

معالجة منصة الواو ليبيا على اليوتيوب للموضوعات السياسية

"دراسة تحليلية لعينة من حلقات سلسلة العميمات للمدة من 2020/10/9 وحتى 2024/6/7 " محمد علي محمود الفقهي – قسم الإعلام –كلية الآداب جامعة سرت – ليبيا Mohammed.alfughi@gmail.com

عبد الله محمد عبد الله أطبيقه- قسم الإعلام-كلية الآداب جامعة سرت -ليبيا dr.amatbiga@su.edu.ly

تاريخ النشر:2024/11/14

تاريخ التقييم:2024/10/30

تاريخ الاستلام: 2024/10/3

الملخص:

سعى هذا البحث إلى تحقيق هدف رئيسي وهو التطرق إلى كيفية معالجة منصة الواو ليبيا للموضوعات السياسية من خلال دراسة تحليلية لعينة من حلقات سلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا على اليوتيوب خلال المدة من 2020/10/9 وحتى 2024/6/7 ، يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التحليلية التي تعتمد على أسلوب تحليل المضمون، وتمثلت عينة البحث في عينة عشوائية بسيطة من سلسلة من الحلقات الخاضعة للدراسة التحليلية لسلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا على اليوتيوب خلال المدة المذكورة آنفاً وذلك بالاعتماد على أسلوب الأسبوع الصناعي ، حيث بلغ عدد الحلقات التي شملتها الدراسة التحليلية (26) حلقة، اعتمد الباحثان في هذا البحث على استمارة تحليل المضمون، توصل البحث لمجموعة من النتائج أهمها : أن الحديث الساخر سجل نسبة مرتفعة أمام باقي عناصر الإبراز المستخدمة في سلسلة العميمات.

ويتضح من النتائج أن البعد السياسي سجل نسبة مرتفعة أمام باقي الأبعاد الأخرى وهذا مؤشر على أن الموضوعات السياسية تشغل الرأي العام المحلي.

وتشير النتائج إلى أن المصالحة الوطنية جاءت في المرتبة الأولى مقابل الموضوعات السياسية الأخرى فهي تشكل أهمية كبيرة للرأي العام المحلي خاصة في ظل الأوضاع السياسية التي تشهدها ليبيا، وأن التكافل الاجتماعي كان من أكثر القيم التي تطرحها سلسلة العميمات بنسبة بلغت (19.4%)، ويوصي الباحثان بضرورة تنوع الموضوعات التي تتناولها البرامج الساخرة التي تخدم قضايا المجتمع.

الكلمات المفتاحية: الكرتون الساخر - -منصة اليوتيوب - الموضوعات السياسية - ليبيا - العميمات.

The processing of the Waw Libya platform on YouTube for political topics: "An analytical study of a sample of episodes of the Al-Ameemat series for the period from 10/9/2020 to 6/7/2024".

Muhammad Ali Mahmoud Al-Fughi / Media Department, Faculty of Arts, University of Sirte – Liby/ Mohammed.alfughi@gmail.coma

Abdullah Mohammed Abdullah Atbiqa / Media Department, Faculty of Arts, University of Sirte – Libya / dr.amatbiga@su.edu.ly

Abstract:

This research sought to achieve a main objective, which is to address how the Waw Libya platform deals with political topics through an analytical study of a sample of episodes of the Al-Ameemat series on the Waw Libya platform on YouTube during the period from 10/9/2020 to 6/7/2024. This research is one of the descriptive analytical researches that rely on the content analysis method. The research sample was a simple random sample of a series of episodes subject to the analytical study of the Al-Ameemat series on the Waw Libya platform on YouTube during the period from 10/9/2020 to 6/7/2024, relying on the industrial week method, as the number of episodes included in the analytical study reached (26) episodes. The researchers relied on the content analysis form in this research. The research reached a set of results, the most important of which are: The sarcastic talk recorded a high percentage compared to the rest of the elements of highlighting used in the Al-Ameemat series. It is clear from the results that the political dimension recorded a high percentage compared to the rest of the other dimensions, and this is an indication that political topics occupy local public opinion. The results indicate National reconciliation came in first place compared to other political topics, as it is important to local public opinion, especially in light of the political situation in Libya. Social solidarity was one of the most important values raised by the series of general programs, at a rate of 19.4%. The researchers recommend the necessity of diversifying the topics covered by satirical programs that serve community issues.

Keywords: satirical cartoon - YouTube platform - political topics - Libya - turban



المقدمة:

تحظى البرامج الساخرة بمكانة خاصة مقارنة ببقية المواد البرامجية التي تقدمها القنوات الفضائية والمحطات التلفزيونية الأرضية وتتمتع بجماهيرية واسعة وهي مفضلة لدى مختلف الأعمار والشرائح الاجتماعية بغض النظر عن مستواها الثقافي لما تحمله من مضامين سياسية واجتماعية ونفسية تثير الضحك والنقد والتحريض (مصطفى ،2014: ص13).

يعتبر علماء الاتصال السياسي البرامج الساخرة من أبرز أساليب الاتصال السياسي في الوصول إلى الجمهور، ويؤكدون على أهميتها في تعزيز قيم الديمقراطية، ورفع الفاعلية السياسية في المجتمعات (حيدر 2019).

وتكمن خطورة وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون في تنمية الوعي السياسي في قدرتها على اختراق الحواجز، وتوصيل رسالتها الإيديولوجية للمواطنين في منازلهم عبر نماذج عديدة من البرامج، من بينها البرامج التلفزيونية السياسية الساخرة التي تقدم مضامين بأسلوب ساخر (جابر ،2024).

ويلاحظ أن استخدام السخرية تصاعد في السنوات الأخيرة في بعض الدول العربية، التي تشهد احتقاناً مجتمعياً واضحاً، أو تواجه شعوبما تحديات سياسية واقتصادية، وذلك كوسيلة للتعبير عن آراء المتلقى من حيث عدم رضاها عن الوضع القائم (شمس ،2022) .

مشكلة البحث:

تعد ظاهرة انتشار محتوى الكارتون الساخر على منصات التواصل الاجتماعي من الظواهر المنتشرة في الآونة الأخيرة، حيث تستخدم هذه الوسيلة بحدف النقد والسخرية من الأحداث والقضايا السياسية الراهنة في ليبيا، وقد تركزت معظم هذه المحتويات على منصة اليوتيوب باعتبارها إحدى أهم وسائل التواصل الاجتماعي وأكثرها شعبية.

