكتة، ذكيا لا يفتعل الطرافة ولا يتعدى على الآخرين.

¹ محمد سعيد الريحاني، وراء كل عظيم أقزام، طوب بريس، المغرب، ط1، 2012، ص11.

² Jason T Peifer, Op.cit, p267.

³ Gabriel Dharmoo, Anthropologies imaginaires: Une critique de la colonialité par la voix et la satire, Anthropologie et Sociétés, vol. 43, no 1, 2019, p160.

⁴ أمينة أحمد حامد جاد رفاعي، حسن علي محمد، أخلاقيات البرامج الساخرة ومدى الالتزام بالمعايير المهنية، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، المجلد9، العدد44، 2023، ص731.

المعيار الثاني: ألا يتعرض الكتب لشخصية عامة انطلاقاً من عيب خلقي كمثّل العرج، أو الحول أو الطول أو النطق السيء..... وغيرها.

المعيار الثالث: يجب على الكاتب أن يفرق بين ما يقوله ضمن شلة أصدقاء لا يتعدى أفرادها عدد أصابع اليدين والقدمين وبين ما يكتبه لألف أو ألفي قارئ، وما يقدمه كمادة تلفزيونية للجماهير، متعددة الفئات العمرية والمستويات المعرفية والجنسية مع ضرورة التمييز بين جمهوره الصغير والجمهور العريض.

المعيار الرابع: السخرية ليست شتيمة سوي بالرسم الكاريكاتيري أو الرسم بالكلمات، هي أسلوب نقدي لديه قواعده وأدواته.

المعيار الخامس: احترام خصوصية البلد ومعتقداته وقيمه.

المعيار السادس: يجب أن تتجنب الكتابة الساخرة ازدراء المعتقدات الدينية وتحييد أصحاب المقامات الدينية ممن لا يتعاطون مع الشأن السياسي بمفهومه الواسع والتفصيلي والميداني ومن غير المنخرطين في " الإرهاب" أو " التحريض" تحت تسميات "النضال" و " الجهاد".¹

يرى بعض النقاد ان البراج الساخرة لا تعرف الحقيقة الكاملة، ما يسقطها في انزلاقات قد تتعارض مع القيم الاجتماعية لذلك على القائمين بالبراج الساخرة أن يتحلوا بالمسؤولية الاجتماعية واحترام قيم المجتمعات،² فعليه فنجاح وتقبل هذه الأخيرة مرهون بدرجة احترام أخلاقيات الممارسة الإعلامية، وعدم المساس بالمعتقدات الدينية والإساءة للأنبياء والرسل، أو الدعوة إلى خطابات الكراهية والعنف والتطرف، ونذكر منها أيضاً:

- على الإعلامي الساخر الابتعاد عن الألفاظ البذيئة والسب والشتم كونها لا تحقق بعداً تراكمياً للتغيير.

¹ حموش عبد الرزاق، وآخرون، المشهد الإعلامي الرقمي في الجزائر، ألفا للوثائق، الجزائر، ط1، 2022، ص261.
² ستيفن كولمان، كارين روس، الإعلام والجمهور، ترجمة: صباح حسن عبد القادر، دار الفجر، القاهرة، ط1، 2012، ص167

- على القائمين بالأعمال الساخرة الاحترام وعدم التجريح والسخرية من الأفراد والمواطنين بشكل شخصي، بل يجب تحديد قضايا معينة ومواقف معينة حتى لا تخرج السخرية عن إطارها وبعدها الأخلاقي.

- الإعلام الساخر أن يتسم بالموضوعية بعيداً عن التجريح وإهانة الآخر وتحاشي المصالح الشخصية، أو المكاسب من السلطة والسياسة مالة أحد من القوى المتصارعة على حساب المصلحة الوطنية.

- احترام المتلقي، ولا يتم ذلك إلا من خلال احترام حسه وذوقه الجمالي، ووعيه ومشاعره، فالإعلام الساخر سلاح ذو حدين، إما إعلام بناء يقوم المجتمع أو إعلام هدام.¹

يمكنني أن أخلص إلى أن الإعلام الساخر، الذي وُلد في بيئات تحتفي بالإثارة والمبالغة، لا يُعدّ مناسباً بالضرورة لكل المجتمعات، لا سيما المجتمعات الإسلامية التي ينبغي أن يستند إعلامها إلى قيم مستمدة من تعاليم الدين الإسلامي. هذه القيم تُعلي من شأن كرامة الإنسان، وتحمي خصوصياته، بعيداً عن التشهير أو التجريح. ومن هذا المنطلق، أرى أن الإعلام في السياق العربي الإسلامي يجب أن يعمل على ترسيخ الأخلاق، وتعزيز ثقافة الاحترام المتبادل، وتكريس الحوار البناء، والممارسة الإعلامية الرشيدة التي ترفع الذوق العام وتسهم في تناول قضايا التنمية والتطور بوعي ومسؤولية.

وفي ضوء التحولات المتسارعة التي يعرفها العالم اليوم على مختلف الأصعدة، سواء في الاتصال، أو الثقافة، أو السياسة، أو الأمن، تبرز الحاجة الماسة إلى التزام الصحفيين والإعلاميين، خصوصاً المشتغلين في مجال السخرية السياسية، بمواثيق مهنية وأخلاقية تضمن إنتاج محتوى هادف ومسؤول. يجب أن ينأى هذا المحتوى عن المهارات والإشاعات والإساءة، وألا يكون مدفوعاً فقط بشهوة الشهرة أو الربح. كما يتعين عليهم أن يكونوا واعين بالتحيزات

¹ اعمر يوسف، آمال عامر، الخطاب الإعلامي الساخر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 1، العدد 3-4، 2017، ص 263.

والامتيازات التي قد يحملونها، وأن يسعوا لتفكيك الصور النمطية السلبية وتجنب تكريس اختلافات القوة داخل المجتمع.

المطلب الثاني: التحديات والرهانات التي تواجه البرامج السياسية الساخرة.

الرقابة ورد الفعل العكسي: غالبا ما نتعامل البرامج السياسية الساخرة مع مواضيع حساسة ومعقدة بطريقة نقدية تمزج بين الهجاء والتهكم والتأكيد ما يؤدي هذا إلى فرض رقابة أو رد فعل عنيف من السياسيين أو الحكومات التي قد تشعر بالإهانة بسبب محتواها فعلي سبيل الذكر لا الحصر: في أحداث 11 سبتمبر 2001 أدلى " بيل ماهر Bill Maher " بتعليقات مثيرة للجدل على برنامجه Politis Incorrect بعد أيام فقط من الهجمات التي أدت إلى رد فعل عنيف كبير وساهمت في الإلغاء النهائي للبرنامج، ففي 17 سبتمبر 2001 انتقد ماهر وصف إدارة بوش لمهاجمي 11 سبتمبر " بأنهم جناء " ، قائلا: أنه لم يكن من الجبان تخليق طائرة إلى مبنى، بل كان عملا شجاعا فقد اعتبر الكثيرون تعليقات ماهر غير وطنية وغير إنسانية، لا سيما بالنظر إلى أن المشاعر التي لا تزال قاسية في أعقاب الهجمات، ونتيجة لذلك سحب العديد من المعلنين دعمهم من الأرض، فكانت هناك دعوات لطرد ماهر من شبكة ABC، وقفت الشبكة في البداية إلى جانب ماهر، لكن الجدل استمر في الغليان، واستمر المعلنون في سحب دعمهم، في 16 يونيو 2002 أعلنت ABC انها تلغي البرنامج ¹.Politis Incorrect

وفي عالمنا العربي أيضا عام 2011 أطلق باسم يوسف برنامجه " البرنامج " على اليوتيوب، وسرعان ما أصبح برنامج تلفزيوني بعدما حقق نجاحا باهرا و جماهيرية واسعة، اتم " البرنامج " بروح الدعابة، والسخرية الجريئة والنقدية ازاء مختلف القادة والشخصيات والكوادر السياسية المصرية التي

¹ Jeffrey P Jones, Entertaining politics: New political television and civic culture, Rowman & Littlefield, USA, 2005, p03.

أغضبت العديد منهم، والنتيجة ذلك تعرض باسم يوسف للمضايقة والمتابعة القضائية، وبعدها ألغى البرنامج في 2014 وغادر " باسم يوسف" البلاد خوفاً عن سلامته.¹

المحتوى الساخر satirical content والأخبار المزيفة fake news: قبل بداية الحديث عن الخلط المفاهيمي وحالة الالتباس لا بد من تحديد مفهوم الأخبار الكاذبة fake news لقد عرفت بكونها: قصص كاذبة تبدو وكأنها أخبار

المطلب الثالث: اللغة الإعلامية الساخرة

يُعدّ مصطلح "اللغة الإعلامية" من المفاهيم التي شاعت في العديد من الدراسات والكتابات الأكاديمية، خاصة في ظل تنامي تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام وصياغة الوعي الجماهيري. ورغم تداول هذا المصطلح بكثرة، إلا أن تحديده بدقة ما يزال محل نقاش، نظراً لتعدد زوايا النظر إليه وتنوع الوسائط التي يُوظف فيها.

فاللغة الإعلامية ليست مجرد أداة لنقل المعلومات، بل هي "منهج" أو "وسيلة" تُنقل من خلالها الرسالة من المرسل إلى المتلقي، كما يذهب إلى ذلك بعض الباحثين. وهي بهذا المعنى تتجاوز الجانب اللغوي الصرف لتلامس أبعاداً نفسية واجتماعية وثقافية، حيث يرى الدكتور عبد العزيز شرف أن للكلمات الإعلامية وجوداً مزدوجاً: وجوداً بالقوة حين تكون حبيسة الفكر، ووجوداً بالفعل حين تُقال وتُسمع، فتترك أثراً وانطباعاً لدى كل من المتكلم والمستمع.

وقد ساهم ظهور الصحافة العربية في القرن التاسع عشر في بلورة شكل خاص من أشكال التعبير، وصفه بعض الباحثين بـ: "لنثر الصحفي"، الذي يقف في منطقة وسطى بين النثر الأدبي المتألق ولغة التخاطب اليومي المباشر، وهو ما أشار إليه محمد السيد محمد في دراساته حول اللغة الإعلامية.

¹ Caty Borum Chatto, Lauren Feldman, A comedian and an activist walk into a bar: The serious role of comedy in social justice, University of California Press, USA, 2020, p66.

ومن منظور آخر، يُنظر إلى اللغة الإعلامية بوصفها "جنساً إعلامياً" قائماً بذاته، له خصائصه وقوانينه واستعداداته، والتي تختلف باختلاف طبيعة الوسيلة الإعلامية المستخدمة، سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة.

وانطلاقاً من هذا التعدد في الرؤى، تظهر أهمية التوقف عند مفهوم اللغة الإعلامية، ومحاولة ضبط معالمها وتحديد خصائصها ووظائفها ضمن السياق الإعلامي المعاصر.

مفهوم اللغة الإعلامية: رغم شيوع مصطلح اللغة الإعلامية في الكثير من الكتب والدراسات إذ أنه لا يوجد تعريف محدد لهذا المصطلح، فيمكن تعريف اللغة الإعلامية بكونها: "وسيلة الاعلام أو المنهج الذي تنقل به الرسالة من المرسل الى المستقبل، ويذهب الدكتور عبد العزيز شرف" كذلك الى أن الكلمات في وسائل الاعلام لها صورتان من الوجود وجود بالقوة ووجود بالفعل، فكل كلمة تنطلق وأتسمع تترك أثرها وانطباعاتها في أذهان كل من المتكلم والمتسمع".¹ وكذلك يرى محمد السيد محمد أن ظهور الصحافة العربية في القرن التاسع عشر ميلادي دفع بعض أساتذة الصحافة والادب الى إضافة نوع من أنواع النثر أسمه النثر الصحفي، أي النثر الذي يقف في المنتصف بين لغة الادب ولغة التخاطب اليومي.²

ويعرفها البعض: "بالجنس الإعلامي ويرون أن لكل جنس اعلامي مقومات الخاصة به في وقوانينه والاستعدادات التي يتطلبها وفقاً لطبيعة الوسيلة الإعلامية التي يتناسب معها".³

المطلب الرابع: جدلية اللغة الساخرة (المكتوبة، السمعية البصرية):

لقد امتد هذا التضارب بين الآراء حول طبيعة اللغة المستخدمة في النصوص الساخرة سواء المكتوبة أو المسموعة أو البصرية، فهناك من يرى أن جودة اللغة تكون في وضوحها وعدم ابتذالها، ويرون أن أوضح الأسباب اللغوية هو ما تألف من كلمات الدارجة العادية، إلا أنها تكون في نفس الوقت مبتذلة، في حين يرى موقف آخر بالاستناد لمحجة تاريخية ان الكتابة

¹ عبد العزيز شرف، اللغة العربية لغة إعلامية، دار الرفاعي، القاهرة، ط1، 1983، ص14

² عبد العالي رزاق، كيف تصبح صحفي الخبر في الإذاعة والتلفزيون والانترنت، دار هومة، الجزائر، ط1، 2011، ص19.

³ مصطفى محمد الحساوي، واقع اللغة الاعلام المعاصر، دار أسامة، الأردن، ط1، 2012، ص139.

الكوميديّة الاغرائيّة كانت تنظيم بلغة أدبيّة بسيطة لا تعقيد فيها، ولا محسنات لفظيّة لغة تصوير نفسية الشعب وأفكاره تصويراً دقيقاً، فهناك توجيهات في الصحافة الساخرة المعاصرة تبنى هذا الطرح الذي يتساهل في استخدام اللغة المحليّة، فعلى سبيل المثال الصحافة الإفريقيّة تأخذ حريّة كبيرة في التعبير باللغة المحليّة أو العاميّة.¹

من الواضح أن استخدام اللغة في البرامج التلفزيونيّة الساخرة يتأثر بسياق المقام الذي ترد فيه، ويمدّى إتقان المقدم أو المذيع لقواعد اللغة وتراكيبها ونحوها. كما تلعب طبيعة البرامج ذاتها ومن يقف وراء إنتاجها دوراً كبيراً في تحديد هذا الاستخدام، نظراً لاختلاف أشكالها وأهدافها وخصائصها، بالإضافة إلى طبيعة الجمهور المستهدف.

فاللغة الإعلاميّة عموماً تتسم بمجموعة من الخصائص مثل: البساطة، الوضوح، المعاصرة، الجاذبيّة، الملاءمة، الإيجاز، المرونة، وقابليتها للتطوير. ومن هنا، ينبغي على مقدمي البرامج الساخرة، وخصوصاً السياسيّة منها، أن يراعوا هذه الخصائص عند صياغة المحتوى وتقديمه، إلى جانب مراعاة طبيعة الجمهور الذي يُوجه إليه الخطاب، إذ لا يعقل مخاطبة مختلف الفئات الاجتماعيّة والشرائح العمريّة بلغة قد تكون صعبة أو غير مفهومة بالنسبة لهم.

لغة التلفزيون تختلف عن اللغة العاميّة والفصحى في آن واحد؛ فهي تمثل نقطة توازن بينهما. المقصود هنا هو عدم الانحياز الكامل للغة على حساب الأخرى. ومن وجهة نظري، فإن الأفضل هو تحقيق توازن بين استخدام اللغة الفصحى الصارمة التي قد تميل إلى الأسلوب الأدبي أو الروائي، وبين العاميّة التي قد تُفضي إلى الرتابة والسطحيّة إذا أُسيء استخدامها، خاصّة في البرامج الساخرة التي تُتطلب حيويّة ومرونة. المزج المدروس بين الفصحى والعاميّة، دون إقصاء لإحدهما، يمكن أن ينتج لغة إعلاميّة جماليّة متميّزة، تواكب المتلقي وتلامس اهتماماته ووعيه.

¹ عصام الدين حسن أبو الغلاء، نظرية أرسطو طاليس عن الكوميديا، مكتبة مبدولي، القاهرة، 1993، ص34.

في ظل التعدد والتنوع الكبير في أنماط الخطاب الإعلامي، تبرز إشكالية اللغة المستعملة في النصوص الساخرة—سواء المكتوبة منها أو الشفوية أو البصرية—كمحور جدلي لم يحسم بعد، وهو ما يعكسه التضارب القائم بين المواقف النقدية والأكاديمية حول طبيعة اللغة الأنسب لهذا النوع من الإنتاج.

فن جهة، يرى بعض المهتمين أن معيار جودة اللغة في النص الساخر يركز أساساً على وضوحها وبعدها عن الابتذال، ويفضلون الاعتماد على اللغة الدارجة شريطة أن تكون مألوفة وسلسة دون أن تسقط في التبسيط المخل أو التفاهة. في المقابل، يُستند موقف آخر إلى رؤية تاريخية تنظر إلى الكتابة الكوميدية بوصفها امتداداً لخطاب أدبي شعبي، بسيط في لغته لكنه عميق في تصويره لواقع الناس وأفكارهم، بعيد عن التعقيد اللفظي أو المحسنات البلاغية.

وفي هذا السياق، نجد أن بعض التجارب الإعلامية المعاصرة، مثل الصحافة الساخرة في القارة الإفريقية، تميل إلى استعمال اللغة المحلية أو العامية بكل حرية، باعتبارها الأقرب لنبض الشارع ووجدان الجمهور، بل وتعدّ هذه اللغة جزءاً من هوية النص الساخر وخصوصيته الثقافية.

غير أن استخدام اللغة في البرامج الساخرة، خاصة التلفزيونية منها، لا يمكن عزله عن سياق المقام الإعلامي، الذي يفرض إيقاعه الخاص على بنية الخطاب اللغوي. فالأداء اللغوي للمقدم يتأثر بدرجة إتقانه لقواعد اللغة وتراكيبها، كما يتأثر بطبيعة البرنامج ذاته وأهدافه وفئته المستهدفة. وهنا تظهر أهمية التقدير السليم لطبيعة الجمهور، فليس من المنطقي مخاطبة شرائح اجتماعية متباينة بلغة واحدة جامدة أو نُخبوية قد لا تجد لها صدى عند الأغلبية.

ومن هذا المنطلق، أرى أن الحديث عن "لغة مثالية" للبرامج الساخرة، وخاصة السياسية منها، ينبغي أن يتجاوز الثنائيات السطحية من قبيل "فصحى أو عامية"، ليركز على فعالية اللغة في تحقيق التفاعل والتأثير. فالفصحى المفرطة في التألق قد تُضفي طابعاً أدبياً بارداً لا يتماشى مع روح السخرية، في حين أن العامية إذا استُعملت بشكل عشوائي قد تؤدي إلى فقدان القيمة الإعلامية والجمالية للنص.

وعليه، فإن الحل لا يكمن في الانحياز لإحدى اللغتين، بل في المزج الذي والمدرّوس بينهما. فبرنامج سائر ناجح هو الذي يخلق لغة وسطى، تستفيد من جمالية الفصحى وبساطة العامية، وتُراعى في الوقت نفسه السياق الثقافي والاجتماعي للمجتمع الذي تُوجّه إليه. هذه اللغة الهجينة، إذا صح التعبير، ليست مجرد وسيلة تواصل، بل تصبح أداة تعبير فني وشعبي في آن معاً، قادرة على إثارة الضحك، والتفكير، وربما حتى التغيير.

المطلب الخامس: الشخصية الساخرة أو الكاتب الساخر:

1- مفهوم الساخرة أو الساخر: هي سيفاً من يعمد إلى اتخاذ الارتياح والتشكيك في عباراته وأحكامه رافضاً إعطاؤها صبغة مطلقيه أو ميتافيزيقية، و بمعنى أن الساخري هو من يبقى على ارتياحه الدائم إذا أخطأ به، ولا يعتمد إنه أقرب من الواقع من الخطابات الأخرى، و فالساخر في هذا المقام لا يعني بالضرورة التساؤل مع التظاهر بالجهل على الطريقة السقراطية أو المنهج السقراطي بقدر ما تعنيه الحالات الارتباطية الدائمة التي يتسم بها ال سيخر وقد اعتبرها الفيلسوف "ريتشارد رورتي" الصفة المحورية عند الساخري،¹ وهذا ما أكدّه نصيف نصار بأن السخرية لا تحمل المعنى النفسي الأخلاقي الذي تحمله لفظة السخرية، ولا بالطبع المعنى الذي تحمله لفظة التهم أو لفظة الاستهزاء بل تعني مذهباً فلسفياً موجهاً ضد الميتافيزيقا وغيرها من الظواهر السلبية.²

نلاحظ من خلال ما تم تقديمه من تعريف الشخصية الساخرة أنها تتسم ببعد فلسفي كونه نهج فلسفي ارتباطي وتشكيكي يغوص في النقد الميتافيزيقي أكثر من التركيز على الظواهر الاجتماعية والسياسية ونقدها، لذلك سوف نحاول تقديم مفاهيم قريبة من حقل الإعلام والاتصال والمجال الدراسة كالتالي:

¹ محمد جديدي، الحداثة وما بعد الحداثة في فلسفة ريتشارد رورتي، منشورات الاختلاف، 2008، ط1، 399
² نصيف نصار، باب الحرية: انبثاق الوجود بالفعل، دار الطابعة، بيروت، ط1، 2003، ص195.

الشخص الساخر: هو ذلك المتعالي بنفسه عن المجتمع الذي يسخر منه أو من أحد أفرادهِ، كما يتصف المواطن الساخر بكونه قوي الأعصاب وعلى قدر كبير من الذكاء، بقوة الخيال الهزلي الذي يمكن اقتناصه أو ابتداء الصور النادرة التي يستطيع بها السخرية من خصمه من جهة، وإضحاك نفسه والناس من جهة أخرى.¹

ذلك الشخص الذي يمارس نمطا من التفكير الناقد والمستهزئ بالحالة الذي يعيشها، من أجل الكشف عن تناقضاتها ومفارقاتها وإبراز عيوبها، سواء كان بأسلوب عفوي أو منهجي، فلسفي أو أدبي، فالممارسة الساخرة هي تدمر واضح في حالة سيئة أو مقيمة كذلك.²

بينما قدم محمد جرادات صفات الشخصية الساخرة كان يحمل شخصية ساخرة وناقدة ومرحة في الأساس، وأن يكون قادرا على تسليط الضوء على ما هو غير رسمي من الظواهر في حياة الإنسان، والمجتمع، كان يكون هناك مشهد عام تقليدي ويراها الناس طبيعيا وعاديا، لكن الكاتب الساخر يمكن تحويله من مشهد عادي إلى حالة سخرية التي تثير الانتباه.

يتضح من مجمل الطروحات التي تناولت مفهوم السخرية والشخصية الساخرة، أن السخرية لم تعد مجرد أداة تهكمية أو أسلوباً لفظياً يستخدم بغرض الإضحاك أو التقليل من شأن الآخر، بل تحولت إلى نهج فلسفي معقد يتسم بالتشكيك، والانفصال عن المطلقات، والانخراط في نقد الواقع بطريقة عميقة تتجاوز المظاهر السطحية.

فالساحر، وفق ما يطرحه ريتشارد رورتي، لا يقدم نفسه كصاحب "حقيقة" أو "يقين"، بل كذات دائمة الارتياب، تتخذ من الالاقين سلوكاً معرفياً يقبها من السقوط في فخ الخطابات الشمولية أو الميتافيزيقية. وهذه السمة تعطي للسخرية قيمة فلسفية وجودية، تجعل منها شكلاً من أشكال التفلسف النقدي المعاصر، يتعامل مع الواقع بمرونة وتساؤل مستمر.

¹ شفيق حسين، الاعلام الساخر: الضحك بطعم الوجع في الصحافة والرامج التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي، 2017، ص30-32.

² راند عبيس، فلسفة السخرية، عند بيتر سلوتردايك، مشورات الاختلاف، الجزائر، ط1، 2016، ص25.

وفي المقابل، هناك مقاربات أكثر قرباً من المجال الإعلامي والاجتماعي، ترى أن الشخصية الساخرة هي شخصية ذكية، قادرة على تفكيك الخطاب الاجتماعي والسياسي بطريقة مبدعة وجذابة. فهي تجمع بين حسّ النقد وسعة الخيال، وتحول المألوف إلى مفارقة، والاعتيادي إلى موضوع للسخرية، ليس من باب الازدراء، بل بقصد الكشف عن التناقضات البنيوية في الواقع.

