

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

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.

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>

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

فرحان العليمات^{1*}، سهيلة رزق سمحان²

¹جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان

²باحثة 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: تعدد هذه الدراسة من البحوث الوصفية من خلال منهج المسح على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من الأردنيين، تم استرداد (244) مفردة من انطبقت عليهم شروط الدراسة.

النتائج: خلصت أهم نتائج الدراسة إلى أنَّ عينة الدراسة تعتمد على البرامج العربية السياسية الساخرة في تشكيل وعيهم السياسي بدرجة متوسطة، وبنسبة 57.7%， وإنَّ أبرز مميزات البرامج السياسية الساخرة التي اعتمد عليها الأردنيون هي معالجتها للقضايا بشكل كوميدي، وأنَّ 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 والعلقانية في أغلب المجتمعات، ورغم التطور الذي شهدته العالم في مجالات التكنولوجيا الحديثة وشبكات المعلومات وموقع التواصل الاجتماعي التي لاقت قبولاً واسعاً من كافة أفراد المجتمع وأصبحت جزءاً منهم، إلا أن التلفاز ما زال محافظاً على إيجابياته في جذب المشاهدين من كافة الفئات العمرية. وذلك بسبب استغلاله المجال السمعي والبصري وتقنياته الجمالية والفنية، وبعد التلفاز من أكثر وسائل الإعلام أهمية؛ لما له من تأثير مباشر على أفراد المجتمع كونه مصدراً للتلاقي الأخبار والمعلومات والمعرفة، خاصة أنَّ الكثير من المحطات الفضائية التلفزيونية أتاحت محتواها على موقع التواصل الاجتماعي، وبات الملتقي يستطيع الدخول إليها متى يشاء، مما عزز العديد من برامجها، سواءً كانت حوارية أو إخبارية أو كوميدية أو سياسية ساخرة، وأصبح لها متابعة وأهمية واسعة في المجتمعات العربية (عمر، 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 خشب المسرح وشاشات السينما وموجاً الراديو، واستطاعت تلك الفنون أن تنقل لنا علاقات الصراع بين السخرية السياسية والظواهر الاستبدادية في كل عصر، حتى وصلت السخرية السياسية إلى مرحلة متقدمة، وأصبحت تستخدم الفضاء الخارجي والواقع الافتراضية لتناول من تلك النظم (محمود، 2021، ص 6). وحسب روبرت مانكوف فإنَّ السخرية السياسية هي سخرية مكرسة: لفضح الفرق بين المظهر والواقع في الحياة العامة، مبرراً هنا الاستهزاء بالعودة إلى أرسطو من خلال جعل السلوك السيئ يصل إلى حد السخرية "قد نضحك من الوجود بحماقة" (Morreall-Mankoff, 2009, p60).

وتحظى البرامج التلفزيونية الساخرة بمكانة خاصة مقارنة ببقية المواد البرامجية 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 ومحضرات وقيمًا 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 وعهم السياسي، وسيتم الإجابة عن مشكلة الدراسة من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيس: ما مدى اعتماد الأردنيين على البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في تشكيل وعهم السياسي؟ و الإجابة عن الأسئلة الفرعية الآتية :

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

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

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في معالجتها لمدى اعتماد الأردنيين على البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في تشكيل وعهم 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 توعيهم وزيادة معرفتهم السياسية، وكذلك الإسهام في تقديم اقتراحات لتطوير البرامج السياسية الساخرة، بحيث يكون لها تأثير أكثر فعالية على الجمهور الأردني.

النظري المستخدمة

نظريات الاعتماد على وسائل الإعلام

تلخص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو الآتي: "إن 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 تزيد قوته في حالة عدم استقرار تواجد بناي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، بالإضافة إلى ذلك؛ فإن فكرة تغيير سلوك ومعرفة وو Дан الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتدأً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الإعلام، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع" (الم Zahra، 2012، ص 203).

ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً آثاراً قوية و مباشرة وأحياناً آثاراً ضعيفة وغير مباشرة، وتعد مفتاحاً لتفسير مدى ولماذا يتعرض الأفراد أنفسهم لوسائل الإعلام والاتصال، وتأثيرات هذا التعرض على معتقداتهم وسلوكيهم، وتعد هذه النظرية تفسيراً للطرق التي يستخدمها الناس مصادر وسائل الإعلام والاتصال لتحقيق أهدافهم الشخصية.

وكما يتبين فإن الأهداف توجه الأفراد، وهي تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام، ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية: الفهم، التوجيه، التسلية. أما أهم آثار الاعتماد على وسائل الإعلام فتتمثل بالآثار المعرفية وتشمل وفقاً لنظرية الاعتماد على كشف الغموض وتكوين الاتجاهات وترتيب الأولويات والاهتمام واتساع المعتقدات والقيم. والأثار الوجدانية وتشمل بالخوف والقلق والدعم المعنوي والاغتراب. والأثار السلوكية وتنحصر الأثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكيين أساسين، هما: التنشيط والخمول.

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

الدراسات السابقة:

- دراسة (بطين، بلحيمير، بوطربنيخ، 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 المسيحي، وتوصلت الدراسة لنتائج عده، أهمها: أن 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.
- دراسة (طلاب ورضوان، 2020) وعنوانها: اتجاهات المرأة العاملة نحو البرامج الاجتماعية- برنامج "خط أحمر" أنمودجاً- هدفت هذه الدراسة التعرف إلى مدى إقبال المرأة العاملة على برنامج خط أحمر، والإشاعات التي تتحققها 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 عده أهمها: أن التلفزيون وفق إلى حد ما في مواكبة التغيرات الاجتماعية، حيث بث برامج خاصة مباشرة تعالج القضايا والمشكلات الاجتماعية، كما ساعد برنامج خط أحمر المرأة في توجهها نحو اتخاذ القرارات وتشكيل الاتجاهات.
- دراسة (عقول وعلاق، 2020) وعنوانها: البرامج السياسية الساخرة في القناة الرقمية Al+ 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 Al+ عربي، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي المسيحي، واستماراة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات لتحليل 12 حلقة من البرنامج تم اختيارها بطريقة قصدية، وتوصلت الدراسة لنتائج عده 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 مجلل القضايا السلبية ومعالجتها من أجل الإصلاح والتطور في بعض القطاعات وال المجالات. يركز برنامج السليط الإخباري على قيم عديدة تمثلت في (الصراع، العنف، السخرية، الحرية، التوجيه).
- دراسة (محمد والبنا ومحمد، 2020) وعنوانها: أطر تقديم الأداء الحكومي بالبرامج الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي - دراسة تحليلية لبرنامج "لأيف 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 "لأيف من الدوبلكس" (6 مواسم)،

وتوصلت الدراسة لنتائج عدّة أهمّها: 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%. مستخدمةً أسلوب "التورية" الذي تصدر أسلوب النقد الساخر بنسبة 87%， واعتمدت في الأطر المرجعية على الأطر الرسمية بنسبة 71%， والأطر الشعبية بنسبة 49.3%. أما الأطر الخبرية فتصدر إطار "العرض" بنسبة 75.4%， واعتمد البرنامج على "القنوات التلفزيونية" كمصدر أساسى في تناوله للقضايا بنسبة 81.2%， واعتمد على المزج بين الاستيمالات العاطفية والمنطقية بنسبة 75.4%， تنوّعت 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 التعرّف 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 عدّة أهمّها: أن ما نسبته (64.1%) من أفراد عينة الدراسة يشاهدون برامج كوميديا النقد الساخر في قناة رؤيا، وكشفت الدراسة أنّ المصادر التي ساهمت في تشكيل توجهات الشباب الأردني نحو القضايا السياسية المحلية بالمرتبة الأولى موقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي (2.62).