ومن أبرز هذه النماذج الساخرة على منصة اليوتيوب الليبية سلسلة "العميمات" التي حققت شهرة واسعة وجذبت عدداً كبيراً من المشاهدات لما تتضمنه من سخرية واستعراض للقضايا السياسية الرئيسية في ليبيا منذ عام 2020.

وتأتي أهمية دراسة محتوى هذه السلسلة الكارتونية الساخرة؛ لكونها تعكس بشكل غير مباشر آراء ووجهات نظر جمهور كبير تجاه الأحداث السياسية، كما تسلط الضوء على طبيعة الخطاب السياسي غير الرسمي السائد على منصات التواصل في ليبيا.

ومع قلة الدراسات الأكاديمية حول هذه الظاهرة الإعلامية الجديدة وتأثيراتها، نحاول في هذا البحث الإجابة عن السؤال الرئيس: كيف تتم معالجة منصة الواو ليبيا على اليوتيوب للموضوعات السياسية في ليبيا؟

أهمية البحث:

- 1. تكمن الأهمية العلمية في معرفة كيفية معالجة منصة الواو ليبيا على اليوتيوب للموضوعات السياسية في ليبيا.
- 2. تكمن الأهمية العملية في التوجه نحو دراسة أبرز سمات ومحتوى الكوميديا الساخرة ممنصة اليوتيوب الرقمية ممثلة في سلسلة الكارتون الساخر العميمات وإجراء تحليل مضمون لها والخروج بنتائج وتوصيات يمكن أن تفتح المجال لدراسات تتعلق بالكارتون الساخر.

أهداف البحث:

سعى هذا البحث إلى تحقيق هدف رئيسي وهو التطرق إلى كيفية معالجة منصة الواو ليبيا على اليوتيوب للموضوعات السياسية في ليبيا من خلال دراسة تحليلية لعينة من حلقات سلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا على اليوتيوب خلال المدة من 2020/10/9 وحتى 2024/6/7 ، وتنبثق من خلاله مجموعة من الأهداف الفرعية:

- معرفة أهم الموضوعات السياسية الساخرة التي تم تناولها في منصة الواو ليبيا على اليوتيوب.
- 2. التعرف على أهم أساليب النقد الساخر التي اعتمدت عليها سلسلة العميمات بمنصة الواو لسا.

تساؤلات البحث:

سعى هذا البحث للإجابة على مجموعة من التساؤلات أهمها:

- 1. ما هي الشخصيات المحورية في سلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا؟
- 2. ما هي اللغة التي اعتمدت عليها سلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا في تناولها للموضوعات السياسية؟
 - 3. ما السمات البارزة للشخصيات المحورية بسلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا؟



- 4. ما أبعاد الموضوعات السياسية التي تم تناولها في سلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا؟
- 5. ما الموضوعات السياسية الساخرة التي تم تناولها في سلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا؟
- 6. ما هي أساليب تناول السخرية التي اعتمدت عليها سلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا؟
 - 7. ما القيم التي تطرحها سلسلة العميمات في تناولها للموضوعات السياسية الساخرة؟
- مفاهيم البحث: من خلال مشكلة البحث رأى الباحثان ضرورة تعريف بعض المفاهيم الواردة في العنوان وهي:
- 1. السخرية: جاء في مقدمة كتاب مك جراهيل أنها نتاج أدبي ينتقد التصورات، والتعاليم الاجتماعية في المجتمعات البشرية باستخدام النكتة والعكس والغضب والنقائض (طالة ، 2021: ص184)
- 2. منصة اليوتيوب: عبارة عن موقع إلكتروني يُمكن استخدامه بشكل مجاني، يتم من خلاله السماح بمشاهدة مقاطع الفيديو التي يتم نشرها من قِبل المستخدِمين الآخرين لهذا الموقع، بالإضافة إلى إمكانية تحميل المستخدِمين أنفسهم لمقاطع فيديو خاصة بحم، وتم تأسيس هذا الموقع في شهر شباط/فبراير من عام 2005م من قِبل كل من ستيف تشين، وتشاد هيرلي ، وجاويد كريم ، إلا أنّ شركة جوجل قامت بشرائه بعد عام واحد من تأسيسه أيّ عام 2006م، وبصفقة تجارية بلغت قيمتها 1.65 مليار دولار أمريكي (صلاح ،2020)
- 3. الواو ليبيا: منصة إعلامية على منصة اليوتيوب موثوقة مِن وإلى الشباب، انطلقت لسد فجوة في سوق الإعلام المحلي، من خلال إنشاء محتوى مبتكر وترفيهي ومحفّز لإعمال فكر كل الشباب الليبي، تسعى المنصة إلى خلق فرص للشباب المبدع والطموح حيث يبلغ عدد المشتركين بالمنصة الى تاريخ 2024/7/29 (155000) مشتركاً وعدد مقاطع الفيديو 1164 مقطع، وعدد المشاهدات (https://www.alwow.ly/ar/about-us/ 2247555)
- 4. العميمات: مجموعة أصدقاء تخوض مغامرات وتتناقش بموضوعات مختلفة في سلسلة حلقات، وهم حرابش، ليزا، السيفتي، التالولا، ومحمد ويناقشون قضايا تهم الراي العام الليبي بأسلوب https://www.alwow.ly/ar/about-us/)

 الدراسات السابقة:

