

خطاب الميمز والكوميكس المقدم عبر شبكة الفيسبوك حول أزمة فيروس كورونا (كوفيد-19) وعلاقته باتجاهات الجمهور حول الأزمة دراسة تحليلية وميدانية

د. كريمة كمال طنطاوي*

وظفت الدراسة مدخل التحليل السيمولوجي ونظرية ثراء الوسيلة لرصد وتحليل وتفسير طبيعة تقديم خطاب الميمز والكوميكس المنشور على صفحات الفيسبوك عن أزمة كورونا وعلاقته باتجاهات الجمهور نحو الأزمة. وذلك من خلال دراسة تحليلية للميمز والكوميكس خلال الفترة من 1 إبريل 2020 إلى 30 يوليو 2021 المنشورة بصفحات: اساحبي، كورونا ساركازم، فيروس كورونا. ودراسة ميدانية على عينة قوامها (586) مفردة من متابعي الميمز والكوميكس. بالاعتماد على أدوات: تحليل المضمون وتحليل القوى الفاعلة والتحليل السيمولوجي والاستبيان.

وتوصلت إلى: ظهر خلال فترة الدراسة (4) شخصيات رئيسية بأزمة كورونا داخل الميمز والكوميكس؛ هم بالترتيب وفقاً للإجمالى العام: المواطن، كوفيد، المسؤولون، الشخصية الأجنبية. ويتضح أن الصفحات تركز على الشخصيات التي يهتم بها المبحوثون خلال الأزمة. وتم صنع أيقونة لكل شخصية من خلال التيمات والدوال السيمولوجية. ويتضح من خلال مقارنة نتائج الدراسة التحليلية والميدانية أنه: توجد علاقة بين خطاب الميمز والكوميكس المنشور على صفحات الفيسبوك عن أزمة كورونا وبين اتجاهات الجمهور نحو الأزمة وشخصياتها الفاعلة. وتوضح هذه العلاقة بشكل خاص عند الربط بين الفكرة الرئيسية المتواترة (التيمة) داخل الميمز والكوميكس محل الدراسة واتجاهات الجمهور نحو هذه التيمات. حيث يتضح أن كلاً من الجمهور والشكل الساخر يعتقدون أن في المطلق على مستوى العالم الفيروس شديد الخطورة ويجب الحذر منه، ولكن في الخصوص على مستوى مصر فإنه عاجز بئس أقل أهمية من برد المروحة. ويُرد ذلك ليس لمدى خطورة الفيروس ذاته وإنما لطبيعة الشخصية المصرية سواء المواطن أو المسئول، والتي أعلنت من قيمة الفهلوة والتجاهل كأسلوب لمواجهة الأزمة تم ترجمته في عدة تيمات ساخرة أبرزها " أهتم بالفيروس يصيبك، ونفضله يسبيك"

كورونا، ميمز، كوميكس، سيمولوجيا، خطاب

الكلمات الرئيسية

* المدرس بقسم الصحافة بكلية الإعلام- جامعة القاهرة

The discourse of memes and comics presented on Facebook about the crisis of Corona Virus (Covid-19) and their relations to the audience attitudes about the crisis

Analytical and field study

This study employed semiological analysis and richness theory to monitor, analyze and interpret The discourse of memes and comics presented on Facebook about the crisis of Corona Virus (Covid-19) and their relations to the audience attitudes about the crisis. The stude used Content analysis, actor analysis, semiological analysis and questionnaire tools. These were applied on memes and comics published from April 1, 2020 to July 30, 2021, on this facebook pages: Asahby, Corona Sarcam, Corona Virus. and applied to (586) followers of memes and comics

found that: there were (4) active players in memes and comics during corona virus crisis; They are in order: Citizen, Covid, Officials, Foreigns. An icon was created for each character through themes (main idea) and semiotic functions. It is clear by comparing the results of the analytical and field study that: There is a relation between the discourse of and the audience attitudes towards the crisis and its active players. As it turns out that both the audience and the memes/comics think that globally The virus is very dangerous. But especially in Egypt, it is helpless, miserable, less important than the cold flu from the fan. This is due not to the seriousness of the virus itself, but to the nature of the Egyptian personality, whether the citizen or the official, Which relied on ignoring and unprudence as a method to confront the crisis. It was translated into several sarcastic themes, most notably " care about the virus; it infects you. ignor it; it leave you."

Key words: Covid 19, memes, comics, semiology, discourse.

◀ المقدمة:

يشهد العالم بدءاً من نهايات عام 2019 أزمة صحية عالمية تم تصنيفها كوباء؛ وهى: فيروس كورونا (كوفيد-19). وأفرزت هذه الأزمة ثلاث مضامين أساسية عبر الوسائط الإعلامية المختلفة؛ هم: المضمون الجاد – الشائعات – الميمز والكوميكس أو التغطية الساخرة.

وتعد التغطية الساخرة مرادف لكلاً من الميمز والكوميكس والكاريكاتير؛ ومدلولها: الاعتماد على الرسم من أجل إيصال معنى بطريقة ساخرة. وإن كان الميمز والكوميكس يتميزا بسهولة التصميم (صور بسيطة لإسكرينات نصية أولتيميليتس؛ وهى القوالب الجاهزة المستمدة من ثقافة المشاهد والجمال المشهورة من الأفلام والمسلسلات والبرامج والأغاني)، مما يمكن الشخص العادى من إنتاجه بينما الكاريكاتير يحتاج لرسمين متخصصين ذموهبة. وتتجاوز تلك المضامين الساخرة حد الترفية والتسلية لتصل إلى تقديم قضايا وشخصيات المجتمع فى إطار ساخر معتمد على فكرة المعنى الضمنى أو المستتر مقابل المعنى الظاهر أو القريب. وإذا كان الكاريكاتير أكثر انتشاراً بالصحف والمواقع الصحفية فأن الميمز والكوميكس مهيمنين على شبكات التواصل الاجتماعى.

ويُقصد بالكوميكس الرسوم الهزلية التى تروى القصص وتنقل الأفكار، وهى جزء من تراثنا الثقافى¹، ويمكنها تعزيز الشعور بالمجتمع². وتمتد لتشمل الرسوم الثابتة والمتحركة، وإن كانت الرسوم المتحركة لم تلقى بعد الاهتمام الكافى بالدراسات³. وتؤكد الدراسات السابقة على أن هناك فرق بين الرسوم الهزلية والقصص المصورة، فالشكل الهزلى يفترض قدراً معيناً من معرفة القراءة والكتابة من جانب القارئ، والرسم الهزلى الواحد يحمل قصة. أما القصص المصورة فتعتمد على أكثر من صورة كلاً منهم قد يكون متباعد جداً من حيث الأسلوب، ولكن من خلال السرد القصصى والحبكة فإنها تلهم بعضها البعض لرواية قصص جديدة⁴. وإن كان كلاهما يركزان على بناء الشخصية من خلال لغة الجسد.

أما الميمز؛ فقد تمت صياغة مصطلح "meme" لأول مرة عام 1976 على يد دوكينز للإشارة إلى الانتشار الفيروسي لفكرة ما. وأصل الكلمة مأخوذ من الكلمة اليونانية "minema"، أى الشئ الذى يتم تقليده. وعرفه القاموس الأمريكى باعتباره "فكرة أو سلوكاً أو أسلوباً أو استخداماً ينتشر من شخص لآخر داخل ثقافة". وتتحوّل الميمات من حدث واحد إلى ظاهرة اجتماعية مشتركة من خلال عمليات التقليد أو النسخ أو المحاكاة⁵. وتم توجيه انتقادات عديدة لمصطلح دوكينز؛ وأبرزها: اعتباره "غير فعال فى وصف السلوكيات البشرية المعقدة". إلا أن منذ التسعينيات، ولّد ظهور شبكة الويب العالمية النظير الرقمى لميم دوكينز؛ وهى: ميم الإنترنت. وعرفها دافيسون 2009 بأنها: جزء من الثقافة، عادةً نكتة، تكتسب تأثيراً من خلال الإرسال عبر الإنترنت". وبالتالي غيّر الإنترنت الفكرة ذاتها؛ فبدلاً من التحول والانتشار عن طريق الصدفة العشوائية، يتم تغيير ميمات الإنترنت عن عمد من خلال الإبداع البشرى⁶.

ويوضح زيترين؛ أن انتشار الميم عبر الإنترنت عائد إلى خمس أسباب؛ هم: انتشار برامج تحرير الرسومات ومولدات الميم - قدرة الميم على التكيف، بمعنى إمكانية الاستخدامات المختلفة للميم - سهولة الإتقان والبساطة فى الإنشاء - إمكانية وسهولة الوصول إلى الإنترنت - قابلية النقل وإمكانية التكرار والرؤية وقابلية الانتشار والإنتاجية⁷. وبالتالي لا

يتطلب الأمر أكثر من مرسل لديه حالة نفسية معينة، ولديه دافع محدد، ويستخدم أسلوباً فكاهياً خاصاً، لينشأ الميم ويوزعه عبر أى منصة وسائط اجتماعية⁸. إذاً يُقصد بالكوميكس كمصطلح: مجموعة الصور الساخرة التي تشكل في مجموعها قصة ذات دلالة بحيث يكون لها بداية وحبكة ونهاية، مثل قصص الأطفال المصورة. ويتضح أن مع التقدم التكنولوجي وظهور التقنيات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي تم الاعتماد على الرسم الساخر كوحدة موضوعية جامعة مانعة للفكرة وليس كبناء داخل قصة. وتطور داخل مجتمع السوشيال ميديا وأصبح يعرف بالميمز Memes (وإن كان الباحثون العرب مازالوا يسمونه كوميكس أو ويكيوميكس) وبعض الجمهور ما زال يسميها إيفيهات. ويمكن رد سبب اعتماد الباحثين العرب على مسمى الكوميكس إلى أن: الفرق بين الميمز والكوميكس طفيف جداً، فكل ميمز هي في الأصل كوميكس ولكن تربطها دالة لفظية أو بصرية موحدة (وهو ما توضحه الدراسات الأجنبية) فعلى سبيل المثال كل الرسوم الساخرة المنشورة عن كورونا على شبكة الإنترنت تسمى كوميكس. ولكن كل مجموعة كوميكس مستخدمة ألفاظ موحدة مثل: "خلصانة مخدش بالي"، "الوعى"، "مش أرقامى" فهي ميمز. ولا يقف الميم عند حد توحيد لفظ بل يمكن أن يعتمد على عنصر بصرى مثل الاستخدام الموحد لصورة عيلة كامل للتعبير عن اليأس، أو صورة هانى رمزى فى غبى منه فيه للتعبير عن الغباء.. وهكذا.

