

The Extent to which Jordanians Rely on Satirical Political Television Programs to Shape their Political Awareness

Farhan Al olaimat^{1*} , Suhaila Rezeq Samhan² 

¹Department of public Relations and Advertising, College of Mass Communication, Yarmouk University, College of Mass Communication, Jordan

²Media researcher, Department of Journalism and Digital Media, College of Mass Communication, Yarmouk University, Jordan

Received: 31/3/2024
Revised: 17/5/2024
Accepted: 22/7/2024
Published online: 1/6/2025

* Corresponding author:
++aliodeh@bau.edu.jo

Citation: Al olaimat, F., & Samhan, S. R. (2025). The Extent to which Jordanians Rely on Satirical Political Television Programs to Shape their Political Awareness. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 52(6), 7304.
<https://doi.org/10.35516/hum.v52i6.7304>

Abstract

Objectives: The study aimed to identify the extent to which Jordanians rely on satirical political television programs in shaping their political awareness to achieve the purpose of the study, the theory of dependence on the media was used.

Methodology: This study is one of the descriptive research through the survey methodology on a deliberate sample of (400) Jordanians, (244) individuals were recovered from those who met the conditions of the study.

Results: The most important results of the study concluded that the study sample relies on satirical Arab political programs in shaping their political awareness to a medium degree and by 57.7%. The most prominent features of satirical political programs that Jordanians relied on are their treatment of issues in a comical manner and that the most watched programs is the Al-Sulait news program, and it was found that there are cognitive, emotional and behavioral effects to a moderate degree in shaping political awareness among Jordanians.

Conclusion: The study recommends the importance of following up on satirical political programs because of their role in shaping political awareness.

Keywords: Satirical Political Programs; Reliance on the Media; New Media.

مدى اعتماد الأردنيين على البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في تشكيل وعيهم السياسي

فرحان العليمات^{1*}، سهيلة رزق سمحان²

¹ جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان

² باحثة إعلامية، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الصحافة والإعلام الرقمي

ملخص

الأهداف: هدفت الدراسة التعرف إلى مدى اعتماد الأردنيين على البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في تشكيل وعيهم السياسي، ولتحقيق غرض الدراسة، تم الاستعانة بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. المنهجية: تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية من خلال منهج المسح على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من الأردنيين، تم استرداد (244) مفردة ممن انطبقت عليهم شروط الدراسة.

النتائج: خلصت أهم نتائج الدراسة إلى أن عينة الدراسة تعتمد على البرامج العربية السياسية الساخرة في تشكيل وعيهم السياسي بدرجة متوسطة، ونسبة 57.7%. وإن أبرز مميزات البرامج السياسية الساخرة التي اعتمد عليها الأردنيون هي معالجتها للقضايا بشكل كوميدي، وأن أكثر البرامج مشاهدة هو برنامج السليط الإخباري، وتبين وجود تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية بدرجة متوسطة في تشكيل الوعي السياسي لدى الأردنيين.

الخلاصة: توصي الدراسة بأهمية متابعة البرامج السياسية الساخرة لما لها دور في تشكيل الوعي السياسي. الكلمات الدالة: البرامج السياسية الساخرة، الاعتماد على وسائل الإعلام، الإعلام الجديد.



© 2025 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

مقدمة:

أصبح وجود وسائل الإعلام والاتصال أمراً واقعاً ومهماً في ظل التطور التكنولوجي، بحيث يستحيل الاستغناء عنها، وأصبحت تشكل البيئة الثقافية والعقلية في أغلب المجتمعات، ورغم التطور الذي شهده العالم في مجالات التكنولوجيا الحديثة وشبكات المعلومات ومواقع التواصل الاجتماعي التي لاقت قبولاً واسعاً من كافة أفراد المجتمعات وأصبحت جزءاً منهم، إلا أنّ التلفاز ما زال محافظاً على إيجابياته في جذب المشاهدين من كافة الفئات العمرية، وذلك بسبب استغلاله المجال السمعي والبصري وتقنياته الجمالية والفنية، ويعدّ التلفاز من أكثر وسائل الإعلام أهمية؛ لما له من تأثير مباشر على أفراد المجتمع كونه مصدراً لتلقي الأخبار والمعلومات والمعرفة، خاصة أنّ الكثير من المحطات الفضائية التلفزيونية أتاحت محتواها على مواقع التواصل الاجتماعي، وبات المتلقي يستطيع الدخول إليها متى يشاء، مما عزز العديد من برامجها، سواء أكانت حوارية أو إخبارية أو كوميدية أو سياسية ساخرة، وأصبح لها متابعة وأهمية واسعة في المجتمعات العربية (عمار، 2009، ص 25).

وقد شهدت السخرية السياسية تجدداً مستمراً من خلال الأدوات والفنون الجديدة للمعارضة السياسية والإشارة إلى الفساد السياسي والبطش الاجتماعي بشكل هزلي، ويتضح هذا التنوع والتطور عبر التراث التاريخي والموروثات الثقافية على جدران الأبنية التاريخية، وبين أوراق الروايات الخيالية، وعلى خشبات المسارح وشاشات السينما وموجات الراديو، واستطاعت تلك الفنون أن تنقل لنا علاقات الصراع بين السخرية السياسية والظواهر الاستبدادية في كل عصر، حتى وصلت السخرية السياسية إلى مرحلة متطورة، وأصبحت تستخدم الفضاء الخارجي والمواقع الافتراضية لتتال من تلك النظم (محمود، 2021، ص 6). وحسب روبرت مانكوف فإنّ السخرية السياسية هي سخرية مكرسة؛ لفضح الفرق بين المظهر والواقع في الحياة العامة، مبرراً هذا الاستهزاء بالعودة إلى أرسطو من خلال جعل السلوك السيئ يصل إلى حد السخرية "قد نضحك من الوجود بحماقة" (Morreall-Mankooof, 2009, p60).

وتحتل البرامج التلفزيونية الساخرة مكانة خاصة مقارنة ببقية المواد البرمجية التي تقدمها القنوات الفضائية وتتمتع بجماهيرية واسعة، وهي مفضلة لدى كل الأعمار ومختلف الشرائح الاجتماعية بغض النظر عن مستواها الثقافي؛ لما تحمله من مضامين سياسية واجتماعية ونفسية تثير الضحك وتقدم النقد؛ إذ أنها تحمل في ثناياها تصورات وأفكاراً ومحرضات وقيماً وأنماطاً سلوكية نجدها في مجتمعاتنا وربما تعارض توجهات ومفاهيم السلطة، كما تكمن فيها القدرة في التأثير على الجمهور تأثيراً غير مباشر، (مصطفى، 2014، ص 13).

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها :

تكمن مشكلة الدراسة في التعرف إلى مدى اعتماد الأردنيين على البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في تشكيل وعيهم السياسي، وسيتم الإجابة عن مشكلة الدراسة من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيس: ما مدى اعتماد الأردنيين على البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في تشكيل وعيهم السياسي؟ والإجابة عن الأسئلة الفرعية الآتية :

1. ما عادات وأنماط تعرض الأردنيين للبرامج السياسية الساخرة؟
2. ما مميزات البرامج السياسية الساخرة التي يتابعها الأردنيون؟
3. ما البرامج السياسية الساخرة المحلية والعربية الأكثر متابعة من قبل الأردنيين لتشكيل وعيهم السياسي؟
4. ما الموضوعات التي تطرحها البرامج السياسية الساخرة؟
5. ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاعتماد الأردنيين على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل وعيهم السياسي؟

أهداف الدراسة: يتمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة بالتعرف إلى مدى اعتماد الأردنيين على البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في تشكيل وعيهم السياسي، وينبثق منه مجموعة من الأهداف الفرعية التي تتمثل بالتعرف إلى الإجابة عن أسئلة الدراسة.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في معالجتها مدى اعتماد الأردنيين على البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في تشكيل وعيهم السياسي والإسهام في تقديم إطار نظري حول مفهوم البرامج السياسية الساخرة، وإيجاد علاقة تكاملية بين البرامج السياسية الساخرة والوعي السياسي للأردنيين، وأهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه البرامج السياسية الساخرة في توعيتهم وزيادة معرفتهم السياسية، وكذلك الإسهام في تقديم اقتراحات لتطوير البرامج السياسية الساخرة، بحيث يكون لها تأثير أكثر فعالية على الجمهور الأردني.

النظرية المستخدمة

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تلخص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو الآتي: "إنَّ قدرة وسائل الإعلام على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزداد قوته في حالة عدم استقرار تواجد بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، بالإضافة إلى ذلك؛ فإنَّ فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتدّاً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الإعلام، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع" (المزاهرة، 2012، ص203).

ومن الأهداف الرئيسة لنظرية الاعتماد الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً أثراً قوياً ومباشرة وأحياناً أثراً ضعيفاً وغير مباشرة، وتعد مفتاحاً لتفسير متى ولماذا يتعرض الأفراد لأنفسهم لوسائل الإعلام والاتصال، وتأثيرات هذا التعرض على معتقداتهم وسلوكهم، وتعدّ هذه النظرية تفسيراً للطرق التي يستخدم بها الناس مصادر وسائل الإعلام والاتصال لتحقيق أهدافهم الشخصية.

وكما يتبيّن فإنَّ الأهداف توجه الأفراد، وهي تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام، ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية: الفهم، التوجيه، التسلية. أمّا أهم آثار الاعتماد على وسائل الإعلام فتتمثل بالآثار المعرفية وتشمل وفقاً لنظرية الاعتماد على كشف الغموض وتكوين الاتجاهات وترتيب الأولويات والاهتمام واتساع المعتقدات والقيم. والآثار الوجدانية وتتمثل بالخوف والقلق والدعم المعنوي والاعتزاز. والآثار السلوكية وتنحصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين، هما: التنشيط والخمول.

وقد استفادت الدراسة من تلك النظرية في صياغة السؤال المتمثل في معرفة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية جراء الاعتماد على وسائل الإعلام حيال قضية معينة، وتم صياغة عدد من فقرات الاستبانة في ضوءها.

