دوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإشباعات المتحققة منها من سن ١٧- ١٨ سنة

الباحث: صديق عادل البخشونجي

أ . د .عبد العزيز السيد عبد العزيز

عميد كليه الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة جنوب الوادي بقنا

د .عمرو محمد عبد الله

مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدرسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

مستخلص الدراســة

تهدف الدراسة إلى التعرف على دوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإشباعات المتحققة منها، والتعرف على أهم برامج الجرافيك الساخرة الأكثر مشاهدة حيث تأتي برامج الجرافيك الساخرة في مقدمة المواد الإعلامية التي يعتمد عليها المراهقون في إشباع احتياجاتهم المختلفة، لما لها من نسب مشاهدة على وسائل الإعلام الجديد من مواقع تواصل اجتماعي ومواقع الفيديو. في هذا الإطار ذكر موقع فيس بوك إنه يضم أكثر من ٢ مليار مستخدم، بينما أشار موقع يوتيوب إنه يضم أكثر من مليار مستخدم، أي حوالي ثلث الأشخاص الذين يستخدمون الإنترنت، وتعتبر الدوافع أحد أهم الخصائص الإنسانية من حيث أنها محركه لسلوك المراهقين، ويتوقف إشباع الدوافع على حسب احتياجاتهم، لذلك فإن المراهقين يعتبرون من أهم الجماهير المتابعين لبرامج الجرافيك الساخرة، حيث تؤثر علي سلوكهم واتجاهاتهم ومعرفتهم. والوقوف على درجة متابعة وأنماط المشاهدة للمراهقين، وتناول نماذج لأنواع برامج الجرافيك الساخرة من كاريكاتير وكوميكس ورسوم متحركة. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة الميدانية بالتطبيق على عينة من المراهقين من سن (17-18 ) عاما، واستخدم الباحث في الدراسة استمارة استبيان (إعداد الباحث)، وطبقت على عينة من 400 مفردة مقسمة بالتساوي على طلاب جامعات (عين شمس، ٦ أكتوبر، الأزهر، الزقازيق)، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الدوافع (الطقوسية- النفعية) لاستخدامهم لها، وتوجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الإشباعات (التوجيهية- الاجتماعية) المتحققة من ذلك الاستخدام، وتوجد أيضا فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الإشباعات المتحققة من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة تبعا لاختلاف المستوى الاجتماعي والاقتصادي (مرتفع- متوسط- منخفض)، مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة تبعا لاختلاف الجامعة (عين شمس- الأزهر- الزقازيق- 6 أكتوبر). كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الإشباعات المتحققة من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة تبعا لاختلاف النوع (ذكور- إناث).

"The Motives of Adolescents' Exposure to Sarcastic Comic Graphic Shows on YouTube Website And The Achieved Gratifications"

Abstrac

The study aims to identify the motives of the teenagers’ exposure to the sarcastic graphics programs and the gratifications achieved. To detect the important and most watched graphic programs, then to determine the teenagers’ degree of follow-up, viewing patterns and the use of the models/examples of the different types of graphics from cartoons to comics and animation.

The study was based on the survey methodology in the field, and was applied on a sample of teenagers with age between 17 & 18 years.

The researcher used a questionnaire form (prepared by the researcher), and was applied on a sample of 400 individuals divided equally on university students (Ein Shams, 6th October, Al-Azhar, Zaqaziq).

The results showed a statistically significant correlation between the rate of exposure of the respondents to the satirical graphic programs and the motives (ritualism & utilitarian) to use them.

There is a statistically significant correlation between the rate of exposure of the respondents to the satirical graphic programs and the social steering impressions achieved by that use.

There is also a statistically significant differences between the average scores of the respondents on the scale of gratification achieved by the exposure to the satirical graphic programs and the different socio-economic level (high-medium-low).

There is also a statistically significant differences between the average scores of the respondents on the scale of gratification achieved by the exposure to the satirical graphic programs according to the different university (Ein Shams, 6th October, Al-Azhar, Zaqaziq).

There is also a statistically significant differences between the average scores of the respondents on the scale of gratification achieved by the exposure to the satirical graphic programs according to the different of the genders (Males - Females).

المقدمة:-

مع تزايد عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي أصبح لبرامج الجرافيك الساخرة تأثير كبير على الجمهور في تكوين اتجاهاتهم وآرائهم ومعرفة ما هو جديد بشكل سريع، كما أنها تؤثر على جمهورها بشكل واضح ولها دور أساسي في التوعية في مختلف الموضوعات سواء أكانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو غيرها.

وتأتي برامج الجرافيك الساخرة في مقدمة المواد الإعلامية التي يعتمد عليها المراهقون في إشباع احتياجاتهم المختلفة، لما لها من نسب مشاهدة على وسائل الإعلام الجديد من مواقع تواصل اجتماعي ومواقع الفيديو. في هذا الإطار ذكر موقع فيس بوك إنه يضم أكثر من ٢ مليار مستخدم، بينما أشار موقع يوتيوب إنه يضم أكثر من مليار مستخدم، أي حوالي ثلث الأشخاص الذين يستخدمون الإنترنت.

وتعتبر الدوافع أحد أهم الخصائص الإنسانية من حيث أنها محركه لسلوك المراهقين، ويتوقف إشباع الدوافع على حسب احتياجاتهم، لذلك فإن المراهقين يعتبرون من أهم جماهير برامج الجرافيك الساخرة، حيث تؤثر علي سلوكهم واتجاهاتهم.

وتعتبر برامج الجرافيك الساخرة ذات أهمية للمراهقين من خلال توصيل وإيضاح القضايا بشكل مباشر وأسلوب ساخر حتى يتم إيصالها بشكل بسيط.

وبذلك تعد تلك البرامج من أكثر البرامج متابعة من قبل المشاهدين عموما والمراهقين على وجه الخصوص بالقنوات الساخرة وبرامجها على وسائل الإعلام الجديد في الآونة الأخيرة.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:-

لاحظ الباحث مؤخرا انتشار برامج الجرافيك الساخرة وتحقيقها لعدد مشاهدات وتفاعل مرتفع وخصوصاً بعد الثورات المتتالية المختلفة، وقد ظهرت البرامج الساخرة الناقدة للوضع السياسي والاجتماعي والمواقف الحياتية التي يتم إلقاء الضوء عليها أو يتم تناولها بشكل واسع بين أفراد المجتمع، فتصبح بذلك مادة خصبة للسخرية بأسلوب لاذع يريد إيصال رسالة موجهة للجمهور متضمنة كل ما يدور على الساحة من تصرفات ومواقف مختلفة بأسلوب كوميدي.

