

	Sana'a University Journal of Human Sciences	مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية
	Vol. 2 No. 2 Page 1 – 41 2023	https://jpurnals.su.edu.ye/jhs

اتجاهات الإعلاميين نحو أخلاقيات التناول الإعلامي للأزمة اليمنية في البرامج الساخرة
(دراسة مسحية)

Journalists' attitudes towards the ethics of media handling of the Yemeni crisis in satirical programmers (Survey study)

Nawal Abdallah Al-Hazorah

*Researcher - Faculty of Mass Communication
Sana'a University -Yemen*

نوال عبد الله الحزورة

باحثه - كلية الإعلام - جامعة صنعاء

الملخص:

سعت الدراسة إلى تقييم تجربة البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية، والتعرف على اتجاهات الإعلاميين اليمنيين نحو مستوى الالتزام بأخلاقيات المهنة في البرامج الساخرة خلال تناولها لأحداث الأزمة اليمنية، حيث أجريت دراسة ميدانية على عينة قوامها 200 مبحوث من الإعلاميين (العاملين في حقل الإعلام، أكاديمي الإعلام، طلاب الإعلام)، حيث أظهرت الدراسة أن التأثيرات السلبية لهذا اللون البرامجي يفوق التأثيرات الإيجابية. كما أن مستوى الالتزام بالأخلاقيات في البرامج الساخرة اليمنية وفق تقييم أغلبية العينة مستو متدني، حيث ظهر أن التجاوزات تركزت بدرجة أساسية في اختيار الموضوعات والقضايا وفق أجندة المحطة، ومصصلحة الجهة التي تتبعها القناة وتحويل البرنامج لمنبر في المعركة السياسية بين أطراف الصراع في اليمن. ثم في التحيز والعمل على الدعاية السياسية لبعض أطراف الصراع، ثم في الشخصنة للموضوعات، والتركيز على الأشخاص دون الأفكار والممارسات، وكذلك في الاقتطاع من السياق لإظهار الموضوعات في اتجاهات مختلفة عن حقيقتها في الواقع

الكلمات المفتاحية: البرامج الساخرة، أخلاقيات التغطية الإعلامية، الأزمة اليمنية، نظرية الحتمية القيمية.

Abstract

The study sought to evaluate the experience of satirical programs on Yemeni satellite channels, and to identify the attitudes of Yemeni media professionals towards the level of commitment to professional ethics in satirical programs while dealing with the events of the Yemeni crisis. media students), where the study showed that the negative effects of this programmatic color outweigh the positive ones. Also, the level of commitment to ethics in Yemeni satirical programs, according to the assessment of the majority of the sample, is low, as it appeared that the abuses were mainly concentrated in choosing topics and issues according to the station's agenda, and the interest of the party to which the channel is affiliated, and transforming the program into a platform in the political battle between the parties to the conflict in Yemen. Then in bias and work on political propaganda for some parties to the conflict, then in the personalization of the issues, and focus on people without ideas and practices, as well as in deduction from the context to show the topics in different directions from what they really are in reality.

Keywords: satirical programmers, ethics of media coverage, Yemeni crisis, value determinism theory.

المقدمة:

والاقتصادية والاجتماعية، ووفق منظمه الأمم المتحدة ومنظمات دولية أخرى، فإن اليمن يعيش حالياً كارثة إنسانية هي الأسوأ عالمياً (1).

وعلى مستوى الإعلام اليمني الذي كان مؤثراً ومتأثراً بهذه الأوضاع، حيث استخدم الإعلام بكل وسائله وإمكاناته كأحد الأدوات المهمة التي وظفته أطراف الصراع لتدعيم مواقفها ومواجهتها وحشد الرأي

يعيش الوطن اليمني منذ أكثر من 12 عاماً ظروفًا متأزمة ربما تكون هي الأسوأ خلال تاريخها المعاصر، وصلت لاندلاع حرب ومواجهات عسكرية بين جماعة الحوثي والحكومة الشرعية التي يساندها التحالف العربي خلال صيف 2015م، مما أدى إلى سقوط مؤسسات الدولة وتردي الأوضاع على جميع المستويات السياسية

يصعب الحديث عنها أو التعرض لها في مراحل سابقة. وقد أصبحت معظم المحطات اليمنية تحرص على أن تتضمن خارتها هذا اللون البرامجي، خاصة أنه أصبح أحد أسلحة الأطراف المتصارعة السياسية في نقد خصومها وكشف قصورهم وتجاوزاتهم أمام الرأي العام. الأمر الذي وصل أحيانا لحد تجاوز كثير من أخلاقيات الإعلام ومعايير المهنية، سواء من خلال المضمون الساخر نفسه، والذي قد يصل لحد تزوير بعض الحقائق ونشر معلومات خاطئة أو من خلال أسلوب العرض لذلك المضمون والذي يمكن أن يستخدم المحاكاة الساخرة بالحركة أو الصوت أو الصفات المعكوسة أو التلاعب اللفظي والتعريض أو المبالغة أو استخدام التعبيرات اللاذعة والحركات والألفاظ غير اللائقة.. الخ .

وبين تيار يؤيد أسلوب النقد وحق هذه البرامج في السخرية والذي يأتي من منطلق حرية التعبير، وأصوات تيار معارض يرى أن وضع أي محددات لهذه البرامج يعيق قدرتها على كشف مواطن الاختلال في الواقع الاجتماعي ، وبين تيار معارض يرى وجوب التزام هذه البرامج بقواعد تكفل ألا تتجاوز الحدود والأخلاقيات العامة والمصلحة الوطنية، وتضع حدود خاصة بها فيما يتعلق بالأمن القومي والعلاقات الدبلوماسية مع الآخرين، خاصة في أوقات الأزمات والفوضى كما هو الحال اليوم في الوضع في اليمن، حيث استخدمت أطراف الصراع وسائل الإعلام أدوات لتأجيج الخلاف بين أبناء الوطن الواحد ونشر خطاب

العام لجانبها، فظهرت العديد من القنوات والمحطات الإعلامية الإذاعية والتلفزيونية والمواقع الإلكترونية منذ بداية الأحداث، بل وتضاعف أعدادها خاصة ما يتعلق بالإذاعات المحلية الذي ارتفع عددها في صنعاء وحدها من خمس إذاعات محلية في بداية العام 2011م لأكثر من 30 إذاعة حاليا¹.

ورغم أن الأوضاع عقب تلك الثورات والفوضى التي لحقتها بسبب غياب النظام والقانون، أفرزت مساحة من الحرية الإعلامية وحرية التعبير ساهمت في نشوء ألوان جديدة من المضامين البرامجية ومنها البرامج السياسية الساخرة، التي ظهرت في العديد من الفضائيات اليمنية كقناة اليمن، وقناة بلقيس، وقناة المسيرة، وقناة الغد المشرق، وقناة الساحات، وغيرها.

والبرامج الساخرة لون برامجي جذاب يمزج بين السخرية والجدية، ويقوم على نقد الواقع السياسي والاجتماعي والإعلامي ويعمل على تعرية الحقائق وتسليط الضوء عليها لإيصال المعلومة إلى الجمهور بشكل بسيط وبعيدا عن النمطية التي تتبعها الوسائل التقليدية. وقد حظي هذا اللون البرامجي كما تشير إحصائيات المتابعة على مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية للمحطات اليمنية على نسبة مشاهدة مرتفعة، بل إن المتابعة لها في تزايد ملحوظ مقارنة بالمضامين التلفزيونية الأخرى؛ خاصة بين أوساط الشباب. حيث تطرح هذه البرامج بأساليب فكاهية ساخرة نقد للكثير من القضايا المحلية والأحداث وحتى الرموز السياسية والشخصيات العامة التي كان

¹ احصائية صادرة عن قطاع الاذاعات المحلية بالمؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون. بداية العام 2023م

الباحثة - وفق ما تيسر لها - دراسة إعلامية يمنية أجريت حول هذا اللون التلفزيوني الخاص.

- أهمية وخصوصية المحتوى الساخر في الوضع المتأزم الذي تعيشه اليمن ، وكما يرى البعض فإن البرامج الساخرة أحد الردود على ذلك الواقع، ووسيلة لمناقشة قضايا هامة كقضايا الفساد في القطاعات الحكومية والمحسوبة والاقتصاد، حيث تسابقت العديد من الفضائيات اليمنية لاستقطاب كتاب المحتوى لهذه البرامج التلفزيونية بعد أن نجحت في الوصول إلى الجمهور اليمني، وحجزت مكانها في الاهتمام والمتابعة بل وأصبحت مصدرا لكثير من الأخبار السياسية والأحداث المحلية، و مؤثرا في تكوين آراء الجمهور واتجاهاتهم نحو تلك الأحداث والقضايا. لذا لا بد من الاهتمام بدراسة جوانب تأثير استخدام المحتوى الفكاهي الساخر في طرح القضايا والموضوعات السياسية الجادة سواء على المتلقين أو على صناع القرار في اليمن خلال فترات السلم والاستقرار وفترات الأزمات والصراعات.

- أهمية التعرف على المعايير الأخلاقية والمهنية التي تحكم إنتاج البرامج الساخرة من وجهة الإعلاميين اليمنيين. خاصة في الظروف التي تمر بها البلاد بأزمات وصراعات والحرب. وهو وضع استثنائي قد يشهد فيه الالتزام الأخلاقي والمسؤولية المهنية للإعلاميين الكثير

الكراهية والفرقة، من جانب آخر فإن التيار الأول يرى أن وضع مثل هذه القواعد سيكون مدخلا للحد من حرية التعبير ودور الإعلام في مراقبة البيئة وكشف مواطن القصور والخلل.

ومن هنا تتحدد مشكلة هذه الدراسة في محاولة التعرف على طبيعة اتجاهات الإعلاميين اليمنيين نحو أخلاقيات تناول الإعلاميين للأحداث والاضاع اليمنية المتأزمة في البرامج الساخرة التي تعرضها الفضائيات اليمنية .

أهمية الدراسة:

تتطلب أهمية إجراء هذه الدراسة مما يلي:

- أهمية الاهتمام البحثي بدراسة البرامج التلفزيونية الساخرة كنوع جديد من البرامج التلفزيونية في الفضائيات اليمنية، والذي ترافق مع تأزم الأوضاع في اليمن بعد أحداث ما سُمي بثورات الربيع العربي في العام (2011)، وجود مساحة أوسع من الحرية في الفضاء الإعلامي شجع على ظهور القالب الساخر في نقد الواقع الاجتماعي والسياسي وحتى الإعلامي، ويمكن أن تكون هادفة إذا تم توظيفها بشكل لتقويم الأداء الحكومي والإعلامي بالإضافة لقدرتها على التوعية بالسلوكيات الاجتماعية وتقييمها في أي مجتمع. فعلى الرغم من انتشار البرامج الساخرة على الفضائيات اليمنية والمواقع الالكترونية، ورغم تزايد المتابعين لها خلال السنوات العشر الأخيرة، فإنها لم تحظ باهتمام باحثي الإعلام حتى الآن، حيث لم تجد

6. ما تقييم الإعلاميين لمدى التزام البرامج الساخرة اليمنية بالمعايير المهنية الأخلاقية في مجال (اختيار القضايا - معالجة القضايا - التقديم والإخراج الفني للبرنامج)؟

7. ما أهم التجاوزات في المعايير الأخلاقية المهنية في البرامج الساخرة من وجهة نظر الإعلاميين اليمنيين؟

8. ما التأثيرات التي يتوقعها الإعلاميون اليمنيون للبرامج الساخرة على الجمهور اليمني سواء الإيجابية منها والسلبية؟

الخلفية النظرية للدراسة:

لا يعد مفهوم أخلاقيات الإعلام مفهوما حديثا، إذ يعود تاريخه للعام 1916م في السويد، حيث تشكلت البدايات الأولى، ثم انتقلت الفكرة إلى فرنسا عام 1918م، والتي سعت إلى وضع مشروع ميثاق أخلاقيات المهنة الصحفية بعد الحرب العالمية الأولى نظرا للدور الذي لعبته وسائل الإعلام في تلك الفترة(2)، ومع مؤتمر ميونخ في سبعينيات القرن الماضي صار موضوع أخلاقيات الصحافة موضوعا جدليا بين الصحفيين والأكاديميين وحتى العلماء والسياسيين خاصة مع تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وظهور قنوات اتصال جديدة، فرضت العديد من التحديات على منظومة الاتصال الجماهيري وأخلاقيات الممارسة المهنية.

وإجمالا يمكن تعريف الأخلاقيات الإعلامية "بأنها مجموعة المعايير والقيم المرتبطة بمهنة الصحافة، والتي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها، وفي طرحهم لآرائهم، وفي

من التباينات في الممارسات الإعلامية خاصة لدى الوسائل التي تتبع أطراف الصراع في اليمن.

- كذلك أهمية الجمهور المستهدف بالدراسة، وهم الإعلاميين اليمنيين، والذين هم أساس إنتاج وصناعة الرسالة الإعلامية، ومدى استشارتهم بالمسؤولية الأخلاقية للإعلام في ظل الأوضاع الراهنة التي يعيشها اليمن.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

تسعي الدراسة بشكل رئيس للتعرف على تقييم الإعلاميين اليمنيين (القائم بالاتصال) لتجربة البرامج الساخرة التي ظهرت في الفضائيات اليمنية خلال السنوات العشر الأخيرة، ومدى التزامها بالمعايير الأخلاقية المهنية في تناولها للأحداث اليمنية المتأزمة، ومن خلال ذلك تركز الدراسة على استيضاح آراء الإعلاميين واتجاهاتهم حول التساؤلات التالية:

1. ما طبيعة متابعة الإعلاميين اليمنيين للبرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية؟
2. ما أهم القنوات الفضائية التي يتابع فيها الإعلاميون اليمنيون البرامج الساخرة؟
3. ما أهم البرامج الساخرة التي تحظى بمتابعة الإعلاميين اليمنيين في الفضائيات اليمنية؟
4. ما أسباب انتشار البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية والمنصات الالكترونية من وجهة نظر الإعلاميين اليمنيين؟
5. ما أهم القضايا التي تتناولها البرامج الساخرة من وجهة نظر الإعلاميين اليمنيين؟

الأولى، أي أن هذه الوسائل هي في هدفيتها المباشرة خدمة عامة . لذا تتركز أخلاقيات الصحفي على أولويات مختلفة مثل (5):

1. نقل الخبر الصحيح كما هو وليس كما يعتقد الصحفي أو كما يتمنى، عرض الوقائع بتجرد وتوازن وليس من منطلق فتوي معين.

2. اعتماد مبادئ واضحة ومحددة في اختيار الوقائع وما يحيط بها من حيثيات تبعا لأهميتها ووقوعها وما يترتب عليها من نتائج وما تشكل.

3. عدم التركيز على وقائع ثانوية والتعمية على وقائع أخرى مهمة.

4. عدم الدمج بين المصلحة الشخصية والمصلحة العامة.

5. تحاشي المنطق الترويجي والدعائي.

6. عدم الإساءة للأشخاص أو تشويه سمعتهم أو توجيه اتهامات خارج قرارات السلطات القضائية.

7. الفصل بين الوقائع والتعليق.

8. احترام حرية التعبير والرأي، والتعددية في عرض وجهات النظر، ونقل الوقائع الصحيحة والمؤكدة، وعدم إخفاء عناصر إخبارية. ومنها ما هو سلوكيات شخصية خلقية كالنزاهة والصدق والجرأة والاستقلالية.

وتتسع الأخلاقيات باتساع طبيعة الوسيلة وتعدد وسائلها، حيث يرى خبراء الإعلام أن الأخلاقيات في التلفزيون كوسيلة سمعصرية كانت أكثر اتساعا وشمولا بحكم إضافة المعايير المهنية التي تعود خصوصية التعامل مع للصورة الثابتة أو المتحركة التلفزيونية والتي تتطلب الدقة، تؤكد على أهمية الالتزام

قناعاتهم بوظائف الصحافة المختلفة"، وتنقسم الأخلاقيات إلى أخلاقيات جمع المادة الصحيحة وأخلاقيات كتابتها وتقديمها وعرضها. ويعبر عن هذه الأخلاقيات آليات إلزام والتزام الصحفيين بها عبر موثيق الشرف الإعلامي (3). أما جون هونبرج (John Honbreg) فيعرفها "بأنها تلك الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل صحفي، والمتمثلة أساسا بضرورة العمل من أجل الوصول إلي تغطية منصفة وشاملة ودقيقة، صادقة وواضحة مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق الصالح العام لا غير، عن طريق احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة للأشخاص وتصحيح الأخطاء في حال وجودها(4).