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

7. دراسة (إسماعيل ونصرالله 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 فهي عينية عمدية تمثلت في برنامج ناس آدم شو على قناة الحياة – برنامج آبله فاهيتا على قناة CBC – برنامج أسعدهم مساءكم من جديد على قناة MBC مصر، وتوصلت الدراسة لنتائج عدّة أهمّها: أنّ أهم الموضوعات التي يتم مناقشتها هي الموضوعات السياسية تلتها الاجتماعية، وأشارت نتائج الدراسة أنّ أسلوب "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 التعرّف إلى اتجاهات وأنماط مشاهدة المراهقين للبرامج الساخرة، والوقوف على أهم الموضوعات والقضايا التي تناولتها البرامج الساخرة، استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة البشرية أو العينة البرامجية، وتم اختيار برنامج البرنامج على قناة MBC مصر في الفترة من 2014/2/7 حتى 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 عدّة أهمّها: أنّ معدل مشاهدة المراهقين عينة الدراسة لبرنامج البرنامج بنسبة بلغت 52.0%， وأنّ أبرز الشخصيات التي تناولتها البرنامج بالسخرية هم الإعلاميين ورجال السياسة، وأنّ الانتخابات السياسية جاءت في مقدمة القضايا التي تناولتها البرنامج، وأن الصور جاءت في مقدمة الأسلوب المستخدمة في عرض المعلومات بالبرنامج بنسبة (628.9%) تلتها 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 كبوابة لاستخدام الأخبار والفعالية الداخلية والمشاركة: تحليل وساطة طولية، هدفت هذه الدراسة التعرّف إلى تقديم توليفة نظرية لبحوث سابقة واختبار تجاري صارم استخدم الباحث فيه مسح تمثيلي لمجموعة من البالغين في الولايات المتحدة، وتوصلت الدراسة لنتائج عدّة أهمّها: 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 السلسلة الزمنية الطولية دليلاً على أن بروز TTIP قد تأثر 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 تمثل ثلاثة نماذج من كوميديا الوقوف النيجيرية، وتوصلت الدراسة لنتائج عدة أهمها: أن الفكاهة السياسية في كوميديا الوقوف انقسمت إلى 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 الكوميدية السياسية في تشكيل الرأي المجتمع الأردني في القضايا السياسية المحلية والعربية.

- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدامها المنهج المسرحي بأخذ العينات الميدانية كأدلة 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 كالمرأة أو المراهقين أما هذه الدراسة فتناولت الأردنيين الذين يتبعون 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 يتبعون البرامج السياسية الساخرة في تشكيل وعهم السياسي. وأهمها 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 كلها معاً عبر وسيلة التلفزيون؛ يهدف إلى نقد الظواهر الحياتية السياسية والاجتماعية بأسلوب يثير الضحك أو السخر أو كلها معاً لدى المتلقى في إطار زمني محدد يعلن عنه مسبقاً، وبعنوان وموسيقى في بدايته ونهايته للتعرف به وفصله عن بقية البرامج (مصطفى، 2014، ص28). وتعرف إجرائياً بأنها: هي جميع البرامج

التي تبث على شاشات التلفزيونات ويتبعها 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، ص61). 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، وأن 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، ص240) 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 يتبعون 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 بهدف الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة تسهم في حل المشكلات وإزالة المعوقات والغموض الذي يكتنف بعض الظواهر (حسين، 1995، ص124). واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه: كافة مفردات المجتمع المراد دراسته (مزاهرة، 2014، ص112)، وتكون مجتمع وعينة الدراسة من الأردنيين المتابعين للبرامج السياسية الساخرة المحلية والعربية، وبعد توزيع الاستبيان على عينة مجموعها (400) مفردة، وتم فرزها فرزاً أولياً للتأكد من مدى ملائمة استجابات المستجيبين لعملية تحليل البيانات من خلال التأكيد من عدم وجود قيم مفقودة أو إجابات غير منطقية، فقد تم استبعاد (156) استبياناً بسبب عدم متابعة البرامج العربية السياسية الساخرة، وبالتالي فقد بلغ عدد الاستبيانات الخاضعة للتحليل الإحصائي (244) استبياناً بنسبة (61%) من إجمالي الاستبيانات المسترددة.