ومن خلال اطلاع الباحث على الدراسات السابقة تبين أن هذه البرامج الساخرة لم تنل البحث والدراسة الكافية على الرغم من أنها تلعب دوراً مؤثراً في المجتمع، لما لها من قوة تأثير كبيرة في جميع المجالات، حيث يمكن لمحتوى واحد من تلك البرامج الساخرة تشكيل أفكار المراهقين، وأن يسهم في توعيتهم ويقوم بالتنفيس عن المشاهدين، من خلال التعبير عن موضوعات مختلفة تحدث في النطاق الجغرافي المحيط بهم، وهذا ما يعطي للسخريه قيمتها ويجعل الجمهور في تشوق لرؤية المزيد، نظرا لصعوبة تناول تلك الموضوعات أو التعبير عنها من خلال الفنون الأخرى، ولم تكن مشاهدة تلك البرامج لمجرد التسلية والسخرية فقط، بالاضافة إلى أنها وسيلة لتفريغ شحناتهم التي يصعب عليهم التعبير عنها.

ويسعى الباحث في هذه الدراسة للكشف عن أهم الأسباب والدوافع التي تجعل المراهقين عينة الدراسة يتعرضون لتلك البرامج، ومحاولة التوصل إلى أهم الإشباعات المتحققة لهم نتيجة لهذا التعرض، وكذلك الكشف عن وجهات نظرهم وآرائهم حول ما تقدمه هذه البرامج ومقترحاتهم.

وبالتالي لابد من التعرف علي دوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإشباعات المتحققة منها، ودرجة الاهتمام التي يدركها المراهقون في المرحلة العمرية من (17-18 عام) للقضايا المختلفة، وذلك في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات.

وهنا يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل التالي ما هي دوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإشباعات المتحققة منها؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي مجموعة التساؤلات الفرعية التالية:

ما أهم برامج الجرافيك الساخرة التي يشاهدها المراهقون؟

ما أنماط تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة؟

ما دوافع مشاهدة المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة؟

ما الإشباعات المتحققة من مشاهدة برامج الجرافيك الساخرة عند المراهقين؟

ما الموضوعات التي يفضل المراهقون متابعتها في برامج الجرافيك الساخرة؟

ما علاقة التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة بتوجهات المراهقين؟

أهميــة الدراســة:-

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من خلال النقاط التالية:

معرفة دوافع المراهقين لمتابعة برامج الجرافيك الساخرة.

رصد برامج الجرافيك الساخرة كنوع من النقد والتحليل للأوضاع الحالية في حالة ساخرة.

دراسه العلاقة بين المراهقين والمضامين المقدمة في برامج الجرافيك الساخرة، حيث أصبحت هذه البرامج تحظى بدرجة عالية من تعرض ومتابعة المراهقين لها.

أهداف الدراسة:-

تسعي هذه الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف:-

التعرف على دوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة، والإشباعات المتحققه منها.

التعرف على تأثير برامج الجرافيك الساخرة في التنمية الثقافية للمراهقين.

التعرف على مدى اعتماد المراهقين على هذه البرامج كمصدر للمعلومات.

التعرف على الأشكال والقوالب الفنية التي تقدم بها برامج الجرافيك الساخرة.

تحديد الإشباعات التي يحققها التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة.

تحديد أهم برامج الجرافيك الساخرة التي يحرص المراهقون على متابعتها.

التعرف على مدى متابعة المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة.

فروض الدراسة:-

توجد علاقة دالة إحصائياً بين الدوافع (الطقوسية- النفعية) لتعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الإشباعات (التوجيهة- الاجتماعية) المتحققة من ذلك التعرض.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة تبعا لاختلاف الجامعة (عين شمس- الأزهر- الزقازيق- 6 أكتوبر).

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة تبعا لاختلاف المستوى الاجتماعي والاقتصادي (مرتفع- متوسط- منخفض).

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الإشباعات المتحققة من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة تبعا لاختلاف النوع (ذكور – إناث).

الدراسات السابقة:-

"يستعرض الباحث بعض الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت متغيرات الدراسة الحالية"

-1دراسة "Attalla, J جسيكا عطا الله" (2017) بعنوان: "فحص دوافع وتأثير عروض الجرافيك الكوميدية الساخرة على المراهقين في كندا، دراسة نوعية لبرنامج "الساعة 22 دقيقة"

هدفت الدراسة إلى عرض دوافع تعرض المراهقين لعروض الجرافيك الكوميدية الساخرة وتأثير ذلك التعرض على المراهقين من خلال دراسة حالة نوعية لبرنامج "الساعة 22 دقيقة"، استخدم البحث منهج دراسة الحالة النوعية لرصد دوافع وتأثير عروض الجرافيك الساخرة على المراهقين في كندا، تكونت عينة البحث من (458) مفردة في سن المراهقة من جمهور مشاهدي برنامج "الساعة 22 دقيقة" الجرافيك الساخر الأسبوعي في كندا (متوسط العمر ما بين 14- 17 عام). أيضاً تكونت العينة من 6 حلقات لبرنامج الجرافيك الساخر لتحليلها نوعياً، تم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة المعلومات الديموغرافية، استبانة استخدام وتأثير عروض الكوميك الساخرة- نسخة مترجمة (لونجان, 2012)، استمارة التحليل العاملي لبرامج الكوميكس الساخرة. توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: أظهرت استمارة التحليل العاملي وجود 8 عوامل لتأثيرات عروض الكوميكس الساخرة على المراهقين أهمها الإبهار والسخرية والحداثة والتحرر، ومعالجة المشكلات والقضايا بطريقة مبتكرة على أعلى التحميلات العاملية، أظهرت التحليلات وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج الجرافيك الساخرة وإشباع حاجات جمهور المراهقين.

2- دراسة "كولين ستيوارت" (2016) بعنوان: "تأثير مشاهدة برامج الجرافيك الساخرة على المراهقين والإشباعات المتحققة منها".

هدفت الدراسة إلى تقويم أثر مشاهدة برامج الجرافيك الساخرة على المراهقين، وتحديداً الإشباعات المتحققة لهم من المشاهدة، استخدم البحث التصميم النوعي الوصفي من خلال التحليل الكمي لتجميع بيانات متعمقة حول التغييرات في إشباع حاجات المراهقين نتيجة للتعرض لبرامج الجرافيك الساخرة.

تكونت عينة البحث من 180 فرد في مرحلة المراهقة (ما بين 15-17 عام) من تم اختيارهم عمدياً من بين مشاهدي برامج الجرافيك الساخرة تم تجميعهم من خلال أصحاب المشاركات على الصفحة الرسمية لأحد تلك البرامج على شبكة التواصل الاجتماعي تويتر. تم تقسيم أفراد العينة إلى مجموعتين متساويتين ضمت كل منهما 90 مفردة: المجموعة الأولى (المشاهدين لبرامج الجرافيك الساخرة بشكل مكثف)، المجموعة الثانية (المشاهدين لتلك البرامج بنسبة ضعيفة)، تم تجميع البيانات باستخدام الأدوات التالية: استطلاع رأي إلكتروني حول تأثير مشاهدة برامج الجرافيك الساخرة على إشباع حاجات المراهقين.