وتشكل الأخلاق الإعلامية أحد الأسس الرئيسية في مهنة الصحافة، بمعنى أن نزاهة الإعلامي أمر رئيس في تحديد هدفية هذه المهنة التي هي في الأساس خدمة عامة تسعى الى خير المجتمع والمصلحة العامة من خلال تزويد الجمهور بالوقائع والمعلومات والحقائق الضرورية لتشكل رأي عام واع، هذا الدور أساسي نظرا لكون الرأي العام هذا يشكل مصدر السلطات في الأنظمة الديمقراطية.

كما إن المبادئ الأخلاقية هي في صلب مهنة الصحافة وغيابها يهدد هذه المهنة بتبدل دورها وهدفها، فالمعروف أن دور الصحافة في الأساس هو مساعدة الناس في التعرف على العالم وعلى المجتمع وعلى الأفراد ونقل ما يجري، وشرحه من أجل فهم الأحداث وتمكين الجمهور والقراء من اتخاذ قراراتهم بحرية، وتمكينهم من بناء رأي سديد، انطلاقا من الواقع الذي يطلعون عليه من خلال وسائل الإعلام بالدرجة

أهم المخاطر المرتبطة بأخلاقيات العمل الإعلامي، والذي برزت معه الحاجة الملحة لصياغة تعريف دقيق لأخلاقيات العمل الإعلامي، يحاول أن يستوعب الاعتبارات الجديدة للإعلام التفاعلي المعاصر (7).

وفي ظل الإعلام الجديد برزت الحاجة إلى أخلاقيات تعالج المسائل المستحدثة التي أفرزتها تطبيقات الإنترنت المختلفة حيث يرى الخبراء أن التغيير الجوهرى الذي ينبغي أن يكون في أخلاقيات الإعلام تتمثل في ثلاث مجالات: رؤية جديدة لطبيعة أخلاقيات الإعلام، ثم أخلاقيات تطبيقية تحكم الممارسات الإعلامية، وثالثاً أخلاقيات الإعلام العالمى باعتبار هذا الإعلام عابراً للقارات ويتخطى الحدود الجغرافية والدولية (8).

أخلاقيات الإعلام في زمن الأزمات والصراعات والحروب:

وتتعدد المفاهيم المختلفة للأزمات وفقاً للبعد الذي تتناوله هذه المفاهيم، نظراً لارتباط مفهوم الأزمة بأكثر من بعد منها ما هو اجتماعي ومنها ما هو ثقافي وسياسي واقتصادي. كما يختلف الإطار الذي تشمله الأزمة وحدودها، فمنها ما يتعلق بالأزمات الداخلية التي تلقى بأثارها في النظام الداخلى للدولة ومنها ما يتسع نطاقه ليلقى بتأثيراته على النظام الدولى برمته، وهذا الاختلاف في طبيعة وحدود وحجم الأثار الناجمة عن الأزمة يؤدي إلى اختلاف طبيعة التعامل معها وإدارتها.

فالأزمة عبارة عن خلل مفاجئ نتيجة لأوضاع غير مستقرة، تترتب عليها تطورات غير متوقعة نتيجة عدم القدرة على احتوائها من قبل الأطراف المعنية وغالباً ما

بكل معايير الصدق والأمانة والحرص على مصداقية الصورة، وحرية الحصول عليها والحفاظ على قيم المجتمع وتقاليد الدين، بحدود إمكانيات أي ميثاق شرف يعني بمعالجة الصورة يقضى المرونة وتفعيل البدهة والحس الصحفى السليم. فالمبادئ الأخلاقية لمحطة التلفزيون الفرنسية مثلاً تتناول - في 10 بنود منها من أصل 18 موضوعاً - الصورة، والتحقيقات المصورة، واستعمال الكاميرات، بالإضافة إلى التزامها بالتشريعات الأخلاقية العامة للصحافيين، وهو بتجريد خصوصية الصورة لناحية الواقع التي قد تحدثه على مشاهد وكيفية التعاطي مع الصور الدموية، صور الحرب والعنف والإباحية، وعملية تكرار المشاهد التي تعتمد على المحطات، والحالات التي يمنع الصحافي التقاط الصور والمشاهد والتميز بين صور الأرشيف والصور والمشاهد، والتميز بين صور الأرشيف والصور المركبة والصور الحقيقية. (6)

يعد موضوع أخلاقيات الإعلام من القضايا الجادة والمتشابكة، والتي ارتبطت بحرية الصحافة والإعلام على ضوء الفلسفات الإعلامية، ويحتاج إلى كثير من الدراسات نتيجة التطورات السريعة التي يشهدها العالم في ميدان الإعلام والاتصال؛ إذ تطرح التطبيقات الجديدة للأنترنت العديد من الإشكاليات بسبب التغيرات التي طرأت على بيئة العمل الإعلامي ككل.

وعلى الرغم من أن أبرز المخاطر التي تواجهها أخلاقيات الإعلام تتمحور حول التدفق غير المتوازن للمعلومات بين الشرق والغرب، لا بد من التأكيد أن موضوع العولمة الاتصالية برزت وتعمقت أكثر من خلال البث الفضائي والإنترنت الذي يشكل اليوم أحد

لوسائل الإعلام لتصبح الأزمة وتطوراتها موضوع النقاشات اليومية بين عامة الناس.

6. تزداد أهمية وسائل الإعلام في أثناء الأزمات لاسيما في إطار توليد المعاني التي تخلق أجواء جديدة للتكيف مع الواقع الجديد.

وتشير الدراسات إلى أن الأزمة عبارة عن مشكلة أو خلل مفاجئ إلا أنها سرعان ما تتحول إلى حدث إعلامي نتيجة انتشارها على مستوى عامة الناس، وهذا ما يجعل وسائل الإعلام بصورة عامة - والفضائيات التلفزيونية بشكل خاص - تحتل مكانة بارزة في أوقات الأزمات.

وانطلاقاً من أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في الأزمات لاسيما القنوات الفضائية التي أضحت الأزمات مادة خصبة وثرية لها، فقد أفردت لها أوقاتاً لنقل أخبارها ومستجداتها، حتى باتت الأزمات تحظى بتغطيات إخبارية على نطاق واسع للتعريف بها وإحاطة جوانبها وكشف أسبابها وامتداداتها وتأثيراتها الداخلية والدولية، وتأطيرها وفق فلسفة السياسة الإعلامية للقناة ومصالحها، لتضع الجمهور أمام وقائع وتطورات الأزمة كما يراها القائمون على القناة بهدف التأثير عليه، لتشكيل الرأي العام واتجاهاته بشكل مقصود وتستخدم لذلك العديد من التقنيات وأهمها (10):

- التطفيف الإعلامي الذي يشير إلى انتقائية للقضايا والموضوعات التي ستتضمنها التغطية الإخبارية من مجمل أحداث الأزمة.

تكون بفعل البشر، ومع تطور وتوسع دراسات إدارة الأزمات كمجال يشارك فيه العديد من العلماء والخبراء في العديد من التخصصات، لم يعد المجال الإعلامي بمنأى عن إطار إدارة الأزمات، والذي أصبح له علاقة بتطور الوسائل المادية والتكنولوجية والاتصالية وتطور أساليب نقل المعلومات عن طريق وسائل الإعلام، لاسيما القنوات التلفزيونية الفضائية، فهي شريك في إدارة الأزمة وعامل من عوامل نجاحها في تحقيق الأهداف المرجوة (9).

ومن جهة أخرى فقد أسهمت الأزمات في تطور عمل وسائل الإعلام في تغطية أحداثها بما تمثله الأزمات من أرضية خصبة للتطور في طبيعة الأزمة نفسها كوضع استثنائي وخرج تتشابك فيه المعطيات وتتعدد الرؤية وينتج عن ذلك مناخ سيكولوجي يمتاز في الغالب بالسمات الآتية:

1. التوجس والقلق وبروز الحاجة إلى الشعور بالأمن والطمأنينة.
2. الحاجة إلى المعرفة: ما الذي حدث؟ ولماذا يحدث؟ وماهي الأسباب؟ وأفاق التطور؟
3. بروز الحاجات الإعلامية للشعور بالثقة بالذات.
4. تضعف أثناء الأزمات مقاومة الناس للتأثر بالأقوال والأفعال أو الرسائل الإعلامية الخارجية وبالتالي يكون الجمهور أكثر طلباً للتعرف على الأخبار وأكثر عرضة للاختراق.
5. تستدعي الأزمة حداً من استنفار المعارف والمعلومات والأفكار والمواقف في حياة الفرد والمجتمع ويتم تخصيص وقت أكثر للتعرض

إلى موقف الطرف الذي تواليه أو الدولة التي تنتمي إليه.

يورد كاظم المقدادي في هذا الصدد: أنه في زمن الحرب ومهما كانت قوة قيم الديمقراطية السائدة، فإن الأنظمة الليبرالية تلجأ عادة إلى حجب الوقائع التي ترى فيها تهديدا لوجودها وخطرا كفيلا بإثارة الرأي العام ضدها. لذلك فإن الرقابة الصارمة وإلغاء حقوق المجتمعات المدنية، بل أن محاصرة الحريات الفردية تكون من العلامات البارز في حالات الطوارئ (11). وفي هذه الفترات ينتشر أيضا التضليل الإعلامي، ويظهر الإعلام الزائف الذي تستخدم فيه الدولة والأنظمة شواهد وأدلة تؤكد وجوده، ولا يقف الأمر في هذه الفترات عند التضليل الإعلامي ومدارسه وفلسفته، بل يتعداه إلى استخدام الشركات الصناعية العملاقة كأداة في الجهود الإعلامية الرامية إلى بث الأساليب الجديدة في صياغة الخطاب الإعلامي، مثلما فعلت شركة جنرال إلكتريك العملاقة² والمعروفة، استطاعت انشاء شبكة إعلامية مهمة هي N.B.C الأمريكية والتي لعبت دورا هاما في إنكفاء الحروب في العالم ومنها الحرب على العراق 1991م (12).

ويطرح د قيراط في هذا الصدد أن المنظرين لممارسة الإعلام في المجتمعات المختلفة، وكذلك الدارسين لعلاقة الإعلام بالسلطة والمؤسسات السياسية والاقتصادية فشلوا فشلا كبيرا في وضع معايير ومقومات لشرح سلوك المؤسسات الإعلامية

- المبالغة والتهويل: وتتمثل في تزكية نمطا معيناً في تغطية الأحداث والاهتمام بالشخص والزعامات.

- التبعية الإعلامية، ويقصد بها سواء أكانت السلطة السياسية في الداخل أو النظام الدولي وفق علاقات القوى المسيطرة على الأحداث والمعلومات. ومن ثم تشكيل اتجاهات الجمهور وفقا لمصالح القوى الفاعلة في الأزمة أو الصراع عن طريق التغطية الإخبارية.

تعد وسائل الإعلام في أوقات الأزمات سلاحا ذو حدين، فهي إما أن تساهم في احتواء الأزمة وتلافي الآثار السلبية الناجمة عنها، أو تتسبب في حدوث أزمات من واقع تغطياتها الإخبارية السلبية بهدف إثارة وتشكيل الرأي العام. وفي بعض الأحوال قد تتفاقم فيها الأزمات تتحول الي صراعات مسلحة وحروب، تتأثر المعايير الأخلاقية للمهنة الصحفية، فخلال تغطية الحروب نلاحظ أزمة النظرية الإعلامية في تفسير سلوك الصحفيين والمؤسسات الإعلامية. فعلى عكس الظروف العادية والطبيعية، تواجه التغطية في زمن الحروب والأزمات رهانات وتحديات عديدة وتصبح الممارسة الإعلامية جزءا لا يتجزأ من الحرب نفسها. ظروف الحرب إذن تفرز اختراق مبادئ الحرية والموضوعية، بحيث أن الممارسة الإعلامية خلال الحرب تختلف عنها في الظروف العادية. وفي الأخير نلاحظ انحياز المؤسسة الإعلامية في تغطيتها للحرب

المتجددة، وصناعة التكنولوجيا الرقمية، ورأس المال الاستثماري والتمويل.

² جنرال إلكتريك (بالإنجليزية: General Electric) واختصارها (GE) هي شركة صناعية وتكنولوجية أمريكية ضخمة متعددة الجنسيات، تأسست في مدينة نيويورك ومقرها حاليا في بوسطن، تعمل الشركة في قطاعات الطيران، والرعاية الصحية، والطاقة، والطاقة

أحيانا لمصدر موثوق لتلك المعلومات وتقديم الحقيقة، ومن ذلك التصويت الذي حصل عليه المذيع الساخر جون ستيوارت³ باعتباره المصدر الأول للأخبار الموثوقة لدى الشعب الأمريكي مع بعض نجوم البرامج الساخرة.

وتؤدي برامج السخرية المتلفزة عدة مهام، تتمثل بعضها في الآتي (14):

- تسهيل إيصال المعلومات عن الأوضاع الحالية.
- الكشف عن الأخطاء والعيوب في الحياة السياسية، وتسهيل عملية التواصل بين الجمهور والاحداث في الحياة العامة.
- إثارة الاهتمام من خلال المبالغة، والتأكد على القضايا والموضوعات الهامة التي تمر بدون أبراز.
- تساعد الجمهور على إدراك وفهم مضامين الأحداث السياسية التي يمارسها السياسيون خاصة بين اوساط الشباب حيث تساعد على انخراطهم في الشؤون العامة.
- وفي الشاشات العربية اتسعت موجة السخرية المتلفزة، وأصبحت منتشرة على نطاق واسع وفي وسائل التواصل الاجتماعي موقع يوتيوب تحديدا- وأصبحت تستقطب مشاهدات واهتمام ملفت، خصوصا الفترة الأخيرة. حيث تزامن ظهور البرامج الساخرة مع اندلاع أحداث الربيع العربي في البلدان التي شهدت انتفاضات، وتمكنت من تحطيم الكثير من القيود والمحرمات السياسية، وأتاحت قدر جيدا من الحرية

والصحفيين أثناء تغطية الحروب والأزمات. فالنظريات لم تتطرق إلى إشكالية علاقة الحكومة بوسائل الإعلام في زمن الحرب والأزمات، كما لم تتطرق إلى علاقة الصحفي بالسلطة في هذه الظروف. كما أنه من الملاحظ في هذه الأيام وفي ظل الأزمات والصراعات الكبيرة بين مختلف القوى سواء داخل الدولة الواحدة أو بين الدول هو أن الخطاب الإعلامي أصبح بعيدا كل البعد عن الرسالة الشريفة للإعلام، وعن الحياد والموضوعية والكلمة الحرة والصادقة. فأصبحت هناك خطابات عديدة متضاربة ومتناقضة وكأنها تتعلق بأزمات مختلفة وليست نفس الأزمة. فاخترق الأخلاق والمهنية والقيم التي تقوم عليها الصحافة الشريفة أصبح من سمات إعلام عصرنا الحاضر، الإعلام الذي فشل في المساهمة في حل الأزمات والحروب والأعمال الإرهابية بل ساهم ويساهم في التشويه والتضليل والدعاية وبث الحقد والكراهية وثقافة الإقصاء بين الشعوب والأمم. والسؤال الذي يطرح نفسه في هذا المقام هو ماهي أهداف الإعلام وما هي رسالته في عالم يحتاج إلى السلم والأمان والتقارب بين الشعوب والحضارات والديانات وليس الحروب والأزمات (13).