- 1. الجنايني ،هالة فايز ،وآخرون (2024): تعدف هذه الدراسة إلى رصد وتحليل البرامج السياسية الساخرة المقدمة عبر موقع اليوتيوب والتعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التي تناقشها، ومدى التزامها بالمعايير المهنية والأخلاقية للإعلام، استعانت الدراسة بنظرية المسئولية لاجتماعية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي بغية تحليل بنية الموضوع وتوضيح سماته ومكوناته وأبعاده المختلفة كماهي في الواقع، من خلال التحليل المتعمق لمحتوى البرامج عينة الدراسة، وتكونت عينة الدراسة من (5) برامج، واستخدمت الباحثة استمارة تحليل المضمون ، وتوصلت نتائج الدراسة إلى مايلي: أكدت نتائج الدراسة عدم التزام البرامج السياسية الساخرة محل الدراسة بالمعايير المهنية والأخلاقية الخاصة بالعمل الإعلامي كالدقة، والموضوعية والتوزان، كما أكدت أن اتجاه معالجة البرامج عينة الدراسة للقضايا المثارة كان معارضاً في المرتبة الأولى وتتفق هذه النتيجة مع طبيعة البرامج السياسية الساخرة التي تتبنى الاتجاه السياسية. المعارض لما يقع من أحداث ، بحدف إظهار مواطن الضعف والقصور في الأنظمة السياسية.
- 2. عبد الأمير أمير علي (2023): وهدف البحث إلى التعرف على دور السخرية في برامج التلفزيونية التلفزيون بتشكيل صورة السياسي العراقي، ومعرفة الصورة التي شكلتها البرامج التلفزيونية الساخرة لدى الجمهور عن السياسي العراقي وأبرز ملامح ومظاهر الصورة السلبية والإيجابية التي شكلتها تلك البرامج وتحديد أبرز الموضوعات التي يفضل الجمهور متابعتها في البرامج الساخرة، وأظهرت الدراسة أن أغلب الجمهور يتابع البرامج التلفزيونية الساخرة بشكل مستمر (دائماً)، حيث بلغت نسبتهم (٥,٩٥٠)، فيما يتابع (٤,٠٤٠) من مجموع عينة البحث، البرامج الساخرة بشكل متقطع، مبينة أن غالبية الجمهور الذي يتابع البرامج التلفزيونية الساخرة يفضل متابعة الموضوعات السياسية كما أشارت إلى أن أغلب الجمهور من مجموع عينة البحث تشكلت لديهم صورة سلبية عن السياسي العراقي من خلال البرامج الساخرة، بينما يعتقد (٧,٢٦٠) أنه لا توجد صورة واضحة عن السياسي العراقي في البرامج الساخرة.
- 3. محمد علوان بلقيس (2023): سعت الدراسة للوقوف على أطر معالجة البرامج الساخرة على الفضائيات اليمنية للأحداث الجارية في اليمن، من خلال تحليل محتوى عينة من سبعة برامج تبث على الفضائيات اليمنية على اختلاف توجهاتها، حيث تم تحليل 49 حلقة بواقع سبع حلقات من كل برنامج، وتنبثق أهميتها من تناول البرامج الساخرة على الفضائيات



اليمنية، خاصة مع ارتفاع مؤشرات التعرض لهذه النوعية من البرامج، ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة: تصدر الموضوع السياسي قائمة المواضيع المتناولة في البرامج، ثم المواضيع العسكرية، ثم الأمنية، فالاجتماعية، وغلب الحديث المباشر على الأشكال البرامجية المقدمة، واستخدمت اللهجة المحلية بدرجة أكبر من البيضاء، وبدرجة أقل العربية الفصحى، وتنوعت الأهداف التي سعت إليها البرامج وفي مقدمتها إدانة طرف، والنقد، واعتمدت البرامج عينة الدراسة على وسائل الاعلام التقليدية ثم وسائل التواصل الاجتماعي كمصادر للمضامين المقدمة، وبرزت المقارنة والتهويل والتهوين في أساليب النقد والسخرية المقدمة، وكان اتجاه المعالجة سلبيًا في أغلب المحتوى المقدم ذي المعلومات المبسطة غالباً.

- 4. البكاي، محمد عبداللطيف(2023): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب وشملت التعرف على الموضوعات التي تناولتها البرامج الساخرة على اليوتيوب ونوعها وأبعادها والكشف عن الأهداف التي تسعى البرامج الساخرة لتحقيقها والأساليب والاستمالات المستخدمة وتحديد المصادر التي تم الاعتماد عليها وأساليب تقديمها، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي مستخدمة أسلوب تحليل المضمون لتحليل حلقات البرامج الليبية الساخرة على قنوات (من لاخير) والتي شملت برنامجي (من لاخير شو- البرامج الليبية الواو ليبيا) والتي شملت برنامج (المخزن مستر عوكاكو شوية مع شيكا) ، و تم إجراء الدراسة التحليلية بعد عمل مسح شامل للبرامج الساخرة المعروضة عبر القناتين والتي بلغ عددها (70) حلقة في الفترة من بداية شهر يناير من العام 2021وحتى نهاية شهر ديسمبر من ذات العام ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها : تصدر الموضوعات الاجتماعية التي تناولتها تلك البرامج اللبيبة الساخرة على يوتيوب وسعيها إلى تحقيق أهداف توعوية ذات أبعاد وطنية معتمدة في ذلك على الاستمالات العقلية و اعتماد أسلوب المحاكاة الساخرة كأسلوب نقدى في البرامج اللبيبة.
- 5. السلمي، سمير سعد (2022): هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن واقع استخدام برامج المشاهير على اليوتيوب ودورها في تنمية القيم الأخلاقية لدى طلاب جامعة جدة، والتعرف على معوقات الاستفادة من برامج المشاهير على اليوتيوب في تنمية القيم الأخلاقية لدى طلاب جامعة جدة، وكذلك التعرف إلى المقترحات الممكنة للاستفادة من برامج المشاهير

على اليوتيوب في تنمية القيم الأخلاقية لدى طلاب جامعة جدة. التعرف على دور برامج المشاهير على اليوتيوب في تنمية القيم الأخلاقية لدى طلاب جامعة جدة، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بحا، وتكونت عينة الدراسة من (450) طالباً من طلاب جامعة جدة، وأظهرت النتائج أن دور برامج المشاهير على اليوتيوب في تنمية القيم الأخلاقية لدى طلاب جامعة جدة منخفض بحسب وجهة نظر الطلاب أنفسهم، كما أظهرت النتائج أن أبرز معوقات الاستفادة من برامج المشاهير على اليوتيوب في تنمية القيم الأخلاقية لدى طلاب جامعة جدة، تمثلت في: احتواء برامج المشاهير على طابع السخرية من الآخرين، واتسامها بالحرية المطلقة في طرح الآراء، والتفاوت الكبير بين آراء المشاهير في برامجهم وبين سلوكياتهم.

- 6. محمد، رجاب جمعة، وآخرون (2020) تحدف الدراسة إلى التعرف على أطر الأداء الحكومي في البرامج التلفزيونية الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي "تكونت عينة الدراسة من جميع حلقات برنامج "لايف من الدوبلكس" (6مواسم): 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 92%. أهم الموضوعات التي انتقدتها هي تلك الخاصة بالسلطة التنفيذية بنسبة 100%، تلاها السخرية من الإعلام المصري بنسبة 62.3%، مستخدمة أسلوب التورية الذي تصدر أساليب النقد الساخر بنسبة 78%، يليه أسلوب المضاهاة بنسبة أسلوب التورية الذي تصدر أساليب النقد الساخر الرسمية بنسبة 17%، والأطر الشعبية بنسبة 95.7%. أما الأطر الحجعية على الأطر الرسمية بنسبة 49.7%، تلاه إطار المسئولية بنسبة 62.3%. من أبرز الكلمات التي استخدمت عند طرح الموضوعات هي ياسوسو بنسبة 62.3%، يليهم بنسبة 62.3%، يليهم بنسبة 62.3% عبارتي يا ياسوسو بنسبة 93.2%، ويهدك بنسبة 98.2%، يليهم بنسبة 62.3%
- 7. بومشطة، نوال (2020) تحدف هذه الدراسة إلى معرفة ترتيب أولويات البرامج السياسية الساخرة في القنوات التلفزيونية الأمريكية، من خلال تحليل برنامج " The Daily Show " الساخرة في القنوات التلفزيونية الأمريكية، عن خلال تحليل برنامج القضايا السياسية التي يتناولها بأسلوب السخرية وترتيب أولوياته في بناء هذا



