
**أطر تقديم الأداء الحكومي بالبرامج الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها بالصورة
الذهنية لدى الشباب الجامعي-دراسة تحليلية لبرنامج "لايف من الدوبلكس"**

إعداد

أ.د/ حسن علي محمد

أستاذ الإعلام المتفرغ وعميد كلية الإعلام بجامعة
السويس سابقا

أ.د/ حازم أنور محمد البنا

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام التربوي
كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

رأب جمعه إبراهيم محمد

باحثة بكلية التربية النوعية قسم الإعلام التربوي
جامعة المنصورة

مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة
عدد (٥٧) - يناير ٢٠٢٠

أطر تقديم الأداء الحكومي بالبرامج الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي-دراسة تحليلية لبرنامج "لايف من الدوبلكس

إعداد

أ.د/حسن علي محمد**

أ.د/حازم أنور محمد البنا*

رباب جمعه إبراهيم محمد***

الملخص

أهداف الدراسة: التعرف على أطر الأداء الحكومي في البرامج التليفزيونية الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي " **عينة الدراسة:** جميع حلقات برنامج "لايف من الدوبلكس" (٦مواسم). **أدوات الدراسة:** قامت الباحثة بتصميم استمارة تحليل مضمون في ضوء التساؤلات ونظرية الأطر الإعلامية بما يخدم موضوع البحث الحالي.

أهم النتائج: تصدر الحلقات التي تناولت موضوعات سياسية خاصة بالأداء الحكومي بنسبة ٩٢٪. أهم الموضوعات التي انتقدتها هي الخاصة ب"السلطة التنفيذية" بنسبة ١٠٠٪، تلاها السخرية من الإعلام المصري بنسبة ٦٢,٣٪. مستخدمة أسلوب "التورية" الذي تصدر أساليب النقد الساخر بنسبة ٨٧٪، يليه أسلوب "المضاهاة" بنسبة ٥٠,٧٪. واعتمدت في الأطر المرجعية على الأطر الرسمية بنسبة ٧١٪، والأطر الشعبية بنسبة ٤٩,٣٪. أما الأطر الخبرية، فتصدر "إطار العرض" بنسبة ٧٥,٤٪، تلاه "إطار المسئولية" بنسبة ٦٢,٥٪. من أبرز الكلمات التي استخدمت عند طرح الموضوعات هي "ياسوسو" بنسبة ٩٢,٨٪، و"يهدك" بنسبة ٨٢,٦٪، يليهم بنسبة ٦٢,٣٪ عبارتي "يا مصيبي"، و "فين المسئولين".

مقدمة الدراسة

يشكل المضمون الذي نتعرض له يومياً من خلال وسائل الإعلام خاصة التليفزيون أهمية كبيرة في تكوين الصورة الذهنية لدى الأفراد، ويزداد دورها أهمية في حالة غياب الخبرة المباشرة أو التجربة الشخصية، حيث يضطر الفرد في هذه الحالة إلى فهم وإدراك الظاهرة والأشياء التي تحيط به من خلال وسيط بمعنى الاعتماد على وسائل الإعلام الجماهيرية، ومن أهم المضامين التي ظهرت حديثاً في البرامج التليفزيونية هي البرامج الساخرة وازداد أعداد متابعيها بشكل ملحوظ حيث

* أستاذ الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

** أستاذ الإعلام المتفرغ وعميد كلية الإعلام بجامعة السويس سابقاً

*** باحثة بكلية التربية النوعية قسم الإعلام التربوي جامعة المنصورة

تميزت تلك البرامج بقدرتها علي طرح القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية بأسلوب مرح يرضي قدراً من الضحك والإسترخاء من جهة وممارستها للمهمة التوعوية في نقد الواقع بسخرية من جهة أخرى ، وهذا ما لفت نظر الباحثة ودفعها لإجراء دراسة استطلاعية علي أحد البرامج الساخرة التي تعرض حالياً علي محطة CBC برنامج (لايف من الدوبلكس) لرصد عدد متابعيه علي اليوتيوب وأسباب متابعتهم له ، وأسفرت النتائج عن أن نسبة ٨٧,٥٪ يتابعونه بشكل دائم و متقطع مقابل ١٢,٥٪ نادراً ما يتابعونه. ومن هنا يمكن تحديد مشكلة البحث من خلال التساؤل التالي: ما أطر الأداء الحكومي في البرامج التلفزيونية الساخرة علي اليوتيوب وما علاقتها بالصورة الذهنية لدي الشباب الجامعي ؟

أهمية الدراسة:

١. قدرة البرامج الساخرة علي الإبهار وإختلاف طرق معالجتها للقضايا ؛مما جعلها تتميز عن البرامج التقليدية وجعلها أكثر تأثيراً علي المشاهدين.
٢. أهمية البرامج الساخرة وإرتفاع نسبة مشاهدة الشباب الجامعي لها .
٣. محاولة الإسهام في تقديم نتائج ومقترحات جديدة ربما يحتاج إليها المسؤولون عن إدارة مثل هذه القنوات وقد تكون هذه النتائج بالنسبة لهم بمثابة مؤشرات تساعد في التطوير من أداؤها.
٤. أهمية دراسة البرنامج عينة الدراسة في ضوء نظرية الأطر الإعلامية، خاصة أن مقدم البرنامج دمية ،يوعتمد علي الصورة والإيحاءات بشكل ملحوظ حيث تركز الأطر الإعلامية علي المحتوى الضمني للرسالة الإعلامية.

أهداف الدراسة :

- التعرف علي نوعية الموضوعات التي يقدمها البرنامج عينة الدراسة.
- تحديد عناصر الإبراز التي ركز عليها البرنامج عينة الدراسة لمعالجه موضوعات الأداء الحكومي.
- دراسة الأساليب الإقناعية التي استخدمها البرنامج لمعالجة موضوعات الأداء الحكومي.
- رصد الحلول المتعلقة بسلبيات الأداء الحكومي كما قدمها البرنامج.

الدراسات السابقة :

(١) دراسة Nicholas Anthony (٢٠١٧) ^(١) بعنوان : " And That's The Word: Effects of The Colbert Report on Political Knowledge and Participation" تهدف هذه الدراسة إلي معرفة أثر البرنامج الساخر ذا كولبير ريبورت علي المعرفة والمشاركة السياسية لدي الجمهور الأمريكي ،وتشير النتائج إلى أن المشاهدين غير الجمهوريين زادت معرفتهم السياسية، ولكنهم لم يشاركوا، وذلك من خلال مشاهدتهم للبرنامج. وكان التأثير التعليمي أكثر انتشاراً من برنامج ديلي شو وغيره من البرامج الإخبارية السياسية ، أيضاً تشير النتائج إلى وجود انقسام قائم على التحيز حول كيفية تثقيف الإعلام وتحفيز المشاركة في السياسة.

- (٢) دراسة Chaudhury, Sharmista (٢٠١٧) ^(٣) بعنوان : 'We Don't Need Cinderella' Changing Gender Identities on YouTube Comedy on India التي تهدف إلى البحث في كيفية استخدام الهنود للروح الفكاهية من أجل خلق قوة للقضايا المختلفة واستخدام يوتيوب كمنصة لانتقاد المعايير الجنسانية. وايضا تحليل الأصوات الناشئة للشباب الهنود في الرسومات الساخرة على يوتيوب. وذلك من خلال التحليل النصي للعروض التي تنتجها القنوات الساخرة على اليوتيوب، وتمثلت قنوات اليوتيوب الساخرة التي إعتد عليها الباحث في الاتي: (East India Comedy- All India Bakhod- The Viral Fever- Girliyapa) وتم اختيار تلك القنوات والفيديوهات وفقا لشعبيتها داخل وسائل الإعلام الهندية وارتفاع نسبة مشاهدتها على يوتيوب، وتوصلت الدراسة إلى : تقديم قنوات اليوتيوب الساخرة روح الدعابة حول القضايا المتعلقة بالتحرش في الشوارع والاعتصاب الزوجي والدين والسياسة، وتظهر الرسومات عادة النساء والرجال الذين يعيدون تعريف هويتهم ويقدمون وجهات نظر جديدة بشأن القضايا الهندية من خلال استخدام السخرية والمحاكاة الساخرة.
- (٣) دراسة هايدي وجيه عبد العاطي (٢٠١٧) ^(٣) بعنوان : "الصورة الإعلامية للرئيس السيسي في القنوات الفضائية المصرية والعربية وعلاقتها بصورته الذهنية لدي المراهقين" ،تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين الصورة الإعلامية للرئيس السيسي في القنوات الفضائية المصرية والعربية (محل الدراسة) وبين صورته الذهنية لدي المراهقين (عينة الدراسة)، وتمثلت العينة التحليلية في البرامج التالية(هنا العاصمة، علي مسئوليتي ،النافذة التفاعلية ،الحدث اليوم) وذلك خلال دورة تليفزيونية من ٢٠١٦/٨/١ حتى ٢٠١٦/١١/١ ، وتمثلت العينة الميدانية من خلال مسح عينة من المراهقين (١٦ - ١٨) سنة قوامها (٤٠٠) مفردة مقسمة بين (جامعة ٦ أكتوبر، جامعة عين شمس، مدرسة فاطمة بنت مبارك التجريبية،مدرسة سانتا فاطيما الخاصة للغات). ومن أهم النتائج مايلي: توجد علاقة ارتباطية بين الصورة الإعلامية للرئيس السيسي بالقنوات الفضائية عينة الدراسة التحليلية والتي جمعت بين الإيجابية والسلبية ،والصورة الذهنية المتكونة لدي المراهقين عنه .
- (٤) دراسة اسماء محمد خالد (٢٠١٦) ^(٤) بعنوان : "العلاقة بين التعرض لبرامج السخرية السياسية ومستوي رضا طلاب الجامعة المصريين عن الأداء السياسي" . يهدف هذا البحث الي دراسة أثر برامج السخرية السياسية علي طلاب الجامعة المصريين ، وقياس مدي رضا هؤلاء الطلاب عن الأداء السياسي في مصر. وقد أجريت الدراسة علي عينة عمدية من ٤٥٠ طالب جامعي والذين تتراوح أعمارهم بين ١٦ - ٣٠ سنة كما تم دراسة عينة من قادة الرأي والنخبة في المجال الإعلامي وتعتمد الدراسة علي الجمع بين منهجين للبحث الكمي والكيفي؛ فتم استخدام دراسة مسحية عن طريق الاستبيان كوسيلة للبحث الكمي ،كما تم إجراء المقابلات التعمقة باعتباره أحد انواع البحث الكيفي .وتوصلت إلي : وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين تعرض طلاب الجامعة لبرامج السخرية السياسية والشعور بالسخط السياسي وعدم الرضا عن الأداء الحكومي. وأن