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، 130). وهي "العينة التي يختار الباحث أفرادها قصداً اعتماداً منه بأنها تمثل مجتمع الدراسة" (الحيزان، 1998، 58).

أداة الدراسة: الاستبيان

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 ومصداقتها أكبر (عزي، 2013، ص34). واعتمدت الدراسة الاستبيانية 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 والوسيلة 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 يتبعها 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، ويكون هذا المحور من 17 فقرة، ويلخص جدول (1) توزيع فقرات الاستبيانة على محاورها.

جدول (1): توزيع فقرات الاستبيانة على محاورها

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

إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: الصدق، لتحقيق ذلك، تم عرض الاستبيانة على مجموعة محكمين من ذوي الاختصاص والخبرة في الإعلام ومناهج البحث، للحكم على شموليتها، والإبداء آرائهم فيما، ومن ثم تم الأخذ بأراء الأساتذة المحكمين وملحوظاتهم في الاستماراة لتخرج بصورةها النهائية، وهم د. زهير الطاهات /أستاذ مشارك في قسم الإعلام الرقعي 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 أن فقرات الاستبيانة 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 لقياس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاعتماد 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 ذات دلالة إحصائية. وجدول (2): معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاعتماد على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل الوعي السياسي والدرجة الكلية لمحور أداة الدراسة.

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

يشير الجدول (2) إلى معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاعتماد على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل الوعي السياسي والدرجة الكلية لمحور أداة الدراسة، حيث تبين أن 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 الاستبيانة وفقراتها من خلال حساب قيم معاملات كرونباخ ألفا التي تهدف إلى معرفة مدى استقرارية 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
الآثار المعرفية	0.777	7
الآثار الوجدانية	0.738	6
الآثار السلوكية	0.775	6
مجموع الفقرات	0.893	19

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

حدود الدراسة وتحصر حدود الدراسة الحالية فيما يلي:

- **الحدود المكانية:** تمثلت عينة الدراسة من أفراد من مختلف مناطق المملكة (مدينة، ريف، بادية، مخيم).
- **والحدود البشرية:** تمثل 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 المطحات الفضائية، الوعي السياسي لدى الأردنيين.
- **متغيرات الدراسة وهو المتغير المستقل (البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة).** والمتغير التابع وهو (تشكيل وعي الأردنيين السياسي).
- **الأساليب الإحصائية المستخدمة** "لغایات 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: $1.6=0.666+1$ (1.666=0.666+1) و تكون قليلة.

$$2.33=0.66+1.67$$

2.33=0.66+1.67 و تكون متوسطة.

$$3=0.66+2.34$$

3=0.66+2.34 و تكون 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).

النوع الاجتماعي	النسبة المئوية	النوع الاجتماعي	النسبة المئوية
ذكر	%43	ذكر	105
	%57	أنثى	139
الفئة العمرية	%41.4	من 18 إلى أقل من 28	101
	%27	من 28 إلى أقل من 38	66
مكان الإقامة	%13.9	من 38 إلى أقل من 48	34
	%17.6	48 سنة فأكثر	43
الدرجة العلمية الحاصل عليها	%86.9	مدينة	212
	%10.2	قرية	25
	%1.2	بادية	3
	%1.6	مخيم	4
ثانية عامة فأقل	%22.5	ثانوية عامة فأقل	55
	%16.8	دبلوم متوسط	41

النسبة المئوية	النكرار	المتغير
%34.8	85	بكالوريوس دراسات عليا
%25.8	63	
%100	244	المجموع

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 بنسية مئوية 43%， وتشير هذه النتيجة إلى تنامي اهتمام الإناث بالقضايا السياسية المختلفة في الآونة الأخيرة، ويوضح 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 تراوحت 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 بنسية 13.9%.

3- مكان الاقامة: 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 بنسية 10.2% وأما عدد المشاركين في الدراسة من القاطنين في المخيم 4 أفراد، وفي البدوية 4 أفراد بنسية مئوية 1.6% و1.2%.