البرنامج، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت أداة تحليل المحتوى لاستخراج البيانات التي تجيب عن التساؤلات المطروحة في الإشكالية، من أجل الكشف عن الأسلوب الذي يستخدمه البرنامج من أجل التأثير في الجمهور، وأنواع السخرية التي يوظفها لانتقاد الشخصيات والهيئات السياسية. وتوصلت الدراسة إلى أن هذه البرامج السياسية الساخرة في أمريكا تضع في أولوياتها المعالجة الإعلامية للمواضيع والأحداث الآنية، التي تهم المجتمع الأمريكي وتبث أو تنشر عبر وسائل الإعلام الأمريكية، وذلك بأسلوب ساخر وناقد من أجل إيصال رسالة إلى الرأي العام بتأثير إيجابي.

- 8. محمود، ضياء مصطفى (2018): يرمي البحث إلى التوصل إلى حقيقة العلاقة بين الأساليب والمضامين الساخرة التي تطرحها البرامج التلفزيونية الساخرة وما ينجم عنها نتيجة تعرض الجمهور لهذه البرامج في غرس ثقافة التحريض لاسيما التحريض السياسي لما يحمله من أبعاد تؤثر على البيئة السياسية والاجتماعية في الواقع العراقي. وتوصل البحث إلى نتائج أهمها أن البحث يكون مرجعا للباحثين في هذا المجال ومعرفة أهمية هذه البرامج ومساحتها في القنوات الفضائية، بالإضافة إلى أن هذه البرامج تعد من البرامج المتخصصة في الإعلام الساخر وتنتمي إلى الإعلام المتخصص، كما توصل أيضاً إلى انأن هناك تقارباً بين أساليب الدعاية وأساليب السخرية، فضلاً عن اتساع مساحة البرامج التلفزيونية الساخرة في القنوات الفضائية ما أدى الاستنتاجات أهمها أن الجمهور يرمي من التعرض إلى البرامج التلفزيونية الساخرة بشكل رئيسي للحصول على التسلية والضحك والهروب من المشكلات والضغوط اليومية، فضلاً عن عدم تميز البرامج الساخرة بالجرأة والصراحة.
- 9. محمد بركات عبدالعزيز، وآخرون (2015): ويتمثل الهدف الرئيسي في هذه الدراسة في التعرف على معالجة البرامج الساخرة للأحداث الجارية في مصر، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي، وقد استخدمته بشكل متعمد في إجراء تحليل مضمون البرامج الساخرة عينة الدراسة: ومن خلال المراجعة العلمية المتخصصة في بحوث الإعلام فيما يتعلق بحجم العينات الكافي لإجراء الدراسة التحليلية فقد حددت الباحثة دراستها التحليلية على عينة من البرامج الساخرة خلال الفترة من 2014/3/1 وحتى

2014/5/31 وهذه البرامج ما يلي: برنامج "البرنامج مع باسم يوسف"، برنامج "الليلة مع هاني"، برنامج "أسعد الله مساءكم من جديد2"، برنامج "جوتيوب"، برنامج الساخرة، شو ج6 اعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون لتحليل عينة من البرامج الساخرة، وأظهرت الدراسة أن البرامج الساخرة تحتم اهتمامًا بالغًا بالموضوعات والقضايا السياسية، يليها الموضوعات الاجتماعية. وجاءت السخرية لجرد السخرية في مقدمة أهداف البرامج الساخرة، يليها السخرية لتحقيق مصلحة وطنية وذاتية، وتمثلت هذه السخرية في نقد السياسيات أو الشخصيات السياسية أو الاقتصادية أو الإعلامية من أجل إظهار فساد، أو تسليط الضوء على مشكلات من أجل تحقيق مآرب خاصة أو توجهات عامة للبرنامج. أوضحت نتائج الدراسة أن أكثر الشخصيات انتقادًا كانت رئيس الدولة، رئيس الوزراء والوزراء، رئيس جماعة الإخوان المسلمين، والأثمة والمشايخ كانوا هم الأكثر استهدافًا من خلال البرامج الساخرة عينة الدراسة.

التعليق على الدراسات السابقة:

يتشابه البحث الحالي مع عدد من الدراسات السابقة في استخدامها للمنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل معتوى البرامج أو القنوات، حيث اعتمدت دراسة (الأمير،2023) على تحليل مضمون حلقات برنامج معين للتعرف على صورة السياسي العراقي، كما استخدمت دراسة (علوان، 2023) أداة تحليل المحتوى لتحليل حلقات من سبعة برامج يمنية.

كذلك تشابحت الدراسة الحالية مع دراسة (البكاي ،2023) في هدفها في التعرف على البرامج الليبية الساخرة، لكن نفس الدراسة ركزت على برنامجين بالتحديد وحلقات محددة منهما، بينما ستتناول دراستنا حلقات من برنامج "العميمات" بشكل أوسع.

أما أهم اختلافات الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة فتتمثل في:

هدف دراستنا هو الكشف عن أبرز سمات الخطاب السياسي في "العميمات" بينما اختلفت أهداف باقيم الدراسات مثل دراسة (السلمي، 2022) التي هدفت لقياس تأثير المشاهير على القيم الأخلاقية.

عينة دراستنا مميزة حيث تتمثل في حلقات من برنامج بعينه، على العكس من بعض الدراسات الأخرى مثل دراسة (محمد، البنا (2020) التي اشتملت عينتها على حلقات من برامج مختلفة.



واتفقت دراستنا مع دراسة نوال بومشطة (2020) في استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل محتوى برنامج معين، إلا أنها اختلفت عن دراستنا في هدفها حيث هدفت إلى معرفة ترتيب أولويات برنامج "ذا ديلي شو" الأمريكي وأبرز قضاياه السياسية.

بينما اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة (ضياء مصطفى،2018) في استخدام المنهج الوصفي لكنها اختلفت عنها في هدفها حيث ركزت تلك الدراسة على ثقافة التحريض السياسي الناتجة عن التعرض للبرامج التلفزيونية الساخرة في العراق.