برامج السخرية السياسية لها تأثير علي المشاركة السياسية لدي الشباب وكذلك مواقفهم تجاه وسائل الإعلام المحلية.

(٥) دراسة ريهان محمد أحمد (٢٠١٥) ^(٥) بعنوان: "العناصر الإخراجية في البرامج التليفزيونية الساخرة وعلاقتها بإدراك المراهقين للقضايا السياسية" سعت الدراسة الحالية لمعرفة دور العناصر الإخراجية بالبرامج التليفزيونية الساخرة في إدراك المراهقين للقضايا السياسية، ورصد المشكلات والقضايا السياسية التي تعالجها. تمثل مجتمع الدراسة التحليلية في (برنامج البرنامج، برنامج بني آدم شو، برنامج الليلة، برنامج زلطة شو، برنامج حدوتة بعد النوم) ، وتمثلت العينة الميدانية في (٤٠٠) مفردة من المراهقين المصريين (١٥ - ١٨) سنة . ومن أهم النتائج: جاءت أوجه إستفادة المراهقين من مشاهدة تلك البرامج في الترتيب الأول "المتعة والتسلية" و"التخلص من الملل والضيق" يليها في الترتيب الثاني "قضاء وقت الفراغ" و"التعرف علي شخصيات مشهورة" ، أما في الترتيب الثالث :الإستفادة من تجارب الآخرين".

(٦) دراسة LeeHoon (٢٠١٢) ^(٦) بعنوان "The Affective Effect of Late-Night Humor: The Indirect Influence of Late-Night Comedy Consumption on Political Engagement through Emotions" يشير هذا البحث إلي أن عرض الكوميديا في وقت متأخر من الليل يؤدي إلى تأثيرات كبيرة وغير مباشرة على مشاركة المواطنين في الحياة السياسية. تحقيقاً لهذه الغاية ، استخدم الباحث نظرية الذكاء الفعال ، ومدخل إتجاه الحافز وإتجاه الإستجابة ، ونموذج وساطة الاتصالات ، وتم تطبيق الدراسة علي عينة من الأفراد البالغين من سن ١٨ سنة وما فوق بشكل عشوائي. وتوصل الي أنه يمكن لمشاهدة تلك البرامج أن تعزز المشاركة السياسية للمواطنين بشكل غير مباشر رعن طريق إثارة غضبهم .

(٧) دراسة Graziano, Maureen A (٢٠١٢) ^(٧) بعنوان: " Political learning among America's youth : The consequences of late-night comedy viewing" تستكشف هذه الدراسة تأثيرات الكوميديا في وقت متأخر من الليل على شباب أمريكا مع النظر في الدافع وراء المشاهدة والسلوك السياسي والتعلم الناجم عن ذلك. اعتمد الباحث في هذه الرسالة علي منهج المسح ، والبرامج التي ركز عليها عند اختيار العينة هي (The Daily Show with Jon Stewart) ، وبرنامج (Stephen Colbert The Colbert Report) ، مستخدماً نظرية الإستخدامات والإشباع ، وتشير النتائج إلى أن : الكوميديا السياسية في وقت متأخر من الليل تؤثر على التعلم والسلوك السياسي. نسبة ٧٤% من المبحوثين لا يشاهدونها في حين أن ٥٢% يحصلون علي معلوماتهم السياسية من خلال تلك البرامج ، و٦٦% يشاهدونها للتسلية ، وآخرون بنسبة ٤٨% من المبحوثين غير موافقين علي ان المعلومات التي يحصلون عليها من تلك البرامج تساعدهم في قرارات التصويت للمرشحين بالرغم من ان ٢٤% أكدوا ان تلك البرامج ساعدتهم في قرارات التصويت للمرشحين، و٢٧% كانوا محايدين بأنها لم تساعدهم في قرارات التصويت.

(٨) دراسة Susu Qin (٢٠٠٩) ^(٨) بعنوان "The Uses Gratifications and Political Knowledge Young Adults Obtain from Watching Network Newscats and Late Night Comedy Shows" والتي تسعى للتعرف علي أهم أسباب تعرض الشباب علي البرامج الإخبارية التقليدية والكوميديية ذات المحتوى السياسي وتأثيرها علي مستوي (معرفتهم بالمسئولين- الإتجاه نحو السلطه) في ضوء نظرية الإستخدامات والإشباعات. مستخدما المنهج التجريبي وطبق علي عينة مكونة من ٤٠٠ طالب جامعي، حيث تعرضت المجموعة الأولى لبرنامج إخباري من شبكة CNN بينما تعرضت المجموعة الأخرى لبرنامج The Daily Show كعينة من البرامج الساخرة، وتوصلت الدراسة إلي أن نسبة تعرض المبحوثين للبرنامج الإخباري في CNN أكثر من تعرضهم للبرنامج الكوميدي The Daily Show ، أيضا ثبت أن المبحوثين الذين تعرضوا للبرنامج الإخباري التقليدي كانوا أقل في المستوي المعرفي من مشاهدي البرنامج الكوميدي، وثبت وجود علاقة إيجابية بين التعرض للمضمون الإخباري والإندماج السياسي ولكنها لم تؤثر علي الإتجاه نحو السلطة.

نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة إلي الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة والأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها لتحديدها تحديداً دقيقاً.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة علي منهج المسح، والذي يعد أكثر المناهج ملائمة للبحوث الإعلامية^(٩)، وتم استخدام منهج المسح بشقه التحليلي الكمي والكيفي.

مجتمع الدراسة التحليلية:

يتمثل في حلقات البرنامج التلفزيوني الساخر "لايف من الدوبلكس" من خلال موقعه علي اليوتيوب.

عينة الدراسة التحليلية:

تشمل جميع حلقات برنامج "لايف من الدوبلكس" بجميع مواسمه والتي تمثلت في ٧٥ حلقة من خلال قناة البرنامج (الدوبلكس El Duplex) علي اليوتيوب .

أدوات الدراسة :

قامت الباحثة بتصميم إستمارة تحليل مضمون في ضوء التساؤلات ونظرية الأطر الإعلامية للإستفادة من تحليل النتائج بشكل كمي، و كيفي للتعرف علي الأطر الإخبارية التي استخدمت في كل قضية علي حدة.

صدق وثبات التحليل:

إختبار الصدق: بعد تصميم الإستمارة تم تحكيمها من خلال عرضها علي مجموعة من الأساتذة* وقد تم تعديل الإستمارة وفقا لمقترحاتهم ،وتم تطبيق الإستمارة بعد التأكد من إمكانية ترميزالبيانات وإدخالها بشكل صحيح ،وبذلك تحقق الصدق الظاهري.

