

المحتوى البصري للفيديو الساخر ودوره في توصيل المضمون الاتصالي: تحليل مضمون عينة من حلقات برنامج (زول كافي) على اليوتيوب

إبراهيم بن صديق محي الدين

أستاذ الإذاعة والتلفزيون والوسائط المتعددة المساعد، قسم الجرافيكس والوسائط المتعددة، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، وكلية الإعلام، جامعة الجزيرة، السودان.

(قدم للنشر في ١٦ / ٣ / ١٤٤٦ هـ، وقبل للنشر في ١٤ / ٤ / ١٤٤٦ هـ)

<https://doi.org/10.33948/ARTS-KSU-37-1-5>

الكلمات المفتاحية: الفيديو الساخر، اليوتيوب، البرامج الساخرة، المضمون الاتصالي، المحتوى البصري.

ملخص البحث: هدفت الدراسة إلى التعرف بالفيديو الساخر، وأساليبه وأنماطه وتحليل محتواه وشكله؛ ومدى توظيف محتواه البصري في توصيل المضمون الاتصالي وتحقيق الاستمالات الإقناعية. أتت الدراسة المنهج الوصفي والمسح التحليلي المعتمد على أسلوب تحليل المضمون لعدد (٤٧) حلقة من برنامج (زول كافي) الساخر على اليوتيوب؛ تم اختيارها بأسلوب الحصر الشامل. أثبتت النتائج اهتمام الفيديو الساخر بتناول الموضوعات السياسية والإخبارية؛ لتحقيق أهداف منها: النقد وكشف الفساد، والإخبار ونشر الوعي السياسي، والدفاع عن الحريات والعدالة، ونبذ الجهوية والقبلية وغيرها، وأن الاتجاه السائد للمضمون الساخر هو الموقف الراض للسلوك الاجتماعي والاتجاه الناقد لتصرفات المسؤولين وقادة المجتمع، فعُلبت الاستمالات العاطفية المستخدمة في المضمون على الاستمالات العقلية؛ بإعمال أساليب ساخرة كالمحاكاة والإيحاءات التي يقوم بها مقدم البرنامج، والتصوير الكاريكاتوري والرمزي للشخصيات، والتورية والتلاعب بالألفاظ، بتوظيف النمط التمثيلي (الاسكتش) والتقديم الفردي، مع الفيديوهاات والأغاني واللقاءات. وأكدت الدراسة ثراء الفيديو الساخر بتنوعه للقوالب الفنية لمضمونه الاتصالي كالتعليق والقالب الخبري والصحفي/التعبيري، والقالب القصصي والوثائقي، مع تنوع الكائنات والعناصر الجرافيكية في تصميمه؛ كالأشكال التراثية والنصوص والرسوم المعلوماتية والإيضاحية، وصور الشخصيات، واهتمام الفيديو الساخر بالمؤثرات السمعية كالموسيقى التصويرية الساخرة والأصوات الطبيعية، مع المؤثرات المرئية للمحتوى البصري كالديكور الفلكلوري والأزياء الشعبية والفواصل والانتقالات المستنبطة منه، وتغيير زاوية الكاميرا وتحريكها للإيحاء بالزمان والمكان، مع توظيف الألوان الساخرة في العرض، وخرجت الدراسة بجملة من التوصيات.

The Visual Content of Satirical Videos & its Role in Conveying the Communicative Message: A Content Analysis of Episodes from the YouTube Show "Zoal Cafe"

Ibrahim Siddig Mohi Eddeen

Assistant Professor of Radio, Television and Multimedia, Department of Graphics and Multimedia, College of Media and Communication, Imam Muhammad Bin Saud Islamic University, Saudi Arabia, and College of Media, University of Gezira, Sudan.

(Received: 16/ 3/1446 H, Accepted for publication 14/ 4/1446 H)

<https://doi.org/10.33948/ARTS-KSU-37-1-5>

Keywords: Satirical Video, YouTube, Satirical Programs, Communicative content, Visual Content.

Abstract. The study aimed to identify satirical video, and to explore its methods, analyze its content and form; examine how its visual content is employed to convey communicative content and achieve persuasive appeals. The study followed a descriptive approach using content analysis method for (47) episodes of the satirical YouTube program "Zoal Cafe"; selected comprehensively. The results proved that satirical videos address, news and political topics to achieve goals such as, criticism and exposing corruption, informing, raising political awareness, defending freedoms and justice, rejecting regionalism and tribalism. The trend of satirical content is the rejection of social behavior, actions of officials and leaders. Emotional appeals in the content outweighed rational appeals, employing satirical methods such as mimicry, gestures, the presenter's body language, caricature, character depiction, puns, and wordplay, using the sketch and solo presentation, along with videos, songs, and interviews. The study confirmed the richness of satirical video by diversifying content templates such as commentary, news, expressive, narrative, and documentary templates, using a variety of graphics, such as traditional shapes, texts, infographics, and illustrations, paying attention to folkloric, traditional SFXs and VFXs, moving to suggest time and place, and using warm colors in the presentation. The study concluded with a set of recommendations.

المقدمة:

تُعتبر مواد الوسائط المتعددة من أبرز أنواع المضمون الاتصالي الرقمي المؤثر، وأصبحت تلعب دوراً مهماً في توصيل المحتوى وإقناع المتلقين، وتحفيزهم نحو التفاعل مع مضمونها والتأثير في اتجاهاتهم وسلوكهم الاتصالي والاجتماعي، ودخلت خدمات الويب ٢,٠ كوسيط سريع ناقل للمحتوى بين المستخدمين، فأصبحت المواد المنقولة عبر تطبيقاته على شبكة الإنترنت أكثر انتشاراً وأسرع وصولاً دون التقيّد بالزمان أو المكان، فضعف ذلك من أهمية مواد الوسائط المتعددة التي تجمع بين الصورة والصوت والحركة واللون، والمؤثرات السمعية والبصرية؛ ويمثل الفيديو الرقمي على الإنترنت أحد أهم هذه النماذج التي غيرت من طبيعة الاتصال المرئي وميزته بالتفاعل والتأثير. ومن هذه الخصائص برزت العديد من أنواع المحتوى المرئي ومنها الفيديو الساخر على تطبيقات الويب ٢,٠ والتي يُعتبر اليوتيوب أبرز منصاتهما؛ وهذه الفئة من الفيديو وظفت المحتوى البصري ضمن مكوناتها التصميمية لمخاطبة حواس المتلقي وجذب اهتمامه والتأثير فيه، واستخدام التأثير البصري للاستفادة من عنصر الاستجابة البصرية السريعة لمستخدمي الإنترنت وتطبيقاته، إلى جانب الطبيعة الساخرة للمحتوى المنقول في العبارة والموضوع والموقف الاتصالي؛ فيما باتت تُعرف بفيديوهات الإنترنت الساخرة، التي جذبت نحوها فئات واسعة من المستخدمين الذين تتناول قضاياهم بأسلوب مختلف، وتعالج هذه المضامين من خلال المحتوى البصري الذي يستخدم الكائنات الجرافيكية المختلفة، والمؤثرات البصرية المُعبّرة عن الموضوع المُقدّم من خلالها، فجاءت هذه الدراسة للتعريف بالمحتوى البصري للفيديوهات الساخرة؛ والأدوار التي يؤديها في توصيل المحتوى الاتصالي وعلاقة ذلك بإقناع المستخدمين، من خلال تحليل مضمون برنامج (زول كافي) الساخر على اليوتيوب.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في التعريف بمفهوم المحتوى البصري للفيديو الساخر، ومدى توظيفه في جذب اهتمام المشاهدين، واستكشاف الأدوار التي يلعبها في توصيل المضمون الاتصالي للفيديو الساخر على شبكة الإنترنت، ومن ثمّ معرفة أبرز المكونات التصميمية والجرافيكية لمحتواه البصري، وعلاقة أنواعها بطبيعة الموضوعات التي يقدمها الفيديو الساخر، واستخداماتها في توصيل المضمون الاتصالي لمستخدمي اليوتيوب، والتعرّف على أهميتها الاتصالية في إقناع المستخدمين.

تساؤلات الدراسة:

- يكن السؤال الرئيس للمشكلة البحثية في: (ما الأهمية الاتصالية للمحتوى البصري في الفيديو الساخر؟ وما الأدوار التي يؤديها في توصيل المضمون الاتصالي؟)؛ وبالتالي يمكن تفريع هذا التساؤل إلى أسئلة فرعية تمثل المحاور البحثية للدراسة، والتي تحاول الإجابة عن التساؤلات الآتية:
١. ما طبيعة المضامين التي يتم عرضها من خلال الفيديو الساخر؟
 ٢. ما أبرز أساليب السخرية المستخدمة في تقديم محتوى الفيديو الساخر؟
 ٣. ما العناصر الجرافيكية والكائنات التصميمية المستخدمة في تصميم الفيديو الساخر؟
 ٤. هل هنالك عناصر مرئية مخصّصة لمعالجة الموضوعات الاجتماعية أو السياسية؟
 ٥. ما هي أساليب وأشكال المعالجة الفنية لمحتوى الفيديو الساخر؟
 ٦. ما مدى توظيف الأشكال الكاريكاتورية والأنماط اللونية في المحتوى البصري للفيديو الساخر؟

٧. هل هنالك استمالات عقلية وعاطفية معيّنة يتضمّنهما المحتوى البصري للفيديو الساخر؟

أهمية الدراسة:

تتمثّل أهمية الدراسة في الآتي:

١. أهمية المضمون الاتصالي على شبكة الإنترنت في التأثير على المجتمع، وتغيير الأنماط الحياتية لأفراده بناءً على ما يتعرضون له.
٢. الانتشار الواسع للفيديو وسرعة وصوله لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وما يلازمه من انتشار لمفاهيم تضطلع مقاطع الفيديو بتوصيلها، فتتطلب الدراسة والاستكشاف.
٣. ظهور الفيديو الساخر وتناوله للقضايا الحياتية التي تهم المشاهدين، وأسلوبه المختلف في معالجة الموضوعات التي تمس حاجاتهم، وتناسب رغباتهم.
٤. أهمية المحتوى الجرافيكي البصري للفيديو الساخر في عمليات الإقناع وتحقيق الاستمالات الإقناعية للمشاهدين، والأسلوب الجديد الذي عاجلت به الكثير من قنوات اليوتيوب محتواها المرئي.
٥. تنوع الكائنات والعناصر الفنية المستخدمة في المحتوى البصري للفيديو الساخر وعلاقتها بجذب اهتمام المشاهدين؛ وأهمية استكشاف ذلك لمجالات صناعة الفيديو الساخر وإنتاجه وتنبيه مهتمّي المجال لذلك.

٦. جدة وحداثة الدراسة في مجال البحوث السودانية التي ناقشت موضوع الفيديو الساخر؛ الذي يتناول الشأن السوداني الاجتماعي والسياسي، وما ستؤسسه الدراسة لمنطلقات تليها بحوث جديدة مستقبلاً، ويفيد منها صنّاع المحتوى السوداني.

أهداف الدراسة:

تتلخّص أهداف الدراسة فيما يلي:

١. التعريف بمفهوم ودلالة المحتوى البصري للفيديو الساخر، وأهميته في توصيل المضمون الاتصالي المرئي للمشاهدين.
٢. الكشف عن طبيعة الموضوعات التي يتناولها الفيديو الساخر، وأساليب المعالجة البصرية للمحتوى.
٣. استكشاف أبرز أساليب السخرية المستخدمة في تقديم محتوى الفيديو الساخر.
٤. تحليل الكائنات الجرافيكية والعناصر البصرية المستخدمة في تصميم الفيديو الساخر على اليوتيوب.
٥. قياس مدى توظيف المحتوى البصري في الإحاطة بجوانب الموضوع، ومدى استخدامه كبديل لفظي في مضمون الفيديو الساخر.
٦. التعرف على أبرز الاستمالات العقلية والعاطفية التي يحاول الفيديو الساخر تحقيقها لدى المشاهدين؛ من خلال توظيف المحتوى البصري في التصميم والإنتاج المرئي.

إضافة لرغبة الباحث في تناول المحتوى البصري للمضامين المرئية على منصات التواصل الاجتماعي وتلمّس أدواره ووظائفه الإقناعية في توصيل مضمون الفيديو الساخر للمستخدمين، وإضافة الجديد للدراسات المهمّة بالمرئيات على شبكات التواصل الاجتماعي؛ والتي يُعتبَر اليوتيوب أبرزها في تقديم حلقات البرامج الساخرة.

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

وردت في الدراسة مفاهيم متعلّقة بمحاور الدراسة؛ يورد الباحث تعريفاتها الإجرائية كما يلي:

الفديو الساخر Satirical Video:

السخرية Satire بلاغياً عرّفها (وهبي والمهندس، ١٩٧٩)^(١) بأنها: "طريقة في الكلام يصرّح بها الشخص عكس ما يقصده؛ كالقول للبخيل ما أكرمك!"، وعرفها (مصطفى، ٢٠١٤)^(٢): "نوع من الضحك الكلامي والتصوّر المعتود على العبارة البسيطة، والصورة الكلامية بالتركيز على النقاط المثيرة فيه". وبحسب (عبد الحميد، ٢٠١٣)^(٣): "شكل من أشكال الاستهزاء والتهكم لأهداف نقدية وتصحيحية وتحذيرية، وغالباً تُوجّه للشخصيات والمؤسسات والسلوك التقليدي للتخلص من الخصال السلبية". وصنّفها (عيسى، ٢٠١٥)^(٤) بأنها: "أحد أنواع الفكاهة، وتتميز باحتياجها لذكاء ومكر، كأداة في أيدي الكتاب والفلاسفة والساسة للنكايّة بالخصوم، وتستخدم استخداماً لاذعاً؛ فيلمس صاحبها مشاعر شخص معين بأسلوب رقيق".

والإعلام الساخر عرّفه (عامر، ٢٠١٨)^(٥) بأنه: "وسيلة لتغيير الواقع، والتعبير عن الألم، وهو لون مهم يحتاج لمهارات شخصية قد لا تتوفر في بقية الإعلاميين، باعتباره نوعاً من مقاومة الفساد وأخطاء السلطة والمجتمع بالضحك، بعيداً عن القذف والشتم، سخرية من المواقف والأشخاص، مع احترام أخلاقيات المهنة والنقد البناء بلا تجاوز للخطوط الحمراء، مدعوماً بالقيم الأخلاقية والسياسية والاجتماعية".