المقابلات عبر الهاتف مع مجموعة التركيز من أفراد العينة (العدد =38)، توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: ظهرت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين الجمهور في المجموعتين من حيث مستوى إشباع حاجات المراهقين لصالح أفراد المجموعة الأولى (ذات المشاهدة الأعلى لبرامج الجرافيكس الساخرة).

أظهرت التحليلات أن مظاهر إشباع حاجات المراهقين من خلال مشاهدة محتوى برامج الجرافيك هو: الرموز (62%)، المعرفة (27%)، ثم الشكل (11%).

3- دراسة "سوسوا تشين" (2015) بعنوان: "الاستخدامات والإشباعات الناتجة عن تعرض المراهقين لبرامج وعروض الجرافيك الساخرة".

هدفت الدراسة إلى فحص العلاقة بين استخدام المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإشباعات المتحققة للمراهقين، استخدمت الدراسة الحالية المنهجين النوعي والكمي للتعرف على استخدامات المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإشباعات المتحققة منها، تكونت عينة الدراسة من (200) مشاهدي سلسلة عروض "ماي شو" الجرافيك الساخرة لمدة 13 ساعة اسبوعياً على الأقل (متوسط أعمارهم 14- 16 سنوات)، 50% ذكور، 50% إناث. تم تطبيق الأدوات على عينة المشاركين للتعرف على العلاقة بين المتغيرات، وتم تجميع البيانات باستخدام الأدوات التالية: مقياس استخدامات وإشباعات برامج الجرافيك الساخرة (إعداد المؤلف). استبانة آندرسون للتأثير الإعلامي لبرامج الجرافيك الساخرة. وتم التوصل من خلال التحليلات إلى النتائج التالية:

كشفت التحليلات الارتباطية عن وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين إجمالي زمن تعرض المراهقين لبرامج الكوميك الساخرة ومقدار إشباع حاجاتهم منها.

شملت أكثر استخدامات برامج الجرافيك الساخرة كل من: الترفيه (72%)، المعرفة (13%), وتمضية الوقت (15%).

كشفت تحليلات كا2عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بإشباع الحاجات من برامج الجرافيك الساخرة لصالح الذكور.

4- دراسة "زوكسوان تشو"(2015) بعنوان: "أثر التعرض للبرامج الساخرة الأمريكية على المراهقين الصينيين".

هدفت الدراسة إلى وصف وفهم أثر التعرض للبرامج الساخرة الأمريكية على سلوكيات ومعارف المراهقين الصينيين من خلال دراسة حالة لأحد تلك البرامج، اتبعت الدراسة المنهج النوعي من خلال اتباع التصميم الطبيعي التفسيري، شارك في الدراسة عينة قوامها (150) مفحوص من المراهقين الصينيين جمهور مشاهدي 3 برامج جرافيك ساخرة أمريكية مترجمة، أعمارهم بين 15-17 عام، بالإضافة إلى تحليل محتوى 3 برامج إخبارية يومية على قناة النيل للأخبار، تم تجميع البيانات باستخدام الأدوات التالية: استبانة جوانب تأثير برامج الجرافيك الساخرة (يوان، 2013)، استمارة تحليل محتوى البرامج (إعداد الباحث).

تم التوصل من خلال التحليلات إلى النتائج التالية:

ظهور تأثير قوي ذو دلالة إحصائية لبرامج الجرافيك الساخرة على المراهقين، كما ظهر من خلال تحميل الدرجات المرتفع على كل من الجوانب السلوكية والمعرفية من استبانة جوانب تأثير برامج الجرافيك الساخرة.

ظهور فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالتأثر بمحتوى برامج الجرافيك الساخرة لصالح الذكور.

-5دراسة أحمد عويس شاكر (2015) بعنوان:"علاقه التعرض للبرامج السياسية التليفزيونية الساخرة بالعنف اللفظي للمراهقين".

هدفت الدراسة إلى التعرف على البرامج السياسية الساخرة المفضلة لدى المراهقين وأسباب تفضيلها.  
و محاولة التعرف على ما تحتويه البرامج السياسية الساخرة من عنف لفظي من وجهة نظر المراهقين من خلال الاستبيان والتعرف على أسباب إقبال المراهقين على استخدام العنف اللفظي فيما بينهم، وكذا التعرف على رأى المراهقين في العنف اللفظي المستخدم في البرامج الساخرة وموقفهم منه.

أهم نتائج الدراسة:  
1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس التعرض للبرامج السياسية الساخرة بالقنوات الفضائية لصالح الذكور.  
2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي المناطق الريفية ومتوسطات درجات مبحوثي المناطق الحضرية على مقياس التعرض للبرامج السياسية الساخرة بالقنوات الفضائية لصالح مبحوثي المناطق الحضرية.  
3- توجد علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى اعتقاد المبحوثين أن البرامج السياسية الساخرة التليفزيونية تلعب دورا في نشر العنف اللفظي.  
4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس العنف اللفظي تبعا لاختلاف كثافة مشاهدة البرامج السياسية الساخرة بالقنوات الفضائية. كلما زادت كثافة المشاهدة كلما زاد استخدام المبحوثين للعنف اللفظي.

6- دراسة وردشان عبد المطلب (2014) بعنوان: "دوافع تعرض المراهقين للبرامج السياسية الساخرة بالفضائيات العربية والإشباعات المتحققة منها".

تهدف الدراسة إلى التعرف على دوافع تعرض المراهقين للبرامج السياسية الساخرة بالفضائيات العربية والإشباعات المتحققة منها، وذلك تبعاً لاختلاف المستوى الاجتماعي والاقتصادي، ونوع التعليم وغيرها من المتغيرات االديموجرافية.

أهم نتائج الدراسة:-

أثبتت الدراسة أن القنوات التليفزيونية الفضائية العربية المفضل مشاهدتها في عينة الدراسة جاءت " CbC " في الترتيب الأول بمتوسط 42%، تلاها في الترتيب الثاني " mbc مصر" بمتوسط 36%، وفي الترتيب الثالث " النهار " بمتوسط 28%.

جاءت أهم البرامج التي يفضل المبحوثون مشاهدتها في القنوات الفضائية العربية في عينة الدراسة "البرامج الإخبارية والسياسية" في الترتيب الأول بمتوسط 51%، تلاها في الترتيب الثاني "البرامج السياسية الساخرة" بمتوسط 47%، وفي الترتيب الثالث "البرامج الرياضية" بمتوسط 28%.

خامساُ:- مصطلحات الدراسة:

السخرية Ridicule: هي طريقة من طرق التعبير، يستعمل فيها الشخص ألفاظاً تقلب المعنى إلى عكس ما يقصده المتكلم حقيقة، وهي النقد والضحك أو التجريح الهازئ.

الجرافيك graphic: هو كل خط مكتوب أو مرسوم أو منسوخ ينتج عنه عملاً إبداعياً سواء رسوما متحركة أو ثابتة، ثنائية الأبعاد أو ثلاثية الأبعاد.