ويعد الميمز والكوميكس مصدر فعال ومؤثر للمعلومات، وهو أحد أبرز أدوات السخرية التي يستخدمها جمهور وسائل التواصل الاجتماعي للتعبير عن مخاوفهم من أزمة فيروس كورونا وأرائهم في الإجراءات والقرارات الاحترازية المحلية والدولية التي يتم اتخاذها بشأنه. وهي الأزمة التي بدأت في 31 ديسمبر 2019 حيث تم اكتشاف مجموعة من حالات الإلتهاب الرئوى مجهول السبب بمدينة ووهان بمقاطعة هوبى الصينية. وأعلنت منظمة الصحة العالمية (WHO) بشكل رسمي في 30 يناير 2020 أن الفيروس يشكل حالة طوارئ صحية عامة تبعث على القلق الدولي. ونظراً لشدة المرض وتزايد الحالات المبلغ عنها خارج الصين، أعلنت منظمة الصحة العالمية في 11 مارس 2020 وصف المرض بالجائحة⁹. وعلى الرغم من تكتم وسائل الإعلام في بعض الدول عن المرض في بداياته؛ مثل أندونيسيا¹⁰ إلا أن مع انتشاره زادت التغطية حوله في وسائل الإعلام وعبر الشبكات الاجتماعية بما وفر معلومات ووجهات نظر متنوعة للجمهور¹¹.

وتستطيع الميمز والكوميكس في ظل هذه الأزمة أن توفر لجمهورها بالإضافة للتليخيص والتبسيط والفكاهة؛ أربعة أمور أساسية؛ هم: إلتماس المعلومات، تسهيل التفاعل الاجتماعي، التحرر العاطفي، الهروب من التوتر.

ويُقصد بإلتماس المعلومات؛ الحصول على المعلومات التي يحتاج إليها الجمهور أو يرغب فيها سواء بوعى أو بدون وعى، لتوجيه سلوكه أو فهمه. ويُقصد بتسهيل التفاعل الاجتماعي؛ أنها تزود الجمهور بمعلومات وأرضيات مشتركة للمحادثات. ويُقصد بالتحرر العاطفي؛ أنها تساعد الجمهور على التنفيس والاسترخاء والتخلص من الملل والعزلة. ويُقصد بالهروب من التوتر؛ أن مع زيادة الضغوط والمخاوف يمكن اعتبارها أسلوب للهروب لأنها ببساطة تجعلنا نناسى همونا ومشكلاتنا¹².

كل هذه الوظائف التي يقوم بها المميز والكوميكس تلقى الضوء على ضرورة التعامل معه كخطاب إعلامي. يستفيد من إمكانيات البيئة الرقمية الفائقة للتأثير في الجمهور. بل أن هذا الخطاب الساخر استغل حداثة الأزمة وقلة المعلومات الرسمية المحلية والدولية عنها، لكي يقدم نقد سلبي وإيجابي يتجاوز المخاطر الصحية للفيروس إلى تبعاته على المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المختلفة. وهو خطاب يعكس تمكين المواطن وقدرته على تشكيل صورة لسلوكيات الفرد والدولة والمجتمع الدولي. وتكمن خطورته كما أشارت بعض الدراسات السابقة إلى أنه قد يؤدي إلى التنميط مما يخلق التئمر، وقد يؤدي لتأجيج الأزمة خصوصاً في ظل ضعف وغياب التشريعات الرقمية.

واعتماد الشباب على المميز والكوميكس عبر منصات التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا يعيد طرح إشكالية التسلية مقابل التعلم، بمعنى هل نتعلم من التسلية وما خطورة ذلك؟ وهل يدرك الجمهور أنه يتعلم؟!

فإذا كان الجمهور يعلم أنه ينبغي أن يتعلم من وسائل الإعلام. إلا أن الإشكالية في الإعلام الترفيهي أن الجمهور يتعرض له بهدف التسلية وليس الحصول على المعلومات. وبخلاف خبرتهم عن وسائل الإعلام الإخبارية فهم في الغالب أقل إدراكاً إلى أن التعليم أو المعرفة يمكن أن تؤخذ من الترفيه. وتؤكد الأدلة الأكاديمية والبحثية أن الأفراد بالفعل يتعلمون من إعلام التسلية.¹³ والخطورة أن الجمهور يكون أقل انتقاداً لمعلومات التسلية وبالتالي يمكن أن تؤثر بسهولة على اتجاهاته دون أن يشعر.

وعلى الرغم من تزايد شعبية المميز والكوميكس وانتشاره بين الشباب، وعلى الرغم من كل هذا الجدل المتعلق به كخطاب وكوسيلة للتعلم هناك قلة ملحوظة في دراسات المميز والكوميكس وتأثيرها على المعرفة أو الاتجاه. لذا تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير طبيعة توظيف خطاب المميز والكوميكس المقدم عبر موقع الفيسبوك خلال أزمة كورونا وعلاقته باتجاهات الجمهور حول الأزمة.

◀ الدراسات السابقة:

تستند هذه الدراسة إلى محور أساسي؛ هو: الدراسات التي اهتمت بالرسوم الساخرة. وينقسم إلى ثلاث محاور فرعية لتشمل المميز والكوميكس والكاريكاتير. ورصدت الباحثة منذ بداية عام 2010 (35 دراسة عربية و44 دراسة أجنبية). وفيما يلي مناقشة لأهم نتائجهم بشكل مقارن.

المحور الأول: الدراسات التي اهتمت بالمميز:

• استهدفت بعض التالفة عرض سمات تقديم المميز¹⁴: (Renira Rampazzo) و (Viriya Taecharungroj & other-2018) و (Lisa Ellen-2018) و (Diana Rieger & other-2019) و (Tali Aharoni-2019) وتوصلوا إلى وجود إستراتيجيات محددة للتقديم؛ كالتالي:

* تقوم المميز على فكرة المحاكاة، ويعتبر تقليد الفن فناً - ويتعلق فحص الميمات (كما أوضح بارت) بأسئلة أوسع حول الطرق التي يمكن للجمهور من خلالها المساهمة في إنشاء معنى النص – ويعد الفيسبوك واليوتيوب هما أكثر المنصات التي تنتشر عليها المميز - وتعتمد المميز على الدعاية المعتمدة على السخرية والسخافة، والدعاية المعتمدة على العدوانية أو ما يعرف بأسلوب هزم الذات؛ ويولد معدلات أعلى للإعجاب والمشاركة -

وتتكون الميمات بشكل عام من صور مبسطة ومنخفضة الجودة، والتركيز ينصب على الرسالة؛ والتي تستند على الدعاية وبعض أشكال النقد السياسي أو الثقافي - وتعتمد الميمات الناجحة بشكل أساسي على المحاكاة الساخرة والتلاعب بالصور والتناسخ والتجسيد والمبالغة والتورية والمقارنة كأساليب للدعاية.

* كانت الميمز بالبدايات تعتمد على اللغة الإنجليزية وتركز على الموضوعات العالمية، وأصبحت منذ أواخر العقد الأول من القرن الـ 21 أكثر محلية بشكل متزايد - وتلعب الميمات غالباً على الأسطورة الثقافية لتعزيز تأثيرها. وتؤدي لتشكيل الذاكرة المجتمعية حول الأحداث والأشخاص؛ وإن كان يجب أن نضع في الاعتبار تأثير الفروق الفردية وتجارب الحياة - وتتطلب الميمز جمهور نشط يؤدي تفاعله لانتشار الميم - ويمكن للجهات المسؤولة إنتاج الميمات الخاصة بها كشكل غير تقليدي "للرد" على النقد الموجه لها، وللتوعية.

● واستهدفت دراسات بحث **علاقة الميمز بالثقافة**¹⁵: (-Asaf Nissenbaum &other- 2017) و (Bradley E Wiggins &other-2015)، و (Junhua Wang &other- 2015) و (Limor Shifman-2014). وتوصلت إلى أن للميمز دوراً في تعزيز الثقافة الرقمية التشاركية، ويمكن اعتبارها رأسمال ثقافي، وركائز ثقافية عالية القيمة قد تمتد لتصبح بوصلات قيمة. حيث توفر الميمات عبر الإنترنت مؤشرات حول جيل الوحدة الثقافية وتأثيرات انتشارها على النظام الثقافي. وإن كان يجب أن ندرك أن الثقافة لا تتكون كلها من الميمات؛ فالميمز وحدة ثقافية، إلا أن هناك وحدات ثقافية أخرى لا يمكن نقلها عن طريق التقليد.

● واهتمت الدراسات السابقة **بالميمز السياسية** على وجه الخصوص. وانقسمت إلى دراسات تهتم بالدور السياسي للميمز وأهميته¹⁶ (Tina Askanus-2021) و (Natalia Mielczarek-2020) و (Liew Kai Khiun-2015) و (An Xiao Mina-2014)، ودراسات تهتم بتأثيرات الميمز السياسي على الجمهور¹⁷ (-Bradley E Wiggins- 2020) و (Joel Penney- 2020). ودراسات تهتم بكلاهما¹⁸؛ الدور والتأثير: (Ioana Literat &other-2019) و (Adeyemi Adegoju &other-2015).

وتوصلت الدراسات التي تهتم بالدور السياسي للميمز وأهميته؛ إلى أن: الميمز أحد أكثر أشكال الدعاية السياسية شيوعاً على الإنترنت. وتقوم على اختيار أهداف خارج المجموعة الداخلية يتم انتقاد سلوكهم لأغراض أيديولوجية. ويتميز الميمز بسرعة الانتشار نتيجة للاعتماد على الهاشتاج. ويتضح أن ببعض الدول ذات الرقابة الصارمة مثل الصين فهي أداة للنقد السياسي والاجتماعي تتجنب آليات الرقابة وتدافع عن الأفراد والأقليات، لذا يجب أن تعتبر أعمالاً سياسية مهمة في حد ذاتها. وقد تكون الميمز أداة لنقد وتخريب الواقع وإعادة التفاوض بشأنه لإيجاد نهاية أفضل، مثل الميمات التي اعتمدت على صورة اللاجئ السوري الطفل أيلان كودي ذوالـ 3 سنوات الذي جرفت المياه جثته على أحد شواطئ تركيا في 2015، وهي ما عرفت بالميمات الجنائزية.