والفديو الساخر عرّفه (أبو خليل، ٢٠١٥)^(٦) بأنه: "أسلوب فني يتطلب التلاعب بمقاييس الأشياء تطويلاً أو تقزيباً أو تضخيماً أو تصغيراً، وفقاً لمعايير فنية في تقديم النقد اللاذع في جو من الفكاهة". وعند (مصطفى، ٢٠١٤)^(٧): "هو مادة إعلامية تحمل رسالة اتصالية لها مضمون درامي عبر الوسيلة التلفزيونية، لنقد الظواهر السياسية والاجتماعية بأسلوب مثير للضحك والسخط، ضمن إطار زمني معلّن مسبقاً بموسيقى وعنوان مقدمة ونهاية؛ للتعريف به وفصله عما يسبقه ويليه".

والبرامج التلفزيونية الساخرة بحسب (حمدي وعبد الواحد، ٢٠١٤)^(٨) هي: "التي تتناول مواقف سياسية واجتماعية بشكل نقدي ساخر بطابع كوميدي راقٍ، بعيداً عن الابتذال والمحافظّة على العرض الجاد والموضوعي، لتعرية الحقائق وتسلط الضوء عليها بطريقة بسيطة محببة للنفس، بهدف إيصال المعلومات في أقل وقت للمتلقين".

وعرّفها (Mc.Kenzie، ٢٠٠٩)^(٩) بأنها: "نوع من البرامج الحوارية والإخبارية تستهدف قطاعاً واسعاً من المتلقين محدودي الثقافة؛ وتسعى لإقناعهم بأسلوب يحقق الترفيه والتأثير".

ويقصد الباحث بالفديو الساخر: المحتوى الذي يتناول القضايا والموضوعات الحياتية التي تم المشاهدون بأسلوب

(١) مجدي وهبي وكامل المهندس، معجم المصطلحات العربية في اللغة

والأدب، (لبنان: مكتبة لبنان، ١٩٧٩): ١١٢

(٢) ضياء مصطفى، السخرية في البرامج التلفزيونية (بغداد: دار

ميزوبوتاميا، ٢٠١٤): ١٨

(٣) شاكر عبد الحميد، الفكاهة والضحك: سيكولوجية فنون الأداء،

(الكويت: سلسلة عالم المعرفة، ٢٠١٣): ٥١

(٤) إبراهيم عيسى، "سلسلة المقالات الساخرة"، بتاريخ:

<http://www.kutubpdf.net/book/22303>, 2015/01/05

(٥) أمال عامر، "أثر الاتصال السياسي الاستعراضي من خلال البرامج

التلفزيونية الساخرة على الوعي السياسي لدى الشباب"، دكتوراه غير

منشورة، جامعة الجزائر، (٢٠١٨): ٣٣

(٦) هنيدي أبو خليل، "درجة توجه المضمون السياسي في برنامج باسم

يوسف "البرنامج"، ماجستير غير منشور، جامعة الشرق

الأوسط، (٢٠١٥): ١٠

(٧) مصطفى، "السخرية في البرامج التلفزيونية": ٢٨

(٨) أحمد حمدي وراشد عبدالواحد، "الموضوعات السياسية كما تعكسها

البرامج التلفزيونية"، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة

المنصورة، ع ٣٥، (٢٠١٤): ٢٢٩

(9) John Mc.Kenzie, "Televised Political Satire: New Media of Political Humor and Implications for Presidential Elections", Master's Thesis, Texas A&M University, 2006, p03.

المحتوى الاتصالي Communication Content:

ويقصد الباحث - إجرائياً - بالمحتوى الاتصالي: مضمون الرسالة المرئية المراد توصيلها، والتي اتخذت من الأسلوب الساخر قالباً للوصول للمتلقي، وبالتالي فالمحتوى المرئي يُعتبر الهدف المنشود من المادة المرئية والرسالة التي يتضمنها البرنامج الساخر.

أساليب المعالجة البصرية Visual Processing:

ويقصد الباحث - إجرائياً - بالمعالجة البصرية: طريقة وأسلوب استخدام المحتوى البصري وتوظيفه لعرض المضمون الساخر مثل كيفية استخدام الصور والرسوم، والعناصر الجرافيكية، وطريقة التقديم، والتأثيرات التي يتم توظيفها لتعزيز الرسالة الاتصالية وتحقيق الإقناع البصري.

الإقناع البصري Visual Persuasion:

ويقصد الباحث - إجرائياً - بالإقناع البصري: التأثير المراد تحقيقه من خلال اللغة البصرية المستخدمة في الفيديو الساخر، والعناصر الجرافيكية التي تم توظيفها لتوصيله من خلال الاتصال البصري لإحداث الاستجابة المطلوبة من المتلقي، والتأثير في اتجاهاته وسلوكه لتحقيق الاستمالات العقلية والعاطفية المضمّنة في الفيديو الساخر.

الإطار النظري للدراسة:

استندت الدراسة على نظريتين لمعالجة موضوعها:

(1) نظرية المجال العام Public Sphere:

تُعدُّ أكثر نظريات التأثير انسجاماً في طبيعتها مع بيئة الإعلام الجديد، ويبرّر (الفلاحي، ٢٠١٩)^(١١): "لأن جوهرها

فكاهي ونقدي ساخر؛ في المجالات الاجتماعية والسياسية وغيرها لجذب الانتباه وكسب رضا المتلقين.

سمات البرنامج الساخر:

تتمثل سمات البرنامج الساخر فيما يلي بحسب (الحفناوي، ٢٠١٧)^(١٢):

النقد: فالسخرية تُعتبر شكلاً من أشكال النقد لفعل إنساني يتسم بالقصور والنقص، لتسليط الضوء وإبرازه للجمهور بغرض دفعه إلى استهجانه، والتشجيع على تبني سلوكيات مغايرة.

التهمك: تستخدم السخرية التهمك من أجل إبراز المشكلة في السلوك محل الانتقاد.

الضمنية: وهي كل ما لا يُعتبر موقفاً واضحاً، أو حكماً قطعياً من قضية معينة وهي حكم ضمني يكون مبالغاً فيه غالباً ويتم اقتطاعه من سياقه، وفي الغالب فإن السخرية تحمل رسائل ضمنية.

المحتوى البصري Visual Content:

ويقصد الباحث - إجرائياً - بالمحتوى البصري: الجماليات المرئية المستخدمة لجذب المتلقي نحو مضمون الرسالة الاتصالية الساخرة المراد توصيلها، مثل الألوان، والتكوين، والحركة ونمط الرسوم والأشكال الجرافيكية؛ باعتبارها عناصر مرئية Visual Elements وُظِّفت لمراقبة المضمون الساخر للتأثير في المتلقي، وبالتالي فالمحتوى البصري يُعتبر الشكل العام للبرنامج الذي من خلاله يُقدّم المضمون الساخر.

(١٠) هالة الحفناوي، "البرامج الساخرة: جدال غير محسوم حول تأثيرها على السياسة"، مجلة اتجاهات الأحداث، ع ٢١، أبو ظبي، (٢٠١٧): ٥١
https://futureuae.com/media/halaarticle_a8ebcdf9-0681-4d78-98a2-53e36af64042.pdf

(١١) حسين الفلاحي، إشكاليات توظيف نظريات الإعلام التقليدي في بيئة الإعلام الجديد (بيروت: دار النهضة العربية، ط ١، ٢٠١٩): ٦٥٥

شبكة الإنترنت. وحدّد (هابرماس) ثلاث سمات لتعريف المجال العام ووسائله التعبيرية: (عبدالمقصود، ٢٠٠٩)^(١٤)

١. أن تكون المشاركة فيه مفتوحة للجميع.
٢. أن تتساوى مواقع وأدوار الأطراف المشاركة فيه، بغض النظر عن أوضاعهم الاقتصادية والاجتماعية.
٣. أن تكون أي قضية قابلة لأن تكون موقع نقاش عام. وتسمى فروض نظرية المجال العام إلى إتاحة ساحة سياسية تحترم حقوق الأفراد وتزيد قوة المجتمع، لأن الاتصال في المجال العام يخلو من الإكراه المؤسسي، ودعا (هابرماس) إلى إيجاد حوار حر، والتنوير بالحرية والديمقراطية لتحقيق الإجماع في المناقشات التي يتغلب فيها المشاركون على اختلاف الآراء لمصلحة الاتفاق المنطقي، ويجب على أعضاء المجال العام الالتزام بقواعد تمثل حالة الخطاب المثالي، وهي: (القعاوي، ٢٠١٩)^(١٥)

١. كل الموضوعات المطروحة للنقاش تأخذ مساحتها في المجال والخطاب، فيُسمح لكل شخص بطرح أسئلة عما يشاء.

٢. يُسمح لكل شخص بتقديم أي موضوع أياً كان موقعه للنقاش.

٣. يُسمح لكل شخص بالتعبير عن اتجاهاته ورغباته واحتياجاته.

٤. لا يُمنع أي متحدث بمصدر إكراه داخلي أو خارجي من ممارسة حقوقه،

وهذه القواعد تعكس إمكانية للفرد، فلا تستطيع مؤسسات كالحكومة أو العمل الخاص أن تؤثر فيما يقوله ويسأل عنه.

(١٤) هشام عبدالمقصود، خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا الشؤون العامة بوسائل الإعلام الجديدة، مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩: ٣٢
(١٥) محمد القعاوي، نظريات الاتصال: رؤى فلسفية وتطبيقات علمية (الرياض: مكتبة الرشد، ط١، ٢٠١٩): ٣٤٢

يقوم على وجود المجال العام الذي يتيح النقاش الحر في القضايا التي تهم الأفراد، ويتم تقديمها بوسائل الإعلام الجديدة التي وفرت المجال للأفراد بمختلف توجهاتهم لمناقشة قضاياهم بحرية، وأسهمت الثورة الاتصالية في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية (هابرماس Habermas) الألماني الذي وضع النظرية؛ أن يكون الرأي العام حراً في حركة المعلومات وتبادل الأفكار بين الناس، فالإنترنت يقدم إمكانيات جديدة مقارنة بالوسائل التقليدية، ويُسهّل نشر المعلومات"، وتؤكد النظرية أن وسائل الإعلام الإلكترونية توجد حالة من الجدل بين الجمهور، وتمنح تأثيراً في القضايا العامة وتؤثر في الجهة الحاكمة، والمجال العام كمجال للحياة الاجتماعية ومن خلاله يمكن تشكيل الرأي العام، ويؤكد "هابرماس" إمكانية إيجاد حوار حر خارج السيطرة؛ فضلاً عن التأثير السياسي للإنترنت في الأفراد ودوره في تحقيق ديمقراطية الإعلام في المجال العام كمحيط سياسي؛ بحسب (زروق، ٢٠١٥)^(١٦).

وتفسر النظرية قيام شبكات التواصل الاجتماعي بطرح القضايا للنقاش، وتشرح الأسس الاجتماعية للديمقراطية على أسس اجتماعية وثقافية مشتركة قادرة على تطوير خطاب نقدي يقرب وجهات النظر، ويشير (أبوراس، ٢٠٠٧)^(١٧) إلى أن الإنترنت دعم ساحات النقاش حول المجال العام المشترك الذي يجمع الرأي العام ويدخله في حوار القضايا التي تهمه، ويتأسس هذا النقاش على فكرة التفاعلية التي تفوّقت بها

(١٦) جمال زروق، المداخل النظرية للدراسات الإعلامية والاتصالية، في ظل الإعلام الجديد، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، ع٦٥، (٢٠١٥): ٦١
https://www.researchgate.net/publication/325746846_altwnsynt_almjlt_aaltsal_llwm_2015_jwlytydysmr_b_65_aldd_t_sdasy_mhkmt_lmyt_mjlt_aalkhbar_wl_wm_alshaft_mhd
(١٧) عبدالله أبوراس، معالجة مواقع الإنترنت الإخبارية العربية لعملية الإصلاح السياسي في السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٧: ٥٢

تناولتها البرامج الساخرة وأبعادها، والكشف عن أهدافها والاستمالات المستخدمة، وتحديد المصادر التي اعتمدت عليها وأساليب تقديمها، وعناصر الجذب والوقوف على الأساليب الفنية المستخدمة فيها، مثل: حجم الكادر، زاوية الكاميرا، والوسائط المتعددة المستخدمة، والكشف عن الجهات التي تم انتقادها، واعتمدت المنهج الوصفي وتحليل مضمون برامج (منلاخير شو، المخزن، مستر عوكاكو، شوية مع شيكا)، بإجراء مسح شامل للبرامج الساخرة على قناتين بعدد بلغ (٧٠) حلقة من شهر يناير حتى نهاية ديسمبر لعام 2021، وتوصلت إلى: تصدُر الموضوعات الاجتماعية في البرامج اللببية الساخرة، وتوجيهها لأهداف توعوية ووطنية معتمدة على الاستمالات العقلية وأسلوب المحاكاة الساخرة كأسلوب نقدي في البرامج اللببية.

(٢) دراسة (باعزيز، ٢٠٢٣)^(١٨) وتناولت **توجهات البرامج السياسية الساخرة على اليوتيوب**، للتعرف إلى توجهات البرامج السياسية الساخرة كبرنامج "السلط الإخباري"؛ برصد الموضوعات التي تتعرض لها وأهدافها والقيم التي تحتويها، باستخدام المنهج المسحي وتحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى: أن البرامج السياسية الساخرة تهدف إلى نشر الوعي السياسي وتركز على الشخصيات السياسية، والوزراء والبرلمانيين بالسخرية والنقد، وأنها تسعى إلى غرس مجموعة من القيم والمبادئ في المجتمع العربي؛ منها القيم السياسية كنقد السلوكيات غير الديمقراطية، والقيم الدينية، والإنسانية والصحية. وقد أصبحت البرامج السياسية الساخرة ذات تأثير كبير في المجتمعات العربية سواء التي تُبث عبر الفضائيات العربية أو

وتُطبقت النظرية في الدراسات الاتصالية والسياسية بأوروبا والولايات المتحدة ودول العالم الثالث، لما لشبكات التواصل الاجتماعي من أرضية خصبة في المناقشات السياسية دون وجود مقص الرقيب، ويشير (الفلاحي، ٢٠١٩)^(١٩) إلى أنه بالرغم من تناسب طبيعة نظرية المجال العام مع بيئة الإعلام الجديد؛ إلا أن توظيفها تنجم عنه إشكاليات منها: أن ساحة النقاش في الإعلام الجديد تحولت إلى منابر لعرض آراء غير منطقية وغير موضوعية، تنم عن قلة وعي أصحابها وتدني مستواهم الفكري، فينعكس سلباً على طبيعة النقاشات.