الدراسات السابقة:

1. دراسة (بطين، بلحيمر، بوطرنخ، 2020) وعنوانها: اتجاهات الشباب الجامعي نحو البرامج السياسية بالقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة خلال انتخابات (12 ديسمبر 2019)، هدفت هذه الدراسة التعرف إلى عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي بجامعة جيجل البرامج السياسية بالقنوات الفضائية الخاصة خلال انتخابات 12 ديسمبر 2019، كما هدفت إلى معرفة اتجاهات الشباب الجامعي نحو المواضيع والقضايا التي تعالجها القنوات الفضائية الجزائرية خلال انتخابات 12 ديسمبر 2019، وقد استخدم الباحث المنهج المسحي، وتوصلت الدراسة لنتائج عدة، أهمها: أنّ الاتجاهات الوجدانية مكتسبة وتلعب دوراً مهماً في سلوك الفرد، وأن أكبر فئة بين جمهور وسائل الإعلام هي الشباب الجامعي، وأن القنوات الفضائية وسيلة فعالة يعتمد عليها الشباب الجزائري في أوجه حياته المختلفة.

2. دراسة (طلاب ورضوان، 2020) وعنوانها: اتجاهات المرأة العاملة نحو البرامج الاجتماعية- برنامج "خط أحمر" أنموذجاً-

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى مدى إقبال المرأة العاملة على برنامج خط أحمر، والإشباع التي تحققها من مشاهدة هذا البرنامج، ومعرفة دوافع إقبال المرأة العاملة على البرامج الاجتماعية، استخدمت الباحثة أداة الاستبيان، كما استعانت بأداة الملاحظة كأداة مساعدة ثانية في دراستها. وتوصلت الدراسة لنتائج عدة أهمها: أنّ التلفزيون وُفق إلى حد ما في مواكبة التغيرات الاجتماعية، حيث بثّ برامج خاصة مباشرة تعالج القضايا والمشكلات الاجتماعية، كما ساعد برنامج خط أحمر المرأة في توجيهها نحو اتخاذ القرارات وتشكيل الاتجاهات.

3. دراسة (عقون وعلاق، 2020) وعنوانها: البرامج السياسية الساخرة في القناة الرقمية +A عربي-دراسة تحليلية على عينة من الموسم السابع حلقات برنامج السليط الإخباري-

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى كيفية معالجة البرامج السياسية الساخرة للقضايا السياسية من خلال برنامج السليط الإخباري للموسم السابع عبر المنصة الرقمية +A عربي، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي المسحي، واستمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات لتحليل 12 حلقة من البرنامج تم اختيارها بطريقة قصدية، وتوصلت الدراسة لنتائج عدة أهمها: يركز برنامج السليط الإخباري على أهم الموضوعات تمثلت في (النظام السياسي، الانتخابات الرئاسية، الحراك الشعبي، الوضع السياسي في مصر)، وكلها مستمدة من واقع المجتمعات، وكانت الفئة الأكثر استهدافاً في برنامج السليط الإخباري الوزراء والصحافيين والنشطاء السياسيين، برلمانيين. واعتمد البرنامج على الاتجاه المعارض من القضايا؛ حيث ركز على مجمل القضايا السلبية ومعالجتها من أجل الإصلاح والتطور في بعض القطاعات والمجالات. يركز برنامج السليط الإخباري على قيم عديدة تمثلت في (الصراع، العنف، السخرية، الحرية، التوجيه).

4. دراسة (محمد والبنا ومحمد، 2020) وعنوانها: أطر تقديم الأداء الحكومي بالبرامج الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي -دراسة تحليلية لبرنامج "لايف من الدوبلكس"، هدفت هذه الدراسة التعرف إلى أطر الأداء الحكومي في البرامج التلفزيونية الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي، هذا وقد كانت عينة الدراسة تمثل جميع حلقات برنامج "لايف من الدوبلكس" (6 مواسم)،

وتوصلت الدراسة لنتائج عدة أهمها: تصدر الحلقات التي تناولت موضوعات سياسية خاصة بالأداء الحكومي بنسبة 92%. أهم الموضوعات التي انتقدتها هي الخاصة بالسلطة التنفيذية بنسبة 100%، تلاها السخرية من الإعلام المصري بنسبة 62.3%. مستخدمة أسلوب "التورية" الذي تصدر أساليب النقد الساخر بنسبة 87%، واعتمدت في الأطر المرجعية على الأطر الرسمية بنسبة 71%، والأطر الشعبية بنسبة 49.3%. أما الأطر الخيرية فتصدر إطار "العرض" بنسبة 75.4%، واعتمد البرنامج على "القنوات التلفزيونية" كمصدر أساسي في تناوله للقضايا بنسبة 81.2%، واعتمد على المزج بين الاستمالات العاطفية والمنطقية بنسبة 75.4%، تنوعت عناصر الإبراز التي استخدمها البرنامج، وأكثر الفئات تكراراً كانت فئة "تعليق على المادة المصورة" بنسبة 78.3%، تلتها فئة "الاستعانة بمادة فيلمية" بنسبة 72.5%.

5. دراسة (أبو حمودة، 2018) وعنوانها: اعتماد الشباب الأردني على برامج كوميديا النقد الساخر في قناة رؤيا في تشكيل التوجهات المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية: طلبة جامعة اليرموك أنموذجاً، هدفت هذه الدراسة التعرف إلى مدى اعتماد الشباب الأردني على البرامج الكوميدية الساخرة في قناة رؤيا في تشكيل توجهاتهم في القضايا السياسية المحلية، واستخدمت الباحثة في هذا البحث منهج المسح؛ حيث تمت الدراسة على عينة قوامها (304) مفردة من مجتمع الدراسة، وتوصلت الدراسة لنتائج عدة أهمها: أن ما نسبته (64.1%) من أفراد عينة الدراسة يشاهدون برامج كوميديا النقد الساخر في قناة رؤيا، وكشفت الدراسة أن المصادر التي ساهمت في تشكيل توجهات الشباب الأردني نحو القضايا السياسية المحلية بالمرتبة الأولى مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي (2.62).

6. دراسة (عمارة، 2017) وعنوانها: أطر معالجة البرامج الكوميدية الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري "برنامج أسعد الله مساءكم" أنموذجاً وهدفت هذه الدراسة التعرف إلى دور البرامج الكوميدية الساخرة في عرض مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، بالتطبيق على برنامج أسعد الله مساءكم الذي يبث على قناة MBC به. وتوصلت الدراسة لنتائج عدة أهمها: أن القالب الفني المستخدم في العرض هو الحوار، والتأكيد على أن اتجاه البرامج الساخرة الجمع بين التصوير الداخلي والخارجي، وأن بعض البرامج الكوميدية لا تتناسب مع أخلاقيات المجتمع وعاداته وتقاليده، ومع أخلاقيات المذيع المهنية؛ لخروج الكثير منها عن مبادئ موثوق الشرف، واعتمادها على اللغة العامية المبتذلة.

7. دراسة (إسماعيل ونصار والسعيد، 2017) وعنوانها: أثر البرامج التلفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي. وهدفت هذه الدراسة إلى فهم ارتباط ظهور البرامج التلفزيونية الساخرة في مصر بقيام ثورتي الخامس والعشرين من يناير والثلاثين من يونيو؛ لتسليط الضوء على الواقع السياسي بشخصياته وأسبابه وتداعياته، واستعانت الدراسة بعينة عشوائية ميدانية قوامها (300) مفردة، أما التحليلية ففي عينة عمدية تمثلت في برنامج ناس آدم شو على قناة الحياة - برنامج أبله فاهيتا على قناة CBC - برنامج أسعد الله مساءكم من جديد على قناة MBC مصر، وتوصلت الدراسة لنتائج عدة أهمها: أن أهم الموضوعات التي يتم مناقشتها هي الموضوعات السياسية تلتها الاجتماعية، وأشارت نتائج الدراسة أن أساليب "التورية" والتلاعب بالألفاظ "الأكثر استخداماً في البرامج التلفزيونية الساخرة.

8. دراسة (نصار، 2015) وعنوانها: البرامج الساخرة بالقنوات الفضائية العربية واتجاهات المراهقين نحوها. هدفت هذه الدراسة التعرف إلى اتجاهات وأنماط مشاهدة المراهقين للبرامج الساخرة، والوقوف على أهم الموضوعات والقضايا التي تناقشها البرامج الساخرة، استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة البشرية أو العينة البرمجية، وتم اختيار برنامج البرنامج على قناة MBC مصر في الفترة من 2014/2/7 وحتى 2014/5/7 كعينة للدراسة التحليلية، وكانت العينة البشرية مكونة من طلاب جامعة عين شمس سن (18-21) سنة، وعينة من طلاب مدرسة في الثانوية المشتركة سن (15-17). وتوصلت الدراسة لنتائج عدة أهمها: أن معدل مشاهدة المراهقين عينة الدراسة لبرنامج البرنامج بنسبة بلغت 52.0%، وأن أبرز الشخصيات التي تناولها البرنامج بالسخرية هم الإعلاميين ورجال السياسة، وأن الانتخابات السياسية جاءت في مقدمة القضايا التي تناولها البرنامج، وأن الصور جاءت في مقدمة الأساليب المستخدمة في عرض المعلومات بالبرنامج بنسبة (28.9%) تلاها الفيديو.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

1. Long et al, (2021): Political Comedy as a Gateway to News Use, Internal Efficacy, and Participation: A Longitudinal Mediation Analysis.

- الكوميديا السياسية ك بوابة لاستخدام الأخبار والفعالية الداخلية والمشاركة: تحليل وساطة طويلة، هدفت هذه الدراسة التعرف إلى تقديم توليفة نظرية لبحوث سابقة واختبار تجريبي صارم استخدم الباحث فيه مسح تمثيلي لمجموعة من البالغين في الولايات المتحدة، وتوصلت الدراسة لنتائج عدة أهمها: وجود علاقة بين الكوميديا السياسية والمشاركة مع استخدام الأخبار والفعالية الداخلية كوسطاء، وأن السخرية السياسية فقط وليس البرامج الحوارية في وقت متأخر من الليل هي التي تنتج هذه التأثيرات.