ومن هذا المنظور، يمكن القول إن الساخر في الإعلام ليس مجرد شخصية مرحة أو متهمكة، بل هو فاعل اجتماعي واعي يستخدم لغة هجينة - تجمع بين الفلسفة والفكاهة - لتقويض المسلمات وكشف اللامعقول خلف واجهة "العادي". وبهذا المعنى، فإن السخرية الإعلامية تصبح بمثابة "نقد ممّوه"، لا يهاجم مباشرة، بل يعرّي من خلال المفارقة والانقلاب الساخر على المعنى.

كما أن الساخر الناجح هو من يستطيع إعادة تأويل الواقع باستخدام أدوات بسيطة - قد تكون كلمة دارجة أو لقطة عفوية - لكنه من خلالها يطرح أسئلة كبرى، ويوقظ وعي الجمهور بشكل غير مباشر. ولعل هذا ما يجعل الشخصية الساخرة قادرة على التفاعل بفعالية في الفضاء العمومي، خاصة في البرامج التلفزيونية الساخرة، حيث يجتمع العمق بالفكاهة، والفكر بالعرض الجماهيري.

وبناء على ما تقدم، نخلص إلى أن السخرية ليست مجرد أداء تعبيرية، بل هي موقف معرفي وجمالي في آن واحد. كما أن الساخر هو وسيط اجتماعي وثقافي مهم، يمكنه أن يلعب دوراً بارزاً في مساءلة الواقع وإعادة تشكيل الخطاب العام، متى ما امتلك أدواته اللغوية والفكرية، واستوعب طبيعة الجمهور الذي يخاطبه.

2- خصائص ومميزات الشخصية الساخرة:

تتجلى ملامح الشخصية الساخرة في وسائل الإعلام التقليدية والبيئة الرقمية بالعديد من المقومات، الخصائص تميزهم عن غيرهم في ظل هامش الحرية النسبي الذي تتمتع به، خاصة في

بدايات ظهور هذا النوع من المحتوى الساخر في فضاء الرقي مع تزامن الحراك السياسي والاجتماعي في المناطق العربية ويمكن تلخيصها في نقاط التالية:

- تتمتع الشخصية الساخرة بالجرأة في الطرح المواضيع وقوة الخيال والمنطق، والقدرة على الارتجال.

- يتصف الشخص الساخر الضاحك بالهدوء التام وخفة الروح، ويمتلك روح الدعابة ونوع من القوة والسيطرة.

- يتميز الساخر بقدرته على حسن تصوير الشخصيات ونقدها والعبث بها، ويتبع ذلك على خفة الإشارة ولطف العبارة، وما يحتاجه من ذوق رفيع ومرهف وقدرة على الصياغة الأدبية.¹

- ال سيخر يكرس نشاطه الاتصال في التواصل الاجتماعي، أو قسم كبير منه للتعبيرات الساخرة فهو مرتبط بشأن العام يتابع الأخبار ويقارن ويقرأ ما بين السطور وما خلفها.

- إن السخرية بالنسبة إلى المواطن الساخر هي أداة رئيسية وهي الصيغة الأكثر استخداماً، ورغم كونه يمارس أشكالاً من التعبير إلا أن الأسلوب الساخر يبقى بارزاً أو مميزاً بمواضيعه المختلفة.

- يتميز الساخر بتمرسه وتمكنه من القواعد السياسية للسخرية واعتبارها أسس ينطق منها في الكتابة الساخرة، فالسخرية النقدية ليست خطاباً شعبياً اعتباطياً يمارسه العامة، بل هي فن نقدي واتصالي.²

إن المتتبع لخطاب السخرية في وسائل الإعلام، سواء في أشكاله التقليدية أو الرقمية، يدرك بسهولة أن الشخصية الساخرة ليست شخصية عابرة أو ظرفية، بل هي بنية تواصلية فريدة، تتكون من مزيج من الذكاء النقدي، والوعي الاجتماعي، والقدرة التعبيرية الإبداعية. ويزداد حضور هذه الشخصية بروزاً في البيئات التي تسمح بهامش من الحرية، لا سيما في الفضاءات الرقمية التي واكبت تحولات سياسية واجتماعية كبرى في العالم العربي.

¹ عمر اليباري، ص 27.

² العربي بوعمامة، الصحافة الساخرة في الوطن العربي، منشورات ألفا للوثائق، الجزائر، ط1، 2020، ص 206

أول ما يميز هذه الشخصية هو الجرأة في الطرح، فهي لا تتوانى عن خوض المواضيع الحساسة أو المحظورة، متسلحةً بخيال واسع، ومنطق لاذع، وقدرة عالية على الارتجال. وهذا ما يجعلها قادرة على مقارعة الخطابات السائدة دون الوقوع في فخ المباشرة أو الشعاراتية، بل بأسلوب هجومي ناعم لكنه فعال.

كما أن الشخصية الساخرة تُعرف بامتلاكها روح الدعابة وخفة الظل، دون أن تفقد هيبتها أو رسالتها. فهي تمزج بين الضحك والتأمل، وتستخدم السخرية كأداة للكشف، لا للهروب. فهي ليست شخصية مهرّجة، بل ناقدة، تتقن تحويل المشاهد المألوفة إلى لحظات تعرية فكرية.

وتبرز كذلك قدرتها على تصوير الشخصيات ونقدها من خلال لعبة لغوية دقيقة، لا تعتمد فقط على المباشرة، بل على التلميح والرمز، وهو ما يستدعي ذوقاً أدبياً وصياغة تتسم بالحساسية والجمالية. فالسخرية هنا ليست فقط في المضمون، بل أيضاً في الشكل، في الإشارة لا في العبارة، في التلميح لا في التصريح.

إضافة إلى ذلك، فإن هذه الشخصية تكون عادة مواكبةً للشأن العام، مطلعة على الأحداث، ومتمرسة في قراءة ما بين السطور، وهو ما يمنحها عمقاً تحليلياً يميزها عن الخطاب الشعبي أو العشوائي. فالسخرية بالنسبة لها ليست مجرد موقف، بل منهج تفكير، ووسيلة لفهم الواقع ومقاومته.

واللافت أن هذه الشخصية، خصوصاً في البيئة الرقمية، لا ترى في السخرية مجرد خيار تعبيرى، بل صيغة اتصالية رئيسية. فهي تنسج سرديتها وتنتج تأثيرها من خلال السخرية بوصفها أداة نقدية ووسيلة للتعبير السياسي والاجتماعي، تتجاوز الخطابات التقليدية الجادة أو الرتيبة.

وأخيراً، فالشخصية الساخرة ليست هاوياً عابراً للسخرية، بل فاعل متقن لأصول هذا الخطاب، خاصة في سياق السخرية السياسية، حيث يتطلب الأمر دراية بالرموز والمرجعيات،

وفهماً دقيقاً لكيفية صناعة التناقض الدلالي والتقويض الرمزي. ولهذا فالسخرية الجيدة ليست عملاً مرتجلاً، بل هي إنتاج معرفي واتصالي راقٍ، يتطلب ذكاءً، جرأة، وثقافة.

الخلاصة:

تُعد البرامج السياسية الساخرة ظاهرة إعلامية مؤثرة، إذ تجمع بين الترفيه والنقد، وتقدم خطاباً شعبياً يسلط الضوء على التناقضات السياسية والاجتماعية بأسلوب ساخر جذاب. وتكمن قوتها في استخدام لغة مرنة هجينة تجمع بين الفصحى والعامية، وفي شخصيات ساخرة تمتلك ذكاءً نقدياً وقدرة على التعبير الرمزي والتهكمي، ما يجعلها قادرة على التأثير في الوعي الجمعي، خاصة لدى فئة الشباب.

لكن هذا النوع من الخطاب يثير إشكالات أخلاقية ومهنية، أبرزها غياب الضوابط، والسقوط أحياناً في التهم الشخصي أو المساس بالقيم والمقدسات، خاصة في ظل التنافس الرقمي واللهث وراء الشهرة. ومن هنا، تبرز الحاجة إلى ميثاق أخلاقي خاص بالإعلام الساخر، يضمن احترام كرامة الإنسان، ويحافظ على التوازن بين حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية.

في المجمل، تمثل السخرية السياسية أداة نقدية فعالة، لكنها تتطلب وعياً مهنياً راقياً، حتى تؤدي دورها في كشف الخلل وإنتاج خطاب تنويري يساهم في بناء وعي نقدي لدى الجمهور، لا في ترسيخ التهم المجاني أو الإثارة الفارغة.

الإطار التطبيقي للدراسة

➤ بطاقة التقنية للبرنامج

- اسم البرنامج:

جو شو

- المقدم:

يوسف حسن

- نوع البرنامج:

برنامج كوميدي سياسي ساخر

- اللغة:

العربية

- مدة الحلقة:

45 دقيقة تقريباً

- توقيت العرض:

كل يوم خميس الساعة 22:00 بتوقيت مكة المكرمة

- الوصف:

"جو شو" برنامج ساخر يتناول أبرز الأحداث السياسية والاجتماعية في العالم العربي بأسلوب فكاهي ناقد. يعتمد على التحليل الساخر والنقد اللاذع للخطابات الإعلامية والسياسية، ويجمع بين الفقرات الكوميدية والعرض الجذاب للمحتوى.

- القناة المنتجة:

التلفزيون العربي

- الشعار:

"لأن الضحك هو الحل الوحيد وسط الأزمات"

- فقرات البرنامج:

1. افتتاحية: تحليل لأبرز الأخبار بطريقة فكاهية.
2. فقرة فيديو هات ساخرة: عرض مقاطع ملفتة من الإعلام العربي والعالمي.
3. فقرة التمثيل الساخر: محاكاة ساخرة لشخصيات أو مواقف سياسية.
4. الخاتمة: رسالة اجتماعية أو فكاهية تلخص الحلقة.

- الجمهور المستهدف:

الشباب العربي المهتم بالقضايا السياسية والاجتماعية، ومحبو البرامج الكوميدية.

- الموسيقى التصويرية:

نغمة إيقاعية مرحة تناسب طبيعة البرنامج.

موسيقى انتقالية فكاهية بين الفقرات.

- الإضاءة:

إضاءة مشرقة مع تأثيرات ديناميكية تبرز جو المرح.

- أهداف البرنامج:

1. تسليط الضوء على القضايا الاجتماعية والسياسية بطريقة فكاهية تجذب الجمهور.
2. نقد الإعلام والخطاب السياسي بأسلوب ساخر وغير تقليدي.
3. تقديم مساحة للترفيه والفكاهة بعيداً عن الرتابة والجدية المفرطة.

فريق العمل:

- الإعداد:

فريق متخصص في كتابة النصوص الساخرة وتجميع المواد الإعلامية.

- الإخراج:

إخراج إبداعي يركز على التفاصيل الفنية والمزج بين الكوميديا والبساطة.

- التصوير والإنتاج:

استخدام أحدث تقنيات التصوير لإبراز الطابع الحديث للبرنامج.

- التفاعل الرقمي:

فريق لإدارة تفاعل الجمهور على منصات التواصل الاجتماعي.

- هاشتاغ البرنامج:

#جو-شو

➤ التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون:

أ- فئات الشكل (كيف قيل):

1- فئة الشكل الفني للبرنامج

النسبة	التكرار	الشكل الفني للبرنامج
46%	12	المونتاج الساخر (قطع سريع، مشاهد أرشيفية)
27%	7	الإضاءة والخلفيات الرمزية (ألوان، شعارات)
27%	7	استخدام المؤثرات الصوتية والموسيقى الساخرة
100%	26	المجموع

القراءة الكمية لفئة الشكل الفني للبرنامج:

بلغ عدد التكرارات المرتبطة بفئة "الأسلوب الإخراجي" في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو" 26 تكراراً، وتوزعت على ثلاثة عناصر تقنية أساسية تُوظف لدعم الرسالة الساخرة للبرنامج. جاء المونتاج الساخر (قطع سريع، مشاهد أرشيفية) في المرتبة الأولى بـ 12 تكراراً (46%)، مما يدل على اعتماده كمحور أساسي لبناء الإيقاع الساخر وتعزيز المفارقة بين الصورة والصوت. ويُستخدم هذا الأسلوب لخلق تلاعب زمني وسردي يُضحك المشاهد ويكشف التناقضات في الخطاب السياسي والإعلامي.

أما الإضاءة والخلفيات الرمزية (من خلال الألوان أو الشعارات) واستخدام المؤثرات الصوتية والموسيقى الساخرة فقد ظهرا بتكرار متساوٍ بلغ 7 مرات لكل منهما (27%)، مما يعكس توظيفاً بصرياً وسمعيّاً متوازناً يخدم السخرية ويوجّه إدراك المشاهد نحو المعاني الضمنية، سواء عن طريق تكثيف الرمزية في المشهد أو تضخيم الحدث صوتياً لزيادة التأثير الكوميدي والنقدي.

القراءة الكيفية لفئة الشكل الفني للبرنامج:

تحليلياً، يُعد الشكل الفني في "جو شو" أحد أكثر مكونات البرنامج نضجاً وتكاملاً، حيث يُترجم المضمون الساخر إلى تجربة بصرية متكاملة تُحاكي في جودتها أبرز برامج السخرية السياسية العالمية، مع خصوصية ثقافية عربية واضحة. ويبرز هذا الشكل الفني في قدرته على تحقيق التوازن بين المتعة البصرية والرسالة النقدية، مما يجعل البرنامج وسيلة ثقافية وترفيهية في آنٍ واحد.

في الحلقات 33-44 من الموسم التاسع، يلحظ المتابع تطوراً واضحاً في استخدام الإخراج التلفزيوني التقليدي بشكل مدمج مع أدوات معاصرة في الكوميديا البصرية، مثل تقسيم الشاشة لعقد مقارنات مباشرة وساخرة، أو استخدام الانتقالات المونتاجية السريعة التي تضفي على الخطاب طابعاً إيقاعياً يعكس سرعة التحولات السياسية نفسها.

كما تُوظف الخلفيات الجرافيكية الديناميكية بطريقة تكميلية للخطاب، لا مجرد زينة. فمثلاً، عندما يناقش البرنامج حملة إعلامية ما، لا يكتفي بتقديم لقطات أرشيفية، بل يُدمجها مع مؤثرات بصرية مثل تحطيم الشعار أو تلوينه بشكل ساخر، ما يُساهم في تقويض رسالته الأصلية. هذا الاستخدام الساخر للجرافيك لا يخدم فقط التهم، بل يعمل كأداة تحليل بصري تُبرز الخلل أو التناقض في المادة الأصلية.

من جهة أخرى، يُوظف "جو شو" أساليب تصوير مسرحية وسينمائية: التصوير القريب عند لحظات السخرية أو الانفعال، التقطيع البصري بين اللقطات لتوليد المفارقة، والإضاءة المسرحية التي تُستخدم لتأطير المشهد الكوميدي أو الانتقادي. هذه الخيارات التقنية ليست عشوائية، بل تعكس وعياً بصرياً يخدم الخطاب الإعلامي البديل الذي يتبناه البرنامج.

ولا يقل حضور الرسوم البيانية والبيانات المصوّرة أهمية عن باقي العناصر، إذ تُدرج بشكل تفاعلي لا تقريرى. فبدلاً من تقديم أرقام جامدة، تُعرض الإحصاءات ضمن قالب ساخر - مثل مقارنات بين وعود رسمية ونتائج واقعية - ما يُضفي عليها بعداً نقدياً حيوياً وسهل الفهم، خاصةً للجمهور العريض غير المتخصص.

هذا التنوع الشكلي يمنح البرنامج طابعاً ديناميكياً جذاباً، يجعل منه أكثر من مجرد منبر للسخرية، بل منصة نقد بصري متكاملة تنخرط في تفكيك الخطاب السلطوي من خلال أدواته البصرية ذاتها. وهو ما يُمكن "جوشو" من مخاطبة جمهور متنوع في ذائقتهم ومستوى وعيه، ويُعزّز حضوره كمنتج بصري نقدي، لا يكتفي بالتعليق وإنما يصوغ بدائل جمالية ومعرفية تُعيد تشكيل العلاقة بين المشاهد والإعلام.

2- فئة طبيعة اللغة الساخرة

طبيعة اللغة الساخرة	التكرار	النسبة
اللغة العامية (القريبة من الجمهور)	11	34%
الفصحى الساخرة (خاصة في الفقرات التركيبية)	6	19%
المفارقات اللفظية (كلمات ضد المعنى)	10	31%
اللعب بالأمثال الشعبية أو الاقتباسات	5	16%
المجموع	32	100%

القراءة الكمية لفئة طبيعة اللغة الساخرة:

في فئة "الأسلوب اللغوي"، سجّل البرنامج خلال الحلقات 33 إلى 44 ما مجموعه 32 تكراراً لأنماط لغوية متنوعة وظّفها المقدم لإضفاء الطابع الساخر وتعزيز التواصل مع الجمهور. تصدرت اللغة العامية القريبة من الجمهور القائمة بـ 11 تكراراً (34%)، ما يعكس حرص البرنامج على استخدام لغة يومية مألوفة تخلق تقارباً مباشراً مع المتلقي وتضفي طابعاً شعبياً على الخطاب النقدي.

تلتها المفارقات اللفظية، مثل استخدام كلمات تحمل عكس معناها الحقيقي، بـ 10 تكرارات (31%)، وهي أداة لغوية فعالة في إبراز التناقضات السياسية والاجتماعية بطريقة ساخرة تُثير

التفكير والضحك في آن واحد. أما الفصحى الساخرة، وخاصة في الفقرات ذات البنية التركيبية العالية، فقد وردت 6 مرات (19%)، ما يشير إلى استخدامها المقصود لإضفاء طابع جدّي متهمّ يضحّم المفارقة بين الشكل والمضمون.

وأخيراً، ظهر اللعب بالأمثال الشعبية أو الاقتباسات في 5 حالات (16%)، وهو عنصر يُستخدم لإعادة تأطير الحكم والمقولات المأثورة في سياقات معاصرة ساخرة، تكشف عن سخافة الواقع أو انكشاف الخطاب الرسمي.

القراءة الكيفية لفئة طبيعة اللغة الساخرة:

تعد اللغة في برنامج "جو شو" من أبرز الأدوات التي يعتمد عليها البرنامج في بناء خطابه الساخر، إذ لا تُستخدم بوصفها وسيلة تواصل فقط، بل تتحوّل إلى أداة تحليل وتفكيك للخطاب الرسمي. ويظهر البرنامج براعة واضحة في التنقل بين مستويات لغوية متعددة، من الفصحى إلى العامية، مروراً باللهجات الإقليمية مثل المصرية والشامية والخليجية، بهدف محاكاة أنماط خطاب الإعلاميين والمسؤولين في العالم العربي، وفضح تناقضاته عبر مفارقات لغوية ذكية ومدروسة.

يلجأ البرنامج بكثافة إلى استخدام العامية، خصوصاً العامية المصرية، عند معالجة القضايا المرتبطة بالشأن المصري. وتوظف العامية هنا لتقريب الخطاب من الجمهور، وإضفاء طابع شعبي ساخر يُسهم في تقويض السلطة الرمزية للغة الرسمية. من خلال تقليد أسلوب كلام الإعلاميين أو السياسيين، تتحول اللغة العامية إلى أداة لكشف التناقضات، وتُستخدم لإبراز السذاجة أو الازدواجية في بعض التصريحات الرسمية، مما يجعل الجمهور يشعر بالقرب من المحتوى ويعزز التفاعل معه.

في المقابل، يُلاحظ أن البرنامج يوظف اللغة الفصحى بأسلوب تهكمي، وخصوصاً عند محاكاة البيانات الرسمية أو النشرات الإخبارية. هذا التوظيف يتم غالباً بأسلوب لغوي متقعر ومبالغ فيه، ما يخلق مفارقة بين نفخامة اللغة وضعف الرسالة التي تحملها. إذ يبدو الخطاب الرسمي، عند إعادة تقديمه بهذه الطريقة، خالياً من المضمون أو منسلخاً عن الواقع، مما يُسهم في تعريضه وتعزيز السخرية منه بطريقة غير مباشرة.

إضافة إلى ذلك، يتقن البرنامج فن اللعب بالألفاظ وتوليد المفارقات اللغوية. كثيراً ما يُعاد تركيب الشعارات السياسية، أو تُستخدم التورية والسخرية اللغوية لتقويض الرسالة الأصلية وإعادة إنتاجها في سياق نقدي. هذه التلاعبات اللفظية تُستخدم للكشف عن النفاق السياسي، أو لتبسيط مفاهيم معقدة وإعادة تقديمها في قالب ساخر يجعلها أكثر قابلية للفهم والتحليل الجماهيري. ومن الأمثلة اللافتة، السخرية من بعض المسميات الرسمية أو التناقض بين الكلمات والمشاهد المصاحبة لها، مما يخلق ازدواجية تفكك المعنى الأصلي وتُستبدله برسالة ساخرة وناقدة.

كما يبرز تفاعل اللغة مع الصورة في العديد من الحلقات، إذ يعتمد البرنامج إقران لقطات فيديو حقيقية بتعليق ساخر أو تسمية مفارقة تُغيّر دلالة المشهد تماماً. هذه الإستراتيجية تُسهم في خلق مستوى إضافي من السخرية، حيث تصبح اللغة قادرة على تقويض دلالة الصورة الرسمية وتقديم تفسير بديل لها يبرز التناقض أو العبث.

وفي بُعد أعمق، يمكن النظر إلى اللغة في "جو شو" كوسيلة مقاومة ثقافية. فالبرنامج لا يكتفي فقط بتقليد لغة السلطة، بل يُعيد تملكها وتفكيكها وإعادة صياغتها في إطار شعبي وساخر. وبهذا، تتحوّل اللغة من أداة للهيمنة إلى أداة للفضح والتحرر، حيث يتم سحب الرمزية من الخطاب الرسمي عبر تحويله إلى مادة تهكم، وإعادة تقديمه في شكل يُتيح للجمهور تحليله ومساءلته. بالمجمل، ينجح البرنامج في استخدام اللغة ليس فقط كبنية شكلية، بل كأداة معرفية وتحليلية تفتح المجال أمام المتلقي لتفكيك الخطابات الإعلامية والسياسية، والتفكير النقدي في الرسائل التي يتلقاها يومياً. فاللغة في هذا السياق لا تكتفي بنقل المعنى، بل تصنعه وتعيد إنتاجه بطريقة ساخرة تُقاوم الخطاب المهيمن وتمنح الجمهور فرصة لفهم الواقع من منظور بديل.

3- فئة الأسلوب التمثيلي

الأسلوب التمثيلي	التكرار	النسبة
تقليد الشخصيات (وزراء، رؤساء، إعلاميون)	9	36%
استخدام الأقنعة أو الملابس الرمزية	4	16%
التعبيرات الجسدية والوجهية المبالغ فيها	7	28%
التنقل بين شخصيات خيالية (أبو فلان، الكائن)	5	20%
المجموع	25	100%

القراءة الكمية لفئة الأسلوب التمثيلي:

بلغ مجموع التكرارات لفئة "الأسلوب التمثيلي" في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو" 25 تكراراً، تنوعت بين أساليب الأداء التمثيلي التي يستخدمها المقدم لتجسيد شخصيات أو مواقف تعكس السخرية السياسية والاجتماعية. تصدر تقليد الشخصيات الحقيقية، مثل الوزراء والرؤساء والإعلاميين، المشهد بـ 9 تكرارات (36%)، ما يبرز تركيز البرنامج على محاكاة شخصيات معروفة لإبراز تناقضاتها وكشف مفارقات خطابها الرسمي بطريقة ساخرة مباشرة.

كما برز استخدام التعبيرات الجسدية والوجهية المبالغ فيها بـ 7 تكرارات (28%)، وهو ما يعكس توظيف الأداء الجسدي كأداة تعبيرية تعزز البعد الكوميدي وتسخر من المواقف أو التصريحات الرسمية من خلال التهويل والتجسيد المفرط. وظهر التنقل بين شخصيات خيالية مثل "أبو فلان" و"الكائن" في 5 مناسبات (20%)، ما يشير إلى استخدام البرنامج لشخصيات رمزية متخيلة تمثل تيارات أو أنماط تفكير لتأطير النقد بطريقة غير مباشرة وأكثر اتساعاً.

أما استخدام الأقنعة أو الملابس الرمزية فقد ورد في 4 مرات (16%)، وهو عنصر بصري تمثيلي يعزز المعنى الرمزي ويضفي بعداً إضافياً على التهم من خلال الصورة والأداء معاً.