واستخدم الباحث هذه النظرية لمناسبتها لطبيعة الدراسة وموضوعها المرتبط ببيئة الإعلام الجديد، وما يتيح اليوتيوب من حرية تناول الموضوعات خصوصاً الفيديو الساخر منها، وما توجده من نقاش بين مستخدميه بمستويات حرية عالية في المجال العام لمجتمع اليوتيوب؛ والتفاعلية خاصة حول الموضوعات السياسية، وتساوى في ذلك مواقع وأدوار الأطراف المشاركة بغض النظر عن انتماءاتهم وتوجهاتهم.

الدراسات السابقة وأدبيات البحث:

اطَّلَعَ الباحث على دراسات ذات صلة نسبية بدراسته في بعض جوانبها؛ لمعرفة مدى جدتها وحدائتها؛ فلاحظ الندرة في الموضوعات المشابهة بحسب اطلاعه، مما يؤكد أهمية الدراسة وجدتها. ورغم الندرة إلا أن المتاح أفاد في معرفة أبعاد الدراسة وتحديد مشكلتها؛ ومن هذه الدراسات:

(١) دراسة (مفتاح، ٢٠٢٤)^(٢٠) وتناولت **البرامج اللببية الساخرة على اليوتيوب**؛ للتعرف إلى الموضوعات التي

(١٦) حسين الفلاحي، إشكاليات توظيف نظريات الإعلام، ٥٧٨

(١٧) محمد مفتاح، البرامج اللببية الساخرة على اليوتيوب، المجلة اللببية

ليحوث الإعلام، جامعة بنغازي، ع٤، (٢٠٢٤): ١٩٠-٢٠٩

<https://doi.org/10.37376/tl/jmr.vi4.4682>

(١٨) زهرة باعزيز، توجهات البرامج السياسية الساخرة على قنوات

اليوتيوب، مجلة دراسات وأبحاث، مج١٥، ع٣، (٢٠٢٣): ٣٦٩-٤٠٧

<http://search.mandumah.com/Record/1405890>

واليوتيوب، أشهرها أسلوب اللغة الساخرة، وأكثر من سبعة أنماط للتهكم، وأثبتت الدراسة أن أهم وظائف السخرية هي المعارضة، وتوصيل الرأي، والمقارنة، وتوصيل المعلومات. وأكدت الدراسة أهمية الأسلوب الساخر من خلال الوظائف المتنوعة التي يؤديها باعتبار أن السخرية شكل من أشكال التعبير عن الرأي وهي الوظيفة الأكثر استخدامًا في عينة الدراسة.

(٥) دراسة (برغل، ٢٠٢١)^(١٧): وتناولت البرامج الساخرة بالتلفزيون وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع الاجتماعي، للتعرف إلى ذلك بحسب اختلاف المستوى الاجتماعي والاقتصادي، ونوع التعليم وغيرها من المتغيرات الديموغرافية. واعتمدت منهج المسح لعينة طبقية عشوائية من المراهقين للفئة العمرية الوسطى (من ١٥ إلى ١٧) عامًا قوامها (٤٠٠) مفردة من الذكور والإناث مناصفة في المدارس الثانوية بحلولان. وأكدت أن أهم أسباب متابعة البرامج الساخرة أنها تتناول الأحداث الجارية، واهتمامها بهوموم الشعب المصري ومشكلاته، وأن أهم البرامج السياسية الساخرة المفضلة: برنامج "البرنامج" ويليها برنامج "أبو حفيظة"، وأكدت أن إدراك المراهقين للواقع من البرامج الساخرة تمثل في أن بعض الشخصيات الإعلامية فقدت التقدير والثقة، وانتشار ظاهرة الألفاظ الخادشة للحياء بين المراهقين، وأن حرية الرأي مقيّدة، فأكدت أن المراهقين يتناقشون في الموضوعات الاجتماعية مع الأصدقاء أولاً ويليها الأسرة.

المنصات الرقمية، وتناول هذه البرامج بالتحليل والمتابعة ورصد نسب المشاهدة صار ضرورة لا بد منها.

(٣) دراسة (الأمير وذياب، ٢٠٢٣)^(١٨): وتناولت موضوعات البرامج التلفزيونية الساخرة وانعكاسها على السياسي العراقي، لمعرفة دور برامج السخرية التلفزيونية بتشكيل صورة السياسي العراقي، واستخدمت المنهج المسحي باستبيان عينة عشوائية متعددة المراحل، بطريقة قصدية مكونة من ٤٣٠ مفردة من مشاهدي البرامج الساخرة، واعتمدت على نظرية الغرس الثقافي. وأكدت على: أن أغلب الجمهور يرى أن صورة السياسي العراقي التي شكّلتها البرامج الساخرة سلبية، ونسبة قليلة تعتقد عدم وجود صورة واضحة عن السياسي العراقي في البرامج الساخرة، ويرى أغلبهم أن أبرز الملامح السلبية التي رُسمت عن السياسي العراقي أنها شخصيات عاجزة عن خدمة المواطنين، ولا تظهر البرامج الساخرة ملامح إيجابية عن السياسي العراقي، ولا تبرز أي مواقف لبعض السياسيين الذين يهتمون بتطبيق بنود الدستور العراقي.

(٤) دراسة (Sukarto, Fachrizah, 2022)^(١٩): وتناولت السخرية والتهكم في حلقات "YouTube's Got Talent": دراسة حالة على قناة SkinnyIndonesian24، وتهدف إلى وصف أشكال ووظائف السخرية والتهكم في محتوى حلقات "YouTube's Got Talent" دراسة وصفية نوعية، توصلت لعدة نتائج أهمها: أن هنالك ٢٩ أسلوبًا ساخرًا وظّفها البرنامج للسخرية من مستخدمي الإنترنت

(١٩) أمير الأمير وطالب ذياب، موضوعات البرامج التلفزيونية الساخرة وانعكاسها على السياسي العراقي، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، ج١٥، ع٦١، (٢٠٢٣): ٧٧-٩١

(20) Kasno Sukarto and Fachrizah Fauziah, "Satire and Sarcasm on the YouTube Got Talent Video: Case Study on Skinnyindonesian24 Channel", *ELS Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities* V.5,2, (2022): p374-386
DOI: <https://doi.org/10.34050/elsjish.v5i2.21725>

(٢١) وفاء برغل، البرامج الساخرة بالتلفزيون وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع الاجتماعي، المجلة العربية لإعلام وثقافة الطفل، مج٤، ع١٥، (٢٠٢١): ٣٥-٩٦
https://jacc.journals.ekb.org/article_168533.html

السياسي لديه، واستخدمت منهج المسح والاستبيان على عينة عشوائية منتظمة قوامها ٤٠٠ مفردة، واكتشفت وجود علاقة دالة إحصائية بين تعرُّض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة والسخط السياسي لديه، ووجود علاقة دالة طردية إحصائية بين مستوى ثقة المبحوثين في هذه المضامين والسخط السياسي لديهم، وأثبتت وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات العينة على مقياس السخط السياسي وفقاً لمتغيرات النوع لصالح الذكور، وعلى المستوى الاجتماعي الاقتصادي لصالح الفئة المتوسطة، وفي السن لصالح الفئة العمرية (من ٢٠ إلى أقل من ٣٠) سنة، وأكدت وجود فروق إحصائية بين متوسطات درجات العينة على مقياس التعرض للمضامين السياسية الساخرة وفقاً لمتغيرات النوع لصالح الذكور، والمستوى التعليمي لصالح الجامعيين.

التعليق على الدراسات السابقة:

بالرجوع إلى الأدبيات والدراسات السابقة؛ ومقارنتها بالمقاصد التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها؛ يُعدُّ الباحث ما يلي للمقارنة بين دراسته والدراسات السابقة:

١. تتناول هذه الدراسة المحتوى البصري بأنواعه المختلفة في الفيديو الساخر واستخداماته الإقناعية في توصيل المحتوى الاتصالي؛ وبالتالي تدرس مفاهيم العناصر البصرية للفيديو وأهميتها في الفيديو الساخر، بينما اقتصرت الدراسات السابقة على تناول مفهوم الفيديو الساخر وتأثيراته وتوجُّهاته.
٢. تتناول الدراسة الجانب التصميمي للفيديو الساخر، والقوالب الإخراجية المستخدمة فيه وربطها بمدى إحداث الجاذبية للمضمون المعروض، بينما الدراسات السابقة كانت أغلبها تعالج موضوع أهمية الفيديو الساخر، أو تناقش أثره في المشاهدين.

(٦) دراسة (فهيم، ٢٠١٧)^(٣٣): عن **تعرض الجمهور لمقاطع الفيديو الساخرة على "اليوتيوب" وتأثيره في مستوى الثقة في الشخصيات العامة، للتعرف إلى تأثير مشاهدة الجمهور المصري لمقاطع الفيديو الساخرة على ثقتهم في الشخصيات العامة، واستخدمت المنهج الوصفي باستبانة عينة عمدية مكونة من ٢١٠ مفردة، وخلصت إلى: تصدر المحتوى الفني والترفيهي كأهم محتوى يشاهده المبحوثون، وأن المقاطع الساخرة تجذب انتباه فئة كبيرة من الجمهور وتعتبر عنصر جذب قوي للمتابعة يعود للترفيه والاستمتاع بالطابع الكوميدي للمحتوى، وتمثلت دوافع المشاركة في إبداء الإعجاب بالمحتوى والمشاركة والإدلاء بالرأي، وأكدت وجود علاقة ارتباطية سلبية بين مستوى مشاهدة المقاطع الساخرة وبين مستوى ثقة المبحوثين في الشخصيات العامة التي يحملون تجاهها توجُّهاً محايداً؛ ما يؤكد قوة تأثير الفيديو الساخر في تحديد قدر الثقة بالشخصيات العامة، ويرتبط مستوى التذُّكر بمحتوى الفيديو الساخر بما يحتويه من حُجج وبراهين أو جاذبية في العرض، مما يزيد من مستوى التأثير في الثقة.**

(٧) دراسة (زيد، ٢٠١٧)^(٣٤): وتناولت **تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمّة في وسائل الإعلام وعلاقته بالسخط السياسي لديه، للتعرف إلى العلاقة بين تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة والسخط**

(٢٢) بسنت فهيم، تعرض الجمهور لمقاطع الفيديو الساخرة على "اليوتيوب" وتأثيره في مستوى الثقة في الشخصيات العامة، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة*، ع ١٢، (٢٠١٧): ١٣٥-١٨٥

(٢٣) محمد زيد، تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمّة بوسائل الإعلام وعلاقته بالسخط السياسي لديه، *مجلة بحوث العلاقات العامة*، ع ١٤، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، (٢٠١٧): ١٥٠-٢٠٣
https://www.jprr.epra.org.eg/Vol_Issues_Research_ItemDetails?lang=ar&Id=1117

وتطوير أداة تحليل المضمون، كما تأكدت من خلالها جدّة الدراسة وحدائتها.

منهج الدراسة:

تتتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية لتناول ظاهرة الفيديو الساخر، وتأثيرات محتواه البصري، واعتمدت المنهج الوصفي لرصد وتوصيف مفاهيم المحتوى البصري وتوظيفه في الفيديو الساخر، وبما أنّ الدراسة لا تكتفي بوصف هذا النمط البصري وتعريفه فحسب؛ بل تتعدّى ذلك إلى معرفة العناصر الجرافيكية المستخدمة في تصميم الفيديو الساخر ودورها المتوقع في توصيل محتواه الاتصالي؛ فهذا المقصد يتأتّى بانتهاج المسح المعتمد على تحليل المضمون كمّاً وكيفاً، ليتعرّف الباحث ما إذا كانت عينة الدراسة توظّف هذه الميزات في مضامينها لإحداث الجاذبية والإقناع؛ من حيث: ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ لاستنباط ما إذا كان للمحتوى البصري بأشكاله المختلفة استخدامات فاعلة لإثراء المضمون الاتصالي وتوصيله، ومن ثمّ إقناع المشاهد برسالته، ولذلك؛ تم اختيار وحدتيّ الفكرة والموضوع في الحلقة (من البرنامج الساخر) لتحليل مضمونها وشكلها، واشتملت استمارة التحليل على الفئات الآتية:

(١) فئات المضمون: (ماذا قيل؟)

١. فئة طبيعة الموضوعات: يقصد بها الباحث نوعيّة الموضوعات المعروضة في الحلقة الساخرة؛ سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية، أو رياضية، أو إخبارية، أو دينية، أو فنية، أو تاريخية أو غيرها.

٢. فئة عدد الموضوعات: لتوضيح التنوع في الموضوعات التي تتناولها الحلقة الساخرة وعددها؛ موضوع واحد، أو موضوعين أو أكثر.

٣. اهتمت الدراسات السابقة بالتعريف بأهداف الفيديو الساخر، واستكشاف القيم التي يحتويها ودوافع مشاهدته، بينما زادت هذه الدراسة على ذلك: التعريف بعلاقة العناصر الجرافيكية المستخدمة فيه بالإشباع البصري وإقناع المشاهدين؛ ووظيفتها في جذب المشاهدين للمتابعة والتفاعل مع المضمون الاتصالي.

٤. بعض الدراسات السابقة عاجت الفيديو الساخر اقتصاراً على التلفزيون في مجتمعات مختلفة، بينما تتناول هذه الدراسة الفيديو الساخر على اليوتيوب باعتبارها الأكثر إتاحة لحرية الرأي، والأقرب للمجال المجتمعي العام على شبكة الإنترنت وفق ما تقتضيه النظرية المستخدمة في الإطار النظري للدراسة.