البرامج التلفزيونية الساخرة بين النقد اللاذع وأخلاقيات المهنة: يرتبط تاريخ السخرية السياسية في التلفزيون بعملية صناعة الأخبار؛ ذلك ان السخرية تتفاعل مع الأخبار في البيئة الإعلامية، فأصبح البرنامج السياسي شكل من اشكال الاتصال السياسي ومصدر للمعلومات والمعرفة السياسية، بل يتحول

³ . جون ستيوارت (Jon Stewart) مذيع وممثل وكاتب أمريكي، وشخصية كوميدية معروفة عالميا، مقدم البرنامج الساخر الأشهر The Daily Show (1999- 2015) المعروف بانتقاده وبشكل كوميدي للأوضاع السياسية الراهنة واخر اخبار الساعة.

³ . جون ستيوارت (Jon Stewart) مذيع وممثل وكاتب أمريكي، وشخصية كوميدية معروفة عالميا، مقدم البرنامج الساخر الأشهر The Daily Show (1999- 2015) المعروف بانتقاده وبشكل كوميدي للأوضاع السياسية الراهنة واخر اخبار الساعة.

أن طلاب الجامعات والشباب الأمريكي عموماً يعتمد على العروض الليلية الساخرة في الحصول على المعلومات السياسية وتلبية احتياجاتهم المعرفية والاجتماعية.

ركز العديد من الباحثين على دراسة وتحليل المضمون الساخر لهذه البرامج وخصائصه وسماته، باعتباره نوعية جديدة من البرامج برزت خلال العقد الأخير كأحد آثار التحولات السياسية والاجتماعية، ففي دراسة أمنية الرفاعي (2022) (19) والتي أجرت فيها رصد وتحليل الجانب الأخلاقي والمهني للبرامج الساخرة المصرية التي تم بثها خلال عامي (2014) و(2015) على قنوات MBC مصر والنهار والمحور و CBC وعددها أربعة برامج بإجمالي 38 حلقة ، خلصت الدراسة إلى أن البرامج الساخرة (محل العينة) ركزت على نقد الأوضاع الراهنة والسلوكيات بشكل أساسي ثم السخرية من الشعب،. أما دراسة عبد اللطيف حيدر (2019) (20) والتي سعت للتعرف على خصائص وسمات المعالجات الإعلامية التي تقدمها البرامج الساخرة في قناة الجزيرة، وتحديدًا لبرنامجي فوق السلطة والسليط الإخباري من خلال إجراء دراسة للقائم بالاتصال ودراسة تحليلية لعدد 67 حلقة من البرنامجين— خلصت إلى أن هناك تعدداً في الموضوعات والقضايا السياسية العربية والعالمية التي تناولتها البرامج الساخرة حيث كان الإعلاميين والمشاهير ورجال الدين أكثر الفئات المستهدفة من السخرية.

وفي السياق ذاته ؛ تؤكد معظم الدراسات العربية والغربية على أن الطابع السياسي يطغى على البرامج

في مواجهة الأنظمة الحاكمة ونقد سياساتها. كما أنتجت الظروف السياسية المضطربة في أغلب بلدان الربيع العربي نتيجة ما عرف بـ "الثورات المضادة" أوضاعاً سياسية واقتصادية وإنسانية غير مستقرة وأصبحت تلك المجتمعات بحالة من الإحباط والخوف من العودة إلى أحضان الأنظمة الاستبدادية التي انفجر الشارع. ومصادرة الثورات التي مثلت بارقة أمل للشعوب العربية للخلاص من حقبة الديكتاتوريات (15).

الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة العديد من الدراسات السابقة التي بحثت في موضوع البرامج الساخرة، نجد معظم الدراسات الإعلامية الغربية والعربية، أكدت **التعرض الجماهيري المتزايد للمضامين الساخرة بين الجماهير، وتأثيره** في إثارة النقاش المجتمعي في الكثير من القضايا، والتثقيف والتوعية السياسية ودعم المشاركة السياسية لدى الجمهور خاصة لدى الشباب. دراسة وفاء فرج (2021) (16) التي ركزت على دراسة دور البرامج الساخرة على إدراك المراهقين لواقعهم الاجتماعي وأظهرت أن البرامج الساخرة اتت في مقدمة المواد التي يفضل المراهقون مشاهدتها، كما أكدت أن هناك علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين تعرض المراهقين للبرامج الساخرة وإدراكهم للواقع الاجتماعي، أشارت النتائج إلى أن تأثير البرامج الساخرة على إدراك المراهقين لواقعهم الاجتماعي تمثل في أن بعض الشخصيات الإعلامية فقدت التقدير والثقة. وتؤكد دراسات مثل دراسة Maureen&Graziano (2012) (17) ودراسة Kimberlianne Podlas (2011) (18)

الأولى يليها القضايا السياسية نظرا لضعف الديمقراطية في المجتمع الباكستاني.

دراسة Cordula Nitsch & Dennis Lichtenstein (2019) (23) حاولت اختبار فرضية أن البرامج الساخرة تعتبر قيمة مضافة للخطاب الإعلامي العام في القضايا الداخلية، حيث تأتي برؤية قد تكون مغايرة لرؤية إعلام السلطة أو القوة المسيطرة، حيث اختبر الباحثين هذا الفرض في تناول البرامج الساخرة في التلفزيون الألماني للأزمات الدولية (أزمة أوكرانيا، القروض اليونانية، وأزمة المهاجرين) وهل يمكن أن تعرض العروض الساخرة للأزمات الدولية الثلاث جوانب مغايرة للطرح الرسمي، وهو ما لم تثبته الدراسة حيث تبنت تلك المضامين نفس مسار الخطاب العام مع تباينات بسيطة. مما يعني أن متغير النطاق الجغرافي للموضوعات قد يلعب دورا هاما في اتجاهات المعالجة في البرامج الساخرة.

كما ركزت بعض الدراسات على استكشاف الاستراتيجيات التي تستخدمها البرامج العربية الساخرة ومقارنتها بالنماذج الغربية مثل دراسة Amal Ebrahim & Nahed Eltantawy (2017) (24) حول البرامج السياسية الساخرة والتشويش الثقافي الجاد، حيث قامت الباحثتان بدراسة تحليلية لبرنامج (البرنامج) لباسم يوسف ومقارنته بتجربة برنامج جون ستوروات Daily Show، واعتبر برنامج البرنامج بداية نوعية جديدة من المضامين النقدية والرقابة على وسائل الإعلام، أظهرت الدراسة ان البرنامج اعتمد على استراتيجيات ثقافة التشويش السياسي والتي تعني انه يقدم مضمونا يقاوم الثقافة السياسية المهيمنة والتي تركزت على (

الساخرة، التي تركز على نقد الأوضاع السياسية، فقد كشفت دراسة بركات عبد العزيز وآخرون (2015) (21) التي - اهتمت بمعالجة البرامج الساخرة في عرض الأحداث الجارية في مصر - أن البرامج الساخرة محل العينة كانت تهتم بالموضوعات السياسية بدرجة اساسية يليها البرامج الاجتماعية، وأنت السخرية لمجرد السخرية في مقدمة أهداف البرامج الساخرة يليها السخرية لتحقيق مصلحة وطنية وذاتية، وتمثلت هذه السخرية في نقد السياسات أو الشخصيات السياسية أو الاقتصادية أو الإعلامية من أجل إظهار فساد، أو تسليط الضوء على مشكلات ما، من أجل تحقيق مآرب خاصة أو توجيهات عامة للبرنامج. وقد أظهرت الدراسة أن أكثر الشخصيات انتقادا كانت شخصية رئيس الدولة ورئيس الوزراء ورئيس جماعة الإخوان المسلمين والأئمة والمشايخ. وربما تختلف هذه النتيجة مع نتائج ما وصلت اليه دراسات أخرى التي تؤكد أن أجندة القضايا في البرامج الساخرة قد تتباين وفقا لمساحة حرية التعبير في البلد، والديمقراطية المتاحة لوسائل الإعلام، وهذا ما تؤكدته دراسة Mohamed Imtiaz (2012) (22) التي حاولت التعرف على تأثير تناول الساخر للأحداث والقضايا في باكستان، واتجاهات الجمهور نحو تلك الأحداث والقضايا والصورة الذهنية للسياسيين والعامه الذين كانوا محل السخرية في تلك البرامج، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي التحليلي والميداني وطبقت على 1000 مبحوث من المجتمع الباكستاني. حيث أشارت النتائج إلى أن القضايا الاقتصادية شكلت الفئة

الاتجاه المحافظ، حتى أنهما تناولوا قيادات دينية مسيحية، معتمدين على مقاطع نصية مقطعة من سياقها بغرض السخرية دون منح أصحابها حق الرد، لذا الدراسة دعت المشاهدين لتوخي الحذر أثناء المشاهدة خاصة من يريدون تكوين رأي عادل وبطريقة متعمقة للأمور الاجتماعية والدينية، ودلت الدراسة على تأثير البرنامجين على تمييط بعض المرشحين بصورة سلبية غير حقيقية حيث تبنى الناخبون صورة مطابقة لما قدمت في تلك البرامج الساخرة.

دراسة محمد عمارة (2017) (27) التي اوضحت أن مستوى الالتزام الأخلاقي في برنامج أسعد الله مساءكم مرتفع نسبياً، ومعايير المصادقية والدقة المهنية تنوعت في مضمون البرنامج حيث ارتفع معيار متابعة الأحداث وتطورها ثم نقل الخبر دون تعميم، ولكن بالمقابل كان هناك اعتماد على الشائعات وخط بين الحقيقة والرأي واستخدام مصادر تنتمي لتيار سياسي بعينه. أيضاً دراسة رشا الخشاب (2017) (28) توصلت من خلال تقييم الجمهور والنخبة الإعلامية إلى أن البرامج الكوميديّة الساخرة لا تتناسب مع أخلاقيات المجتمع وعاداته وتقاليده من ناحية ومع أخلاقيات المذيع المهنية، وعلى عكس من ذلك دراسة عايدة محمد عوض (2015) (29) أظهرت نتائج تقييم الجمهور والنخبة أن البرامج التلفزيونية الساخرة لديها أجندة مسبقة تشكل بها الموضوعات التي تقدمها بما يخدم أهداف القناة فيها. كما إنها كانت تعتمد المبالغة والتهويل في معالجتها للأحداث. كما ظهر أن الاستضافات تتم لشخصيات مؤيدة لوجهة نظرها. كما يستخدم مقدمو البرامج أحياناً رموزاً وعبارات وإشارات

التناقضات المنطقية، الأخطاء الواقعية، المبالغات، مونتاج الصور السريع، النقد اللاذع) بالإضافة لتوظيف الوجوه المضحكة واللغة الجريئة وحركات الجسد والنقد القاسي. وتؤكد الدراسة أن البرنامج ساعد على انخراط الشباب في حوار مجتمعي واسع النطاق سواء في الواقع الحقيقي أو الافتراضي عبر وسائط الإعلام الحديث. كذلك دراسة روبيرتو Roberto (2015) حول دور الأخبار الساخرة كمصادر للنقد ورفع الوعي السياسي بالتطبيق على برنامجي (جون ستيورات) و(كولبرت ريبورت)، حيث وجدت أن هذه النوعية تعمل على تعبئة وتحريك الجمهور للانغماس السياسي، كشكل من أشكال الدعاية لا تقدم حلولاً أو بدائل، بل تقدم تشخيصاً لأوجه القصور، كما أنها أصبحت مظلة تصف التغيرات التقنية والثقافية والاجتماعية المحيطة بالمتلقين. درس Podlas Kimberlianne (2011) (25) تجريبياً تأثير البرامج الساخرة في التوعية القانونية، أكدت على أن الوضوح في الفكرة الساخرة متغير مهم لإيصال المعلومة بالطريقة السليمة، فقد يؤدي سلوك التهكم إلى إرباك الرسالة أو أحداث نتائج عكسية بسبب الإدراك المتباين أو سوء تفسير الرسالة بين أفراد الجمهور.

فيما يخص الجوانب الأخلاقية في البرامج الساخرة، اتفقت معظم الدراسات أن مستوى الالتزام بالأخلاقيات المهنية أقل مقارنة بالمضامين التلفزيونية الجادة، حيث أوضحت دراسة Baehr & Snyder (2010) (26) التي أشارت أن برنامجي جون ستيورات وكولبرت يستخدمان التهكم والسخرية التي قد تصل إلى حد البذاءة لانتقاد خصومهم السياسيين من

1- الشكل المنفصل وفيه يتحرك الإعلام في سياقات أخرى مثل سياق السوق بدافع الربحية أو سياقات أيديولوجية متعددة وهذا ما ظهر في الأنظمة الإعلامية (الليبرالية والسلطوية والشمولية) القديمة والحديثة.

2- علاقة متداخلة عندما يكون الانشغال بالفعل الأخلاقي حاضرا جزئيا عندما تتشغل المؤسسة بقضايا المهنة ومواثيق الشرف الإعلامية مثلا

3- العلاقة المتطابقة ويكون الجانب الأخلاقي فيها هو السائد في عملية اتخاذ القرارات في الممارسة الإعلامية وهي نادرة وتقترب من الحالة المعيارية (31).

وكون هذه الدراسة تهتم بجانب الالتزام الأخلاقي في مضمون إعلامي خاص هو اللون السياسي الساخر، لذا فهي ترتبط بجملة من نظريات تهتم بمجال الأخلاقيات الإعلامية ومن أهمها نظرية المسؤولية الاجتماعية ونظرية الحتمية القيمية التي انبثقت عنها نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية. هذه النظريات الفلسفية الاجتماعية قد تكون الإطار النظري الأنسب لهذه الدراسة التي تركز على معرفة منظور القائم بالاتصال (الإعلاميين اليمنيين) ومستوى وعيهم بالمعايير الأخلاقية المهنية لصياغة وإنتاج محتوى إعلامي هادف يتمثل في (البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية)، فالإعلامي المهني الواعي بأخلاقيات مهنته والمدرک لواجبه القيمي ومسؤوليته نحو مجتمعه سيكون قادرا على إنتاج رسالة إعلامية هادفة حتى في القالب الكوميدي الساخر. ويمكن أن نتعرض بإيجاز لهذه النظريات:

تمس الحياء العام، كما تغلب على القائم بالاتصال التوجهات الفكرية للقناة التي يبيت من خلالها البرنامج الساخر. وعلى الرغم من أن عينة الجمهور أظهرت موافقة على بعد إيجابي واحد يتعلق بمستوى الحرية السياسية، إلا أنها أكدت على بعدين سلبيين لأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية في البرامج المصرية الساخرة تمثلت في عمل بلبله للرأي العام، وحققت انقسامًا بين فئات الجماهير. أما النخبة فترى البعد السلبي يتركز على أنها تركز على التشهير ببعض الشخصيات في المجتمع مما يثير الكراهية ضدهم. ولم تظهر النتائج وجود علاقة إحصائية دالة بين كثافة تعرض الجمهور والنخبة الأكاديمية واتجاهاتهم نحو البرامج التلفزيونية الساخرة. أما في دراسة أمينة الرفاعي (2022) (30) جاءت أشكال خروج البرامج الساخرة عن المعايير المهنية باصطناع الأخبار وترويج الشائعات في المرتبة الأولى، ثم إهانة سلطات الدولة بالمرتبة الثانية كما جاءت أشكال خروج البرامج الساخرة محل العينة على أخلاقيات المهنة من خلال استخدام الألفاظ الإباحية بالمرتبة الأولى ثم استخدام حركات إباحية بالمرتبة الثانية.