إختبار الثبات: تم إجراء إختبار الثبات مع باحثة أخرى** علي عينة قدرها ١٠٪ من المجتمع الأصلي للعينة التحليلية ، بعد أن تم تعريف فئات التحليل ووحداته وشرح خطوات التحليل والقواعد والتعليمات اللازم إتباعها عند التحليل ،وبلغت قيمة معامل الثبات (٠.٩٢) وذلك علي النحو التالي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2(t)}{2n+1} \text{ حيث أن } (t) = \text{عدد حالات الإتفاق بين المحللين} ، n = \text{عدد}$$

الحالات التي حللها المحلل الأول ، و $n = 2 = \text{عدد الحالات التي حللها المحلل الثاني} ، \text{ وطبقا لذلك بلغت قيمة معامل الثبات (٠.٩٢) .}$

نتائج الدراسة التحليلية الكمية :

جدول رقم (١) يبين عدد الحلقات التي تناولت قضايا أداء حكومي

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم موضوع الحلقة		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
٩٢	٦٩	٨٠	١٢	١٢	٧٢,٧	٨	٩١,٧	١١	١٠٠	١٢	١٠٠	١٤	١٠٠	١١	أداء حكومي
٨	٦	٢٠	٣	٣	٢٧,٣	٣	٨,٣	١	—	—	—	—	—	—	موضوعات أخرى
١٠٠	٧٥	١٠٠	١٥	١٠٠	١١	١٠٠	١٢	١٠٠	١٢	١٠٠	١٤	١٠٠	١١	١١	إجمالي الحلقات

* تم ترتيب أسماء السادة المحكمين أبجديا:

- أ.د بركات عبد العزيز أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكاية الإعلام جامعة القاهرة.
 - أ.د محمد محمود المرسي أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكاية الإعلام جامعة القاهرة.
 - أ.د عادل فهمي أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكاية الإعلام جامعة القاهرة.
 - أ.د عايدة السخاوي أستاذ الإعلام بكلية الآداب جامعة المنصورة.
 - أ.د عبدالرحيم درويش أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة بني سويف.
 - أ.د وائل إسماعيل عبدالباري أستاذ الإعلام بكلية البنات جامعة عين شمس.
 - أ.م.د أسامة عبدالرحيم أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة.
 - أ.م.د إيمان عز الدين أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة.
 - أ.م.د أحمد عادل عبدالفتاح أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة.
 - أ.م.د أسماء الجيوشي أستاذ الإعلام المساعد بكلية الآداب جامعة المنصورة.
 - د. أحمد الهاللي الشربيني مدرس الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة.
- ** نورهان خالد جمال (باحثة ماجستير بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنصورة).

ويتضح من الجدول تصدر الحلقات التي تناولت موضوعات خاصة بالأداء الحكومي بنسبة ٩٢٪ وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج الدراسة الإستطلاعية التي قامت بها الباحثة ووفقا لتلك البيانات السابقة قامت الباحثة بتحليل الحلقات التي تناولت قضايا الأداء الحكومي فقط والمتمثلة في ٦٩ حلقة ، وهي كالآتي :

جدول رقم (٢) يبين المدة الزمنية للبرنامج بشكل عام

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم مدة البرنامج	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
٥٠,٨	٢٥	—	—	٦٢,٥	٥	٩٠,٩	١٠	٦١,٥	٨	٦٤,٣	٩	٢٧,٢	٢	من ٤٥ ل ٦٠ دقيقة
٢٧,٥	١٩	—	—	—	—	٩,١	١	٢٨,٥	٥	٣٥,٧	٥	٧٢,٧	٨	أقل من ٤٥ دقيقة
٢١,٧	١٥	١٠٠	١٢	٣٧,٥	٣	—	—	—	—	—	—	—	—	أكثر من ٦٠ دقيقة
١٠٠	٦٩	١٠٠	١٢	١٠٠	٨	١٠٠	١١	١٠٠	١٣	١٠٠	١٤	١٠٠	١١	إجمالي الحلقات

يتضح من هذا الجدول أن الموسم الأول كانت مدة الحلقة تتراوح في الغالب ل "أقل من ٤٥ دقيقة" ، ثم بدأت النسبة تتزايد كما هو موضح في الموسم الثاني والثالث والرابع لتكون النسبة الأكبر للمدة "من ٤٥ دقيقة ل ٦٠ دقيقة" ، وربما يعود ذلك إلى نجاح البرنامج وكثرة متابعيه ، ثم بدأت تتزايد مرة أخرى في الموسمين الخامس والسادس لتكون النسبة الغالبة للمدة "أكثر من ستين دقيقة".

جدول رقم (٣) يبين دورية البرنامج

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم دورية البرنامج	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
٨٢,٦	٥٧	—	—	١٠٠	٨	١٠٠	١١	١٠٠	١٣	١٠٠	١٤	١٠٠	١١	مرة
١٧,٤	١٢	١٠٠	١٢	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	مرتان
١٠٠	٦٩	١٠٠	١٢	١٠٠	٨	١٠٠	١١	١٠٠	١٣	١٠٠	١٤	١٠٠	١١	إجمالي الحلقات

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نسبة ١٠٠٪ من المواسم الخمس الأولى كانت الدورية مرة أسبوعيا،عدالموسم السادس الذي بنسبة ١٠٠٪ دوريته مرتان أسبوعيا ، وقد يدل ذلك أيضا علي نجاح البرنامج وكثرة عدد متابعيه .

جدول رقم (٤) يبين المدة الزمنية للأخبار المتعلقة بالأداء الحكومي بالبرنامج:

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم المدة الزمنية للتغطية	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
٣٠,٤	٢١	١٦,٧	٢	—	—	٢٧,٣	٣	٣٨,٥	٥	٦٤,٣	٩	١٨,٢	٢	من ٢٠ إلى ٣٠ دقيقة
٢٩	٢٠	٨,٣	١	٢٥	٢	٩,١	١	٣٨,٥	٥	٣٥,٧	٥	٥٤,٥	٦	من ١٥ إلى ٢٠ دقيقة
٢٠,٣	١٤	٤١,٧	٥	١٢,٥	١	٤٥,٤	٥	١٥,٤	٢	—	—	٩,١	١	أقل من ١٠ دقائق
٢٠,٣	١٤	٣٣,٣	٤	٦٢,٥	٥	١٨,٢	٢	٧,٦	١	—	—	١٨,٢	٢	من ١٠ إلى ١٥ دقيقة
١٠٠	٦٩	١٠٠	١٢	١٠٠	٨	١٠٠	١١	١٠٠	١٣	١٠٠	١٤	١٠٠	١١	إجمالي الحلقات

يبين الجدول السابق أن الفئة التي حازت علي نسبة أكبر في البرنامج بشكل عام خلال الـ ٦٠ مواسم كانت الفئة "من ٢٠ إلى ٣٠ دقيقة" بنسبة ٣٠,٤%، وعند مقارنة هذه النسبة مع النسبة الغالبة لمدة البرنامج بشكل عام كما وضحاها جدول رقم (٢)، وهي "من ٤٥ ل ٦٠ دقيقة"، أيضا يمكننا ملاحظة أن المواسم الثلاثة الأولى قد خصصت مدة زمنية أكبر لمناقشة القضايا الحكومية ثم بدأت تتناقص في المواسم التالية، بالرغم من أن مدة البرنامج بشكل عام في المواسم الثلاث الأولى كانت أقل من مدته في المواسم الثلاث الأخيرة وهذا ماوضحه جدول رقم (٢).

جدول رقم (٥) يبين القالب الفني المستخدم في تقديم القضية

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم القالب الفني المستخدم	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
٩١,٢	٦٣	٨٣,٤	١٠	٧٥	٦	٩٠,٩	١٠	٩٢,٣	١٢	١٠٠	١٤	١٠٠	١١	يجمع بين أكثر من قالب
٤,٤	٣	٨,٣	١	١٢,٥	١	—	—	٧,٧	١	—	—	—	—	حديث مباشر
٤,٤	٣	٨,٣	١	١٢,٥	١	٩,١	١	—	—	—	—	—	—	حوار
١٠٠	٦٩	١٠٠	١٢	١٠٠	٨	١٠٠	١١	١٠٠	١٣	١٠٠	١٤	١٠٠	١١	إجمالي الحلقات

تصدرت فئة "يجمع بين أكثر من قالب" بنسبة ٩١,٢% في جميع المواسم، ولعل السبب في ذلك يرجع لاستخدام المذيع قوالب فنية متعددة في تغطية القضية الواحدة وربما كان هذا احد اسباب نجاح البرنامج عدم تقيده بنمط واحد في العرض.