4- الدرجة العلمية: يتضح من خلال نتائج الإحصاء الوصفي لمتغير الدرجة العلمية أنَّ أكثر العينة المشمولة في الدراسة حاصلة على شهادات جامعية، إذ كان عدد الحاصلين على شهادة البكالوريوس (85) فرداً بنسية (34.8%) وكان عدد الحاصلين على شهادات دراسات عليا 63 فرداً بنسية 25.8%， وكان عدد الحاصلين على شهادة ثانوية عامة فأقل 55 فرداً بنسية 22.5%， وأخيراً بلغ عدد المشاركين الحاصلين على شهادة دبلوم متوسط 41 فرداً بنسية 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.

النسبة المئوية	النكرار	المتغير
%61	244	نعم لا
%39	156	
%100	400	المجموع

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 لبيان عدم متابعة البرامج التلفزيونية العربية السياسية الساخرة؛ وكانت أكثر إجابات المستجيبين بأنَّ هذه البرامج برامج غير موثوقة، ومن الممكن أن تقدم معلومات مضللة، وأنَّ هذه البرامج تعمل على تشويش ذهن المشاهد، بالإضافة إلى أنها برامج تقليدية وقديمة.

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

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

يشير الجدول (7) إلى نتائج الإحصاء الوصفي من حيث التكرارات والنسب المئوية وفقاً لإنجات 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 بنسبة 43.4% من المستجيبين أن البرامج السياسية الساخرة لا تساهم في تشكيل الوعي السياسي.

أن البرامج التلفزيونية العربية السياسية الساخرة تميز بأسهامها الواضح والجوهرى 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 ووجهات الشباب الأردني. واتفق 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 تقضي بها/تقضي بها في متابعة البرامج السياسية الساخرة يومياً.

جدول (8): التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للمدة الزمنية التي تقضي بها/تقضي بها في متابعة البرامج السياسية الساخرة يومياً.

النسبة المئوية	النكرار	المتغير		المجموع
		ساعة فأقل	ما المدة الزمنية التي تقضي بها/تقضي بها في متابعة البرامج السياسية الساخرة يومياً؟	
%55.7	136	من ساعة إلى ساعتين		
%16	39	ثلاثة ساعات فأكثر		
%28.3	69			
%100	244			

يوضح الجدول (8) نتائج التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للمدة الزمنية التي تقضي بها/تقضي بها في متابعة البرامج السياسية الساخرة يومياً، إذ تبين أن أكثر المستجيبين للدراسة يقضون ساعة فأقل في متابعة البرامج السياسية الساخرة يومياً وبعد 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 من 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.

النسبة المئوية	النكرار	المتغير		المجموع
		في وقت عرضها	كيف تفضل متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة؟	
%22.2	54	في وقت اعادة بثها		
%13.5	33	عندما اريد من خلال الانترنت		
%64.3	157			
%100	244			

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 الانترنت وبعد 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.

النسبة المئوية	النكرار	المتغير	المجموع
%5.7	14	صباحية	ما الوقت المفضل لمتابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة؟
%11.5	28	الظهيرة	
%32.8	80	المسائية	
%50	122	بأي وقت	
%100	244		

يبين الجدول (10) نتائج الإحصاء الوصفي من حيث التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للوقت المفضل لمتابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة، حيث يتبيّن أن أكثر المشاركين في الدراسة يفضلون متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة بأي وقت وبعد 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 الظهيرة والفترة الصباحية فكان عدد الأفراد الذين يفضلون مشاهدة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة في الظهيرة 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".

النسبة المئوية	النكرار	المتغير	المجموع
21.3	52	الأسرة	مع من تفضل متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة؟
%9.4	23	الأصدقاء	
%69.3	169	بمفردي	
%100	244		

يلخص الجدول (11) التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للسؤال "مع من تفضل متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة"، حيث يتبيّن أن أغلب المشاركين يشاهدون هذه البرامج بمفردهم وبعدد 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 لأفضليّة جنسية البرامج السياسية الساخرة.