وكذلك اختلفت مع دراسة (بركات،2015) في هدفها حيث ركزت الأخيرة على معالجة البرامج الساخرة للأحداث المصرية، بينما دراستنا الحالية تمدف للكشف عن سمات الخطاب السياسي في "العميمات".

وبالتالي يمكن القول إن هناك تقارباً في المنهجية عموماً، لكن الدراسة الحالية تختلف عن سابقاتها في الأهداف والعينات مما سينعكس على نتائجها والذي سيؤدي إلى الكشف عن جوانب جديدة لم تتطرق إليها الدراسات الأخرى، لكون أي من الدراسات السابقة لم تتناول جانب الخطاب السياسي غير الرسمي الذي سنركز عليه، كما أنه من الممكن تحسينها من خلال توسيع عيناتها لتشمل مجموعة أكبر من البرامج، وتقديم توصيات للمؤسسات المعنية بناء على نتائجها.

نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التحليلية التي تعتمد على أسلوب تحليل المضمون وهو أداة لجمع البيانات حيث تشير كلمة "تحليل" إلى تفكيك الشيء إلى مكوناته الأساسية، في حين تشير كلمة "مضمون" إلى ما يحتويه الوعاء اللغوي أو التسجيل الصوتي أو الكلامي، والذي يعبر عنه الفرد في نظام لتوصيله إلى الآخرين (بوعموشة ،2022:ص65) ، حيث اعتمد الباحثان على أسلوب تحليل المضمون وهو أسلوب أو أداة يستخدمها الباحث ضمن أساليب وأدوات أخرى، في إطار منهج متكامل، للوقوف على محتوى المادة الإعلامية، أو دراسة ثقافة مجتمع، أو إجراء دراسة تحليلية (مأمون ،2023:ص104).

عينة البحث:

اعتمد الباحثان في هذا البحث على العينة العشوائية البسيطة وذلك بالاعتماد على أسلوب الأسبوع الصناعي، حيث يتم اختيار المفردات عشوائياً من بين قوائم إطار أو أطر العينة، وبذلك تعطي

المفردات فرصاً متساوية في الاختيار (المشهداني ،2017: ص80)، بحيث تـمثلت عينة البحث في سلسلة من الحلقات الخاضعة للدراسة التحليلية لسلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا على اليوتيوب خـلال المدة من 2020/10/9 وحتى 2024/6/7، حيث بلغ عدد الحلقات التي شملتها الدراسة التحليلية (26) حلقة كما موضح بالجدول رقم (1).

توصيف عينة البحث التحليلية:

جدول رقم (1) السمات العامة لسلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا على اليوتيوب

https://www.youtube.com/@AlwowLibya

https://www.youtube.com/@AlwowLibya				
326	زمن	تاريخ بثها على منصة	عنوان الحلقة	
المشاهدات	الحلقة	الواو		
370917	4:08	21/8/2022	500 تحمي في مليون والمليون يحمي في	
			عشرة	
310555	3:30	16 /7/ 2021	عشرة وطني ولا إسباني؟ بلادنا ولا بلادنا	
294899	4:24	9/10/2020		
273026	3:52	9/9/2022	المظاهرة العميمية السلمية	
250568	3:31	13/8/2021	جبتلي سيرية الميلان؟	
234933	3:57	21/10/2022	لا تفلس لا ادير فلوس	
233075	4:31	18/11/2020	الإشاعات	
232273	3:40	11/2/2022	العميمات والاحتفال	
214082	3:22	8/4/2022	اللي طلع من داره قل مقداره	
207251	4:31	10/9/2021	لايف تيك توك سكر شارع	
202392	3:33	22/4/2022	الحنية يا عينيا	
200432	3:15	26/3/2021	التطعيم	
191679	3:55	23/9/2022	اللي يقتل مايسمنش	
191011	4:09	30/12/2022	كانك عالجرد جردنا عليك	
189539	2:48	8/5/2021	العيد	
175219	4:18	11/8/2023	تستاهلي خير مني	
172302	5:15	9/2/2024	سوق الوجوه	
147857	3:56	7/4/2023	الحبوب في الجنوب	
142576	3:26	2/12/2022	السيادة في العيادة	
134394	4:29	30/9/2023	قصة اليوم _ قلوب من ذهب	
120372	4:06	8/3/2024	نقوب وقلة حبوب	
111262	3:02	20/5/2022	المستقبل الوردي والخير يلي جاي	
76538	4:09	26/4/2024	سرايف الوظايف	
75626	3:39	10/5/2024	فورزا الشعب	
75332	4:25	24/5/2024	كناين اونلاين	
60384	4:25	7 /6/ 2024	معيز وتريس	



حدود البحث:

1- **الحدود الزمانية**: ويقصد بما الفترة الخاصة بإجراء الدراسة التحليلية وهي المدة من 2020/10/9 وحتى 2024/6/7.

2- الحدود المكانية: تتمثل في الموقع الرسمي لمنصة الواو ليبيا على اليوتيوب (https://www.youtube.com/@AlwowLibya)

3- الحدود الموضوعية: تتمثل في معرفة كيفية معالجة الكرتون الساخر بمنصة اليوتيوب الرقمية للموضوعات السياسية في ليبيا.

اختبار الصدق والثبات:

يقصد بالصدق اتفاق المحكمين على أن أداة قياس صالحة لتحقيق أهداف الدراسة، ويطلق عليه الصدق الظاهري (*)، ومن ثم قام الباحثان بالتحقق من صدق استمارة تحليل المضمون بتحكيمها من طرف عدد من الأساتذة المتخصصين في الإعلام وأجربت بعض التغييرات اللازمة على الاستمارة بناءً على توجيها تم لوضع استمارة تحليل المضمون في صورتها النهائية، وتم حساب معامل الثبات عن طريق معادلة هولستى التي أظهرت أن معامل الثبات عالى عند 0.848.

أداة جمع البيانات: اعتمد الباحثان في هذا البحث على استمارة تحليل المضمون.

وحدة التحليل: اعتمد الباحثان على وحدة الموضوع كوحدة رئيسية للتحليل، حيث قسم الباحثان أداة تحليل المضمون إلى فئتين (الشكل والمضمون).

التعريفات الاجرائية

1.فئات الشكل:

- 1. عناصر الإبراز: تمثل هذه العناصر الصور والحديث الساخر والأغاني التي اعتمدت عليها السلسلة في عرض الموضوعات الخاضعة للدراسة.
- 2. **اللغة**: هي عبارة عن مجموعة من اللغات واللهجات التي استخدمت في إيصال الرسالة الإعلامية.