جدول رقم (٦) يبين مدى ارتباط الصورة بالصوت

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم ارتباط الصورة بالصوت	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٤٣,٥	٣٠	٢٥	٣	١٢,٥	١	٣٦,٤	٤	٦٩,٢	٩	٢٥,٧	٥	٧٢,٧	٨	متوافقة
٤٢	٢٩	٥٠	٦	٢٥	٢	٦٣,٦	٧	٢٢,١	٢	٦٤,٢	٩	١٨,٢	٢	الي حد ما
١٤,٥	١٠	٢٥	٣	٦٢,٥	٥	—	—	٧,٧	١	—	—	٩,١	١	لا يوجد ارتباط
٦٩		١٢		٨		١١		١٣		١٤		١١		إجمالي الحلقات

جاءت نتائج الجدول السابق مؤكدة علي ارتباط الصورة بالصوت ،حيث جاءت فئة "متوافقة" بنسبة ٣٤.٥% ،ولفت نظر الباحثة في هذا الجدول هو عدم حصول فئة "لا يوجد ارتباط" علي تكرارات مرتفعة سوي في الموسمي الخامس والسادس ،وربما لجأت لذلك لكي تزيح قدر من المسئولية عنها .

جدول رقم (٧) يبين عناصر الإبراز والأساليب الفنية المستخدمة في التغطية

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم عناصر الإبراز	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٧٨,٣	٥٤	٤١,٧	٥	٣٧,٥	٣	٩٠,٩	١٠	٩٢,٣	١٢	٩٢,٩	١٣	١٠٠	١١	تعليق علي المادة المصورة
٧٢,٥	٥٠	١٦,٧	٢	٣٧,٥	٣	٩٠,٩	١٠	٨٤,٦	١١	٩٢,٩	١٣	١٠٠	١١	الإستعانة بمادة فيلمية
٥٦,٥	٣٩	٣٣,٣	٤	٣٧,٥	٣	١٠٠	١١	٣٨,٥	٥	٧١,٤	١٠	٥٤,٥	٦	مادة مصورة
٥٣,٣	٣٧	٢٥	٢	٢٥	٢	٦٣,٦	٧	٥٣,٨	٧	٧١,٤	١٠	٧٢,٧	٨	عرض معلومات مكتوبة علي الشاشة
٤٤,٩	٣١	٢٥	٣	١٢,٥	١	٥٤,٤	٦	٣٨,٥	٥	٦٤,٣	٩	٦٣,٦	٧	صور ثابتة
٤٤,٩	٣١	١٦,٧	٢	١٢,٥	١	٤٥,٥	٥	٥٣,٨	٧	٦٤,٣	٩	٦٣,٦	٧	اسكتشات غنائية
١٨,٨	١٣	٨,٣	١	١٢,٥	١	—	—	٤٦,٢	٦	—	—	٤٥,٥	٥	اسكتشات تمثيلية
١٠,٤	٧	١٦,٧	٢	٥٠	٤	—	—	٧,٧	١	—	—	—	—	لا يوجد
٤,٣	٣	—	—	—	—	—	—	٧,٧	١	١٤,٣	٢	—	—	رسوم بيانية
٦٩		١٢		٨		١١		١٣		١٤		١١		إجمالي الحلقات

تنوعت عناصر الإبراز التي استخدمها البرنامج ،وأكثر الفئات تكرارا كانت فئة " تعليق علي المادة المصورة" بنسبة ٧٨,٣% تليها فئة "الإستعانة بمادة فيلمية" بنسبة ٧٢,٥%، ولاحظت الباحثة استخدام عناصر الإبراز بصورة أكبر في المواسم الأربعة الأولى ، ولعل السبب في ذلك يرجع إلي تخصيص المواسم الثلاثة الأولى مدة زمنية أكبر لتغطية القضايا الحكومية كما إتضح سابقا في الجدول رقم (٤) ،ونلاحظ أيضا اعتماد الأبله علي بعض عناصر إبراز خاصة بها وحدها أي من

تأليفها هي وفريق عمل البرنامج مثل "الإسكتشات التمثيلية" و"المادة المصورة المصاحبة من خيالها" و"الإستعراضات الغنائية".

جدول رقم (٨) يبين شكل مشاركة الجمهور في البرنامج

الموسم	الموسم الأول		الموسم الثاني		الموسم الثالث		الموسم الرابع		الموسم الخامس		الموسم السادس		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
الحضور بالإستوديو	١١	١٠٠	١٤	١٠٠	١٣	١٠٠	١١	١٠٠	٨	١٠٠	١٢	١٠٠	٦٩
لقاءات خارج الإستوديو	٩	٨١,٨	١٣	٩٢,٩	٥	٣٨,٥	٦	٥٤,٥	٥	٦٢,٥	١٠	٨٣,٣	٤٨
إجمالي الحلقات	١١		١٤		١٣		١١		٨		١٢		٦٩

في هذا الجدول نجد تنوع شكل مشاركة الجمهور، فكان دائم "الحضور بالإستوديو" بنسبة ١٠٠٪، وفي بعض الحلقات بالإضافة إلي الحضور الدائم كان يتم "لقاءات خارج الإستديو" وصلت نسبتها إلي ٦٩,٦ ٪، وقد يكون لهذه المشاركة أثر إيجابي في نفس المشاهد لإحساسه بالتفاعل مع البرنامج.

جدول رقم (٩) يبين مضمون المشاركة الجماهيرية بالبرنامج

الموسم مضمون	الموسم الأول		الموسم الثاني		الموسم الثالث		الموسم الرابع		الموسم الخامس		الموسم السادس		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
الإكتفاء بمجرد الحضور	١١	١٠٠	١٤	١٠٠	١٣	١٠٠	١١	١٠٠	٨	١٠٠	١١٢	١٠٠	٦٩
إبداء وجهة نظر حول القضية	٨	٧٢,٧	٧	٥٠	٦	٤٦,٢	٤	٣٦,٤	٣	٣٧,٥	٧	٥٨,٣	٣٥
تقديم معلومات حول القضية	٣	٢٧,٣	٦	٤٢,٩	—	—	٢	١٨,٢	٢	٢٥	٦	٥٠	٢٧,٥
إجمالي الحلقات	١١		١٤		١٣		١١		٨		١٢		٦٩

تصدرت فئة "الإكتفاء بمجرد الحضور" بنسبة ١٠٠٪، تليها فئة "إبداء وجهة نظر حول القضية" بنسبة ٥٠,٧٪. تعكس هذه النتيجة إهتمام البرنامج بالمشاركة الجماهيرية، فلم يكتفي بمجرد حضور الجمهور الدائم داخل الإستوديو خلال جميع حلقاته، بل أقام معه لقاءات قد تفيد القائمين علي إعداد البرنامج لتقديم محتوى أقرب للجمهور، أيضا قد يكون لهذه المشاركة أثر إيجابي في نفس المشاهد لإحساسه بالتفاعل مع البرنامج.

جدول رقم (١٠) يبين زمن المشاركة الجماهيرية بالبرنامج

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم زمن المشاركة الجماهيرية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٤,٩	٣١				٢٧,٣	٣	٤٦,٢	٦	٩٢,٩	١٣	٨١,٨	٩	أقل من ٥ دقائق
٢٠,٣	١٤	٦٦,٧	٨	٦٢,٥	٥	٩,١	١						من ٥ إلى ١٠ دقائق
٨,٧	٦	٢٣,٣	٤			١٨,٢	٢						من ١٠ إلى ١٥ دقائق
٦٩		١٢		٨		١١		١٣		١٤		١١	إجمالي الحلقات

تصدرت الفئة "أقل من ٥ دقائق" في زمن المشاركة الجماهيرية بالبرنامج بنسبة ٤٤,٩% تلتها الفئة "من ٥ إلى ١٠ دقائق" بنسبة ٢٠,٣% ، نلاحظ أيضا أنه بالرغم من أن المواسم الثلاث الأولى كانت قد خصصت وقتا أكبر لمناقشة القضايا الحكومية كما اتضح في الجدول رقم (٤) إلا أنها خصصت وقتا قليلا منها للمشاركة الجماهيرية ، بينما العكس صحيح قد حدث في المواسم الثلاث الأخيرة وربما ذلك كي تخلي قدر من المسئولية القانونية عن نفسها أو لتقديم أكثر من وجهة نظر أو للإستفادة من خبرات الآخرين.