النسبة المئوية	النكرار	المتغير	المجموع
%28.7	70	الأردنية	أيّهما تفضل مشاهدة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة؟
%71.3	174	العربية	
%100	244		

يتبيّن من خلال الجدول رقم (12) نتائج الإحصاء الوصفي من حيث التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لأفضليّة 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 وتطرّقها إلى مجموعة متنوعة من الموضوعات؛ على عكس البرامج الأردنية غير المتميّزة بالأساس بالبرامج السياسية الساخرة مقارنة بالعديد من الدول العربية.

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

جدول (13): التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للوقت المضي في متابعة برنامج واحد من البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة.

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

يتضح من خلال النتائج الواردة في الجدول (13) التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للوقت المضي في متابعة برنامج واحد من البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة، إذ تبين أن أكثر المشاركين في الدراسة يشاهدون فقط جزءاً من الحلقة وبعد 106 فرداً، وبنسبة 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 وبنسبة مئوية 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.

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

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 بـ 161 فرداً، وبنسبة مئوية 66%， وكان ثانياً أكثر الوسائل استخداماً هو اللاب توب (الكمبيوتر) بـ 67 فرداً، وبنسبة 27%， وأخيراً احتل التلفاز الوسيلة الأخيرة التي يستخدمها المشاركين في الدراسة بـ 16 فرداً وبنسبة مئوية 7%.

ترى 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 يقييد 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.

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

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 مستوى متوسط؛ حيث كان عدد المشاركين الذين أيدوا ذلك 141 فردًا وبنسبة 57.7%， ومن ثم كانت النسبة الثانية لدرجة كبيرة في الاعتماد على هذه البرامج في تشكيل الوعي السياسي لدى عينة الدراسة وبعدد 57 فردًا وبنسبة 23.5%， ويتبين من ذلك وجود درجة متوسطة إلى مرتفعة تبعها هذه البرامج في تشكيل الوعي السياسي لدى الجمهور الأردني. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (أبو حمودة، 2018) التي أظهرت أنّ 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	موقع المؤسسات الإعلامية التلفزيونية الإلكترونية	1.97	0.707	4	متوسط
2	موقع المؤسسات الإعلامية من خلال تطبيقات موقع التواصل الاجتماعي	2.13	0.615	3	متوسط
3	شاشات الفضائيات العربية	1.69	0.731	5	متوسط
4	موقع 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) وإنحراف 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 الاجتماعية بمتوسط حسابي (2.31) وإنحراف 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 موقع المؤسسات الإعلامية من خلال تطبيقات موقع التواصل الاجتماعي بالمركز الثالث بمتوسط حسابي (2.13) وإنحراف معياري (0.615)، وكانت أقل الوسائل الإعلامية استخداماً في متابعة البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة كل من موقع المؤسسات الإعلامية التلفزيونية الإلكترونية وشاشات الفضائيات العربية.

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

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

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى الأهمية
1	يتسنم 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 بالصدقافية	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 يتبعها الأردنيون، حيث تبين أنَّ أكثر المميزات للبرامج السياسية الساخرة التي يتبعها الأردنيون وفقاً للمشاركين في هذه الدراسة أنَّ هذه البرامج تعالج المضمون بشكل كوميدي، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (0.660) (بانحراف معياري 0.238). وكانت الميزة الثانية للبرامج السياسية الساخرة التي يتبعها الأردنيون هي أنها تبين المشاكل التي يعاني منها المجتمع إذ بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (0.642)، وكانت الميزة الثالثة للبرامج السياسية الساخرة التي يتبعها الأردنيون هي أنها تعرض الخبر بشكل أقل تعقيداً من البرامج الأخرى حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (0.707) (بانحراف معياري 0.236).

وتشير نتائج الدراسة إلى مجموعة من المميزات للبرامج السياسية الساخرة التي يتبعها الأردنيون حيث رأى أكثر المشاركين في الدراسة أنَّ أكثر مميزات البرامج السياسية الساخرة التي يتبعها الأردنيون إنها تعالج المشكلات السياسية المختلفة بطريقة كوميدية مما يضفي عليها الطابع الترفيهي والممتع، ومن ثم كان أحد أكثر مميزات البرامج السياسية الساخرة التي يتبعها الأردنيون بأنها برامج موجهة نحو معالجة المشاكل التي يعاني منها المجتمع، وبالتالي تطرح هذه المشاكل بطريقة سلسلة وناقلة، 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 الفنات الأقل حظاً في المجتمع.