الدوافع motives: هي حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يشبع أو يرضي حالة ما.

الإشباعات Gratifications هي تلك النتائج التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من تعرضه لهذه البرامج وتصنف إلى نوعين:

إشباعات محتوى content Gratifications:

هي الإشباعات التي تنتج من التعرض لمحتوى برامج الجرافيك الساخرة.

إشباعات العملية الاتصالية process Gratifications:

وهي الإشباعات المتحققة من استخدام الوسائل الإتصالية، أي أن الفرد يتحقق له إشباعات معينة عندما يصبح جزء من العملية الاتصالية، وأن السلوك الاتصالي في حد ذاته قد أشبع في تقوية مضمون الرسالة نفسها.

تعريف برامج الجرافيك الساخرة:-

عرف ( (Adams, 2016: 75برامج الجرافيك الساخرة بأنها نوع من البرامج الثرية بالمحتوى الرسومي المصور "جرافيك" والفنون البصرية، وتتضمن العديد من الخصائص والمحتوى الساخر بهدف انتقاد أفراد أو حكومات أو مجتمعات من أجل تحسينها.

وتعرف أيضاً بأنها تصوير رسومي مجسم لشخص، فكرة أو موقف بطريقة ساخرة بهدف إحداث تأثير سلوكي أو طرح قضايا معينة. (Bassett, R.; Beagan, S., & Gwen, E. C. 2015: 119)

عوامل تأثر المراهقين بمحتوى برامج الجرافيك الساخرة:-

حدد (Boyer, 2014: 144) أن تأثر المراهقين بمحتوى البرامج الجرافيك الساخرة يرتبط بمجموعة من العوامل أهمها:

السمات الشخصية للمراهقين.

مستويات النضوج العقلي.

البيئة والخلفية الاجتماعية.

الحاجة للحصول على المعلومات والترفيه.

عناصر الجرافيكس التي تثير فضول المراهقين واهتماماتهم العامة بمتابعة محتواه.

الإشباعات المتحققة لدى المراهقين من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة:-

لخص كل من (Downey & Karen, 2012: 67) الإشباعات المتحققة لدى المراهقين من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة كما يلي:

الحصول على المعلومات، حيث أحدثت برامج الجرافيك الساخرة ثورة في مجال التوعية ونشر المعلومات خاصةً بين الفئات صغيرة السن كالمراهقين. ساهم ذلك في ظهور ما يُعرف باسم "الإعلام الموازي" الذي يعتمد على نشر المعلومات والمعرفة عبر التهكم والسخرية من خلال الصور والرسوم.

الاستمتاع بالعناصر البصرية والتفاعلية للموضوعات المطروحة ببرامج الجرافيك الساخرة.

تقدم الصور والتفاعل الرسومي عبر برامج الجرافيك الساخرة إبهاراً وكوميديا، مما يسهم في نشر الفكرة بسهولة.

خصائص برامج الجرافيك الساخرة الموجهة للمراهقين:-

وصف (Frey & Douglas, 2015: 19) خصائص برامج الجرافيك الساخرة كما يلي:

برامج الجرافيك الساخرة تستمد محتواها ومادتها من واقع الحياة اليومية والقضايا التي تهم المراهقين.

برامج الجرافيك الساخرة تعتمد على الصور والأشكال الرسومية.

تعتمد برامج الجرافيك الساخرة على الفكاهة والسخرية في عرض الموضوعات، والتي من أهم مظاهرها: أ- المبالغة في تعبيرات وجوه الشخصيات، ب- تكرار العبارات، ج- التركيز على خصائص جسدية ومادية معينة للشخصيات لإحداث عنصر السخرية.

سمات البرامج الساخرة ومظاهر تأثيرها على المراهقين:-

تتميز البرامج الساخرة بمجموعة من المميزات التي وصفها (Qin, 2015: 261) كما يلي:

التنوع في مادة السخرية بالبرامج.

الطبيعة الساخرة من شخص أو مؤسسة أو فكرة معينة.

غياب النص الثابت (بالمقارنة مع الكوميديا التي تتضمن نص جيد البناء).

السلوك: تركز برامج الجرافيك الساخرة على كيفية مواجهة المراهقين لحدود السلوك المقبول وفقاً للأعراف المتعارف عليها بالمجتمع.

المواقف والقيم: ترتبط تلك البرامج بكيفية تفكير المراهقين حول الأشخاص والجماعات والقضايا الأخرى في ضوء اهتماماتهم.

الأدوار النوعية: تعبر عن ممارسة شخصيات المراهقين لأدوارهم النوعية.

أهداف برامج الجرافيك الساخرة:-

حدد (Matsa, 2014: 133) الأهداف التالية لبرامج الجرافيك الساخرة:

عرض موضوع أو شخصيات بأسلوب الصور والأشكال الرسومية من وجهة نظر ساخرة.

توظيف استراتيجيات تثير السخرية والفكاهة في عرض القضايا والموضوعات مما يؤدي إلى استجابة ضاحكة أو مرحة من جانب الجمهور (المراهقين).

تكوين وبناء المواقف والتوجهات الاجتماعية والثقافية وأحياناً السياسية.

زيادة الثقافة والمعلومات ومنظومة القيم لدى المراهقين.

الترفيه وتسلية وقت فراغ المراهقين.

نوع ومنهج الدراسة:-

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية ( Descriptive Study) التي تهدف إلى توصيف الحقائق والبيانات حول المشكلة أو مجموعة من الظواهر الموجودة في جماعة معينة، مما يساعد على القياس الكمي وخضوع البيانات للتحليل الكيفي، مما يساعد على إمكانية التعميم، واستخلاص البيانات والدلالات المترتبة على دوافع تعرض المرهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإشباعات المتحققة منها.

واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح بالعينة الميدانية بالتطبيق على عينة من المراهقين من سن (17-18) عام.

عينة الدراسة الميدانية:-

قام الباحث بتحديد مجتمع عينة الدراسة ونوع العينة من الخطوات المنهجية الهامة التي تؤدي إلى التوصل إلى نتائج علمية دقيقة، ويتمثل مجتمع عينة الدراسة في جمهور شباب الجامعات المصرية من طلاب الصف الأول الجامعي. حيث تم سحب عينة عشوائية قوامها (400) مبحوثا، ومقسمة بالتساوي على الجامعات المصرية المختلفة من شباب الجامعات كتالي:

"جامعة عين شمس": ممثلين للجامعات الحكومية (100 مفردة).

"جامعة 6 أكتوبر": ممثلين للجامعات الخاصة (100 مفردة).

"جامعه الزقازيق": ممثلين للجامعات الإقليمية (100مفردة).

"جامعة الأزهر": ممثلين للجامعات الإسلامية (100مفردة).

بمختلف اتجاهاتهم ولتحقيق قدر أكبر من الحيادية والموضوعية، ولتيسير عملية التعميم عند تفسير النتائج للوصول لرؤية عامة.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تتمثل في عرض برامج الجرافيك الساخرة ومعرفة دوافع تعرض المراهقين لها والاشباعات المتحققة منها.