القراءة الكيفية لفئة الأسلوب التمثيلي:

يُعد حضور الشخصيات أحد أبرز أعمدة البناء الساخر والنقدي في برنامج "جو شو"، حيث لا تُستحضر هذه الشخصيات من باب الترفيه فقط، بل تُوظف كأدوات تحليلية تهدف إلى تفكيك السلطة السياسية والإعلامية. الشخصيات السياسية الحقيقية تُقدّم في سياقات تهكمية، غالباً باستخدام أرشيف بصري أو محاكاة ساخرة، بما يكشف التناقض بين تصريحاتها العلنية وممارساتها الواقعية. يتم تفرغ هذه الشخصيات من قوتها الرمزية من خلال تقنيات الإضحاك والمبالغة، ما يُعيد صياغة العلاقة بينها وبين الجمهور، ويحوّلها من مواقع الهيبة إلى مواضع السخرية.

أما الشخصيات الإعلامية، فتحظى بحضور بارز داخل البرنامج، لا سيما أولئك الذين يدّعون الموضوعية بينما يخدمون أجندات سلطوية. يُقدّم هؤلاء الإعلاميون بوصفهم واجهات خطاب زائف، وتُسلط السخرية على طريقة أدائهم المعلّبة، وتناقض خطابهم مع الواقع. يُعاد تقديم أحد المذيعين وهو يبرر القمع تحت غطاء المهنية، مع إبراز الفرق بين نبرة الصوت

المنضبطة ومحتوى الرسالة المتواطئة، ما يفضح آليات تطويع الإعلام لتسويق العنف الرمزي والمادي.

إلى جانب ذلك، يبتكر البرنامج شخصيات ساخرة تمثل أنماطاً متكررة من الخطاب السياسي أو الإعلامي، دون أن تكون قائمة على شخصيات واقعية بعينها. هذه الشخصيات تؤدي غالباً بطريقة كاريكاتورية، وتُصاغ بعناية لتسليط الضوء على خلل في نمط معين من التفكير أو التعبير. يظهر مثلاً "المحلل الغامض" الذي يستخدم مفردات معقدة لإخفاء جهله، مما يُسخر من ظاهرة "محلي الفضاءات الإعلامية" الذين يُضفون على أنفسهم هالة علمية وهمية. وفي مشهد آخر، يجسد يوسف "اليوتيوبر الموالى" الذي يتبنى خطاباً سلطوياً بلغة شبابية، ما يعكس اختراق السلطة للمنصات الجديدة وتطويعها لأغراضها.

ولا يغيب الجمهور التمثيلي عن هذا البناء، إذ يُعاد تقديم "المواطن" في مواقف افتراضية تهكمية تعكس وعي الشارع أو رد فعله الحائر. هذا الحضور المتخيل لا يُستخدم فقط لإثارة الضحك، بل يُضفي على الخطاب النقدي طابعاً جماعياً، ويُشرك المتلقي في المسألة والسخرية. يظهر مشهد تمثيلي لضابط يتحدث عن حرية التعبير بينما يمارس القمع، مع إقام تفاعلات "الجمهور" المندهِش، ما يبرز التناقض بين الخطاب والممارسة، ويُرسخ شعوراً بلا جدوى من الخطاب الرسمي.

في المجمل، يُشكّل حضور الشخصيات في "جو شو" آلية تعبيرية معقدة تُعيد إنتاج السلطة بصورة هزلية ناقدة، وتُحوّل المشهد السياسي والإعلامي إلى مادة للتفكيك وإعادة التشكيل. إنها ليست مجرد تمثيلات عابرة، بل أدوات رمزية تُحرّك الوعي النقدي لدى الجمهور، وتُحوّل المشاهدة إلى عملية تشاركية تُحرّض على التفكير والضحك في آن معاً.

ب- فئات المضمون (ماذا قيل):

4- فئة القيم

القيم	التكرار	النسبة
سياسية	24	44%
ثقافية	11	20%
اجتماعية	10	18%
أخلاقية	10	18%
المجموع	55	100%

القراءة الكمية لفئة القيم:

بلغ إجمالي ظهور فئة "القيم" في الحلقات 33 إلى 44 من برنامج "جو شو" عددًا قدره 55 تكرارًا. وقد احتلت القيم السياسية المرتبة الأولى من حيث التكرار، بواقع 24 تكرارًا، أي بنسبة 44% من مجموع التكرارات. تلتها القيم الثقافية بـ 11 تكرارًا (20%)، ثم كل من القيم الاجتماعية والقيم الأخلاقية بـ 10 تكرارات لكل منهما (18% لكل فئة).

هذا التوزيع يظهر تفوقًا نسبيًا للقيم السياسية، مقابل حضور متقارب لبقية الأنواع، مع ملاحظة أن القيم الاجتماعية والأخلاقية ظهرت بنفس الدرجة تقريبًا، ما يعكس توازنًا في استدعاء القضايا ذات الطابع المجتمعي والأخلاقي، ولكن بأولوية واضحة للبعد السياسي في الخطاب الساخر للبرنامج.

القراءة الكيفية لفئة القيم:

يتضح من التحليل الكيفي أن برنامج "جو شو" يوظف فئة "القيم" بوصفها أداة مركزية في بناء خطابه الساخر، ليس باعتبارها شعارات أخلاقية جاهزة، بل باعتبارها آلية نقدية فعّالة لتفكيك الخطابات السياسية والإعلامية السائدة. تُستخدم القيم السياسية في البرنامج لإظهار الفجوة بين المعلن والممارس، عبر تسليط الضوء على التناقض بين شعارات مثل "الحرية" أو "السيادة" من جهة، وبين ممارسات قمعية وتبعية للسلطة

من جهة أخرى. يُبرز البرنامج هذه المفارقة من خلال التّهم على الخطاب الرسمي أو محاكاته بأسلوب ساخر.

أما القيم الثقافية، فتظهر غالباً في سياقات تكشف تسييس الثقافة أو توظيف الخطاب الديني والفني لخدمة أنظمة الحكم. يتم ذلك من خلال تفكيك رموز ثقافية أو شعارات فكرية يُعاد توظيفها بأسلوب تهكمي يظهر سطحيّتها أو زيفها في السياق السياسي القائم.

وتُستدعى القيم الأخلاقية والاجتماعية في البرنامج لتعرية الانقسام الأخلاقي في الخطاب العام، وللكشف عن هشاشة البنية الاجتماعية في ظل التضليل الإعلامي والانقسام المجتمعي. يُظهر البرنامج كيف تُستعمل القيم كغطاء لتبرير الممارسات القمعية، أو كيف يتم تجاوزها باسم الوطنية أو الاستقرار.

ويُلاحظ أن استحضار القيم يتم ضمن بنية خطابية قائمة على السخرية والمفارقة، حيث تُعرض مقاطع تجذّ المبادئ العليا، يتبعها عرض تناقضي لممارسات تُقوّض هذه المبادئ، ما يخلق صدمة بلاغية تُفضي إلى وعي نقدي لدى المتلقي. كما يُوظف التناص مع شعارات ثورية أو دينية لإبراز تحوّلها إلى أدوات دعائية أو مفرغة من مضمونها.

وبذلك، تؤدي فئة "القيم" في "جو شو" وظيفة جوهرية تتجاوز التزيين الخطابية إلى دور تحليلي ومقاوم. إنها أداة بلاغية واستراتيجية رمزية لإعادة تأطير المعنى وتفكيك الخطابات السلطوية، في سياق يوازن بين الفكاهة والنقد، ويحوّل القيم إلى أدوات للمساءلة لا للتلقين.

5- فئة الجمهور المستهدف

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة
الشباب العربي الواعي سياسياً	50	35%
المعارضون/المتضررون	36	25%
المثقفون والإعلاميون	20	14%
روّاد السوشيال ميديا	37	26%
المجموع	143	100%

القراءة الكمية لفئة الجمهور المستهدف:

بلغ إجمالي مرات استهداف فئة "الجمهور" في الحلقات 33 إلى 44 من برنامج "جو شو" 143 مرة، موزعة على أربع شرائح رئيسية. تصدر فئة الشباب العربي الواعي سياسياً قائمة الجمهور المستهدف، بواقع 50 تكراراً، ما يمثل النسبة الأكبر ضمن هذه الفئة. ويليهما مباشرة جمهور رواد السوشيال ميديا بعدد تكرارات بلغ 37، ما يضعهم في موقع متقدم من حيث التركيز الجماهيري، متجاوزين فئة المعارضين أو المتضررين بفارق طفيف.

جمهور المعارضين أو المتضررين جاء في المرتبة الثالثة بعدد تكرارات بلغ 36، ما يشير إلى حضور واضح لكن ليس بالضرورة مهيمناً. أما الفئة الأقل استهدافاً فكانت المثقفين والإعلاميين، حيث ظهر التوجه نحوهم 20 مرة فقط، بنسبة تمثل الحد الأدنى بين الفئات الأربع.

ظهر هذا التوزيع أن الخطاب الموجه في البرنامج يركز بدرجة أولى على فئة الشباب العربي المنخرط سياسياً، وبلي ذلك الحضور الرقمي عبر السوشيال ميديا، مع اهتمام ملحوظ بالمتضررين من السياسات، واهتمام أقل نسبياً بالنخب الثقافية والإعلامية.

القراءة الكيفية لفئة الجمهور المستهدف:

يكشف التحليل الكيفي لبنية برنامج "جو شو" عن وعي عميق بطبيعة جمهوره، بما يتجاوز فكرة "العموم" أو التوجه إلى جمهور متلقٍ سلبي، إلى تصور أكثر تعقيداً يرى في الجمهور شريكاً فعلياً في إنتاج الخطاب وفهم دلالاته. فالجمهور المستهدف ليس مجرد متلقٍ تقليدي، بل يفترض فيه قدر من الوعي السياسي، والانخراط في الشأن العام، والمواكبة للخطاب الرقمي بكل ما يحمله من رموز، تلميحات، وتفاعلات. هذا التصور يفرض على البرنامج أن يخاطب المتلقي لا بوصفه مستهلكاً، بل بوصفه فاعلاً متفاعلاً، قادراً على التقاط المفارقات وفهم الإشارات الساخرة التي تتطلب وعياً سياقياً وثقافياً مرّباً.

يتظاهر هذا الوعي في طبيعة الخطاب الذي يبنه البرنامج، فالقضايا التي يتناولها—من قمع سياسي وفساد إداري، إلى ابتذال الإعلام وتزييف الخطاب الرسمي—ليست قضايا نخبوية أو تجريدية، بل مرتبطة مباشرة بتجربة المتلقي اليومية. ولذا، يحرص "جو شو" على تقديمها ضمن

أسلوب لغوي هجين، يجمع بين الفصحى والعامية، بين المفردات الساخرة والمصطلحات الرائجة رقيقاً، مما يمنح الخطاب طابعاً شعبياً دون أن يفرض في عمقه النقدي. هذه "اللغة الثالثة" التي ينتجها البرنامج تُسهم في بناء علاقة وجدانية ومعرفية مع المتلقي، تجعل منه لا مجرد مستمع، بل مرآة ضمن الخطاب ذاته.

ويُظهر البرنامج وعياً متقدماً بخطورة الوقوع في فخ الخطاب النخبوي المنعزل، لذا يتبنى ما يمكن وصفه بـ "الوصولية الذكية": إيصال رسائل معقدة بلغة بسيطة دون أن تفقد تلك الرسائل حدتها أو دلالتها السياسية. كما يعمل على تعزيز "الهوية الساخرة المشتركة" مع جمهوره، من خلال تضمين تعليقات الجمهور المتداولة عبر وسائل التواصل، واستعادة ردود أفعالهم حيال قضايا معينة، أو حتى تكرار تعبيراتهم الساخرة بوصفها جزءاً من بنية البرنامج. هذا الاستخدام لا يُسهم فقط في كسر الحاجز بين المتحدث والجمهور، بل يُعيد إنتاج المتلقي داخل الخطاب بوصفه منتجاً للمعنى، لا مجرد متلقٍ له.

ويتخذ هذا التوجه بُعداً أعمق حين يتحول الجمهور إلى مرجعية ضمن السرد نفسه: تُروى معاناته، يُستعاد شعوره بالخذلان أو الغضب، وتُستثمر تجربته كجزء من المحتوى. هنا يصبح "جو شو" مساحةً رمزية للتعبير الجماعي، تتجاوز الإضحاك إلى أداء وظيفتين: أولاً، خلق تضامن وجداني يخفف من وطأة العبث السياسي من خلال التشارك في السخرية منه؛ وثانياً، دفع المتلقي إلى إعادة تأويل الواقع السياسي، لا من موقع المتفرج، بل بوصفه طرفاً يمتلك أدوات الفهم والمساءلة.

إنَّ مركزية الجمهور في "جو شو" لا تقتصر على تحديد من يُخاطب، بل تمتد لتشكيل بنية الخطاب ذاته، الذي يُصاغ انطلاقاً من وعي مسبق بخصائص الجمهور النفسية والمعرفية. ومن هنا، تنبع فريدة البرنامج في كونه لا يقدم مادة نقدية فحسب، بل يوفر أيضاً نموذجاً لخطاب تشاركي، يحترم ذكاء المتلقي، ويشركه في عملية مقاومة رمزية جماعية ضد التزييف السياسي والإعلامي. وبهذا المعنى، فإن فئة "الجمهور المستهدف" في تحليل البرنامج لا تعني فقط تحديد جمهور متلقٍ، بل تشير إلى قلب العلاقة الكلاسيكية بين الإعلامي والمتلقي، وبناء فضاء تواصلٍ أكثر أفقية، يُمكن الجمهور من إعادة تشكيل وعيه الجمعي تجاه السلطة، الخطاب، والواقع ذاته.

6- فئة اتجاه البرنامج

النسبة	التكرار	اتجاه البرنامج
33%	37	اتجاه معارض للنظام.
22%	25	اتجاه ناقد للجميع (سلطة ومعارضة).
16%	18	اتجاه تعبوي يحث الجمهور على الوعي السياسي.
29%	33	اتجاه ساخر من تناقض الخطاب الرسمي
100%	113	المجموع

القراءة الكمية لفئة اتجاه البرنامج:

بلغ إجمالي ظهور فئة "اتجاه البرنامج" في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو" عددًا قدره 113 مرة. احتل الاتجاه المعارض للنظام المرتبة الأولى من حيث التكرار، حيث ظهر 37 مرة، ما يجعله التوجه الأبرز في مضمون البرنامج. في المرتبة الثانية جاء الاتجاه الساخر من تناقض الخطاب الرسمي بعدد تكرارات بلغ 33، وهو ما يمثل حضوراً قوياً أيضاً، يبرز اعتماد البرنامج على السخرية كأداة لفضح المفارقات في التصريحات والسياسات الرسمية.

أما الاتجاه الناقد للجميع، سواء للسلطة أو للمعارضة، فقد ظهر 25 مرة، ما يشير إلى توجه نقدي متوازن إلى حد ما، لا يقتصر على جهة واحدة. بينما حلّ الاتجاه التعبوي الذي يهدف إلى تحفيز الجمهور على الوعي والانخراط السياسي في المرتبة الأخيرة، بعدد تكرارات بلغ 18 فقط، ما يعكس طابعاً تعبوياً محدوداً نسبياً مقارنة بالأنماط الأخرى.

يظهر هذا التوزيع أن البرنامج يتوضع بالدرجة الأولى في موقع المعارضة المباشرة للنظام، مع اعتماد مكثف على السخرية من الخطاب الرسمي، ويوازن أحياناً بنقد أطراف متعددة، فيما يتراجع الحضور التعبوي التوعوي أمام الخطاب النقدي الساخر والمباشر.

القراءة الكيفية لفئة اتجاه البرنامج المستخدمة:

على الصعيد الكيفي، يُظهر برنامج "جو شو" توجهاً نقدياً بنوياً راسخاً، يقوم على تفكيك الخطابات الرسمية ومساءلة السرديات التي تنتجها السلطة السياسية والإعلامية في السياق العربي.

ولا يكتفي البرنامج بإبداء مواقف احتجاجية أو تمرير رسائل تهكمية سطحية، بل يعتمد على استراتيجية خطابية تقوم على إعادة تشكيل المحتوى السياسي عبر عدسة ساخرة تتسم بالوعي والقصد. وتتجلى هذه المقاربة في اعتماد السخرية ليس فقط كأداة لإثارة الضحك أو الترفيه، بل كوسيلة لكشف البنية الداخلية للخطاب السلطوي، وتعريته من ادعاءاته الأخلاقية والسياسية.

ويتوضع "جو شو" داخل ما يمكن تسميته بـ"الإعلام المقاوم" أو "الإعلام البديل"، من حيث كونه لا يعيد إنتاج الأخبار أو الوقائع كما ترد في الوسائل التقليدية، بل يعمل على تأطيرها مجدداً داخل سياق نقدي، يبرز التناقضات، ويفكك آليات التلاعب الرمزي، ويعيد مساءلة ما يُطرح كحقائق منتهية. فالسخرية هنا ليست نهاية الخطاب بل بدايته: أداة تحفيز للتفكير النقدي، ومنصة لإعادة تأويل الواقع، بما يتجاوز الخطاب الأحادي الذي تفرضه المؤسسات الرسمية.

ويلاحظ أن البرنامج يخاز بوضوح إلى منظومة قيمية تُتأسس على مبادئ الحرية، والعدالة، والمساءلة، وهي قيم لا تُطرح بوصفها شعارات مثالية أو طوباوية، بل تُستحضر في سياقات تُظهر كيف يجري التلاعب بها في الخطاب الرسمي، وتُستخدم لتبرير ممارسات قمعية أو سياسات تمييزية. ويتجلى هذا التوجه في المفارقات اللاذعة التي يعرضها البرنامج، إذ تواجه التصريحات الرسمية—التي غالباً ما تُجمل الواقع وتروج لإنجازات وهمية—بمُشاهد أو حقائق ميدانية تناقضها تماماً، مما يخلق فجوة بلاغية تُسهم في تفكيك مصداقية الخطاب السلطوي، وتعزيز حس الريبة النقدية لدى الجمهور.

كما أن هذا التوجه النقدي لا يظهر باعتباره رد فعل ظرفي أو مزاجاً مرحلياً، بل يتسم بالثبات البنوي عبر حلقات البرنامج، حيث يُعاد تدوير القضايا ضمن إطار تحليلي ساخر ينزع إلى تفكيك المنظومة لا فقط عبر محتواها، بل من خلال بنيتها الخطابية. ومع ذلك، فإن البرنامج يظهر مرونة استراتيجية في كيفية التعبير عن هذا التوجه؛ إذ تتغير حدّة السخرية أو تنوع أدواتها تبعاً لطبيعة الموضوع والسياق السياسي، ما يضيف على الخطاب طابعاً دينامياً دون أن يُخلّ بجوهره الفكري أو رسالته النقدية.

في ضوء ذلك، يمكن القول إن "جو شو" لا يُمارس نقداً سياسياً مباشراً فحسب، بل يُنتج خطاباً بديلاً يناهض هيمنة الإعلام الرسمي من داخل حقل الرموز والمعاني، مستنداً إلى

السخرية بوصفها شكلاً من أشكال المقاومة الرمزية. وهو بذلك يوسّع من مفهوم الإعلام بوصفه مجرد وسيط ناقل للمعلومة، ليجعله أداة تفكيك ثقافي وإعادة بناء للوعي الجمعي، متحرراً من الإكراهات التي تفرضها السلطات الخطائية التقليدية.

7- فئة أسلوب عرض المحتوى

النسبة	التكرار	أسلوب عرض المحتوى
15%	12	مونولوج من المقدم.
54%	44	استحضار مقاطع فيديو للتعليق عليها.
15%	12	شخصيات وهمية يؤديها المقدم نفسه.
16%	13	عدم وجود حوار مباشر مع ضيوف.
100%	81	المجموع

القراءة الكمية لفئة أسلوب عرض المحتوى:

بلغ إجمالي تكرار أنماط "أسلوب عرض المحتوى" في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو" عدداً قدره 81 مرة، موزعة على أربعة أساليب رئيسية. تصدر استحضار مقاطع الفيديو للتعليق عليها جميع الأساليب، بعدد تكرارات بلغ 44، ما يشير إلى اعتماده كأداة رئيسية في تقديم المحتوى، سواء للتفكيك أو السخرية أو النقد المباشر.

جاء أسلوب عدم وجود حوار مباشر مع ضيوف في المرتبة الثانية بـ 13 تكراراً، مما يؤكد الطبيعة الفردية للعرض ومركزية مقدم البرنامج في بناء الخطاب. بالتساوي تقريباً، تكرر كل من المونولوج الذي يقدمه المقدم واستخدام الشخصيات الوهمية التي يؤديها بنفسه 12 مرة لكل منهما، ما يعكس تنوعاً في الأساليب بين الطرح المباشر والأسلوب التمثيلي الساخر، دون أن يطغى أحدهما على الآخر.

يشير هذا التوزيع إلى اعتماد البرنامج على المزج بين المواد المرئية الخارجية (خاصة مقاطع الفيديو) والتقديم التمثيلي أو الفردي، مع غياب شبه تام للحوار المباشر مع ضيوف، ما يعزز أسلوب العرض الأحادي القائم على الكاريزما والسخرية الموجهة.

القراءة الكيفية لفئة أسلوب عرض المحتوى:

يُظهر برنامج "جو شو" وعياً أسلوبياً متقدماً يُسخّر بنية التعبير ووسائل العرض لخدمة رسالته النقدية، حيث لا يُنظر إلى الشكل كقالب جمالي أو عنصر ترفيهي، بل كجزء جوهري من البنية الخطائية ذات الوظيفة السياسية الواضحة. ويعتمد البرنامج في هذا الإطار على مزيج متقن من التقنيات التعبيرية المتنوعة، التي تشمل السرد التقريري المباشر، والمحاكاة الساخرة (Parody)، والإيهام بالتمثيل (Pastiche)، والعرض البصري المكثف، ما يضيف على الخطاب طابعاً متداخلاً بين الإخباري والفني والتهكمي.

وتجلى هذه المهارة الأسلوبية في توظيف البرنامج لوسائل متعددة داخل الحلقة الواحدة، مثل المقاطع الأرشيفية، والمداخلات التمثيلية القصيرة، والمؤثرات البصرية الجرافيكية، التي لا تُستخدم لأغراض زخرفية بل لإعادة تأطير المضمون داخل سردية ساخرة، تقترح على المتلقي قراءة بديلة لما يُقدّم في الإعلام التقليدي. ويمنح هذا التنوع الأسلوبي العمل طابع "الكولاج التلفزيوني"، حيث تتراكم العناصر المختلفة ضمن إيقاع بصري سريع، يواكب الحس المعاصر للمشاهد الرقمي الذي يتعامل مع خطاب متعدد الطبقات.

ويُسهم التصميم البصري الديناميكي—الذي يتضمن المونتاج المتسارع، والتلاعب بالمقاطع، والانتقالات الحادة بين الفقرات—في خلق خطاب تلفزيوني هجيني يُخاطب الحس البصري والذهني في آن. كما يعتمد البرنامج على الرموز البصرية (مثل الرسوم البيانية، والتعليقات النصية، والرموز التعبيرية)، التي تُستخدم بوصفها أدوات تحليلية ساخرة، تعيد إنتاج المعنى من خلال السخرية، وتُفكك منطق السلطة باستخدام أدواتها ذاتها، ما يُكسب الخطاب بعداً شبه ما بعد حداثي، يُشكك في المرجعيات الرسمية للمعرفة.

إضافة إلى ذلك، يخرط البرنامج فيما يمكن تسميته بـ"الخطاب التفاعلي"، من خلال تضمين محتوى متداول على وسائل التواصل الاجتماعي، أو محاكاة تعليقات الجمهور، أو الإشارة الضمنية لتفاعل المتلقي. وتُعد هذه الاستراتيجية مؤشراً على وعي البرنامج بأهمية "الاستجابة الجماهيرية" كجزء من المعنى، إذ يُصبح المتلقي ليس مجرد متلقٍ، بل طرفاً مشاركاً في توليد الخطاب، وهو ما يعزز من شعور "الملكية الرمزية" لدى الجمهور تجاه الرسالة الإعلامية.

هذا التوظيف الذي والمتنوع للأسلوب لا يهدف فقط إلى جذب الانتباه أو خلق التسلية، بل يعمل كآلية لإعادة بناء المعنى وإنتاج خطاب بديل قادر على مساءلة الواقع. ويجعل هذا من "جو شو" نموذجاً متقدماً في الإعلام الساخر، حيث تُدمج الوسائط وتقنيات التعبير لخدمة مقاربة نقدية تسعى إلى مقاومة خطاب الهيمنة لا عبر المواجهة المباشرة، بل من خلال تفكيك رمزي دقيق يُقدّم بلغة العصر وإيقاعه، ليرسخ بذلك وظيفة الإعلام البديل كأداة تواصل، وتحليل، وتحريض ناعم في آنٍ واحد.