المحور الثالث : البرامج السياسية الساخرة العربية الأكثر متابعة من قبل الأردنيين لتشكيل وعهم 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 ويس	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 أنَّ 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 ويس، وفي المرتبة الرابعة كان برنامج جو شو ، وكان أقل هذه البرامج مشاهدة برنامج البشير جو ومن ثم برنامج فوق السلطة. وتفق هذه النتيجة مع دراسة (أبو حمودة، 2018) حيث أنَّ البرنامج الساخر في قناة رؤيا مثل برنامج تشويش واضح بلغت نسبة المتابعين له 64.1% وهذه النسبة تعتبر قرينة من نسبة هذه الدراسة. وترى الدراسة أنَّ برنامج السليط الاخباري هو الأكثر مشاهدة لأنَّه يعرض على قناة رقمية ويتم نشره على اليوتيوب، وبالنظر إلى مقدمي البرنامج نرى أنَّ هناك تنوعاً في الجنسيات والمهجات الموجودة فيه، ومحاولة البرنامج في تغطية جميع الاتجاهات والجرأة في طرح المواقف.

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) أن أكثر الموضوعات طرحاً في البرامج السياسية الساخرة وفقاً لاستجابات المستجيبين هي موضوعات القضايا السياسية، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.63) (0.616 بانحراف معياري)، 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 أن أكثر المشاركين في الدراسة قد أكدوا أن أهم الموضوعات التي تطرحها البرامج السياسية الساخرة كانت القضايا السياسية، وهذه النتيجة منطقية بطبيعة الحال حيث أن 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 لمستجيبين، ويمكن الاستنتاج بأن هذه الموضوعات لها علاقة وثيقة بالجانب السياسي. تتفق هذه النتيجة مع دراسة (إسماعيل وأخرون، 2017) التي أظهرت أن أهم الموضوعات التي يتم مناقشتها هي الموضوعات السياسية وتلتها الموضوعات الاجتماعية. وتتفق هذه النتيجة أيضاً مع دراسة (نصار، 2015) التي أظهرت أن 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 أن برنامج أسد العدل مساءكم، اهتم بالمواضيع الاجتماعية حيث جاء ذلك معبراً عن مجموعة كبيرة من القضايا والمشكلات التي ترتبط بالمشاهد داخل المجتمع المصري.

المحور الرابع: التأثيرات المعرفية والوجودانية والسلوكية لاعتماد الأردنيين على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل وعيهم السياسي.
جدول (20): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات المعرفية لاعتماد 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 لاعتماد على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل الوعي السياسي، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام لهذا البعد (2.33) (0.438 بانحراف معياري) ومستوى أهمية متوسط، وترواحت المتوسطات الحسابية لفقرات هذا البعد ما بين (2.22-2.51) وكانت الفقرة الأولى وفقاً لقيمة المتوسطات الحسابية هي الفقرة الأولى؛ والتي تنص "تساهم البرامج السياسية الساخرة في رفع مستوى المعرفة السياسية" بمتوسط حسابي (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 2012 P. 290-304) التي أظهرت أن 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 والعرض الإعلامي. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثيرات معرفية متوسطة لاعتماد الأردنيين على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل وعهم السياسي، حيث تسهم هذه التأثيرات في زيادة مستوى اعتماد الأردنيين على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل وعهم السياسي من خلال رفع مستوى المعرفة السياسية، مما يتيح في زيادة ثقافة الجمهور حول المستجدات والأحداث السياسية الجديدة وبشكل سلس وممتع.