جدول رقم (١١) يبين موضوع البرنامج

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم موضوع البرنامج	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
١٠٠	٦٩	١٠٠	١٢	١٠٠	٨	١٠٠	١١	١٠٠	١٣	١٠٠	١٤	١٠٠	١١	السلطة التنفيذية
٦٢,٣	٤٢	٢٥	٣	٣٧,٥	٣	٤٥,٥	٥	٨٤,٦	١١	٧٨,٦	١١	٨١,٨	٩	الإعلام المصري
٢٩	٢٠			١٢,٥	١	٣٦,٤	٤	٣٠,٨	٤	٢٨,٦	٤	٦٣,٦	٧	مشاهير
٢٤,٦	١٧	٨,٣	١			١٨,٢	٢	٤٦,٢	٦	٥٧,١	٨			السلطة التشريعية
١٣	٩			٢٥	٢	٩,١	١	٢٢	٣	١٤,٣	٢	٩,١	١	مؤسسة الرئاسة
١٣	٩	٨,٣	١	٢٥	٢	٣٦,٤	٤	١٥,٤	٢					دول خارجية
١٠,٢	٧					٩,١	١	٧,٧	١	٢٨,٦	٤	٩,١	١	المشايخ والأئمة
٧,٣	٥	٨,٣	١							١٤,٣	٢	١٨,٢	٢	جماعة الإخوان المسلمين
٧,٣	٥	٨,٣	١	١٢,٥	١	٩,١	١	١٥,٤	٢					الشرطة
٤,٣	٣							٢٢	٣					القضاء
٦٩		١٢		٨		١١		١٣		١٤		١١		إجمالي الحلقات

أطر تقديم الأداء الحكومي بالبرامج الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي

يتضح من الجدول السابق تصدر النقد للموضوعات الخاصة ب"السلطة التنفيذية" بنسبة ١٠٠%، وهذه النسبة متوقعة؛ نظرا لما قامت به الباحثة في البداية عندما انتقت الحلقات التي ناقشت قضايا الأداء الحكومي فقط بما يخدم موضوع البحث الحالي كما وضحت سابقا في الجدول رقم (١)، تلاها النقد والسخرية من الإعلام المصري (الرسمي والخاص) بنسبة ٦٢.٣%، وربما السبب في ذلك يعود إلي ضعف وسوء المحتوى الإعلامي المقدم وعدم إحترامه لعقل المشاهد، ثم في المرتبة الثالثة فئة "مشاهير" بنسبة ٢٩% سواء كانوا إعلاميين أو فنيين أو مسؤولين ولعل أبرز المشاهير التي كررت الأبله انتقادها خلال الست مواسم كانوا (الوزراء، أحمد موسى، أماني الخياط، توفيق عكاشة، ريهام سعيد، تامر أمين، سعيد حساسين، غادة عبد الرزاق، مرتضي منصور، فيفي عبده).

جدول رقم (١٢) يبين أساليب النقد الساخر

الموسم أساليب النقد الساخر	الموسم الأول		الموسم الثاني		الموسم الثالث		الموسم الرابع		الموسم الخامس		الموسم السادس		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
التورية	١٠	٩٠,٩	١٤	١٠٠	١٢	٩٢,٣	٧	٦٢,٦	٦	٧٥	١١	٩١,٧	٦٠	٨٧
المضاهاة والمقارنة	٥	٤٥,٥	١٠	٧١,٤	٤	٣٦,٤	٤	٣٦,٤	٤	٥٠	٢	١٦,٧	٣٥	٥٠,٧
البالفة	٧	٦٢,٦	١٠	٧١,٤	٦	٤٦,٢	٥	٤٥,٥	٣	٣٧,٥	٣	٢٥	٣٤	٤٩,٣
المفارقة	٦	٥٤,٥	٩	٦٤,٣	٧	٥٣,٨	٣	٢٧,٢	١	١٢,٥	٢	١٦,٧	٢٨	٤٠,٦
التساؤل الساخر	٢	١٨,٢	٤	٢٨,٦	٣	٢٣	٩	٨١,٨	٤	٥٠	٦	٥٠	٢٨	٤٠,٦
إجمالي الحلقات	١١	١٤	١٣	١١	٨	١٢	٦٩							

يتضح من هذا الجدول أن أسلوب "التورية" تصدر أساليب النقد الساخر في البرنامج بنسبة ٨٧%، يليه أسلوب "المضاهاة والمقارنة" بنسبة ٥٠.٧%، ومن النسب الملفتة إرتفاع نسبة "التساؤل الساخر" في المواسم الثلاث الأخيرة ومنها، حاليًا هيتصلح إمته يابلورتي؟، المستقبل هيجصل فيه إيه ياقرموطي؟

جدول رقم (١٣) يبين المصادر التي اعتمد عليها البرنامج في تناول القضية

الموسم مصادر البرنامج	الموسم الأول		الموسم الثاني		الموسم الثالث		الموسم الرابع		الموسم الخامس		الموسم السادس		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
قنوات تليفزيونية	١١	١٠٠	١٤	١٠٠	١٢	٩٢,٣	١٠	٩٠,٩	٣	٣٧,٥	٦	٥٠	٥٦	٨١,٢
المنذوب	١٠	٩٠,٩	١٣	٩٢,٩	٤	٣٠,٨	٨	٧٢,٧	٥	٦٢,٥	٩	٧٥	٤٩	٧١
صحف ومجلات	٩	٨١,٨	٩	٦٤,٣	٨	٦١,٥	٥	٤٥,٥	٣	٣٧,٥	١	٨,٣	٢٥	٥٠,٧
مواقع إنترنت	٩	٨١,٨	١٠	٧١,٤	٥	٣٨,٥	٥	٤٥,٥	٢	٢٥	٢	١٦,٧	٣٢	٤٧,٨
خبراء متخصصون	—	—	—	—	—	—	٣	٢٧,٢	٣	٣٧,٥	٦	٥٠	١٢	١٧,٤
لم يذكر المصدر	—	—	—	—	١	٧,٧	—	—	—	—	٢	١٦,٧	٣	٤,٣
إجمالي الحلقات	١١	١٤	١٣	١١	٨	١٢	٦٩							

اعتمد البرنامج علي "القنوات التليفزيونية" كمصدر أساسي في تناوله للقضايا بنسبة ٨١,٢ % ، وهذا يوضح مدي إهتمام البرنامج بالمادة المصورة والتي تضي الواقعية والمصادقية للأخبار المعروضة، ويوليها بفارق صغير "المنذوب" وكانت نسبته ٧١ % ، وذلك يعكس اهتمام البرنامج بالتعرف علي رأي ووجهة النظر الجمهور المصري في القضايا المحيطة به.

جدول رقم (١٤) يبين اتجاه معالجة القضية

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم التاسع	المعالجة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
٢٧,٧	٢٦	٨,٢	١	٣٧,٥	٣	٢٧,٢	٣	٦٩,٢	٩	٤٢,٩	٦	٣٦,٤	٤	سلبى
٢٣,٣	٢٢	٦٦,٧	٨	٢٥	٢	٥٤,٥	٦	٣٠,٨	٤	—	—	٢٧,٢	٣	محايد
٢٦	١٨	١٦,٧	٢	٢٥	٢	١٨,٢	٢	—	—	٥٧,١	٨	٣٦,٤	٤	يجمع بين الإثنين
٣	٢	٨,٢	١	١٢,٥	١	—	—	—	—	—	—	—	—	إيجابى
١٠٠	٦٩	١٠٠	١٢	١٠٠	٨	١٠٠	١١	١٠٠	١٣	١٠٠	١٤	١٠٠	١١	إجمالي الحلقات

احتلت المعالجة "السلبية" النسبة الأكبر كما هو موضح أعلاه بنسبة ٣٧,٧% تلاها بفارق ليس كبير الفئة "محايد" بنسبة ٣٣,٣% نلاحظ أيضا مما سبق ارتفاع نسبة فئتي "سلبى"، و"الجمع بين السلبى والإيجابى" في المواسم الثلاث الأولى، وربما يرجع ذلك إلي حرقتها في التعبير في المواسم الأولى ، أو عدم الرضا عن الأداء الحكومي، والتي قلت في المواسم الثلاث الأخيرة وأكد علي ذلك ارتفاع نسبة الفئة "محايد" في المواسم الثلاث الأخيرة .

جدول رقم (١٥) يبين أنواع الإستمالات المستخدمة في طرح القضية

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		أنواع الإستمالات	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
٧٥,٤	٥٢	١٠٠	١٢	٥٠	٤	٧٢,٧	٨	٧٦,٩	١٠	٧١,٤	١٠	٧٢,٧	٨	مزيج ما بين العاطفي والمنطقي
٢٣,٢	١٦	—	—	٥٠	٤	٢٧,٣	٣	١٥,٤	٢	٢٨,٦	٤	٢٧,٣	٣	منطقية
١,٤	١	—	—	—	—	—	—	٧,٧	١	—	—	—	—	عاطفية
١٠٠	٦٩	١٠٠	١٢	١٠٠	٨	١٠٠	١١	١٠٠	١٣	١٠٠	١٤	١٠٠	١١	الإجمالي

يوضح هذا الجدول أساليب الإقناع التي اعتمد عليها البرنامج كي يقنع جمهوره واتضح اعتماده علي اسلوب " المزج بين الإستمالات العاطفية والمنطقية" بصورة أكبر وصلت نسبتها إلي ٧٥,٤ %، ويمكن تفسير هذا الإرتفاع بأن بعض القضايا قد يكون لها بعد إنساني وإعتماد البرنامج علي

تغليب المعلومات والأسباب المنطقية بشق عاطفي للوصول إلي أكبر قدر من من التأثير علي الجمهور.