8- فئة الأساليب الإقناعية

الأساليب الإقناعية	التكرار	النسبة
السخرية والمفارقة.	38	30%
التضخيم والتهم.	23	18%
التبسيط لتقريب المفاهيم.	30	24%
الاستشهاد بالأرقام والمصادر.	15	12%
استخدام الرموز والصور الساخرة	20	16%
المجموع	126	100%

القراءة الكمية لفئة الأساليب الإقناعية:

بلغ مجموع الأساليب الإقناعية المستخدمة في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو" عدداً قدره 126 تكراراً، توزعت على خمسة أنماط رئيسية. جاء أسلوب السخرية والمفارقة في الصدارة، بعدد 38 تكراراً، ما يجعله الأداة الإقناعية الأبرز التي يعتمد عليها البرنامج في إيصال الرسائل، وإثارة وعي الجمهور عبر الكشف عن التناقضات.

في المرتبة الثانية، جاء التبسيط لتقريب المفاهيم بـ 30 تكراراً، وهو ما يعكس توجّهاً واضحاً لجعل المواضيع السياسية المعقدة مفهومة للجمهور العام، خاصة الشباب. أما التضخيم والتهم فظهر 23 مرة، ليأتي في المرتبة الثالثة، مشيراً إلى استخدامه كأداة لإبراز العبث أو تضخيم النقاط الضعيفة في الخطاب الرسمي والمعارض على حد سواء.

أسلوب استخدام الرموز والصور الساخرة احتل المرتبة الرابعة بـ20 تكراراً، وهو ما يدل على حضور بصري وخطابي تكميلي في العرض، يدعم الرسائل الساخرة بأساليب غير مباشرة. في المقابل، جاء الاستشهاد بالأرقام والمصادر في المرتبة الأخيرة بعدد 15 تكراراً فقط، ما يشير إلى توظيف محدود للمعطيات الرقمية المباشرة مقارنة بالأساليب البلاغية والتمثيلية.

يكشف هذا التوزيع عن اعتماد البرنامج بشكل أساسي على الأدوات الساخرة واللغوية لإقناع الجمهور، مع دعم نسبي بالتبسيط البيداغوجي، وبحضور محدود للرجعيات الرقمية أو الوثائقية.

القراءة الكيفية لفئة الأساليب الإقناعية:

أما على المستوى الكيفي، فيتجلى الحضور المكثف لآليات الإقناع في الخطاب الساخر لبرنامج "جو شو"، من خلال تنوع استراتيجيات التأثير الخطابي التي تستهدف العقل والعاطفة معاً، ضمن بنية خطابية تسعى إلى تفكيك السرديات الرسمية وإعادة تشكيل الوعي العام. لا يُقدّم الإقناع هنا بوصفه أداة تزويقية أو وسيلة مباشرة لفرض المواقف، بل يُدمج عضوياً داخل العملية التمثيلية الساخرة، التي تشتغل على خلخلة البديهيّات وكسر هيمنة اللغة الرسمية.

من أبرز هذه الآليات، *السخرية المنطقية*، التي تُبنى على تفكيك الحجج الرسمية وكشف تناقضاتها من خلال التقديم المرح والمباغت للوقائع، ما يتيح للبرنامج ممارسة نقد عقلائي يكتسب قوته من المفارقة والدهشة لا من المجابهة المباشرة. وفي هذا السياق، يلجأ البرنامج إلى تقنية *التقابل الحاد بين الأقوال والأفعال*، حيث يعرض شعارات سياسية تُعلي من شأن القيم مثل "الكرامة" أو "الشفافية"، ليقابلها بأمثلة واقعية تُظهر نقيضها تماماً، مما يخلق تأثيراً ساخراً مزدوجاً: إدراك التناقض، وتحوّله إلى مادة للتهكم العام.

كما يوظف البرنامج *الطرح العاطفي (Pathos)* بذكاء، لا سيما عند تناول قضايا تتصل بالمظالم الاجتماعية، أو بالقمع السياسي، حيث يتم استدعاء مشاهد، أو شهادات، أو صور تلامس حسّ الجمهور الإنساني، دون الوقوع في خطاب العاطفة المجردة أو البكائيات، بل ضمن بناء ساخر يزواج بين التأثير والانتباه النقدي. وعلى الجانب العقلائي، يُكثر البرنامج من الاستشهاد بمصادر موثقة، سواء من تقارير صحفية، أو مقاطع إخبارية رسمية، أو وثائق دولية، ما يمنحه

رصيداً من المصدقية يُعزز قدرته الإقناعية، ويُحوّل خطاب السخرية من مجرد تعليق تهكمي إلى منصة لعرض حقائق موثوقة ضمن إطار ساخر.

وتُعد الأسئلة البلاغية إحدى الأدوات التكرارية ضمن الخطاب، حيث تُستخدم لا لطلب إجابة مباشرة، بل لتحفيز المتلقي على الانخراط الذهني، والتشكيك فيما يُعرض عليه من مسلمات. وهذا يُرسي نمطاً من التفكير النقدي غير المباشر، الذي يُنتج الوعي لا من خلال التلقين، بل عبر الإيحاء والإثارة المعرفية. كما يلاحظ توظيف المفارقات الزمنية والتاريخية، من خلال المقارنة بين خطابات سياسية من الماضي والحاضر، أو بين أحداث متشابهة زمنياً ومتناقضة من حيث المعالجة، ما يمنح الخطاب بُعداً تأملياً يعمّق الأثر الإقناعي ويضع الوقائع في سياقها التحليلي الطويل.

إن ما يميز آليات الإقناع في البرنامج هو انسجامها البنوي مع طبيعته الساخرة، إذ لا تأتي منفصلة عن شكل البرنامج أو مضامينه، بل تشكّل جزءاً لا يتجزأ من وظيفته كإعلام بديل. فالإقناع لا يُمارس بصفته ممارسة سلطوية لإثبات الحقيقة، بل يُقدّم بوصفه أداة تحفيزية لتوليد المعنى لدى الجمهور، وإكسابه أدوات تفكير تُسهم في توسيع أفق الوعي النقدي، بما يتجاوز إطار الحلقة إلى تحليل الواقع السياسي والاجتماعي برمته.

9- فئة الأبعاد السياسية

الأبعاد السياسية	التكرار	النسبة
نقد السلطة والحكم.	38	36%
قضايا الانتخابات.	23	22%
العلاقات الخارجية والصراعات الدولية.	30	28%
قضايا الحقوق والحريات.	15	14%
المجموع	106	100%

القراءة الكمية لفئة الأبعاد السياسية:

بلغ إجمالي تكرارات فئة "الأبعاد السياسية" في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو" عدداً قدره 106 مرة، موزعة على أربعة محاور رئيسية. تصدر محور نقد السلطة والحكم جميع

الأبعاد السياسية، بعدد 38 تكراراً، ما يبين التركيز الأكبر على مساءلة أداء الحكومات والنخب الحاكمة، بوصفه الموضوع السياسي الأكثر حضوراً في البرنامج.

في المرتبة الثانية، جاء محور العلاقات الخارجية والصراعات الدولية، بعدد تكرارات بلغ 30، ما يعكس اهتماماً واضحاً بتأثير السياق الإقليمي والدولي على الواقع المحلي، واستثمار ذلك في قراءة السياسات من منظور أوسع. أما قضايا الانتخابات فقد تكررت 23 مرة، مشيرة إلى حضورها في سياقات نقد الممارسات الديمقراطية أو آليات التلاعب الانتخابي.

أخيراً، جاء محور قضايا الحقوق والحريات في المرتبة الأخيرة بعدد 15 تكراراً فقط، وهو ما يشير إلى تركيز أقل على هذا البعد مقارنة بباقي المحاور السياسية، رغم أهميته. يظهر من هذا التوزيع أن البرنامج يمنح الأولوية للنقد السياسي المباشر، ويعطي مساحة معتبرة لموضوعات العلاقات الدولية، بينما تحظى موضوعات الحريات باهتمام أقل نسبياً ضمن الإطار العام للخطاب.

القراءة الكيفية لفئة الأبعاد السياسية:

يحمل برنامج "جو شو" في موسمه التاسع توجّهاً نقدياً واضحاً تجاه الخطاب الرسمي والسلطات السياسية، حيث تتجلى ملامح هذا الاتجاه في تبنيه لخطاب ساخر يعرّي التناقضات البنيوية التي يتسم بها الأداء السياسي العربي، لا سيما فيما يتعلق بالتصريحات الحكومية والممارسات الفعلية. ففي إطار هذا المنهج النقدي، يتعامل البرنامج مع الخطاب الرسمي لا بوصفه معطى موضوعياً، بل كمنتج سلطوي موجه، يستدعي التفكيك والسخرية للكشف عن بنيته الدعائية. يتخذ هذا التوجه بعداً سياسياً معارضاً، إذ لا يكتفي البرنامج بانتقاد التجاوزات أو السياسات الخاطئة، بل يفضح النمط السلطوي الذي يقوم عليه الخطاب الرسمي، ويظهر ازدواجية المعايير في التعامل مع القضايا العامة.

البرنامج لا يتبنى موقفاً أيديولوجياً ضيقاً، بل يتّجه نحو نقد شامل يطال السلطة والمعارضة على حدّ سواء. يتجلى ذلك من خلال سخريته من التصريحات الفارغة، أو استعراضه لوعود سياسية متكررة لم يتحقق منها شيء، سواء جاءت من النظام أو من أطراف معارضة تفتقر للبدائل الواقعية. بذلك، يتحرك البرنامج ضمن منطق نقدي مزدوج، يفتح أفق النقاش أمام جمهور

واسع يرى في هذا الخطاب الإعلامي انعكاساً صادقاً لمآزق الواقع السياسي العربي، لا بوصفه تهجماً على السلطة فحسب، بل بوصفه دعوة دائمة للتفكير النقدي والتجاوز.

من جهة أخرى، يتبنى "جو شو" اتجاهاً تعبويًا يُشرك الجمهور في عملية الوعي السياسي من خلال أدوات بلاغية تمزج بين التهم والمعلومة، وبين السخرية والقراءة السياسية المتأنية. هذا الاتجاه التعبوي لا يتخذ شكل الوعظ المباشر أو التحريض، بل يعتمد على التلميح الذكي، والربط بين الأحداث الظاهرة والسياقات العميقة، ما يُضفي على البرنامج طابعاً تعليمياً غير مباشر. فبدل أن يُملي على الجمهور ما يجب أن يعتقد، يقدم له المفارقات والصور الساخرة والأمثلة المتكررة، ويترك له المجال لتكوين رأيه، ما يعزز الاستقلالية في التلقي.

ومن أبرز ملامح هذا الاتجاه الفكري، هو السخرية المنهجية من تناقض الخطاب الرسمي. إذ يُوظف البرنامج مشاهد مركبة، تجمع بين تصريح سياسي من جهة، ومشهد واقعي من جهة أخرى، لتظهر المفارقة الصارخة بين ما يُقال وما يُفعل. وغالباً ما يتم ذلك عبر أدوات فنية كالمنتجات المتكررة، التقابل الزمني، أو إعادة ترتيب الأخبار، ما يخلق حالة من العبث السياسي المدروس، تُثير الضحك لكنها تخلخل في الوقت نفسه صورة السلطة في ذهن المتلقي.

ختاماً، يمكن القول إن "جو شو" في حلقاته من 33 إلى 44 يتجاوز حدود الترفيه السياسي نحو تشكيل خطاب بديل، يُجابه الخطاب الرسمي المغلق بخطاب شعبي ساخر، قابل للتداول والتفكيك، ويسهم في إعادة تشكيل المجال العام العربي. فالسخرية هنا ليست مجرد أداة للضحك، بل وسيلة لتحرير الوعي، وتحفيز الجمهور على الانخراط في نقاش سياسي حرّ، يُمارس عبر اللغة، الصورة، والمفارقة، ويكشف كيف يمكن للإعلام الساخر أن يكون شكلاً من أشكال المقاومة الرمزية

10- فئة المعتقدات الأيديولوجية

المعتقدات الأيديولوجية	التكرار	النسبة
الليبرالية السياسية	31	31%
القومية العربية	33	33%
النزعة الإصلاحية	16	16%
معاداة الاستعمار والتبعية.	20	20%
المجموع	100	100%

القراءة الكمية لفئة المعتقدات الأيديولوجية:

بلغ إجمالي تكرارات فئة "المعتقدات الأيديولوجية" في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو" عدداً قدره 100 مرة، توزعت على أربعة توجهات فكرية رئيسية. تصدرت القومية العربية القائمة بعدد تكرارات بلغ 33، ما يجعلها المعتقد الأكثر بروزاً في الطرح الأيديولوجي للبرنامج خلال هذه الحلقات. جاءت الليبرالية السياسية في المرتبة الثانية بفارق طفيف، حيث ظهرت 31 مرة، ما يشير إلى حضور قوي لمفاهيم الحرية السياسية والحقوق الفردية.

أما النزعة الإصلاحية فقد تكررت 16 مرة، ما يعكس توجهاً متوسط الحضور نحو التغيير التدريجي أو العقلاني ضمن الخطاب، دون أن يكون هو الاتجاه الغالب. وفي المرتبة الأخيرة، ظهرت معاداة الاستعمار والتبعية 20 مرة، مشيرة إلى اهتمام ملهوس بقضايا التحرر والسيادة الوطنية، وإن كان حضورها أقل من الاتجاهين القومي والليبرالي.

يُظهر هذا التوزيع أن البرنامج يتأرجح بين خطين أيديولوجيين رئيسيين: القومي والليبرالي، مع إعطاء مساحة أقل للأطروحات الإصلاحية والخطاب المناهض للتبعية، ما يعكس توازناً نسبياً بين الطرح الهوياتي والسياسي في المعالجة الأيديولوجية. القراءة الكيفية لفئة المعتقدات الأيديولوجية:

في مستواه الكيفي، يُظهر "جو شو" براعة خاصة في توظيف فئة "الأيديولوجيا" كأداة تحليلية وساخرة في آن واحد، حيث لا يكتفي البرنامج بانتقاد السياسات أو كشف التناقضات، بل يذهب أبعد من ذلك إلى تفكيك البنى الرمزية التي تستند إليها الأنظمة في شرعنة سلطتها

وإنتاج خطابها الرسمي. يخرط البرنامج في قراءة نقدية لآليات توظيف المفاهيم الدينية والقومية، كـ"الطاعة لولاة الأمر"، أو "الدفاع عن السيادة الوطنية"، مبيناً كيف تُستخدم هذه المفاهيم كسلاح أيديولوجي لترير السياسات القمعية، وتزييف وعي الجمهور عبر تصوير الامتثال على أنه فضيلة وطنية أو دينية.

ويبرز البرنامج هذه الأيديولوجيات من خلال المفارقة الساخرة والتفكيك الرمزي، إذ يكشف التناقض الصارخ بين القيم المُعلنة والممارسات الواقعية. فحين تُرفع شعارات مثل "الكرامة" أو "السيادة"، يعمد البرنامج إلى عرض مشاهد أو معطيات تُناقض هذه القيم، ما يُفرغ الخطاب من محتواه، ويعيد إنتاجه كخطاب عبثي غير متماسك. في هذا السياق، يُظهر البرنامج كيف تتحول الشعارات الكبرى إلى أدوات دعائية جوفاء، تُستخدم لتغطية الفشل أو تبرير القمع، بمجرد أن تُزَع من سياقها العملي وتُوظف في سياق سلطوي مغلق.

ويُكتف "جو شو" هذا الاشتغال الأيديولوجي عبر حلقاته من 33 إلى 44، مستخدماً تقنيات متعددة مثل التهمك الديني السياسي (عند استدعاء النصوص الدينية لتبرير الظلم)، أو السخرية من "الثوابت" المقدسة حين تُستعمل لقمع المعارضة، أو الاستعارات الساخرة التي تسخر من رموز الدولة وهي تُستخدم كدرع خطابية للسلطة. وفي هذا الطرح، لا يكتفي البرنامج بالسخرية فقط، بل يُنتج وظيفة توعوية مزدوجة: من جهة، يفضح آليات الدعاية السياسية، ومن جهة أخرى، يُدرب المتلقي على قراءة الخطاب الرسمي قراءة نقدية واعية.

بذلك، تتجاوز معالجة فئة "الأيديولوجيا" في "جو شو" مجرد عرض للخطاب السياسي، لتتحول إلى عملية تحليلية مضادة تُسهم في تقويض الخطاب السلطوي من داخله، وتعزز بناء وعي جماهيري نقدي قادر على مقاومة الرموز الزائفة والاستراتيجيات الدعائية المهيمنة.

11- فئة اشكال السخرية

اشكال السخرية	التكرار	النسبة
تقليد الشخصيات السياسية.	29	24%
التشكيك بمشروعية الخطاب الرسمي.	25	21%
كشف الوعود الكاذبة.	18	15%
كشف التناقضات والكذب.	24	20%
محاكاة البرامج السياسات العامة بشكل ساخر.	24	20%
المجموع	120	100

القراءة الكمية لفئة اشكال السخرية:

بلغ عدد التكرارات الإجمالي لفئة "أشكال السخرية" في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو" 120 تكراراً، توزعت على خمسة أنماط رئيسية تعكس تنوع الأدوات الساخرة المستخدمة. تصدر تقليد الشخصيات السياسية قائمة الأشكال الساخرة، بعدد بلغ 29 تكراراً، ما يبرز اعتماد البرنامج بشكل ملحوظ على الأداء التمثيلي كوسيلة فعالة في النقد السياسي وتضخيم المفارقات.

تلاه التشكيك بمشروعية الخطاب الرسمي بـ25 تكراراً، وهو ما يؤكد الطابع المناهض للسلطة والخطابات المؤسسية، من خلال تعرية منطقها الداخلي والتشكيك في صديقيتها. في المرتبة الثالثة والرابعة، تساوى كل من كشف التناقضات والكذب ومحاكاة السياسات العامة بشكل ساخر بـ24 تكراراً لكل منهما، ما يشير إلى أن البرنامج يوازن بين فضح الأكاذيب الظاهرة وتحليل السياسات الرسمية بلغة ساخرة تُقربها للجمهور.

أما كشف الوعود الكاذبة، فظهر في المرتبة الأخيرة بـ18 تكراراً، ما يدل على أنه يُستخدم بشكل أقل نسبياً ضمن ترسانة السخرية، لكنه يظل حاضراً في إطار مساءلة مصداقية الخطاب السياسي.

هذا التوزيع يعكس تنوعاً في الأدوات الساخرة بين المحاكاة، والتقليد، والتفكيك الخطابي، مع تركيز ملحوظ على الأشكال التمثيلية والنقدية المباشرة التي تسهل تلقي الرسائل الساخرة وتعزز من وقعها لدى الجمهور.

القراءة الكيفية لفئة اشكال السخرية:

في مستواه الكيفي، يُشكّل الأسلوب الساخري في "جو شو" حجر الزاوية في البنية التعبيرية للبرنامج، حيث لا تُستخدم السخرية كوسيلة للإضحاك فحسب، بل تُوظف بوصفها أداة تحليل معرفي ومقاومة رمزية. يتسم البرنامج بتعدد وتداخل الأساليب الساخرة، بدءاً من التهكم الناعم الذي يمرر نقداً خفياً بلغة هادئة، مروراً بالسخرية اللاذعة التي تُفجر التناقضات بأسلوب مباشر، ووصولاً إلى المحاكاة الساخرة والمفارقة والتضخيم الكاريكاتيري، ما يُتيح له طيفاً واسعاً من التعبيرات القادرة على التسلل إلى وجدان الجمهور وعقله في آنٍ معاً.

يتنقل مقدم البرنامج ببراعة بين هذه الأنماط، فيمارس السخرية الرمزية عبر الإيحاء والتلميح حيناً، ويعتمد الاستهداف المباشر لشخصيات أو مؤسسات في لحظات أخرى، وهو ما يعكس وعياً دقيقاً بمستوى النبرة المطلوبة حسب طبيعة الحدث. هذا التنوع الأسلوبي لا يخدم فقط الجانب الجمالي، بل يُعيد مساءلة المسلمات، ويكشف آليات الخداع السياسي والإعلامي، ويُزعزع ما يبدو بديهياً في الوعي الجماعي، الأمر الذي يُضفي على السخرية طابعاً تحويلياً يتجاوز الترفيه.

ونتعرّز هذه الفاعلية الساخرة من خلال تداخلها مع الأداء المسرحي، والتعبير البصري، واستخدام اللغة العامية، بما يمنح الخطاب الساخري بعداً شعبياً وألفة جماهيرية، دون أن يفقده قدرته على النقد المعمّق. فالسخرية هنا ليست مجرد تقنية شكلية، بل بنية خطابية كاملة تُمارس تفكيك السلطة عبر الضحك، وتُعيد إنتاج الوعي السياسي من خارج منابر الدولة، عبر النكتة والرمز والتلميح والفضح.

هكذا، تتحول السخرية في "جو شو" من مجرد وسيلة جذب، إلى خطاب بديل مقاوم، يُسهم في إعادة تشكيل الرأي العام، ويفرض ضغطاً رمزياً على الخطاب السلطوي عبر إزاحته من موقع الجدية المطلقة، ونقله إلى ساحة التهكم والمساءلة الجماهيرية. إنها سخرية لا تكتفي بأن تُضحك، بل تُفكر وتُفكك وتُحرّض أيضاً.

12- فئة الشخصيات

الشخصيات	التكرار	النسبة
الشخصيات السياسية الحقيقية	55	42%
الشخصيات الإعلامية	34	26%
الشخصيات الساخرة المبتكرة	26	20%
الجمهور التمثيلي	16	12%
المجموع	131	100%

القراءة الكمية لفئة الشخصيات:

بلغ إجمالي تكرارات فئة "الشخصيات" في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو" عدداً قدره 131 مرة، توزعت على أربعة أنماط رئيسية. تصدرت الشخصيات السياسية الحقيقية المشهد بـ 55 تكراراً، ما يشير إلى حضور كثيف لها في سياق السخرية والنقد، ويعكس تركيز البرنامج على تفكيك السلطة من خلال شخصنة الأداء السياسي وربطه بأسماء ومسؤولين معروفين.

تلتها الشخصيات الإعلامية بـ 34 تكراراً، وهو ما يبرز اهتمام البرنامج بمساءلة الدور الإعلامي وموقعه في منظومة الخطاب السياسي، سواء عبر تسليط الضوء على الانحيازات أو السخرية من الأداء التلفزيوني.

أما الشخصيات الساخرة المبتكرة، التي يؤديها المقدم، فظهرت 26 مرة، ما يدل على توظيفها كأداة فنية موازية للشخصيات الحقيقية، تُستخدم لصياغة مواقف رمزية أو هجائية تضيف بعداً تمثيلاً للطرح.

وجاء الجمهور التمثيلي في المرتبة الأخيرة بـ 16 تكراراً، ما يشير إلى أنه يُستحضر في البرنامج بشكل أقل، غالباً كصدى رمزي لرأي عام افتراضي يُبنى عليه النقد أو التفاعل.

يوضح هذا التوزيع أن البرنامج يميل إلى توظيف الشخصيات الحقيقية بدرجة كبيرة كأداة للسخرية والتحليل السياسي، ويكمل ذلك بشخصيات إعلامية وتمثيلية مبتكرة، ما يضفي على البرنامج طابعاً مسرحياً نقدياً يتراوح بين الواقعي والتمثيلي.

القراءة الكيفية لفئة الشخصيات:

في البنية الكيفية لخطاب "جوشو"، تحتل فئة "الشخصيات" موقعاً مركزياً بوصفها أداة ساهرة بالغة التأثير، تُسهم في بناء خطاب مزدوج يجمع بين النقد السياسي والترفيه الجماهيري. لا يُكتفى في البرنامج بتقديم محتوى ساهر مباشر، بل يُبدع في تقمص شخصيات حقيقية من المشهد السياسي والإعلامي، أو ابتكار شخصيات خيالية كاريكاتيرية تُسقط بوضوح على رموز واقعية، ما يمنحه مساحة تعبيرية واسعة تتجاوز القيود التقليدية للخطاب الإعلامي. وتكشف متابعة الحلقات من 33 إلى 44 كيف تُفعل هذه الاستراتيجية بطريقة تراكمية ومقصودة.