2. Boukes, (2019): Agenda-setting with satire: How political satire increased TTIP's saliency on the public، media, and political agenda

- وضع الأجندة مع السخرية: كيف أدت السخرية السياسية إلى زيادة شهرة TTIP على الأجندة العامة والإعلامية والسياسية، هدفت هذه الدراسة إلى ما إذا كانت حلقتان من السخرية الهولندية تظهر زونداغ مع لوباتش (ZML) حول اتفاقية التجارة بين الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة للاستثمار والشراكة عبر المحيط الأطلسي (TTIP) قد أثارت تأثيرات وضع جدول الأعمال، وتم إجراء ثلاث دراسات: أظهرت الدراسة الأولى أن استهلاك الهجاء يظهر تأثيراً إيجابياً على اكتساب المعرفة حول TTIP، أما الدراسة الثانية فأظهرت أن التعرض لـ ZML زاد من الفهم المتصور لـ TTIP، وتوصلت الثالثة أن توفر بيانات السلاسل الزمنية الطويلة دليل على أن بروز TTIP قد تأثرت بشكل إيجابي بحلقات ZML الساخرة.

3.Filani, (2017): Politics of humour and political humour in Nigerian Stand-Up comedy.

هدفت الدراسة التعرف إلى كيفية نشر المعلومات السياسية في برنامج (Stand-up comedy) وكيفية توظيف الفكاهة السياسية في الكوميديا النيجيرية، وقد استخدم الباحث المنهج التاريخي واختار عينة عمدية تتمثل بثلاثة نماذج من كوميديا الوقوف النيجيرية، وتوصلت الدراسة لنتائج عدة أهمها: أن الفكاهة السياسية في كوميديا الوقوف انقسمت قسمين: الفكاهة التي تستهدف أصحاب المناصب السياسية، والفكاهة التي تستهدف سياسة الحكومة وأدائها.

4.Young & Hoffman, (2012): Acquisition of current-events knowledge from political satire programming: An experimental approach.

- اكتساب المعرفة بالأحداث الجارية من البرمجة السياسية الساخرة: نهج تجريبي، هدفت هذه الدراسة التعرف إلى استكشاف الآثار التي تحدث مع مرور الوقت للتعرض للسخرية السياسية والأخبار عبر القنوات الفضائية على اكتساب طلاب الجامعات لثلاثة أشكال مختلفة من المعرفة السياسية، وتوصلت الدراسة لنتائج عدة أهمها: أن الأشخاص في حالة السخرية السياسية وحالة الأخبار قد حققوا مكاسب كبيرة في المعرفة مقارنة بالمجموعة الضابطة الثالثة، وحدثت هذه المكاسب في سياق المعرفة بالشأن الحالي، حتى عند التحكم في المعرفة السابقة والتعرض الإعلامي، ولم تشهد أي من الحالات التجريبية زيادة في التربية المدنية أو معرفة المرشح مقارنة بالمجموعة الضابطة.

التعقيب على الدراسات السابقة

يمكن تحديد موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في ضوء النقاط الآتية:

1. أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:
- اتفقت الدراسة الحالية من حيث الهدف مع عدد من أهداف الدراسات السابقة، من حيث تأثير البرامج الكوميديا السياسية في تشكيل الرأي المجتمعي الأردني في القضايا السياسية المحلية والعربية.
- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدام المنهج المسحي بأخذ العينات الميدانية كأداة بحثية مستخدمة في أغلبها، فقد استخدمت المنهجية نفسها، وأسلوب صياغة التساؤلات التي ستساهم في استخلاص النتائج التي ستفرزها الدراسة.
- اختلفت الدراسة الحالية مع عدد من الدراسات السابقة من حيث المجتمع والعينة، أي أن بعض الدراسات السابقة ركزت على الشباب الأردني أو شريحة معينة من المجتمع كالمراة أو المراهقين أما هذه الدراسة فتناولت الأردنيين الذين يتابعون البرامج السياسية الساخرة .
2. أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة: استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة على النحو الآتي:
- وضع التصور العام للدراسة، والتحديد الدقيق لمشكلة الدراسة وأهدافها.
- صياغة التساؤلات، وتحديد أهمية الدراسة.
- معرفة المنهج المستخدم والأدوات البحثية، وكيفية توظيفها في الدراسة.
- النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة للمقارنة بينها وبين نتائج الدراسة الحالية لتفسير ما جاء فيها من جديد .
3. ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:
- تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة أنها تبحث عن مدى اعتماد الأردنيين الذين يتابعون البرامج السياسية الساخرة في تشكيل وعيهم السياسي. و أنها سوف تشمل القنوات الفضائية المحلية والعربية.

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

❖ البرامج التلفزيونية الساخرة اصطلاحاً: هو نهج ينقل رسالة اتصالية ذات شكل ومضمون درامي أو لا درامي أو كليهما معاً عبر وسيلة التلفزيون؛ يهدف إلى نقد الظواهر الحياتية السياسية والاجتماعية بأسلوب يثير الضحك أو السخط أو كليهما معاً لدى المتلقي في إطار زمني محدد يعلن عنه مسبقاً، وبعنوان وموسيقى في بدايته ونهايته للتعريف به وفصله عن بقية البرامج (مصطفى، 2014، ص28). وتعرف إجرائياً بأنها: هي جميع البرامج

التي تبث على شاشات التلفزيونات ويتابعها الجمهور الأردني وقت إجراء هذه الدراسة.

❖ الوعي السياسي اصطلاحاً: هو ما يتمثل به الفرد أو أفراد المجتمع من حالة تجاه قضايا الحياة السياسية بكافة أبعادها، ويكون لهم من تلك القضايا موقف وجداني ومعرفي في وقت واحد (أسعد، 2003، ص 61). ويعرف إجرائياً بأنه: هو الوعي السياسي المتشكل جراء متابعة الأردنيين للبرامج السياسية الساخرة وقت إجراء هذه الدراسة.

❖ الاعتماد اصطلاحاً: هو الاعتماد بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأنّ العلاقة التي تحكمه هي علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور، إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام من جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها. (عبد الفتاح، 2014، ص 240) ويعرف إجرائياً بأنه: اعتماد الأردنيين على البرامج المحلية والعربية السياسية الساخرة في تشكيل وعيهم السياسي خلال فترة إجراء هذه الدراسة.

❖ الأردنيون: هم فئة من الأردنيين ممن يتابعون البرامج السياسية الساخرة في المحطات الفضائية الأردنية والعربية وقت إجراء هذه الدراسة. الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة ومنهجها:

تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، التي تقوم على وصف الظاهرة المراد دراستها وتفسيرها؛ عن طريق جمع المعلومات كماً وكيفاً بما يوضح خصائصها وسماتها، وهذا يهدف الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة تسهم في حل المشكلات وإزالة المعوقات والغموض الذي يكتنف بعض الظواهر (حسين، 1995، ص 124). واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه: كافة مفردات المجتمع المراد دراسته (مزاهرة، 2014، ص 112)، وتكون مجتمع وعينة الدراسة من الأردنيين المتابعين للبرامج السياسية الساخرة المحلية والعربية، وبعد توزيع الاستبانة على عينة مجموعها (400) مفردة، وتم فرزها فرزاً أولياً للتأكد من مدى ملائمة استجابات المستجيبين لعملية تحليل البيانات من خلال التأكد من عدم وجود قيم مفقودة أو إجابات غير منطقية، فقد تم استبعاد (156) استبانة بسبب عدم متابعة البرامج العربية السياسية الساخرة، وبالتالي فقد بلغ عدد الاستبانات الخاضعة للتحليل الإحصائي (244) استبانة بنسبة (61%) من إجمالي الاستبانات المستردة.

وقد تم اختيار عينة عمدية قوامها (244) مبحوثاً، "والعينة العمدية هي العينة التي يعتمد الباحث إجراء الدراسة على فئة معينة، وقد يكون هذا التعمد لاعتبارات علمية، كوجود أدلة أو براهين مقبولة أو منطقية تؤكد أن هذه العينة تمثل المجتمع، في هذه الحالة تكون نتائج الدراسة مقبولة" (المزاهرة، 2014، ص 130). وهي "العينة التي يختار الباحث أفرادها قصداً اعتقاداً منه بأنها تمثل مجتمع الدراسة" (الحيزان، 1998، ص 58).

أداة الدراسة: الاستبانة

يقصد بالأداة: الوسيلة والتقنية العلمية المستخدمة في البحث، وهي وسيلة الدراسة في الحصول على البيانات والحقائق الميدانية، وكلما كانت الأداة والوسيلة دقيقة ومحكمة كانت فعاليتها ومصداقيتها أكبر (عزي، 2013، ص 34). واعتمدت الدراسة الاستبانة الإلكترونية عبر متصفح البيانات جوجل كأداة رئيسية لجمع المعلومات من أفراد العينة، وقد تم توزيعها بنسختها الأخيرة من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل Facebook والواتساب والمدونات والبريد الإلكتروني. وشملت المحاور التالية:

المحور الأول: والذي يشمل المتغيرات الديموغرافية والوسيطه ويتضمن الفقرات التالية (النوع الاجتماعي، الفئة العمرية، مكان الإقامة، الدرجة العلمية الحاصل عليها).

المحور الثاني: ويتضمن الفقرات الدالة على عادات وأنماط متابعة الأردنيين للبرامج السياسية الساخرة، ويتضمن هذا المحور 17 فقرة.

المحور الثالث: ويتضمن الفقرات الدالة على مميزات البرامج السياسية الساخرة التي يتابعها الأردنيون، ويشمل هذا المحور على 11 فقرة.

المحور الرابع: ويتضمن الفقرات الدالة على أهم الموضوعات التي تطرحها البرامج السياسية الساخرة، ويشمل عدد فقرات هذا المحور 7 فقرات.