جدول رقم (١٦) يبين مدى التوازن في عرض جوانب القضية

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		مدي التوازن	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
٦٢,٣	٤٣	٨٣,٣	١٠	٣٧,٥	٣	٥٤,٥	٦	٣٨,٥	٥	٧٨,٦	١١	٧٢,٧	٨	عرض وجهات نظر متعددة
٢٧,٧	٢٦	١٦,٧	٢	٦٢,٥	٥	٤٥,٥	٥	٦١,٥	٨	٢١,٤	٣	٢٧,٣	٣	وجهة نظر واحدة
١٠٠	٦٩	١٠٠	١٢	١٠٠	٨	١٠٠	١١	١٠٠	١٣	١٠٠	١٤	١٠٠	١١	إجمالي الحلقات

تصدرت فئة "عرض وجهات نظر متعددة" بنسبة ٦٢,٣%، وذلك بتركيزها علي عرض رأي الكثير من الإعلاميين في قضية معينة كل حلقة ثم تقوم هي بالتعليق وتعرض رأيها الخاص بها بالإضافة إلي ضيوف البرنامج والجمهور الخارجي التي كانت تجري معه لقاءات للتعرف علي وجهة نظره أيضا، أما فئة "عرض وجهة نظر واحدة" فجاءت بنسبة ٢٧,٧%.

جدول رقم (١٧) يبين طريقة تناول القضية (معالجة القضية)

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم معالجة القضية	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
٥٢,٢	٣٦	٨٣,٣	١٠	—	—	٤٥,٥	٥	٣٨,٥	٥	٧١,٤	١٠	٥٤,٥	٦	عرض معلومات ووجهات نظر
٤٤,٩	٣١	٥٨,٣	٧	٢٥	٢	٤٥,٥	٥	٢٢,١	٢	٥٧,١	٨	٥٤,٥	٦	عرض الأسباب
٣٦,٢	٢٥	٥٨,٣	٧	٢٥	٢	٩,١	١	١٥,٤	٢	٥٧,١	٨	٤٥,٥	٥	طرح حلول
٢٤,٦	١٧	١٦,٧	٢	٥٠	٤	٣٦,٤	٤	٣٨,٥	٥	٧,١	١	٩,١	١	مجرد ذكر القضية
١١,٦	٨	—	—	—	—	٩,١	١	١٥,٤	٢	٧,١	١	٣٦,٤	٤	عرض وجهات نظر فقط
١٠,١	٧	—	—	٥٠	٤	٩,١	١	—	—	١٤,٣	٢	—	—	عرض معلومات فقط
٦٩	—	١٢	—	٨	—	١١	—	١٣	—	١٤	—	١١	—	إجمالي الحلقات

جاءت فئة "عرض معلومات ووجهات نظر" في معالجة القضايا بنسبة ٥٢,٢% تلاها أسلوب "عرض الأسباب" بنسبة ٤٤,٩% تلاها أسلوب "طرح الحلول" بنسبة ٣٦,٢% ، ويعد هذا مؤشر إيجابي للبرنامج لإهتمامه بذكر التفاصيل الخاصة بالقضايا المصرية، والتي تعطي رؤية واضحة وكاملة قدر الإمكان للمشاهد ، بل وتساهم في تفعيل الدور المجتمعي لتلك البرامج من خلال إقتراح حلول مختلفة لتلك القضايا لربما تستفاد منها الجهات المسئولة.

جدول رقم (١٨) يبين الأطر المرجعية المستخدمة في عرض القضية

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم الأطر المرجعية	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
٧١	٤٩	٥٠	٦	٦٢,٥	٥	٥٤,٥	٦	٩٢,٣	١٢	١٠٠	١٤	٥٤,٥	٦	أطر رسمية
٤٩,٣	٣٤	٥٨,٣	٧	٥٠	٤	٥٤,٥	٦	٣٠,٨	٤	٥٠	٧	٥٤,٥	٦	أطر شعبية
٤٢	٢٩	١٦,٧	٢	٣٧,٥	٣	٣٦,٤	٤	٤٦,٢	٦	٤٢,٨	٦	٧٢,٧	٨	تصريحات لجهات مسئولة
٣١,٩	٢٢	١٦,٧	٢	—	—	٣٦,٤	٤	٣٨,٥	٥	٥٠	٧	٣٦,٤	٤	أمثال شعبية ومأثورات
٣١,٩	٢٢	٢٥	٣	٢٥	٢	٤٥,٥	٥	٣٨,٥	٥	٢٨,٦	٤	٢٧,٣	٣	أطر تاريخية
١٨,٨	١٣	١٧,٧	٢	٢٥	٢	١٨,٢	٢	٢٣,١	٣	٢٨,٦	٤	—	—	أطر قانونية
٨,٧	٦	—	—	—	—	—	—	—	—	٣٥,٧	٥	٩,١	١	أطر دينية
٦٩	—	١٢	—	٨	—	١١	—	١٣	—	١٤	—	١١	—	إجمالي الحلقات

جاءت الأطر الرسمية المتمثلة في مواقف الرؤساء، ورؤساء الوزراء، و الوزراء المعنيين، والبيانات الرسمية التي تصدر عن مؤسسات الرئاسة في الجدول السابق في المقدمة بنسبة ٧١٪، ثم الأطر الشعبية والتي تركز على موقف الشعب وآرائه واتجاهاته نحو القضايا التي يطرحها البرنامج جاءت بنسبة ٤٩,٣٪، يليها بفارق صغير تصريحات لجهات مسئولة بنسبة ٤٢٪، وأخيرا جاءت الأطر الدينية بنسبة ٨,٧٪

جدول (١٩) يبين الأطر الخبرية المستخدمة في عرض القضية

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم الأطر الخبرية	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
٧٥,٤	٥٢	٦٦,٧	٨	١٠٠	٨	٧٢,٧	٨	٧٦,٩	١٠	٧٨,٦	١١	٦٣,٦	٧	إطار العرض
٦٢,٣	٤٣	٥٨,٣	٧	٥٠	٤	٤٥,٥	٥	٥٣,٨	٧	٩٢,٨	١٣	٦٣,٦	٧	إطار السنوية
٤٣,٥	٣٠	٥٨,٣	٧	٣٧,٥	٣	٤٥,٥	٥	٢٣,١	٢	٣٥,٧	٥	٦٣,٦	٧	إطار الإهتمامات الإنسانية
٣٦,٢	٢٥	٢٢,٢	٤	٦٢,٥	٥	٢٧,٣	٣	٥٣,٨	٧	٢١,٤	٣	٢٧,٣	٣	إطار النتائج الاقتصادية
٢٣,٢	١٦	—	—	—	—	٢٧,٣	٣	٣٠,٨	٤	٥٧,١	٨	٩,١	١	إطار التغيير السياسي
١٨,٨	١٣	—	—	١٢,٥	١	٢٧,٣	٣	١٥,٤	٢	٢٨,٦	٤	٢٧,٣	٣	إطار الصراع
١٥,٩	١١	—	—	١٢,٥	١	٢٧,٣	٣	٧,٧	١	٣٥,٧	٥	٩,١	١	إطار العلاقات الدولية
٦٩	—	١٢	—	٨	—	١١	—	١٣	—	١٤	—	١١	—	إجمالي الحلقات

تصدر "إطار العرض" بنسبة ٧٥,٤٪، تلاها "إطار المسئولية" بنسبة ٦٢,٥٪، ثم "إطار الإهتمامات الإنسانية" بنسبة ٤٣,٥٪، نلاحظ ظهور بعض الأطر في المواسم الأربعة الأولى ثم تختفي كليا في الموسمي الخامس والسادس ومنها "أطر التغيير السياسي" و"أطر الصراع والتنافس" وربما يرجع

أطر تقديم الأداء الحكومي بالبرامج الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي

السبب في ذلك إلي أن في هذه الفترة كانت بداية إنشاء مجلس النواب والانتخابات ومن هنا ظهرت حركة جديدة في المجتمع السياسي المصري وبرز عنصر الصراع والتنافس بين الأعضاء .

جدول رقم (٢٠) يبين طبيعة الإطار

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم طبيعة الأطر	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
٥٥,١	٢٨	٢٣,٣	٤	٦٢,٥	٥	٦٢,٦	٧	٦٩,٢	٩	٥٠	٧	٥٤,٥	٦	إطار عام
٤٤,٩	٣١	٦٦,٧	٨	٣٧,٥	٣	٣٦,٤	٤	٣٠,٨	٤	٥٠	٧	٤٥,٥	٥	إطار محدد
١٠٠	٦٩	١٠٠	١٢	١٠٠	٨	١٠٠	١١	١٠٠	١٣	١٠٠	١٤	١٠٠	١١	الإجمالي

يلاحظ من الجدول تفوق "الإطار العام" فكانت نسبته ٥٥,١% مقابل ٤٤,٩% لـ "الإطار المحدد"، ويعني ذلك عرض البرنامج للقضايا بشكل عام وشامل دون تعمق في التحليل، إلا أن النسبتين متقاربتان من بعضهما .