٥. سعت الدراسة لتحليل العلاقة بين جودة تصميم الفيديو الساخر ومستوى توصيل محتواه الاتصالي، وخصوصاً أنّ الأسلوب الساخر تختلف أنماطه الفنية وقوالبه الإخراجية، الأمر الذي لم يرد في الدراسات السابقة.

٦. المناهج التي بُنيت عليها الدراسات السابقة؛ أغلبها اعتمدت المنهج الوصفي والمسح الإعلامي، فتشابهت مع هذه الدراسة التي اهتمت بتحليل مضمون الفيديو الساخر وشكله، معتمدةً على نظريات لم تستخدمها الدراسات السابقة فوظّفت نظرية "المجال العام"؛ لمناسبتها للدراسة.

وبذلك تتضح علاقة الدراسة بالأدبيات السابقة لمعالجة موضوع المحتوى البصري للفيديو الساخر، ودوره في توصيل المضمون الاتصالي، واختلافها في جوانب الوصف والتحليل، فاستفاد الباحث منها في تأطير المشكلة البحثية

الساخر والكاريكاتورى، والتساؤل الساخر، والمقارنة، وحركات وإيحاءات، وأخرى.

(٢) فئات الشكل: (كيف قيل؟)

١. فئة مدة الحلقة: وهي المساحة الزمنية المخصصة للحلقة ومحتواها البصري ومضمونها الاتصالي؛ أقل من نصف ساعة، أو نصف ساعة، أو أكثر من نصف ساعة.
٢. فئة اللغة المستخدمة: وتوضّح الفئة نوع اللغة المستخدمة في تقديم المضمون الاتصالي لحلقات البرنامج الساخر؛ اللهجة العامية، أو العربية الفصحى، أو خليط بين العامية والفصحى.
٣. فئة طبيعة أو نمط الفيديو الساخر: لتوضيح الشكل أو النمط الذي ينتهجه الفيديو الساخر لعرض محتواه المرئي؛ حوارى، أو تمثيلي (اسكتش)، أو تقديم فردي، أو فيديوهات وأغانٍ، أو لقاءات أو غيرها.
٤. فئة قالب الفني: ويوضّح النوع الفني والقالب المستخدم في المضمون سواء كان شكلاً صحفياً أو تعبيرياً؛ خبر، أو تعليق، أو قصة، أو أخرى.
٥. فئة أنماط الكائنات الجغرافية المستخدمة: وهي العناصر البصرية والجغرافية المستخدمة في تصميم الفيديو الساخر؛ رسوم رقمية، أو خرائط، أو أشكال تراثية، أو إحصائيات، أو صور شخصيات، أو رسوم معلوماتية وإيضاحية، أو نصوص أو غيرها.
٦. فئة المؤثرات السمعية المستخدمة: ويوضّح العناصر السمعية المستخدمة في تصميم وإثراء الفيديو الساخر؛ أصوات طبيعة، أو موسيقى تصويرية، أو أصوات بشرية، وغيرها.
٧. فئة المؤثرات البصرية المستخدمة: ويوضّح العناصر والجماليات البصرية المستخدمة في إثراء الفيديو

٣. فئة النطاق الجغرافي للموضوع: وأراد بها الباحث حدود اهتمامات مضمون الحلقة الساخرة؛ محلية، أو إقليمية أو عالمية.

٤. فئة مصدر المعلومات: لبيان جهات ومصادر معلومات المحتوى؛ وكالات الأنباء، أو الصحف، أو الفضائيات، أو الصحفيون والمراسلون، أو شهود العيان، أو التصريحات الرسمية، أو مواقع الإنترنت وتطبيقات التواصل الاجتماعي.

٥. فئة أهداف الموضوعات: للبحث في الأهداف التي يحاول الموضوع الساخر تحقيقها؛ الإخبار والإعلام، أو الشرح والتفسير، أو الإرشاد والتوجيه، أو النقد وكشف الفساد، أو نشر الوعي السياسي، أو الدفاع عن الحريات والعدالة، أو نبذ الجهوية والقبلية، أو غيرها.

٦. فئة الموقف والاتجاه: ويوضّح اتجاه مضمون الحلقة نحو الموضوع أو القضية المعروضة من خلاله؛ اتجاه مؤيد، أو اتجاه محايد، أو اتجاه معارض.

٧. فئة الاستمالات الإقناعية المضمّنة في الحلقة: لاستعراض الاستمالات المستخدمة في الإقناع؛ استمالات عاطفية لإثارة مشاعر المستخدمين كالفرح والاعتزاز والإعجاب، والغضب والسخرية، أو استمالات عقلية لإقناعهم بالحقائق، والمنطق والمعلومات المجردة.

٨. فئة الجمهور المستهدف بالحلقة: لتوضيح فئة الجمهور المقصود بالمضمون والمحتوى البصري للحلقات؛ جمهور خاص، أو جمهور عام.

٩. فئة أسلوب السخرية: لتوضيح الأسلوب الساخر المستخدم في المضمون للتأثير على المشاهد؛ التورية والتلاعب بالألفاظ، والمحاكاة الساخرة، والتصوير

المستخدمة في تصميم الفيديو الساخر؛ لقطات عامة، أو متوسطة، أو لقطات قريبة.

الساخر؛ بيئة افتراضية، أو ديكور فلكلوري، أو اسكتشات كوميدية، أو تحريك وتغيير زاوية الكاميرا، أو فواصل وانتقالات، أو لقطات فوتوغرافية، وغيرها.

مجتمع الدراسة:

استهدفت الدراسة البرامج والفيديوهات الساخرة التي تُعرض على اليوتيوب، نسبةً للشعبية الكبيرة التي تحظى بها المنصة؛ باعتبارها إحدى أهم مواقع التواصل الاجتماعي لعرض ومشاركة الفيديو، فحظي الفيديو الساخر من خلالها بالانتشار الواسع، والمشاركة والنقاش حول مضامينه ومحتوياته، الأمر الذي زاد من تأثيره وأهميته الاتصالية.

٨. فئة الأنماط اللونية المستخدمة: لتتبع الأنظمة اللونية المستخدمة وإيضاح مدى تنوعها؛ ألوان باردة، أو ألوان ساخنة، أو ألوان معتدلة، أو بدون ألوان (أبيض/أسود).

٩. فئة نمط التصوير وأحجام اللقطات المستخدمة:

ويوضّح نوعية التصوير وأحجام الكادرات

عينة الدراسة:

تمثّلت عينة الدراسة في برنامج (زول كافيهِ)* الذي يتناول الموضوعات والقضايا السودانية أسبوعياً بأسلوب ساخر متعدد الأساليب والأنماط، يتم بث حلقة واحدة أسبوعياً على قناة (زول كافيهِ) باليوتيوب عبر الرابط:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLRCvVx9ImCLCnDc6Jwxz8RwV-lwLHXzZm>

وتم اختيار (٤٧) حلقة بأسلوب الحصر الشامل لموقع القناة على اليوتيوب في الفترة من ١٧ يناير ٢٠٢٣ وحتى ٠١ مارس ٢٠٢٤؛ لمدة (٤٧) أسبوعاً وهي كامل حلقات الموسم الثاني للبرنامج؛ في الفترة الزمانية التي يغطيها البحث بالدراسة والتحليل، لما شهدته من نشاط ملحوظ في الساحة السودانية من أحداث سياسية واجتماعية؛ منها الأحداث الأخيرة الدائرة في مدينة الخرطوم ومدن أخرى، والتغيير الكبير الذي لازم ذلك جرّاء الحرب والنزوح وما ترتّب عليها في المجتمع من التناول الإعلامي لهذه القضايا؛ من أخبار ونقاشات وتداول، فكانت الحاجة لدراسة هذه الظاهرة الاتصالية المؤثرة في عرض وتناول موضوعات الراهن السوداني من خلال الفيديو الساخر؛ التي جعلت منه أحد أهم الوسائل والأساليب التي قدّم من خلالها الواقع السوداني لجمهور المشاهدين لعرض وتلخيص المحتوى الإعلامي، فاخترها الباحث عينة للدراسة من خلال الحلقات المختارة من برنامج (زول كافيهِ)؛ فحلّلت الدراسة (١٢٧٣) دقيقة بما يعادل (٢١) ساعة و(٢٢) دقيقة مثّلت مجموع عينة حلقات البرنامج، والتي يمكن تفصيلها كما يلي:

عينة حلقات برنامج (زول كافيهِ):

جدول رقم (١): يوضّح عينة حلقات برنامج (زول كافيهِ)

رقم الحلقة	عنوان الحلقة	تاريخ البث	المدة	رقم الحلقة	عنوان الحلقة	تاريخ البث	المدة
١	الرأس ما كراس	٢٠٢٣/٠١/١٧	٢٨:٤٠	٢٥	جولة أفريقية	٢٠٢٣/٠٨/٠٨	٢٣:٢٤
٢	الانفراق المانهائي	٢٠٢٣/٠١/٢٤	٢٨:٣١	٢٦	يا تتبل يا تتحل	٢٠٢٣/٠٨/١٥	٣٣:٥١
٣	آيس تعليم	٢٠٢٣/٠١/٣١	٢٩:١٤	٢٧	جننوننا بالحوار	٢٠٢٣/٠٨/١٥	٣١:٤٦

(* برنامج سوداني يناقش القضايا الاجتماعية يقدّمه محمد عويضة، بحلّة جديدة وفريق من الشباب العربي كإضافة نوعية لبرامج السخرية السياسية، ويهدف البرنامج لتقديم صورة حيّة عن الشعب السوداني وقواه السياسية والمفارقات الاجتماعية والاقتصادية التي يعيشها، إضافة إلى توصيل صوت الشباب السوداني إلى أشقائه العرب للتعريف بمكونات هذا البلد وتاريخه وثقافته؛ مع جرعة سياسية ساخرة بأسلوب مميّز.

تابع جدول رقم (١): يوضح عينة حلقات برنامج (زول كافي)

رقم الحلقة	عنوان الحلقة	تاريخ البث	المدة	رقم الحلقة	عنوان الحلقة	تاريخ البث	المدة
٤	سابقة كوهين	٢٠٢٣/٠٢/٠٧	٢٩:٣٥	٢٨	لقيات ساخنة	٢٠٢٣/٠٨/٢٩	٢٥:٤٦
٥	حزب الفالتاين	٢٠٢٣/٠٢/١٤	٢٨:٥٣	٢٩	بجغوها جغ	٢٠٢٣/٠٩/٠٥	٣٧:٣٠
٦	حوار الجخانين	٢٠٢٣/٠٢/٢١	٣٠:١٤	٣٠	الهوا ضريهم	٢٠٢٣/٠٩/١٢	٢٨:١٥
٧	سياسة لا	٢٠٢٣/٠٢/٢٨	٢٩:٣٨	٣١	إعصار فولكر	٢٠٢٣/٠٩/١٩	٢٢:٢٨
٨	ماذا لو؟	٢٠٢٣/٠٣/٠٧	٢٩:٤٤	٣٢	برهان في كل مكان	٢٠٢٣/٠٩/٢٦	٣٢:٠٠
٩	مادي كورة	٢٠٢٣/٠٣/١٤	٣٠:٠٣	٣٣	أم البند السابع	٢٠٢٣/١٠/٠٣	٣٠:١٧
١٠	سلسلة سمسرة العالم	٢٠٢٣/٠٣/٢٧	٢٧:٥٨	٣٤	كشع العشا	٢٠٢٣/١٠/١٠	٢٩:٠٧
١١	لا للحرب	٢٠٢٣/٠٥/٠٢	٢٤:٣٠	٣٥	الصمت العربي	٢٠٢٣/١٠/١٧	٤٣:٤٨
١٢	جيش واحد شعب واحد	٢٠٢٣/٠٥/٠٩	٢٧:٥٢	٣٦	نشجب ونستنكر	٢٠٢٣/١٠/٢٤	٢٤:٢٩
١٣	وين الناس؟	٢٠٢٣/٠٥/١٦	٢٩:٣٣	٣٧	كيسو كيسو	٢٠٢٣/١٠/٣١	٢٤:٠١
١٤	تشكيل حربي	٢٠٢٣/٠٥/٢٣	٢٤:٢٦	٣٨	فراغ سياسي	٢٠٢٣/١١/٠٧	٢٩:٤٧
١٥	كم كم؟	٢٠٢٣/٠٥/٣٠	٢٨:٤٢	٣٩	باعو	٢٠٢٤/٠١/٠٥	١٦:٥٦
١٦	تبريكات وجوازات	٢٠٢٣/٠٦/٠٦	٢٩:٢٥	٤٠	VPN	٢٠٢٤/٠١/١٢	١٩:٥٠
١٧	الدولة الجديدة/الأمن والأمان	٢٠٢٣/٠٦/١٣	٣٠:٥١	٤١	جعجعة بلا طحين	٢٠٢٤/٠١/١٩	١٥:٢٥
١٨	الدولة الجديدة/الرؤية	٢٠٢٣/٠٦/٢٠	٣٠:٥٢	٤٢	لقاء الزعاط	٢٠٢٤/٠١/٢٦	١٨:٣٧
١٩	تاتشر فاغندر	٢٠٢٣/٠٦/٢٧	٢٧:٢٥	٤٣	لقاء الزعاط ٢	٢٠٢٣/٠٢/٠٢	١٨:٠٤
٢٠	بي ريانة	٢٠٢٣/٠٧/٠٤	٢٩:٢٠	٤٤	طاشي شبكة	٢٠٢٤/٠٢/٠٩	٣١:٣٠
٢١	انتو منود؟	٢٠٢٣/٠٧/١١	٢٣:٤٢	٤٥	دا كلو كضب	٢٠٢٤/٠٢/١٦	٢١:٤٦
٢٢	جبهات الجوار	٢٠٢٣/٠٧/١٨	٢٢:١٨	٤٦	مصادر مفسوقة	٢٠٢٤/٠٢/٢٣	١٦:١٣
٢٣	حرب DJ	٢٠٢٣/٠٧/٢٥	٣٠:٢٧	٤٧	الطبال والسياسي	٢٠٢٤/٠٣/٠١	١٤:١٢
٢٤	عصر بس	٢٠٢٣/٠٨/٠١	٣١:٣٨				
	المجموع				٤٧ حلقة		١٢٧٣ ق

اختبار الصدق والثبات:

قام الباحث بعرض الاستمارة على محكّمين مختصين*
للتأكد من الثبات والصدق الظاهري؛ وقدرتها على تغطية

(*) المحكّمون:

أ.د. عبد النبي عبد الله الطيب، أستاذ الصحافة والإعلام الجديد بكلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

د. تيسير يحيى الصديق محمد زين، أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام، جامعة الجزيرة.