الإطار النظري للدراسة:

وفقا لمسارات الممارسات المهنية في مختلف الأنظمة الإعلامية من النظام السلطوي وحتى الآن ظهرت العديد من النظريات التي حاولت تفسير الإطار الأخلاقي لمهنة الإعلام. ويورد خبير الإعلام التونسي عبد الرحمن عزي أن العلاقة بين النظامين الأخلاقي والإعلامي تأخذ عدة أشكال ومنها تنطلق الأطر النظرية للعلاقة بينهما:

1- نظرية المسؤولية الاجتماعية:

نستطيع القول أن الاعتبارات الأخلاقية لم تظهر بشكل فعلي إلا مع بروز نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام كرد على نظرية الحرية في النظم الليبرالية التي أفرزت كثيرا من الإشكاليات في الممارسة الصحفية، وهذا ما دعي إلى مراجعتها من قبل نخبة من الأكاديميين والمعنيين بالإعلام ورجال السياسة وقادة الرأي ومنهم لاسويل Harold laswell في الخمسينيات ولجنة حرية الصحافة أو لجنة هانشنز Henri Luce Commission التي أصدرت تقريرا مفصلا اعتبر مرجعا لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام. والتي اعتبرت أن الصحافة حرة من أي قيد، غير أن عليها طرح مضامينها للنقاش وأن تضع لنفسها ضوابط قبل أن تتدخل الدولة في سن ضوابط في المجال الثقافي خاصة. قد طرحت في نظرية المسؤولية الاجتماعية خمسة مبادئ أساسية تتمثل في الاتي (32):

- هناك التزامات على وسائل الإعلام تجاه المجتمع.
- الأخبار التي تقدمها وسائل الإعلام لا بد أن تكون صادقة ودقيقة وعادلة وموضوعية وتتصل بالمجتمع.
- ينبغي أن تكون وسائل الإعلام حرة ولكن يتم تطبيقها ذاتيا.
- لا بد أن تتبع وسائل الإعلام مواثيق أخلاقية متفق عليها وممارسة مهنية.
- في بعض الظروف؛ ربما تحتاج الحكومة إلى التدخل لحماية مصلحة الجمهور.

ما نركز عليه في هذا الطرح للمبدأ القائل بأن من مهام الصحافة الأساسية توضيح قيم المجتمع وغايته. وقد دخل المجال الأخلاقي بوصفه عنصرا بارزا نظرية تحمل في الأساس مرجعية اجتماعية. وترتب عن النظرية تدخل الدولة بوصفها مؤسسة ممثلة للمجتمع في الشأن الثقافي (وليس السياسي) مثل السياسات الخاصة بالعنف في التلفزيون والسينما، كما اسهمت في تنامي تحول الإعلام الغربي من النزعة الموضوعية المحايدة إلى إعلام تفسيري واستقصائي للإسهام في تبرير الجمهور المتلقي بالقضايا وسياساتها.

نظرية المسؤولية الاجتماعية تنادي ب:

- 1- ضرورة وجود التزام ذاتي من جانب الإعلاميين بمجموعة المواثيق الأخلاقية التي تستهدف تحقيق التوازن بين حرية الإعلام ومصصلحة المجتمع.
- 2- يتمثل الضابط الأخلاقي والقانوني الذي يوجه عمل وسائل الإعلام في ضرورة تقديمها لتغطية إخبارية ومعالجة إعلامية للموضوعات والأنشطة والقضايا المختلفة في إطار من الموضوعية والتوازن في عرض الحقائق والمعلومات والأفكار والآراء التي من شأنها تدعيم الديمقراطية ومشاركة الرأي العام في الأحداث الجارية إضافة إلى أن هذه الوسائل تقوم بدور النائب الذي ينوب عن الجماهير في التعبير عن اهتماماتهم واحتياجاتهم المختلفة.
- 3- تقتضي المسؤولية الاجتماعية أن تراعى تلك الوسائل عادات وتقاليد المجتمع وأعرافه

الدعوات إلى إعادة المجال الأخلاقي بقوة إلى مجال الإعلام فظهرت خارج السياق الغربي نظرية الحتمية القيمية في الإعلام التي تدرس الظاهرة الإعلامية بمختلف مكوناتها (المرسل - المحتوى - المتلقي - السياق الاجتماعي والحضاري) انطلاقاً من معيار القرب أو البعد عن القيمة

ويتضمن النظام الأخلاقي ثلاث مستويات:

- (مستوى الفكر الأخلاقي) ويشمل فلسفة الأخلاق عامة.

- (مستوى الضمير الأخلاقي) ويتضمن أولاً نظرية الواجبات الأخلاقية الضرورية ونظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية بوصفها نظرية فرعية عن النظرية القيمية

- (مستوى الممارسة الأخلاقية) ويشمل واقع الممارسة الإعلامية ومواثيق الشرف أو ما يسميه كاتفورد بالأخلاق التطبيقية Practical ethics في الممارسة الإعلامية.

وتعطي هذه النظرية في الإعلام أولوية القيمي على الوضعي والواقعي والذي غالباً ما يكون مشوهاً بفعل ابتعاده عن القيمية. ويدخل في ذلك إضفاء صبغة الإنسانية على الآخر باعتبارها صفة مشتركة بين البشر، وكذلك احترام الجمهور بتقديم المادة الإعلامية التي تقدر من قيمته وترفع من شأنه، إذ من وظائف الإعلام التي تقترحها نظرية الحتمية القيمية قدرة الإعلام على إضافة القيم للآخرين بحيث يصبح هؤلاء أكثر قيمة لأنفسهم للآخرين (34).

3- نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة

الإعلامية (35):

بالإضافة إلى الحفاظ على سلامة المجتمع وصيانة مقدراته

4- ان نظرية المسؤولية الاجتماعية تتصل بالضوابط الأخلاقية والقانونية وضرورة احترام وسائل الإعلام لخصوصية الأفراد وحياتهم الخاصة وعدم تشكيل الرأي العام ضد المتهم قبل صدور حكم القضاء.

5- حماية الآداب العامة ضد الأعمال الفاحشة وارتكاب الرذيلة وبقظة الضمير الإعلامي في حدود المسؤولية الاجتماعية

6- الإحساس بالقيم المهنية للإعلاميين ومراعاة احترام حق الأفراد في الخصوصية باعتبارها أحد الحقوق المدنية التي ينبغي أن تحافظ عليها وسائل الإعلام.

وكما يرى فيري: فإن المسؤولية الاجتماعية في الإعلام وإن لم تكن نظرية متطورة، فإنها تمثل مقاربة مقنعة وتؤكد على قيمة الحرية من تدخل الحكومة والالتزام بالمصلحة العامة وأخلاقياً؛ فإن إسهامات النظرية تكمن في جعل المجتمع أو بشكل أدق الجمهور عنصراً أساسياً في اتخاذ القرارات الأخلاقية خاصة على المؤسسات الإعلامية الكبرى (33).

2- نظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

والتي ظهرت في ثمانينيات القرن الماضي انطلاقاً من الانتقادات التي وجهت إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية وأهم نقد أخلاقي وجه للنظرية اعتبار مفاهيم حق الجمهور في المعرفة وحق الجمهور في الوصول إلى وسائل الإعلام والإعلام بوصفه سلطة رابعة أساطير ليبرالية تعيق حرية الصحافة لذا زادت

وترتكز النظرية على اربعة مبادئ تسمح بالارتقاء بالعمل الإعلامي:

- 1- منع الضرر عن الآخرين.
- 2- إضفاء قيم إضافية على الآخر (المتلقي) للارتقاء به.
- 3- تقديم العون للمتضررين والمحتاجين.
- 4- تشجيع ممارسة النقد البناء، لأن النقد الهادف يسعى إلى الإصلاح وطرح البديل بالاعتماد على الحقائق من خلال تصوير التجاوزات والنقائص بكل صدق.

فروض الدراسة:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الإعلاميين نحو مستوى التزام البرامج الساخرة في الفضائيات اليمينية بالمعايير المهنية الأخلاقية خلال تناولها للأحداث في اليمن وفقاً لمتغير حجم المتابعة للبرامج الساخرة.
- 2- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية بين اتجاهات الإعلاميين اليمينيين لمستوى التزام البرامج الساخرة في الفضائيات اليمينية بأخلاقيات المهنة وحجم التعرض لها.
- 3- توجد علاقة دالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين (عينة الدراسة) نحو التزام البرامج الساخرة بالأخلاقيات المهنية، وبعض المتغيرات الديموغرافية الهامة (العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي) وسنوات الخبرة.
- 4- توجد علاقة دالة إحصائية بين اتجاهات الإعلاميين اليمينيين نحو تناول للأزمة اليمينية

تعد نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية التي بلور نسقها النظري د. عبد الرحمن عزي⁴ واعتبرها متفرعة ضمن نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ويمكن اعتبار هذه النظرية أداة ومرجعاً في اتخاذ القرارات في الممارسات الإعلامية، وتعني نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية أن المرجعية في أخلاق الإعلام حضارية مستمدة من المصادر التراثية ذات الأساس الروحي بشكل عقلائي متجدد ذي صبغة عالمية. لذا فإن المرجعية في معرفة ما هو أخلاقي، وما هو غير أخلاقي هو التفكير العقلائي المحض والتقاليد المكانية المختلفة. لذا يتعين على الصحفي والإعلامي أن يستحضر المبادئ في كل ممارساته، وأن يسأل نفسه دائماً هل ما أكتبه أو أصوره أو أعطيه أو أذيعه أو أنشره أخلاقي؟ هل ما ينتجه يضع الآخرين في موقف سلبي من دون حق؟ هل كل ما أنتجه لا يشوه الحقائق؟ هل ما أنتجه يتم عن حسن نية؟ هل هناك مصلحة شخصية أنانية فيما أنتجه مثل البحث عن الشهرة والإثارة؟ هل ما أنتجه يفيد الآخرين أم يضرهم؟ لذا فإن الكثير من القرارات في الممارسة الإعلامية تكون نتيجة قرار سريع أو متسرع وليس نتيجة تأمل وتفكير عقلائي في تقديم إجابة أخلاقية متأنية. ويتوزع الواجب الأخلاقي بمستويات مختلفة وفق موقع كل طرف من المسألة الأخلاقية التي يكون فيها الصحفي حلقة أولية تكبر فتمد لساق العمل بالمؤسسات الإعلامية الكبرى التي يقع على عاتقها هي أيضاً الواجب في اتخاذ قرارات أخلاقية قيمة في سياساتها وممارساتها القيمة.

⁴ عبد الرحمن عزي أكاديمي؛ وباحث إعلامي جزائري.

في البرامج الساخرة وتقييمهم لتأثيراتها المحتملة على الجمهور اليمني.

متغيرات الدراسة:

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

المتغير المستقل	المتغيرات الوسيطة	المتغيرات التابعة
اتجاهات الإعلاميين نحو التناول الإعلامي للأزمة اليمنية في البرامج الساخرة	- (النوع، التعليم، المستوى الاقتصادي والاجتماعي). -سنوات الخبرة -المجال الإعلامي الذي يعمل فيه المبحوث -حجم المتابعة للبرامج الساخرة.	اتجاهاتهم نحو التأثيرات المحتملة للبرامج الساخرة.

- **الاتجاه:** تعد الاتجاهات من المفاهيم التي لها عدة دلالات حسب نسق استعمالها. وينظر إلى الاتجاهات على أنها أفكار تتولد لدى الفرد أو الجماعة حول ما هو مرغوب فيه أو غير مرغوب فيه بالنسبة لأمر محددة وتوثر هذه الأفكار على سلوكهم نحو هذا الأمر، ويمكن القول إن الاتجاه هو ميل مستقر إلى حد كبير للاستجابة بطريقة متسقة لبعض الأشياء والمواقف والأفراد أو مجموعة معينة من الأفراد وتتضمن الاتجاهات مجموعة من المشاعر والعواطف موجّهة لأهداف معينة.

- **المعايير المهنية الأخلاقية للإعلام:** هي منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الإعلاميين خلال عملهم الإعلامي، وتعرف بأنها مجموعة المبادئ والقيم ومعايير الجماعة للسلوك المقبول وهي مشتقة من العادات والأعراف الموجودة في مجتمع ما. بمعنى آخر هي مجموعة القيم والمعايير التي يعتمدها أفراد مهنة ما للتمييز بين ما هو خاطئ، وكذلك بين ما هو مقبول فهي تمثل مفهوم الصواب والخطأ في السلوك المهني ولتحقيق ذلك يتم وضع ميثاق يبين هذه القيم والمعايير والمبادئ وكذلك قواعد السلوك والممارسة.

- **البرامج الساخرة:** مضامين اعلامية تلفزيونية، تحمل رسالة اتصالية ذات شكل ومضمون درامي أو لا درامي أو كليهما معا، تتخذ السخرية والتهكم اسلوبا في نقد الظواهر الحياتية سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو فكرية لدى الأفراد والمؤسسات، بهدف مقاومتها لأغراض رقابية وتحذيرية وتقويمية وترفيهية بأسلوب يثير الضحك أو السخف أو كليهما معا لدى المتلقي في إطار زمني محدد.

- **الأزمة اليمنية:** وهي تشمل كل الموضوعات والأحداث المتعلقة بالصراع والأوضاع المتأزمة في اليمن وما يتعلق بها من مواقف السياسيين أو تأثيرات على مستوى الأفراد والمجتمع ويتم عرضها خلال البرنامج الساخر.

منهجية الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المسحية، كونها تهتم بوصف محتوى إعلامي

7	14	5 سنة فأكثر	
0.5	1	أقل من الثانوية	المستوى التعليمي
1	2	ثانوية عامة أو ما يعادلها	
62	124	مؤهل جامعي	
36.5	73	دراسات عليا	
21.9	52	محطة تلفزيونية	الوسيلة الإعلامية التي يعمل فيها
16.1	38	محطة إذاعية	
16.1	38	صحف	
13.9	33	شركات إنتاج أو دعاية وإعلان	
32	76	مواقع ومنصات إلكترونية	
80	160	تخصص إعلام	التخصص
16.5	33	تخصص غير إعلام	
3.5	7	لم يحدد	
62.5	125	منخفض	المستوى الاجتماعي الاقتصادي
24	48	متوسط	
13.5	27	مرتفع	
100	200	إجمالي العينة	

أدوات جمع البيانات:

صحيفة استقصاء للإعلاميين المبحوثين تم توزيعها إلكترونياً، بالإضافة لمجموعات النقاش المركزة لعينة من الإعلاميين (كأداة بحثية كيفية استطلاعية ساعدت في تحديد محاور الدراسة وحدودها واعداد استمارة البحث).

اختبارات الصدق والثبات:

1. اختبار الصدق:

(البرامج الساخرة) والذي بدأ بالانتشار في القنوات التلفزيونية اليمنية والعربية إجمالاً وتحليل مدى التزامها بالمعايير الأخلاقية من وجهة نظر القائم بالاتصال المنتج لهذا المحتوى، بهدف الوصول إلي نتائج علمية، تقيد في توجيه السياسات الإعلامية لهذا النوع من البرامج وتنظيم العمل الإعلامي فيها.

مجتمع الدراسة واختيار العينة:

يحدد مجتمع الدراسة في شريحة الإعلاميين اليمنيين بفئاتهم الثلاثة (دارسي إعلام، أكاديمي الإعلام، العاملين في الإعلام بمختلف وسائله، في جميع المحافظات اليمنية، وكونها عينة متجانسة فقد تم توزيع الاستبيان على حوالي 200 إعلامي بأسلوب العينة المتاحة. وقد تم توزيع الاستبيان إلكترونياً، حتي يتمكن الإعلاميين من مختلف المحافظات اليمنية والأطراف السياسية والاجتماعية المشاركة في تقييم تجربة البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية وقد توزعت العينة وفق المتغيرات في الجدول التالي:

جدول (1) توزيع المبحوثين عينة الدراسة وفقاً

للمتغيرات الديموغرافية

النوع	المتغيرات الديموغرافية	
	النسبة والتكرار	ك %
النوع	ذكر	166 83
	أنثى	34 17
العمر	من 20 سنة . إلى أقل من 30 سنة	66 33
	من 30 سنة . إلى أقل من 40 سنة	63 31.5
	من 40 سنة . إلى أقل من 50 سنة	57 28.5

(الجمهور) جاءت ما بين جيدة جداً وممتاز، وهذا يدل على الاتساق العام الممتاز بين البيانات.