المحور الخامس: ويشمل هذا المحور فقرات محور البرامج السياسية الساخرة العربية الأكثر متابعة، ويشمل هذا المحور 6 فقرات.

المحور السادس: ويتضمن هذا المحور التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للاعتماد على البرامج السياسية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي، ويتكون هذا المحور من 17 فقرة، ويلخص جدول (1) توزيع فقرات الاستبانة على محاورها.

جدول (1): توزيع فقرات الاستبانة على محاورها

عدد الفقرات	المحور
5	المحور الأول: البيانات الديموغرافية.
17	المحور الثاني: عادات وأنماط متابعة الأردنيين للبرامج السياسية الساخرة.
11	المحور الثالث: مميزات البرامج السياسية الساخرة التي يتابعها الأردنيون.
7	المحور الرابع: الموضوعات التي تطرحها البرامج السياسية الساخرة.
6	المحور الخامس: البرامج السياسية الساخرة العربية الأكثر متابعة من قبلك لتشكيل الوعي السياسي.
17	المحور السادس: التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاعتمادك على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل الوعي السياسي.

إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: الصدق، لتحقيق ذلك، تم عرض الاستبانة على مجموعة محكمين من ذوي الاختصاص والخبرة في الإعلام ومناهج البحوث، للحكم على شموليتها، ولإبداء آرائهم فيها، ومن ثمّ تم الأخذ بآراء الأساتذة المحكمين وملاحظاتهم في الاستمارة لتخرج بصورتها النهائية، وهم د. زهير الطاهات/ أستاذ مشارك في قسم الإعلام الرقمي والصحافة في كلية الإعلام، جامعة اليرموك، ود. غالب شطناوي / أستاذ مشارك في قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، ود. أشرف الزعبي/ أستاذ مشارك في الإذاعة والتلفزيون/ جامعة العلوم التطبيقية، ود. محمد حابس/ أستاذ مساعد في قسم الإذاعة والتلفزيون ، كلية الإعلام، جامعة اليرموك.

ثانياً: الثبات

بما أنّ فقرات الاستبانة متنوعة حيث يوجد مجموعة من المحاور تحتوي على فقرات ليست مرتبطة فيما بينها؛ وإنما تقوم بقياس مجموعة متنوعة من المحتوى، فقد تم حساب الصدق والثبات فقط لمقياس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للاعتماد على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل الوعي السياسي والموجودة في المحور السادس.

وتم توظيف اختبار بيرسون لحساب قيم معاملات ارتباط بيرسون بين الفقرات والدرجة الكلية لكل محور، وذلك لقياس صدق الاتساق الداخلي، حيث تعتبر قيمة معامل الارتباط المقبولة إحصائية وتشير إلى تحقق شرط صدق الاتساق الداخلي أن تكون قيمة معامل الارتباط (0.25) فأعلى، وأن تكون هذه القيمة إيجابية وذات دلالة إحصائية. وجدول (2): معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للاعتماد على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل الوعي السياسي والدرجة الكلية لمحاور أداة الدراسة.

الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط
التأثيرات المعرفية	التأثيرات الوجدانية	التأثيرات السلوكية			
1	**0.650	1	**0.583	1	**0.726
2	**0.698	2	**0.580	2	**0.605
3	**0.654	3	**0.569	3	**0.698
4	**0.549	4	**0.621	4	**0.711
5	**0.619	5	**0.586	5	**0.630
6	**0.696	6	**0.646	6	**0.742
7	**0.703				

يشير الجدول (2) إلى معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للاعتماد على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل الوعي السياسي والدرجة الكلية لمحاور أداة الدراسة، حيث تبين أنّ جميع فقرات هذه المحاور كانت مرتبطة ارتباطاً إيجابياً بينها وبين الدرجة الكلية لكل محور، حيث كانت جميع قيم معاملات الارتباط إيجابية وأعلى من (0.25) بالإضافة إلى ذلك كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01)، وبالتالي يمكن الحكم على الصلاحية الإحصائية بالتحقق في فقرات هذه المحاور. وتم التأكد من ثبات أو موثوقية الاستبانة وفقراتها من خلال حساب قيم معاملات كرونباخ ألفا التي تهدف إلى معرفة مدى استقرار النتائج عبر الزمن إن طبقت في وقت آخر على العينة نفسها. وجدول (3): قيم

اختبار كرونباخ ألفا لقياس الثبات.

المتغير	قيمة اختبار كرونباخ ألفا	عدد الفقرات
الأثر المعرفية	0.777	7
الأثر الوجدانية	0.738	6
الأثر السلوكية	0.775	6
مجموع الفقرات	0.893	19

يتبين من خلال نتائج الجدول (3) قيم اختبار كرونباخ ألفا للتحقق من ثبات المقاييس المستخدمة في الدراسة أنّ جميع القيم أعلى من (0.70) وهذا يشير إلى تحقق شرط الثبات والموثوقية في المحاور.

حدود الدراسة وتنحصر حدود الدراسة الحالية فيما يلي:

- الحدود المكانية: تمثلت عينة الدراسة من أفراد من مختلف مناطق المملكة (مدينة، ريف، بادية، مخيم).
والحدود البشرية: تتمثل في المواطنين الأردنيين المقيمين على أرض المملكة الأردنية الهاشمية المتابعين للبرامج السياسية الساخرة.
الحدود الزمنية: تم إجراء هذه الدراسة في شهر تشرين أول عام 2023.
الحدود الموضوعية: البرامج السياسية الساخرة في المحطات الفضائية، الوعي السياسي لدى الأردنيين.
متغيرات الدراسة وهو المتغير المستقل (البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة). والمتغير التابع وهو (تشكيل وعي الأردنيين السياسي).
الأساليب الإحصائية المستخدمة لغايات تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها، تم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) لتحليل البيانات في أداة الاستبيان.

عرض النتائج ومناقشتها

سيتم عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وذلك عن طريق عرض كل سؤال من أسئلة الدراسة والإجابات عنها، وتم تحليلها وفقاً لبرنامج التحليل الإحصائي (SPSS).

أولاً: تم استخدام (مقياس ليكرت الثلاثي) الذي يستخدم في تقييم آراء عينة الدراسة، وتمت معالجة وتصويب المقياس من خلال المعادلة التالية:

$$0.666 = 3 / (1-3)$$

وبالتالي فإن درجات الأهمية تكون كما يلي: $1.6 = 0.666 + 1.6$ المستوى المتدني (1-1.66) وتكون قليلة.

$2.33 = 0.66 + 1.67$ المستوى المتوسط (1.67-2.33) وتكون متوسطة.

$3 = 0.66 + 2.34$ المستوى المرتفع (2.34-3) وتكون كبيرة.

المحور الأول: الخصائص الديموغرافية. ويوضح الجدول (4) نتائج الإحصاء الوصفي من حيث التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الديموغرافية التالية: (النوع الاجتماعي، الفئة العمرية، مكان الإقامة، الدرجة العلمية الحاصل عليها).

المتغير	التكرار	النسب المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	43%
	أنثى	57%
الفئة العمرية	من 18 إلى أقل من 28	41.4%
	من 28 إلى أقل من 38	27%
	من 38 إلى أقل من 48	13.9%
	48 سنة فأكثر	17.6%
مكان الإقامة	مدينة	86.9%
	قرية	10.2%
	بادية	1.2%
	مخيم	1.6%
الدرجة العلمية الحاصل عليها	ثانوية عامة فأقل	22.5%
	دبلوم متوسط	16.8%

المتغير	التكرار	النسب المئوية
بكالوريوس	85	34.8%
دراسات عليا	63	25.8%
المجموع	244	100%

يشير الجدول (5) إلى نتائج الإحصاء الوصفي من حيث التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية كما يلي:

1- النوع الاجتماعي: كان أكثر أفراد العينة من الإناث بعدد 139 وبنسبة مئوية 57% مقارنة بالذكور البالغ عددهم 105 أفراد بنسبة مئوية 43%، وتشير هذه النتيجة إلى تنامي اهتمام الإناث بالقضايا السياسية المختلفة في الآونة الأخيرة، ويتضح ذلك من خلال رصد المشاركة الكبيرة في العقود الماضية للإناث في العمل السياسي.

2- الفئة العمرية: كان أكثر المستجيبين للدراسة من الشباب، إذ بلغ عدد المشاركين ممن تراوحت أعمارهم ما بين 18- أقل من 28 سنة 101 فرداً وبنسبة 41.4%، وأيضاً تراوح أعمار المشاركين من 28- أقل من 38 سنة 66 فرداً وبنسبة 27%، وهذا يشير إلى أهمية دور الشباب في الحياة السياسية، وأنهم الأكثر تقبلاً ومشاهدة للبرامج السياسية العربية الساخرة. بينما كان عدد الأفراد المشاركين في الدراسة ممن كانت أعمارهم 48 سنة فأكثر 43 فرداً وبنسبة 17.6%، وأما عدد الأفراد المشاركين في الدراسة ممن كانت أعمارهم من 38 إلى أقل من 48 سنة 34 فرداً بنسبة 13.9%.

3- مكان الإقامة: كان معظم المشاركين في الدراسة من القاطنين في المدينة بعدد 212 فرداً وبنسبة 86.9%، ومن ثم كان عدد المشاركين في الدراسة من القاطنين في القرية 25 بنسبة 10.2% وأما عدد المشاركين في الدراسة من القاطنين في المخيم 4 أفراد، وفي البادية 4 أفراد بنسبة مئوية 1.6% و1.2%. 4- الدرجة العلمية: يتضح من خلال نتائج الإحصاء الوصفي لمتغير الدرجة العلمية أنّ أكثر العينة المشمولة في الدراسة حاصلة على شهادات جامعية، إذ كان عدد الحاصلين على شهادة البكالوريوس (85) فرداً بنسبة (34.8%) وكان عدد الحاصلين على شهادات دراسات عليا 63 فرداً بنسبة 25.8%، وكان عدد الحاصلين على شهادة ثانوية عامة فأقل 55 فرداً بنسبة 22.5%، وأخيراً بلغ عدد المشاركين الحاصلين على شهادة دبلوم متوسط 41 فرداً بنسبة 16.8%.