وتمثل أيضاً نافذة يمكن من خلالها معرفة الخطابات المؤيدة والمعارضة للجمهور حول الشخصيات السياسية؛ سواء كانوا: الرؤساء والمرشحات كالميمز المقدمة عن ترامب والمرشحين للانتخابات الرئاسية بنيجيريا 2015، أو مسؤولين كرئيس وزراء سنغافورة "لي"

واستخدام صورته كمحاكاة ساخرة للأبوية الراسخة. أوحركات كحركة النازيين الجدد بالسويد، والتي تقدم ميمز تروج للعنصرية على أنها مزحة؛ وهوما يعرف بنكات الكراهية. وتوصلت الدراسات التي تهتم بتأثيرات الميمز السياسى على الجمهور؛ إلى أن: ميمات الإنترنت تعد منفذ للشباب للتعبير السياسى الجماعى عن وجهة نظرهم فى الأشخاص والأحداث، حيث تسمح بالتواصل عن عمد مع جمهور مفترض له نفس التفكير والمعتقدات من خلال استخدام رموز مشتركة. وتوضح بعض الدراسات دورها فى بناء الهوية الجماعية والقيام بوظيفة التعبئة السياسية؛ حيث تساعد على التنفيس عن إحباطات المرء. ويتضح أن رغم تلك التقييمات الإيجابية لتأثيرات الميمز على المشاركة السياسية هناك مخاوف بشأن العلاقة بين الفكاهة السياسية وتهديدات التقليل من الأهمية والاستقطاب المفرط والذى قد يدفع البعض للعزوف عن المشاركة. لذلك يجب التأكيد على أن الدعاية السياسية التى توفرها الميمز يمكن أن تكون معززة أو مدمرة.

● كما ظهرت دراسات تهتم ببحث بعض القضايا الأخرى التى قدمها الميمز¹⁹، وتبين أن هذه الدراسات تؤكد على خطورة الميمز كأدوات تعكس الطبقية والعنصرية وتحدى القانون. مما يتضح معه تجذر الصور النمطية لدى الجمهور. وأبرز تلك القضايا التى تم تقديمها:

(1) ميمز الرياضة (Nikolas Dickerson-2016) وتوصلت إلى أن: الميمز المقدمة عن الرياضة تعزز تنميط اللاعبين فيما يخص العرق والنوع؛ حيث التركيز على الرجل الأبيض كنموذج للتفوق الأخلاقى مقابل الأسود كنموذج للأنانية والفسل إضافة لتجاهل تمثيل النساء.

(2) ميمز الجريمة المقلدة (Ray Surette-2020) وتوصلت إلى أن: قد تودى الميمز لانتشار الجريمة المقلدة؛ مثال: تحدى ركوب الشبح 2006 بأمريكا. لأنها تشجع على تقليدها خصوصاً إذا كانت قائمة على التحدى.

(3) ميمز رجال الشرطة (Mark A Wood & other-2021) و (Petra Saskia & other-2016) وتوصلت إلى أن: الميمز تلعب دوراً فى تأطير الخطابات العامة حول ظلم الشرطة، وتمكن الأشخاص من انتقاد مؤسسة لا يتحكموا فيها كثيراً. بل أنها تمكن الجمهور من تدمير سمعة تلك المؤسسات- وإن كان على الجانب الآخر يمكن للشرطة ذاتها أن توظف الميمات من أجل إعادة بناء صورتها والتواصل مع المواطنين بالاعتماد على الفكاهة. فإذا كانت ميمات المواطنين تركز على طيش الشرطة، فأن ميمات الشرطة تركز على سلوكيات المواطنين التى تعرضهم للمساءلة.

(4) ميمز عن كبار السن (Si Yu Lee & other- 2021) وتوصلت إلى أن: تلك الميمات صورت كبار السن غالباً بطريقة مهينة باستخدام مواضيع تمييزية مثل الطفولة والبربرية. وركزت على صفات: عدم النضوج، الاعتماد على الآخرين، لديهم أذواق ثقافية رديئة. (5) ميمز عن الإيجابية (Christoph Klimmt & other-2019) وتوصلت إلى أن: الأفلام توفر أحياناً محتوى إيجابى ملهم يتم توظيفه لإنتاج ميمز تركز على الإيجابية والسعادة والرخاء، وهى تلك الميمز المرتبطة ببعضها عبر مصطلح يودايمونيا (وهى كلمة يونانية تعنى السعادة والرخاء). وتبين أن المستخدمين الإناث يتفاعلون بشكل عاطفى أكثر وأقل تشككاً مع تلك الميمات، وإن كان التعرض بشكل منتظم أظهر أن الذكور والإناث يظهران تفاعلات نفسية مماثلة.

المحور الثاني: الدراسات التي اهتمت بالكوميكس:

• استهدفت بعض الدراسات عرض سمات تقديم الكوميكس: (Franco Vitella-2020) و (Carol L-2018) و (Sara Ödmark- 2018) و (Christina Meyer-2016) و (Drew Morton- 2015) و (Barbara Postema- 2014)²⁰ وتوصلت إلى أن الكوميكس يروى القصص ويعزز الشعور بالمجتمع، وينقسم لنوعين؛ ثابت ومتحرك، ويمكن إعادة توظيفه بوسائط مختلفة. ويحتاج لمعرفة القراءة. ويعد مزيج بين الصلب والناعم، الواقعي التقليدي والشخصي العاطفي. مما يجعله أكثر قرباً للجمهور من التغطية الجادة. ويركز الكوميكس على الشخصيات الفاعلة، ويقدم المزيد من السياق للأحداث عند مقارنتها مع الأخبار التقليدية. وهو أكثر شمولاً لأنواع مختلفة من الجهات الفاعلة المجتمعية عند مقارنتها بالتقارير الإخبارية لوسائل الإعلام، وأكثر ميلاً إلى تحديد السلطات ذات الصلة، وإظهار الصلات بالسياسة، ويركز على ما هو أكثر سلبية.

بينما أطلق عليه (سعيد محمد - 2018) 21 الويبيكوميكس، وتوصل إلى أن أبرز سماته: الانحياز للمضمون الرياضي، تلاه الفن والثقافي والاجتماعي، ومثلت المضامين السياسية والاقتصادية نسبة ضئيلة جداً، مع التركيز على الأحداث الجارية. وتبين غلبة استخدام اللغة العربية العامية. والتركيز على الويبيكوميكس الذي يجمع الرموز البصرية واللفظية في رسم واحد. ويتم استخدام عدة أساليب إقناع، أبرزها التلاعب اللفظي. ويتضح الاعتماد الكثيف على الألوان. وسيمولوجياً تعددت آليات الإضحاك والسخرية، وأبرزها: أوضاع الجسم وحركاته، المفارقة الساخرة، التهويل والتهوين، استخدام أشكال مضحكة بالرسم، التضارب بالمواقف، سوء الفهم والإلتباس.

• واستهدفت دراسات معرفة لماذا يستخدم المراهقون الكوميكس وصفحاته²² (محمد معوض-2018) و (حنان محمد -2017). وتوضح النتائج أن 92.5% من المبحوثين مشتركون في صفحات الكوميكس بشبكات التواصل الاجتماعي، مما يوضح الاعتماد الكثيف على هذه الصفحات، والغالبية تثق بدرجة كبيرة في الإعلانات التجارية والمعلومات التي تقدمها هذه الصفحات. وتبين أن للكوميكس أهمية كبيرة بالنسبة للمراهقين من الذكور والإناث، وأنهم يستخدمون الكوميكس خاصة المنشورة عبر موقع الفيسبوك ثم موقع يوتيوب ثم انستجرام. وتمثلت أبرز الدوافع في: قضاء وقت الفراغ، ثم وسيلة تزودني بالكثير من الأخبار، وتمثلت أبرز الإشباعات في: الترفيه والتسلية، ثم الشعور بزيادة المعرفة والمعلومات حول الموضوعات المثارة.

• واهتمت الدراسات السابقة بالكوميكس السياسية²³، حيث فحصت الدور السياسي للكوميكس وأهميته وتأثيره على الجمهور: (هنا جلال-2020) و (بشير كامل-2018) و (وسام نصر-2018) و (Todd Schack-2014) و (إسلام أحمد-2013). وتوصلت الدراسات فيما يخص الدور السياسي للكوميكس وأهميته؛ إلى أنه: مصدر فعال ومؤثر للمعلومات السياسية، فتحقق الكوميكس طبقات من المعنى لا يمكن الوصول إليها عن طريق الصحافة النثرية وحدها بسبب لغة الرسوم الهزلية التي تمزج الكلمات والصور. وهو "وسيلة فورية، تلقى بالقارئ لزمان ومكان الحدث السياسي، والفورية تمتد لتشمل الفورية البصرية والعاطفية. وتقدم الكوميكس صور افتراضية تحاكي الواقع السياسي القائم

بالفعل وتجسد ملامحه وأبعاده. وتتعدد مجالات السخرية السياسية، ويأتى فى مقدمتها السخرية من القادة والحكام، والمسئولين، والأوضاع الاقتصادية والسياسية، وسلبية وضعف المواطن. وتبين أن أهم القضايا السياسية التى تعالجها الكوميكس: الفساد الاجتماعى والإدارى، الصراع السياسى، الانتخابات، التطرف والعنف.

وتوصلت فيما يخص تأثيرات الكوميكس السياسى على الجمهور: إلى أن بعض الدراسات توضح وجود دور إيجابى تمثل فى: المعرفة بالأحوال السياسية، اكتساب معلومات وخبرات جديدة، تشكيل الاتجاهات السياسية، المساعدة فى التعامل مع الآخرين، إثراء مفهوم النقد السياسى، دعم ركائز ديمقراطية الحوار. وكانت التعليقات أبرز أشكال المشاركة السياسية على الكوميكس. وعلى النقيض أوضحت بعض الدراسات أن المضامين السياسية الساخرة لم تؤدى تأثيراً إيجابياً حقيقياً فى مجال تحفيز المواطنين على المشاركة فى التصويت بالانتخابات الرئاسية، بل غلب التأثير السلبى المتمثل فى الدفع نحو عدم المشاركة. وبينت نتائج اختبارات الفروض وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للكوميكس السياسى بالفيسبوك وإدراك الواقع السياسى القائم. كما ثبت وجود علاقة بين دوافع التعرض والإشباع المتحققة.

وتوصلت الدراسات فيما يخص متابعة الكوميكس السياسى؛ إلى أن: النسبة الأكبر من المبحوثين يحرصون على متابعة الكوميكس السياسى، ويتفاعلون معها. أما غير المتفاعلين أوضحوا أن السبب: تفضيل المشاهدة والمتابعة بدون تعليق، وأن التفاعل لا يحقق أى منفعة. وتمثلت أبرز التأثيرات الوجدانية المتحققة من المتابعة: الشعور بالراحة والطمأنينة. وتمثلت أبرز التأثيرات السلوكية: الاهتمام بالمفهوم والمشكلات الواقعة على المجتمع. وتمثلت أبرز أسباب عدم الرضا عن مضمون الكوميكس السياسى: الشعور بالمبالغة والتهويل فى عرض المعلومات. وتمثلت أسباب الاعتماد وزيادة الإقبال على صفحات الكوميكس السياسى؛ فى: تقديم معلومات سياسية بطريقة ساخرة، والجرأة فى المعالجة والطرح إضافة لتنوع وجهات النظر.