تمثل الشخصيات الساهرة في برنامج "جوشو" أحد أبرز الأدوات البلاغية التي يعتمد عليها البرنامج في تفكيك الخطابات السلطوية والإعلامية، حيث لا تُقدّم هذه الشخصيات كمجرد أدوات للضحك أو الترفيه، بل بوصفها تجسيداً نقدياً لمظاهر الخلل البنيوي في المشهد السياسي والإعلامي العربي. فهذه الشخصيات تتخذ شكلاً كاريكاتورياً هزلياً، لكنها في جوهرها تُحمّل بدلالات رمزية عميقة، تُعيد إنتاج السلطة في قوالب ساهرة تفضح منطقها، وتكشف تناقضاتها، وتسخر من خطاباتها.

من بين أبرز هذه الشخصيات نجد "المسؤول المبرّر"، الذي يجسد آلية إنكار الفشل عبر التبرير المستمر، و"المحلل الببغاء" الذي يُكرر خطاب السلطة دون تفكير، و"المسؤول الوراثي" الذي يُعيّن بمنطق الولاء لا الكفاءة. كما يظهر "المُفسّر الرسمي" الذي يحاول دائماً تطويع الحقائق لتخدم الرواية الرسمية، و"القائد المنقذ" الذي يصطنع صورة الزعيم المُخلص في سياق من الأزمات المفتعلة أو المستدامة. وتوالت هذه الشخصيات لتشمل "صانع الأوهام"، و"المنكر الدائم"، و"المثقف المؤدلج"، و"المواطن الصامت"، و"المدافع العاطفي"، وغيرهم، بما يوفر طيفاً تمثيلاً واسعاً يُحاكي مختلف أوجه السلطة وأدواتها.

تُبنى هذه الشخصيات وفق آليات سردية وتمثيلية دقيقة، تعتمد على الدمج بين المبالغة الكاريكاتورية والتقنيات المسرحية الساهرة، حيث يُوظف الأداء الجسدي، تعابير الوجه، نبرة الصوت، والتأثيرات البصرية والصوتية، لخلق نماذج حية يُمكن للجمهور أن يتماهى معها أو يقرأ

من خلالها الواقع السياسي بتعبيرات جديدة. بهذه الطريقة، تتحول الشخصية الساخرة إلى مرآة تعكس صورة مضخمة للواقع، لكنها تفضحه عبر المبالغة، وتُعرّي منطقه من الداخل.

ولا تقتصر هذه الشخصيات على تمثيل طرف واحد من المشهد، بل تشمل السلطة، النخبة، الإعلام، وحتى الجمهور. ف"المثقف المؤدلج" يرمز لدور النخب المتواطئة في تجميل الاستبداد، و"المواطن الصامت" يجسد الفئات المهمشة والمقصية من الفضاء العام، بينما يُمثل "المدافع العاطفي" آلية التخوين والتأليب العاطفي التي تواجه بها الأنظمة أي نقد عقلائي. هذه التعددية في الشخصيات تمنح البرنامج أفقاً تحليلياً واسعاً، يُمكنه من نقد المنظومة بأكملها، وليس فقط ممثليها الظاهرين.

وفي مقطع ختامي رمزي، يدمج البرنامج عدداً من هذه الشخصيات في مشهد تركيبي ساخر يُلخص رحلة تفكيك الخطاب الرسمي، ويُعيد عرض الشخصيات بوصفها نتاجاً متشابكاً لهيكل سلطوي متكامل. هذا المشهد لا يخدم فقط غرض التسلية أو الإضحاك، بل يُشكل خلاصة رمزية لرؤية البرنامج النقدية، حيث تتحول الشخصيات الساخرة إلى أدوات معرفية تُحفّز المتلقي على مساءلة الواقع والانخراط في وعي نقدي مقاوم.

هكذا، تُوظف الشخصيات في "جو شو" بوصفها بنى رمزية معقدة، تعيد إنتاج السياسة في صورة قابلة للضحك والنقد، وتُسهم في تحويل البرنامج من مساحة ترفيهية إلى مساحة تحليلية ساخرة، تُمارس المقاومة الرمزية من داخل خطاب الإعلام السياسي الساخر، وتفتح المجال أمام المشاهد لإعادة التفكير في السلطة، والمشاركة في تشكيل خطاب بديل يقوم على المساءلة، لا التسليم.

13- فئة الموضوع

فئة الموضوع	التكرار	النسبة
الموضوعات السياسية	12	60%
الموضوعات الاجتماعية	5	25%
الموضوعات الثقافية	3	15%
المجموع	20	100%

القراءة الكمية لفئة الموضوع:

بلغ مجموع التكرارات لفئة "الموضوعات" في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو" 72 مرة، توزعت على ثلاثة مجالات رئيسية. جاءت الموضوعات السياسية في الصدارة بواقع 45 تكراراً، ما يعادل 62% من إجمالي التكرارات، وهو ما يرسّخ الطابع السياسي الغالب على محتوى البرنامج، ويعكس تركيزه الأساسي على تحليل السلطة، القرارات، الخطابات، والتحوليات السياسية في المنطقة.

أما الموضوعات الاجتماعية فقد ظهرت في 17 تكراراً، أي بنسبة 24%، ما يشير إلى وجود اهتمام ملهوس بالقضايا المجتمعية، مثل التفاوت الطبقي أو تأثير السياسات على الحياة اليومية، وإن كانت في مرتبة ثانوية مقارنة بالسياسة.

وجاءت الموضوعات الثقافية في المرتبة الأخيرة بعدد 10 تكرارات فقط، بنسبة 14%، ما يوضح أن الجانب الثقافي ليس محورياً أساسياً في خط البرنامج، بل يُستحضر حين يرتبط بالسياق السياسي أو الاجتماعي.

تؤكد هذه النسب أن برنامج "جو شو" يركّز بصورة أساسية على المعالجة السياسية، ويكمل خطابه بنقاط اجتماعية وثقافية، تخدم السياق النقدي العام دون أن تغطي على البعد السياسي المحوري.

القراءة الكيفية لفئة الموضوع:

ضمن البنية الخطائية لبرنامج "جو شو"، يحتل "الموضوع" موقعاً محورياً يُشكّل نواة كل حلقة، ليس فقط من حيث البنية السردية، بل بوصفه أداة تحليلية تعيد صياغة الواقع السياسي

والاجتماعي في قوالب نقدية وساخرة. لا يتعامل البرنامج مع المواضيع كعناوين جاهزة أو قوالب ثابتة، بل يُعيد إنتاجها ضمن سياقات متغيرة تتفاعل مع دينامية الخطاب العام في العالم العربي. ينتقل البرنامج بين موضوعات محلية وإقليمية ودولية، تتناول أنماطاً متكررة من السلطة والفساد والاستبداد والتواطؤ، لكن من دون الوقوع في فخ التكرار أو التقريرية المباشرة، إذ تُعالج هذه الموضوعات داخل حركات ساخرة مبتكرة تُغني الخطاب وتمنحه طابعاً نقدياً متجدداً.

في هذا السياق، يظهر موضوع "التبرير السلطوي" كآلية لإعادة تأطير الفشل وتحويله إلى انتصار، حيث تُفكك اللغة السلطوية التي تستخدم مفردات مثل "الضرورة الوطنية" و"المرحلة الحساسة" لتبرير القمع والإخفاق. ويُعالج البرنامج في سياق آخر موضوع "الإعلام التابع"، من خلال تسليط الضوء على استنساخ الخطاب الرسمي داخل المؤسسات الإعلامية، حيث يغيب التحليل ويُستبدل بالتكرار الآلي، ما يكشف كيف تتحول المعلومة إلى أداة تطبيع سياسي. كما يتناول موضوع "المحسوبية والتوريث السياسي"، ويبرز كيف يُقدّم الولاء على الكفاءة، مما يؤسس لبنية إدارية فاسدة تُبنى على العلاقات الشخصية لا الإنجاز المؤسسي.

ثم ينتقل البرنامج إلى معالجة موضوع "الإنجازات الزائفة"، حيث يتم تضخيم النجاحات المتخيّلة عبر خطاب دعائي يُناقض الواقع المعيش، ويُستخدم كأسلوب لتضليل الرأي العام. كما يُسلّط الضوء على موضوع "تجديد الزعامات وصناعة البطولة الكاذبة"، من خلال تفكيك خطاب التجديد الذي يُجمل صورة القائد حتى في ظل الانهيارات، ما يُبرز التباعد بين الصورة الرمزية والواقع السياسي. ويُعاد توظيف موضوع "الإصلاح الشكلي" لفضح الفجوة بين الشعارات الكبيرة والممارسات القمعية المستمرة، عبر مفارقات بصرية وصوتية تكشف تناقض الخطاب الرسمي.

كما يتناول البرنامج موضوع "الإنكار السياسي"، حيث يُبرز كيف يتحول الإنكار إلى استراتيجية لإخفاء الفشل عوضاً عن الاعتراف به، مما يؤدي إلى مزيد من التدهور. وفي معالجة موضوع "البروباغندا الاقتصادية"، يكشف البرنامج المفارقة بين الوعود الكبرى بالنهضة وبين الواقع المتردي، ما يحوّل هذا الموضوع إلى أداة لفضح التناقض بين الخطاب السلطوي والمشهد الاجتماعي الحقيقي. وتُطرح كذلك موضوعات أكثر تعقيداً مثل "الاستغلال الفكري لتبرير

القمع"، من خلال تفكيك دور المثقف المؤدلج الذي يستخدم لغة فكرية منمّقة للدفاع عن الاستبداد، في كشف لبنية الهيمنة المعرفية المغلفة بالخطاب الثقافي.

ويُخصّص أحد الموضوعات أيضاً لتجسيد القهر الجماهيري والصمت المفروض على الشعوب، من خلال شخصية رمزية تمثل المواطن الذي تم إقصاؤه من المجال العام، في مشهد بصري صامت لكنه محمّل بكثافة رمزية وإنسانية عالية. كما يبرز البرنامج موضوع "التلاعب العاطفي لمواجهة النقد"، حيث يُستخدم الخطاب القومي والشعور الجمعي لتبرير القمع وتخوين المعارضين، في مشهد يكشف هشاشة هذا الخطاب عند إخضاعه للمنطق الساخر.

وتتويجاً لهذا المسار، يُقدّم موضوع جامع في نهاية المسار السردى يجمع مختلف الخطابات السلطوية التي سبق نقدها، ضمن مشهد تركيبي تندمج فيه جميع الشخصيات الساخرة. لا يُمثّل هذا المشهد خلاصة فنية فقط، بل يُحوّله البرنامج إلى بنية رمزية تُلخّص المنظومة السلطوية بكل مستوياتها: السياسية، الإعلامية، الثقافية، والاجتماعية. هكذا يتحول "الموضوع" في "جو شو" إلى محور نقدي مركزي، تتقاطع فيه أدوات السخرية مع الرؤية التحليلية، لينتج خطاباً بديلاً يُقاوم الهيمنة الرمزية من داخل الإعلام نفسه، ويحفّز الجمهور على تبني موقف نقدي من السلطة، لا الخضوع لخطاباتها المعلّبة.

14- فئة القضايا السياسية

القضايا السياسية	التكرار	النسبة
المحلية	15	75%
الدولية	5	25%
المجموع	20	100%

القراءة الكمية لفئة القضايا السياسية:

سجلت القضايا السياسية في برنامج "جو شو" ضمن الحلقات 33 إلى 44، ما مجموعه 20 تكراراً، توزعت بنسبة كبيرة نحو القضايا المحلية التي جاءت في الصدارة بـ 15 تكراراً، ما يشكل 75% من مجمل القضايا السياسية. في المقابل، جاءت القضايا الدولية أقل حضوراً، حيث ظهرت 5 مرات فقط، بنسبة 25%.

يعكس هذا التوزيع تركيز البرنامج على المشكلات السياسية المحلية ذات التأثير المباشر على الجمهور، مع اهتمام أقل بالقضايا الدولية التي بالرغم من أهميتها، تحتل مساحة أقل في الخطاب الساخر.

القراءة الكيفية لفئة القضايا السياسية:

من الناحية النوعية، يظهر هذا التركيز على القضايا المحلية اهتمام "جو شو" بمناقشة الأوضاع السياسية الداخلية، مثل حكم السلطة، الفساد، الحريات، والقضايا الاجتماعية المرتبطة بها، والتي تؤثر بشكل مباشر على حياة المشاهدين اليومية. إذ يستخدم البرنامج السخرية كأداة نقدية لفضح التناقضات والازدواجية في الخطاب الرسمي حول هذه القضايا، مستهدفاً تخفيف الوعي السياسي الجماهيري وتعزيز روح النقد والمساءلة.

أما القضايا الدولية، فتظهر بشكل أقل كثافة، وغالباً ما تُطرح في سياق يربطها بالتأثير المباشر على الواقع المحلي، أو كأدوات لسخرية من السياسات الخارجية التي تتداخل مع الشؤون الداخلية للدول العربية. هذا التناول يجعل القضايا الدولية مرآة تعكس مآلات القضايا المحلية، ويسلط الضوء على العلاقات الدولية المعقدة التي تؤثر على المشهد السياسي.

يبرز "جو شو" من خلال هذا التوزيع نزعة الواقعية والمرتبطة بمصالح الجمهور العربي المباشرة، مع إدراك للأبعاد الدولية، لكنه يفضل التعمق في تحليل مشكلات الداخل السياسي والاجتماعي، مما يجعله منصة نقدية فعالة ترتبط بواقع المشاهد.

15 - فئة الأهداف

الأهداف	التكرار	النسبة
كشف الفساد والسلطة	18	28%
زيادة وعي السياسي.	14	22%
تحفيز التفكير النقدي.	16	25%
الترفيه والتسلية الساخرة.	16	25%
المجموع	64	100%

القراءة الكمية لفئة الأهداف:

بلغ إجمالي التكرارات لفئة "الأهداف" في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو" عدداً قدره 64 مرة، توزعت بالتقارب بين أربعة أهداف رئيسية. تصدر هدف كشف الفساد والسلطة القائمة بـ 18 تكراراً، ما يمثل 28% من الإجمالي، وهو ما يؤكد أن البرنامج يضع محاربة الفساد وتفكيك بنية السلطة في مقدمة أولوياته التحريرية. تساوى هدف تحفيز الجمهور على التفكير النقدي والترفيه والتسلية الساخرة بـ 16 تكراراً لكل منهما، أي بنسبة 25%، ما يبرز توازن البرنامج بين تقديم محتوى نقدي يوقظ الوعي من جهة، واستخدام السخرية كأداة لجذب الجمهور والتأثير فيه من جهة أخرى. أما زيادة وعي الجمهور السياسي، فجاءت في المرتبة الأخيرة بـ 14 تكراراً (22%)، ما يشير إلى حضور هذا الهدف ضمن التوجه العام، وإن كان بدرجة أقل مقارنة بالأهداف الأخرى.

يعكس هذا التوزيع توجه البرنامج نحو الدمج بين الجدلية النقدية والمتعة الساخرة، مع إعطاء أولوية نسبية للبعد السياسي النقدي في مواجهة السلطة.

القراءة الكيفية لفئة الأهداف:

لا يكتفي برنامج جو شو بتقديم محتوى ساخر بهدف الترفيه، بل يوظف سخريته بوصفها أداة اتصالية متعددة الوظائف، تتراوح بين التوعية السياسية والاجتماعية، وتفكيك الخطابات الرسمية، وتعزيز التفكير النقدي، وصولاً إلى التحريض الرمزي على مساءلة أنماط السلطة. هذه

الوظائف لا تُقدّم بشكل مباشر، بل تُبنى درامياً وبصرياً من خلال شخصيات رمزية ومواقف تمثيلية تُعري الخطاب السلطوي بأسلوب تهكمي موارب. فـشخصية "المسؤول المبرّر" تكشف آليات الدفاع عن الفشل، بينما يُجسّد "المحلل البغاء" التكرار الدعائي الذي يُفرغ الإعلام من محتواه النقدي. في المقابل، يظهر "المسؤول الوراثة" كصورة رمزية للمحسوبية، ليُوجّه البرنامج بذلك رسالة تحريضية ضد إعادة إنتاج السلطة خارج معايير الكفاءة.

تمتد هذه الوظائف لتشمل تفكيك العلاقة بين الخطاب والواقع، كما يتجلى في شخصية "المفسّر الرسمي" أو "القائد المنقذ"، حيث يُستخدم التهمك لتفريغ اللغة السلطوية من قدسيّتها، ولإبراز التناقض البنيوي بين الوعود الرسمية والمآلات الواقعية. ويزداد الطرح عمقاً مع تقديم شخصيات مثل "المنكر الدائم" أو "المدافع العاطفي"، اللذين يعكسان كيف تُستخدم آليات النفي أو التخوين لتأييد السلطة، حيث يتحوّل أي انتقاد إلى "مؤامرة خارجية"، في خطاب دفاعي يبرر القمع باسم الوطن. في هذا السياق، تظهر الوظيفة النقدية على نحو متدرّج، تبدأ بالسخرية من التناقضات السطحية، لتصل إلى مساءلة الأنظمة الرمزية التي تُنتج الاستبداد.

ولعل أقوى الوظائف اتصالية تظهر في الأداء الرمزي، كما في مشهد "المواطن الصامت"، الذي يعبر عن القهر الجماعي دون حاجة إلى خطاب مباشر، مما يُضفي بعداً عاطفياً يُعمّق التفاعل الجماهيري ويُعيد تعريف العلاقة بين المواطن والإعلام. وفي الحلقة الختامية، تُدمج كل هذه الشخصيات ضمن عرض ساخر مركب، يُقدّم خلاصة دلالية تُكشّف الوظائف الاتصالية للبرنامج، لتعيد صياغة الفضاء الرمزي العام، وتحفّز المشاهد على التحوّل من متلقٍ سلبي إلى فاعل نقدي يُراجع المفاهيم الموروثة ويُشكّك في مشروعية الخطاب السلطوي.

هكذا، يتجاوز جوشو نموذج "الضحك من السلطة"، ليمارس دوراً إعلامياً بديلاً يُعيد صياغة الوعي، ويمنح الجمهور أدوات رمزية لفهم الواقع ومقاومته، ما يجعل من الرسالة الساهرة فعلاً اتصالياً مربكاً يُزاوج بين التحليل، والنقد، والمقاومة الرمزية.

16- فئة صورة المجتمع

صورة المجتمع	التكرار	النسبة
صورة المجتمع كضحية للسلطة.	12	39%
صورة المجتمع كرافض لبرنامج الحكومة.	11	35%
صورة المجتمع كساخر وواعٍ سياسي	8	26%
المجموع	31	100%

القراءة الكمية لفئة صورة المجتمع:

بلغ عدد التكرارات المرتبطة بفئة "صورة المجتمع" في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو 31" مرة، توزعت على ثلاث صور رئيسية عكست تمثيلات مختلفة للمجتمع في سياق نقدي وساخر. تصدرت صورة المجتمع كضحية للسلطة بـ 12 تكراراً، أي بنسبة 39%، ما يعكس تركيز البرنامج على إظهار الأثر السلبي للسلطة على الأفراد، وتصوير المجتمع ككيان يعاني القمع أو الظلم السياسي. تلتها صورة المجتمع كرافض لبرنامج الحكومة بـ 11 تكراراً (35%)، ما يشير إلى إبراز روح المعارضة الشعبية للسياسات الرسمية، وترسيخ صورة مجتمع غير منسجم مع الاتجاهات الحكومية. وجاءت صورة المجتمع كساخر وواعٍ في المرتبة الأخيرة بـ 8 تكرارات (26%)، ما يدل على حضور بعد الوعي الجمعي، ولكن بشكل أقل نسبياً، حيث يُستخدم للتأكيد على ذكاء الجمهور وفطنته في التقاط التناقضات السياسية.

يوضح هذا التوزيع أن البرنامج يحرص على تقديم المجتمع في موقع نقدي من السلطة، سواء كضحية أو كرافض، مع إضفاء لمسة من الوعي والسخرية التي تميز جمهور البرنامج عن الجمهور التقليدي.

القراءة الكيفية لفئة صورة المجتمع:

يُقدّم البرنامج صورةً مركّبةً للمجتمع لا تحتزل الناس في ثنائية الضحية والمضطهد، بل تُعيد توزيع الأدوار على طيف متنوع من الفاعلين، يشمل المنخدع بالدعاية، والمتواطئ مع السلطة، والمقاوم الساخر الذي يمارس نقده من داخل الهامش. هذه التمثيلات لا تُقدّم كزخرف

درامي، بل تُبنى كأدوات تحليلية تُسهم في إعادة تشكيل وعي الجمهور بموقعه داخل المشهد الإعلامي والسياسي، وتُدعوه للتفكير بدوره لا كضحية محضة، بل كجزء من معادلة التلقي والنقد والمساءلة.

يُعاد إنتاج شخصية المواطن في عدة أنماط، منها من يبدو ضخمة لخطاب سلطوي مكرور، لكنه يُمارس، ولو ضمناً، نوعاً من السخرية التي تُمكنه من فضح التناقضات. وفي مواضع أخرى، يُستدعى "الحلل المقلد" ليكشف آليات التضليل الإعلامي بتكرار خاو، فيُسلط الضوء على قابلية الجمهور للانخداع عندما يغيب الوعي النقدي. هذا التواطؤ لا يُعرض كحالة فردية فقط، بل كظاهرة جماعية تتطلب مساءلة.

تظهر أيضاً لحظات قبول شعبي بفكرة الوراثة السياسية، ليست فقط كرمز للفساد السلطوي، بل كصورة عن التواطؤ البنيوي الصامت، الذي سرعان ما يُعاد تأطيره ضمن مفارقة تكشف هشاشته وتُعيد طرحه كإشكال سياسي وأخلاقي. وعندما يُقارن خطاب الإنجازات المكرر بالتجربة اليومية للمواطن، يُكشف مدى التباين بين الواقع المعيش والصورة الإعلامية، ما يعيد تأكيد دور السخرية في تمكين المتلقي من إعادة قراءة الخطاب الرسمي من موقع نقدي.

يصل التوتر ذروته حين يُستعرض جمهور يُقدّس "القائد المنقذ"، لكنه لا يبدو غافلاً بالكامل، بل موزعاً بين حاجته للرمز وإدراكه المتزايد لتصنع الخطاب. هذا الانقسام يتجسد أيضاً في شخصية "المواطن الصامت"، التي تُمثل حالة قهر اجتماعي تترافق مع تعاطف داخلي ورغبة محتملة في التحول من الاستسلام إلى الفعل الرمزي المقاوم. ولا يتجاهل البرنامج توظيف السلطة للعاطفة الجماعية، بل يفكك آليات التحشيد العاطفي والتفسير التأمري، بوصفها أدوات سياسية تُستخدم لإخماد الحس النقدي وخلق انقسامات وهمية داخل المجتمع.

في لحظة ختامية رمزية، يُعاد تجميع مختلف الصور الاجتماعية ضمن مشهد يضم الساخر، والخائف، والمتواطئ، والناقد، في تركيبة تُظهر المجتمع كقفل ديناميكي للصراع والتأويل، لا ككتلة متجانسة. هذه الرؤية تجعل من المجتمع موضوعاً للفهم والتحليل لا مجرد جمهور متلقٍ، وتُحوّل الخطاب الساخر إلى مجال لتحفيز النقد الذاتي الجماعي، في عملية تتجاوز فضح السلطة إلى مساءلة الذات الجمعية.

هذا التنوع في تمثيل المجتمع يُسهم في توسيع أفق البرنامج، ويمنحه وظيفة تحليلية تتعدى الترفيه، ليغدو مساحة تأمل سياسي واجتماعي، حيث السخرية لا تضحك فقط، بل تفتح مجالاً لإعادة التفكير في موقع الفرد ضمن السلطة والخطاب والمقاومة.