محاور الدراسة وإجابة تساؤلاتها، وأخذ الباحث بملاحظات المحكّمين، بعد مراجعة تحليلهم لعينة تجريبية قوامها (٥) حلقات بنسبة ٦, ١٠٪ من العينة المختارة للدراسة؛ لتحريّ دقّتها وصدقيتها؛ وعند إعادة التحليل وإجراء اختبار (هولستي Holisti)؛ أظهرت النتيجة تطابقاً كبيراً مع نتيجة المحكّمين في فئات محور المحتوى (ماذا قيل؟) بنسبة توافق بلغت ٩٦, ٠، وفي فئات محور الشكل (كيف قيل؟) بنسبة

استهدف محتواه قضايا الراهن السياسي السوداني المرتبط بالحالة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، التي غلبت في تناول الإخباري في الإعلام المحلي والعالمي، ثم جاءت موضوعات أخرى ضمن المحتوى الساخر بمستوى أقل في الأهمية؛ كالموضوعات الرياضية والتاريخية فتراوحت نسبتها بين ٢٦، ٤٪ و ١٣، ٢٪، بينما لم يتناول البرنامج الموضوعات الدينية والفنية وغيرها من الموضوعات الأخرى. وبحسب الجدول ومؤشراته؛ فقد تعددت موضوعات الفيديو الساخر في كل حلقة من حلقات البرنامج، وتنوعت بين الموضوع الواحد أو عدة موضوعات؛ وذلك ما يوضحه الجدول الآتي:

جدول رقم (٣): يوضح فئة عدد الموضوعات التي يتناولها الفيديو الساخر

الترتيب	النسبة/٪	التكرار	عدد الموضوعات
الثالث	٢١,٣	١٠	موضوع واحد
الثاني	٢٩,٨	١٤	موضوعين
الأول	٤٨,٩	٢٣	أكثر من موضوعين
	٪١٠٠	٤٧	المجموع

يوضح الجدول التنوع في الموضوعات التي تتم معالجتها في البرنامج، إذ يتم تخصيص الحلقة غالباً لأكثر من موضوعين بنسبة ٧٨,٧٪ بالترتيب الأول والثاني في بيانات الجدول، ويعود ذلك لدورية البرنامج باعتباره يُقدّم أسبوعياً؛ لذلك يأتي شاملاً للقضايا والأحداث التي دارت خلال الأسبوع، بينما بلغت نسبة الحلقات التي ركّزت على موضوع واحد ٢١,٣٪؛ كأقل نسبة من حلقات البرنامج من حيث تنوع الموضوعات التي تشملها الحلقات. وتبيّن هذه المؤشرات مستوى توظيف الحلقات في معالجة وتناول قضايا الواقع بجوانبه المختلفة؛ السياسية والإخبارية والاقتصادية والاجتماعية وتلخيص الأحداث بالاستفادة من قالب السخرية الذي يتسم به برنامج (زول كافي)، وقد لاحظ الباحث وجود أكثر من نمط شكلي للبرنامج عند تناول كل

توافق ٩٤,٠، وتعتبر درجة ثبات كافية تحقّق الثقة في الأداة والبناء على مخرجاتها.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

استخدم الباحث مجموعة أساليب إحصائية لقياس المتغيرات البحثية وفقاً للمجتمع وعينته، فاستخدمت التكرارات والنسب المئوية والترتيب للتحقق من فئات المضمون والشكل، وقياس توافرها في العينة، وتمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخدام برنامج المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي (APSS) (Arab Processor in Social Statistics).

نتائج الدراسة:

أولاً: محور فئات محتوى الفيديو الساخر وموضوعاته؛

(ماذا قيل؟):

جدول رقم (٢): يوضح فئة طبيعة الموضوعات التي يتناولها الفيديو الساخر

الترتيب	النسبة/٪	التكرار	طبيعة الموضوعات
الأول	٨٣	٣٩	سياسية
الثالث	٢٣,٤	١١	اقتصادية
الرابع	١٩,١	٩	اجتماعية
السادس	٢,١	١	رياضية
الثاني	٤٦,٨	٢٢	إخبارية
السابع	٠	٠	دينية
السابع	٠	٠	فنية
الخامس	٤,٣	٢	تاريخية

الجدول يوضح طبيعة الموضوعات التي يتناولها الفيديو الساخر على قناة (زول كافي) باليوتيوب، فيشير إلى تنوع الموضوعات التي تتم معالجتها في محتواه المعروف، ويفيد أنّ أكثر المضمين هي الموضوعات ذات الطبيعة السياسية والإخبارية، يليها في الترتيب المحتوى الاقتصادي والاجتماعي ويناسب ذلك طبيعة البرنامج الساخرة، الذي

جدول رقم (٥): يوضح فئة مصدر معلومات الفيديو الساخر

الترتيب	النسبة %	التكرار	المصدر
الثالث	٣٤	١٦	وكالات أنباء
الخامس	٢١,٣	١٠	صحف
الأول	٤٦,٨	٢٢	محطات إذاعية وتلفزيونية
السابع	٠	٠	صحفيون ومراسلون
السادس	١٤,٩	٧	شهود عيان
الرابع	٢٩,٨	١٤	تصريحات رسمية
الثاني	٣٨,٣	١٨	مواقع الإنترنت وتطبيقات التواصل الاجتماعي

يبيّن الجدول اهتمام البرنامج بالمحطات الإذاعية والتلفزيونية، والمواقع الإلكترونية وتطبيقات التواصل الاجتماعي؛ كمصادر لبيانات وموضوعات حلقاته من المحتوى المرئي للفيديو الساخر، فجاءت بنسبة ٨٥,١٪ واحتلت الترتيبين الأول والثاني، باعتبارها المصادر الأكثر والأسرع انتشاراً في المجتمع السوداني في فترة الدراسة بحسب ملاحظات الباحث، وجاءت مصادر أخرى مثل وكالات الأنباء، والتصريحات الرسمية، والصحف وشهود العيان بنسب تراوحت بين ٣٤٪ و ١٤,٩٪ من مصادر محتوى الفيديو الساخر، بينما لم يخصص البرنامج صحفيين ومراسلين كمصادر خاصة؛ باعتباره برنامجاً يتم إعداده اعتماداً على معلومات تمّ نشرها مسبقاً للجمهور، فيتمّ توظيفها في الحلقات باستخدام الأسلوب الساخر مما يُعزّض الاستخدام الاتصالي للسخرية في توصيل المحتوى للمشاهدين، وبالتالي يزيد فرص الإقناع كوظيفة اتصالية للأسلوب الساخر لتحقيق أهداف الموضوعات المعروضة؛ والتي يستعرضها الجدول التالي.

موضوع - مثلما ستيبّه جداول الدراسة لاحقاً - ما يراه الباحث أسلوباً يخدم طبيعة وأهداف البرامج الساخرة، فيزيد مستويات تشويق المشاهدين، ويركّز الانتباه نحو المحتوى الاتصالي المعروض. وتناولت الحلقات في موضوعاتها أكثر من نطاق جغرافي؛ ويوضّحه الجدول الآتي:

جدول رقم (٤): يوضح فئة النطاق الجغرافي لموضوع الفيديو الساخر

النطاق	التكرار	النسبة %	الترتيب
محلي	٤٣	٩١,٥	الأول
إقليمي	١٤	٢٩,٨	الثاني
عالمي	١٠	٢١,٣	الثالث

يُظهرُ واضحاً من الجدول اهتمام البرنامج بالموضوعات والقضايا المحلية؛ فتصدّرت الترتيب بنسبة ٩١,٥٪ من محتوى الحلقات، لما ينتهجه البرنامج من تناول وعرض لقضايا الواقع السوداني في مختلف الجوانب؛ السياسي منها والاجتماعي والاقتصادي وغيرها مما أثبتته الجدول رقم (٢) والذي يوضّح طبيعة الموضوعات التي تتناولها الحلقات. ثم تأتي الموضوعات الإقليمية في الترتيب الثاني في المحتوى المعروض، وتمثّلت في القضايا العربية والإسلامية والإفريقية التي يناقشها البرنامج؛ وشكّلت نسبة ٢٩,٨٪ من المحتوى المقدّم، بينما احتلّت الموضوعات العالمية الترتيب الأخير بنسبة ٢١,٣٪ من الموضوعات في عينة الدراسة، وتنوّعت النطاقات الجغرافية حتى على مستوى الحلقة الواحدة للبرنامج، وبالتالي يوافق المحتوى حاجة المتلقي للإشباع المعرفي والثقافي بتوظيف الأسلوب الساخر في العرض والتقديم، وزيادة الإقناع باستخدام الأنماط المرئية والاهتمام بتوثيق مصادر المعلومات التي يتم تناولها؛ وذلك ما يستعرضه الجدول الآتي:

بمواقف واتجاهات مضمون الحلقات؛ والتي يستعرضها الجدول الآتي:

جدول رقم (٧): يوضح فئة موقف واتجاه محتوى الفيديو الساخر

الترتيب	النسبة/%	التكرار	الموقف والاتجاه
الثاني	٢٩,٨	١٤	مؤيد
الثالث	٦,٤	٣	محايد
الأول	٦٣,٨	٣٠	معارض
	٪١٠٠	٤٧	المجموع

يبين الجدول مواقف واتجاهات مضمون الحلقات، والتي يعكسها الأسلوب الساخر في تناول الناقد لما يدور في الراهن السوداني، والرافض للسلوك الاجتماعي والمعارض لتصرفات بعض المسؤولين وقادة الرأي، وكشف الفساد ونبذ الجهورية كأهداف أشار إليها الجدول رقم (٦)، لذلك يشير الجدول أعلاه إلى أن ٦٣,٨٪ من محتوى الحلقات عينت الدراسة كانت تميل إلى الموقف الرافض والاتجاه المعارض بحسب الأهداف المرتبطة بهذه المواقف، كما اتضح الحياد في الحلقات التي هدفت إلى الإخبار بنسبة ٥٧٪ في الجدولين السابقين، بينما اتضح التأيد في الحلقات التي غلب عليها طابع الإرشاد والتوجيه والشرح والتفسير ونشر الوعي السياسي؛ كأهداف أشار إليها الجدول رقم (٦) الخاص بذلك، وظهرت هذه المواقف والاتجاهات في أسلوب وعبارات المضمون صراحةً أو ضمناً عند مخاطبتها للمشاهدين، وتمّ تكريس هذه الاتجاهات بتوظيف الأسلوب الساخر والأنماط اللفظية وغير اللفظية للأسلوب الاتصالي المستخدم في العرض والتقديم، وسرد المحتوى المرئي للتأثير في المشاهدين وتحقيق استمالات إقناعية تمّ تضمينها في الفيديو الساخر؛ يستعرضها الجدول الآتي:

جدول رقم (٦): يوضح فئة أهداف موضوعات الفيديو الساخر

الترتيب	النسبة/%	التكرار	الهدف
الثاني	٥٧,٤	٢٧	الإخبار والإعلام
الأول	٦٦	٣١	الشرح والتفسير
الخامس	٢٣,٤	١١	الإرشاد والتوجيه
الأول	٦٦	٣١	النقد وكشف الفساد
الثالث	٤٤,٧	٢١	نشر الوعي السياسي
الرابع	٣٨,٣	١٨	الدفاع عن الحريات والعدالة
السادس	١٩,١	٩	نبذ الجهورية والقبليّة

بالإشارة لنتائج الجدول رقم (٥)؛ فإنّ الجدول أعلاه يثبت أنّ النقد وكشف الفساد، والشرح والتفسير هما أبرز أهداف الفيديو الساخر إذ جاء أولاً بنسبة ٦٦٪، ويعضد ذلك اعتماد البرنامج على الأخبار والقضايا السابق نشرها للجمهور كما تمّت الإشارة إلى ذلك ضمن نتائج الجدول رقم (٥)، ويليهما من الأهداف الإخبار والإعلام بنسبة متقاربة بلغت ٥٧,٤٪؛ من خلال نقل التصريحات الرسمية للمسؤولين، وإفادات شهود العيان واستطلاعات الشارع المسجّلة التي يجريها البرنامج؛ لنشر الوعي السياسي والدفاع عن الحريات والعدالة؛ بنسب تراوحت بين ٣٨,٣٪ و٤٤,٧٪ من المضامين الشارحة للأحداث واستعراض معلومات أبرز قضايا الواقع السوداني، وجاءت أهداف الإرشاد والتوجيه، ونبذ الجهورية والقبليّة بنسب أقل تراوحت بين ٢٣,٤٪ و١٩,١٪؛ ومن خلال استعراض نماذج لتصريحات بعض المسؤولين والناشطين في الخطابة بالوسائل الإعلامية أو شبكات التواصل الاجتماعي والتعليق عليها، وتعتبر من المصادر التي أشار إليها الجدول رقم (٥) الذي يوضح مصادر معلومات الفيديو الساخر.