● كما ظهرت دراسات تهتم ببحث **بعض القضايا الأخرى التى قدمها الكوميكس²⁴**، وبينت نتائج دراسة (Caty Borum & other-2021) التأثير الإيجابى للتعاون بين التغطية الاستقصائية والتغطية الكوميديية على معلومات الجمهور حول قضية التلوث البيئى السام وتأثيره على مستقبل الأفراد. بسبب اقتران نقاط القوة بين الصحافة الاستقصائية (المعلومات القائمة على الحقائق وغير المتحيزة) مع نقاط قوة التغطية الكوميديية (الدعابة والمصادقية والإعجاب). ويجب التأكيد على أن الكوميديا ليست حلاً سحرياً أوبديلاً عن الصحافة الاستقصائية الجادة. ولكن الكوميديا تجذب المزيد من الجمهور.

وتوضح النتائج أن الدراسات التى اهتمت بالقضايا الأخرى ألقت الضوء على عدة مشكلات قد تؤثر بالسلب على الجمهور، وتنمى روح التعصب والتنمر. كنتيجة للتطرف فى قولية الشخصية دون مراعاة الفروق الفردية؛ وذلك من خلال: التنكير، استخدام صيغ الجمع، الإحالة الجمعية، الالتفات من ضمير المتكلم للمخاطب. فنجد أن: (1) الكوميكس الرياضية (إسماعيل عبد الرازق- 2021) تستخدم المصطلحات التهكمية والاستهزائية والألفاظ الخارجة فى التعليق. وتكرث أفكار مثل: السخرية من النادى وأداء اللاعبين والأجهزة الفنية والإدارية، والتقليل من شأن الخصم. ويتبين أن تأثيرات تعرض المبحوثين للصفحات الرياضية الساخرة جاءت أغلبها وفى

مقدمتها تأثيرات سلبية تعبر عن التعصب الرياضى. (2) الكوميكس والتنمر (رالا أحمد-2020): حيث اتضح أن للصفحات الساخرة دور في زيادة ظاهرة التنمر. ولذا أيد المبحوثون ضرورة فرض رقابة عليها.

(3) كوميكس الامتحانات (عزة شبل- 2018) تؤدي لبناء مفهوم عام؛ هو: أزمة الامتحانات. وتقوم على العبث بالقيم الإيجابية التي تشكل المفاهيم وتحولها لقيم سلبية من خلال تقبيح الحسن وتحسين القبيح لعمل المفارقات وتغليف الخطاب بالطابع الكوميدي. (4) كوميكس علاقة المرأة والرجل (سلوى أحمد- 2015) يرى المبحوثون أن لها تأثير سلبي، وترسخ لسمات مشوهة لصورة الرجل والمرأة، وتجعل هناك خوف من الزواج. وتستخدم أساليب إقناعية؛ مثل: المبالغة والسخرية من الطرف الآخر، استخدام ألفاظ خارجة وتلميحات جارحة.

وأكدت دراسات: الرياضة والامتحانات وعلاقة المرأة والرجل، على سمات مشتركة بين الكوميكس؛ أبرزها: تتكون من تركيب صور من أعمال درامية أو سينمائية مع إضافة تعليق ساخر. والشخصية هي محور الارتكاز الأول بالصورة يليها الفكرة أو الموضوع، ويغلب استخدام الشخصيات الدرامية المشهورة يليها الشخصيات الرمزية. ويعتمد التعليق الساخر على: جمل مشهورة لفنانين، مصطلحات تهكمية واستهزائية، الأمثال الشعبية. وتبين أن أبرز دوافع الجمهور لمتابع هذه الكوميكس؛ هي: المعالجة بشكل ساخر، تعبير الرسوم عما بداخل المبحوثين، التسلية وقضاء وقت الفراغ، الهروب من مشكلات الحياة.

المحور الثالث: الدراسات التي اهتمت بالكاريكاتير:

• اهتمت بعض الدراسات ببحث مفهوم الكاريكاتير وأهميته وسماته²⁵ (إيناس محمود- 2017) و(سعيد محمد-2017) و(أمال عامر-2016) و(لوبيز، جوزفين-2015) (Lopez, Josephine) و(Stefan Stieger & other-2014) وتوصلت إلى أنه: رسم صورة مبالغ فيها للوقائع اليومية للسخرية من أنماط البشر والمواقف اليومية والشخصيات العامة. وما يميز السخرية عن الأنواع الأخرى من الكتابة، سواء كانت لهجتها السائدة هزلية أو أكثر جدية، هو الغرض الأخلاقي للساخر: الرغبة في "إصلاح العالم". ويُنظر للرسوم الكاريكاتورية الأكثر عدوانية على أنها أكثر تسلية، وإن كان البعض يؤكد أن العدوانية دليل على الذكاء أكثر من التسلية. واستطاع الكاريكاتير أن يكون متنفس للمواطن. ويتميز بالبساطة في الطرح وعمق التأثير، وتمثيل الأفكار المجردة والدول بشخصيات ذات خصائص محددة. وتتمثل أبرز أساليب الإقناع المستخدمة بالكاريكاتير؛ في: التلاعب اللفظي، التجسيد، الرموز الدينية والثقافية، الأمثال والحكم الشعبية، التشخيص. وتتمثل أبرز آليات الإضحاك؛ في: أوضاع الجسم وحركاته، استخدام أشكال مضحكة بالرسم، التهويل والمبالغة، النكتة المكتوبة، المفارقة أو مراوغة المنطق، التهوين، التضارب في المواقف، الفهم الحرفي للأمر، سوء الفهم أو الالتباس. واتضح أن تعرض المراهقين للكاريكاتير وتداولهم له عبر مواقع التواصل الاجتماعي له علاقته بتنمية بعض القدرات الإبداعية لديهم؛ وهي: الأصالة والمرونة والإحساس بالمشكلات والطلاقة.

• واهتمت بعض الدراسات بمدارسه وإشكالياته²⁶ (نورة شلوش-2018) و(سحر يوسف- 2015) و(Nyongesa – 2012) و(Coyle, Heather-2011) و(Thomas, Julie-2010). وتوصلت إلى أن: مسألة إساءة الكاريكاتير للمقدسات من القضايا الحساسة التي

تطرح الكثير من الإشكاليات بين معارض ومؤيد. وعلى الرغم من أهمية الكاريكاتير كفن صحفى إلا أن الدوريات الإلكترونية المصرية المتاحة على الإنترنت لا تهتم بتوثيق ما تنشره من رسوم كاريكاتيرية توثيقاً دقيقاً بما يكفل حفظها واسترجاعها. ويتبين أنه إضافة للرسوم الإبداعية الذاتية، أنتج رساموا الكاريكاتير الأمريكيون بين عامى 1878 و1918 رسوماً مقلدة، تسخر من اللوحات الفنية الشهيرة بإسقاط على قضايا معاصرة.

وتبين أن مزج الكاريكاتير مع البورتريه يجعله أكثر وضوحاً لأن البورتريه يشير للشخصيات حتى نتمكن من التعرف على هويتهم؛ والكاريكاتير يسخر منهم. وتوضح الدراسات أن منذ نشأة فن الكاريكاتير فإنه أما أن يكون بالرسم فقط أو بالتعليق مع الرسم. وله ثلاث مدارس رئيسية؛ هم: المدرسة الأوروبية الغربية: شكل كلاسيكى للشخصيات المرسومة، تعليق على شكل نكتة أو حوار ضاحك أسفل الرسم أو منفصل عنه – المدرسة الأوروبية الشرقية: تعتمد على الرسم فقط، فكرة عامة تتعلق بالوجود الإنسانى – المدرسة الأمريكية: تجمع بين المدرستين، وتضع التعليق فى اللون متصل بقم الشخصية.

● واستهدفت دراسات عربية دراسة **رسامى الكاريكاتير**²⁷ (حسنية بلحاج-2014) و(ثروت فتحى-2013). وتوصلت إلى أن: الرسامين يتحدوا الضغوطات المفروضة عليهم لترجمة معاناة الشعب، ويجب أن يعايش الرسام الواقع ليتمكن من رصد هذه المعاناة. ويجد معظم الرسامين أنهم لا يتمتعون بدور فى صنع القرار الصحفى بالجريدة، وأن المناخ غير داعم لهم لتجاوز مخاطر المهنة ولا يحقق الرضا الوظيفى. وتتمثل أبرز الضغوط المهنية التى يعانون منها؛ فى: نمط الملكية والسياسة التحريرية وقيود الإنتاج، القيود الدينية والاجتماعية والثقافية على حرية التعبير، القيود القانونية والعقوبات السالبة للحريات.

● اهتمت الدراسات **بالكاريكاتير السياسى**، البعض بحث فى أهميته²⁸ (Yingchi Chu-2021) و(عادل صيد-2016)، وتوصل إلى أنه عندما يكون انتقاد حكومة ما يعاقب عليه، يتم استخدام الرسوم الكاريكاتورية السياسية لإصدار تعليقات اجتماعية انتقادية بطريقة أقل مباشرة معتمدة على فكرة الإزاحة المجازية للرموز؛ خاصة بالكاريكاتير المعنى بفساد المسؤولين. ويخطى الخطاب الكاريكاتورى عامة عنصرى اللغة والجغرافيا، مما يجعله منوطاً بتنمية وتعزيز المنظومة الثقافية والسياسية والأخلاقية للمجتمعات البشرية. وبالتالي لابد من تكييف موضوعاته ورسوماته بالتنشئة السياسية، ليؤكد على: الحرية بدلاً من السلطوية، المعرفة بدلاً من الإمتلاك المادى، العمل بدلاً من الحظوة من السلطة والمال، العمل الجماعى بدلاً من الإنفرادية، المؤسسات بديلاً للفردية، الإبداع بدلاً من التقليد، التعاقد الاجتماعى بدلاً من الولاءات الضيقة، الكفاءة بديلاً للمحسوبية.

● أما غالبية الدراسات فاهتمت **بالشخصيات والقضايا التى يهتم بها الكاريكاتير السياسى**²⁹؛ كالتالى: شخصيات الحكام والدول (Elka M & other-2017) و (Jos Gabriëls-2017) و(سارة سعيد-2016). **موضوعات الحرب والثورات** سواء الهندية (Sanjukta Sunderason-2016) أو الأمريكية (Gilbert, Christopher-2015) أو الربيع العربى (أميرة محمد-2017) و(Mariam F Alkazemi, & other-2015) و(سارة سعيد-2013). **القضية الفلسطينية الإسرائيلية** (أحمد جهاد-2019) و (Jerome Bourdon and other-2016) و(حازم حميد-2015) و(عماد الدين على-2012).