2.فئات المضمون:

- 1. **الدول**: يقصد بها مجموعة من الدول التي تمتلها الشخصيات التي تم عرضها من خلال هذه السلسلة.
- 2. **الشخصيات المحورية**: تضم سلسلة العميمات مجموعة من الشخصيات الأساسية التي تناولت القضايا والموضوعات التي تمم الرأي العام المحلي، والتي تقوم بأداء الأدوار بالسلسلة.
- 3. **السمات البارزة للشخصيات المحورية**: هي السمات التي اعتمدت عليها السلسلة في عرض الموضوعات سواء أكانت إيجابية أم سلبية أم محايدة في تناول الموضوعات السياسية.
- 4. أبعاد الموضوعات السياسية: وهي عبارة عن مجموعة من الأبعاد السياسية والاقتصادية والعسكرية والقانونية التي اعتمدت عليها السلسلة في تناول موضوعات الدراسة.
- 5. **الاستمالات**: هي عبارة عن مجموعة من الاستمالات المستخدمة في عرض الموضوعات السياسية سواء أكانت عقلية أم عاطفية أم وجدانية.
- 6. أساليب تناول السخرية: هي الأساليب التي من خلالها يتم عرض القضايا السياسية بالنقد أو السخرية أو التلاعب بالألفاظ أو التقليد.
- 7. **الموضوعات السياسية الساخرة**: وهي عبارة عن الموضوعات التي احتلت الصدارة في سلسلة العميمات سواء كانت تحريب الوقود أو هجرة الشباب أو المصالحة الوطنية وغيرها من الموضوعات المهمة.



8. **القيم التي تطرحها سلسلة العميمات**: هي عبارة عن مجموعة من القيم التي تحملها الموضوعات السياسية الخاضعة للتحليل منها حب الوطن والتعاون والصدق.

نتائج البحث التحليلية:

جدول رقم 2: عناصر الإبراز التي اعتمدت عليها سلسلة العميمات في تناولها للموضوعات السياسية في ليبيا

%	التكرار	عناصر الإبراز
22	32	صور
60	83	حديث ساخر
18	25	أغاني
100	140	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن عنصر الحديث الساخر هو من أكثر عناصر الإبراز في سلسلة العميمات حيث سجل الترتيب الأول بنسبة مرتفعة بلغت (60%)حيت اعتمدت عليه سلسلة العميمات في تناول الموضوعات السياسية وإيصال مضمون الرسالة الإعلامية من خلال هذا العنصر وجاءت فئة الصور بنسبة قليلة بلغت(22%) وأخيراً سجلت فئة الأغاني نسبة بلغت(18%) رغم أن هذه الفئة من العناصر التي تعتمد عليها الرسالة الإعلامية.



جدول رقم 3: اللغة التي اعتمدت عليها سلسلة العميمات في تناولها للموضوعات السياسية في ليبيا

%	التكرار		اللغة
20.5	37		عربية
37.3	67	الليبية	عامية
12.2	22	المصرية	
10	18	السورية	
9.4	17	الروسية	الأجنبية
5.6	10	الانجليزية	
5	09	التركية	
100	180		الإجمالي

تبين من نتائج الجدول السابق أن اللغات واللهجات العامية من الوسائل التي اعتمدت عليها هذه السلسلة في إيصال المضمون في المحتوى الإعلامي؛ وجاءت اللهجة الليبية في المرتبة الأولى وسجلت ما نسبته (37.3%) ، بينما سجلت اللهجة المصرية نسبة بلغت (12.2) ، ويليها اللهجة السورية بنسبة (10%) وهذا مؤشر على أن اللهجة الليبية أسرع في نقل المعلومات للمتلقى.

ويرى الباحثان أن هناك فرقاً في النسب التي سجلتها اللغات المستخدمة في هذه السلسلة؛ فقد جاءت اللغة العربية بنسبة (20.5%) واللغة التركية سجلت أقل نسبة وبلغت (5%)، ويُلاحظ أن السلسة لم تعتمد على اللغات الأجنبية بشكل واضح؛ وذلك بسبب اعتماد الجمهور الليبي على اللغة العربية واللهجات المحلية .



جدول رقم 4: الشخصيات المحورية في سلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا

%	التكرار	الشخصيات المحورية
14.4	34	التلة
17.4	41	شعر
13.6	32	عزالدين
16.6	39	حرابش
8.8	21	القطوس
6.8	16	الحاج إبراهيم
12.7	30	رضا السفتي
9.7	23	السمينسا
100	236	الإجمالي

من خلال عرض بيانات الجدول السابق يتضع أن الشخصيات المحورية سجلت نسباً متفاوتة؛ فجاءت شخصية شعر بنسبة مرتفعة بلغت (17.4%) ، حيت استخدمت هذه الشخصية ألفاظاً ومعانٍ لها دلالة في الموضوعات السياسية من حيث نقد الوضع المحلي الليبي بطريقة ساخرة ، يليها شخصية حرابش بنسبة (16.6%)، ثم شخصية التلة بنسبة (14.4%)، وأخيراً جاءت شخصية الحاج إبراهيم بنسبة قليلة بلغت (6.8%) ، مع أن هذه الشخصية كان لها دور بارز في ايصال الرسالة الإعلامية المطلوبة.



جدول رقم 5: السمات البارزة للشخصيات المحورية بسلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا

%	التكرار	السمات البارزة للشخصيات
		المحورية
32.5	57	إيجابي
21.5	38	سلبي
27.8	49	محايد
13.1	32	غير محدد الاتجاه
100	176	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن فئة إيجابي سجلت نسبة بلغت (32.5)، وهذا مؤشر على أن السمات الإيجابية كانت واضحة في الشخصيات المحورية وجاءت باقي الفئات بنسب متفاوتة منها فئة محايد بنسبة بلغت (27.8).

جدول رقم 6: أبعاد الموضوعات السياسية في ليبياكما تناولتها سلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا

%	التكرار	أبعاد الموضوعات السياسية
43.7	83	سياسي
16.8	32	عسكري
13.7	26	اقتصادي
15.8	30	تاريخي
10	19	قانوني
100	190	الإجمالي



من خلال عرض الجدول السابق يتضح أن البعد السياسي في تناول الموضوعات السياسية من خلال سلسلة العميمات سجل نسبة مرتفعة بلغت (43.7)، وسجلت باقي الأبعاد نسبأ قليلة؛ حيت سجل البعد العسكري نسبة بلغت (16.8)، تلاه البعد التاريخي بنسبة بلغت (قليلة؛ حيث سجل البعد القانوني بما نسبته (10)، ويرى الباحثان أن البعد السياسي مهم في تناول الأزمة الليبية خاصة مع استمرار الانقسام السياسي وتعدد الحكومات في ظل التدخل الدولي في الشأن الليبي.