وبشكل عام؛ فكل هذه الأهداف يتمّ تكريس الأسلوب الساخر في المضمون الاتصالي لتحقيقها، ومحاولة التأثير في المشاهدين باستخدام التنميط والنقد الساخر لإقناعهم

جدول رقم (٨): يوضح فئة الاستمالات الإقناعية المضمّنة في الفيديو

الساخر

الترتيب	النسبة%	التكرار	الاستمالات الإقناعية
الأول	٦٣,٨	٣٠	استمالات عاطفية
الثاني	٣٦,٢	١٧	استمالات عقلية
	١٠٠%	٤٧	المجموع

يبيّن الجدول فئات الجمهور الذي يستهدفه الفيديو الساخر، ويشير إلى أنّ الجمهور الخاص هو هدف البرنامج، إذ تصدّر الترتيب الأول؟ بنسبة ٩٠,٥٪ من جملة المضمون، وتمثّل في الجمهور السوداني المهتم بقضايا الراهن السياسي والاجتماعي والاقتصادي في السودان، بما يُشبه البرنامج الموجّه لنشر الوعي السياسي ونقد السلوك الاجتماعي وكشف الفساد، وغيرها من الأهداف الموجّهة التي وصّحها الجدول رقم (٦) والذي يوضّح أهداف الفيديو الساخر، كما يتوجه البرنامج للجمهور العام بنسبة ٥١,١٪ وخصوصاً في الموضوعات الإقليمية والعالمية التي تمّ تناولها في البرنامج، والمتصلة بمجريات الأحداث والقضايا التي تهم الإقليم والعالم، ويتفق ذلك مع إشارات الجدول رقم (٤) والذي يوضّح النطاقات الجغرافية، وقد شملت بعض الحلقات موضوعات متنوّعة تهم أكثر من جمهور، لذلك تمّ عرضها بأكثر من أسلوب في المحتوى؛ وهذا ما يوضحه الجدول الآتي:

جدول رقم (١٠): يوضّح فئة أسلوب السخرية المستخدم في مضمون

الفيديو الساخر

الترتيب	النسبة%	التكرار	الأسلوب
الرابع	٤٤,٧	٢١	التورية والتلاعب بالألفاظ
الأول	٨٠,٩	٣٨	المحاكاة الساخرة
الثالث	٦١,٧	٢٩	التصوير الساخر والكاريكاتوري
الخامس	٢٥,٥	١٢	التساؤل الساخر
السادس	٢٣,٤	١١	المقارنة
الثاني	٦٨,١	٣٢	حركات وإيحاءات
السابع	١٧	٨	أخرى

يبيّن الجدول الأساليب الساخرة المستخدمة في البرنامج، ويشير إلى أنّ أسلوب المحاكاة الساخرة هو أكثر الأساليب استخداماً في عرض المضمون الاتصالي للبرنامج، وجاء أولاً

يبيّن الجدول الاستمالات الإقناعية التي تضمّنتها الحلقات، ويؤكد أنّ استخدام الاستمالات العاطفية تصدّر الترتيب بنسبة ٦٣,٨٪، وتمثّل في أسلوب عبارات المضمون؛ ومخاطبتها لمشاعر المشاهدين وتحفيزها باستخدام النمط الكوميدي الذي تضمّنته المقاطع الساخرة، وتمّ توظيفها إلى جانب المؤثرات الصوتية المصاحبة للمضمون لإثارة عواطف المشاهدين، فكانت أغلبها تميل إلى السخرية والفكاهة إلى جانب التنوع في عرض الإضافات المرئية في القالب البصري للحلقة؛ والذي سيتم تفصيله لاحقاً في الجداول الخاصة بالشكل (كيف قيل؟)، كما تمّ توظيف الديكورات التراثية والانتقالات والفواصل الموسيقية الفلكلورية لمخاطبة عاطفة المشاهدين وتحفيز انتباههم، وسيتم تفصيل ذلك أيضاً. وتمّ تكريس الاستمالات العقلية في المضمون بسرد تصريحات المسؤولين، القصصات المرئية والمقاطع المصوّرة من الفضائيات والمواقع الإلكترونية، مقابلات شهود العيان والاستطلاعات، وسرد الإحصائيات والتصاميم البصرية للمعلومات المصوّرة للأحداث التي تمت معالجتها؛ فبالتالي بلغت نسبة الاستمالات العقلية فيه نسبة ٣٦,٢٪. وقد وظّف البرنامج الاستمالات الإقناعية للتأثير في أكثر من نوع للجمهور المستهدف، وهذا ما يوضّحه الجدول الآتي:

جدول رقم (٩): يوضّح فئة الجمهور المستهدف بالفيديو الساخر

الترتيب	النسبة%	التكرار	الجمهور
الثاني	٥١,١	٥	جمهور عام
الأول	٩٠,٥	٤٢	جمهور خاص

دقيقة استثناءً لتناولها موضوعات أقل فتراوحت بين ١٦ إلى ١٩ دقيقة ضمن الترتيب الأول، وهناك حلقات زادت عن نصف الساعة لتعدد موضوعاتها، فجاءت في الترتيب الثاني بنسبة ٩، ١٤٪ وبمجموع (٧) حلقات تراوحت مدتها بين ٣١ إلى ٤٨ دقيقة كأطول مدة زمنية للحلقات موضوع الدراسة، بينما بلغ عدد الحلقات التي جاءت في حدود نصف الساعة (٦) حلقات بنسبة ٨، ١٢٪ وبالترتيب الثالث كفترة معيارية وُسّطى قِيسَت عليها المدة الزمنية للحلقات بعبارةٍ (أقل من) و(أكثر من) نصف ساعة، وبلغ مجموع المدة الزمنية التي تناولتها الدراسة (١٢٧٣) دقيقة لعدد بلغ (٤٧) حلقة، أُسْتُخِدِمَت في تقديمها أنماط لغويّة متنوّعة يستعرضها الجدول أدناه:

جدول رقم (١٢): يوضّح فئة اللغة المستخدمة في الفيديو الساخر

الترتيب	النسبة٪	التكرار	اللغة
الأول	١٠٠	٤٧	اللهجة العامية
الثاني	٦٨، ١	٣٢	العربية الفصحى
الثاني	٦٨، ١	٣٢	خليط عامية وفصحى

يوضّح الجدول النمط اللغوي المستخدم في مضامين الحلقات، فيتبيّن أنّ اللهجة العامية هي الأكثر استخداماً، فتصدّرت الأنماط بنسبة ١٠٠٪؛ وتمّ استخدامها في كل الحلقات نسبةً لطبيعة الاستخدام الشائع للغة العامية في المجتمع السوداني، وهذا ما يوافق نتيجة الجدول رقم (٤) الذي يغلب النطاق الجغرافي (المحلي) للجمهور المستهدف وهو المشاهد السوداني، بينما تمّ استخدام اللغة العربية الفصحى بنسبة ١، ٦٨٪، وتمثّلت في التقارير المسجلة والمواد المأخوذة من الفضائيات والمواقع الإلكترونية ووكالات الأنباء، كما أشار لذلك الجدول رقم (٥) الذي يوضّح مصادر معلومات الفيديو الساخر، ويُلاحَظ أنّ اللغة العربية الفصحى جاءت في الترتيب الثاني وتساوت مع الاستخدام الخليط بين العامية والفصحى في حلقات البرنامج بالنسبة

بالترتيب بنسبة ٩، ٨٠٪، يليه أسلوب الحركات والإيحاءات التي يستخدمها مُقدّم البرنامج لتوصيل بعض المفاهيم بالاتصال المرئي غير اللفظي (لغة العيون وحركات الجسم)؛ فاحتلّ هذا الأسلوب الترتيب الثاني بنسبة ١، ٦٨٪، كما أُسْتُخِدِمَ التصوير الساخر والكاريكاتور لبعض الشخصيات ذات الصلة بالموضوعات المعروضة أو الإشارة والرمز إليها بشخصيات كوميدية، وبلغت نسبته ٧، ٦١٪، بينما أُسْتُخِدِمَ أسلوب التورية والتلاعب بالألفاظ بنسبة ٧، ٤٤٪ وجاء رابعاً في الأساليب المستخدمة، كما تمّ استخدام أساليب مثل التساؤل الساخر والمقارنة بنسب متفاوتة تراوحت بين ٥، ٢٥٪ و ٤، ٢٣٪ وهناك أساليب أخرى قلّ استخدامها كالضحك أو الصمت لبضع ثوان وغيرها؛ بنسبة ١٧٪ وتذيّلت الترتيب.

وبناءً على هذه المضامين التي استعرضتها الجداول السابقة في محور (فئات محتوى الفيديو الساخر وموضوعاته (ماذا قيل؟)؛ تأثّر شكل حلقات برنامج (زول كافي) بها جاء في مضمونه من موضوعات كما افترضته الدراسة وتوضّحه الجداول الآتية في محور (فئات شكل الحلقات) والفئات الخاصة بـ(كيف قيل؟)؛ كما يلي.

ثانياً: محور فئات شكل الفيديو الساخر وتصميمه؛ (كيف

قيل؟):

جدول رقم (١١): يوضّح فئة مدة حلقة الفيديو الساخر

الترتيب	النسبة٪	التكرار	المدة
الأول	٧٢، ٣	٣٤	أقل من نصف ساعة
الثالث	١٢، ٨	٦	نصف ساعة
الثاني	١٤، ٩	٧	أكثر من نصف ساعة
	١٠٠٪	٤٧	المجموع

يوضّح الجدول المدة الزمنية للحلقات، ويشير إلى أنّ غالبيتها استغرقت ما بين ٢٢ إلى ٢٩ دقيقة، وتصدّرت الترتيب بنسبة ٣، ٧٢٪، من ضمنها حلقات قلّت عن (٢٢)

جدول رقم (١٤): يوضح فئة القالب الفني للفيديو الساخر

الترتيب	النسبة%	التكرار	القالب الفني
الثالث	٨٧,٢	٤١	صحفي أو تعبيرى
الثاني	٩١,٥	٤٣	خبر
الأول	١٠٠	٤٧	تعليق
الرابع	١٤,٩	٧	قصة
الخامس	٦,٤	٣	أخرى

يوضح الجدول القوالب الفنية المستخدمة في البرنامج، ويبيّن أنّ التعليق تصدر القوالب وتمّ توظيفه في كل الحلقات باعتباره القالب الأساسي للأسلوب الساخر، يليه القالب الإخباري المتضمّن لتفسير الأحداث الجارية بنسبة ٩١,٥٪ بالترتيب الثاني، يليه القالب الصحفي التعبيري المتمثّل في النصوص وصور الشاشة واقتباسات المواقع الإلكترونية المصاحبة للفيديو الساخر فكانت بنسبة ٨٧,٢٪ من المضمون المرئي، وجاء القالب القصصي رابعاً بنسبة ١٤,٩٪، ولازم بعض المضامين المعروضة كمقدمات للموضوع قبل عرضه، كما استُخدمت قوالب أخرى كالقالب المقالي والوثائقي بنسبة ضئيلة بلغت ٦,٤٪ وتذيّلت الترتيب.

ويمكن الإشارة إلى أنّ القوالب الفنية قد نوّعت في استخدام الكائنات والعناصر الجرافيكية كأسلوب للمعالجة البصرية في العرض، وهذا ما يوضّحه الجدول الآتي:

جدول رقم (١٥): يوضح فئة أنماط الكائنات الجرافيكية المستخدمة في الفيديو الساخر

الترتيب	النسبة%	التكرار	الأنماط
الثالث	٦٦,٠	٣١	رسوم رقمية
السابع	٢٥,٥	١٢	خرائط
الأول	١٠٠	٤٧	أشكال تراثية
الخامس	٥٥,٣	٢٦	إحصائيات
السادس	٤٤,٧	٢١	صور شخصيات
الرابع	٥٩,٦	٢٨	رسوم معلوماتية وإيضاحية
الثاني	٨٩,٤	٤٢	نصوص
الثامن	١٩,١	٩	أخرى

١,٦٨٪؛ وهذا ما يتطلبه تنوع الجمهور المستهدف للتفاعل مع المضمون الاتصالي المقدم. وهذا الهدف يتطلب أيضاً التنوع في طبيعة وأنماط الفيديو الساخر؛ كما يوضّحه الجدول الآتي:

جدول رقم (١٣): يوضح فئة طبيعة أو نمط الفيديو الساخر

الترتيب	النسبة%	التكرار	الطبيعة والأسلوب
الخامس	٠	٠	حواري
الأول	١٠٠	٤٧	تمثيلي (اسكتش)
الأول	١٠٠	٤٧	تقديم فردي
الثاني	٨٥,١	٤٠	فيديوهات وأغانٍ
الرابع	١٢,٨	٦	لقاءات
الثالث	٢٥,٥	١٢	أخرى

يوضح الجدول طبيعة ونمط الفيديو الساخر للبرنامج، ويؤكد أنّ النمط التمثيلي (الاسكتش) والتقديم الفردي هما أساس العرض والتقديم للمحتوى الاتصالي للحلقات، إذ احتلّ الترتيب الأول بنسبة ١٠٠٪ وتمثّل ذلك في المشهد التمثيلي الافتتاحي الذي يستهل به البرنامج كل حلقاته كتمهيد للمشاهد لموضوع الحلقة، وغالباً يتكوّن من شخصين أو ثلاثة منهم مقدّم البرنامج. وتأتي ثانياً الفيديوهات والأغاني التي تتخلّل الحلقة ونهايتها بنسبة ٨٥,١٪، وتأتي ثالثاً اللقاءات التي يجريها البرنامج في بعض الحلقات مع المستطلعين وشهود العيان؛ الذين أشار إليهم الجدول رقم (٥) كمصادر للمعلومات. وهناك أنماط أخرى يوظّفها البرنامج ضمن أسلوبه الساخر، كالتصاغات المصورة والضاحكة للشخصيات، ومشاهد من أفلام كوميدية، ورسوم متحركة وموشن جرافيك في ٢٥,٥٪ من مضمون الحلقات، بينما لم يتم توظيف النمط الحواري في الفيديو الساخر نسبةً لطبيعة البرنامج الذي يضطلع بتقديمه مقدّم فردي. وتمت معالجة هذه الأنماط المتنوّعة للفيديو الساخر في قوالب فنيّة متعددة يوضّحها الجدول الآتي:

الفيديو الساخر للتعبير عن المواقف والاتجاهات، وتوصيل المعاني والتأكيد على النقد والتعبير عن السخرية وجذب المشاهدين فتصدّرت الترتيب بنسبة ٦٨,١٪، وتليها الأصوات الطبيعية كمؤثر سمعي مصاحب للعرض بنسبة ٥٩,٦٪، ثم جاءت ثالثاً الأصوات البشرية كمؤثر صوتي بنسبة ٢٣,٤٪؛ كالضحك، والصراخ، والصفير والتصفيق، وتغيير النغمة الصوتية عند الكلام، أو خفض ورفع الصوت والهمس وغيره من حالات الصوت البشري المستخدمة لإثراء المخاطبة، واستخدم البرنامج مؤثرات صوتية أخرى بنسبة ١٧٪ وجاءت بالترتيب الرابع؛ تمثّلت في الأصوات الاصطناعية المخصّصة للانتقالات والفواصل، ودخول وخروج الكائنات والعناصر الجرافيكية المستخدمة في قالب الفني لعرض الفيديو الساخر، بالإضافة إلى شعار البداية والنهاية وغيرها من المؤثرات الأخرى.