وقضية العلاقة بين المواطن والمسئول الحكومي (سارة فايز- 2017) و(وليد محمد- 2017). وتوصلت هذه الدراسات إلى الآتي:

* شخصيات الحكام والدول؛ يتضح أنه: يمكن استخدام الكاريكاتير بشكل يتسق مع مخاوف الجماهير، كما حدث مع الرئيس الأمريكي أوباما. أو استخدامه للتنديد، كما قدم رساموا الكاريكاتير أثناء مؤتمر فيينا 1815 رسوماتهم عن مستقبل أوروبا للتنديد بالجشع الأقليمي للقوى العظمى وتجاهلها لمطالب وتطلعات الشعوب. أو استخدامه لتكريس صورة نمطية عن دولة؛ كما يحدث مع صورة مصر في الصحافة العالمية. فيتضح أنها صورة ناقصة وغير مكتملة، وأنها غير ودية تضم الكثير من التحيزات وتشير لها بأصابع الاتهام.

* موضوعات الحرب والثورات. ويتضح أن: الرسام الهندي طاغور في أوائل القرن العشرين، استطاع أن يعبر عن فترة الاستعمار، وتصوير المقاومة. أما في فترات الحروب بأمريكا نجد أن الرسوم الكاريكاتورية تشكل حالة خاصة، حيث تمثل أزمة للهوية الوطنية سواء لأغراض دعائية أو لمعارضة بؤادر الحرب أو عواقبها. وظهر اهتمام واضح بثورات الربيع العربي وتبعياتها في الكاريكاتير. فاتضح: سلبية المرحلة الانتقالية بمصر في رسوم الكاريكاتير بالصحافة الأمريكية؛ حيث التركيز على الصراع على السلطة وتنامي دور تيارات الإسلام السياسي. كما استطاعت الرسوم الكاريكاتورية أن تقدم توصيفاً دقيقاً للشخصيات والواقع بالمنطقة بعد الثورات في سوريا والعراق واليمن. واعتمد الرسامون على المساحات الملونة، والفضاءات الدلالية والإيحاءات الرمزية التي عكست حجم المعاناة التي يعيشها العالم العربي. حتى الدول التي لم تشهد ثورات مثل الكويت، شهدت حراكاً كاريكاتورياً خلال هذه الفترة انتقد السياسة والحكومة والاقتصاد الكويتيين.

* القضية الفلسطينية الإسرائيلية: اتفقت الدراسات على أن: الكاريكاتير استطاع أن ينقل الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة بصورة ساخرة وضاحكة وبائية بأن واحد. وتم توظيف الكاريكاتير سياسياً لصالح الدولة المالكة للصحيفة. وتبين الاعتماد على الشخصيات الرمزية غير المسماه، ثم الشخصيات الحقيقية. وركز الكاريكاتير على سلبية الشخصية الإسرائيلية، ومظلومية الشخصية الفلسطينية، وتذبذب الإتجاه نحو الأطراف الأخرى وفقاً لسياسة الصحيفة ودولتها. وتم استخدام دوال بصرية معينة للإشارة إلى إسرائيل أبرزها نجمة داود. ويجادل رساموا الكاريكاتير بأنهم عندما ينتقدون إسرائيل، فإنهم لا يستهدفوا اليهود، ولكن الدولة القوية التي يُنظر إليها على أنها تضطهد الفلسطينيين، الذين يُعرفون بأنهم الجانب الأضعف.

* العلاقة بين المواطن والمسئول الحكومي: تبين أن الرسوم الكاريكاتورية ركزت على: القضايا الاقتصادية ذات الطابع السلبي، وأن الحكومة مسئولة عن سوء أوضاع المواطن. وظهر المواطن دائماً بجسد نحيف هزيل ووجهه يعكس تعبيرات الإجهاد والألم. وظهر المسئول الحكومي ببذلة أنيقة ونظارة شمس سوداء وذا قوام ممتلئ.

• واهتمت الدراسات خاصة العربية ببحث قضايا أخرى قدمها الكاريكاتير³⁰؛ وتبين خطورة التواتر النمطي للصور المتشكلة عن القضايا والأشخاص في رسوم الكاريكاتير كأحد أبرز مضامين السخرية والترفيه؛ وتمثلت القضايا التي ظهرت بالدراسات في:

- (1) الفقر (سارة سعيد-2020)؛ وتوصلت إلى أن: القضية لا تحوذ على اهتمام الكاريكاتير بالقدر الكافي، ويتم ربطها إذا ظهرت بالأزمات الدولية والمشكلات المحلية. وتقدم بأطر سطحية لا تتطرق لأصل المشكلة، ولا تقدم حلولاً، بل تقدم الكثير من الوصف لحالة الفقر والفقراء وألقاء اللوم على الحكومة.
- (2) الرياضة (حنان عبد الوهاب-2019)؛ وتوصلت إلى أنها: تعتمد على الشخصية الرمزية أكثر من الفعلية، وتدور في الغالب حول فكرة الهزيمة والإحباط وعدم تحقيق آمال الجمهور. ويظهر الاعتماد على الكناية والتشبيه والمجاز كأدوات للبلاغة البصرية.
- (3) التعليم (سوير بنت زنعاف-2017)؛ وتوصلت إلى: قلة الاهتمام بقضايا التربية، وفي حالة ظهورها تركز على القضايا المتعلقة بالطالب ثم المعلم ثم بالبيئة التعليمية ثم المقررات الدراسية. وتحمل اتجاه ناقد، وتعتمد على اللغة المكتوبة في إيصال رسالتها.
- (4) السود (Matthews, Sarah-2016)؛ وتوصلت إلى أنه: لا تزال الرسوم الكاريكاتورية السلبية للأميركيين الأفارقة موجودة. وتركز على أنهم عنيفون أو غير متعلمين أو كسالى. وبالتالي تلحق الضرر بجميع الأجناس حيث التحفز من قبل باقي أفراد المجتمع، وتدني احترام الذات لدى السود. (5) العالم الإسلامي (محمد حسام-2015)؛ وتوصلت إلى أن: وسائل الإعلام الروسية تركز على الصورة السلبية للجماعات المتطرفة والمسلحة. ولأن الكاريكاتير فن اختصاري تعميمي فيظهر به أفكار بسيطة مثل: مخاطر انتشار الإسلام كدين في أوروبا، وتخلف المسلمين الحضاري واختلافهم عن الآخر الروسي الأرثوذكسي المتمدين.
- (6) المرأة (سهى بنت منيف-2015) و(أسماء فؤاد-2011)؛ وتوصلت إلى: غلبة السمات السلبية للمرأة في رسوم الكاريكاتير، وأبرزها: سمنية، سطحية، حمقاء وغيرة. وأبرز الأدوار التي ظهرت بها هي كونها زوجة. وتمثلت أبرز مشكلاتها في: الحرمان من الحقوق الاجتماعية والاقتصادية والقانونية والسياسية. وأكدت القضايا الخاصة بالمرأة تكراراً؛ على: النظرة المجتمعية الدونية لها، والاعتقاد بأنها السبب الرئيسي لانحراف الرجل. ولم يؤثر نوع الرسام على الصورة المرسومة، واتضح وجود تناقض بين الصورة الذهنية للمرأة لدى الرسامين وبين الصورة الإعلامية لها برسومهم. بما يعكس: عدم وجود محاولات لتغيير النماذج المتوارثة عن صورة المرأة.
- (7) وسائل الإعلام (محمد حسام-2014)؛ وتوصلت إلى أن: الرسوم الكاريكاتيرية بالصحف العربية توصم الوسائل التقليدية خاصة الرسمية بتشبهات الضعف وافتقاد الحس الأخلاقي، بينما تم تشبيه الإعلام الجديد وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي بكل تشبهات القوة والتأثير.
- (8) رجال الأعمال (محمد حسام-2012)؛ وتوصلت إلى أنه: ظهر الاعتماد على دوال تصنع وصف وتراكم سلبي حولهم. وأبرزها أنه: متوسط العمر، بدين، أصلع، غليظ الملامح، ذوائف متشامخ، يرتدى الحلة الغربية الرسمية، ذوملامح قوقازية، حليق الوجه، يرتدى نظارة شمسية، يحمل أكياس دولارية ضخمة، يدخل السيجار، حجمه يفوق أحجام الشخص المحيط به.

التعليق على الدراسات السابقة:

يظهر مسح التراث العلمي وجود أوجه تشابه وتباين بين مجالات اهتمام دراسات الصحافة المصرية والعربية ودراسات الصحافة الأجنبية؛ وذلك كالتالي:

التعليق على محور: الدراسات التي اهتمت بالميزم والكوميكس والكاريكاتير:

أ. من حيث الأهداف: الدراسات العربية اهتمت معظمها بالكاريكاتير (24 دراسة) عن الكوميكس (9 دراسات) وغاب عنها تماماً دراسة الميزم، وذلك بالدول التالية بالترتيب: مصر ثم الجزائر ثم السعودية وفلسطين وروسيا. أما الدراسات الأجنبية اهتمت بالميزم (23 دراسة) ثم الكاريكاتير (13 دراسة) والكوميكس (8 دراسات) بالدول التالية: الولايات المتحدة الأمريكية، ثم: بريطانيا، ألمانيا، فرنسا، الهند، المكسيك، الكويت، السويد، الصين، أستراليا، نيجيريا، سنغافورة. فبشكل عام استهدفت الدراسات دراسة ومناقشة عدة موضوعات؛ كالتالي: أ. الميزم؛ وتشمل: الأهمية وإستراتيجيات التقديم – الميزم السياسي - دراسة قضايا قدمها الميزم. ب. الكوميكس؛ وتشمل: إستراتيجيات التقديم، ولماذا يستخدمه المراهقون - الكوميكس السياسي- دراسة قضايا قدمها الكوميكس. ج. الكاريكاتير؛ ويشمل: الأهمية والسمات، وإشكالياته ومدارسه، ورساميه - الكاريكاتير السياسي - دراسة قضايا قدمها الكاريكاتير. وبوجه مقارن بين الإجنبى والعربى يتضح؛ أن: استهدفت الدراسات الأجنبية فيما يخص الميزم توضيح المصطلح وعرض سمات التقديم، وبحث علاقة الميزم بالثقافة، واستعراض كيف تم تقديم قضايا محددة؛ مثل: الرياضة والجريمة المقلدة ورجال الشرطة وكبار السن والإيجابية. وتركز على وظائف الميزم السياسي وأهميته.

ويلاحظ فيما يخص الكوميكس والكاريكاتير أن الدراسات العربية والأجنبية لم تختلفا في نوعية الأهداف وإنما في حجم الاهتمام؛ كالتالي: أولاً: الكوميكس: استهدفت الدراسات الأجنبية عن العربية عرض إستراتيجيات تقديمه، بينما اهتمت الدراسات العربية ببحث لماذا يستخدمه المراهقون. ويلاحظ فيما يخص القضايا التي قدمها الكوميكس أن الدراسات العربية كانت أكثر تنوعاً فاهتمت بقضايا مثل: الرياضة، التتمر، الإمتحانات، العلاقة بين الرجل والمرأة. بينما اهتمت الدراسات الأجنبية بقضية التلوث البيئى السام فقط. وفيما يتعلق بالكوميكس السياسى فاهتمت عدة دراسات عربية بتوضيح تأثيراته والقضايا والشخصيات التي يركز عليها، ولماذا يتم الاعتماد عليه، وطريقة تقديمه. بينما اهتمت دراسة أجنبية واحدة بتوضيح قوته وسبب الاعتماد عليه.