المحور الثاني: عادات وأنماط متابعة الأردنيين للبرامج السياسية الساخرة.

1. متابعة البرامج التلفزيونية العربية السياسية الساخرة.

جدول (6): التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتابعتهم للبرامج التلفزيونية العربية السياسية الساخرة.

المتغير	التكرار	النسب المئوية
متابعة البرامج التلفزيونية العربية السياسية الساخرة	244	61%
لا	156	39%
المجموع	400	100%

يتضح من خلال الجدول (6) التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتابعتهم للبرامج التلفزيونية العربية السياسية الساخرة، حيث أجاب 244 فرداً وبنسبة 61% على الإجابة "نعم"، وبالتالي تم الاعتماد عليهم كعينة في هذه الدراسة، بينما بلغ عدد المشاركين الذين أجابوا بعدم اهتمامهم وعدم متابعتهم للبرامج التلفزيونية العربية السياسية الساخرة 156 فرداً وبنسبة مئوية 19%، وتم استبعادهم من هذه الدراسة. ومع ذلك، فقد تم سؤال العينة المستبعدة لأسباب عدم متابعة البرامج التلفزيونية العربية السياسية الساخرة؛ وكانت أكثر إجابات المستجيبين بأنّ هذه البرامج برامج غير موثوقة، ومن الممكن أن تقدم معلومات مضللة، وأنّ هذه البرامج تعمل على تشويش ذهن المشاهد، بالإضافة إلى أنها برامج تقليدية وقديمة.

وتشير النتائج إلى أنّ المستجيبين للدراسة يتابعون البرامج التلفزيونية العربية السياسية الساخرة بشكل واضح، إذ كان 61% من المستجيبين يتابعون البرامج التلفزيونية العربية السياسية الساخرة، وهذا يبين أنّ المستجيبين للدراسة يهتمون بمتابعة البرامج التلفزيونية العربية السياسية الساخرة، ويهتمون بالمحتوى الذي تقدمه من كوميديا سياسية ساخرة. ويمكن تفسير ذلك بأنّ فئة الشباب وبالأخص الإناث هم الأكثر اعتماداً على القضايا السياسية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (نصار 2015)، التي أظهرت أنّ فئة الشباب (المراهقين) هم الأكثر اعتماداً على البرامج السياسية الساخرة.

2. مدى إسهام البرامج السياسية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي.

جدول (7): التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمدى إسهام البرامج السياسية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي.

النسب المئوية	التكرار	المتغير
56.6%	138	هل ترى أن البرامج السياسية الساخرة أسهمت في تشكيل وعيك السياسي؟
43.4%	106	نعم
		لا
100%	244	المجموع

يشير الجدول (7) إلى نتائج الإحصاء الوصفي من حيث التكرارات والنسب المئوية وفقاً لإجابات المستجيبين حول مدى إسهام البرامج السياسية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي، إذ تبين أن أكثر المستجيبين يرون بأن هذه البرامج تقوم بدور في المساهمة في تشكيل الوعي السياسي، حيث أجاب 138 فرداً بـ "نعم" بنسبة 56.6%، بينما كان رأي 106 أفراد وبنسبة 43.4% من المستجيبين أن البرامج السياسية الساخرة لا تساهم في تشكيل الوعي السياسي.

أن البرامج التلفزيونية العربية السياسية الساخرة تتميز بإسهامها الواضح والجوهري في تشكيل الوعي السياسي لدى الجمهور الأردني، حيث بلغ أكثر من 56.6% من المستجيبين للدراسة بأهمية البرامج التلفزيونية العربية السياسية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي لدى الجمهور الأردني، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أبو حمودة، 2018) التي أظهرت أن أكبر نسبة من أفراد العينة يشاهدون البرامج السياسية الساخرة، وكشفت أن هذه البرامج تساهم في تشكيل وعي وتوجهات الشباب الأردني. واتفقت أيضاً هذه النتيجة مع دراسة (Young & Hoffman, 2012. P. 290-304) التي أظهرت أن الأشخاص حققوا مكاسب كبيرة في المعرفة السياسية من خلال التعرض للبرامج السياسية الساخرة.

3. المدة الزمنية التي تقضيها/تقضيها في متابعة البرامج السياسية الساخرة يومياً.

جدول (8): التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للمدة الزمنية التي تقضيها/تقضيها في متابعة البرامج السياسية

الساخرة يومياً.

النسب المئوية	التكرار	المتغير
55.7%	136	ما المدة الزمنية التي تقضيها/تقضيها
16%	39	ساعة فأقل
28.3%	69	من ساعة إلى ساعتين
		ثلاثة ساعات فأكثر
100%	244	المجموع

يوضح الجدول (8) نتائج التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للمدة الزمنية التي تقضيها/تقضيها في متابعة البرامج السياسية الساخرة يومياً، إذ تبين أن أكثر المستجيبين للدراسة يقضون ساعة فأقل في متابعة البرامج السياسية الساخرة يومياً وبعدها 136 فرداً وبنسبة 55.7%، بينما يبلغ عدد المستجيبين الذين يقضون ثلاثة ساعات فأكثر 69 فرداً وبنسبة 28.3%، وأخيراً بلغ عدد المشاركين في الدراسة ممن يقضون من ساعة إلى ساعتين في متابعة البرامج السياسية الساخرة يومياً 39 فرداً وبنسبة 16%.

4. أفضلية متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة.

جدول (9): التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لأفضلية متابعة البرامج التلفزيونية الساخرة.

النسب المئوية	التكرار	المتغير
22.2%	54	في وقت عرضها
13.5%	33	كيف تفضل متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة؟
64.3%	157	في وقت إعادة بثها
		عندما أريد من خلال الإنترنت
100%	244	المجموع

يلخص الجدول (9) نتائج التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لأفضلية متابعة البرامج التلفزيونية الساخرة، حيث تبين أن أكثر المشاركين في الدراسة يفضلون متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة من خلال الإنترنت وبعدها 157 وبنسبة 64.3%، بينما بلغ عدد المشاركين الذين يفضلون متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في وقت عرضها 54 فرداً وبنسبة 22.2%، وأخيراً بلغ عدد المشاركين الذين يفضلون متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في وقت إعادة بثها 33 وبنسبة 13.5%.

5. الوقت المفضل لمتابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة.

جدول (10): التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للوقت المفضل لمتابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة.

المتغير	التكرار	النسب المئوية
ما الوقت المفضل لمتابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة؟	صباحية	14
	الظهرية	28
	المسائية	80
	بأي وقت	122
المجموع	244	100%

يبين الجدول (10) نتائج الإحصاء الوصفي من حيث التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للوقت المفضل لمتابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة، حيث يتبين أن أكثر المشاركين في الدراسة يفضلون متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة بأي وقت وبعده 122 فرداً وبنسبة 50%؛ أي نصف عينة الدراسة، بينما يفضل عدد 80 فرداً وبنسبة 32.8% مشاهدة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة بالفترة المسائية، وأما فيما يتعلق بمشاهدة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة بفترة الظهرية والفترة الصباحية فكان عدد الأفراد الذين يفضلون مشاهدة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في الظهرية 28 فرداً وبنسبة 11.5% بينما في الفترة الصباحية 14 فرداً وبنسبة 5.7%.

6. مع من تفضل متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة؟

الجدول (11): التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للسؤال "مع من تفضل متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة".

المتغير	التكرار	النسب المئوية
مع من تفضل متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة؟	الأسرة	52
	الأصدقاء	23
	بمفردي	169
المجموع	244	100%

يلخص الجدول (11) التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للسؤال "مع من تفضل متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة"، حيث يتبين أن أغلب المشاركين يشاهدون هذه البرامج بمفردهم وبعده 169 فرداً وبنسبة 69.3% بينما بلغ عدد 52 من أفراد عينة الدراسة وبنسبة مئوية 21.3%، بأنهم يشاهدون هذه البرامج مع الأسرة، وأخيراً كان هناك 23 فرداً وبنسبة 9.4% من المشاركين يشاهدون هذه البرامج مع أصدقائهم.

7. أفضلية مشاهدة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة الأردنية أو العربية.

جدول (12): التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لأفضلية جنسية البرامج السياسية الساخرة.

المتغير	التكرار	النسب المئوية
أيهما تفضل مشاهدة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة؟	الأردنية	70
	العربية	174
المجموع	244	100%

يتبين من خلال الجدول رقم (12) نتائج الإحصاء الوصفي من حيث التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لأفضلية نسبة البرامج السياسية الساخرة، إذ أبدى 174 فرداً (71.3%) من عينة الدراسة تفضيلهم لمتابعة البرامج السياسية الساخرة العربية مقارنة بـ 70 فرداً (28.7%) من المشاركين الذين يفضلون مشاهدة البرامج السياسية الساخرة الأردنية، وقد تعزى هذه النتيجة إلى وجود سقف حرية أكبر في البرامج العربية وتطرقها إلى مجموعة متنوعة من الموضوعات؛ على عكس البرامج الأردنية غير المهتمة بالأساس بالبرامج السياسية الساخرة مقارنة بالعديد من الدول العربية.

8. الوقت المقتضي في متابعة برنامج واحد من البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة.

جدول (13): التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للوقت المقتضي في متابعة برنامج واحد من البرامج

التلفزيونية السياسية الساخرة.

المتغير	التكرار	النسب المئوية
كم تقضي من الوقت في متابعة البرنامج الواحد من البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة؟	58	23.8%
أشاهد الحلقة كاملة	106	43.4%
أشاهد جزءاً من الحلقة	80	32.8%
أشاهد فقط الحلقات حسب الموضوع المطروح	244	100%
المجموع		

يتضح من خلال النتائج الواردة في الجدول (13) التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للوقت المقتضي في متابعة برنامج واحد من البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة، إذ تبين أن أكثر المشاركين في الدراسة يشاهدون فقط جزءاً من الحلقة وبعدد 106 فرداً، ونسبة 43.4%، بينما بلغ عدد المشاركين الذين يشاهدون فقط الحلقات حسب الموضوع المطروح 80 فرداً بنسبة 32.8%، وأخيراً بلغ عدد المشاركين الذين يشاهدون الحلقة كاملة 58 فرداً بنسبة 23.8%.