الحدود الجغرافية: تتمثل في تطبيق الدراسة على عينة من شباب الجامعات المصرية (عين شمس، 6 أكتوبر، الزقازيق، الأزهر).

الحدود الزمنية: وهي الفترة التي استغرقها الباحث في الدراسة الميدانية من بداية شهر مايو حتى شهر يونيو 2017.

أدوات الدراسة:

صحيفة استبيان:

استخدم الباحث استمارة استبيان وتم تطبيقها على شباب الجامعات المصرية لمعرفة دوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة موضوع الدراسة.

إجراءات الصدق والثبات لاستمارة الاستبيان:

ولكي يطمئن الباحث على عدم تسرب الخطأ في أية مرحلة من مراحل الدراسة، أخذ في الاعتبار مدى توافر الصدق والثبات في جميع مراحل الدراسة، وفيما يلي توضيح ذلك:

اختبار الصدق:

هناك عدة وسائل لقياس صدق الاستبيان، وقد استخدم الباحث الصدق الظاهري الذي يقوم على أساس الفحص المبدئي لفقرات الاستبيان ومدى الاتساق الداخلي لها، وهذا ما تم عمله من خلال عرض الاستمارة المقترحة على المشرف، ثم على عدد من الأساتذة في مجالات الإعلام والاتصال (من المحكمين)، وبعد مراجعة الخبراء لصحيفة الاستبيان تم إدخال بعض التعديلات عليها وفق ملاحظات الخبراء، حيث عدلت بعض الأسئلة غير الواضحة وحذف عدد من الفقرات وإضافة أخرى، وفي ضوء هذه الملاحظات خرج الباحث بالاستمارة النهائية، وأصبحت جاهزة لتطبيق الإجراءات الميدانية.

مقياس دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة

أولاً: صدق المقياس

صدق الاتساق الداخلي

تم حساب الصدق والاتساق الداخلي للمقياس وذلك عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة كل بند مع الدرجة الكلية للمقياس بعد استبعاد قيمة هذا البند من الدرجة الكلية، فجاءت قيم معاملات الارتباط الناتجة دالة عند مستوى 0.01 مما يشير إلى اتساق العبارات الفرعية وصدق محتواها في قياس ما وضعت لقياسه، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (أ)

يوضح معاملات الارتباط لصدق مقياس دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| العبارات | معاملات الارتباط | العبارات | معاملات الارتباط |
| 1 | 0.287874\*\* | 8 | 0.356910\*\* |
| 2 | 0.447855 \*\* | 9 | 0.392688\*\* |
| 3 | 0.408862 \*\* | 10 | 0.322132\*\* |
| 4 | 0.289692 \*\* | 11 | 0.297493\*\* |
| 5 | 0.471284 \*\* | 12 | 0.391405\*\* |
| 6 | 0.408147 \*\* | 13 | 0.317017\*\* |

ثانياً: ثبات المقياس:

وقد تم حساب معامل ثبات دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة على عينة قوامها (30) مفردة، بواقع 10% من إجمالي العينة.

طريقة إعادة التطبيق

تم تطبيق المقياس على عينة مكونة من 30 مفردة من الشباب الجامعي ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره أسبوعين، ثم قام الباحث بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني، ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول (ب)

معامل ثبات لمقياس دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة لمعامل ألفا كرومباخ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| م | البعد | عدد العبارات | معامل الثبات |
| 1 | طقوسية | 6 | 0.696072 |
| 2 | نفعية | 7 | 0.779545 |
|  | الدرجة الكلية | 13 | 0.737675 |

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (0.696072 – 0.779545) وهي معاملات ثبات دالة عند مستوى 0.01 ، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للمقياس قد بلغ 0.737675 وهي نسبة توحي بالثقة في صلاحية المقياس كأداة من أدوات الدراسة.

مقياس الإشباعات المتحققة من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة

أولاً: صدق المقياس

الصدق والاتساق الداخلي

تم حساب الصدق والاتساق الداخلي للمقياس، وذلك عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة كل بند مع الدرجة الكلية للمقياس بعد استبعاد قيمة هذا البند من الدرجة الكلية، فجاءت قيم معاملات الارتباط الناتجة دالة عند مستوى 0.01 مما يشير إلى اتساق العبارات الفرعية وصدق محتواها في قياس ما وضعت لقياسه، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول يوضح(ه)

معاملات الارتباط لصدق مقياس الإشباعات المتحققة من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| العبارات | معاملات الارتباط | العبارات | معاملات الارتباط |
| 1 | 0.286164\*\* | 8 | 0.397640\*\* |
| 2 | 0.410168\*\* | 9 | 0.407868\*\* |
| 3 | 0.434409\*\* | 10 | 0.536428\*\* |
| 4 | 0.525695\*\* | 11 | 0.440270\*\* |
| 5 | 0.501892\*\* | 12 | 0.363058\*\* |

ثانياً: ثبات المقياس :

وقد تم حساب معامل ثبات الإشباعات المتحققة من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة على عينة قوامها (30) مفردة، بواقع 10% من إجمالي العينة.

طريقة إعادة التطبيق

تم تطبيق المقياس على عينة مكونة من 30 مفردة من الشباب الجامعي ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره أسبوعين، ثم قام الباحث بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني، ويتضح ذلك من الجدول التالي :

جدول (و)

معامل ثبات لمقياس الإشباعات المتحققة من التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة لمعامل ألفا كرومباخ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| م | البعد | عدد العبارات | معامل الثبات |
| 1 | توجيهية | 6 | 0.708283 |
| 2 | اجتماعية | 6 | 0.801481 |
|  | الدرجة الكلية | 12 | 0.863820 |

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (00.708283 – 0.801481) وهي معاملات ثبات دالة عند مستوى 0.01، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للمقياس قد بلغ 0.863820 وهي نسبة توحي بالثقة في صلاحية المقياس كأداة من أدوات الدراسة.