17- فئة التفاعلية

التفاعلية	التكرار	النسبة
تعليقات أو تغريدات المشاهدين.	6	33%
ردود أفعال الجمهور عبر السوشيال ميديا.	5	28%
استطلاعات رأي أو أسئلة مفتوحة للجمهور.	4	22%
تفاعل مباشر	3	17%
المجموع	18	100%

القراءة الكمية لفئة التفاعلية:

بلغ عدد التكرارات المرتبطة بفئة "التفاعلية" في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو 18 مرة"، توزعت على أربع آليات للتفاعل مع الجمهور. تصدر الترتيب عرض تعليقات أو تغريدات المشاهدين بـ 6 تكرارات (33%)، ما يعكس اعتماد البرنامج على دمج أصوات الجمهور في المحتوى بطريقة مباشرة تُضفي طابعاً تشاركياً وتمنح المتابعين شعوراً بالحضور. تلتها الإشارة إلى ردود أفعال الجمهور عبر السوشيال ميديا بـ 5 تكرارات (28%)، وهو ما يُظهر اهتمام البرنامج برصد الأصداء الرقمية وتوظيفها في قراءة المزاج العام.

وجاء استخدام استطلاعات الرأي أو الأسئلة المفتوحة في المرتبة الثالثة بـ 4 تكرارات (22%)، ما يدل على وجود مساحة تفاعلية تهدف إلى تحفيز المشاركة وتوليد حوار حول الموضوعات المطروحة. أما التفاعل المباشر مع الأحداث عبر دعوة الجمهور للمشاركة، فظهر في 3 مناسبات فقط (17%)، ما يشير إلى حضوره المحدود ضمن الإطار العام للتفاعل.

تُبرز هذه الأرقام أن التفاعل في "جو شو" يتمحور غالباً حول إدماج الجمهور بشكل غير مباشر عبر المنصات الرقمية، مع اعتماد نسبي على أدوات التحفيز والمشاركة، بما يعزز العلاقة بين البرنامج ومتابعيه.

القراءة الكيفية لفئة التفاعلية:

تُجسّد التفاعلية في البرنامج بوصفها أحد أركان الخطاب الساخر، لا كعنصر تقني أو تواصل سطحي. فحين يُدمج محتوى تعليقات المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي ضمن السياق الساخر العام، يتحول الجمهور من متلقٍ سلبي إلى شريك فاعل في إنتاج المعنى النقدي. هذه الديناميكية تُخلق نوعاً من "الحوار غير المباشر" بين المنصة والجمهور، حيث تُعاد صياغة التغريدات والتعليقات لتُصبح محركات للسخرية والتحليل، ما يُضفي على النقد طابعاً جماعياً وتشاركياً.

يُستفاد من هذه التفاعلية لتحويل الرأي الشعبي إلى نقطة انطلاق لتحليل المفارقات القائمة بين الخطاب الرسمي والانكشاف الشعبي. يتجلى ذلك من خلال استخدام تعليق شعبي على قرار حكومي بوصفه مادة رئيسية يُبنى عليها تفكيك التبريرات الرسمية وفضح تهافتها. هذا التوظيف لا يُمنح طابعاً زخرفياً أو تكميلياً، بل يُدمج كأداة تحليلية تُعيد تشكيل المشهد الساخر من منظور الجمهور.

كما تُعزّز الأصوات الرقمية من خلال إدماجها في استعراضات تسخر من انفصال الدعاية الرسمية عن الواقع. هذا الحضور المتزايد للجمهور الرقمي يُشير إلى تشكّل وعي نقدي داخل الفضاء العام الافتراضي، ويتحول إلى قوة موازية تُمثل المزاج العام في مواجهة السرديات السلطوية. إذ لا يكتفي البرنامج بنقل هذه الأصوات، بل يمنحها شرعية تحليلية تعادل خطاب المنصة ذاته، ما يُعطي الانطباع بأن الخطاب النقدي يُصاغ جماعياً لا فردياً.

ونتعمق المشاركة حين يُدمج سؤال متداول على الإنترنت حول قضية إقليمية ضمن مسار التحليل، فيتخذ الجمهور دوراً حيوياً في تحديد أجندة الطرح الساخر. هنا، لا يعود البرنامج منبراً يُوجّه الرأي، بل وسيطاً يُعيد تنظيم الأسئلة العامة وإبرازها ضمن إطار تحليلي حاد، يعكس انشغالات المتابعين ويُترجمها عبر أدوات الكوميديا السياسية.

تتجلى ذروة هذا التفاعل حين تُبنى مشاهد تمثيلية ساخرة بالكامل على تعليقات فعلية من الجمهور، ما يُعيد تقديم الخطاب السياسي من زاوية شعبية تُفرّغه من هالته وتُعيده إلى أرض الواقع. وفي ختام الموسم، يُبنى خطاب الختام بوصفه منتجاً تفاعلياً يُعيد صياغة مواقف البرنامج استناداً إلى تفاعلات جمهوره، في لحظة رمزية تُكرّس التبادل المستمر بين الطرفين.

لا يقتصر دور هذه التفاعلية على جعل البرنامج أكثر "واقعية" أو "شعبية"، بل تُشكّل آلية تحليلية تُسهم في كشف التناقضات البنيوية داخل الخطاب السياسي والإعلامي. بهذا المعنى، يُعيد البرنامج الاعتبار للجمهور بوصفه فاعلاً نقدياً لا متلقياً سلبياً، ويُكرّس ممارسة رمزية للديمقراطية داخل الإعلام الساخر، تُمكنه من مساءلة السلطة بخطابٍ تشاركي ينطلق من الناس، ويعود إليهم.

18- فئة الاستمالات

فئة الاستمالات	التكرار	النسبة
استثارة العاطفة	8	57%
تقديم حجج عقلانية	6	43%
المجموع	14	100%

القراءة الكمية لفئة الاستمالات:

أظهر تحليل مضمون برنامج "جو شو" في الحلقات الممتدة من الحلقة 33 إلى الحلقة 44، اعتماداً واضحاً على أسلوبين رئيسيين في الإقناع هما: استثارة العاطفة وتقديم الحجج العقلانية. بلغ إجمالي التكرارات المرصودة لهذين الأسلوبين 14 حالة، توزعت بواقع 8 حالات لاستثارة العاطفة (بنسبة 57%)، مقابل 6 حالات لتقديم الحجج العقلانية (بنسبة 43%). هذه النسب تعكس ميلاً نسبياً نحو استخدام العاطفة كوسيلة للتأثير على المتلقي، دون إغفال البعد العقلاني الذي يمنح الخطاب مصداقية ومنطقية.

القراءة الكيفية لفئة الاستمالات:

من الناحية الكيفية، يتضح أن أسلوب استثارة العاطفة يُستخدم بشكل أساسي لإحداث وقع وجداني لدى الجمهور، وذلك من خلال السخرية اللاذعة، والمفارقات الساخرة، والتعبيرات

الجسدية، وتضخيم المشهد التمثيلي للحدث أو الخطاب السياسي المعروض. على سبيل المثال، حين يعرض البرنامج تناقضات فاضحة بين التصريحات السياسية والممارسات الواقعية، يتم استدعاء العاطفة بطريقة تهكمية تُثير الغضب أو السخرية، مما يُساهم في خلق حالة من التفاعل الوجداني الساخر لدى الجمهور، ويعزز من رسوخ الرسالة النقدية في الذاكرة.

في المقابل، يُوظف البرنامج أسلوب تقديم الحجج العقلانية عندما يسعى إلى إقناع الجمهور من خلال مفارقات منطقية، أو الاستناد إلى تصريحات موثقة، أو إبراز التناقض الداخلي في الخطاب السياسي. ويعتمد في هذا السياق على آلية "المقارنة التهكمية" التي تظهر الفجوة بين الشعارات المثالية والواقع الفعلي، وهو ما يمنح الخطاب الساخر عمقاً تحليلياً يتجاوز الطرافة إلى مساءلة نقدية واعية.

بناءً على ما سبق، يمكن القول إن "جو شو" يدمج بين العاطفة والعقل في خطابه الإقناعي، بحيث يُشكّل الأسلوبان معاً ركيزة مزدوجة تعزز من فعالية الخطاب الساخر: العاطفة لتحريك مشاعر الجمهور وتحفيز تفاعله، والعقلانية لتأطير هذا التفاعل ضمن منطق نقدي قائم على الإدراك والفهم. هذا التكامل هو ما يمنح البرنامج قدرة على التأثير دون الوقوع في فخ المباشرة أو الشعبوية، ويجعل من السخرية وسيلة تحريض رمزي على الوعي والمساءلة.

19- فئة المصدر

المصدر	التكرار	النسبة
تصريحات سياسيين	9	35%
وسائل إعلام والمنصات الرقمية أخرى	13	50%
تقارير منظمات أو مراكز بحث	4	15%
المجموع	26	100%

القراءة الكمية لفئة المصدر:

بلغ مجموع التكرارات لفئة "المصدر" في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو 26" تكراراً، توزعت بين ثلاثة أنواع رئيسية من المصادر المعتمدة في بناء المحتوى الساخر والنقدي.

جاءت في المرتبة الأولى وسائل الإعلام والمنصات الرقمية الأخرى بـ 13 تكراراً (50%) ، مما يعكس اعتماداً كبيراً على ما يُنشر في الصحف، القنوات، والمحتوى المتداول على وسائل التواصل الاجتماعي، ويؤثر إلى التفاعل الوثيق للبرنامج مع الفضاء الإعلامي المفتوح والسياق الرقمي السائد.

في المرتبة الثانية جاءت تصريحات السياسيين بـ 9 تكرارات (35%) ، ما يدل على اعتماد جو شو على الخطاب السياسي الرسمي كمصدر أساسي لإبراز التناقضات وممارسة السخرية النقدية، من خلال إعادة عرض التصريحات بطريقة ساخرة أو تهكمية تكشف ازدواجية الخطاب. أما تقارير المنظمات أو مراكز البحث فظهرت بـ 4 تكرارات فقط (15%) ، ما يشير إلى حضور محدود للمصادر التحليلية أو الأكاديمية، لصالح المصادر الإعلامية والشعبية الأكثر تداولاً وتأثيراً.

القراءة الكيفية لفئة المصدر:

يكشف برنامج "جو شو" عن مقارنة ذكية لتوظيف "المصدر" في بناء خطابه الساخر، لا بوصفه أداة نقل للخبر، بل باعتباره مادة خام تُعاد صياغتها داخل بنية تهكمية تهدف إلى التفكيك والمساءلة. فالمصادر الإعلامية والمنشورات الرقمية لا تُعرض كمرجعيات محايدة، بل يُعاد تركيبها عبر التهمم والتضخيم والمقارنة لتُصبح عنصراً ساخراً يسهم في فضح الخطاب الرسمي أو الإعلامي.

تُستخدم تصريحات السياسيين غالباً باعتبارها "أدلة ناطقة" على التناقض أو التلاعب. إذ يعتمد البرنامج إلى عرض هذه التصريحات ضمن سياق ساخر، ثم يدمجها بتعليقات تمثيلية أو مشاهد تهكمية تكشف انفصالها عن الواقع، أو تناقضها مع تصريحات أخرى، أو تعارضها مع الحقائق. كما يُستثمر التكرار أو التغير في خطاب المسؤول نفسه على مر الزمن لتوليد مفارقة زمنية تُفقد الخطاب السياسي مصداقيته.

أما الاعتماد الكبير على وسائل الإعلام والمنصات الرقمية فيعكس وعياً بأن المساحات العامة لم تعد حكراً على السلطة، بل باتت مواقع التواصل الاجتماعي والفضاء الرقمي أداة فعالة لتداول النقد الشعبي والمواقف الساخرة، وهو ما يلتقطه البرنامج ويوظفه لإبراز صوت الناس في

مواجهة السرديات الرسمية. يُعتمد على الأخبار الساخنة، والمقاطع الرائجة، والتعليقات الشائعة، ويُعاد تقديمها بسخرية ذكية توفر جسور تفاعل بين ما يُقال رسمياً وما يُداول شعبياً.

ورغم أن التقارير البحثية تشكل النسبة الأقل، إلا أنها تُستخدم في سياقات محددة لدعم حجج البرنامج أو لتوفير أرضية موضوعية يتم على أساسها مساءلة الخطاب الإعلامي والسياسي. لكنها لا تُقدّم كمرجع ثقيل تقني، بل تُوظف داخل السياق الساخر لإضفاء نوع من الجدية أو التناقض مع المعطيات الإعلامية الشعبية.

في المحصلة، لا يتعامل "جو شو" مع المصدر بوصفه مرجعاً يُستشهد به، بل كأداة بلاغية يُعاد استخدامها لتقويض السلطة الرمزية للمصدر نفسه، وتحويله إلى عنصر كوميدي أو تفكيكي يخدم خطاباً ساخراً يمارس فيه الإعلام الساخر وظيفة النقد والمساءلة.

20- فئة السخرية كأداة لتحليل البروباغندا

النسبة	التكرار	السخرية كأداة لتحليل البروباغندا
38%	34	تقليد ساخر للمذيعين والإعلام الرسمي
34%	30	عرض مقاطع ساخرة
28%	25	تعبيرات تهكمية أو مبالغاة ساخرة
100%	89	المجموع

القراءة الكمية لفئة السخرية كأداة لتحليل البروباغندا:

بلغ مجموع التكرارات لفئة "السخرية كأداة لتحليل البروباغندا" في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو" 89 تكراراً، توزعت على ثلاث تقنيات ساخرة رئيسية. جاءت في المرتبة الأولى تقليد المذيعين والإعلام الرسمي بشكل ساخر بـ 34 تكراراً (38%) ، وهو ما يشير إلى اعتماد البرنامج المكثف على تقنيات المحاكاة الساخرة كأداة لفضح الخطاب الإعلامي المهيمن وكشف آليات عمله الدعائية. تلاها عرض مقاطع ساخرة سواء أنتجت خصيصاً داخل البرنامج أو أُعيد استخدامها من منصات رقمية بـ 30 تكراراً (34%) ، ما يبرز أهمية التوظيف البصري والفني في خدمة الرسالة النقدية. أما التعبيرات التهكمية والمبالغاة الساخرة فظهرت بـ 25 تكراراً (28%) ، ما يعكس اعتماداً لغوياً وأدائياً على التهكم والمبالغة كأدوات خطابية لبناء النقد الساخر.

القراءة الكيفية لفئة السخرية كأداة لتحليل البروباغندا:

تعتمد "جو شو" بشكل منهجي على السخرية باعتبارها أداة استراتيجية لتحليل وتفكيك البروباغندا الإعلامية. فلا تكتفي السخرية هنا بالإضحاك، بل تتحول إلى وسيلة لفضح التلاعب الإعلامي وإبراز الازدواجية في الخطاب السياسي والرسمي، عبر ممارسات ساخرة تعيد تشكيل المضمون المهيمن وتُعرِّيه أمام الجمهور.

تقليد المذيعين والإعلام الرسمي يشكّل أبرز أساليب البرنامج، حيث يُعاد تمثيل الأداء الإعلامي بأسلوب مبالغ فيه، يركّز على نبرة الصوت، لغة الجسد، والمصطلحات النمطية، ليكشف تهافت المضمون وافتقاده للموضوعية. هذا التقليد لا يسخر فقط من الأشخاص، بل من منظومة إعلامية كاملة، بما تحمله من خطاب سلطوي وأحادية في الطرح، ويحول المذيع الرسمي إلى "كاريكاتير" يجسّد التناقضات بدلاً من أن يخفيها.

أما عرض المقاطع الساخرة فيُستخدم كأداة تحليل بصري، يُسلّط الضوء من خلالها على مفارقات أو أحداث واقعية لكن يتم إعادة تقديمها ضمن قالب هزلي. هذه المقاطع تُحدث فجوة معرفية تسمح للمشاهد بالتفكير في اللا معقول الكامن في المؤلف، فتُصبح السخرية بذلك طريقاً للوعي لا للهروب من الواقع.

في حين تُستخدم التعبيرات التهكمية والمبالغات الساخرة داخل السياق الخطابي للبرنامج لتضخيم المواقف أو الأقوال بطريقة تفضح تناقضها أو تبرز سذاجتها. يتم هنا توظيف اللغة الساخرة كأداة تفكيك، حيث تتحوّل المفردات الرسمية إلى مادة فكاهية بمجرد نقلها إلى سياق ساخر يبرز هشاشتها المنطقية أو تناقضاتها الجوهرية.

السخرية، كما يُمارسها البرنامج، لا تُستخدم للتقليل من شأن الخصم فقط، بل لتحليل المنظومة الإعلامية ذاتها، وفضح أدوات اشتغالها على المستوى البلاغي، البصري، والخطابي. وبهذا، تتحول كل أداة سخريّة - سواء كانت تمثيلية أو لغوية أو مقطعية - إلى آلية تفكيك ناقدة للبروباغندا، تعيد التوازن بين سلطة الخطاب وسلطة المتلقي، وتمكّن الجمهور من التمييز بين الإعلام النقدي والإعلام الموجه.

21- فئة النقد الساخر للخطاب المصور

النقد الساخر للخطاب المصور	التكرار	النسبة
إعادة عرض مشاهد مقطّعة ثم التعليق عليها	10	37%
المقارنة الساخرة بين ما قيل وما حدث فعلاً	8	30%
التركيز على التناقضات والإخفاقات الرسمية	9	33%
المجموع	27	100%

القراءة الكمية لفئة النقد الساخر للخطاب المصور:

بلغ إجمالي تكرارات فئة "النقد الساخر للخطاب المصور" في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو" 27 تكراراً، توزعت على ثلاثة مؤشرات رئيسية تُظهر كيف يُعاد توظيف المادة البصرية الرسمية بأسلوب ساخر. تصدرت إعادة عرض مشاهد مقطّعة ثم التعليق عليها بـ 10 تكرارات (37%)، مما يعكس اعتماد البرنامج على تفكيك الخطاب المصور من خلال إعادة ترتيبه وتقديمه بشكل يبرز مفارقاته. تلتها التركيز على التناقضات والإخفاقات الرسمية بـ 9 تكرارات (33%)، وهو ما يُظهر سعي البرنامج لكشف التباينات بين الخطاب الرسمي وما يحمله الواقع من إخفاقات.

أما المقارنة الساخرة بين ما قيل وما حدث فعلاً فقد ظهرت في 8 تكرارات (30%)، ما يشير إلى توظيف فعال للمفارقة الزمنية كأسلوب نقدي، يتم فيه إظهار التناقض بين الوعود أو التصريحات الرسمية وما تحقق منها على أرض الواقع.

يعكس هذا التوزيع اعتماد البرنامج على التحليل البصري الساخر كأداة لفك شفرة الخطاب الرسمي، مع إبراز الانفصال بين الصورة الإعلامية والواقع السياسي والاجتماعي بطريقة تفضح المبالغات والتزييف.

القراءة الكيفية للنقد الساخر للخطاب المصور:

يُبرز جو شو وعياً بصرياً متقدماً في تعامله مع الصورة، مُحوّلاً إياها من مجرد عنصر إيضاح إلى مكوّن بنيوي في الخطاب الساخر، يُوظّف بذكاء لتفكيك السرديات الرسمية وفضح تناقضاتها. لا تُقدّم الصور - سواء أكانت ثابتة أم متحركة - بوصفها معطى محايداً، بل يُعاد

إنتاجها داخل سياقات ناقدة تُعيد تشكيل معناها الأصلي، وتُسلط الضوء على وظيفتها في صناعة الهيمنة الرمزية.

يُعتمد في البرنامج على صور مأخوذة من الحملات الحكومية، النشرات الرسمية، أو تغطيات إعلامية سلطوية، وتُقدّم ضمن إطار ساخر يضخم التناقض بين بلاغة الصورة ومضمونها الفعلي. في هذا السياق، لا تصبح الصورة دليلاً على الإنجاز أو الجدية، بل مادة للكشف عن زيف الخطاب من خلال مفارقات بصرية مدروسة: كأن يُظهر مسؤول في وضعية رسمية بينما تُعرض نتائج متردية للمشروع نفسه، ما يُحوّل الصورة إلى شهادة ضد ذاتها.

كما يُمارس البرنامج محاكاة بصرية لبلاغة الصورة الرسمية، فيبالغ في استخدام الرموز، الخلفيات، أو زوايا التصوير التي توظفها السلطة لإضفاء الجدية والشرعية، ليعيد إنتاجها بصورة ساخرة تكشف تكلفها وافتعالها. هذا اللعب البصري لا يهدف إلى الإضحاك فحسب، بل يُخلخل رمزية الصورة السلطوية ويعيد النظر في دلالاتها المستقرة.

من جهة أخرى، يُستخدم المونتاج والفلاتر البصرية والمؤثرات بطريقة واعية لتقويض السلطة الرمزية للمشهد البصري السلطوي. فتُشوّه الألوان، أو تُكَبّر عناصر معينة، أو يُبطّأ الإيقاع ليُظهر عبثية الخطاب البصري في تقارير الدعاية أو مشاهد التمجيد السياسي، ما يُفقد هذه المشاهد جدّيتها المزعومة ويعيد تأويلها بمنطق تهكمي.

وإضافة إلى ذلك، تُجرى مقارنات بصرية بين الصور الرسمية وصور بديلة، كصور ملتقطة من وسائل التواصل أو من تقارير مستقلة، ما يكشف التلاعب المقصود بزوايا العرض أو انتقائية الإطار. فيُظهر البرنامج كيف تُستخدم الصورة في الخطاب السلطوي بوصفها أداة إخفاء أكثر من كونها وسيلة إيضاح، ويعيد كشف هذا التزييف من خلال تضاد بصري مباشر.

هذا التناول لا يكتفي بالنقد، بل يُدمج ضمن مشروع أوسع من "التربية البصرية الساخرة"، حيث يُدرب المشاهد بشكل ضمني على قراءة الصورة نقدياً، والتشكيك في مقاصدها، وتحليل رموزها. وبهذا، تصبح الصورة - التي طالما استُخدمت كوسيلة تزويق - أداة مقاومة تُعزز وعي المتلقي وتضعه في موقع الفاحص بدلاً من المستهلك المنبر.

إن هذا التوظيف الذكي والمتعدد الأبعاد للصورة يُسهم في بناء وعي بصري نقدي يجعل من كل صورة مناسبة لتفكيك السلطة، ويُعيد تشكيل العلاقة بين الجمهور والمشهد الإعلامي ضمن أفق تحرري يتجاوز التلقي السلبي نحو المشاركة النقدية.

22- فئة إدارة الفقرات داخل الحلقة

إدارة الفقرات داخل الحلقة	التكرار	النسبة
فقرة افتتاحية ساخرة	9	41%
فقرة تسليط الضوء على الجمهور أو السوشيال ميديا	7	32%
خاتمة ساخرة أو دعوة للفعل	6	27%
المجموع	22	100%

القراءة الكمية لفئة إدارة الفقرات داخل الحلقة:

بلغ عدد التكرارات لفئة "إدارة الفقرات داخل الحلقة" في الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو 22" تكراراً، توزعت على ثلاثة أنماط تنظيمية رئيسية تسهم في بناء الهيكل الدرامي للحلقة. احتلت الفقرة الافتتاحية الساخرة التي تتناول حدثاً رئيسياً المركز الأول بـ 9 تكرارات (41%)، ما يشير إلى أهمية البداية القوية لجذب الانتباه وفرض الإطار الساخر الذي يُقرأ من خلاله محتوى الحلقة. تلتها فقرة تسليط الضوء على الجمهور أو السوشيال ميديا بـ 7 تكرارات (32%)، وهو ما يعكس توجهاً تفاعلياً في البرنامج، حيث يُستحضر رأي الجمهور كمكون رئيسي من النقاش العام.

أما الخاتمة الساخرة التي تُختتم برسالة رمزية أو دعوة للفعل فقد ظهرت في 6 تكرارات (27%)، ما يبرز دور النهاية في ترسيخ الرسائل النقدية وتوجيه المتلقي نحو الوعي أو الموقف. يشير هذا التوزيع إلى اعتماد البرنامج على بنية ثلاثية متوازنة تسعى إلى الجمع بين الترفيه والسخرية والتأثير السياسي في كل حلقة.

القراءة الكيفية لإدارة الفقرات داخل الحلقة:

يُظهر جوشو وعياً سردياً عالياً في بناء كل حلقة كوحدة خطائية مترابطة، لا كمجرد تجميع لمقاطع ساخرة. فالهندسة البنيوية للحلقة تعتمد على تصاعد إيقاعي متقن يبدأ بمدخل تمهيدي ساخر يُمهّد للموضوع الأساسي، ويستدرج المتلقي للدخول في العالم الخطابي للبرنامج. غالباً ما يأتي هذا المدخل في شكل نكتة، تشبيه تهكمي، أو استعارة بصرية، يُوظف فيها اللعب اللغوي والمونتاج، مما يضيف طابعاً خفيفاً يُمهّد لما سيأتي من طرح نقدي أعمق.