ثانياً: الكاريكاتير: استهدفت الدراسات العربية والأجنبية توضيح مفهومه وعلاقته بالسخرية ومدارسه ورساميه وإشكالية عدم توثيقه بشكل دقيق خاصة بالدوريات الإلكترونية. بينما ركزت الدراسات العربية فقط على توضيح الخصائص العامة للكاريكاتير. ويتبين أن فيما يخص القضايا التي قدمها الكاريكاتير كانت الدراسات العربية أكثر تنوعاً حيث اهتمت بقضايا مثل: الفقر، الرياضة، التعليم، صورة العالم الإسلامى، صورة المرأة، صورة وسائل الإعلام، صورة رجال الأعمال. بينما اهتمت الدراسات الأجنبية بصورة السود فقط. وفيما يتعلق بالكاريكاتير السياسى فاهتمت الدراسات العربية والأجنبية بتوضيح أهميته، والموضوعات والشخصيات التي يركز عليها مثل: المواطنون والحكام والدول والثورات والحروب وبعض القضايا مثل الصراع العربى الإسرائيلى.

ب. من حيث المناهج: استخدمت الدراسات العربية بشكل أساسي منهج المسح الإعلامي؛ سواء بشكل منفرد أو بالإضافة لمناهج أخرى؛ هم بالترتيب: أسلوب المقارنة المنهجية ثم منهج دراسة الحالة والمنهج الوصفي التحليلي ثم منهج العلاقات المتبادلة ومنهج التحليل البنوي. بينما استخدمت الدراسات الأجنبية بشكل أساسي منهج المسح ثم منهج دراسة الحالة ثم منهج التحليل التاريخي ثم أسلوب المقارنة المنهجية.

ج. الأدوات: اعتمدت الدراسات العربية بشكل أساسي على أداة تحليل المضمون، تلاها صحيفة الاستبيان والتحليل السيميائي، ثم المقابلة المتعمقة. وتم توظيف الأدوات التالية مرة واحدة: تحليل السياق، تحليل القوى الفاعلة، مسارات البرهنة، التحليل الدلالي، التحليل الثقافي. بينما اعتمدت الدراسات الأجنبية بشكل أساسي على أداة التحليل السيميولوجي وتحليل المضمون، وتم توظيف الأدوات التالية مرة واحدة: صحيفة الاستبيان، المقابلة المتعمقة، تحليل الخطاب، تحليل السياق.

د. النظريات: فيما يخص الدراسات العربية: ظهرت (8) دراسات لم توظف مدخل نظري، والدراسات الأخرى وظفت النظريات والمداخل التالية بالترتيب: الاستخدامات والإشباعات ومدخل التحليل السيميولوجي، ثم تحليل الأطر والصورة الذهنية والتحليل الثقافي، ثم ثراء الوسيلة ومدخل تحليل الخطاب ومدخل التفاعلية، ثم: النظرية الرمزية، الاعتماد على وسائل الإعلام، تأثير الشخص الثالث، المدخل شبه السيميائي، التحليل الثقافي، تفسير القدرات الإبداعية، نظرية الحافز، حارس البوابة، نظرية الدلالة اللغوية، المجال العام، إدراج المزاج، نموذج الحضور الاجتماعي، ترتيب الأولويات، مدخل النوع الاجتماعي، التنشئة الاجتماعية. وفيما يخص الدراسات الأجنبية: ظهرت (10) دراسات لم توظف مدخل نظري، بينما الدراسات الأخرى وظفت النظريات والمداخل التالية بالترتيب: تحليل الخطاب، الصورة الذهنية، الأجندة، تحليل الأطر.

هـ. توصلت هذه الدراسات إلى عدة نتائج أبرزها:

قدمت نتائج الدراسات السابقة خلفية معلوماتية مقارنة (بالنقد والتحليل والتفسير) حول التغطية الكوميدية في الصحافة؛ سواء: الورقية أو الإلكترونية أو المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي. مؤكداً على فكرة أساسية أن تلك التغطية الكوميدية تتجاوز حد الترفية والتسلية لتصل إلى تقديم قضايا المجتمع في إطار ساخر معتمد على فكرة المعنى الضمني أو المستتر مقابل المعنى الظاهر أو القريب. وأن لتحقيق هذه الوظيفة يتم استخدام أحد الفنون التالية: الكاريكاتير، الكوميكس، الميمز. وتفرق بعض الدراسات بين الكوميكس والويكوميكس من منطلق أن الويكوميكس هو الكوميكس المنشور من خلال شبكة الإنترنت. وبشكل عام توضح النتائج أن:

مصطلحات مثل الرسوم الساخرة والتغطية الكوميدية، هي مرادفات لكلاً من الميمز والكوميكس والكاريكاتير؛ حيث الاعتماد على الرسم لإيصال معنى بطريقة ساخرة. وإن كان الميمز والكوميكس يتميز بسهولة التصميم، حيث تتكون من صور مبسطة، والتركيز ينصب على الرسالة؛ مع الاعتماد على المحاكاة الساخرة والتلاعب بالصور والتناص والتجسيد والمبالغة والتورية والمقارنة كأساليب للدعابة. ويعد الفيسبوك واليوتيوب أكثر المنصات التي ينتشر عليها الميمز والكوميكس. وتعدد وتتنوع أشكال ومضامين الميمز والكوميكس المقدمة

عبر الشبكات الاجتماعية. وتنسم بالجابية؛ بسبب اعتمادها على: الفكاهة، التسلية، السهولة، التبسيط، تلخيص المشكلة، التنفيس. وبالتالي هم الأسلوب الأسهل للوصول والتأثير في الجمهور سواء كان محلي أو عام.

ويتميز الميمز والكوميكس بأنه: أكثر قرباً للجمهور من التغطية الجادة- يركز على الشخصيات الفاعلة، ويقدم المزيد من السياق - يركز على ما هو أكثر سلبية - تتعدد به آليات السخرية وأبرزها؛ أوضاع الجسم وحركاته والمفارقة الساخرة- ممتلئ بالرموز البصرية واللفظية- يوظف الألوان وأساليب الإقناع خاصة التلاعب اللفظي. وله دور في تعزيز الثقافة الرقمية التشاركية، وأبرز دوافع استخدام المراهقين له: قضاء وقت الفراغ. وأبرز الإشباعات: الترفيه والتسلية.

وتبين التأثير الإيجابي للتعاون بين التغطية الاستقصائية والكوميديا على معلومات الجمهور حول التلوث البيئي السام وتأثيره. بينما دراسة الرسوم الساخرة بشكل منفرد ألقت الضوء على عدة مشكلات قد تؤثر بالسلب على الجمهور، وتنمي روح التعصب والتحيز والتتم. وظهر ذلك بقضايا مثل الرياضة والجريمة المقلدة والتتم والإمتحانات وعلاقة المرأة بالرجل وصورة رجال الشرطة وكبار السن. وتبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للميمز والكوميكس السياسي بالفيسبوك وإدراك الواقع السياسي القائم. وعلى الرغم من الإشادة بدورهم في رفع سقف الحرية والتعبير السياسي كمنفذ للشباب للتعبير عن آرائهم إلا أن البعض يوجه لهم الاتهام بإشعال الأوضاع وتأجيجها بشكل يكرث عدم المسؤولية.

ويتميز الكاريكاتير بأنه: يعتمد على الأسلوب التهكمي الساخر- يكون بالرسم فقط أو بالتعليق مع الرسم- يعتمد بالأساس على اللهجة العامية- تنتوع مضامينه بين المحلي والعربي والعالمي - غلبة الاتجاه المعارض - تعدد أساليب التعبير الفنية لدى الرسامين بين الواقعية والرمزية والمزج بينهما- يوظف أساليب الإقناع وآليات الإضحاك - يغيب عن المواقع الإلكترونية استغلال البيئة الرقمية في معالجة الكاريكاتير.

واهتمت عدة دراسات ببحث رسامي الكاريكاتير؛ وأوضحت: أن الرسامين يتحدوا الضغوطات المفروضة عليهم لترجمة معاناة الشعب. وتمثلت أبرز الضغوط المهنية التي يعانون منها: نمط الملكية والسياسة التحريرية وقيود الإنتاج، القيود الدينية والاجتماعية والثقافية على حرية التعبير، القيود القانونية والعقوبات السالبة للحريات. وتتعدد القضايا التي يقدمها الكاريكاتير؛ ومنها: الفقر، الرياضة، التعليم، صورة: السود، العالم الإسلامي، وسائل الإعلام. إلا أن هناك تركيز بشكل واضح على الكاريكاتير السياسي وصورة: المرأة ورجال الأعمال. وإذا كانت النتائج توضح تكريس الصورة السلبية للمرأة ورجال الأعمال بالكاريكاتير، إلا أنها تلقى الضوء على أهمية الكاريكاتير السياسي كأداة للتنفيس خاصة عندما يكون انتقاد الحكومات والمسؤولين فعل يعاقب عليه القانون.

أوجه استفادة الباحثة من الدراسات السابقة:

- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في التأكيد على أهمية الفكرة البحثية؛ حيث أن مراجعة الدراسات السابقة ساهمت في تكوين خلفية معلوماتية حول موضوع الدراسة وحدودها ومدى تقاطعها مع الدراسات السابقة، بما يضمن التركيز على جوانب جديدة خاصة في الصحافة المصرية، بما يضمن أن تضيف الدراسة أبعاد جديدة للبحث العلمي بما يساهم في التراكم والثراء العلمي.
- استفادت الباحثة من التعدد والتنوع المنهجي والإجرائي والنظري للدراسات السابقة، في توفير بيانات ساعدت على بلورة الأهمية والأهداف والبناء المعرفي للنظريات المستخدمة بالبحث.

◀ مشكلة الدراسة:

شهد العالم قبل كورونا عدة أوبئة خلال القرن الـ 21 أبرزها أيبولا وأنفلونزا الطيور والخنازير وسارس. وشكلت هذه الأوبئة خطراً حقيقياً دفع وسائل الإعلام للاهتمام بها، هذا الاهتمام قابله اهتمام من الدراسات ببحث إستراتيجياتها الإقناعية والتوعوية والأطر والصور التي قدمتها والأدوار التي تبنتها في إطار فكرة المسؤولية الاجتماعية وحراسة البوابة وعلاقاتها بالسلطة، وهما كان يدفع الباحثين للاعتقاد بوجود فرضيات توضح كيفية تعامل وسائل الإعلام مع الأزمات الصحية والطبية.