ويمكن الإشارة إلى أنّ كل هذه المؤثرات الصوتية تمّ توظيفها في الفيديو الساخر؛ متزامنة مع المؤثرات البصرية المستخدمة في عرض المحتوى الاتصالي، باعتبارها شكلاً من أشكال المعالجة البصرية وهذا ما يوضّحه الجدول الآتي:

جدول رقم (١٧): يوضّح فئة المؤثرات البصرية المستخدمة في الفيديو الساخر

الترتيب	النسبة/٪	التكرار	المؤثرات البصرية
السادس	٦,٤	٣	بيئة افتراضية
الأول	١٠٠	٤٧	ديكور فلكلوري
الثالث	٨٣	٣٩	اسكتشات كوميدية
الأول	١٠٠	٤٧	تغيير زاوية التصوير
الأول	١٠٠	٤٧	فواصل وانتقالات
الثاني	٨٥,١	٤٠	تحريك الكاميرا
الرابع	٧٨,٧	٣٧	لقطات فوتوغرافية
الخامس	٨,٥	٤	أخرى

يوضّح الجدول المؤثرات البصرية المستخدمة في البرنامج؛ فيتّضح أنّ أبرز هذه الإثراءات المرئية تمثّلت في الديكور

يوضّح الجدول الكائنات الجرافيكية والعناصر البصرية المستخدمة، ويؤكّد اعتماد البرنامج بشكل كبير على الأشكال التراثية المستوحاة من التراث السوداني، في ديكورات البرنامج والانتقالات والفواصل الموسيقية الفلكلورية؛ لجذب انتباه المشاهدين وتقوية انتماءهم مثلما أشار إليه الجدول رقم (٨) والخاص بالاستمالات الإقناعية، وجاء استخدام النصوص ثانياً بنسبة ٨٩,٤٪، ممثلاً في النصوص الإخبارية والمعلوماتية المستخدمة في المضمون، وبلي ذلك في الترتيب استخدام الرسوم الرقمية في بيئة البرنامج ومكوناته البصرية بنسبة ٦٦٪ من المضمون، وذلك بمعيّة الرسوم المعلوماتية الإيضاحية التي تصوّر الإحصائيات - المشار إليها في الجدول - والبيانات المتعلقة فجاءت رابعاً بنسبة ٥٩,٦٪، وتمّ توظيف صور الشخصيات المتصلة بالموضوعات بنسبة ٤٤,٧٪ سادساً في الترتيب وتليها الخرائط، كما استُخدمت بالبرنامج كائنات جرافيكية أخرى كاللون وتوظيفه في التعبير والتصوير البصري للمفاهيم المرتبطة؛ إضافة إلى الأشكال الفنية والهندسية في الديكور والمحتوى بنسبة ١٩,١٪ باستثناء اللون الذي تكرر في البرنامج.

ولازّمت هذه الكائنات الجرافيكية مؤثرات صوتية متعدّدة استُخدمت بمصاحبة الفيديو الساخر؛ يستعرضها الجدول الآتي:

جدول رقم (١٦): يوضّح فئة المؤثرات السمعية المستخدمة في الفيديو الساخر

الترتيب	النسبة/٪	التكرار	المؤثرات السمعية
الثاني	٥٩,٦	٢٨	أصوات طبيعية
الأول	٦٨,١	٣٢	موسيقى تصويرية
الثالث	٢٣,٤	١١	أصوات بشرية
الرابع	١٧	٨	أخرى

يوضّح الجدول المؤثرات الصوتية المستخدمة في البرنامج، ويؤكّد أنّ الموسيقى التصويرية هي أكثر مؤثر تمّ استخدامه في

الجدول يوضح توظيف الأنماط اللونية في الفيديو الساخر، فبيّن أنّ الألوان الساخنة هي الأكثر استخداماً، ووظّف لزيادة الحماس وتحفيز الأسلوب النقدي والساخر للقضايا المطروحة للتنبيه للأهمية والأولية، يليه نمط الألوان الباردة المستخدمة في الخلفيات والرسوم المعلوماتية المضمّنة في العرض، وخصّصت لمراقبة النصوص والمصادر المأخوذة من المواقع الإلكترونية، واستخدمت للتأكيد على الهدف التوعوي للبرنامج وتعزيز التثقيف ونشر الوعي السياسي، فاستخدمت للانتقال البصري من الموضوعات السياسية إلى الموضوعات الاجتماعية في الحلقات. وجاء نمط الألوان المعتدلة ثالثاً بنسبة ٤,٥٧٪ للتعبير عن الموضوعات الإخبارية وتحقيق أهداف الإخبار والشرح والتفسير لقضايا الراهن السوداني، ولإحداث التوازن بين المحتوى الساخر للفيديو، والمحتوى المفهّر للمواقف والذي يهدف لتنمية وعي المشاهد. وتمّ توظيف الأبيض والأسود للإيحاء بالاستغراب أو الحزن والاستياء أو تعذّر بلوغ الغايات التي تنشدها القضايا المطروحة، أو تعثر مساعي المسؤولين فيما يتعلق بالقضايا موضوع الحلقات، ونذكر هذا الاستخدام إذ بلغت نسبته ٨,١٢٪ وحلّ في الترتيب الأخير.

ويمكن الإشارة إلى أنّ هذه الأنماط اللونية ارتبطت بطبيعة الموضوعات، كما ارتبطت بنمط التصوير والأنواع المختلفة للقطات المستخدمة في المحتوى الاتصالي للبرنامج، ويمكن توضيح هذا التنوع في الجدول الآتي:

الفلكلوري المعبر عن الهوية السودانية، وتغيير زوايا التصوير عند التركيز على جانب معين من الموضوع، بالإضافة إلى الفواصل والانتقالات المستوحاة من الطابع التراثي السوداني؛ إذ تصدّرت الترتيب الأول واستخدمت في جميع حلقات البرنامج، يليها تحريك الكاميرا أثناء المشهد للإيحاء بالقرب والبعد الزمني والمكاني للموضوعات بنسبة ١,٨٥٪، ويأتي توظيف الاستكشآت والمقاطع الكوميديّة الداعمة للموضوع ثالثاً بنسبة ٨٣٪، كما ورد استخدام اللقطات الفوتوغرافية الضاحكة وصور الشخصيات المصاحبة للعرض بنسبة ٧,٧٨٪ بالترتيب الرابع، ويليه توظيف البيئات الافتراضية كمحسن مرئي للمحتوى. وهناك مؤثرات بصرية أخرى استخدمها البرنامج مثل تقسيم الاستديو إلى مسرحين؛ للإيحاء بالتنوع المكاني بتخصيص جانب لعرض القضايا السياسية، وجانب لعرض القضايا الاجتماعية والاقتصادية، مع الاهتمام بمحاكاة وتغمّص الواقع السوداني الذي تُدار فيه هذه القضايا، وتوظيف لغة الأشياء *Object Language* التي استخدمها مُقدّم الحلقات غير الإشارة والحركة؛ للتعبير عن معانٍ وأحاسيس يريد نقلها للمشاهد، كالملابس والزّي الشعبي السوداني لنقل الإحساس بالحالة المرئية بحسب الموضوع لشد الانتباه واستمرار المشاهدة. وتمّ توظيف اللون ضمن هذه المؤثرات البصرية كما هو مبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (١٨): يوضح فئة الأنماط اللونية المستخدمة في الفيديو

الساخر

الأنماط اللونية	التكرار	النسبة/٪	الترتيب
ألوان باردة	٣٦	٧٦,٦	الثاني
ألوان ساخنة	٤٧	١٠٠	الأول
ألوان معتدلة	٢٧	٥٤,٧	الثالث
بدون ألوان (أبيض/أسود)	٦	١٢,٨	الرابع

جدول رقم (١٩): يوضح فئة نمط التصوير وأحجام اللقطات

المستخدمة في الفيديو الساخر

نمط التصوير وأحجام اللقطات	التكرار	النسبة/٪	الترتيب
لقطات عامة	٣٧	٧٨,٧	الثاني
لقطات متوسطة	٣٨	٨٠,٩	الأول
لقطات قريبة	٣٢	٦٨,١	الثالث

واختلفت مع دراسة (فهيمي، ٢٠١٧)^(٢٥) التي أثبتت تصدُّر المحتوى الفني والترفيهي.

٢. أوضحت النتائج أنَّ الفيديو الساخر يتناول غالباً موضوعين فأكثر من القضايا التي تهم المشاهدين، وتتعدَّد الموضوعات نسبة لدورية البرنامج الأسبوعية، وبالتالي يُقدِّم البرنامج ناقداً لأحداث الأسبوع المتنوعة، ويحقِّق ذلك التراء الاتصالي للفيديو الساخر من خلال التأكيد على تنوع المحتوى المعروض، ويتوافق ذلك أيضاً مع نتائج الدراسات السابقة.

٣. أثبتت الدراسة اهتمام الفيديو الساخر بالموضوعات المحلية في المقام الأول، تليها الموضوعات الإقليمية فالعالمية، وهذا التنوع الجغرافي للقضايا يسهم في زيادة المجال العام للمحتوى، مما يوافق توجُّهات نظرية المجال العام المستخدمة في الدراسة؛ والتي تشير إلى أنَّ أهمية الموضوعات وتنوع نطاقاتها تزيد من فاعلية المشاركة والنقاش حولها في المجتمع الرقمي لشبكات التواصل الاجتماعي.

٤. توصَّلت الدراسة إلى أنَّ الفيديو الساخر يتخذ من المحطات الإذاعية والتلفزيونية، والمواقع الإلكترونية وتطبيقات التواصل الاجتماعي؛ مصادراً لبياناته وموضوعاته لما تتميز به من سرعة وسعة انتشار، إضافة لمصادر أخرى مثل وكالات الأنباء، التصريحات الرسمية، الصحف وشهود العيان بنسبٍ أقل، ولم يتخذ الفيديو الساخر

يوضِّح الجدول نمط التصوير وأحجام اللقطات المستخدمة، وتصدَّرت الترتيب فئة اللقطات المتوسطة بنسبة ٩, ٨٠٪، وهي الحجم الذي يتخذ فيه مقدم البرنامج زاوية من الأستديو تجعل المشاهد يدرك تكامل الديكور والخلفيات مع موضوعات الحلقة، لتُكمل لغة الأشياء المشهد وتوصل رسالة المضمون التي تتخذ من التواصل غير اللفظي أسلوباً لتضمين السخرية والنقد، فيوافق ما أشار إليه الجدول رقم (١٧) والذي يوضح المؤثرات البصرية المستخدمة والرسائل الاتصالية المضمَّنة فيها، وتأتي اللقطات العامة ثانياً بنسبة ٧, ٧٨٪، وتمَّ توظيفها في افتتاحيات الحلقات، والانتقال من جانب الأستديو إلى الجانب الآخر لتغيير الموضوعات التي يتناولها البرنامج، وعند الاستطلاعات الميدانية التي يجريها، بينما استُخدمت اللقطات القريبة بنسبة ١, ٦٨٪ للتعبير عن الهمز الذي يتخذه مقدم البرنامج أسلوباً للسخرية لتجسيد حالة البوح للمشاهد والإسرار إليه برأي شخصي، ولتوضيح تعابير الوجه تجاه القضية المطروحة.

مناقشة نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج الخاصة بالمضمون (ماذا قيل؟):

١. كشفت الدراسة أنَّ أكثر المضامين التي يتناولها الفيديو الساخر هي الموضوعات السياسية والإخبارية، وتليها في الاهتمام الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية، وقَلَّ الاهتمام بتناول المحتويات الرياضية والتاريخية، ولم يتطرق الفيديو الساخر للموضوعات الدينية لما لها من خصوصية قد لا يناسبها الأسلوب الساخر. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (مفتاح، ٢٠٢٤)^(٢٦)،

(٢٥) بسنت فهيمي، تعرض الجمهور لمقاطع الفيديو الساخرة على "اليوتيوب" وتأثيره في مستوى الثقة في الشخصيات العامة، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، جامعة القاهرة، ع١٢، (٢٠١٧): ١٣٥-١٨٥

(٢٤) محمد مفتاح، البرامج اللببية الساخرة على اليوتيوب، *المجلة اللببية لبحوث الإعلام*، جامعة بنغازي، ع٤، (٢٠٢٤): ١٩٠-٢٠٩
<https://doi.org/10.37376/tlajmr.vi4.4682>

٨. أكّدت النتائج أنّ الفيديو الساخر يستهدف بشكل كبير الجمهور الخاص؛ المتمثّل في الجمهور السوداني بقياداته السياسية والاجتماعية من صنّاع القرار وقادة الرأي، بُغية تحقيق المقاصد المرجوة من البرنامج، لذلك استهدف البرنامج الجمهور الخاص بينما لم يهمل الجمهور العام، ويتماشى ذلك مع التنوع الذي افترضته نظرية المجال العام المستخدمة في الدراسة.

٩. أشارت الدراسة إلى أنّ أسلوب المحاكاة الساخرة، والحركات والإيحاءات التي يقوم بها مقدّم البرنامج هي أكثر أساليب السخرية المستخدمة، بالإضافة إلى أساليب أخرى مثل التصوير الكاريكاتوري الساخر والرمزي للشخصيات، والتورية والتلاعب بالألفاظ، بينما قلّ استخدام المقارنة والتساؤل الساخر، ويتوافق ذلك نسبياً مع نتائج الدراسات السابقة إذ لم تتناول كل هذه الأساليب.