جدول رقم (٢١) يبين مشاركة الضيوف في البرنامج

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم مشاركة الضيوف	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
٦٠,٩	٤٢	٥٨,٣	٧	٦٢,٥	٥	٣٦,٤	٤	٣٨,٥	٥	٨٥,٧	١٢	٨١,٨	٩	لا يشارك
٣٩,١	٢٧	٤١,٧	٥	٣٧,٥	٣	٦٢,٦	٧	٦١,٥	٨	١٤,٣	٢	١٨,٢	٢	يشارك
١٠٠	٦٩	١٠٠	١٢	١٠٠	٨	١٠٠	١١	١٠٠	١٣	١٠٠	١٤	١٠٠	١١	الإجمالي

النسبة الغالبة هنا هي "لا يشارك" بنسبة ٦٠,٩% بينما الضيوف المشاركون ونسبتهم ٣٩,١%، ونلاحظ انخفاض نسبة المشاركة الضيف الموسمين الأول والثاني بسبب إعتقاد الأكلة علي تغطيتها للأخبار بنفسها بالإضافة إلي فقرات المندوب .

جدول رقم (٢٢) يبين تخصص الضيوف التي شاركت في القضية

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم تخصص الضيوف	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
١٣	٩	٨,٣	١	١٢,٥	١	٩,١	١	١٥,٤	٢	١٤,٣	٢	١٨,٢	٢	إعلامي
١٣	٩	١٦,٧	٢	٣٧,٥	٣	٣٦,٤	٤	—	—	—	—	—	—	متخصص
١٠,١	٧	٨,٣	١	—	—	—	—	٤٦,٢	٦	—	—	—	—	فنان
٤,٣	٣	٨,٣	١	—	—	١٨,٢	٢	—	—	—	—	—	—	أكاديمي
٤,٣	٣	٢٥	٣	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	مواطن عادي
٢,٩	٢	—	—	٢٥	٢	—	—	—	—	—	—	—	—	رجل قانون
٦٩	١٢		٨		١١		١٣		١٤		١١		إجمالي الحلقات	

جاء في الجدول السابق في المرتبة الأولى الضيوف "الإعلاميون" و "المتخصصين" بنسبة متساوية وهي ١٣٪ تلاها في المرتبة الثانية "فنانين" بنسبة ١٠,١٪، ومن أبرز الإعلاميين اللذين شاركوا معها في تغطية القضايا (خيرى رمضان ، ، لميس الحديدي ، محمد دسوقي)، وأبرز الضيوف المتخصصين كان (أستاذ العلوم السياسية الدكتور معتر بالله عبد الفتاح) .

جدول رقم (٢٣) يبين مدى ارتباط الضيف بموضوع القضية

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم ارتباط الضيف بالقضية	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٢٤,٦	١٧	٥٠	٦	٦٢,٥	٥	٥٤,٥	٦	—	—	—	—	—	ارتباط وثيق	
١٣	٩	٨,٣	١	١٢,٥	١	٩,١	١	١٥,٤	٢	١٤,٣	٢	١٨,٢	٢	ارتباط جزئي
١٠,١	٧	٨,٣	١	—	—	—	—	٤٦,٢	٦	—	—	—	—	لا يوجد ارتباط
٦٩	١٢		٨		١١		١٣		١٤		١١		إجمالي الحلقات	

جاء "الإرتباط الوثيق" للضيف بالقضية في المرتبة الأولى بنسبة ٢٤,٦٪، يليه "الإرتباط الجزئي" بنسبة ١٣٪، ونلاحظ في الموسم الثالث النسبة الغالبة للفئة "لا يوجد إرتباط" وذلك لأنها اعتمدت بشكل أكبر في هذا الموسم على الفنانين لتمثيل استكشحات.

جدول رقم (٢٤) يبين الكلمات المحورية التي استخدمت أثناء طرح القضايا

المجموع	الموسم السادس		الموسم الخامس		الموسم الرابع		الموسم الثالث		الموسم الثاني		الموسم الأول		الموسم كلمات محورية	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
٩٢,٨	٦٤	٨٢,٢	١٠	١٠٠	٨	٨١,٨	٩	١٠٠	١٢	٩٢,٩	١٣	١٠٠	١١	ياسوسو
٨٢,٦	٥٧	٧٥	٩	٧٥	٦	٦٢,٦	٧	٩٢,٣	١٢	٨٥,٧	١٢	١٠٠	١١	يهدك
٦٢,٣	٤٢	٥٨,٣	٧	٥٠	٤	٤٥,٥	٥	٥٣,٨	٧	٩٢,٨	١٣	٦٢,٦	٧	فين المسئولين
٦٢,٣	٤٢	٢٣,٣	٤	٦٢,٥	٥	٧٢,٧	٨	٧٦,٩	١٠	٥٠	٧	٨١,٨	٩	يامصيبتي
٥٧,٩	٤٠	—	—	٢٥	٢	٦٢,٦	٧	٩٢,٣	١٢	٧١,٤	١٠	٨١,٨	٩	مش هسكت
٥٣,٦	٣٧	٢٣,٣	٤	٦٢,٥	٥	٧٢,٧	٨	٧٦,٩	١٠	٥٠	٧	٣٦,٤	٤	ادفعلنا الكفالة ياسنباطي
٥٢,٢	٣٦	٤١,٦	٥	٥٠	٤	٦٢,٦	٧	٦١,٥	٨	٦٤,٣	٩	٤٥,٥	٥	أشرف باشا
٤٩,٣	٣٤	٢٣,٣	٤	١٢,٥	١	٤٥,٥	٥	٦١,٥	٨	٦٤,٣	٩	٦٢,٦	٧	ارحمونا بقي
٣٩,١	٢٧	—	—	١٢,٥	١	٢٧,٣	٣	٧٦,٩	١٠	٦٤,٣	٩	٣٦,٤	٤	شعلنا الدوبلكس ياسنباطي
٣٠,٤	٢١	٢٥	٣	٢٥	٢	٤٥,٥	٥	٣٠,٨	٤	٢٨,٦	٤	٢٧,٣	٣	نظرية المؤامرة
٢٤,٦	١٧	٢٥	٣	٢٥	٢	١٨,٢	٢	٣٠,٨	٤	٢١,٤	٣	٢٧,٣	٣	التأبوهات الثلاثة
٢٤,٦	١٧	١٦,٧	٢	—	—	—	—	٣٠,٨	٤	٤٢,٩	٦	٤٥,٥	٥	ارملة هدت عرش مصر
٢١,٧	١٥	٢٥	٣	—	—	١٨,٢	٢	٣٠,٨	٤	٢١,٤	٣	٢٧,٣	٣	يهده الإعلام الموجه
١٥,٩	١١	—	—	—	—	—	—	٣٠,٨	٤	٢١,٤	٣	٣٦,٤	٤	السفلس ده في دماغنا فعلا
١٣	٩	—	—	—	—	١٨,٢	٢	٢٣,١	٣	٢٨,٦	٤	—	—	منور ياساعدة المخبر
٦٩	—	١٢	—	٨	—	١١	—	١٣	—	١٤	—	١١	—	إجمالي الحلقات

تعددت الكلمات التي استخدمت عند طرح الموضوعات وعلي رأسها كلمتان استخدمتا دائما بغرض السخرية من الأحداث أو من تصريحات المسئولين أو من الإعلاميين، وأحيانا للسخرية من الضيف والجمهور أيضا، وهما "ياسوسو" بنسبة ٩٢,٨%، و"يهدك" بنسبة ٨٢,٦%، وفي المرتبة الثالثة جاء بنسبة ٦٢,٣% عبارتي "يامصيبتي"، و"فين المسئولين"؛ فكثيرا ما كانت تقول هذه العبارة لتناشد المسئولين عن وقوع الحدث والمسئولين عن حل القضايا المختلفة التي عرضتها من خلال البرنامج.