9. ما الوسيلة التي تفضل استخدامها عند متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة؟

جدول (14): التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للوسيلة المفضل استخدامها عند متابعة البرامج التلفزيونية

السياسية الساخرة.

المتغير	التكرار	النسب المئوية
ما الوسيلة التي تفضل استخدامها عند متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة؟	161	66%
الهاتف الذكي	16	7%
التلفاز	67	27%
اللاب توب (الكمبيوتر)	244	100%
المجموع		

يشير الجدول (14) إلى التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للوسيلة المفضل استخدامها عند متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة، إذ يتضح من خلال النتائج السابقة أن أكثر الوسائل استخداماً عند متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة كان الهاتف الذكي بعدد تكرارات 161 فرداً، ونسبة مئوية 66%، وكان ثاني أكثر الوسائل استخداماً هو اللاب توب (الكمبيوتر) بعدد 67 فرداً، ونسبة 27%، وأخيراً احتل التلفاز الوسيلة الأخيرة التي يستخدمها المشاركون في الدراسة بعدد 16 فرداً بنسبة مئوية 7%.

تري الدراسة أن الهاتف الذكي هو أسهل وسيلة للوصول إلى البرامج السياسية الساخرة، بسبب سهولة الوصول والاستخدام، كما أنه يتيح مشاهدة البرامج في أي وقت دون الالتزام بوقت محدد، بعكس التلفاز الذي يقيد المشاهد في الوقت والمكان.

10. مدى الاعتماد على البرامج العربية السياسية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي.

جدول (15): التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمدى الاعتماد على البرامج العربية السياسية الساخرة في تشكيل

الوعي السياسي.

المتغير	التكرار	النسب المئوية
ما مدى اعتمادك على البرامج العربية السياسية الساخرة في تشكيل وعيك السياسي؟	57	23.5%
كبير	141	57.7%
متوسط	34	13.9%
قليل	12	4.9%
أبداً	244	100%
المجموع		

يلخص الجدول (15) نتائج الإحصاء الوصفي باستخدام التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمدى الاعتماد على البرامج العربية السياسية الساخرة في تشكيل الوعي السياسي، حيث تبين أن أكثر المشاركين يرون بأن البرامج العربية السياسية الساخرة تشكل الوعي السياسي

لديهم بمستوى متوسط؛ حيث كان عدد المشاركين الذين أيدوا ذلك 141 فرداً ونسبة 57.7%، ومن ثم كانت النسبة الثانية لدرجة كبيرة في الاعتماد على هذه البرامج في تشكيل الوعي السياسي لدى عينة الدراسة وبعدد 57 فرداً ونسبة 23.5%، ويتضح من ذلك وجود درجة متوسطة إلى مرتفعة تلعبها هذه البرامج في تشكيل الوعي السياسي لدى الجمهور الأردني. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (أبو حمودة، 2018) التي أظهرت أن نسبة اعتماد الشباب الأردني على البرامج السياسية الساخرة هي أعلى نسبة 64.1%.

11. الوسائل الإعلامية والاتصالية المستخدمة في متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة.

جدول (16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأكثر الوسائل الإعلامية والاتصالية المستخدمة في متابعة البرامج التلفزيونية

السياسية الساخرة.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى الأهمية
1	مواقع المؤسسات الإعلامية التلفزيونية الإلكترونية	1.97	0.707	4	متوسط
2	مواقع المؤسسات الإعلامية من خلال تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي	2.13	0.615	3	متوسط
3	شاشات الفضائيات العربية	1.69	0.731	5	متوسط
4	مواقع التواصل الاجتماعي	2.31	0.614	2	متوسط
5	شبكة الإنترنت	2.36	0.668	1	مرتفع
	المتوسط العام	2.09	0.912	-	متوسط

يشير الجدول (16) إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأكثر الوسائل الإعلامية والاتصالية المستخدمة في متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة، إذ تبين أن أكثر الخيارات الإعلامية استخداماً كان شبكة الإنترنت بمتوسط حسابي (2.36) وانحراف معياري (0.668) ومستوى أهمية مرتفع، وتشير هذه النتيجة إلى أن أكثر المشاركين يستخدمون الإنترنت كخيار في متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة، ومن ثم كانت وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي (2.31) وانحراف معياري (0.614)، وتشير هذه القيمة أيضاً أن المشاركين في هذه الدراسة ينظرون إلى أهمية وسائل التواصل الاجتماعي كخيار مهم وكوسيلة إعلامية في متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة، ومن ثم كان استخدام مواقع المؤسسات الإعلامية من خلال تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي بالمركز الثالث بمتوسط حسابي (2.13) وانحراف معياري (0.615)، وكانت أقل الوسائل الإعلامية استخداماً في متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة كل من مواقع المؤسسات الإعلامية التلفزيونية الإلكترونية وشاشات الفضائيات العربية.

1. المحور الثاني: مميزات البرامج السياسية الساخرة التي يتابعها الأردنيون.

الجدول (17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمميزات البرامج السياسية الساخرة التي يتابعها الأردنيون.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى الأهمية
1	يتسم مضمونها بعرض قضايا ملهمة	2.33	0.731	4	متوسط
2	تعالج المضمون بشكل كوميدي	2.38	0.660	1	مرتفع
3	تتميز البرامج السياسية الساخرة بالمصداقية	2.24	0.712	8	متوسط
4	تعزز ثقة المشاهد بالتعبير عن قضايا الرأي العام بحرية	2.26	0.670	7	متوسط
5	قدرتها على اقناع الجمهور	2.30	0.651	5	متوسط
6	تبين المشاكل التي يعاني منها المجتمع	2.37	0.642	2	مرتفع
7	تعزز ثقافة وفكر المواطن من خلال النقاش السياسي	2.27	0.690	6	متوسط
8	تساعد على التمييز بين الخطأ والصواب في المجتمع	2.22	0.709	9	متوسط
9	تلجأ إلى معالجة أنشطة الفعاليات السياسية	2.20	0.713	10	متوسط
10	تعرض الخبر بشكل أقل تعقيداً من البرامج الأخرى	2.36	0.707	3	مرتفع
	المتوسط العام	2.29	0.887	-	متوسط

يشير الجدول (17) إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمميزات البرامج السياسية الساخرة التي يتابعها الأردنيون، حيث تبين أن أكثر الميزات للبرامج السياسية الساخرة التي يتابعها الأردنيون وفقاً للمشاركين في هذه الدراسة أن هذه البرامج تعالج المضمون بشكل كوميدي، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.38) بانحراف معياري (0.660) ومستوى أهمية مرتفع، وكانت الميزة الثانية للبرامج السياسية الساخرة التي يتابعها الأردنيون هي أنها تبين المشاكل التي يعاني منها المجتمع إذ بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.37) بانحراف (0.642)، وكانت الميزة الثالثة للبرامج السياسية الساخرة التي يتابعها الأردنيون هي أنها تعرض الخبر بشكل أقل تعقيداً من البرامج الأخرى حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.36) بانحراف معياري (0.707) ومستوى أهمية مرتفع.

وتشير نتائج الدراسة إلى مجموعة من المميزات للبرامج السياسية الساخرة التي يتابعها الأردنيون حيث رأى أكثر المشاركين في الدراسة أن أكثر مميزات البرامج السياسية الساخرة التي يتابعها الأردنيون إنها تعالج المشكلات السياسية المختلفة بطريقة كوميديّة مما يضيف عليها الطابع الترفيهي والممتع، ومن ثم كان أحد أكثر ميزات البرامج السياسية الساخرة التي يتابعها الأردنيون بأنها برامج موجهة نحو معالجة المشاكل التي يعاني منها المجتمع، وبالتالي تطرح هذه المشاكل بطريقة سلسلة وناقدة، حيث بإمكان هذه البرامج عرض الخبر بشكل أقل تعقيد من البرامج الأخرى التي تتسم بالجدية المرتفعة. وأيضاً من الممكن أن تقدم هذه البرامج القضايا المهمة بشكل أفضل من البرامج الأخرى، مما يجعلها منصة قوية وفعالة لإيصال صوت الفئات الأقل حظاً في المجتمع.

المحور الثالث: البرامج السياسية الساخرة العربية الأكثر متابعة من قبل الأردنيين لتشكيل وعيهم السياسي.

جدول (18): الإحصاء الوصفي لأكثر البرامج السياسية الساخرة الأكثر متابعة لتشكيل الوعي السياسي.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى الأهمية
1	برنامج تشويش واضح	2.22	0.952	2	مرتفع
2	برنامج السليط الاخباري	2.82	0.473	1	مرتفع
3	برنامج لهون وبس	1.59	0.887	3	متوسط
4	برنامج جو شو	1.23	0.652	4	متوسط
5	برنامج البشير شو	1.06	0.750	5	منخفض
6	برنامج فوق السلطة	1.02	1.01	6	منخفض
	المتوسط العام	1.65	0.687	-	متوسط

وفقاً للجدول (18) إلى أن أكثر المشاركين في الدراسة يشاهدون برنامج السليط الاخباري، وهو برنامج عربي على قناة (A+)، ومن ثم كان برنامج تشويش واضح في المرتبة الثانية في الأكثر مشاهدة من قبل المشاركين في الدراسة، وفي المرتبة الثالثة جاء برنامج لهون وبس، وفي المرتبة الرابعة كان برنامج جو شو، وكان أقل هذه البرامج مشاهدة برنامج البشير جو ومن ثم برنامج فوق السلطة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أبو حمودة، 2018) حيث أن البرامج الساخرة في قناة رؤيا مثل برنامج تشويش واضح بلغت نسبة المتابعين له 64.1% وهذه النسبة تعتبر قريبة من نسبة هذه الدراسة. وترى الدراسة أن برنامج السليط الاخباري هو الأكثر مشاهدة لأنه يعرض على قناة رقمية ويتم نشره على اليوتيوب، وبالنظر إلى مقدمي البرنامج نرى أن هناك تنوعاً في الجنسيات واللهجات الموجودة فيه، ومحاولة البرنامج في تغطية جميع الاتجاهات والجرأة في طرح المواضيع.