ثانياً: النتائج الخاصة بالشكل (كيف قيل؟):

١٠. بيّنت النتائج أنّ المدة الزمنية للفيديو الساخر تستغرق حوالي نصف الساعة؛ وقد تقل أو تزيد قليلاً بحسب الموضوعات المعروضة، أُستخدِمَت فيها اللهجة العامية كلغة أساسية للبرنامج تتناسب والأسلوب الساخر للعرض، وتتوافق مع نوعيّة الجمهور المحلي الذي أشارت إليه النتائج، في حين أُستخدِمَت العربية الفصحى في مصادر الفيديو الساخر من تقارير مسجّلة واقتباسات من الفضائيات والمواقع الإلكترونية ووكالات الأنباء.

١١. أكّدت الدراسة أنّ النمط التمثيلي (الاسكتش) والتقديم الفردي هما الأكثر استخداماً في الفيديو

صحفيين ومراسلين كمصادر باعتباره أسلوباً ساخرًا ومُلخّصاً لقضايا سبق نشرها.

٥. توصّلت الدراسة إلى أنّ أبرز أهداف الفيديو الساخر هي النقد وكشف الفساد، والشرح والتفسير؛ يليها الإخبار والإعلام ثمّ نشر الوعي السياسي والدفاع عن الحريات والعدالة، كما هدف الفيديو الساخر إلى الإرشاد والتوجيه ونبذ الجهويّة والقبلية، فتتفق النتيجة مع أغلب نتائج الدراسات السابقة في هذه الأهداف وقد تختلف في ترتيبها، وبالتالي تبيّن أهمية الفيديو الساخر ومحتواه الاتصالي في تحقيق هذه الوظائف الاتصالية في المجتمع.

٦. بيّنت الدراسة أنّ الاتجاه السائد لمضمون الفيديو الساخر هو الموقف الرافض للسلوك الاجتماعي والاتجاه المعارض لتصرفات بعض المسؤولين وقادة المجتمع، بنقد قضايا الراهن السوداني وكشف الفساد ونبذ الجهوية، وثبّت الحياد في تناول الموضوعات الإخبارية، والتأييد في موضوعات الإرشاد والتوجيه، والشرح والتفسير، ونشر الوعي السياسي، ويتوافق ذلك مع حرية العرض التي يتمتع بها الفيديو الساخر.

٧. أشارت النتائج إلى أنّ الاستمالات العاطفيّة المستخدمة في الفيديو الساخر غلّبت على الاستمالات العقليّة في مضامينه، من خلال توظيف النمط الكوميدي والنقدي الساخر والمصاحب للمحسنات البصرية والصوتية المستخدمة في العرض لتحفيز وتنبيه المشاهد وإثارة عواطفه، وبالتالي يتبنّى ما يناسب توجهاته مما يثبت أثر الأسلوب الساخر واستمالاته العاطفية في توصيل المضمون الاتصالي.

الفيديو الساخر وإضفاء طابع السخرية باستخدام الصوت الموسيقي.

١٥. أثبتت الدراسة أن أبرز المؤثرات البصرية المستخدمة في الفيديو الساخر هي الديكور الفلكلوري والفواصل والانتقالات المستنبطة منه، وتغيير زاوية التصوير وتحريك الكاميرا للإيجاء بالزمان والمكان، مما يحدث استمالات عاطفية ارتبطت بالانتماء الذي يثيره النمط الفلكلوري للبرنامج، والأزياء الشعبية التي ترد ضمن مظاهر المحتوى البصري، فتتحقق فيه لغة الأشياء والاستفادة من رمزية لغة الجسد في توصيل المعاني والتعبير عن المشاعر.

١٦. خلصت الدراسة إلى أن نمط الألوان الساخنة هو الأكثر استخداماً في الفيديو الساخر، وتم توظيفه لإثارة الحماس وتحفيز الأسلوب النقدي والساخر في العرض، لما لهذه الألوان من دلالات نفسية يمكنها قيادة النظر وترتيب المعلومات، وخصّصت الألوان الباردة في الخلفيات والرسم الإيضاحي والانتقالات، وتمييز مصادر الفيديو الساخر كالاقتباس من الفضائيات وصفحات الويب، وثبتت قلة استخدام نمط ال(أبيض/أسود) فتنوّعت الألوان للتمثيل البصري وتحقيق الاستمالات.

١٧. كشفت النتائج عن التوازن في أساليب التصوير بين اللقطات العامّة والمتوسطة والقريبة، مع تغليب اللقطات المتوسطة التي استخدمها البرنامج في العرض، لتمكين المشاهد من تلقي لغة الأشياء وتكامل المحتوى البصري الفني مع المضمون الاتصالي للفيديو الساخر، بتوظيف اللقطات القريبة لبيان تفاصيل حركات الجسم وتعابير وجه مقدّم البرنامج؛ لتحقيق الاتصال غير اللفظي بالإثراء

الساخر، إلى جانب الفيديوهات والأغاني واللقاءات أحياناً، وهذا التنوّع يفيد في تشجيع المشاهد على مواصلة التلقّي وزيادة مستوى التعرّض، ويؤكد أهمية الثراء الاتصالي للفيديو الساخر في توصيل المضامين الاتصالية، لقدرته على نقل الإشارات المختلفة بتوظيف هذه الأنماط واستخدام اللغة الطبيعية.

١٢. تصدّر التعليق القوالب الفنية المستخدمة في الفيديو الساخر، ويليه قالب الخبري والصحفي التعبيري لعرض الموضوعات، بينما قلّ استخدام قالب القصصي والوثائقي في الفيديو الساخر، وجاء الاستخدام المتعدد لهذه القوالب وفقاً للتعدّد في الموضوعات التي تشكّل المحتوى الاتصالي المعروف، وبالتالي تزيد أهمية الفيديو الساخر كنمط اتصالي مرئي مناسب لتقديم المحتوى المتنوّع والمتباين.

١٣. تنوّعت الكائنات الجرافيكية والعناصر التصميمية في الفيديو الساخر، فأثبتت النتائج وجود الأشكال التراثية والنصوص والرسوم الرقمية والمعلوماتية والإيضاحية بنسب متفاوتة بالإضافة إلى صور الشخصيات، بينما قلّ توظيف الخرائط، وهذا التنوّع في المحتوى البصري يؤكد ثراء الفيديو الساخر وزيادة فاعلية المضمون الاتصالي، والقدرة على جذب الاهتمام.

١٤. أشارت النتائج إلى أن الموسيقى التصويرية هي أكثر مؤثّر صوتي أُستخدِم في الفيديو الساخر للتعبير عن الحالة والموقف الاتصالي، والتأكيد على النقد والسخرية من خلال الموسيقى والنداءات العاطفية التي تستثيرها، وإضافة المرح والترفيه للمضمون الاتصالي المقدّم، لتوجيه المشاهدين نحو قضايا

ذلك؛ دون التركيز على بيئة المدينة وعزل الريف السوداني الذي تحتاج قضاياها إلى المعالجة الساخرة.

٦. الاهتمام بالحياض المطلق في معالجة القضايا المعروضة من خلال الفيديو الساخر؛ والنأي عن توجيهه لخدمة أي غرض سياسي أو فئوي أو شخصي، ومراعاة الاختلاف والتنوع الثقافي للمشاهدين.

٧. الاعتدال في الأسلوب الساخر عند معالجة القضايا الساخنة، دون الميول لطرف أو المبالغة في النقد فيؤدي إلى نتائج عكسية قد يسببها الهمز أو اللمز والتصريح.

المراجع:

أولاً: قائمة المراجع العربية:

- أبوخليل، هنيذة، درجة توجه المضمون السياسي في برنامج باسم يوسف "البرنامج"، ماجستير غير منشور، جامعة الشرق الأوسط (٢٠١٥)
- أبوراس، عبدالله، معالجة المواقع الإخبارية العربية لعملية الإصلاح السياسي في السعودية، ماجستير غير منشور، جامعة القاهرة (٢٠٠٧): ٥٢
- الأمير أمير، وطالب ذياب، "موضوعات البرامج التلفزيونية الساخرة وانعكاسها على السياسي العراقي" مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، ج١٥، ع٦١، (٢٠٢٣): ٧٧-٩١
<https://doi.org/10.33282/abaa.v15i61.1018>
- الحفناوي، هالة، "البرامج الساخرة: جدال غير محسوم حول تأثيرها على السياسة"، مجلة اتجاهات الأحداث، ع٢١، (٢٠١٧): ٥١
https://futureuae.com/media/halaarticle_a8ebcdf9-0681-4d78-98a2-53e36af64042.pdf
- الفلاح، حسين، إشكاليات توظيف نظريات الإعلام التقليدي في بيئة الإعلام الجديد، بيروت: دار النهضة العربية، (١ ط)، ٢٠١٩: ٦٠٥

البصري في الفيديو الساخر مما يثري عمليات الإفهام بالمعاني المطلوبة وإحداث الإقناع بالمضمون.

التوصيات:

١. الاهتمام بالبرامج المرئية الساخرة، وتوفير متطلباتها الفنية والبشرية؛ باعتبارها نمطاً اتصالياً ثرياً يتمتع بالكثير من المقدرات التي أثبتتها الدراسة، للمساهمة في تعزيز الوعي السياسي ومحاربة الفساد وإحداث التنمية الفكرية والسياسية والاجتماعية.
٢. ضرورة الاهتمام بتناول الموضوعات الفنية والدينية في المضمون، لمعالجة قضايا الفن الهابط والتطرف الديني والإرهاب والتعصب الفكري، بالاستفادة من ثراء الفيديو الساخر الذي أثبتته الدراسة في توصيل المضامين الاتصالية.
٣. الموازنة بين الموضوعات المحلية والعالمية في التناول لمقابلة حاجة المشاهدين إلى المعرفة، دون التركيز على القضايا المحلية فقط؛ لضمان كسب المجال العام للجماهير وفقاً لافتراضات النظريات والأدبيات المستخدمة في الدراسة.
٤. ضرورة توظيف الرموز والحرائط والرسوم ثلاثية الأبعاد في الفيديو الساخر لأهميتها في التمثيل البصري وتوصيل المضامين الاتصالية، وعدم المبالغة في الاعتماد على المظاهر الفلكلورية المحلية في الديكورات والعناصر الجرافيكية المستخدمة في الفيديو الساخر حتى تجذب المشاهد العالمي.
٥. الاهتمام بالتنوع الثقافي والطبيعي للمجتمع السوداني عند تناول قضايا الواقع، وإظهار ذلك في المحتوى البصري للفيديو الساخر من مؤثرات بصرية تعكس

وسائل الإعلام الجديدة، مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر، جامعة القاهرة، (٢٠٠٩): ٣٢

عيسى، إبراهيم، سلسلة المقالات الساخرة، 2015/01/05
<http://www.kutubpdf.net/book/22303>
 فهيمي، بسنت، "تعرض الجمهور لمقاطع الفيديو الساخرة على "اليوتيوب" وتأثيره في مستوى الثقة في الشخصيات العامة"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، ع١٢، (٢٠١٧): ١٣٥-١٨٥
<http://search.mandumah.com/Record/1004397>
 مصطفى، ضياء، السخرية في البرامج التلفزيونية، بغداد: دار ميزوبوتاميا، ٢٠١٤

مفتاح، محمد، "البرامج اللببية الساخرة على اليوتيوب"، المجلة اللببية لبحوث الإعلام، جامعة بنغازي، ع٤، (٢٠٢٤): ١٩٠-٢٠٩
<https://doi.org/10.37376/tljmr.vi4.4682>
 وهبي، مجدي وكامل المهندس، معجم المصطلحات العربية، مكتبة لبنان، ١٩٧٩

ثانياً: قائمة المراجع الأجنبية:

John Mc.Kenziem, *Televised Political Satire: New Media of Political Humor and Implications for Presidential Elections*, Master's Thesis, Texas A&M University, 2006

Kasno Sukarto & Fachrizah Fauziah, *Satire and Sarcasm on the "YouTube Got Talent" Video: Case Study on Skinnyindonesian24 Channel*, ELS Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities V.5.2, 2022

القعاري، محمد، نظريات الاتصال: رؤى فلسفية وتطبيقات علمية، الرياض: مكتبة الرشد، (ط١)، ٢٠١٩

باعزيز، زهرة، "توجهات البرامج السياسية الساخرة على اليوتيوب"، مجلة دراسات وأبحاث، مج١٥، (٢٠٢٣): ٣٦٩-٤٠٧
<http://search.mandumah.com/Record/1405890>
 برغل، وفاء، "البرامج الساخرة بالتلفزيون وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع الاجتماعي"، المجلة العربية لإعلام وثقافة الطفل، المجلد ٤، العدد ١٥، (٢٠٢١): ٣٥-٩٦
https://jacc.journals.ekb.eg/article_168533.html
 حمدي، أحمد وراشد عبدالواحد، "الموضوعات السياسية كما تعكسها البرامج التلفزيونية"، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة، ع٣٥، (٢٠١٤): ٢٢٩
 زروق، جمال، "المداخل النظرية للدراسات الإعلامية والاتصالية في ظل الإعلام الجديد"، المجلة التونسية للاتصال، ع٦٥، (٢٠١٥): ٦١
https://www.researchgate.net/publication/325746846_altwnsyt_almjlt_aaltsal_llwm_2015_jwyltydysmr_b_65_aldd_t_sdasy_mhkmt_lmyt_mjlt_aalkhbar_wlwm_alshaft_mhd
 زيد، محمد، "تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمة بوسائل الإعلام وعلاقته بالسخط السياسي"، مجلة بحوث العلاقات العامة، ع١٤، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، (٢٠١٧): ١٥٠-٢٠٣
https://www.jprr.epra.org.eg/Vol_Issues_Research_ItemDetails?lang=ar&Id=1117
 عامر، أمال، أثر الاتصال السياسي الاستعراضي من خلال البرامج التلفزيونية الساخرة على الوعي السياسي لدى الشباب، دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، (٢٠١٨)

عبد الحميد، شاكر، الفكاهة والضحك: سيكولوجية فنون الأداء، الكويت: سلسلة عالم المعرفة، ٢٠١٣

عبدالمقصود، هشام، خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا الشؤون العامة في