جدول رقم 7: أنواع الاستمالات المستخدمة في تناول الموضوعات السياسية بسلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا

%	التكرار	الاستمالات المستخدمة
34.7	49	عقلية
27.6	39	عاطفية
20.5	29	وجدانية
17.2	24	مزيج بينهم
100	141	الإجمالي

تفيد نتائج الجدول السابق أن الاستمالات المستخدمة في تناول الموضوعات السياسية سجلت نسباً متفاوتة؛ ففي حين جاءت فئة عقلية في المرتبة الأولى بنسبة (34.7%) جاءت تتلوها فئة الاستمالات العاطفية بنسبة (27.6%) ثم فئة الاستمالات الوجدانية بنسبة (20.5%). وأخيراً سجلت فئة مزيج بينهم نسبة قليلة بلغت (27.6%).

جدول رقم 8: الدول التي تمثلها الشخصيات الأساسية والثانوية الواردة في سلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا

%	التكرار	الدول
12.6	28	משיק
41	92	ليبيا
8.1	18	تركيا
12.9	29	روسيا
9.3	21	امریکا
16.1	36	سوريا
100	224	الإجمالي

من خلال عرض الجدول السابق سجلت دولة ليبيا المرتبة الأولى وبنسبة (41%) في الدول التي تمثلها الشخصيات الواردة في سلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا، ويرجع الباحثان سبب ذلك إلى أن هذه السلسة تناولت قضايا وموضوعات تتعلق بالمجتمع المحلي الليبي، ويليها دولة روسيا بنسبة (12.6%)، ثم دولة مصر بنسبة (12.6%)، واخيراً سجلت دولة تركيا نسبة قليلة بلغت (8.1%).

جدول رقم 9: أساليب تناول السخرية التي اعتمدت عليها سلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا

%	التكرار	تناول السخرية	
4.6	11		نقد
7.4	18		عرض
14.4	35	حكومة	
9	22	مسؤولون	
15.2	37	مواطنون	
12.3	30	سلوك	سخرية
4	10	قرارات	
2.8	7	قضايا	
6.2	15	موضوعات	
6.6	16		تقليد



5.7	14	تلاعب بالألفاظ
8.2	20	مقارنة
3.6	9	تھوین
100	244	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك نسباً متفاوتة في أساليب السخرية المستخدمة في سلسلة العميمات فقد سجل أسلوب النقد نسبة ضعيفة بلغت (4.6) وهذا مؤشر على أن هذه السلسلة لم تعتمد على أسلوب النقد الذي بدوره يساهم في توجيه واصلاح المؤسسات ويرى الباحثان أن أسلوب المواطنين سجل نسبة عالية مقارنة بالفئات الأخرى.

جدول رقم 10: أبرز الموضوعات السياسية الساخرة التي تم تناولها في سلسلة العميمات بمنصة الواو ليبيا

%	التكرار	أبرز الموضوعات الساخرة
8.4	23	تقصي هلال عيد الفطر
10.6	29	تمريب الوقود
11.6	32	تحميش الجنوب الليبي
14.8	41	غياب دور الحكومة في معاقبة اللصوص
6.6	18	عادات شهر رمضان
3.9	11	عيد الاستقلال
13.4	37	هجرة الشباب الليبي
5.7	16	تعاطي المخدرات
3.6	10	الدعم الأجنبي للمترشحين للانتخابات
21.4	59	المصالحة الوطنية
100	276	الإجمالي

من خلال عرض النتائج في الجدول السابق يتضح أن المصالحة الوطنية كانت من أكثر الموضوعات الساخرة التي تم تناولها في سلسلة العميميات وسجلت نسبة مرتفعة بلغت(21.4%) مقارنة مع باقي الفئات الأخرى ويرى الباحثان أن السبب وراء ذلك يعود إلى أن المصالحة الوطنية من القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي خاصة مع استمرار الانقسام السياسي وعدم الوصول إلى حل سياسي يتفق عليه الليبيون ، ويليها غياب دور الحكومة حيث سجل هذا الموضوع نسبة بلغت(14.8%)، ثم جاء موضوع هجرة الشباب الليبي وسجل ما نسبته (13.4%) مع أن إحدى الحلقات تناولت موضوع مكافحة الهجرة بشكل ساخر، وسجل موضوع تميش الجنوب الليبي نسبة بلغت(11.6%) مع الأخذ في الاعتبار أن الرأي العام المحلي ضد تهميش الجنوب ، وأخيراً سجل موضوع الدعم الأجنبي للمترشحين للانتخابات نسبة ضعيفة بلغت(3.6%).





جدول رقم 11: القيم التي تطرحها سلسلة العميمات

%	التكرار	القيم التي تطرحها سلسلة العميمات
19.4	41	التكافل الاجتماعي
17.5	37	الصبر
15.5	33	النصح والإرشاد
11.7	25	حب الوطن
9.9	21	الصدق
9.5	20	التسامح
8.9	19	القناعة
7.6	16	التعاون
100	212	الإجمالي

من خلال عرض نتائج الجدول السابق يتضح أن التكافل الاجتماعي كان من أكثر القيم التي تطرحها سلسلة العميمات وسجلت نسبة مرتفعة بلغت (19.4%) مقارنة مع باقي الفئات الأخرى، ويليها قيمة الصبر بنسبة بلغت (17.5%)، ثم جاءت قيمة النصح والإرشاد حيث سجلت ما نسبته (15.5%) وسجلت قيمة حب الوطن نسبة بلغت (11.7%)، وأخيراً سجلت قيمة التعاون نسبة ضعيفة بلغت (7.6%).

النتائج العامة للبحث:

- 1. تشير نتائج الدراسة إلى أن الحديث الساخر سجل نسبة مرتفعة أمام بقية عناصر الإبراز المستخدمة في سلسلة العميمات.
- 2. توصلت الدراسة إلى أن اللهجة الليبية جاءت في المرتبة الأولى مقارنة باللغات واللهجات الأخرى التي اعتمدت عليها سلسلة العميمات.
- 3. يتضح من نتائج الدراسة أن دولة ليبيا جاءت في المرتبة الأولى باعتبارها مجتمع الدراسة وسجلت باقى الدول الأخرى نسباً متفاوتة.