المحور الرابع: الموضوعات التي تطرحها البرامج السياسية الساخرة.

جدول (19): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهم الموضوعات التي تطرحها البرامج السياسية الساخرة.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى الأهمية
1	قضايا سياسية	2.63	0.616	1	مرتفع
2	قضايا اجتماعية مثل الفقر والبطالة	2.42	0.650	2	مرتفع
3	قضايا اقتصادية	2.27	0.743	3	متوسط
4	قضايا دينية	1.64	0.706	7	متوسط

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى الأهمية
5	رياضية	1.71	0.703	6	متوسط
6	تعليمية	1.77	0.690	4	متوسط
7	فنية وثقافية	1.72	0.708	5	متوسط
	المتوسط العام	2.02	0.563	-	متوسط

يشير الجدول (19) إلى نتائج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهم الموضوعات التي تطرحها البرامج السياسية الساخرة، إذ تبين من خلال الجدول (20) أنّ أكثر الموضوعات طرحاً في البرامج السياسية الساخرة وفقاً لاستجابات المستجيبين هي موضوعات القضايا السياسية، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.63) بإنحراف معياري (0.616)، وكانت قضايا الاجتماعية مثل قضايا الفقر والبطالة بالترتيب الثاني بمتوسط حسابي (2.42) وانحراف معياري (0.650)، وأما القضايا الاقتصادية فكانت بالترتيب الثالث بمتوسط حسابي (2.27) بانحراف معياري (0.743)، وأما الموضوعات الأخرى فلم يكن هناك طرحاً كبيراً في هذه البرامج وفقاً لآراء المشاركين في الدراسة.

أشارت نتائج الدراسة إلى أنّ أكثر المشاركين في الدراسة قد أكدوا أنّ أهم الموضوعات التي تطرحها البرامج السياسية الساخرة كانت القضايا السياسية، وهذه النتيجة منطقية بطبيعة الحال حيث أنّ هذه البرامج تهدف بالأساس إلى تقديم محتوى سياسي ساخر، ومن ثم كانت الموضوعات الاجتماعية، والتي تتحدث وتعالج المشاكل المرتبطة بالبطالة والفقر وهي من الموضوعات الرئيسية التي تطرحها البرامج السياسية الساخرة وفقاً لاستجابات المشاركين، ومن ثم كانت الموضوعات الاقتصادية بالترتيب الثالث وفقاً للمستجيبين، ويمكن الاستنتاج بأنّ هذه الموضوعات لها علاقة وثيقة بالجانب السياسي. تتفق هذه النتيجة مع دراسة (إسماعيل وآخرون، 2017) التي أظهرت أنّ أهم الموضوعات التي يتم مناقشتها هي الموضوعات السياسية وتلها الموضوعات الاجتماعية. وتتفق هذه النتيجة أيضاً مع دراسة (نصار، 2015) التي أظهرت أنّ الانتخابات السياسية وهي التي تعتبر من ضمن الموضوعات السياسية جاءت في مقدمة القضايا التي تناولتها البرامج. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (عمارة، 2017) التي أظهرت أنّ برنامج أسعد الله مساءكم، اهتم بالموضوعات الاجتماعية حيث جاء ذلك معبراً عن مجموعة كبيرة من القضايا والمشكلات التي ترتبط بالمشاهد داخل المجتمع المصري.

المحور الرابع: التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاعتماد الأردنيين على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل وعيهم السياسي.

وجداول (20): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات المعرفية للاعتماد على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل الوعي السياسي.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى الأهمية
1	تساهم البرامج السياسية الساخرة في رفع مستوى المعرفة السياسية	2.51	0.629	1	مرتفع
2	تساعدني في تكوين الاتجاه الفكري نحو مختلف القضايا السياسية	2.32	0.681	5	متوسط
3	تساعدني في معرفة وإدراك أبرز المواضيع المطروحة حول السياسة	2.33	0.667	3	متوسط
4	تساعدني على الإطلاع على الأخبار والمستجدات	2.35	0.637	2	مرتفع
5	تساعدني على فهم المشكلات السياسية / المحلية / العربية / العالمية.	2.33	0.682	3	متوسط
6	تزودني البرامج السياسية الساخرة بمعلومات حول الشخصيات السياسية	2.27	0.688	6	متوسط
7	تعمل على كسب القيم السياسية الإيجابية كالديمقراطية، الحرية	2.22	0.709	7	متوسط
	المتوسط الحسابي العام	2.33	0.438	-	متوسط

يشير الجدول (20) إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات المعرفية للاعتماد على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل الوعي السياسي، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام لهذا البعد (2.33) بانحراف معياري (0.438) ومستوى أهمية متوسط، وتراوحت المتوسطات الحسابية لفقرات هذا البعد ما بين (2.22-2.51) وكانت الفقرة الأعلى وفقاً لقيمة المتوسطات الحسابية هي الفقرة الأولى؛ والتي تنص "تساهم البرامج السياسية الساخرة في رفع مستوى المعرفة السياسية" بمتوسط حسابي (2.51) وانحراف معياري (0.629)، وكانت الفقرة الأقل وفقاً لمقياس المتوسط

الحسابي هي الفقرة السابعة؛ والتي تنص "تعمل على كسب القيم السياسية الإيجابية كالديمقراطية، الحرية" إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.22) بانحراف معياري (0.709). اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Young & Hoffman 2102 P. 290-304) التي أظهرت أنّ الأشخاص في حالة السخرية السياسية وحالة الأخبار قد حققوا مكاسب كبيرة في المعرفة حدثت هذه المكاسب في سياق المعرفة بالشأن الحالي، حتى عند التحكم في المعرفة السابقة والتعرض الإعلامي. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثيرات معرفية متوسطة لاعتماد الأردنيين على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل وعيهم السياسي، حيث تسهم هذه التأثيرات في زيادة مستوى اعتماد الأردنيين على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل وعيهم السياسي من خلال رفع مستوى المعرفة السياسية، مما يتيح في زيادة ثقافة الجمهور حول المستجدات والأحداث السياسية الجديدة وبشكل سلس وممتع.

وجداول (21): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات الوجدانية للاعتماد على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل الوعي السياسي.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى الأهمية
1	أحب متابعة البرامج السياسية الساخرة	2.47	0.671	1	مرتفع
2	الشعور بالفرح عند متابعة البرامج السياسية الساخرة	2.31	0.755	2	متوسط
3	زاد من خوفي وقلقي على مصير بلدي والبلدان العربية	2.30	0.714	3	متوسط
4	متابعة البرامج تنمي الحس النقدي لدى المشاهد	2.27	0.655	4	متوسط
5	مع ازدياد المشاكل السياسية تولد لدي الشعور باللامبالاة	2.15	0.729	6	متوسط
6	أثار لدي مشاعر البغض والكراهية تجاه بعض السياسيين	2.22	0.740	5	متوسط
	المتوسط الحسابي العام	2.28	0.424	-	متوسط

يشير الجدول (21) إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات الوجدانية للاعتماد على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل الوعي السياسي، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام لهذا البعد (2.28) بانحراف معياري (0.424) ومستوى أهمية متوسط، وتراوحت المتوسطات الحسابية لفقرات هذا البعد ما بين (2.15-2.47) وكانت الفقرة الأعلى وفقاً لقيمة المتوسطات الحسابية هي الفقرة الأولى؛ والتي تنص "أحب متابعة البرامج السياسية الساخرة" بمتوسط حسابي (2.47) وانحراف معياري (0.671)، وكانت الفقرة الأقل وفقاً لمقياس المتوسط الحسابي هي الفقرة الخامسة؛ والتي تنص "مع ازدياد المشاكل السياسية تولد لدي الشعور باللامبالاة" إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.15) بانحراف معياري (0.729). اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (بطين، وآخرون، 2020) التي أظهرت أنّ الاتجاهات الوجدانية مكتسبة، وتلعب دوراً مهماً في سلوك الأفراد. وأيضاً توصلت نتائج الدراسة إلى أنّ التأثيرات الوجدانية تؤثر وبشكل متوسط أيضاً على اعتماد الأردنيين على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل وعيهم السياسي، حيث من الممكن أن تؤدي التأثيرات الوجدانية إلى تحسين مزاجية ونفسية المتابعين؛ من خلال تقديم برامج ذات طابع كوميدي، مما يوفر مناخاً دافئاً وإيجابياً بين المتابع والبرنامج، وهذا يدعم ويحسن من تشكيل الوعي السياسي لديهم.