بعد التمهيد، تنساب الفقرات بشكل متدرج من حيث الكثافة المعلوماتية والتوتر الدرامي، فينتقل البرنامج بسلاسة من تقديم المعطيات إلى تحليلها، ومن المعالجة الإخبارية إلى المحاكاة الساخرة، ومن التعليق السياسي إلى الأداء التمثيلي أو الكوميديا البصرية. هذا التنوع الأسلوبي لا يفضي إلى تفكك، بل يُدار ضمن نسق موحد يُحافظ على وحدة النبرة والسياق، مما يجعل التلقي أكثر سلاسة واتساقاً.

ويُلاحظ أن البرنامج يراعي في هذا البناء التدرج في المستويات: من القضايا المحلية إلى الإقليمية ثم الدولية (أو العكس)، وفق تصاعد عاطفي وسياسي مدروس يُحاكي منطق التوترات الواقعية. هذا التسلسل يسهم في تثبيت "البؤرة السردية" للحلقة، ويمنح المشاهد شعوراً بالتماسك حتى مع تنوع الزوايا والمعالجات.

أحد أبرز ملامح هذا الترابط السردية هو تقنية "الاستدعاء"، حيث تُستحضر إشارات أو نكات من حلقات سابقة في سياقات جديدة، مما يخلق جسراً ذاكراتياً بين الحلقات، ويعزز الإحساس بأن البرنامج ليس سلسلة من الحلقات المنفصلة، بل نسيج تراكمي يمتد عبر الزمن. هذا الأسلوب يُقوّي الانتماء الجماهيري ويُفعل ذاكرة المتلقي، ويعزز من وحدة الخطاب الساخر ككل.

كما يُوظف التكرار الإيقاعي لبعض العبارات أو التعليقات الساخرة، والتي تتحول إلى "لازمات" متكررة، تؤدي وظيفة بلاغية وجمالية، وتسهم في ترسيخ هوية البرنامج وأسلوبه. هذه العبارات، حين تعاد في سياقات مختلفة، تولّد طابعاً تفاعلياً وترسخ لدى الجمهور مفاتيح قرائية مألوفة.

أما على المستوى التقني، فيُشكّل الإخراج والمونتاج عنصراً جوهرياً في تثبيت هذا التماسك البنيوي، حيث يُراعى التناسق الزمني والبصري في الانتقال بين المشاهد، كما تُدمج الشخصيات التمثيلية واللقطات الحقيقية بسلاسة، مما يُنتج انسياً درامياً يُعزز من ترابط الحلقة كمشهد متكامل لا كمجرد فقرات معزولة.

بهذا المعنى، تُقدّم كل حلقة من جوّشو نموذجاً لبنية سردية واعية، تتكامل فيها المكونات الشكلية والمضمونية لصياغة خطاب نقدي ساخر ذي بناء درامي متماسك، يجعل من التلقي عملية انخراط فعّال، ويُرسّخ البرنامج كمنظومة تعبيرية تجمع بين الفكاهة والتماسك الخطابي في آن واحد.

23- فئة التلاعب البصري والنصي

التلاعب البصري والنصي	التكرار	النسبة
تلاعب بالمقاطع المصور	8	50%
تلاعب بالنصوص	8	50%
المجموع	16	100%

القراءة الكمية للتلاعب البصري والنصي:

سُجّل في فئة "التلاعب البصري والنصي" خلال الحلقات من 33 إلى 44 من برنامج "جو شو" 16 "تكراراً"، توزعت بالتساوي بين التلاعب بالمقاطع المصورة والتلاعب بالنصوص، حيث حصل كل منهما على 8 تكرارات بنسبة 50%. ويعكس هذا التوزيع المتوازن استخداماً مزدوجاً للسخرية من خلال البُعدين البصري واللغوي، إذ يوظف البرنامج تقنيات تعديل الفيديو أو إعادة ترتيب المقاطع المصورة لخلق مفارقات بصرية ساخرة، بالتوازي مع معالجة النصوص الرسمية (مثل التصريحات أو الشعارات) بأسلوب تهكمي يُظهر تهافت الخطاب أو ازدواجيته.

هذا التوازن بين التلاعب البصري والنصي يُبرز التكامل بين الصورة والكلمة في بنية البرنامج الساخرة، ويعزز من فعالية الرسالة النقدية الموجهة للجمهور بطريقة تجمع بين الإضحاك وكشف التناقضات.

القراءة الكيفية لفئة التلاعب البصري والنصي:

يحتلّ التوظيف البصري في جوشو موقعاً محورياً في بناء الخطاب الساخر، إذ لا يُستخدم الجرافيك والمؤثرات البصرية كمجرد زينة شكلية أو وسيلة تسلية، بل كأداة بلاغية تحليلية تسهم في تفكيك الخطاب الإعلامي السائد وكشف التناقضات البنيوية داخله. فالبُعد البصري في البرنامج ليس ترفاً تقنياً، بل مكوناً معرفياً يُشارك بفاعلية في إنتاج المعنى الساخر.

يعتمد البرنامج على التشبيه البصري والتركيب الرمزي، حيث تُقارن تصريحات رسمية أو صور من خطابات سياسية برموز درامية أو صور ميثولوجية، ما يُنتج مفارقة فورية تُغني عن الشرح وتُحدث صدمة بصرية ضاحكة. هذا الشكل من المفارقة يُفجر السخرية من الداخل، دون الحاجة إلى تعليق مباشر، إذ تتحول الصورة إلى تعليق بذاتها.

ويبرز البرنامج براعة خاصة في التلاعب الزمني والبصري، إذ تُدمج مقاطع قديمة وحديثة لمسؤولين أو إعلاميين ضمن إطار ساخر يُبين التناقضات، مستخدماً الفلاتر أو المؤثرات النصية واللونية لإعادة تأطير المضمون. هذا التلاعب لا يُشوّه المادة بل يُعيد قراءتها بعيون ناقدة، ويُحفّز المتلقي على اكتشاف المفارقة بين الخطاب والصورة، بين الادعاء والحقيقة.

من أبرز الأساليب البصرية المستخدمة كذلك النصوص المصاحبة (مثل التعليقات المفاجئة أو الترجمات الساخرة)، والتي تُستخدم لتسليط الضوء على كلمات ملغومة أو مفردات ذات دلالة خفية في الخطاب السياسي. في كثير من الأحيان، تتحول هذه النصوص إلى شكل من أشكال التعليق الموازي، حيث تُستخرج الكلمة من سياقها الرسمي وتُعاد صياغتها داخل قالب تهكمي يفقدها قوتها الرمزية ويُظهر ابتذالها.

ومن الناحية الإيقاعية، تسهم العناصر البصرية في تنشيط بنية الخطاب، حيث تُكسر الرتابة بالانتقال المتكرر بين السخرية البصرية والسردي التحليلي. يتحول الإيقاع البصري إلى محرك للتلقي، يواكب تغير الموضوعات، ويُساعد على خلق تنوع أسلوبِي يحافظ على تفاعل الجمهور دون إخلال بالترابط الداخلي.

بهذا المعنى، تصبح العناصر البصرية في جو شو أكثر من مجرد أدوات دعم؛ إنها شريك كامل في إنتاج المعنى، تُساهم في تشكيل خطاب بصري ناقد يُخاطب المتلقي بعين يقظة، ويُعيد تقديم الإعلام الرسمي ضمن سياق تهكمي يفضح بنيته الرمزية. وهذا ما يجعل البرنامج نموذجاً رائداً للإعلام البديل الذي لا يكتفي بالكلمة بل يراهن على الصورة كأداة مقاومة وتحليل في آنٍ واحد.

24- فئة التقمص الكوميدي للشخصيات

التقمص الكوميدي للشخصيات	التكرار	النسبة
تجسيد المباشر	9	43%
شخصيات ساخرة	7	33%
تنكير التمثيلي	5	24%
المجموع	21	100%

القراءة الكمية لفئة التقمص الكوميدي للشخصيات:

سُجِّل ما مجموعه 21 حالة من التقمص الكوميدي للشخصيات خلال الحلقات المحللة، وظهر هذا التوظيف بأشكال متباينة توزعت على ثلاثة مؤشرات رئيسية. جاء في المرتبة الأولى "التجسيد المباشر" لشخصيات سياسية أو إعلامية واقعية بـ 9 تكرارات (43%)، ما يؤكد اعتماد البرنامج على تقليد شخصيات معروفة لتكثيف الأثر الساخر وتحقيق قرب أكبر من المتلقي. أما "الشخصيات الخيالية" فظهرت بـ 7 تكرارات (33%)، وتشير إلى ميل البرنامج لاختراع رموز ساخرة تعبر عن أنماط ذهنية وسلوكية سائدة. في حين جاء "التنكير التمثيلي" في المرتبة الثالثة بـ 5 تكرارات (24%)، ويعكس هذا النمط توظيفاً للكوميديا البصرية كجزء من الأداء التهكمي. هذا التوزيع يظهر تنوعاً في أساليب التقمص الكوميدي، ما يمنح البرنامج ديناميكية تعبيرية وقدرة على مخاطبة جمهور متعدد الحساسيات والتوقعات.

القراءة الكيفية لفئة التقمص الكوميدي للشخصيات:

يُعتبر التقمص الكوميدي للشخصيات أداة مركزية في البنية الساخرة لبرنامج "جو شو"، حيث لا يقتصر على الإضحاك أو التقليد، بل يتحول إلى وسيلة تحليل ونقد سياسي عبر تقنيات

الأداء والتمثيل. حين يعتمد البرنامج على "التجسيد المباشر" لشخصيات حقيقية، فهو يستثمر التعرف الفوري لدى الجمهور لتوجيه نقد لاذع، إذ يؤدي "جو" أدواراً لزعماء سياسيين أو مديعين معروفين محاكياً نبراتهم وعباراتهم المعتادة، فيضع الجمهور أمام نسخة كاريكاتيرية تفضح التناقضات والعبثية في خطاباتهم الرسمية. هذه المحاكاة الحية لا تستدعي التعليق، بل يصبح الأداء نفسه أداة فضح.

أما "الشخصيات الخيالية"، فهي تمنح البرنامج هامشاً أوسع من الحرية، حيث يبتكر شخصيات نمطية تمثل فئات اجتماعية أو ذهنية، مثل المواطن المؤيد بشكل أعمى أو المسؤول البيروقراطي المتواطئ. هذه الشخصيات لا تُحاكي فرداً بعينه، بل تعبر عن نماذج متكررة، ويُستخدم وجودها لإضفاء بعد رمزي يعالج الظواهر لا الأشخاص فقط. هذا النمط من الأداء يحول الكوميديا إلى خطاب تأويلي، حيث تتشكل الشخصية الساخرة بوصفها استعارة لنقد سلوك أو خطاب جماعي.

وفي المقابل، يُوظف "التنكر التمثيلي" لدعم الأداء عبر عناصر بصرية مثل الملابس، الماكياج، الأكسسوارات، وحتى الإضاءة أحياناً. هنا، تتحول الشخصية إلى صورة بصرية تحمل سخرية مزدوجة: من الشكل والمحتوى معاً. غالباً ما يُستخدم هذا الأسلوب في لحظات ذروة درامية - حين يُراد تضخيم المفارقة - فيرتدي "جو" زي وزير أو مقدم أخبار، ثم ينطق بسيناريو عبثي يكشف هشاشة الخطاب أو انكشافه.

نتائج الدراسة:

- يعتمد برنامج "جو شو" على بنية حلقية مرنة، تتكون من فقرات مترابطة من حيث المضمون لكنها مستقلة سردياً، مما يمنحه ديناميكية عالية ويخلق إيقاعاً سريعاً يتماشى مع طبيعته الساخرة. يدمج البرنامج بين الخطاب التوثيقي والتمثيلي، من خلال استخدام مقاطع حقيقية مأخوذة من الإعلام الرسمي أو السياسي، إلى جانب مشاهد تمثيلية ساخرة، ما ينتج خطاباً مزدوجاً يعمق المعنى النقدي ويوسع هامش التلقي الجماهيري.
- يركز مضمون البرنامج على قضايا سياسية راهنة، تتعلق بالسلطة، الفساد، القمع، الوعود الكاذبة، والتحالفات الإقليمية. ويظهر ميل واضح نحو نقد السلطة وخطابها الرسمي، من خلال مساءلة الشعارات السياسية وفضح التناقضات بين الأقوال والممارسات. كما يتطرق البرنامج إلى قضايا اجتماعية وثقافية في سياقات مساندة، وغالباً ما يُعالجها عبر نقد الخطاب السلطوي الذي يغلفها.
- وظيفياً، يجمع البرنامج بين أهداف نقدية وتوعوية وترفيهية. فهو يسلط الضوء على أوجه الفساد والتضليل الإعلامي، ويقدم رؤية ساخرة تُسهم في تعزيز الوعي النقدي لدى الجمهور، دون أن يغفل البعد الفكاهي الذي يُسهّل التلقي ويُضفي بعداً إنسانياً على المواضيع المعقدة.
- يُبرز البرنامج صورة المجتمع كضحية للسلطة وخطابها، لكنه يقدم هذا المجتمع أيضاً كفاعل واعي وقادر على السخرية من القمع، مما يعكس رؤية إيجابية للجمهور كجزء من الفعل السياسي الرمزي. كما يشير إلى الدور النشط لوسائل التواصل الاجتماعي والجمهور الرقمي في مقاومة الخطاب الرسمي ومراقبة السلطة.
- تُستخدم الشخصيات في البرنامج بوصفها أدوات ساخرة ونقد. إذ تُستدعى شخصيات سياسية وإعلامية حقيقية ويُعاد تشكيلها بأسلوب ساخر منتظم، إلى جانب ابتكار شخصيات خيالية ساخرة تحمل دلالات رمزية، ما يُنتج أيقونات هزلية يتراكم معناها من خلال التكرار. كما تُستخدم الأقنعة والرموز البصرية كوسائل لدعم التهم البصري، بينما يُعطى الجمهور التمثيلي مساحة داخل الأداء، في إعادة اعتبار لدور المواطن.
- الأسلوب التمثيلي يحتل موقعاً محورياً في البرنامج، حيث يُقدّم المقدم شخصيات عامة بأساليب بسيطة، تجمع بين المحاكاة والتشويه الكاريكاتيري، مما يحول الرموز السلطوية إلى

شخصيات هزلية قابلة للنقد والتفكيك. ويُستخدم التلاعب الحركي والجسدي، إلى جانب التنقل بين شخصيات تمثيلية متعددة، لتوسيع المشهد الساخر وتنويعه.

- على مستوى الخطاب البصري، يتم توظيف المونتاج الساخر، المؤثرات الصوتية، الإضاءة والخلفيات الرمزية، والتلاعب بالمقاطع والنصوص، في بناء مشهد بصري متكامل يُؤلّد طبقة غير منطوقة من السخرية تعزز الرسالة. كما تُستخدم تعليقات مكتوبة، مقارنات بصرية، ومقاطع حقيقية يُردّ عليها بسخرية، ما يخلق خطاباً مزدوجاً يُواجه الرسمي بالتهكمي.

- لغوياً، يُراوح البرنامج بين اللغة العامية القريبة من الجمهور، والفصحى ذات البنية الساخرة، مع الاعتماد على التوريات، المفارقات، الأمثال الشعبية، والاقتباسات، ما يمنح النص بعداً هجيناً يجمع بين الطرافة والعمق. ويظهر هذا التلاعب اللغوي كوسيلة لإنتاج المعنى النقدي عبر اللغة ذاتها.

- الخطاب الإقناعي في البرنامج لا يُقدّم بشكل مباشر، بل من خلال توازن بين السخرية والفكاهة، الحجاج العقلي، واستثارة العاطفة، فضلاً عن توظيف القيم المشتركة. كما يُشجع على تفاعل الجمهور، من خلال عرض ردود الأفعال الشعبية أو السوشيال ميديا، ودمج التعليقات أو المقاطع المنتشرة، ما يخلق إحساساً بالمشاركة الرمزية.

- من حيث المصادر، يُبنى الخطاب على استشهادات من السياسيين، تقارير بحثية، مقتطفات من نشرات الأخبار، ومحتوى السوشيال ميديا، مما يعكس تعدد الأصوات ويُسهّم في فضح التناقضات داخل المنظومة الرسمية. ويتم التركيز على التناقض بين ما يُقال رسمياً وما يحدث فعلياً، لتوليد صدمة معرفية لدى الجمهور عبر مفارقات بصرية وسردية.

- أما من حيث الإيديولوجيا، فإن البرنامج يُظهر انحيازاً واضحاً لقيم الحرية والحقوق والديمقراطية، دون أن يُقدّم خطاباً حزبياً مباشراً، بل من خلال تفكيك خطاب الاستبداد وتعرية رموزه. كما ينتقد خطاب القومية الزائفة الذي يُستخدم كغطاء للتسلط، ويرفض تأليه السياسي وتقديس الرموز الدينية، مؤكداً على ضرورة مساءلة السلطة الدينية والسياسية على حد سواء.

- في النهاية، يشكّل البرنامج مساحة رمزية للمقاومة الثقافية، حيث تتحول السخرية إلى أداة تحليل وتفكيك للسلطة، ويُعاد الاعتبار للمواطن كمشارك في إنتاج الوعي لا مجرد متلقٍ سلبي.

إن "جو شو" لا يُقدّم السخرية كوسيلة للهروب من الواقع، بل كأداة لمواجهة وتحليله وإعادة صياغته شعبياً من داخل الكوميديا السياسية.

لقد كشفت هذه الدراسة، من خلال تحليل الأبعاد الرمزية للسخرية السياسية في برنامج "جو شو" على قناة "التلفزيون العربي"، عن الدور المركب الذي تمارسه السخرية في الفضاء الإعلامي العربي بوصفها شكلاً من أشكال المقاومة الرمزية والنقد الثقافي. فالبرنامج لا يقتصر على تقديم محتوى ترفيهي يثير الضحك أو التسلية، بل يقوم بإنتاج خطاب بديل يستبطن قيماً نقدية ويعيد مساءلة الخطابات الرسمية المهيمنة، من خلال أدوات تعبيرية هجينة تمزج بين الكوميديا، الإعلام، والدراما الرمزية.

وقد بينت نتائج الدراسة أن البرنامج يستخدم السخرية بوصفها آلية رمزية تهدف إلى تفكيك السلطة الرمزية للخطاب السياسي والإعلامي، وذلك من خلال أساليب متعددة أبرزها: المحاكاة الساخرة، التهمك، المفارقة، التلاعب بالألفاظ، وتوظيف الشخصيات النمطية الساخرة. كما اعتمد البرنامج في بنائه الشكلي على تقنيات فنية تلفزيونية معاصرة تُسهم في تعزيز البعد الرمزي للخطاب، من بينها: البنية الفكرية المقطعة، التوازي النصي، توظيف المؤثرات البصرية، والمزج بين الوثائق والتمثيل.

ويمكن القول إن السخرية في "جو شو" لا تعمل في الفراغ، بل تنبع من واقع سياسي واجتماعي يتسم بالتناقضات، وغياب الشفافية، وتزايد الفجوة بين الخطاب الرسمي وواقع المواطن. وهنا تبرز الوظيفة الرمزية للبرنامج باعتباره وسيلة لتقويض هذا التناقض، وكشف زيف الشعارات، وإعادة تشكيل الوعي العام حول السلطة، الإعلام، والمواطنة.

كما أن البرنامج يُعيد الاعتبار للفرد العربي، لا بوصفه متلقياً سلبياً، بل كمواطن فاعل، واعي، يمتلك القدرة على السخرية والنقد والفهم، في مواجهة أنظمة تستخدم الإعلام لفرض خطابها الأحادي. ومن هذا المنطلق، فإن السخرية في هذا السياق تمثل شكلاً من الخطاب المضاد، الذي يعمل من داخل الهامش، لكنه يُحدث أثراً مركزياً في تشكيل الرأي العام وتحدي السلطة الرمزية.

وتأسيساً على ما سبق، يمكن النظر إلى "جو شو" بوصفه ممارسة إعلامية-ثقافية تؤسس لما يمكن تسميته بـ "الإعلام الرمزي المقاوم"، الذي يوظف اللغة الساخرة لتحدي المنظومات السلطوية، دون اللجوء إلى العنف أو الصدام المباشر، بل من خلال توظيف التهمك والإبداع كأدوات تفكيك رمزي تُعيد تشكيل المشهد الإعلامي العربي المعاصر.

أولاً: القرآن الكريم

1. القرآن الكريم، سورة الحجرات.

ثانياً: القواميس والمعاجم

2. مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي، القاموس المحيط، ط8، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، 2005.

ثالثاً: الكتب

3. اعمر يوسف، آمال عامر، الخطاب الإعلامي الساخر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 1، العدد 3-4، 2017.

4. أحمد بدر، علوم الاعلام (البحث العلمي-المناهج-التطبيقات)، دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.

5. جلين ولسون، تز: شاكر عبد الحميد، سيكولوجية فنون الأداء، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2000.

6. حامد عبده الهوال، السخرية في الأدب المازني، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1982.

7. حسنين شفيق، الاعلام الساخر: الضحك بطعم الوج في الصحافة والبرامج التلفزيونية ومواق التواصل الاجتماعي، دار الكتب، مصر، 2017، ص 221-222.

8. حسين حمد خير الله، الاعلام والسلطة الرابعة، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، 2015.

9. حموش عبد الرزاق، وآخرون، المشهد الإعلامي الرقمي في الجزائر، ألفا للوثائق، الجزائر، ط1، 2022.

10. خالد القشطيني، السخرية السياسية العربية، دار الساقى للطباعة والنشر، لبنان، 1992.

11. رائد عبيس، فلسفة السخرية، عند بيتر سلوتردايك، مشورات الاختلاف، الجزائر، ط1، 2016.

12. ستيفن كولمان، كارين روس، الإعلام والجمهور، ترجمة: صباح حسن عبد القادر، دار الفجر، القاهرة، ط1، 2012.
13. سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات العربية المتحدة الجمهورية اللبنانية، 2020.
14. سلوى إمام علي، منى سعيد الحديدي، الإعلام والمجتمع، مكتبة الأسرة، القاهرة، ط1، 2004.
15. السيد أحمد ومصطفى عمر، البحث العلمي: مفهومه إجراءاته ومناهجه، مكتب الفلاح، القاهرة، ط1، 2008.
16. شاكر عبد الحميد، الفكاهة والضحك، رؤية جديدة، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2013.
17. شفيق حسين، الاعلام الساخر: الضحك بطعم الوجد في الصحافة والرايح التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي، 2017.
18. عبد الحليم حفني، التصوير الساخر في القرآن الكريم، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1992.
19. عبد الحميد محمد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1997.
20. عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي، ط3، وكالة المطبوعات الكويت، 1977.
21. عبد العالي رزاق، كيف تصبح صحفي الخبر في الإذاعة والتلفزيون والانترنت، دار هومة، الجزائر، ط1، 2011.
22. عبد العزيز شرف، اللغة العربية لغة إعلامية، دار الرفاعي، القاهرة، ط1، 1983.
23. عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2006.
24. جلين ولسون، تر: شاكر عبد الحميد، سيكولوجية فنون الأداء، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2000.

25. حامد عبده الهوال، السخرية في الأدب المازني، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1982.
26. حسنين شفيق، الاعلام الساخر: الضحك بطعم الوج في الصحافة والبرامج التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي، دار الكتب، مصر، 2017، ص 221-222.
27. حسين حمد خير الله، الاعلام والسلطة الرابعة، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط 1، 2015.
28. حموش عبد الرزاق، وآخرون، المشهد الإعلامي الرقمي في الجزائر، ألفا للوثائق، الجزائر، ط 1، 2022.
29. خالد القشطيني، السخرية السياسية العربية، دار الساقى للطباعة والنشر، لبنان، 1992.
30. رائد عبيس، فلسفة السخرية، عند بيتر سلوتردايك، مشورات الاختلاف، الجزائر، ط 1، 2016.
31. ستيفن كولمان، كارين روس، الإعلام والجمهور، ترجمة: صباح حسن عبد القادر، دار الفجر، القاهرة، ط 1، 2012.
32. سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، ط 1، الإمارات العربية المتحدة الجمهورية اللبنانية، 2020.
33. سلوى إمام علي، منى سعيد الحديدي، الإعلام والمجتمع، مكتبة الأسرة، القاهرة، ط 1، 2004.
34. السيد أحمد ومصطفى عمر، البحث العلمي: مفهومه إجراءاته ومناهجه، مكتب الفلاح، القاهرة، ط 1، 2008.
35. شاكر عبد الحميد، الفكاهة والضحك، رؤية جديدة، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب، الكويت، 2013.
36. شفيق حسين، الاعلام الساخر: الضحك بطعم الوجع في الصحافة والبرامج التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي، 2017.
37. ضياء مصطفى، السخرية في البرامج التلفزيونية، دار الصفحات، سوريا 2014.