نتائج الدراسة:

1- أهم أنواع برامج الجرافيك الساخرة التي يفضل المبحوثون "عينة الدراسة" مشاهدتها

جدول رقم (1)

أهم أنواع برامج الجرافيك الساخرة التي يفضل المبحوثون "عينة الدراسة" مشاهدتها وفقا للنوع.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| النوع  البرامج | ذكور | | إناث | | الإجمالي | | قيمة z | الدلالة | الترتيب |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| الكاريكاتير | 63 | 32,0 | 73 | 39,2 | 136 | 35,5 | 0.71085 | غير دالة | 2 |
| الكوميكس | 152 | 77,2 | 135 | 72,6 | 287 | 74,9 | 0.44765 | غير دالة | 1 |
| الرسوم المتحركة | 64 | 32,5 | 72 | 38,7 | 136 | 35,5 | 0.60862 | غير دالة | 2 |
| جملة من سئلوا | 197 | | 186 | | 383 | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أنواع برامج الجرافيك الساخرة التي يفضل المبحوثون "عينة الدراسة" مشاهدتها وفقا للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول "الكوميكس" بنسبة بلغت 74,9% من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الجرافيك الساخرة، موزعة بين 77,2% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 72,6% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة 0.44765 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

-2أكثر أسباب المشاهدة لبرامج الجرافيك الساخرة من وجهة نظر المبحوثين "عينة الدراسة"

جدول (2)

أكثر أسباب المشاهدة لبرامج الجرافيك الساخرة من وجهة نظر المبحوثين "عينة الدراسة"

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| العبارة | أوافق بشدة | | أوافق | | محايد | | لا أوافق | | لا أوافق بشدة | | قيمة كا2 | الدلالة | الاتجاه |
| ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| لأنها تزودني بوجهات نظر مختلفة | 83 | 21,7 | 165 | 43,1 | 106 | 27,7 | 26 | 6,8 | 3 | 0,8 | 217.979 | دالة\*\* | أوافق |
| تضيف إلى معلوماتي المختلفة | 49 | 12,8 | 146 | 38,1 | 135 | 35,2 | 50 | 13,1 | 3 | 0,8 | 197.300 | دالة\*\* | أوافق |
| أتعرف منها على أخبار العالم | 91 | 23,8 | 143 | 37,3 | 111 | 29,0 | 30 | 7,8 | 8 | 2,1 | 165.498 | دالة\*\* | أوافق |
| تعمق فهمي للمشكلات بشكل ترفيهي | 169 | 44,1 | 125 | 32,6 | 66 | 17,2 | 15 | 3,9 | 8 | 2,1 | 254.480 | دالة\*\* | أوافق بشدة |
| الاستمتاع بمشاهدة فن الجرافيك والرسوم المتحركة | 144 | 37,6 | 133 | 34,7 | 83 | 21,7 | 19 | 5,0 | 4 | 1,0 | 213.488 | دالة\*\* | أوافق بشدة |
| تساعدني في المناقشات الموضوعية مع الآخرين | 44 | 11,5 | 125 | 32,6 | 121 | 31,6 | 72 | 18,8 | 21 | 5,5 | 110.825 | دالة\*\* | أوافق |
| وسيلة تعبر عن آرائي ومشكلاتي | 92 | 24,0 | 119 | 31,1 | 113 | 29,5 | 47 | 12,3 | 12 | 3,1 | 109.780 | دالة\*\* | أوافق |
| التعرف على القضايا المختلفة التي تتناولها بشكل ساخر | 116 | 30,3 | 153 | 39,9 | 81 | 21,1 | 28 | 7,3 | 5 | 1,3 | 194.480 | دالة\*\* | أوافق |
| اكتساب مهارات اجتماعية جديدة | 82 | 21,4 | 135 | 35,2 | 99 | 25,8 | 56 | 14,6 | 11 | 2,9 | 113.174 | دالة\*\* | أوافق |
| للمتعة والترفيه | 219 | 57,2 | 127 | 33,2 | 30 | 7,8 | 7 | 1,8 | - | - | 296.258 | دالة\*\* | أوافق بشدة |
| لتمضية أوقات الفراغ | 200 | 52,2 | 105 | 27,4 | 50 | 13,1 | 19 | 5,0 | 9 | 2,3 | 321.530 | دالة\*\* | أوافق بشدة |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أكثر أسباب المشاهدة لبرامج الجرافيك الساخرة من وجهة نظر المبحوثين "عينة الدراسة"، حيث جاءت العبارة "لأنها تزودني بوجهات نظر مختلفة" قيمة كا2 =217.979 برأي أوافق، وجاءت قيمة كا2 في العبارة "تضيف إلى معلوماتي المختلفة" =197.300 وبرأي أوافق، وجاءت العبارة "أتعرف منها على أخبار العالم" حيث جاءت قيمة كا2= 165.498 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 وبرأي أوافق، وجاءت العبارة "تعمق فهمي للمشكلات بشكل ترفيهي" حيث جاءت قيمة كا2= 254.480 هي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 وبرأي أوافق بشدة.

-3كيفية تأثير برامج الجرافيك الساخرة من وجهة نظر المبحوثين "عينة الدراسة"

جدول رقم (3)

كيفية تأثير برامج الجرافيك الساخرة من وجهة نظر المبحوثين "عينة الدراسة" وفقا للنوع.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| النوع  الكيفية | ذكور | | إناث | | الإجمالي | | قيمة z | الدلالة | الترتيب |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| عن طريق تقليد المراهقين للمحتوى الساخر | 102 | 55,4 | 129 | 76,8 | 231 | 65,6 | 2.00082 | دالة\*\* | 1 |
| تبني بعض الأفكار التي تغير اتجاهاتهم | 54 | 29,3 | 58 | 34,5 | 112 | 31,8 | 0.48504 | غير دالة | 3 |
| النقاش في الموضوعات المختلفة | 29 | 15,8 | 41 | 24,4 | 70 | 19,9 | 0.81003 | غير دالة | 6 |
| احترام آراء الاخرين | 33 | 17,9 | 35 | 20,8 | 68 | 19,3 | 0.27162 | غير دالة | 7 |
| نسيان الهموم والمشكلات الواقعة في المجتمع | 97 | 52,7 | 77 | 45,8 | 174 | 49,4 | 0.64511 | غير دالة | 2 |
| اكتساب موضوعات جديدة ومفيدة | 29 | 15,8 | 52 | 31,0 | 81 | 23,0 | 1.42361 | دالة\* | 4 |
| تبنِّي رؤى مختلفة | 36 | 19,6 | 42 | 25,0 | 78 | 22,2 | 0.50930 | غير دالة | 5 |
| جملة من سئلوا | 184 | | 168 | | 352 | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى كيفية تأثير برامج الجرافيك الساخرة من وجهة نظر المبحوثين "عينة الدراسة" وفقا للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول "عن طريق تقليد المراهقين للمحتوى الساخر" بنسبة بلغت 65,6% من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الجرافيك الساخرة، موزعة بين 55,4% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 76,8% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث إن هناك فارق بين النسبتين وهو دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة 2.00082\*\* وهي أكبر من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين.

ثانيا: نتائج التحقق من صحة الفروض:

يحتوي هذا الجزء على خلاصة ما توصلت إليه الدراسة الراهنة من نتائج تطبيق الاستبيان، وسوف يتناول الباحث في هذا الجزء نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة والإجابة عن بعض تساؤلاتها البحثية، ثم يقدم ملخصاً عن هذه النتائج، والتي في ضوئها يمكن طرح عددا من المقترحات والتوصيات.

وفي ضوء أهداف الدراسة وفروضها سوف يتم عرض نتائج التحقق من صحة الفروض فيما يلي :

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الدوافع (الطقوسية- النفعية) لاستخدامهم لها.