نتائج الدراسة الميدانية

1-معدل تعرض الإعلاميين للبرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية

جدول رقم (2) توزيع المبحوثين (عينة الدراسة) طبقاً لحجم التعرض للبرامج الساخرة

التي تعرضها الفضائيات اليمنية أو المواقع الإلكترونية

م	التكرار والنسبة حجم التعرض	التكرار	النسبة
1	مرتفع	16	8
2	متوسط	101	50.5
3	منخفض	83	41.5
	الإجمالي	200	100

من خلال بيانات الجدول يتضح أن أكثر من نصف المبحوثين يتعرضون للبرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية بدرجة متوسطة ونسبة 50.5%، ثم التعرض المنخفض لدى 41.5% في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الأخيرة ونسبة ضئيلة يأتي التعرض المرتفع لدى 8% من أفراد العينة. وإجمالاً يظهر تباين كبير في تعرض فئات الإعلاميين للبرامج

ويقصد به صلاحية الاستمارة لتحقيق الهدف الذي صممت من أجله، ولتحقيق ذلك تم صياغة الاستمارة، ومراجعتها، ومن ثم عرضها على عدد من المحكمين⁵، والأخذ بملاحظاتهم، وتصميم التعديل النهائي للاستمارة على ضوء تلك التعديلات، وبعد ذلك تأتي الخطوة الثالثة والمتمثلة في عمل اختبار قبلي للاستمارة، والذي يتم عن طريق توزيع الاستمارة على (20) مفردة بنسبة (10%) من إجمالي حجم العينة، وهي النسبة التي يوصي بها خبراء مناهج البحث في هذا المجال، وقد أثبت الاختبار دقة الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق.

كما تم إجراء اختبار التوزيع الطبيعي⁶ أو اختبار معامل الثبات⁷.

2- معامل الثبات:

وتعتبر قيمة معامل ألفا كرونباخ 0.70 وما فوق جيدة، ويمكن قبول القيمة ما بين 0.60 و0.70 في البحوث الاستكشافية⁽⁸⁾. ويلاحظ من بيانات الجدول بأن قيمة ألفا كرونباخ للأبعاد مجتمعة (0.95) جيدة وتعكس اتساق ممتاز بين البيانات، وعلى مستوى المتغيرات، نلاحظ بأن قيمة ألفا كرونباخ للمتغيرات (معدل المتابعة، وأسباب ظهور البرامج الساخرة، وموضوعات البرامج الساخرة، ومدى التزام البرامج الساخرة بالأخلاقيات، ومستوى التجاوزات الأخلاقية في البرامج الساخرة، وتأثيرات البرامج الساخرة على

من أن بيانات المتغيرات تتوزع توزيعاً طبيعياً، وبالتالي سيتم استخدام الاختبارات الاحصائية المعلمية في اختبار فروض الدراسة.

⁷ ملحق جدول تفصيلي (2)

(⁸) Hair, J.F.; Black W.C.; Babin, B. J. and Anderson, R.E., **Multivariate Data Analysis**. Seventh Edition. Pearson New International Edition. USA, Pearson Education Limited (2014). P. 91,123.

⁶ ملحق جداول تفصيلي (1) اختبار التوزيع الطبيعي، حيث ظهر أن قيم الإلتواء Skewness تراوحت بين (-0.20 و 0.574)، وتراوحت قيم التفرطح Kurtosis بين (0.7584 و 2.322)، وتقع هذه القيم دون مستوى حدود القطع الموصى به والذي يساوي (2) بالنسبة للإلتواء، و (7) بالنسبة للتفرطح (Curran et al., 1996))، وبناء على ذلك تم التأكد

قناة سهيل الاخوانية ثم يمن شباب وقناة بلقيس اللتين تقاربهما في التوجه السياسي (قد حظى بنسبة المشاهدة الاعلى لدى الإعلاميين اليمنيين بوزن نسبي (66.13) ومتوسط حسابي (1.65) ، يأتي في الترتيب الثاني وبمتوسط (1.56) برنامج رئيس الفصل للمذيع نفسه ، في الترتيب الثالث يأتي برنامج غاغة (الذي يقدمه الأضرعي) على قناة سهيل الاخوانية بمتوسط حسابي (1.41)، يأتي برنامج نشرة غسيل على قناة بلقيس في المرتبة الرابعة (0.68) وفي المرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي (0.53) برنامج مع معجب في قناة الساحات الموالية لجماعة انصار الله يليه برنامج امسك نفسك في قناة الغد المشرق الموالية للمجلس الانتقالي الجنوبي .في المرتبة السادسة وبمتوسط حسابي (35.88) .

وإجمالاً نلاحظ ان تصدر برنامجي عاكس خط يعود ربما لان هذا البرنامج كان السباق في خوض تجربة البرامج الساخرة في القنوات اليمنية في الفترة التي بدأت مساحة للقنوات المعارضة للتعبير وانتقاد

الساخرة التي رغم انتشارها في القنوات اليمنية. ويمكن أن نعزو ذلك لكون تجربة البرامج الساخرة لازالت ظاهرة جديدة على الفضائيات اليمنية وتحتاج فترة لتترسخ في المحتوى الإعلامي للفضائيات اليمنية وتكون محتو يقنع فئة جماهيرية خاصة كالإعلاميين بالإضافة لطبيعة الإعلاميين الاتصالية لمواقع التواصل والمنصات الرقمية بنسبة أعلى كما اكدت عليه العديد من الدراسات. وهذه ما تؤكد الجدول التفصيلية⁹ أن الإعلاميين اليمنيين غالباً ما يتابعون هذا اللون البرامجي بشكل غير منتظم عبر ما تعرضه هذه القنوات في مواقعها الالكترونية.

وفي الجدول التالي تفصيل لحجم المتابعة لثمانية من البرامج الساخرة اليمنية التي ظهرت خلال الدراسة الاستكشافية وكانت الأعلى تعرضاً على اليوتيوب.

جدول رقم (3) توزيع الجمهور طبقاً

لمعدل متابعتهم للبرامج اليمنية الساخرة من خلال بيانات الجدول يتضح ان برنامج عاكس خط (الذي يقدمه محمد الربع الذي كان يقدم سابقاً في

9 . ملحق جداول تفصيلية على الرابط

جدول رقم (3) توزيع الجمهور طبقاً لمعدل متابعتهم للبرامج اليمنية الساخرة

الوزن المؤي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لم أتابعها إطلاقاً		أتابعها نادراً		أتابعها أحياناً		أتابعها دائماً		معدل المتابعة البرامج الساخرة	
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
66.13	0.945	1.65	12	24	32.5	65	34.5	69	21	42	عاكس خط (يقدمه محمد الربع أكثر من قناة)	1
63.88	1.064	1.56	20.5	41	27	54	29	58	23.5	47	رئيس الفصل (يقدمه محمد الربع قناة بلقيس)	2
35.63	0.766	0.43	72	144	16	32	9.5	19	2.5	5	الحاصل (أسعد الكامل قناة المسيرة)	3
60.13	1.047	1.41	24.5	49	28.5	57	29	58	18	36	غاغة (ويقدمه محمد الأضرعي على قناة سهيل)	4
38.13	0.750	0.53	61	122	27.5	55	9.5	19	2	4	مع معجب (يقدمه عبد الحافظ معجب في قناة الساحات)	5
41.88	0.844	0.68	53.5	107	29	58	14	28	3.5	7	نشرة غسيل (يقدمه عدنان الخصر في قناة بلقيس)	6
31.63	0.597	0.27	80	160	15	30	3.5	7	1.5	3	ليش كذا (يقدمه محمد ناصر قناة المهريّة)	7
35.88	0.754	0.44	69.5	139	20.5	41	7	14	3	6	امسك نفسك (تقدمه رويدا محمد قناة الغد المشرق)	8

جدول رقم (4) توزيع الجمهور طبقاً لدرجة موافقتهم على أسباب ظهور البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية

من خلال الجدول يرى الإعلاميون أن أبرز الأسباب لانتشار البرامج الساخرة في الفضائيات العربية جراتها في نقد الواقع السياسي بشكل لاذع (بمتوسط حسابي 2.46)، ثم يأتي نقدها اللاذع للشخصيات العامة والرموز السياسية والتي يصعب انتقادها في برامج أخرى (بمتوسط حسابي 2.37)، وفي المرتبة الثالثة يأتي طابعها الترفيهي المضحك غير التقليدي في مناقشة الأحداث المحلية (بمتوسط حسابي 78.17)، كما أن هذه البرامج ظهرت في الفضائيات العربية متأثرة بظهورها في الفضائيات العربية خاصة بعد أحداث الربيع العربي، كما يأتي بعد ذلك

الأوضاع وكان ذلك قبيل أحداث الربيع العربي بفترة بسيطة، وهذا ما جعل البرنامج يستطيع أن يخلق قاعدة جماهيرية للبرنامج ومذيعه. الملاحظة الأهم أن أهم البرامج الساخرة التي ظهرت في قنوات تابعة للأطراف السياسية اليمنية وكأنها أحد المضامين التي استخدمتها الأطراف المتصارعة في مواجهاتها مع خصومها السياسيين، بالمقابل نرى أن الاهتمام بالبرامج الساخرة يقل في القنوات التي عرفت عن نفسها بمستقلة أو محايدة. مما يشير أن هذا النوع من البرامج يأتي كأحد الإفرازات الإعلامية للأزمة والصراع في اليمن.

2-- تقييم الإعلاميين اليمنيين لتجربة البرامج

الساخرة في الفضائيات اليمنية:

جدول رقم (4) توزيع الجمهور طبقاً لدرجة موافقتهم على أسباب ظهور البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية

الأسباب	درجة الموافقة		معارض		محايد		أوافق		الوزن المئوي	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
1	طابعها الترفيهي المضحك غير التقليدي في مناقشة الأحداث المحلية	54	108	26.5	53	39	19.5	2.35	0.787	78.17
2	لجرائتها في نقد الواقع السياسي اليمني	60	120	26	52	28	14	2.46	0.729	82
3	تعطي معلومات حقيقية عن أحداث الصراع في اليمن وخلفياته وتداعياتها	27	54	38	76	70	35	1.92	0.785	64
4	أسلوب المذيع المسلي في التقديم وحركاته الفكاهية	44	88	36.5	73	39	19.5	2.25	0.760	74.83
5	أساليب الاخراج الفنية الشيقة والمبتكرة	28.5	57	41	82	61	30.5	1.98	0.770	66
6	استخدام فقرات غنائية ودرامية مسلية	45.5	91	29.5	59	50	25	2.21	0.816	73.5
7	لأنها تساعد في كشف الفساد وتفضح أطرافه، وتشكل رقيباً على أداء الحكومة والسلطة، والسلوكيات الاجتماعية	45.5	91	31	62	47	23.5	2.22	0.803	74
8	نقدھا اللاذع للشخصيات العامة والرموز السياسية والتي يصعب انتقادها في برامج اخرى	55.5	111	26	52	37	18.5	2.37	0.779	79
9	التعقيب الساخر على الممارسات الإعلامية في المحطات الأخرى	45.5	91	36.5	73	36	18	2.28	0.750	75.83
10	تعبر عن لسان حال الشعب وفئاته الجماهيرية المختلفة نحو السلطة ومؤسساتها	43	86	33	66	48	24	2.19	0.798	73
11	مواكبة لظهور هذه البرامج في الفضائيات العربية عقب أحداث ثورات الربيع العربي	50	100	30	60	40	20	2.30	0.783	76.67

في حد ذاتها خاصة انه تقييم صادر عن القائم بالاتصال ذاته .

جدول رقم (5) توزيع الجمهور طبقاً لآرائهم في الموضوعات التي تهتم الفضائيات اليمنية بطرحها في برامجها الساخرة

كما يوضح الجدول يرتب الإعلاميون اليمنيون القضايا والموضوعات التي تهتم البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية بطرحها كالاتي:

- أحبار الصراع والمعارك في اليمن والتي تستأثر بالترتيب الاول وبمتوسط حسابي (2.31)

اهتمام هذه البرامج برصد وانتقاد الممارسات الإعلامية في المحطات الاخرى خاصة للخصوم السياسيين. وتتابع أسباب اخرى منها ما يتعلق بأساليب المذيع الفكاهية الساخرة واساليب الاخراج الشيقة التي تستخدمها بعض المحطات اليمنية. ما يلفت في هذا الجدول هو ان السبب المتعلق بان هذه البرامج تعطي معلومات حقيقية عن أحداث الصراع في اليمن وخلفياته وتداعياتها اتى في اخر قائمة الأسباب ويشير هذا الى ان نسبة كبيرة من الإعلاميين اليمنيين لا ترى ان البرامج الساخرة قد تكون مصدراً للمعلومات الموثوقة حول الأحداث اليمنية، وهذه تشكل إشكالية

جدول رقم (5) توزيع الجمهور طبقاً لآرائهم في الموضوعات التي تهتم الفضائيات اليمنية بطرحها في برامجها الساخرة

الوزن المثوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا تهتم		تهتم بدرجة منخفضة		تهتم بدرجة متوسطة		تهتم بدرجة كبيرة		معدل التعرض الموضوعات
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
82.63	0.887	2.31	5.5	11	12	24	29	58	53.5	107	1 الصراع والمعارك في اليمن
66.5	0.990	1.66	15	30	26.5	53	36	72	22.5	45	2 الحصار الاقتصادي
78.25	0.921	2.13	7	14	15.5	31	35	70	42.5	85	3 ممارسات الزعماء السياسيين في الحكومة والقائمين على السلطة
72.75	0.978	1.91	10.5	21	21	42	35.5	71	33	66	4 ممارسات القادة العسكريين والوزراء
71.63	1.016	1.87	13	26	20	40	34.5	69	32.5	65	5 أزمة المشنقات النفطية واثارها على المواطنين
66.63	0.963	1.67	13	26	29.5	59	35.5	71	22	44	6 ممارسات اعلاميين في صحف ومحطات اخرى
78.63	0.953	2.15	7.5	15	16.5	33	30	60	46	92	7 السياسات الداخلية للخصم السياسي
74.5	0.967	1.98	9.5	19	19	38	35.5	71	36	72	8 التدخلات الخارجية لأطراف عربية واجنبية في اليمن والعمالة الداخلية لهم
73.25	0.980	1.93	10	20	21.5	43	34	68	34.5	69	9 المعتقدات الدينية للخصم السياسي
69.5	1.008	1.78	14	28	22	44	36	72	28	56	10 مشكلة انقطاع الرواتب في ظل ارتفاع الاسعار وانهيار العملة الوطنية
68.75	1.041	1.75	14.5	29	26	52	29.5	59	30	60	11 المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها المواطنين في ظل الاوضاع المتأزمة (في التعليم، الصحة...)
60.88	1.030	1.44	22	44	31	62	28.5	57	18.5	37	12 سلوكيات المواطنين ومعتقداتهم

- وتأتي التدخلات الخارجية لأطراف عربية واجنبية في اليمن خلال فترة الصراع في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (74.5)
- وتأتي المعتقدات الدينية للخصم السياسي في الترتيب الخامس، بمتوسط حسابي (73.25)

- وتأتي السياسات الداخلية للخصم السياسي في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (78.63)، ثم تأتي بنسبة مقارنة ممارسات الزعماء السياسيين في الحكومة والقائمين على السلطة في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (78.25)

في المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (1.96) يرى الإعلاميون أن البرامج الساخرة تعمل على هز الثقة بالرموز السياسية ومؤسسات الدولة.

في المرتبة الثالثة وبمتوسط حسابي (1.91) يرى الإعلاميون اليمنيون أن البرامج الساخرة تعزز الصور النمطية السلبية للأشخاص والجماعات في المجتمع.

في المرتبة الرابعة وبمتوسط حسابي (1.90) يرى الإعلاميون اليمنيون أن القالب الساخر في هذه البرامج يؤثر سلباً على الجماهير من خلال خلق نوع من الاستخفاف بالأحداث العامة والشؤون الوطنية. وبنسبة متقاربة يرى الإعلاميون اليمنيون أن البرامج الساخرة عززت في الفضائيات اليمنية خطاب الكراهية، والفرقة بين أبناء الوطن الواحد.

وكتأثيرات إيجابية يرى الإعلاميون في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (71.63) أن البرامج الساخرة شكل برامجي يعمل على التنفيس عن الرأي العام والتخفيف من القلق وحالة السخط العام. أنها البرامج الساخرة تعزز حرية التعبير والنقد البناء للواقع. وثم أنها البرامج الساخرة تساعد على تفعيل نشاط الجمهور وتفاعله الإيجابي مع الأحداث العامة.