إلا أن هذه الفرضيات تم تهديدها بقوة خلال وباء كورونا، وذلك لسبب أساسي؛ هو: وسائل التواصل الاجتماعي، والتي اكتسبت المواطن القدرة على أن يكون شريك في عملية صناعة وتداول المعلومات إما بإنشاء المحتوى أو بالتعليق عليه. وبالتالي تم تهديد الدور المركزي لوسائل الإعلام الذي لعبته خلال الأوبئة الصحية التي ظهرت خلال القرن الـ 21 بوصفها حلقة الوصل الأساسية بين الجهات الرسمية والمواطن.

وأحد أبرز أنواع المحتوى الذي أنتجه الجمهور عن كورونا هو الميمز والكوميكس. وبشكل عام يتوجه الجمهور بقوة في عصر شبكات التواصل نحو المضمون الساخر المقدم عبر الميمز والكوميكس، والذي بدء في مصر مع شخصية (اساحبي) ثم تطور وانتشر وزاد فيه الاعتماد على التمثيليس مما جعله سهل التصميم والتداول بين الجمهور. وتتعدد مضامين الميمز والكوميكس المقدمة عبر شبكة الفيسبوك وأبرزها انتشاراً هو الرياضي والسياسي. ولكن أفرزت أزمة كورونا ميمز وكوميكس ساخرة عن المضمون الصحي والطبي، ليوافق به الجمهور من جهة حالة عدم اليقين بسبب قلة المعلومات الرسمية المتوفرة عن الوباء نظراً لحداثته، ومن جهة أخرى ليساعده على نقد القرارات والإجراءات الاحترازية.

ولم يقف الأمر عند حد إنشاء ميمز وكوميكس ساخرة بل إمتد لإنشاء صفحات مخصصة لها تحمل اسم الكورونا، لتعطى انطباع بأن كورونا ذاتها هي التي تنتقد القرارات والإجراءات الاحترازية وسلوكيات المواطنين؛ مثل: (Corona Sarcasm Society)، (Corona virus - فيروس كورونا (فنان كوميدي))، (Corona 2021)، (Covid-19 _ كوفيد فيروس)، (فيلروس كورونا)، (فيلروس كورونا)، (كورونا العالم)، (كورونا فيروس). هذا بالإضافة إلى الصفحات الشخصية والعامة التي تحمل نفس الاسم ولكن لا تقدم مضمون له علاقة بكورونا أو الميمز والكوميكس.

ويتبين من مراجعة الدراسات السابقة أنه على الرغم من خطورة الوباء إلا أنه لم تظهر دراسة سابقة عن المضمون الساخر أياً كان نوعه وعن الميمز والكوميكس على وجه التحديد رغم انتشار استخدامه عبر منصات التواصل الاجتماعي. ومن هذا المنطلق تتحدد مشكلة الدراسة في: رصد وتحليل وتفسير طبيعة تقديم خطاب الميمز والكوميكس المنشور على صفحات الفيسبوك عن أزمة كورونا وعلاقته باتجاهات الجمهور نحو الأزمة. وذلك في إطار مدخل التحليل السيميائي ونظرية ثراء الوسيلة. للإجابة على تساؤلات رئيسية تتعلق بكيفية تقديم الشخصيات المركزية بالأزمة وحدود التوافق بين التيمة المقدمة عنهم واتجاهات الجمهور، ودلالة ذلك.

◀ أهمية الدراسة:

- تكتسب الدراسة أهميتها من الأهمية المتزايدة لفيروس كورونا كقضية مرتبطة بصحة الفرد ولها انعكاس على نمط حياته. وما زاد الجدل حول الفيروس؛ أمران هما؛ الأول: الحداثة: فهو جديد لا يعلم عنه أحد حتى أن المؤسسات الصحية ومنظمة الصحة العالمية وقفوا في البدايات عاجزين أمامه وكرسوا جهودهم حول تحجيم انتشاره وليس علاجه. والثاني: التطور: فاستطاع الفيروس أن يتحور ويطور ذاته وظهرت منه سلالات عديدة. وهى أمور تركت المواطن حائر ما بين نظريات المؤامرة والإطمئنان الزائف والخوف المرضى. وانعكس ذلك على الممارسات الإعلامية سواء بالمضمون الجاد أو الساخر؛ وخاصة الميمز والكوميكس. وهو الأمر الذى يتضح معه أهمية؛ كلاً من: كيف يتم توظيف الميمز والكوميكس لتقديم تلك القضية الطبية والصحية، وإلى أى مدى اتفقت اتجاهات الجمهور مع ما تم تقديمه حول هذه الأزمة وشخصياتها الفاعلة داخل الميمز والكوميكس.

- تعد هذه الدراسة تراكم للمدرسة البحثية المهتمة بالميمز والكوميكس كرسم ساخر ظهر حديثاً نتيجة للثراء الذى وفرته شبكة التواصل الاجتماعى. حيث يتضح من مراجعة التراث العلمى قلة عدد الدراسات المهتمة بهذا الفن بالمقارنة مع دراسات الكاريكاتير. حتى أن بعض هذه الدراسات ما زال يبحث ويؤسس لطبيعة وتكوين الميمز والكوميكس وخصائصه.

◀ أهداف الدراسة:

أولاً: الهدف الرئيسى: رصد وتحليل وتفسير طبيعة تقديم خطاب الميمز والكوميكس المنشور على صفحات الفيسبوك عن أزمة كورونا وعلاقته باتجاهات الجمهور نحو الأزمة.

ثانياً: الأهداف الفرعية؛ وتشمل: رصد وتحليل وتفسير كلاً من:

- سمات الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا بصفحات الدراسة؛ من حيث التكوين الشكلى واللغة المستخدمة.

- طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة بخطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا بصفحات الدراسة، والهدف من نشره.

- آليات السخرية المستخدمة بخطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا بصفحات الدراسة.

- الشخصيات المركزية بخطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا بصفحات الدراسة، والأفكار المتواترة المعبره عنها (تيمة تقديمها).

- طبيعة الدوال البصرية المستخدمة لتكوين نموذج عن الشخصيات المركزية بخطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا بصفحات الدراسة.

- حجم وأسباب تعرض الجمهور للميمز والكوميكس المقدم عن كورونا بصفحات التواصل الاجتماعى وخاصة الفيسبوك.

- اتجاهات الجمهور نحو الشخصيات الرئيسية بأزمة كورونا ومدى توافق هذه الاتجاهات مع تيماتهم بخطاب الميمز والكوميكس بالصفحات عينة الدراسة.

◀ تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة على تساؤل رئيسى هو كيف قدمت صفحات الدراسة خطاب الميمز والكوميكس بشخصياته المركزية المقدم عن كورونا؟ وإلى أى مدى يتوافق ذلك مع اتجاهات الجمهور نحو هذه الشخصيات؟ وللإجابة على هذا التساؤل تطرح الدراسة عدة تساؤلات فرعية؛ كالتالى:

1. كيف تم تقديم خطاب الميمز والكوميكس حول كورونا بصفحات الدراسة؛ من حيث التكوين الشكلى واللغة المستخدمة؟
2. ما طبيعة القضايا التى طرحها خطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا؟ وما دلالة ذلك؟
3. كيف اختلفت صفحات الدراسة فيما بينها فى الهدف من نشر الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا؟ وما دلالة ذلك؟
4. ما أهم آليات السخرية والإضحاك المستخدمة بخطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا؟
5. كيف اختلفت صفحات الدراسة فيما بينها فى التركيز على شخصيات رئيسية محددة بخطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا والاتجاه نحو هذه الشخصيات؟ وما دلالة ذلك؟
6. كيف اختلفت الأفكار المتواترة المعبرة عن الشخصيات الرئيسية بخطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا؟ وما دلالة ذلك؟
7. ماهى الدوال البصرية الأساسية المكونة لنموذج كل شخصية؟ وكيف تم التأكيد على معناها تناصبياً؟

ثانياً: تساؤلات الدراسة الميدانية:

1. ما هى الوسائل الإعلامية التى يفضل الجمهور متابعة الميمز والكوميكس من خلالها؟ ولماذا؟
2. إلى أى مدى يعتقد الجمهور فى ثراء الفيسبوك كوسيلة لتقديم الميمز والكوميكس؟ ولماذا؟
3. ما الخصائص الديموغرافية للمبحوثين المتابعين للميمز والكوميكس؛ من حيث: النوع والسن؟ وكيف أثرت على تفضيلاتهم ومدى متابعتهم للميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا؟
4. ما القضايا والمضامين التى يفضل المبحوثون متابعتها فى ميمز وكوميكس كورونا؟
5. ما السمات الشكلية التى يفضل المبحوثون توافرها بالميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا؟
6. ما مدى اتفاق توجهات المبحوثين حول الشخصيات المركزية بالأزمة مع تيمة تقديمهم بالميمز والكوميكس؟ وما دلالة ذلك؟

◀ فروض الدراسة:

أولاً: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين:

1. الفكرة الرئيسية المتواترة عن الشخصيات الفاعلة بقضية كورونا بالميزم والكوميكس وتصورات المبحوثين حول هذه الشخصيات.
2. نوع المبحوث والمواقع التي يفضل متابعة الميزم والكوميكس من خلالها.
3. نوع المبحوث وأسباب متابعته لصفحات الميزم والكوميكس المنشورة عن كورونا.
4. نوع المبحوث وتفضيلاته لنمط اللغة المستخدمة بالنص المصاحب للميزم والكوميكس.
5. نوع المبحوث وآليات السخرية المفضلة لديه.

ثانياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في:

1. معدل الاستخدام اليومي للفيسبوك منذ أزمة كورونا.
2. تفضيلاتهم لعدد اللوحات المكون منها الشكل الساخر.
3. تفضيلاتهم لمكان تواجد التعليق النصي المصاحب للرسم الساخر.

◀ الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على: مدخل التحليل السيميولوجي، ونظرية ثراء الوسيلة. ويوفر المدخل السيميولوجي كأحد مدارس نظرية تحليل الخطاب منظور نقدي يمكن من خلاله دراسة كيف تم استخدام الرموز البصرية والنصية في إنتاج معنى داخل الخطاب المصور بالرسوم الساخرة، وإلى أي مدى أثر هذا المعنى على توجهات الجمهور. وتوفر نظرية ثراء الوسيلة منظور يفسر أسباب الاعتماد وتكوين الاتجاه وفقاً لخصائص الوسيلة.