نتائج التحليل الكيفي:

أسفرت نتائج الدراسة التحليلية الكمية للأحداث والقضايا التي وردت في البرنامج عينة الدراسة عن مجموعة من القضايا التي تكررت في البرنامج علي مدار ال ٦ مواسم، وكانت قد دونتها الباحثة من خلال بطاقة الملاحظة وقامت بإختيار ثلاث قضايا هم الأكثر تكرارا خلال مدة عرض البرنامج، والأكثر اتفاقا مع نتائج الدراسة الإستطلاعية التي أجرتها الباحثة وهم: التعليم، الفساد الحكومي و حرية التعبير، وتم تحليلهم كالتالي:

حرية التعبير

الموسم الثاني

- ١) الإطار الأساسي ، (شمعلنا الدوبلكس ياسنباطي ، دعوة مستعجلة ضد رئيس الوزراء لوقف برنامج أبله فاهيتا).
- ٢) إطار الأسباب : رفع قضية خدش حياء عام علي الدوبلكس (البرنامج) ، و جاننا إنذار مجيبش سيرة أي مرشح في البرلمان.
- ٣) إطار الحلول : لم تقدم حلول.
- ٤) اتجاه الإطار : (سلبى) تجاه البرلمان المصري وأعضائه وتجاه من يرفعون ضدها قضايا ويطالبون بوقف البرامج.
- ٥) مدي الإطار : (عام) ، فلم تخوض في التفاصيل بل إكتفت بتصريحات غير مباشرة.
- ٦) نوع الإطار : (إطار العرض) ، عرضت الأحداث كما هي مثل الإنذار الذي أتاها بخصوص عدم ذكر البرلمان وأعضائه ، والقضية التي تم رفعها ضدها .
- ٧) العبارات المحورية : (يهدك ، منور ياسعادة المخبر ، سكر لبسنا قضية سكر .. سكر ويكره نحصل باسم ونتسنكر).
- ٨) اتجاه المعالجة : برز الاتجاه (المعارض) للأبله تجاه المحامي سمير صبري الذي رفع عليها القضية بوقف البرنامج.

الموسم الثالث

- تناولت فيه حرية التعبير خلال ٩ حلقات الأولى قدمت فيهم ٣ إسكتشات غنائية ساخرة مرتبطة بالموضوع ، وأكثر من مشهد تمثيلي إحداهم مع الإعلامي محمد دسوقي ، وفي جميعهم عرضت فيديوهات تحتوي علي تصريحات لمسؤولين ولإعلاميين وقامت بالتعليق عليها .
- ١) الإطار الأساسي ، (إحنا عايشين في أزهي عصور حرية التعبير ، إيه رأيكم في السكات ؟ ، الخبر الأساسي اللي كنت ناوية أهري فيه انهاردة اتعمله حطر نشر ، أشرف باشا موافق أتكلم عن الحر)
 - ٢) إطار الأسباب :
- القبض علي (فاطمة نعوت ، أحمد ناجي ، إسلام البحيري) بوقف برنامج خيرى رمضان
 - عدم وجود إعلام هادف (التطليل) بسبب إنخفاض سقف الحريات في البلد .
 - استعراض غنائي عن الإعلام احتوي علي : (إعلام شمال ، ينفخ بالالين ، بالالين عشان ننسي التانيين ، إعلامكم من الستين).
 - استعراض غنائي آخر (مين عاوز يخلص مني ، مش طايقني ، إعلامهم كله هاجمني ، ولإني مبطلش فسالخني)
 - أغنية في بداية الحلقة (من كام سنة وأنا شغالة يوتيوب ، وجابوني علي هنا ولبست ذنوب ، بعديها اسكتي ، ياولية إهمدي ، لا تتكلمي ، ياولية اكنمي ، وأخرتها يقولو إن أنا دبذب).

• بداية الأبله في إحدى حلقات هذا الموسم بمشهد صامت واكتفت فيه بالتساؤل التالي : ها .ايه رأيكم في السكات ؟ ..ياللا أورفوار، ثم انتقلت للفقرة التالية قائلة : " أنا بقي في ظل هذه الظروف العصيبة اللي بيمر بيها الدوبلكس ، قررت أنا ومش بكامل إرادتي إني متكلمش في حاجة مهمة ،عشان الكلام اليومين دول بيزعل ،فقررت بقي إن إحنا الليلة دي نرفش مع رمز الفرشة المصرية فوفا " .

• سؤال للجمهور خارج الإستديو وهو "ليه الأبله قررت متكلمش في السياسة" ،وكانت الإجابة كالتالي : (علشان متشتمعش وعلشان عاقله وراسية) .

• عايزينا نفضل بوقنا ومنتكلمش .

(٣) إطار الحلول

• علقت الأبله علي خبر القبض علي بعض الشخصيات وتوقف برنامج خيري بالآتي : "علشان كده أنا مش ناوية السيزون ده أقرب من التابوهات التلاته (الدين ، السياسة ، الجنس ، الجيش ، الشرطة ، الرئيس ، الوزراء ، مجلس الشعب ، ماسبيرو ، الصعيد ، الدلتا ، القناة ، القضاء ، القدر)" .

• الحل الساخر لوجود إعلام هادف كما قالته الأبله هو : "إعلام يتحدث عن كافة مواضيع الحياة عدا السياسة" .

• حل ساخر من الأبله "المهم تركزي في اللي مش مهم ، تتكلمي في الفرعيات تاكلي عيش ، تتكلمي في الأساسيات تقعد في البيت" .

• أن نعلم أبناءنا معني " الحرية" .

• ندرك أن من يقول رأيه ويكون معارض مش عميل .

• ومن يقول وجهة نظر مختلفة مش خاين .

(٤) اتجاه الإطار:برز الاتجاه(السلبى) من الأبله تجاه حرية التعبير ،كما برز الاتجاه (السلبى) للضيف تجاه حرية التعبير في الإعلام ووصفه بأنه (تطبيع)،والاتجاه السلبى من قبل الجمهور تجاه حرية التعبير واتضح ذلك من خلال سؤال للجمهور وهو "عبر عن حرية التعبير بكلمة واحدة" وكانت الإجابات كالآتي : (البوكس، أشرف باشا ، خلي أشرف باشا يعبرنا، ميستهلوشي) .

(٥) مدي الإطار : محدد ، فتحدثت عن القضايا التي رفعت ضدها واستشهدت برأي الجمهور والضيوف وأكدوا علي ذلك، وتعرضت لتفاصيل عن الأسباب والحلول أيضا .

(٦) نوع الإطار : إطار(العرض) ، عرضت ماحدث معها من قضايا رفعت ضدها ، ومن مواضيع تم حظر نشرها . إطار(الصراع) ، الصراع بين أبله فاهيتا وبين الحكومة كي تقدم إعلام هادف وتعرض وجهة نظرها بحرية دون ضغط .

(٧) الكلمات المحورية : (مصر بقت كلها تابوهات ، إنزلنا بسقف الحريات ياسنباطي، اسكت يالساني ، ادفعلنا الكفالة ياسنباطي، انا مش ناقصة غرامات ، رفع سقف الحرية ،حكمة السكات مطلوبة ، مش هسكت ،أشرف باشا)

٨) اتجاه المعالجة : برز الاتجاه (المعارض) من قبل الأبله تجاه حرية التعبير وأكدت علي ذلك بالإستعراضات الغنائية التي قدمتها ، واتفق معها الضيف الإعلامي محمد دسوقي وأكد علي ذلك من خلال المشهد التمثيلي الذي قام به معها ، ثم اتفق معهم الجمهور الخارجي من خلال إجاباته علي التساؤل الذي وضحناه سابقا .

المراجع

1) Canfield, Nicholas Anthony. " And That's The Word: Effects of The Colbert Report on Political Knowledge and Participation" , UnPublished MA ,(Illinois State University, United States – Illinois, 2017).

2) Chaudhury, Sharmista. "We Don't Need Cinderella: Changing Gender Identities on YouTube Comedy on India", University of Oregon, United States, 2017.

٣) هايدي وجيه عبد العاطي عبد الرحمن ،" الصورة الإعلامية للرئيس السيسي في القنوات الفضائية المصرية والعربية وعلاقتها بصورته الذهنية لدي المراهقين" رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة عين شمس ،كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٧).

٤) أسماء محمد خالد ،"العلاقة بين التعرض لبرامج السخرية السياسية ومستوي رضا طلاب الجامعة المصريين عن الأداء السياسي" رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة ،كلية الإعلام، ٢٠١٦).

٥) ريهان محمد أحمد عمران ،"العناصر الإخراجية في البرامج التلفزيونية الساخرة وعلاقتها بإدراك المراهقين للقضايا السياسية" رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٥).

6) Lee, Hoon , "The Affective Effect of Late-Night Humor : The Indirect Influence of Late-Night Comedy Consumption on Political Engagement through Emotions", UnPublished Ph.D., (University of Michigan, United States, 2012).

7) Graziano, Maureen A, " Political learning among America's youth : The consequences of late-night comedy viewing", UnPublished MA, (University of Nebraska at Omaha , United States – , 2012).

8) Qin ,Susu. "The Uses Gratifications and Political Knowledge Young Adults Obtain from Watching Network Newscats and Late Night Comedy Shows", Un Published MA ,(Paper Presented at Iowa State University , United States - Iowa ,2009.

٩) محمد عبد الحميد ،" البحث العلمي في الدراسات الإعلامية" ،(القاهرة ،عالم الكتاب، ٢٠٠٠)، ص ١٥٨ .