جدول (21): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات الوجданية 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 تبني الحس النقدي لدى المشاهد	2.27	0.655	4	متوسط
5	مع ازدياد المشاكل السياسية تولد لدى الشعور باللامبالاة	2.15	0.729	6	متوسط
6	أثار لدى مشاعر البعض والكره 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 الوجданية 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، وترواحت 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 لقياس المتوسط الحسابي هي الفقرة الخامسة؛ والتي تنص "مع ازدياد المشاكل السياسية تولد لدى الشعور باللامبالاة" إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.15) بانحراف معياري (0.729). اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (بطين، وأخرون، 2020) التي أظهرت أن الاتجاهات الوجданية مكتسبة، وتلعب دوراً مهماً في سلوك الأفراد. وأيضاً توصلت نتائج الدراسة إلى أن التأثيرات الوجданية تؤثر وبشكل متوسط أيضاً على اعتماد الأردنيين على البرامج السياسية الساخرة لتشكيل وعهم السياسي، حيث من الممكن أن تؤدي التأثيرات الوجданية إلى تحسين مزاجية ونفسية المتابعين؛ من خلال تقديم برامج ذات طابع كوميدي، مما يوفر مناخاً دافعاً وإيجابياً بين المتابع والبرنامج، وهذا يدعم ويسهل من تشكيل الوعي السياسي لديهم.

جدول (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	متبعي للبرامج السياسية الساخرة عزز انتقائي السياسي الوطني	2.34	0.790	2	متوسط
2	تدفعني لزيادة البحث حول الموضوعات التي طرحتها	2.41	0.691	1	مرتفع
3	تريدني 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 سلوكى تجاه أفكارى السياسية	2.17	0.679	5	متوسط
5	زادت من وعيي السياسي تجاه بعض القضايا السياسية	2.24	0.686	3	متوسط
6	تدفعني بعض المواقف 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، وترواحت المتوسطات الحسابية لفقرات هذا البعد ما بين (2.41-2.04)، 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 لقياس 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). وافتقت هذه النتيجة مع دراسة (Long et al, 2021) التي استخدم فيها الباحث مسحًا تمثيليًّا 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 من يتابعون البرامج السياسية الساخرة لتشكيل وعهم السياسي من خلال تغيير الأفكار السياسية عند المتابعين وإحداث التغيير بفكيرهم السياسي، بالإضافة إلى قدرة هذه البرامج في زيادة الوعي السياسي، مما يتبع تشكيل وعي سياسي جديد يجعل 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%.
 - أتضح 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 وعهم السياسي.
- التوصيات ، في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيوصي الباحثان بما يلي:
1. أن تغطي البرامج السياسية الساخرة جميع الموضوعات السياسية وأن تطورها وتوسيع 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 وتمكّن 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 الموضع.
 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: طلبة جامعة اليرموك نموذجا، رسالة ماجستير منشورة، جامعة اليرموك، الأردن.
- أسعد، و. (2003). التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والعالم العربي. مجلة الفكر العربي، (31)، 61-90، الكويت.
- إسماعيل، م. ونصرار، ز. والسعيد، م. (2017). أثر البرامج التلفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي. مجلة دراسات الطفولة، (75)، 51-45.
- بطين، م. وبلحيمير، س. وبوطريخ، 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.
- الحربان، 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 القيمية في الإعلام. دار المتوسطة للنشر، تونس.
- عقون، ي. وعلاق، أ. (2020). البرامج السياسية الساخرة في القناة الرقمية A+ عربي. رسالة ماجستير منشورة، جامعة العربي بن مهيدى، الجزائر.

- عمران، ع. (2009). الصورة والرأي العام السلطة الخامسة دراسة سيميولوجية. منشورات البغدادي، الجزائر.
- عمارة، م. (2017). أثر معالجة البرامج الكوميدية الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة جنوب الوادي، مصر، (12)، 545-582.
- محمد، ر. والبنا، ح. ومحمد، ح. (2020). أثر 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=Y292ZXJQYWdlOzI4Mjk0NzM5NztBUzoxMTQzMjI4MTE2NjY5NjAzMkAxNjg2MzQxMDAwODgz&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., & Bouterikh, 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.