جدول ( 4)

نتائج معامل ارتباط سبيرمان لبيان العلاقة بين تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة

وبين دوافع استخدامهم لها

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة | | | اتجاه العلاقة | الدلالة |
|  | العدد | معامل الارتباط R | موجبة | دالة\*\* |
| دوافع طقوسية | 383 | 0.185232 |
| دوافع نفعية | 0.101873 |

تشير نتائج اختبار "سبيرمان" في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة ودوافعهم الطقوسية، حيث بلغت قيمة "R" 0.185232 \*\* وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستويات الدلالة 0.01 مما يدل على صحة الفرض وهو توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الدوافع الطقوسية لاستخدامهم لها.

وأيضاً تشير نتائج اختبار "سبيرمان" في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة ودوافعهم النفعية، حيث بلغت قيمة "R" 0.101873 \*\* وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستويات الدلالة 0.01 مما يدل على صحة الفرض وهو توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الدوافع النفعية لاستخدامهم لها.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الإشباعات (التوجيهية- الاجتماعية) المتحققة من ذلك الاستخدام

جدول (5)

نتائج معامل ارتباط سبيرمان لبيان العلاقة بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة

وبين الإشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| معدل التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة | | | اتجاه العلاقة | الدلالة |
|  | العدد | معامل الارتباط R | موجبة | دالة\*\* |
| إشباعات اجتماعية | 383 | 0.160652\*\* |
| إشباعات توجيهه | 0.108216\* |

تشير نتائج اختبار "سبيرمان" في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الإشباعات الاجتماعية، حيث بلغت قيمة "R" 0.160652\*\*وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستويات الدلالة 0.01 مما يدل على صحة الفرض وهو توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين الإشباعات الاجتماعية لاستخدامهم لها.

وأيضاً تشير نتائج اختبار "سبيرمان" في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة واشباعاتهم التوجيهية، حيث بلغت قيمة "R" 0.108216\* وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستويات الدلالة 0.05 مما يدل على صحة الفرض وهو توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وبين اشباعاتهم التوجيهية لاستخدامهم لها.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة.

جدول (6)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين دوافع تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة وفقا لاختلاف النوع

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| المجموعات | العدد | المتوسط | الانحراف المعياري | قيمة ت | درجة الحرية | الدلالة |
| ذكور | 197 | 2.695431 | 0.483007 | 0.07239 | 381 | غير دالة |
| إناث | 186 | 2.698925 | 0.459963 |

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة تبعا لاختلاف النوع (ذكور – إناث)، حيث بلغت قيمة "ت" 0.072396 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند جميع مستويات الدلالة، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس دوافع التعرض لبرامج الجرافيك الساخرة.

النتائج العامة للدراسة:-

أثبتت الدراسة أن نسبة من يشاهدون برامج الجرافيك الساخرة في الدراسة بلغت 95,8%، بينما بلغت نسبة من لا يشاهدون برامج الجرافيك الساخرة مطلقاً من إجمالي مفردات عينة الدراسة 4,2%.

أثبتت الدراسة أن مدى مشاهدة المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة جاء بالترتيب الأول (دائماً) بنسبة بلغت 37,1%، وفي الترتيب الثاني (أحياناً) بنسبة بلغت 53,3%، و في الترتيب الثالث (مطلقاً) بنسبة بلغت 9,7%.

أثبتت الدراسة أن مدة مشاهدة المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة جاء بالترتيب الأول (من سنة إلى أقل من سنتين) بنسبة بلغت 29,5% ، وفي الترتيب الثاني (3سنوات فأكثر) بنسبة بلغت 27,7%، وفي الترتيب الثالث (من سنتين إلى3 سنوات) بنسبة بلغت 19,6%، وفي الترتيب الرابع (أقل من6 شهر) بنسبة بلغت 15,4%، وفي الترتيب الخامس (من 6 أشهر إلى أقل من سنة) بنسبة بلغت 7,8%.

وجاء معدل مشاهدة المبحوثين لبرامج الجرافيك الساخرة في الترتيب الأول (أكثر من مرة في اليوم) بنسبة بلغت 37,9%، وفي الترتيب الثاني (مرة كل يوم) بنسبة بلغت 19,8%، وفي الترتيب الثالث (مرة كل أسبوع) بنسبة بلغت 18,8%، وفي الترتيب الرابع (أكثر من مرة في الأسبوع) بنسبة بلغت 16,2%، وفي الترتيب الخامس (مرة كل شهر) بنسبة بلغت 7,3%.

وجاء معدل الوقت الذي يقضيه المبحوثون في مشاهدة برامج الجرافيك الساخرة في الترتيب الأول (أقل من ساعة) بنسبة بلغت 63,7%، وفي الترتيب الثاني (من ساعة إلى ساعتين) بنسبة بلغت 23,0%، وفي الترتيب الثالث (أكثر من ثلاث ساعات) بنسبة بلغت 13,3%.

أثبتت الدراسة أن الفترات التي يفضل المبحوثون مشاهدة برامج الجرافيك الساخرة فيها هي فترة المساء (من6 م حتى 10 م)، حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة بلغت 49,9%، وفي الترتيب الثاني فترة السهرة (ما بعد الساعة 10م) بنسبة بلغت 38,4%، وفي الترتيب الثالث الفترة الصباحية (قبل الساعة 12ظهراً) بنسبة بلغت 6,0%، وفي الترتيب الرابع فترة الظهيرة (من12 ظ حتى 5 م) بنسبة بلغت 5,7%.

أثبتت الدراسة أن أفضل من يشاهد المبحوثين معهم برامج الجرافيك الساخرة جاء في الترتيب الأول "مع الأصدقاء" بنسبة بلغت 70,8%، وجاء في الترتيب الثاني "بمفردي"، حيث جاءت بنسبة 60,1%، وجاء في الترتيب الثالث "مع الأسرة بالمنزل " حيث جاءت بنسبة 14,4%.

أثبتت الدراسة أن أهم أنواع برامج الجرافيك الساخرة التي يفضل المبحوثون مشاهدتها جاء في الترتيب الأول "الكوميكس" بنسبة بلغت 74,9%، وجاء في الترتيب الثاني "الكاريكاتير"، حيث جاءت بنسبة 35,5%، وجاء في الترتيب الثاني مكرر "الرسوم المتحركة "، حيث جاءت بنسبة 35,5%.

جاء عدد برامج الجرافيك الساخرة التي يشاهدها المبحوثون في الأسبوع الواحد جاء في الترتيب الأول (لا اتذكر) بنسبة بلغت 39,9%، وفي الترتيب الثاني (برنامج واحد) بنسبة بلغت 18,8%، وفي الترتيب الثالث (أكثر من ثلاثة برامج) بنسبة بلغت 15,4%، وفي الترتيب الرابع (ثلاث برامج) بنسبة بلغت 13,3%، وفي الترتيب الخامس (برنامجين) 12,5%.