الملاحظ أن تقييم المبحوثين لكون البرامج الساخرة تعمل على نشر الألفاظ والعبارات المبتذلة التي في الترتيب الأدنى وبمتوسط حسابي (1.60).

ويمكن القول أن تصدر التأثيرات السلبية للبرامج الساخرة تشير إلى أن الإعلاميين (القائم بالاتصال) يرون أن البرامج الساخرة كثيراً ما تسير في اتجاهات معاكسة لمصلحة الوطن والمواطن وتساهم في نشر خطاب الكراهية والفرقة بين اليمنيين خاصة خلال

- الملاحظ هنا أن القضايا الاجتماعية والاقتصادية وقضايا المواطنين تأتي في مستويات متأخرة في القضايا التي تطرحها البرامج اليمنية الساخرة، حتى أن الموضوعات الخاصة بسلوكيات المواطنين احتلت الاهتمام الأدنى وفق تقييم الإعلاميين. وهذا ما يؤكد على نتيجة الجدول السابق الذي يشير إلى أن اهتمام هذه البرامج يتركز على الأحداث والقضايا السياسية وانتقاد الرموز السياسية من الشخصيات والزعامات والمسؤولين خاصة أن معظم هذه البرامج تنتج في محطات تابعة أو موالية للأطراف الصراع في اليمن. وهذا الجانب يتعلق بمعيار مهني وأخلاقي هام يرتبط بالتوازن في اختيار القضايا وفق اهتمامات الجمهور والمصلحة الوطنية لعامة الشعب.

جدول رقم (6) تقييم الإعلاميين للتأثيرات المحتملة

للبرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية

تشير نتيجة الجدول إلى جانب هام في تقييمات الإعلاميين اليمنيين للتأثيرات المحتملة للبرامج الساخرة التي تعرضها الفضائيات اليمنية والتي ترى أن التأثيرات السلبية لهذا اللون البرامجي تفوق التأثيرات الإيجابية حيث برز تقييم الإعلاميين على النحو التالي:

في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (1.99) يرى الإعلاميون اليمنيون أن البرامج الساخرة تقدم معالجات سطحية للقضايا الوطنية تعمل على تشويش الجمهور وبناء رأي عام غير حقيقي نحوها.

جدول رقم (6) تقييم الإعلاميين للتأثيرات المحتملة للبرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية

الوزن المثوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا		نادراً		أحياناً		دائماً		معدل الالتزام البرامج الساخرة	
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
71	0.888	1.84	10	20	18.5	37	49	98	22.5	45	البرامج الساخرة تعزز حرية التعبير والنقد البناء للواقع	1
66	0.914	1.64	14	28	24	48	46	92	16	32	البرامج الساخرة تقدم تفسير واضح للأحداث الانية الجارية والشؤون العامة	2
70.5	1.011	1.82	15	30	16.5	33	40	80	28.5	57	البرامج الساخرة تساعد على التوعية السياسية بأساليب مسلية بعيدة عن جدية البرامج التقليدية	3
74.75	0.924	1.99	8.5	17	17.5	35	40.5	81	33.5	67	المعالجات السطحية للقضايا الوطنية في البرامج الساخرة تعمل على تشويش الجمهور وبناء رأي عام غير حقيقي نحوها	4
72.5	0.891	1.90	7.5	15	22.5	45	42.5	85	27.5	55	القلب الساخر في هذه البرامج يؤثر سلبي على الجماهير من خلال خلق نوع من الاستخفاف بالأحداث العامة والشؤون الوطنية	5
73.88	0.909	1.96	8.5	17	18	36	43	86	30.5	61	البرامج الساخرة تعمل على هز الثقة بالرموز السياسية ومؤسسات الدولة	6
69.75	0.990	1.79	13.5	27	21	42	38.5	77	27	54	البرامج الساخرة تساعد على تفعيل نشاط الجمهور وتفاعله الإيجابي مع الأحداث العامة	7
71.63	0.965	1.87	10.5	21	22.5	45	37	74	30	60	شكل برامجي يعمل على التنفيس عن الرأي العام والتخفيف من القلق وحالة السخط العام	8
65	0.919	1.60	12	24	34	68	36	72	18	36	البرنامج الساخر ينشر العبارات والألفاظ المبتذلة	9
72.38	0.999	1.90	12	24	19.5	39	35.5	71	33	66	عززت البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية خطاب الكراهية، والفرقة بين ابناء الوطن الواحد	10
66.63	0.958	1.67	15	30	23	46	42.5	85	19.5	39	تساعد البرامج الساخرة على كشف واصلاح مواطن الخلل والفساد في المجتمع	11
67.63	0.939	1.71	12.5	25	25.5	51	41	82	21	42	تساعد البرامج الساخرة على توجيه الراي العام لقضايا هامة تمس المجتمع خاصة في الوضع المتأزم الذي تعيشه اليمن	12
72.75	0.886	1.91	8	16	20	40	45	90	27	54	تعزز البرامج الساخرة والصور النمطية السلبية للأشخاص والجماعات في المجتمع	13

بمتوسط (1.66) ، بالإضافة الى استخدام مقدمي البرامج الساخرة لغة جسد لائقة والتعامل مع الضيوف باحترام بمتوسطين حسابيين (1.46، 1.42) على الترتيب .

ووفق النتائج يأتي الالتزام بالأخلاقيات في اختيار القضايا في المرتبة الثانية حيث نجد أن الإعلاميين اليمنيين يرون أن مضامين البرامج الساخرة تتسع لجميع الجوانب التي تمس حياة المواطن اليمني. (السياسية والاقتصادية والاجتماعية والصحية والتعليمية.... الخ)، كما أنهم يرون أن هناك التزاماً نسبياً بمعيار التوازن في اختيار موضوعات تنطلق من اهتمامات الشارع اليمني وتلبي احتياجاته من المعرفة والفهم لما يدور على الساحة الوطنية بمتوسط (1.36) وانها تستبعد الموضوعات التي تثير الفوضى المجتمعية و النعرات الطائفية والحزبية والاختلافات بين ابناء الوطن الواحد (1.27) ، ثم حرص هذه البرامج على الحقيقة ومصداقية المعلومات المطروحة ()

في المرتبة الثالثة تأتي الالتزام بالمعايير الأخلاقية في المعالجات المقدمة والتي تبرز في التركيز على نقد الافعال والسلوكيات بهدف الاصلاح والتصحيح، والذي أتى في المقدمة بمتوسط حسابي (1.16) ثم احترام خصوصية البلد واديانه ورموزه الوطنية بمتوسط حسابي (1.10) ثم في الحرص على الحقيقة ومصداقية المعلومات المطروحة بمتوسط (1.07).

ومن خلال قراءة الجدول من خانة المعايير التي لم يتم الالتزام بها نجد ان كان إتاحة حق الرد أكثر معيار لم يتم الالتزام به وفق تقييم الإعلاميين بنسبة 43%، ثم يأتي معيار الابتعاد عن المصلحة الشخصية او

الفترة المتأزمة التي تمر بها البلاد. رغم انها تعزز من حرية التعبير وترفع مستوى معارف الجمهور بالعديد من الاحداث والشؤون الجارية وهذا الأمر يتعلق في جانب كبير مهم بأخلاقيات المهنة والتجاوزات التي تحصل فيها، مما يحيد برسالة البرامج الساخرة عن رسالتها الإيجابية في تعزيز قيم الحرية المسؤولة والمصداقية والنقد البناء لمختلف الازواضع الاجتماعية مما يسهم في كشف واصلاح مواطن الخلل والقصور . وهذا يقودنا للتساؤل المحوري في هذه الدراسة حول مدى التزام القائمين على هذه البرامج بالأخلاقيات المهنية والمسؤولية الاجتماعية خاصة في اوقات الازمات والصراع الدائر في اليمن وهو ما سيركز عليه المحور البحثي التالي.

ثالثاً: الأخلاقيات المهنية في البرامج اليمنية الساخرة:

1- مستوى التزام البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية بأخلاقيات المهنة:

جدول رقم (7) توزيع المبحوثين طبقاً لتقييمهم لمدى التزام البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية بالأخلاقيات المهنية خلال مناقشتها للأوضاع المتأزمة في اليمن

كما يتضح من الجدول يرى الإعلاميون اليمنيون ان الالتزام الابرز في أخلاقيات المهنة والمعايير الأخلاقية كانت في جوانب التقديم والايخارج الفني للبرنامج حيث ظهر تقييمهم لمستوى توظيف المؤثرات المرئية والرقمية في عرض الموضوعات بشكل فاعل في المرتبة الاولى بمتوسط حسابي (1.70)، واستخدامها التصوير المحترف والمونتاج الجذاب

جدول رقم (7) توزيع المبحوثين طبقاً لتقييمهم لمدى التزام البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية بالأخلاقيات المهنية خلال مناقشتها للأوضاع المتأزمة في اليمن

الوزن المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا تلتزم		تلتزم بدرجة منخفضة		تلتزم بدرجة متوسطة		تلتزم بدرجة كبيرة		معدل الالتزام	الأخلاقيات
			%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
56.75	0.895	1.27	22	44	37	74	33	66	8	16	التوازن في اختيار موضوعات تتطرق من اهتمامات الشارع اليمني وتلبية احتياجاته من المعرفة والفهم لما يدور على الساحة الوطنية	أخلاقيات اختيار القضايا
59	0.902	1.36	18.5	37	37.5	75	33.5	67	10.5	21	تتسع مضامين البرامج الساخرة لجميع الجوانب التي تمس حياة المواطن اليمني. (السياسية والاقتصادية والاجتماعية والصحية والتعليمية الخ)	
51.5	0.975	1.06	36	72	30.5	61	25	50	8.5	17	استبعاد الموضوعات التي تثير الفوضى المجتمعية والنعرات الطائفية والحزبية والاختلافات بين أبناء الوطن الواحد	
47.5	0.913	0.90	41	82	34	68	19	38	6	12	الابتعاد عن المصلحة الشخصية أو مصالح بعض أطراف الصراع والاحتكام للمصلحة الوطنية للشعب	
51.88	0.925	1.07	32	64	37.5	74	23.5	47	7.5	15	الحرص على الحقيقة ومصداقية المعلومات المطروحة	
49.38	1.092	0.98	37	74	35	70	21.5	43	6.5	13	الحرص على الموضوعية والحيادية في مناقشة الموضوعات التي يتم انتقادها وطرح كل جوانب الموضوع وأطرافه بتوازن	
52.5	0.924	1.10	31	62	35	70	27	54	7	14	احترام خصوصية البلد واديانه ورموزه الوطنية	

54	0.985	1.16	30.5	61	34	68	24.5	49	11	22	التركيز على نقد الأفعال والسلوكيات بهدف الإصلاح والتصحيح	أخلاقيات المعالجة الإعلامية
49.5	0.935	0.98	37	74	35.5	71	20	40	7.5	15	احترام تعدد الآراء وتعزيز ثقافة الاختلاف القائم على الاحترام المتبادل	
50	0.897	1.00	34	68	38	76	22	44	6	12	حماية الاستقرار الداخلي، والسلام الاجتماعي	
50	0.962	1.00	37.5	75	33.5	67	20.5	41	8.5	17	إيضاح مصادر الأخبار والمعلومات التي يطرحها البرنامج	
46.88	0.929	0.88	43.5	87	32	64	18	36	6.5	13	اتاحة حق الرد	
51	0.955	1.04	35	70	34.5	69	22	44	8.5	17	الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والانطلاق من المصلحة الوطنية العامة	
53.75	0.971	1.15	31	62	32.5	65	27	54	9.5	19	التقديم بأساليب لبقة تحترم الضيوف والجمهور	أخلاقيات التقديم والخراج الفني
58.75	1.021	1.35	26	52	27.5	55	32	64	14.5	29	استخدام لغة مناسبة مفهومة، تلتزم الفاظها بالأخلاق والآداب العامة	
61.5	0.945	1.46	17	34	35	70	33	66	15	30	استخدام لغة جسد لائقة	
60.38	0.893	1.42	16.5	33	36.5	73	36	72	11	22	التعامل مع الضيوف (ان وجدوا) باحترام	
66.5	0.959	1.66	12.5	25	31	62	34.5	69	22	44	استخدام التصوير المحترف والمونتاج الجذاب	
67.5	0.951	1.70	12.5	25	27	54	38.5	77	22	44	توظيف المؤثرات المرئية والرقمية في عرض الموضوعات بشكل فاعل	
54.25	0.952	1.17	28.5	57	35.5	71	26.5	53	9.5	19	احترام أخلاقيات النشر للصور ومشاهد الفيديو خاصة صور القتلى والموتى وماسي المواطنين	

بنسبة 37.5%. وبمقياس تجميعي لمجمل العبارات التي تقيس مستوى التزام البرامج الساخرة في

مصالح بعض أطراف الصراع والاحتكام للمصلحة الوطنية للشعب بنسبة 41%، ثم معيار توضيح مصادر الأخبار والمعلومات التي يطرحها البرنامج

حسابي (1.60) وكلا البرنامجين يقدمهما محمد الربيع، ثم يأتي برنامج غاغة على قناة سهيل في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (1.18)، ثم برنامج نشرة غسيل على قناة بلقيس في المرتبة الرابعة بمتوسط (45.13)، وفي المرتبة الخامسة يأتي برنامج معجب. وتعزو الباحثة ان إصدار الإعلاميين لأحكامهم في مدى الالتزام الأخلاقي للبرامج الساخرة التي يتابعونها لم تكن موضوعية اذ غالبا ما تتأثر بمواقفهم السياسية من أطراف الصراع في اليمن.

جدول رقم (10) توزيع الجمهور طبقاً لتقييمهم لمستوى التجاوزات الأخلاقية والمهنية التي تمارس في البرامج اليمنية الساخرة

من خلال الجدول يتضح ان الإعلاميين يقيمون التجاوزات في أخلاقيات المهنة التي تجرى في البرامج اليمنية الساخرة في الجوانب الآتية : أولاً في اختيار الموضوعات والقضايا وفق أجندة المحطة ومصالحه الجهة التي تتبعها القناة بمتوسط حسابي (2.44) ، ثم تاليا تحويل البرنامج لمنبر في المعركة السياسية بين أطراف الصراع في اليمن بمتوسط حسابي (2.39) ، ثم في التحيز والعمل على الدعاية السياسية لبعض أطراف الصراع بمتوسط حسابي (2.30) ، ثم في الشخصنة للموضوعات، والتركيز على الاشخاص دون الافكار والممارسات (2.25). ثم في الاقتطاع من السياق لإظهار الموضوعات في اتجاهات مختلفة عن حقيقتها في الواقع . ونلاحظ من خلال الجدول ان اقل التجاوزات التي ترتكب في البرامج اليمنية الساخرة كان في استخدام عبارات وألفاظ بذينة وإشارات تخدش

الفضائيات اليمنية بالأخلاقيات المهنية نخلص إلى النتيجة التالية:

جدول (8) تقييم الإعلاميين لمستوى التزام البرامج الساخرة بالأخلاقيات المهنية

م	التكرار والنسبة درجة الالتزام	التكرار	النسبة
1	تلتزم بدرجة كبيرة	29	14.5
2	تلتزم بدرجة متوسطة	75	37.5
3	تلتزم بدرجة منخفضة	85	42.5
4	لا تلتزم	11	5.5
الإجمالي		200	100

يتضح أن اغلب الإعلاميين وبنسبة 42.5% يرون ان مستوى الالتزام بالأخلاقيات في البرامج الساخرة مستوى متدني، أما 37.5% فيرون مستواه متوسط، اما 14.5% فيرونه مستوى مرتفع. ومن خلال الجدول التالي يتضح تقييم الإعلاميين لأهم البرامج الساخرة التي تعرضها الفضائيات اليمنية ومنصاتها الالكترونية.