وجداول (22): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات السلوكية للاعتماد على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل الوعي السياسي.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى الأهمية
1	متابعتي للبرامج السياسية الساخرة عزز انتمائي السياسي الوطني	2.34	0.790	2	متوسط
2	تدفعني لزيادة البحث حول الموضوعات التي طرحها	2.41	0.691	1	مرتفع
3	تزيدني البرامج السياسية الساخرة الرغبة في المشاركة السياسية في مختلف مجالاتها مثل الانخراط في الأحزاب والمشاركة في الانتخابات.	2.24	0.786	3	متوسط
4	تساهم في تغيير سلوكي تجاه أفكار سياسيي	2.17	0.679	5	متوسط
5	زادت من وعي السياسي تجاه بعض القضايا السياسية	2.24	0.686	3	متوسط
6	تدفعني بعض المواضيع السياسية الساخرة إلى اتخاذ رد فعل عكسي	2.04	0.763	6	متوسط
	المتوسط الحسابي العام	2.23	0.503	-	متوسط

يشير الجدول (22) إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات السلوكية للاعتماد على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل الوعي السياسي، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام لهذا البعد (2.33) بانحراف معياري (0.503) ومستوى أهمية متوسط، وتراوحت المتوسطات الحسابية لفقرات هذا البعد ما بين (2.04-2.41)، وكانت الفقرة الأعلى وفقاً لقيمة المتوسطات الحسابية هي الفقرة الثانية؛ والتي تنص "تدفعني لزيادة البحث حول الموضوعات التي طرحتها" بمتوسط حسابي (2.41) وانحراف معياري (0.691)، وكانت الفقرة الأقل وفقاً لمقياس المتوسط الحسابي هي الفقرة السادسة؛ والتي تنص "تدفعني بعض المواضيع السياسية الساخرة إلى اتخاذ رد فعل عكسي" إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.04) بانحراف معياري (0.763). واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Long et al, 2021) التي استخدم فيها الباحث مسحاً تمثيلاً لمجموعة من البالغين في الولايات المتحدة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين الكوميديا السياسية والمشاركة مع استخدام الأخبار والفعالية الداخلية كوسطاء. وترى الدراسة أن التأثيرات السلوكية تؤثر على اعتماد الأردنيين ممن يتابعون البرامج السياسية الساخرة لتشكيل وعيمهم السياسي من خلال تغيير الأفكار السياسية عند المتابعين وإحداث التغيير بفكرهم السياسي، بالإضافة إلى قدرة هذه البرامج في زيادة الوعي السياسي، مما يتيح تشكيل وعي سياسي جديد تجعل من المتابعين قادرين على الانخراط بثقة في السياسة.

أبرز النتائج: فيما يلي أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- تبين أن أكثر مميزات البرامج السياسية الساخرة التي يتابعها الأردنيون بأنها تتناول المشكلات السياسية المختلفة بطريقة كوميدية وعرض الخبر بشكل أقل تعقيد. وظهر أن البرامج التلفزيونية العربية السياسية الساخرة تقوم بدور في تشكيل الوعي السياسي لدى الجمهور الأردني بنسبة 56.6%.

- أضح أن أكثر البرامج السياسية الساخرة المحلية والعربية مشاهدة هو برنامج السليط الأخباري بنسبة 94%.

- تبين وجود تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية تؤثر على اعتماد الأردنيين على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل وعيمهم السياسي.

التوصيات ، في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيوصي الباحثان بما يلي:

1. أن تغطي البرامج السياسية الساخرة جميع الموضوعات السياسية وأن تطورها وتوسع من محتواها.
2. أن يعتمد برنامج تشويش واضح بشكل أكبر على إبراز المصادر وتوثيق المعلومات.
3. أن تعمل البرامج السياسية الساخرة على عرض وجهات النظر المختلفة حول الأحداث وتمنح مساحة أكبر لحرية الرأي.
4. استحداث برامج سياسية ساخرة بأفكار جديدة وأشكال جذابة، وأن يجري إعدادها على يد مختصين في مجال السياسة.
5. تركيز البرامج السياسية الساخرة الأردنية أكثر على الموضوعات التي من شأنها أن تعمل على جذب المتابعين لها وأن تكون أكثر جرأة بطرح المواضيع.
6. تنوع في البرامج السياسية الساخرة، وعدم الاعتماد على أنماط محددة للتمكن من جذب المتابعين.

المصادر والمراجع

- أبو حمودة، و. (2018). اعتماد الشباب الأردني على برامج كوميديا النقد الساخر في قناة رؤيا في تشكيل التوجهات المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية: طلبية جامعة اليرموك نموذجا، رسالة ماجستير منشورة، جامعة اليرموك، الأردن.
- أسعد، و. (2003). التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والعالم العربي. مجلة الفكر العربي، 31(3)، 61-90، الكويت.
- إسماعيل، م. ونصار، ز. والسعيد، م. (2017). أثر البرامج التلفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي. مجلة دراسات الطفولة، 20(75)، 51-45.
- بطين، م. وبلحيمر، س. وبوطرنخ، ع. (2020). اتجاهات الشباب الجامعي نحو البرامج السياسية بالقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة خلال انتخابات 12 ديسمبر 2019. رسالة ماجستير منشورة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر.
- حسين، س. (1995). بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ. عالم الكتب للنشر والتوزيع، مصر.
- الحيزان، م. (1998). البحوث الإعلامية: أسسها - أساليبها - مجالاتها. مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية.
- طلاب، ن. ورضوان، ر. (2020). اتجاهات المرأة العاملة نحو البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية "خط أحمر". رسالة ماجستير منشورة، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر.
- عبد الفتاح، ع. (2014). نظريات الإعلام الحديثة. دار الأيام للنشر والتوزيع، مصر.
- عزي، ع. (2013). منهج الحتمية القيمي في الإعلام. دار المتوسطة للنشر، تونس.
- عقون، ي. وعلاق، أ. (2020). البرامج السياسية الساخرة في القناة الرقمية AJ+ عربي. رسالة ماجستير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر.

- عمار، ع. (2009). الصورة والرأي العام السلطة الخامسة دراسة سيميولوجية. منشورات البغدادي، الجزائر.
- عمارة، م. (2017). أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة جنوب الوادي، مصر، (12)، 545-582.
- محمد، ر. والبناء، ح. ومحمد، ح. (2020). أطر تقديم الأداء الحكومي بالبرامج الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي-دراسة تحليلية لبرنامج. مجلة بحوث التربية النوعية، (57)، 297-319، مصر.
- محمود، م. (2021). أدب السخرية السياسية بين باسم يوسف وجو شو، مكتبة نور، مصر.
- المزاهرة، م. (2012). نظريات الاتصال. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن.
- المزاهرة، م. (2014). بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ. دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن.
- مصطفى، ض. (2014). السخرية في البرامج التلفزيونية. دار ميزوبوتاميا، العراق.
- نصار، غ. (2015). البرامج الساخرة بالقنوات الفضائية العربية واتجاهات المراهقين نحوها. مجلة دراسات الطفولة، 18(66)، 133 – 14، مصر.

References

- Boukes, M. (2019). Agenda-setting with satire: How political satire increased TTIP's saliency on the public, media, and political agenda. *Political Communication*, 36(3), 451–426 .
- Filani, I. (2017). Politics of humour and political humour in Nigerian stand-up comedy. https://www.researchgate.net/publication/282947397_Humor_in_politics_and_the_politics_of_humor_An_introduction?enrichId=rgreq-0a93099d563b9dc1d27781fe1a226624-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI4Mjk0NzM5NztBUzoxMTQzMTE4MTE2NjY5NjAzMkAxNjg2MzQxMDAwODgz&el=1_x_2
- Long, J. A., Jeong, M. S., & Lavis, S. M. (2021). Political comedy as a gateway to news use, internal efficacy, and participation: A longitudinal mediation analysis. *Human Communication Research*, 47(2), 166–191.
- Morreall, J., & Mankoff, R. (2009). Comic relief: A comprehensive philosophy of humor. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 68(3), 305–308.
- Young, D. G., & Hoffman, L. (2012). Acquisition of current-events knowledge from political satire programming: An experimental approach. *Atlantic Journal of Communication*, 20(5), 290–304.

Arabic References:

- Abu Hamouda, W. (2018). The reliance of Jordanian youth on the comedy of satirical criticism programs on Roya Channel in shaping attitudes related to local political issues: Students of Yarmouk University as a model (Master's thesis). Yarmouk University, Jordan.
- Asaad, W. (2003). Political and social challenges in Kuwait and the Arab world. *Journal of Arab Thought*, 31(3), 61–90.
- Ismail, M., Nassar, Z., & Saeed, M. (2017). The impact of satirical television programs on the political trends of university youth. *Journal of Childhood Studies*, 20, 45–51.
- Batin, M., Belhimer, S., & Bouternikh, A. (2020). Attitudes of university youth towards political programs on private Algerian satellite channels during the December 12, 2019 elections (Master's thesis). University of Mohamed Siddiq Ben Yahia, Algeria.
- Hussein, S. (1995). Media research: Foundations and principles. World of Books for Publishing and Distribution, Egypt.
- Al-Hizan, M. (1998). Media research: Its foundations, methods, and fields. King Fahd National Library, Saudi Arabia.
- Talaba, N., & Radwan, R. (2020). Attitudes of working women towards social programs on satellite channels "Is a Red Line" (Master's thesis). Mohamed Boudiaf University, Algeria.
- Abdel Fattah, A. (2014). Modern media theories. Dar Al-Ayyam for Publishing and Distribution, Egypt.
- Azi, A. (2013). The approach of value is imperative in the media. Mediterranean Publishing House, Tunisia.
- Ammar, A. (2009). Image and public opinion: Fifth estate – A sociological study. Baghdadi Publications, Algeria.
- Emara, M. (2017). Frameworks for satirical comedy programs to address societal issues within Egyptian society. *Scientific Journal of Radio and Television Research*, South Valley University, (12), 545–582.

- Aqoun, J., & Allaq, A. (2020). Satirical political programs on the digital channel AJ+ Arabic (Master's thesis). Larbi Ben M'hidi University, Algeria.
- Mohammed, R., Banna, H., & Mohamed, H. (2020). Frameworks for presenting government performance in satirical programs on YouTube and their relationship to the mental image of university youth: An analytical study of a program. *Journal of Specific Education Research*, (57), 297–319, Egypt.
- Mahmoud, M. (2021). Political satire literature between Bassem Youssef and Joe Shaw. Noor Library, Egypt.
- Mustafa, Z. (2014). Irony in TV shows. Mesopotamia House, Iraq.
- Al-Mazahera, M. (2012). Communication theories. Dar Al-Masirah for Publishing, Distribution, and Printing, Jordan.
- Al-Mazahera, M. (2014). Media research: Foundations and principles. Dar Kunooz Scientific Knowledge for Publishing and Distribution, Jordan.
- Nassar, G. (2015). Satirical programs on Arab satellite channels and the attitudes of adolescents towards them. *Journal of Childhood Studies*, 18(66), 133–144, Egypt.