- 4. تفيد نتائج الدراسة أن الشخصيات المحورية التي اعتمدت عليها سلسلة العميمات تقدمتها شخصية شعر بنسة مرتفعة بلغت 17.4%
- 5. جاءت فئة إيجابي في المرتبة الأولى للشخصيات المحورية التي تناولت قضايا المجتمع ثم تلتها فئة سلبي ومحايد.
- يتضح من النتائج أن البعد السياسي سجل نسبة مرتفعة أمام باقي الأبعاد الأخرى وهذا مؤشر على أن الموضوعات السياسية تشغل الرأي العام المحلى.
- 7. من خلال عرض النتائج يتضح أن أسلوب السخرية في فئة المواطنين كان الأبرز في أساليب السخرية المستخدمة بالسلسلة.
- 8. تشير النتائج العامة للدراسة إلى أن فئة المصالحة الوطنية جاءت في المرتبة الأولى مقابل الموضوعات الأخرى لما تشكله من أهمية للرأي العام المحلي خاصة في ظل الأوضاع السياسية التي تشهدها ليبيا.
- 9. تشير النتائج العامة للدراسة إلى أن التكافل الاجتماعي كان من أكثر القيم التي تطرحها سلسلة العميمات وسجلت نسبة مرتفعة بلغت 19.4%.

التوصيات:

- ضرورة تنوع الموضوعات التي تتناولها البرامج الساخرة التي تخدم قضايا المجتمع.
- 2. العمل على استخدام الأساليب الإقناعية الجذابة والتي تؤدي إلى تحقيق الهدف من البرامج الساخرة في معالجة الموضوعات التي تهم الرأي العام المحلى.
- 3. الاهتمام بالبرامج الساخرة في الدراسات والبحوث من حيت قدرة تلك البرامج على تغيير الآراء والاتجاهات.

المواجع:

- 1. مصطفى، ضياء (2014) السخرية في البرامج التلفزيونية، دار ميزوبوتاميا، العراق بغداد، الطبعة الأولى، ص 13
- 2. حيدر، عبد اللطيف (2019)، البرامج السياسية الساخرة في شبكة الجزيرة" فاعلية الخطاب النقدى وآليات اشتغاله، Al Jazeera Centre for Studies



- 3. جابر، علا راشد (2024) أثر البرامج الكوميديّة السّاخرة على اتّجاهات الشّباب السّبانيّ 3142/https://www.awraqthaqafya.com اللّبنانيّ
- 4. شمس، نسيب(31/12/2022) ،السخرية السياسية: الماهية والأشكال.. والتأثير، Post180

https://180post.com/archives/34457

- طالة، لامية (2021) السخرية: بين المدلول اللغوي والتوظيف الاجتماعي والسياسي ،
 عجلة الآداب و العلوم الإنسانية ، جامعة العلوم الاسلامية الأمير عبد القادر قسنطينة،
 الجزائر، المجلد: 14 العدد: 02، ص 184.
 - 6. صلاح ، رزان (2020) بحث عن اليوتيوب،موقع موضوع، https://mawdoo3.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB_ %D8%B9%D9%86_%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%88% 8D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A

https://www.alwow.ly/ar/about-us/ .7

- 8. الجنايني ، هالة فايز واخرون (2024) البرامج السياسية الساخرة المقدمة عبر موقع اليوتيوب بين الحرية والمسئولية دراسة تحليلية ، مجلة بحوث ، المجلد 4 العدد 9، ص ص م 1-30.
- 9. عبد الأمير، أمير علي (2023) دور السخرية في برامج التلفزيون بتشكيل صورة السياسي العراقي، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الاذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة بغداد، العراق
 - 10. محمد، علوان بلقيس (2023):أطر معالجة البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية للأحداث الجارية في اليمن، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، جامعة عمار ثليجي الأغواط، المجلد 6، العدد 1، ص ص 128–167
- 11. البكاي، محمد عبد اللطيف مفتاح (2023) البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب" دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام ، جامعة بنغازي
- 12. السلمي، سمير سعد صالح (2022)، دور برامج المشاهير على اليوتيوب في تنمية القيم الأخلاقية لدى طلاب جامعة جدة ، مجلة التربية، جامعة الأزهر ، كلية التربية بالقاهرة، المجلد 41، العدد 193، ج 2، ص ص 295–342

- 13. محمد، رباب جمعه إبراهيم وآخرون (2020) أطر تقديم الأداء الحكومي بالبرامج الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدي الشباب الجامعي" دراسة تحليلية لبرنامج لايف من الدوبلكس، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة ،العدد57، ص ص 319-297
- 14. بومشطة، نوال (2020) ترتيب الأولويات في البرامج السياسية الساخرة في القنوات التلفزيونية الأمريكية دراسة تحليلية لعينة من برنامج " The Daily Show" على قناة (comedy Central) من 01 سبتمبر 2018 إلى 10 أكتوبر 2018، مجلة مصداقية ، المدرسة العليا العسكرية للإعلام والاتصال، المجلد 2، العدد 1.
- 15. محمود، ضياء مصطفى ناصر (2018) اساليب السخرية في برامج القنوات الفضائية وعلاقتها بالتحريض السياسي، رسالة دكتوراه غير منشورة ، قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية بكلية الإعلام جامعة بغداد،العراق
- 16. محمد، بركات عبد العزيز وآخرون(2015): معالجة البرامج الساخرة للأحداث الجارية في مصر، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية ، جامعة المنوفية، العدد الرابع ،الجزء الثاني، ص ص 171-200
- 17. بوعموشة ، نعيم (2022) "تقنية تحليل المضمون غي العلوم الاجتماعية، مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات، جامعة تامنغست، الجزائر، المجلد (10)، العدد (1)، ص65.
- 18. مأمون، جواد (2023) آلية تحليل المضمون من التأصيل النظري إلى التنزيل التطبيقي، مجلة المعرفة للدراسات والأبحاث، العدد الخامس، ، ص104.
- 19. المشهداني، سعد سليمان (2017)، مناهج البحث العلمي، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات، الجمهورية اللبنانية، ط1، ص80.

(*) تم عرض استمارة تحليل المضمون على كل من:

- 1. د. نصرالدين عبد القادر عثمان، أستاذ الإعلام المشارك، كلية الإعلام جامعة عجمان الامارات.
 - 2. د. ريم قدوري فتيحة، أستاذة محاضرة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة غليزان-الجزائر
 - 3. د.صدام سليمان المشاقبة، أستاذ مساعد كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط الاردن.



- 4. د. كريمة كمال توفيق، وكيل كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال لشؤن الدراسات العليا والبحوث جامعة جنوب الوادى مصر.
- 5. د-لؤي الزعبي، أستاذ مشارك، قسم الاعلام الالكتروني، كلية الاعلام جامعة دمشق سوريا.