جدول رقم (9) توزيع الجمهور طبقاً لتقييمهم لمدى التزام البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية بالأخلاقيات المهنية بشكل عام

وفقا لتقييم الإعلاميين اليمنيين من خلال الجدول يتضح أن البرامج اليمنية الساخرة تترتب وفق التزامها بالأخلاقيات المهنية كالتالي: برنامج رئيس الفصل يأتي في المرتبة الاولى بمتوسط حسابي (1.62) ثم يأتي برنامج عاكس خط في المرتبة الثانية بمتوسط

جدول رقم (9) توزيع الجمهور طبقاً لتقييمهم لمدى التزام البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية بالأخلاقيات المهنية بشكل عام

الوزن المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لم أتابعه		بدرجة منخفضة		بدرجة متوسطة		بدرجة عالية		معدل الالتزام البرامج الساخرة
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
65	0.930	1.60	13.5	27	30.5	61	38.5	77	17.5	35	عاكس خط (يقدمه محمد الربع أكثر من قناة)
65.5	1.040	1.62	18	36	26	52	32	64	24	48	رئيس الفصل (يقدمه محمد الربع قناة بلقيس)
42	0.906	0.68	57.5	115	21.5	43	16.5	33	4.5	9	الحاصل (أسعد الكامل قناة المسيرة)
54.38	0.905	1.18	25.5	51	39.5	79	27	54	8	16	غاغة (ويقدمه محمد الأضري على قناة سهيل)
40.5	0.830	0.62	56	112	30.5	61	9	18	4.5	9	مع معجب (يقدمه عبد الحافظ معجب في قناة الساحات)
45.13	0.949	0.81	52	104	20	40	23.5	47	4.5	9	نشرة غسيل (يقدمه عدنان الخضر في قناة بلقيس)
36.63	0.763	0.47	69.5	139	15	30	15	30	0.5	1	ليش كذا (يقدمه محمد ناصر قناة المهرية)
38.13	0.776	0.53	63	126	23.5	47	11.5	23	2	4	امسك نفسك (تقدمه رويدا محمد قناة الغد المشرق)

جدول رقم (10) توزيع الجمهور طبقاً لتقييمهم لمستوى التجاوزات الأخلاقية والمهنية التي تمارس في البرامج اليمنية الساخرة

الوزن المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا توجد		بدرجة منخفضة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		مستوى التجاوزات
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
73.88	0.937	1.69	8	16	22	44	36.5	73	33.5	67	عدم تحرى الدقة ونشر الشائعات والأكاذيب، وتزييف حقيقة ما يحدث في اليمن
85.88	0.830	2.44	3	6	13	26	21.5	43	62.5	125	اختيار الموضوعات والقضايا وفق اجندة المحطة ومصالحه الجهة التي تتبعها.
84.63	0.866	2.39	6	12	7.5	15	28.5	57	58	116	تحويل البرنامج لمنبر في المعركة السياسية بين أطراف الصراع في اليمن
81.25	0.912	2.25	7.5	15	9.5	19	33.5	67	49.5	99	الشخصنة للموضوعات، والتركيز على الأشخاص دون الأفكار والممارسات.

77	0.963	2.08	9	18	15.5	31	34	68	41.5	83	استخدام النقد للمنفعة الشخصية أو لصالح جهة من الجهات
79.63	0.903	2.19	6	12	15	30	33.5	67	45.5	91	الاقطاع من السياق لإظهار الموضوعات في اتجاهات مختلفة عن حقيقتها في الواقع
82.38	0.890	2.30	6	12	11	22	30.5	61	52.5	105	التحيز والعمل على الدعاية السياسية لبعض أطراف الصراع
79.25	0.880	2.17	6.5	13	12	24	39.5	79	42	84	التضخيم والمبالغة والتوهيل في معالجاتها.
77.25	0.957	2.09	8	16	17.5	35	32	64	42.5	85	تكريس العدائية، ولغة العنف اللفظي، وتعزيز خطاب الكراهية بين أبناء الوطن الواحد.
73	1.029	1.92	12	24	21	42	30	60	37	74	التشهير والقذف وانتهاك الحياة الخاصة.
74.13	1.009	1.97	11.5	23	18	36	33	66	37.5	75	السخرية من المعتقدات الدينية للخصوم السياسيين
65.88	1.038	1.64	18	36	24.5	49	33.5	67	24	48	استخدام عبارات وألفاظ بذيئة وإشارات تخدش الحياء العام.
70.5	1.065	1.82	15	30	22	44	29	58	34	68	تعزيز الولاء لأطراف خارجية تهدد استقلال البلاد وكرامته
78.75	0.890	2.15	6.5	13	13.5	27	38.5	77	41.5	83	التركيز على الأحداث والشخصيات السياسية، وإهمال الكثير من القضايا الوطنية الهامة
73.63	0.968	1.95	9.5	19	21	42	35	70	34.5	69	التلاعب بالصورة التلفزيونية بشكل يخدع المشاهدين.
71.88	0.924	1.88	9.5	19	21	42	42	84	27.5	55	استخدام تقنيات الصور والتطبيقات الرقمية بشكل يسئ إلى الرموز السياسية في المجتمع
74.1	0.987	1.96	10.5	21	19	38	34.5	69	36	72	السخرية لمجرد اضحكاك الجمهور فقط
69	0.958	1.76	11.5	23	26	52	37.5	75	25	50	نشر صور الموتى أو القتلى في المعارك
76	0.971	2.04	9	18	18	36	33	66	40	80	نشر مشاهد أو صور معاناة الناس بغرض تحقيق مصالح شخصية أو مصلحة طرف من أطراف الصراع

في جوانب المعالجة التي تطرحها البرامج الساخرة للأحداث والموضوعات والتي غالباً ما تتأثر بانتماءات المحطة أو الأطراف الموالية لها . وهذا ما يزعزع الكثير من قيم المهنية الأخلاقية وفي مقدمتها الحيادية والموضوعية والدقة. وهو أيضاً ما يفسر نتيجة الجدول

الحياء العام وبمتوسط حسابي (1.64) ، ثم في نشر صور الموتى وقتلى المعارك بمتوسط حسابي (1.76) .

وتؤكد هذه النتيجة نتيجة الجدول () في أن التجاوزات في الأخلاقيات المهنية تظهر بدرجة أساسية

البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية بأخلاقيات المهنة وحجم التعرض لها. جدول رقم (12) العلاقة بين اتجاهات الباحثين نحو البرامج الساخرة ومستوى التعرض للبرامج

مستوى التعرض		اتجاهات الباحثين
مستوى الدلالة	قيمة معامل الارتباط	
دال إحصائياً	0.000	0.373

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الباحثين نحو البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية ومستوى التعرض للبرامج الساخرة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.373) عند مستوى معنوية (0.000).

وهذا ما يؤكد أن العلاقة إيجابية طردية بين تقييم مستوى الأخلاقيات في البرامج الساخرة وحجم متابعة الإعلاميين لها، أي أنه كلما كانت اتجاهات الإعلاميين نحو الالتزام بأخلاقيات المهنة في البرامج الساخرة إيجابية؛ كان تعرضهم لها أعلى، وهذه ربما تكون نتيجة طبيعية للسلوك المهني السليم الذي يجعل هذا المحتوى الساخر ذو مصداقية وثقة في نقل وتغطية الأحداث والتعقيب عليها لدى الجمهور سواء من الإعلاميين أو غيرهم وقدرته على تلبية احتياجاتهم المعرفية والترفيهية، الأمر الذي يولد الرغبة لديهم في استمرارية المتابعة المنتظمة. وهو أمر لا بد أن تضعه البرامج الساخرة في اعتبارها وأنه كلما كان مستوى التزامها بالأخلاقيات المهنية عال استطاعت كسب مرتفعة من الجمهور.

رقم () والتي أكد فيها الإعلاميون أن التأثير السلبي للبرامج اليمنية الساخرة يغلب التأثيرات الإيجابية خاصة في فترة الصراع والحرب التي تعيشها اليمن
اختبارات فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الإعلاميين نحو مستوى التزام البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية بالمعايير المهنية الأخلاقية خلال تناولها للأحداث في اليمن وفقاً لمتغير معدل المتابعة للبرامج الساخرة.

جدول رقم (11) الفروق بين اتجاهات الباحثين نحو التزامات البرامج الساخرة بالمعايير الأخلاقية وفقاً لحجم المتابعة للبرامج الساخرة

توضح البيانات وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم متابعة الإعلاميين اليمنيين للبرامج الساخرة واتجاهاتهم نحو مستوى التزام هذه البرامج بالمعايير الأخلاقية خلال تناولها للأزمة اليمنية. عند مستوى معنوية (0.000)، ويمكن تفسير هذه الفروق إلى تباينات عديدة بين الباحثين تعود إلى ظروف التعرض لهذا المحتوى والتي تخضع في بعض الأحيان إلى قرار التعرض لهذا المحتوى أو ذلك وفقاً لملاءمته لأوقاتنا وحتى معتقداتنا وتوجهاتنا، خاصة أن البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية تتبع أطراف الصراع أو موالية لها. ويمكن من خلال الجدول التالي استيضاح طبيعة العلاقة بين هذا الاتجاه وحجم التعرض للبرامج اليمنية الساخرة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية بين اتجاهات الإعلاميين اليمنيين لمستوى التزام

جدول رقم (11) الفروق بين اتجاهات المبحوثين نحو التزامات البرامج الساخرة

الدالة الإحصائية	مستوى المعنوية Sig	درجة الحرية Df	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	معدل المتابعة للبرامج الساخرة	مستوى الالتزام بالمعايير الأخلاقية
دالة إحصائياً	0.000	197	18.671	2.528	3.22	83	منخفض	الالتزام بالمعايير الأخلاقية في اختبار الموضوعات
				3.133	5.38	101	متوسط	
				1.693	6.75	16	مرتفع	
دالة إحصائياً	0.000	197	17.896	5.528	5.98	83	منخفض	الالتزام بالمعايير الأخلاقية المعالجات المقدمة
				7.590	11.09	101	متوسط	
				5.434	13.94	16	مرتفع	
دالة إحصائياً	0.000	197	15.624	4.827	7.54	83	منخفض	الالتزام بالمعايير الأخلاقية في التقديم والإخراج
				5.636	11.33	101	متوسط	
				3.728	13.19	16	مرتفع	
دالة إحصائياً	0.000	197	17.042	0.660	1.25	83	منخفض	الالتزام بالمعايير الأخلاقية بشكل كلي
				0.813	1.83	101	متوسط	
				0.680	2.06	16	مرتفع	

العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي)، ولكن تشير نتيجة الجدول لوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية وسنوات الخبرة للمبحوثين، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (-0.148) عند مستوى معنوية (0.036). حيث يتضح أنها علاقة عكسية فكلما زادت سنوات خبرة المبحوث في مجال الإعلام كانت تقييمه لمستوى الأخلاقيات لهذه البرامج منخفضاً، وهذا ربما يعود لكون الأطول خبرة من ممارسي الإعلام يكونوا أكثر استيعاباً واحتراماً لأخلاقيات الإعلام، بالإضافة أن

الفرض الثالث: توجد علاقة دالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين (عينة الدراسة) نحو التزام البرامج الساخرة بالأخلاقيات المهنية وبعض المتغيرات الديموغرافية الهامة (العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي) وسنوات الخبرة.

جدول رقم (13) العلاقة بين اتجاهات المبحوثين نحو البرامج الساخرة وبعض المتغيرات تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين متغير اتجاهات المبحوثين نحو مستوى الالتزام بأخلاقيات المهنة في البرامج اليمنية الساخرة وبين المتغيرات الديموغرافية (النوع،

التأثيرات المحتملة		قيمة معامل الارتباط	الاتجاه نحو أخلاقيات التواصل الإعلامي
مستوى الدلالة			
0.000	دال إحصائياً	0.551	الاتجاه نحو أخلاقيات التواصل الإعلامي للبرامج الساخرة

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين الاتجاهات نحو أخلاقيات التواصل الإعلامي للأزمة اليمنية وتأثيراتها على المبحوثين، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون في الاتجاهات نحو الأخلاقيات في التواصل الإعلامي للأحداث اليمنية في البرامج الساخرة (0.551) عند مستوى معنوية (0.000)، حيث ظهر إنه كلما كانت اتجاهات الإعلاميين إيجابية لمستوى الالتزام الأخلاقي كان تقييمهم لتأثيراتها إيجابياً والعكس.

خلاصة الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على تقييمهم الإعلاميين اليمنيين لتجربة البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية، واتجاهاتهم نحو مستوى الالتزام بأخلاقيات المهنة في تناولها لأحداث الأزمة اليمنية. حيث أجريت دراسة ميدانية على عينة قوامها 200 مبحوث من الإعلاميين (العاملين في حقل الإعلام، أكاديمي الإعلام، طلاب الإعلام) وقد خلصت الدراسة لجملة من النتائج أهمها:

1. أن أكثر من نصف المبحوثين يتعرضون للبرامج

بعض الأسباب قد يعود إلى حداثة تجربة البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية وجراءتها في النقد الساخر الذي يميل إليه الإعلاميون الشباب حديثو العمل في الحقل الإعلامي.

جدول رقم (13) العلاقة بين اتجاهات المبحوثين نحو البرامج الساخرة وبعض المتغيرات			
اتجاهات المبحوثين	سنوات الخبرة للمبحوثين		
	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة	
العمر	-0.077	0.278	اتجاهات المبحوثين نحو البرامج الساخرة
المستوى التعليمي	-0.077	0.278	اتجاهات المبحوثين نحو البرامج الساخرة
المستوى الاقتصادي	-0.011	0.882	اتجاهات المبحوثين نحو البرامج الساخرة
سنوات الخبرة	-0.148	0.036	اتجاهات المبحوثين نحو البرامج الساخرة

الفرض الرابع: توجد علاقة دالة إحصائية بين اتجاهات الإعلاميين اليمنيين نحو التواصل للأزمة اليمنية في البرامج الساخرة وتقييمهم لتأثيراتها المحتملة على الجمهور.

جدول رقم (14) العلاقة بين الاتجاهات نحو أخلاقيات التواصل الإعلامي للأزمة اليمنية وتأثيراتها المحتملة على الجمهور

الإعلاميون اليمنيون أن القالب الساخر في هذه البرامج يؤثر سلباً على الجماهير من خلال خلق نوع من الاستخفاف بالأحداث العامة والشؤون الوطنية، وبنسبة متقاربة يرى الإعلاميون اليمنيون أن البرامج الساخرة عززت في الفضائيات اليمنية خطاب الكراهية، والفرقة بين أبناء الوطن الواحد. وكتأثيرات إيجابية يرى الإعلاميون في المرتبة الخامسة أن البرامج الساخرة شكل برامجي يعمل على التنفيس عن الرأي العام والتخفيف من القلق وحالة السخط العام. أنها البرامج الساخرة تعزز حرية التعبير والنقد البناء للواقع. ثم إنها البرامج الساخرة تساعد على تفعيل نشاط الجمهور وتفاعله الإيجابي مع الأحداث العامة.

4. أظهرت النتائج أن ما يقارب من نصف العينة من الإعلاميين ترى أن مستوى الالتزام بالأخلاقيات في البرامج الساخرة مستوٍ متدني، فيما حوالي ثلث المبحوثين فيرون مستواه متوسط، أما القليل منهم فيراه مستوى مرتفع ظهر في التقييم أن الالتزام الأبرز في أخلاقيات المهنة والمعايير الأخلاقية كانت في جوانب التقديم والإخراج الفني للبرنامج حيث ظهر تقييمهم لمستوى توظيف المؤثرات المرئية والرقمية في عرض الموضوعات بشكل فاعل في المرتبة الأولى، واستخدامها التصوير المحترف والمونتاج الجذاب، بالإضافة إلى استخدام مقدمي البرامج الساخرة لغة جسد لائقة والتعامل مع الضيوف باحترام على الترتيب .

الساخرة في الفضائيات اليمنية بدرجة متوسطة وبنسبة 50.5%، ثم التعرض المنخفض لدى 41.5% في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الأخيرة وبنسبة ضئيلة يأتي التعرض المرتفع لدى 8% من أفراد العينة.