38. عبد الحليم حفني، التصوير الساهر في القرآن الكريم، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر 1992.
39. عبد الحميد محمد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1997.
40. عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي، ط3، وكالة المطبوعات الكويت، 1977.
41. عبد العالي رزاق، كيف تصبح صحفي الخبر في الإذاعة والتلفزيون والانترنت، دار هومة، الجزائر، ط1، 2011.
42. عبد العزيز شرف، اللغة العربية لغة إعلامية، دار الرفاعي، القاهرة، ط1، 1983.
43. عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2006.
44. العربي بوعمامة، الصحافة الساهرة في الوطن العربي، منشورات ألفا للوثائق، الجزائر، ط1، 2020.
45. عصام الدين حسن أبو العلاء، نظرية ارسطو طاليس عن الكوميديا، مكتبة مبدولي، القاهرة، 1993.
46. عكاك فوزية، الترفيه وأوقات الفراغ لدى الشباب، مجلة المربي، المجلد 21، الجزائر، 2018.
47. علاق امينة، اعمال الملتقى الوطني: التدوين السياسي الساهر في الجزائر، ط1، الناشر دار جودة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2024.
48. ماكس ماكومز وآخرون، محمد صفوت حسن أحمد، الأخبار والرأي العام: آثار الاعلام على الحياة المدنية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012 ن ص 28-30.
49. مجد هاشم الهاشمي، الاعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، ط2، 2003.
50. محمد الباز، نكت السيد الرئيس، كنوز للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 2005.

51. محمد جديدي، الحداثة وما بعد الحداثة في فلسفة ريتشارد رورتي، منشورات الاختلاف، 2008، ط1.
52. محمد خليل عباس وآخرون، مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط5، دار المسيرة، عمان، 2014.
53. محمد سعيد الريحاني، وراء كل عظيم أقزام، طوب بريس، المغرب، ط1، 2012.
54. مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2002.
55. مصطفى محمد الحسناوي، واقع اللغة الاعلام المعاصر، دار أسامة، الأردن، ط1، 2012.
56. نصيف نصار، باب الحرية: انبثاق الوجود بالفعل، دار الطابعة، بيروت، ط1، 2003.
57. يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين الطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
- رابعاً: المجلات العلمية**
58. امير علي عبد الأمير، طالب عبد المجيد ذياب، موضات البرامج التلفزيونية الساخرة وانعكاسها على السياسي العراقي، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد15، العدد61 (2023)، بغداد.
59. أمينة أحمد حامد جاد رفاعي، حسن علي محمد، أخلاقيات البرامج الساخرة ومدى الالتزام بالمعايير المهنية، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، المجلد9، العدد44، 2023.
60. جودي فارس البطاينة، تجليات السخرية في الادب الأردني رواية [عائدة الى آئينا] نموذجاً، مجلة دفاتر الشعرية الجزائرية، المجلد07، العدد02، جامعة جرش، المملكة الأردنية الهاشمية، 2022.

61. خلفه بدره، فرزولي مختار، معالجة المنشورات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الواقع الجزائري، دراسة تحليلية لعينة من منشورات ساخرة على الفيسبوك، مجلة العلوم الإنسانية واجتماعية، المجلد 13/العدد 01 (2023)، جامعة بسكرة، 2023.
62. علاق امينة، الكوميديا السياسية في الجزائر: من وسائل الاعلام التقليدي الى منصات الاعلام الجديد -قراءة تحليلية-، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة ام البواقي، المجلد 6، العدد 2، ديسمبر 2019.
63. نعيم بوعموشة، تقنية تحليل المضمون في العلوم الاجتماعية، مجلة دراسات في علم الاجتماع المنظمات، المجلد 10، العدد 01، 2022.
64. ولاء فايز محمد السريتي، معالجة البرامج الساخرة للأحداث الجارية في مصر، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد 4، 2014.

خامسا: المذكرات والرسائل والاطروحات

65. أمال عامر، أثر الاتصال السياسي الاستعراضي من خلال البرامج التلفزيونية الساخرة على الوعي السياسي لدى الشباب، أطروحة دكتوراه، تخصص اتصال سياسي واجتماعي، جامعة الجزائر 3، 2017-2018.
66. باعزیز زهرة، توجهات البرامج السياسية الساخرة على قنوات اليوتيوب، تحليل مضمون عينة من برنامج السليط الإخباري على قناة AJ+ في الفترة الممتدة ما بين جانفي إلى أكتوبر 2021، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 15/العدد 3 (2023)، جامعة الجزائر 3، 2023.
67. حمدان خضر سالم، تطور الكاريكاتور في الصحافة العراقية، 1811-1838 دراسة من صحيفتي "جنربوز وقرندبل"، أطروحة دكتوراه جامعة بغداد، قسم الاعلام، 2000.
68. شهرزاد خابط، روفية خلفوشي، دلالات السخرية في البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة -دراسة سيميون وجية على عينة من حلقات برنامج "جوشو" الموسم السادس، ومذكرة

مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمع البصري، جامعة صالح بونبندر قسنطينة 3-، 2022/2021، الجزائر.

69. عواج حليلة، العزوزي حرزولي، ادب الفكاهة ونشاط الاعمال الموجهة في المرحلة المتوسطة، الحضور والغياب، مجلة علوم اللغة العربية وآدابها، المجلد 12، العدد 01، 15 مارس 2020، جامعة باتنة 1، الجزائر.

70. ندى بوكعبن، تجليات الكوميديا في النص المسرحي الجزائري، دراسة نسقية ثقافية لنماذج مختارة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الطور الثالث، الدراسات اللغوية الأدبية، اللغة والادب العربي، الآداب واللغات، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر.

71. نوال بومشطة، ترتيب الأولويات في البرامج السياسية الساخرة في القنوات التلفزيونية الأمريكية دراسة تحليلية لعينة من برنامج "wohs yliaD ehT" على قناة (lartneC ydemoC) من 10 سبتمبر 2018 الى 01 أكتوبر 2018، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، الجزائر.

72. هوني رحاب، خذير وسام، أثر السياحة الترفيهية على ولاء الزبون دراسة حالة عينة من زوار مركز الألعاب مسعودي "بتقرت"، تخصص تسويق الخدمات، العلوم التجارية، كلية العلوم اقتصادية، والعلوم التسيير والعلوم تجارية، جامعة قاصد مرباح ورقلة، الجزائر.

سادسا: مواقع الانترنت

73. أحمد منصور، البرامج السياسية الساخرة في شبكة الجزيرة: فاعلية الخطاب النقدي وآليات اشتغاله، على الموقع:

<https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2019/08/190801163422068.h>

.tml

74. تريسبي أبو أنطوان، الكوميديا التلفزيونية اللبنانية تبث رسائل سياسية، جريدة إيلاف الإلكترونية، على الموقع: <http://elaph.com/web/lebanon>

75. تلفزيون العربي، الموقع: نزيد الموقع <https://www.alaraby.com>

76. موقع:

<https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2019/08/190801163422068.html>

77. عكاشة، محمود " .تحليل النكت السياسية في ضوء تقنية الرمز والكتابة . " منتدى اللسانيات ، بتاريخ 2009/8/25م، تاريخ المعاينة: 21/07/2016 على الساعة 02:36
<http://www.lissaniat.net/viewtopic.php?p=7520&sid=7f831bb2fa5fa6df0fd23836a3377>

78. مقابلة م الشيخ النوي، الكوميديا الساخرة في التلفزيون الجزائري، على الموقع

<Http://Aldhazair 24.com /media/30564.htm>:

79. ميار فتحي عبد الرؤف محمود، السخرية السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الرأي العام المصري، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية، الاقتصادية والسياسية، 30 سبتمبر 2021، https://democraticac.de/?p=77547#_ftn15

80. عاطف سلامة، النكتة السياسية: نقد مباشر وصريح، حوار متمدن، 31/05/2007، عن الموقع الإلكتروني: 1 <http://org.ahewar.www> تاريخ التصفح: 28/04/2025، على الساعة 23.0

81. عبد اللطيف حيدر، البرامج السياسية الساخرة في شبكة الجزيرة: فاعلية الخطاب النقدي وآليات اشتغاله، مركز الجزيرة للدراسات، نشر يوم 1 أغسطس، 2019، على [/https://www.alaraby.com](https://www.alaraby.com)

سابعاً: المراجع الأجنبية

82. Alan Dundes, Laughter behind the Iron Curtain, The Ukrainian Quarterly, vol.27, no.1,1971.

83. Alexander Rose, When Politics is a Laughing Matter, Policy Review, January 2002.

84. Anne-Marie Gingras, « La démocratie et les nouvelles technologies de l'information et de la communication : illusions de la démocratie directe et exigences de l'action collective », In politique et société, Québec, Société québécoise de science politique, Vol.18, N.2, 1999.
85. Bernard R. Berelson, *Content Analysis in Communication Research* (Glencoe, IL: Free Press, 1952).
86. Caty Borum Chatto, Lauren Feldman, A comedian and an activist walk into a bar: The serious role of comedy in social justice, University of California Press, USA, 2020.
87. Colin Barker, The Making of Solidarity at Lenin Shipyard in Gdansk, in: Jeff Goodwin, James M, Jasper, and Francesca polletta, eds, *Passionate Politics: Emotions and Social Movements*, Chicago, IL: University of Chicago Press, 2001.
88. Daxton R,S tewart, the daily show effect, paper presented in the entertainment studies interest group at the AEJMC , Univrsity of missuri, 2007.
89. Don Nilsen, The social Functions of Political Humor, *Journal of Popular Culture*, vol.24, no.3 1990.
90. Fred N. Kerlinger, *Foundations of Behavioral Research*, 2nd ed. (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1973).
91. Gabriel Dharmoo, Anthropologies imaginaires: Une critique de la colonialité par la voix et la satire, *Anthropologie et Sociétés*, vol. 43, no 1, 2019.

92. James Compell and. weigel. Hepler, Dimensions in communication Readings. California: w. olnc,1965.
93. Jason T Peifer, can we be funny? The social responsibility of political humor, Journal of Mass Media Ethicsvol, 27, no 4, 2012.
94. Jeffrey P Jones, Entertaining politics: New political television and civic culture, Rowman & Littlefield, USA, 2005.
95. Oliver Conolly, Haydar Bashshar, The good, the bad and the funny, The Monistvol, 88, no 1, 2005.
96. Samuel Schmidt, Seriously Funny: Mexican Political Jokes as Social Resistance, translated by Adam Schmidt, Tucson, AZ: University of Arizona press, 2014.
97. Sara J. Burton, "More than entertainment ": The role of satirical news in dissent, Deliberation, and democracy. AThesis of master, College of communications, The Pennsylvania state university, United states, 2010.
98. Sigmund Freud, Jokes and Their Relation to the Unconscious, New York: London: Hogarth Press, 1960.
99. Srdja Popovic and Mladen Joksic, Why Dictators Don't Like Jokes, Foreign Policy, 5 avril 2013, <http://foreignpolicy.com/2013/04/05/why-dictators-dont-like-jokes> 2016/11/10

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الشعبية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

القطب الجامعي - شتمة -

مذكرة التخرج تحت عنوان:

الابعاد الرمزية للسخرية السياسية في التلفزيون

دراسة تحليلية لبرنامج "جو شو" على قناة التلفزيون العربي.

مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري

أستاذ(ة): السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته، هذه استمارة تحليل المضمون التي اخترتها فيها فئات الشكل والمضمون نقدمها لكم في إطار انجاز دراسة حول: الابعاد الرمزية للسخرية السياسية في التلفزيون -دراسة تحليلية لبرنامج "جو شو" على قناة التلفزيون العربي-

، نرجو من سيادتكم اعانتنا على تثبيتها عن طريق القيام بما يلي:

- قراءة الدليل قراءة دقيقة.
 - وضع علامة O أمام التعريف الذي ترونه مناسب لمعناه في مضمون العينة.
 - وضع علامة Z أمام التعريف الذي ترونه بحاجة إلى تعديل.
 - وضع علامة X أمام التعريف الذي ترونه غير صحيح.
- وإذا رأيتم أن هناك ملاحظات لا بد من تدوينها، فالرجاء القيام بذلك في مكان متخصص لها كل.

الأستاذ:

ا. عبادة هشام

الطالبة:

بن عيسى صفاء

السنة الجامعية

2024م - 2025م

- دليل التعريفات الإجرائية لفئات المضمون والشكل -

فئات الشكل	
هو الطريقة التي يُقدّم بها البرنامج بصرياً وإخراجياً، بما يشمل الإخراج، المونتاج، الإضاءة، المؤثرات البصرية والصوتية، وكل ما يتعلق بالتقنيات المستخدمة لإبراز السخرية وتعزيز التأثير البصري على المتلقي. المونتاج الساخر (قطع سريع، مشاهد أرشيفية) الإضاءة والخلفيات الرمزية (ألوان، شعارات) استخدام المؤثرات الصوتية والموسيقية الساخرة	1- الشكل الفني للبرنامج
هي نوعية الخطاب واللغة المستخدمة في البرنامج، سواء كانت عامية أو فصحي، وتشمل الأساليب اللفظية الساخرة مثل المفارقات والتهمك والتلاعب بالأمثال أو الاقتباسات بهدف إيصال رسالة نقدية بطريقة فكاهية. اللغة العامية (القريبة من الجمهور) الفصحى الساخرة (خاصة في الفقرات التهمكية) المفارقات اللفظية (كلمات ضد المعنى) اللعب بالأمثال الشعبية أو الاقتباسات	2- طبيعة اللغة الساخرة
أسلوب المقدم (يوسف حسين) في تجسيد السخرية عبر تعبيراته الجسدية والوجهية، وتقليد الشخصيات، واستخدام الرموز البصرية كالملابس والأقنعة لتوصيل الرسائل بشكل درامي ساخر. تقليد الشخصيات (وزراء، رؤساء، إعلاميون) استخدام الأقنعة أو الملابس الرمزية	3- الأسلوب التمثيلي (الأداء الشخصي)

الملاحق

التعبيرات الجسدية والوجهية المبالغ فيها التنقل بين شخصيات خيالية (أبو فلان، الكائن)	
--	--

فئات المضمون	
4- فئة القيم	تعبّر عن المبادئ والمعايير التي يعززها البرنامج أو ينتقد غيابها. يمكن أن تكون سياسية (حرية، ديمقراطية)، اجتماعية (تضامن)، ثقافية (هوية، تراث)، أخلاقية (صدق، شفافية). القيم السياسية: حرية التعبير، رفض الاستبداد. القيم الاجتماعية: التضامن مع الشعوب المظلومة، رفض الفساد الاجتماعي. القيم الثقافية: الدفاع عن الهوية العربية، مواجهة التغريب أو الاستلاب. القيم الأخلاقية: الجرأة في قول الحقيقة، التمسك بالنزاهة.
5- فئة الجمهور المستهدف	الجمهور المستهدف هو الفئة التي يخاطبها البرنامج، والتي يصمم محتواها ليناسبها. الشباب العربي الواعي سياسياً. المعارضون أو المتضررون من الأنظمة السياسية. المثقفون والإعلاميون. رواد السوشيال ميديا (نظراً لشعبية البرنامج أونلاين).
6- فئة اتجاه البرنامج	يتبنى البرنامج موقفاً ناقداً ساخراً تجاه الخطاب الرسمي والإعلامي، حيث يُسلط الضوء على التناقضات بين التصريحات الرسمية والممارسات الفعلية، ويبرز ازدواجية المعايير في تناول القضايا السياسية والاجتماعية. اتجاه معارض للنظام.

اتجاه ناقد للجميع (سلطة ومعارضة). اتجاه تعبوي يحث الجمهور على الوعي السياسي. اتجاه ساخر من تناقض الخطاب الرسمي	
يعتمد البرنامج بشكل رئيسي على تقديم المحتوى من خلال مونولوج ساخر يُقدّمه يوسف حسين، حيث يُعلّق على الأحداث السياسية والاجتماعية بأسلوب فكاهي. يتم تعزيز هذا الأسلوب باستخدام مقاطع فيديو مقتطفة من وسائل الإعلام الرسمية، وتصريحات المسؤولين، ومشاهد من الواقع، مما يسهم في إبراز التناقضات والنقد الساخر. مونولوج من المقدم. استحضار مقاطع فيديو للتعليق عليها. شخصيات وهمية يؤديها المقدم نفسه. عدم وجود حوار مباشر مع ضيوف.	7- فئة أسلوب العرض المحتوى
هي الوسائل البلاغية والتواصلية التي يستخدمها البرنامج لإقناع الجمهور بأفكاره ومواقفه. في البرامج الساخرة، تلعب السخرية دوراً مركزياً لكنها تتقاطع مع أدوات أخرى مثل التبسيط، التضخيم، المفارقة، الأرقام. السخرية والمفارقة. التضخيم والتهكم. التبسيط لتقريب المفاهيم. الاستشهاد بالأرقام والمصادر. استخدام الرموز والصور الساخرة	8- فئة الأساليب الإقناعية
تشير هذه الفئة إلى الجوانب السياسية الأساسية التي يعالجها البرنامج، مثل نقد الأنظمة الحاكمة، تناول الانتخابات، مناقشة العلاقات الدولية، وتسليط	9- فئة الأبعاد

السياسية الضوء على قضايا حقوق الإنسان. نقد السلطة والحكم. قضايا الانتخابات. العلاقات الخارجية والصراعات الدولية. قضايا الحقوق والحريات.	
10 - فئة المعتقدات الإيديولوجية (الفكرية) هي الخلفيات الفكرية التي تنعكس في خطاب البرنامج: هل ينطلق من توجه ليبرالي؟ قومي؟ إصلاحي؟ أم مزيج؟ الإيديولوجيا هنا تُفهم عبر المواقف المتكررة والقيم المدافع عنها. الليبرالية السياسية (دفاع عن الحريات، معارضة الاستبداد). القومية العربية (دفاع عن قضايا عربية مشتركة). النزعة الإصلاحية (إصلاح الأنظمة بدل إسقاطها). معاداة الاستعمار والتبعية.	
11 - فئة أشكال السخرية تشير هذه الفئة إلى الأساليب المتنوعة التي يستخدمها البرنامج للتعبير عن السخرية والازدراء تجاه السياسيين والمؤسسات، بهدف نقد السياسات وكشف التناقضات بطريقة فكاهية تُحفّز الجمهور على التفكير النقدي. تقليد الشخصيات السياسية. التشكيك بمشروعية الخطاب الرسمي. كشف الوعود الكاذبة. كشف التناقضات والكذب. محاكاة البرنامج السياسات العامة بشكل ساخر.	
12 - فئة المقصود بها كل الشخصيات التي تظهر في البرنامج سواء كشخصيات	

واقعية (سياسية، إعلامية، معارضة) أو شخصيات ساخرة يبتكرها البرنامج (أصوات، دمي، شخصيات كرتونية). الشخصيات السياسية الحقيقية (رؤساء، وزراء، نواب، معارضون). الشخصيات الإعلامية (مذيعون، صحفيون). الشخصيات الساخرة المبتكرة (شخصيات صوتية أو وهمية يؤديها يوسف). الجمهور التمثيلي (عامة الناس في التقارير أو الفيديوها).	الشخصيات
هذه الفئة تحدد نوعية القضايا التي يتناولها البرنامج، والتركيز على معالجة قضايا سياسية، اجتماعية، وثقافية متنوعة، مستخدماً السخرية كأداة نقدية لكشف التناقضات في الخطاب الرسمي والسياسات. الموضوعات السياسية (انتخابات، استبداد، فساد). الموضوعات الاجتماعية (الفقر، العدالة الاجتماعية، التعليم). الموضوعات الثقافية (الهوية، الدين، اللغة، التراث).	13- فئة الموضوع
هي الفئة التي تتناول القضايا والمواضيع السياسية المطروحة في الحلقات، مثل السياسات الحكومية، العلاقات الدولية، النزاعات الإقليمية، والقرارات السياسية المؤثرة على الواقع المحلي أو العربي القضايا المحلية القضايا الدولية	14- فئة القضايا السياسية
هي الرسائل الكبرى التي يسعى البرنامج لإبراز قصور دور السلطة، رفع الوعي السياسي، توجيه رأي الجمهور، أو مجرد الترفيه. كشف الفساد والسلطة. زيادة وعي الجمهور السياسي.	15- فئة الأهداف

الملاحق

تحفيز الجمهور على التفكير النقدي. الترفيه والتسلية الساخرة.	
ترصد كيفية تصوير البرنامج للمجتمع من حيث وعيه أو خداعه، مقاومته أو استسلامه، وقهره أو تواطئه تجاه القضايا المطروحة. صورة المجتمع كضحية للسلطة. صورة المجتمع كرافض لبرنامج الحكومة. صورة المجتمع كساخر وواع.	16- فئة صورة المجتمع
كل الإشارات إلى التفاعل بين البرنامج والجمهور أو بين الجمهور ومضمون الحلقة. تعليقات أو تغريدات المشاهدين. ردود أفعال الجمهور عبر السوشيال ميديا. استطلاعات رأي أو أسئلة مفتوحة للجمهور. تفاعل مباشر.	17- فئة التفاعلية
تشمل الأساليب والطرق التي يستخدمها البرنامج لإقناع الجمهور بالإقبال عليه، مثل: استثارة العاطفة، توظيف السخرية والفكاهة، تقديم حجج عقلانية، استدعاء القيم المشتركة، بناء هوية جماعية، وتشجيع التفاعل، بهدف جذب الجمهور وتوجيه ميولهم. استثارة العاطفية تقديم حجج عقلانية	18- فئة الاستمالات
الجهات أو الشخصيات التي يستند إليها البرنامج في تقديم مادته الساخرة. بتصريحات سياسيين.	19- فئة المصدر

وسائل إعلام والمنصات الرقمية أخرى تقارير منظمات أو مراكز بحث.	
هي الفئة التي تدرس كيف يوظف البرنامج السخرية لتفكيك الخطاب الإعلامي الموجه (البروباغندا)، من خلال كشف التناقضات، تزييف الحقائق، أو التلاعب بالعواطف الذي تمارسه وسائل الإعلام، بهدف التأثير على الرأي العام. تقليد ساخر للمذيعين والاعلام الرسمي عرض مقاطع ساخرة تعبيرات تهكمية او مبالغات ساخرة	20- فئة السخرية كأداة لتحليل البروباغندا الإعلامية
هو كيفية تعامل البرنامج مع مقاطع الفيديو أو الوثائق الأصلية، من خلال إعادة عرضها، التعليق عليها، تفكيكها وتحليلها بشكل ساخر، وإبراز التناقضات أو الإخفاقات بهدف نقد الرسائل الرسمية أو الإعلامية. إعادة عرض مشاهد مقتطعة ثم التعليق عليها المقارنة الساخرة بين ما قيل وما حدث فعلاً التركيز على التناقضات والإخفاقات الرسمية	21- فئة النقد ساخر للخطاب المصور
هو تنظيم وترتيب محتوى الحلقة من حيث تسلسل الفقرات، الانتقال بينها، اختيار التوقيت المناسب لكل فقرة، وبناء تصاعد درامي أو ساخر يضمن الحفاظ على تفاعل المشاهدين حتى نهاية الحلقة. تقديم فقرة افتتاحية ساخرة فقرة تسليط الضوء على الجمهور أو السوشيال ميديا خاتمة ساخرة أو دعوة للفعل	22- إدارة الفقرات داخل الحلقة
يستخدم البرنامج تقنيات مونتاج متقدمة، مثل التلاعب بالمقاطع المصورة	23- فئة

الملاحق

التلاعب البصري والنصي	والنصوص، لإبراز التناقضات والإخفاقات الرسمية. تلاعب بالمقاطع المصورة تلاعب بالنصوص
24- فئة التقمص الكوميدي للشخصيات	يستخدم يوسف حسين شخصيات كاريكاتورية مثل "جو الصعيدي" لتقليد شخصيات سياسية أو إعلامية، مما يُبرز التناقضات في الخطاب الرسمي. تجسيد المباشر شخصيات ساخرة تكبير التمثيلي

➤ مقتطفات صور من البرنامج