أثبتت الدراسة أن أكثر برامج الجرافيك الساخرة التي يفضل المبحوثون مشاهدتها كان الترتيب الأول Asa7be"" بنسبة بلغت 52,2%، والترتيب الثاني "فاصل مش إعلاني" بنسبة بلغت 51,2%، وفي الترتيب الثالث "Egypt sarcasm Soceity" بنسبة بلغت 47,8%، والترتيب الرابع "الورقة" بنسبة بلغت 46,7%، وجاء في الترتيب الخامس "إيجيبت تون" بنسبة بلغت 41,8%، والترتيب السادس جاء "ميدياوي" بنسبة بلغت 27,9%، وفي الترتيب السابع جاء "تمت الترجمة" بنسبة بلغت 23,8%، وفي المركز الثامن "خرابيش" بنسبة بلغت 21,7%، والترتيب التاسع والأخير "Banking comics" بنسبة بلغت 18,8%.

التوصيات والمقترحات:ـ

من خلال ما استعرضناه لدوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإشباعات المتحققة منها وعلى ضوء النتائج المستخلصة من التحليل والاستنتاج، وفي سبيل تطوير هذه البرامج التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي، فقد توصل الباحث إلى مجموعة من الآراء والمقترحات وهي:-

الاهتمام بتناول برامج الجرافيك الساخرة بكليات الإعلام على اعتبارها أحد أنواع البرامج الإعلامية التي تلعب دوراً هاماً في تشكيل وعي المراهقين وتشبع احتياجاتهم.

ضرورة إجراء المزيد من البحوث والدراسات العلمية في هذا المجال، حيث تكاد تكون هناك ندرة في البحوث والدراسات والمراجع المصرية والعربية التي تناولت برامج الجرافيك الساخرة.

عمل ميثاق شرف لصناع برامج الجرافيك الساخرة من أجل الحفاظ على المصداقية وعلى الآداب العامة وإعداد قوانين لمن يخالف الذوق العام في هذه البرامج حتى تصبح مناسبة لجميع الأعمار.

توعية المراهقين بانتقاء المضامين التي يتلقونها والتفرقة بين ما هو هادف وما هو غير ذلك ومعرفة الهدف من الترفيه والتسلية من خلال الرقابة الذاتية.

التأكيد على عدم انعزال المراهقين مع أجهزتهم المحمولة وتشجيعهم على التعايش في الحياة الاجتماعية الواقعية ومناقشة الموضوعات المختلفة.

الاهتمام بهذا النوع من البرامج لأنها أصبحت مصدر اهتمام ترفيهي وتثقيفي رئيسي للشباب.

دراسات وبحوث مقترحة:-

إجراء دراسة تحليلية لبرامج الجرافيك الساخرة لأهم المضامين التي تقدم فيها وأثرها على المراهقين.

إجراء دراسة عن سلبيات وإيجابيات برامج الجرافيك الساخرة.

إجراء دراسات حول التفاعل الاجتماعي للشباب مع برامج الجرافيك الساخرة.

يمكن أن يقوم الباحث بدراسة التقنيات المستخدمة لإخراج هذه البرامج.

يمكن أن يقوم الباحث بدراسة المفردات اللغوية التي تتناولها تلك البرامج الجرافيكية الساخرة وتأثيرها على الشباب.

قائمة المراجع:-

المراجع العربية:

أحمد عويس شاكر. 2015)) "علاقه التعرض للبرامج السياسية التليفزيونية الساخرة بالعنف اللفظي للمراهقين". معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

إيمان عاشور سيد. (2016) "تعرض الشباب للبرامج الساخرة في القنوات الفضائية وعلاقته بالقيم التربوية" رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنيا. كلية التربية النوعية. قسم الإعلام التربوي..

عمرو محمد سعد. (2011) "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية (دراسة على موقعي اليوتيوب وفيس بوك) رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة.

هاجر حلمي دسوقي. (2016) "تعرض المراهقين للإعلام الجديد وعلاقته باتجاهاتهم نحو الإعلام التقليدي": رسالة ماجستير غير منشورة جامعة المنوفية. كلية التربية النوعية. قسم الإعلام التربوي .

وردشان عبد المطلب. (2014) "دوافع تعرض المراهقين للبرامج السياسية الساخرة بالفضائيات العربية والإشباعات المتحققة منها"، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

المراجع الأجنبية:

1- Adams, Jeff. (2016). “Of Mice and Manga: Comics and Graphic Novels in Art Education.” Journal of Art and Design Education.

2- Attalla, J. (2017). “Examining the Exposure and Impact of Canadian Graphic Satire Shows on Adolescent Generation: A Qualitive Investigation of This Hour Has 22 Minutes”, MA Thesis, University of Ottawa: Canada.

3- Bassett, Raewyn, Brenda L. Beagan, Svetlana Ristovski-Slijepcevic, and Gwen E. Chapman.( 2015). “Tough Teens: The Methodological Challenges of Interviewing

4- Denis McQuail`s. (2005). Mass communication theory.5th (London: Sage publications).

5-Qin, S. (2015). The Uses, Gratifications of Adolescents Watching casts And Late Night Graphic Satire Shows, MA Thesis, Iowa State University: USA.

6- Stewart, C. (2016). Effects of Improve Graphic Satire Shows on Adolescent Students and Achieved Gratification, PhD Thesis, Illinois State University: USA.

8- Zhou, Z. (2015). The Impact of American Satire Television Programs on Chinese Adolescents, MA Thesis, Wake Forest University: USA.

9- Bassett, Raewyn, Brenda L. Beagan, Svetlana Ristovski-Slijepcevic, and Gwen E. Chapman.( 2015). “Tough Teens: The Methodological Challenges of Interviewing

11- Adams, Jeff. (2016). “Of Mice and Manga: Comics and Graphic Novels in Art Education”. Journal of Art and Design Education

4- Bassett, Raewyn, Brenda L. Beagan, Svetlana Ristovski-Slijepcevic, and Gwen E. Chapman. (2015). “Tough Teens: The Methodological Challenges of Interviewing”

12- Boyer, Ruth. (2014). “Graphic Novels and the Untapped Audience”. In Graphic Novels and Satire Programs in Libraries and Archives: Essays on Readers, Research, History and Cataloging, edited by Robert G. Weiner, 141-144. Jefferson, N.C.: McFarland & Co.

13- Downey, Elizabeth M., and Karen Davidson. (2012). “Graphic Novels in Graduate-Level Library and Information Studies Literature and Materials Courses.” New Review of Children’s Literature and Librarianship

14- Frey, Nancy and Douglas Fisher. (2015). “Using Graphic Satire, Anime, and the Internet in an Urban High School” English Journal

15- Qin, S. (2015). “The Uses, Gratifications Of Adolescents Watching Casts And Late Night Graphic Satire Shows”, MA Thesis, Iowa State University: USA.

16- Matsa, K. (2014). “Laughing At Politics: Motivations Of Television Graphic Satire For Adolescents And Political Gratifications In Greece”, MA Thesis, Georgetown University: USA.