2. يرى الإعلاميون أن أبرز الأسباب لانتشار

البرامج الساخرة في الفضائيات العربية جراتها في نقد الواقع السياسي بشكل لاذع، ثم يأتي نقدها اللاذع للشخصيات العامة والرموز السياسية والتي يصعب انتقادها في برامج أخرى، وفي المرتبة الثالثة يأتي طابعها الترفيهي المضحك غير التقليدي في مناقشة الأحداث المحلية، كما أن هذه البرامج ظهرت في الفضائيات العربية تأثراً بظهورها في الفضائيات العربية خاصة بعد أحداث الربيع العربي.

3. في تقييمات الإعلاميين اليمنيين للتأثيرات

المحتملة للبرامج الساخرة التي تعرضها الفضائيات اليمنية والتي ترى ان التأثيرات السلبية لهذا اللون البرامجي تفوق التأثيرات الإيجابية حيث برز تقييم الإعلاميين، في المرتبة الأولى، يرى الإعلاميون اليمنيون ان البرامج الساخرة تقدم معالجات سطحية للقضايا الوطنية تعمل على تشويش الجمهور وبناء رأي عام غير حقيقي نحوها، في المرتبة الثاني يرون أن البرامج الساخرة تعمل على هز الثقة بالرموز السياسية ومؤسسات الدولة. ثم يأتي تأثيرها في تعزز الصور النمطية السلبية للأشخاص والجماعات في المجتمع. في المرتبة الرابعة يرى

ثم في التحيز والعمل على الدعاية السياسية لبعض أطراف الصراع، ثم في الشخصية للموضوعات، والتركيز على الأشخاص دون الأفكار والممارسات. ثم في الاقتطاع من السياق لإظهار الموضوعات في اتجاهات مختلفة عن حقيقتها في الواقع. كما أوضحت النتائج أن التجاوزات التي ترتكب في البرامج اليمنية الساخرة كان في استخدام عبارات وألفاظ بذيئة وإشارات تخدش الحياء العام، ثم في نشر صور الموتى وقتلى المعارك. وهذا ما يفسر ويؤكد نتيجة سابقة أكد فيها الإعلاميون ان التأثير السلبي للبرامج اليمنية الساخرة يغلب التأثيرات الإيجابية خاصة في فترة الصراع والحرب التي تعيشها اليمن.

ومن خلال اختبار الفروض: خلصت الدراسة الى الاتي:

1. وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية ومستوى التعرض للبرامج الساخرة، وهذا ما يؤكد أن العلاقة إيجابية طردية بين تقييم مستوى الأخلاقيات في البرامج الساخرة وحجم متابعة الإعلاميين لها.
2. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم متابعة الإعلاميين اليمنيين للبرامج الساخرة واتجاهاتهم نحو مستوى التزام هذه البرامج بالمعايير الأخلاقية خلال تناولها للأزمة اليمنية.
3. عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين متغير اتجاهات المبحوثين نحو مستوى الالتزام بأخلاقيات

5. ووفق النتائج يأتي الالتزام بالأخلاقيات في اختيار القضايا في المرتبة الثانية حيث نجد ان الإعلاميين اليمنيين يرون أن مضامين البرامج الساخرة تتسع لجميع الجوانب التي تمس حياة المواطن اليمني. (السياسية والاقتصادية والاجتماعية والصحية والتعليمية الخ

6. ظهر أن الإعلاميين يرون أن هناك التزاما نسبيا بمعيار التوازن في اختيار موضوعات تتطرق من اهتمامات الشارع اليمني وتلبي احتياجاته من المعرفة والفهم لما يدور على الساحة الوطنية، وانها تستبعد الموضوعات التي تثير الفوضى المجتمعية والنعرات الطائفية والحزبية والاختلافات بين ابناء الوطن ، ثم حرص هذه البرامج على الحقيقة ومصداقية المعلومات المطروحة، في المرتبة الثالثة يأتي الالتزام بالمعايير الأخلاقية في المعالجات المقدمة، والتي تبرز في التركيز على نقد الافعال والسلوكيات بهدف الاصلاح والتصحيح ، والذي أتى في المقدمة، ثم احترام خصوصية البلد وأديانه ورموزه الوطنية ثم في الحرص على الحقيقة ومصداقية المعلومات المطروحة .

7. فيما يخص التجاوزات في أخلاقيات المهنة التي تجرى في البرامج اليمنية الساخرة، يرى الإعلاميون ان هذه التجاوزات تتركز بدرجة أساسية في اختيار الموضوعات والقضايا وفق أجندة المحطة ومصصلحة الجهة التي تتبعها القناة، ثم تاليا في تحويل البرنامج لمنبر في المعركة السياسية بين أطراف الصراع في اليمن،

2. إضافة مقرر دراسي في كليات وتخصصات الإعلام حول فنون المضامين الصحفية الساخرة والبرامج الساخرة تتناول فن السخرية الإعلامية والسياسية بطريقة تلتزم بالأطر الأخلاقية والمهنية وتساعد دارسي الإعلام على فهم الأسس العلمية لهذه المحتوى وكيفية توظيفه ليكون منبرا حقيقيا للتعلم وانتقاد مواطن الفساد والخلل في كل اوجه الحياة الاجتماعية وبما يخدم المصلحة الوطنية العامة.

3. تشجيع المؤسسات الإعلامية وشركات الانتاج التلفزيوني على كتابة وانتاج البرامج الساخرة، وفق الإطار الأخلاقي والمعايير المهنية، وتوظيف التكنولوجيا الحديثة في انتاجها وعرضها بما يخدم المصلحة الوطنية.

4. إجراء البحوث والدراسات حول البرامج الساخرة وتأثيراتها الاجتماعية على الأفراد والسياسات العامة.

5. الاهتمام بصياغة موثيق شرف ومدونات أخلاق خاصة بالبرامج الساخرة، والتأكيد فيها على الحرية المسؤولة والمعايير المهنية والأخلاقية لهذه المضامين خاصة في اوقات الازمات والصراعات. ما يثيره البحث من دراسات مستقبلية:

1. اتجاهات الجمهور اليمني نحو البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية.
2. (الخطاب السياسي الساخر في الفضائيات العربية) دراسة تحليلية مقارنة.

المهنة في البرامج اليمنية الساخرة وبين المتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر، المستوى التعليمي ، المستوى الاقتصادي) ، ولكن تشير نتيجة الجدول لوجود علاقة ارتباط عكسية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية وسنوات الخبرة للمبحوثين، حيث يتضح انها علاقة عكسية فكلما زادت سنوات خبرة المبحوث في مجال الإعلام كانت تقييمه لمستوى الأخلاقيات لهذه البرامج منخفضا واتجاهه سلبي نحوها.

4. وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين الاتجاهات نحو أخلاقيات تناول الإعلامي للأزمة اليمنية وتأثيراتها على المبحوثين، حيث ظهر انه كلما كانت اتجاهات الإعلاميين إيجابية لمستوى الالتزام الأخلاقي كان تقييمهم لتأثيراتها إيجابيا والعكس.

توصيات الدراسة:

من خلال أهمية الالتزام بالمعايير الأخلاقية في البرامج الساخرة بشكل عام كمضمون اعلامي له طبيعة خاصة، وتسليط الضوء في هذه الدراسة على طبيعة اتجاهات الإعلاميين نحو أخلاقيات تناول الأزمة ومدى وعي القائم بالاتصال واستشعاره بالمسؤولية الاجتماعية في الالتزام بالمعايير الأخلاقية في هذا النوع من البرامج تخلص الدراسة الى جملة من التوصيات:

1. عمل مرصد إعلامي مستقل يقوم برصد التجاوزات الأخلاقية في البرامج الساخرة وفي غيرها من المضامين الإعلامية ونشرها.

[8] حنان علال (2019): الأخلاقيات المهنية في زمن الإعلام الجديد، مجلة المعيار، المجلد 23، عدد 45 يناير، ص 834 .

[9] هويدا مصطفى (2008): الإعلام والأزمات المعاصرة (القاهرة، دار مصر المحروسة) ص20

[10] حسين دبي الزويني (2015): الحرب الإعلامية بين تكتيكات تشظية الوعي وسيكولوجية إعادة تشكيله (عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع) ص57.

[11] كاظم المقدادي (2007) مرجع سابق. ص 53

[12] المرجع السابق: ص55

[13] محمد قيراط (2015): الصناعة الإعلامية أثناء الأزمات، مجلة الشروق، متاح على : <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://m.al-sharq.com>

[14] عبد اللطيف حيدر (2019): مضامين البرامج السياسية الساخرة في شبكة الجزيرة الإعلامية "فوق السلطة" و"السليط الإخباري" أنموذجا، رسالة ماجستير منشورة، معهد الدوحة للدراسات العليا، قطر.

[15] وفاء فرغل سيد فرج (2021): البرامج الساخرة بالتلفزيون وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع الاجتماعي، المجلة العربية لإعلام وثقافة الطفل، المجلد 4 الهدد15 ابريل، ص ص 86-37

[16] امنية احمد رفاعي (2022): أخلاقيات البرامج الساخرة ومدى الالتزام بالعايير المهنية، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، المجلد التاسع - العدد الرابع والاربعون، 2023، م، كلية التربية النوعية جامعة المنيا، جمهورية مصر العربية.

[17] عبد اللطيف حيدر (2019): مضامين البرامج السياسية الساخرة في شبكة الجزيرة الإعلامية "فوق السلطة والسليط الإخباري، رسالة ماجستير، معهد الدوحة للدراسات العليا، برنامج الإعلام والدراسات الثقافية.

3. (صورة الشخصية السياسية في البرامج الساخرة العربية وعلاقتها بإدراك الجمهور لها) دراسة مسحية (تحليلية وميدانية).

مراجع الدراسة:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

[1] حنان علال (2019): الأخلاقيات المهنية في زمن الإعلام الجديد، مجلة المعيار، المجلد 23، عدد 45، ص 833 متاح على الرابط <https://www.researchgate.net/publication/330223150>

[2] حاتم علي مصطفى العسولي (2107): المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الالكترونية الفلسطينية- دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي القديس ونيودورك تايمز، أطروحة دكتوراة غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ص.74.

[3] العربي بوعمامة، رفاة حليلة (2018): نظرية الواجب الأخلاقي: من الافتراضات النظرية الى الممارسة المهنية. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس الجزائر، المجلد 5، ص36.

[4] جورج صدقة (2008): الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، ط1، (بيروت، مؤسسة مهارات)

[5] صياد مختارية وسام (2016): المعالجة الإعلامية لصور الجثث والقتلى، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر ص24. متاح على الرابط

[6] <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://e-biblio.univ-mosta.dz/bitstream/handle>

[7] كاظم المقدادي (2007): المخاطر المرتبطة بأخلاقيات العمل الإعلامي، مجلة الباحث الإعلامي العدد 3.. ص 53)

[29] عبد الرحمن عزي: منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، ط 1، الدار المتوسطة للنشر، تونس 2013 م.

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية:

- [1] World Report Human Right Watch Yemen (2020) <https://www.hrw.org/ar/world-report/2020/country>.
- [2] Popa Popa, D. E. (2011). Political satire dies last: A study on democracy, opinion formation, and political satire. Studies in Political Humour: In between Political Critique and Public Entertainment. Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins, 137-165. p157
- [3] Maureen A. Graziano,(2012):"Political Learning Among America's youth: The Consequences of late-night comedy viewing", **Master Thesis**, (University of Nebraska at Omaha),
- [4] Kimberlianne Podlas: FUNNY OR NO LAUGHING MATTER? HOW TELEVISION VIEWERS INTERPRET SATIRES OF LEGAL THEMES, **Department of Media Studies**, University of North Carolina
- [5] Mohammed Intiaz Subhani .(2012) Satire in talk Shows: pakistan's Media Pungent approach, European Journal of Economics, Finance and administrative science,
- [6] Cordula Nitsch&Dennis Lichtenstein: Satirizing international crises (2019). The depiction of the Ukraine, Greek debt, and migration crises in political satire Studies 'Communication Sciences 19.1 pp. 85-103
- [7] Amal Ibrahim and Nahed Eltantawy. Egypt's Jon Stewart: Licensed under the Creative Commons Humorous Political Satire and Serious Culture Jamming., Attribution Non-commercial No Derivatives (by-nc-nd). Available at <http://ijoc.org> ,U.
- [8] Kimberlianne Podlas مرجع سابق
- [9] (Baehr Ted & Snyder Tom (2010). Culturally Corrosive Comedy Christian Research **Journal**, volume 33, no.2. <http://www.equip.org/article/culturally-corrosive-comedy/>

الملحق:

⁵ أسماء المحكمين ابجدياً ووفق الدرجة العلمية هم:

[18] بركات عبد العزيز، هناء السد محمد، ولاء فايز محمد السريتي (2015): معالجة البرامج الساخرة للأحداث الجارية في مصر، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية العدد 4، يونيو ج2.

[19] محمد محمد عمارة (2017) : أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري "أ" برنامج أسعد الله مساءكم نموذج ،-المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون . العدد الثاني عشر .

[20] رشا محمدا عبد النبي الخشاب (2017)، الاتجاهات نحو البرامج الكوميديّة المذاعة في القنوات الفضائية الخاصة من منظور نظرية المسؤولية الاجتماعية رسالة ماجستير غير منشورة، كلية إعلام جامعة القاهرة.

[21] عابدة محمد عوض (2015) مرجع سابق.

[22] امينة الرفاعي (2022) مرجع سابق.

[23] عبد الرحمن عزي كالنظام الأخلاقي والنظام الإعلامي (2018): قراءة في الاتجاهات المعرفية المعاصرة، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي مجلد 5 العدد 3 جامعة عبد الحميد بن باديس الجزائر، ص9.

[24] عبد الرحمن الشامي (2014): اتجاهات النخبة نحو التغطية التلفزيونية لانتفاضة الشباب اليمني، المجلة الاردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 7، العدد 3، ص357.

[25] عبد الرحمن عزي (2018): مرجع سابق ص 2 .

[26] عبد الرحمن عزي (2014): دراسات في نظريات الاتصال: نحو فكر إعلامي متميزة، مركز دراسات الوحدة العربية ط3

[27] انظر الى: العربي بوعمامة، رفاة حليلة نظرية الواجب الأخلاقي من الافتراضات الى الممارسة المهنية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 5، العدد 4 (2018) ص. ص 33-48

[28] عبد الرحمن عزي: نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية (2016).

- [1] أ.د/ حسن عبد الله دجزة — أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الفنون . جامعة الحديدية.
- [2] . د/ عبد الرحمن محمد الشامي — أستاذ الإذاعة والتلفزيون . جامعة قطر، جامعة صنعاء .
- [3] أ.د/على الحاوري: أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الفنون . جامعة الحديدية.
- [4] أزد/ محمد عبد الوهاب الفقيه — أستاذ الاتصال السياسي بكلية الإعلام . جامعة صنعاء .
- [5] أ.د/ ياسين الشيباني — أستاذ القانون الدولي بكلية الشريعة . جامعة صنعاء .
- [6] أ.د/ هيثم قطب: استاذ الآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية، الجامعة اللبنانية .
- [7] أ.م.د/ على البريهي — الاستاذ المشارك بقسم الإذاعة والتلفزيون . بكلية الاعلام، جامعة صنعاء .
- [8] أ.م. د/عمر عبرين: الأستاذ المشارك بقسم العلاقات العامة، كلية الإعلام . جامعة صنعاء .
- [9] أ.م. د/فؤاد سعدان: الأستاذ المشارك بقسم العلاقات العامة، كلية الإعلام . جامعة صنعاء . 9)
- [10] أ.م.د/ مجيب الشميري: الأستاذ المشارك بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام، جامعة صنعاء .
- [11] بلقيس محمد علوان: الأستاذ المساعد بقسم الإعلام، جامعة الملك سعود، وجامعة صنعاء .
- [12] د. حاتم الصالحي: الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة صنعاء .
- [13] د. مهدي حيدر: الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة صنعاء .
- [14] د. هزاع شرف: الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة صنعاء .