أولاً: مدخل التحليل السيميولوجي:

يهتم تحليل الخطاب بشكل عام؛ بكيف تقوم الرموز اللغوية وغير اللغوية بإنتاج معنى ذوأيولوجية محددة حول قضية أو شخصية ما، في إطار سياق اجتماعي وثقافي يؤثر ويتأثر بهذه العملية، وتتعدد مدارس تحليل الخطاب؛ إلا أن هذه الدراسة تعتمد على مدرسة التحليل السيميولوجي أو العلاماتي؛ حيث توفر أساليب تحليل تتسق مع الفن الصحفي موضع الدراسة؛ وهو: الرسوم الساخرة المقدمة عبر الفيسبوك (الميزم والكوميكس). وفيما يلي عرض لمدخل التحليل السيميولوجي:

يترجم مصطلح السيميولوجيا في العربية أحياناً بعلم الإشارة، وأحياناً أخرى بعلم العلامات. ويتزجمها البعض بالسيمياء، والسيميائية، والرمزية. وقد ظهر الاهتمام بدراسة سيميولوجيا الخطاب الإعلامي نتيجة لأن وسائل الإعلام تنقل وأحياناً تخلق فيضاً من العلامات والرموز. وارتبطت البدايات بدراسة صور الإعلانات بأربعينات القرن العشرين، حيث أثير نقاش حول العلاقة بين السيميولوجيا واللغويات، بمعنى هل سيميولوجيا الصورة مجرد نقل حرفي مباشر لمفاهيم اللغويات مطبق على النماذج البصرية؟ وفي إطار محاولات الإجابة تطورت مناهج تحليل الصورة استناداً للسانيات دي سوسير وشارل بوريس، وأنتروبولوجيا ك. ليفي شتراوس، ورياضيات شانون وأعمال بول ريكوالتأويلية، وأبحاث رولان بارت السيميولوجية. ويختزل ك. كوست أنواع المناهج التي انبثقت عن هذه الأبحاث في منهجين؛ هما: المقاربة اللسانية، والمقاربة البلاغية التي تزعمها رولان بارت، ثم ظهر بعد ذلك المنهج البنيوي الذي تزعمه لوى بورشر، ومنهج السيميائيات السردية الذي تزعمه فلوشر. واستمرت إسهامات الباحثين لوضع أسس تحليل الخطاب السيميولوجي في وسائل الإعلام، أو بعبارة أدق تحليل الخطاب الإعلامي من منظور سيميولوجي.³¹

وتهتم الدراسات السيميولوجية بالكشف عن المعانى الصريحة والضمنية التى تقدمها الرسوم والصور من خلال تراكيبها، أو الخطاب المقدم عبر الرسوم والصور عن قضية أو شخصية ما بما يصنع تمثلات لدى الجمهور عن هذه الشخصية أو القضية. وينظر نهج السيميائية لتلك الرسوم والصور كرموز دالة غير لغوية يتم تفسير معناها بالاسترشاد بالنص اللغوى المصاحب فى إطار السياق الثقافى والاجتماعى. أى أن دراسة المعنى المرجوم من خطاب الرسوم والصورة يتكشف بسهولة أكبر عندما يهتم الباحث بالرموز البصرية أو غير اللغوية جنبا إلى جنب مع الرموز اللغوية أو النص المصاحب، ويقوم بتفسير هذا المعنى أو تلك الدلالات فى إطار السياق الثقافى والاجتماعى، وعند ربط هذه الدلالات بدراسات الجمهور نحصل على تقدير لمدى انعكاس الخطاب على "معلومات، اتجاهات، سلوكيات الجمهور".

ويجب التأكيد على أن العلاقة بين الرموز اللغوية وغير اللغوية فى السيميولوجيا ليست مجرد علاقة "إرساء"، حيث ترسخ اللغة معنى الصورة، أى مجرد تمثيل مرئى للنص. بل يحتوى كلاهما على معلومات جديدة تتضافر معاً فى هيئة علاقة تكملية وليست تكرارية³². وقد وسعت السيميائية اهتمامها إلى ما وراء هيكل ونظام العلامات. فأشركت السيميائية الاجتماعية -وهى مقاربة جديدة للسيميائية البنيوية- جانب هام فى التحليل السيميائى؛ وهو: السياق الاجتماعى للخطاب المرئى³³. ليصبح نهج السيميائية الاجتماعية متعددة الوسائط: أن صنع المعنى هو تحقيق وتجسيد للممارسة الاجتماعية³⁴. وواكب هذا الاهتمام البحثى؛ ظهور تحليل الخطاب متعدد الوسائط (MDA) الذى يبحث فى كيف يتم إدراك المعنى من الأنماط غير اللغوية بشكل مستقل وبالاقتراح مع اللغة. فطور محللو الخطاب متعدد الوسائط أنظمة تصف كيف تتكشف الخيارات النموذجية والنحوية فى طرائق أخرى غير اللغة، وكيف تدرك الموارد فى هذه الأنماط المعنى عبر الدوال الوصفية³⁵.

وقد تعددت النماذج التى قدمها الباحثون فى مجال السيميولوجيا لدراسة العلامات بمختلف أنواعها. إلا أن أقرب النماذج التى يمكن تطبيقها على الرسوم الساخرة؛ هما نموذجى دوسوسير ورولان بارت. وتتكون العلامة بنموذج سوسير من عنصرين أساسيين؛ هما: الدال (المكون المادى للعلامة) - المدلول (المفهوم العقلى أو المعنى الذى تثيره العلامة)، والعلاقة بينهما يطلق عليها الدلالة. بينما العلامة بنموذج بارت توجد فى مستويين؛ هما: المستوى التعيينى (القراءة الأولية للعلامة، وهو ما يقابل الدال عند سوسير، يجاوب على سؤال ماذا، فهو يساعد على تحديد موضوع الصورة) - المستوى التضمينى (يساعد على الوصول للمعنى الحقيقى العميق للصورة، وهو يجاوب على سؤال لماذا). وعند بارت تحتوى العلامة على ثلاث رسائل؛ هم: رسالة لسنية (لغوية) - رسالة أيقونية مدونة (العلامات البصرية) - رسالة أيقونية غير مدونة (المعنى العميق غير الظاهر)³⁶.

يشتمل التحليل السيميولوجى على عدة أبعاد وهى التحليل النماذجى، والتحليل التكوينى، والتحليل الاستعارى. ويمكن توظيفهم مجتمعين أو على حدا، ويتوقف تحديد ذلك على طبيعة الصور والرسوم موضع التحليل؛ فعلى سبيل المثال رسوم الميمز والكوميكس تعتمد فى الغالب على القوالب الجاهزة، وبالتالي يناسبها توظيف التحليل النماذجى حيث إبراز دوال وتكرارها لتصبح نمودجاً. وبما أنها قوالب جاهزة فهى ليست مقصودة لذاتها لدراسة العلاقات التكوينية والأنظمة الاستعارية البصرية، كما هو الحال فى رسوم الكاريكاتير.

وفيما يلي توضيح لهذه الأبعاد الثلاث، وأنظمة التحليل التي يتضمنوها؛ كالتالي:³⁷

1. التحليل النماذجي (مجموعة الدوال الأساسية والتي تشكل نموذجاً ما تنحو إلى تكوين نمطاً أساسياً لا يمكن أن يحل محله نمط آخر إلا بتغيير المعاني والدلالات التي يحملها النص. ويرى فيبر وميتشيل أن هناك عناصر تناصية تتردد عبر الأجيال المختلفة لترسم صورة جهة ما أو شخص ما، يطلق عليها (النص الثقافي المتراكم)، وتصبح بمقتضاها هذه الدوال الرئيسية أو المركزية هي الأيقونة الأساسية للشخصية التي تتحول شيئاً فشيئاً إلى أيقونة ثقافية خاصة بمجتمع معين.

2. التحليل التكويني: وهو تجمع عنقودي من الدوال داخل الرسم، والتي تشمل: الدوال المركزية للشخصية المدروسة بجانب دوال بصرية أخرى تشتركان في روابط علائقية لتكونا في النهاية نص بصرى متميز. وهذه العلاقات التكوينية تشمل الثنائيات التالية: (الأعلى- الأسفل)، (المقدمة- الخلفية)، (قريب- بعيد)، (يمين- يسار)، (المركز- الأجناب).

4. التحليل الاستعاري: يتبين أن للاستعارات والكنائيات البصرية قدرة فائقة على الإقناع. فهي وسيلة لربط الدوال بالمدلولات ليس على نحو حرفي ولكن على نحو فني وبلاغي من خلال نوع معين من التشبيهات. وإحدى الوظائف المهمة للاستعارة هي الإحالة والإزاحة والنقل. والوظيفة الثانية العامة للاستعارة هي التغلب على محدودية مساحة الرسوم مثل: الكاريكاتير.

ثانياً: نظرية ثراء الوسيلة:

توفر نظرية ثراء الوسائل إطاراً مفاهيمياً لقياس المنصة، وإمكاناتها، من حيث القدرة على تقديم "معلومات غنية" يمكن أن تغير الفهم، غالباً عن طريق تقليل عدم التأكد والغموض³⁸. وتوضح الدراسات أن الإرهاسات الأولى لنظرية ثراء الوسيلة (MRT) ظهرت في بحوث دافيت ولينجيل عام 1984. وهي نظرية تركز على فكرة أن خلال عمليات الاتصال -سواء كانت جماهيرية أولاً- يستخدم المرسل وسيطاً أو وسيلة ما لتوصيل رسالة محددة ذات أهداف محددة إلى الجمهور المستقبل، وما يميز وسيلة عن أخرى هي درجة ثرائها؛ بمعنى قدرتها على تمكين كل من المرسل والمستقبل على التواصل من أجل إحداث الفهم وتقليل الغموض والإرباك وعدم التأكد. وبذلك تختلف الوسائل فيما بينها في درجة ثرائها لتتراوح بين وسائل عالية الثراء (تحقق فهم متعمق وسريع) ومنخفضة الثراء (تتطلب وقت طويلاً للوصول إلى الفهم)، مع الأخذ في الاعتبار أن التفاوت في ثراء الوسائل لا يعطي أفضلية لوسيلة عن أخرى في المطلق بالضرورة، حيث يلعب طبيعة الموقف الاتصالي والهدف منه دوراً في تحديد الوسيلة المناسبة جنباً إلى جنب مع ثرائها.

وارتبطت بدايتها بإرشاد مديرين المنظمات حول تأثير استخدام الوسائل، وتزويدهم بمعلومات لاختيار الوسيط الاتصالي الأنسب. ثم إمتد نطاق توظيفها ليشمل الدراسات الإعلامية إنطلاقاً من فرضية أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام الأكثر ثراءً لإزالة الغموض المحيط بالعملية الاتصالية. وبالتالي تساعد هذه النظرية في تصنيف وسائل الإعلام على مقياس الثراء، بما يحدد طبيعة المضمون المناسب لكل وسيلة عن الأخرى، وطبيعة الوسيلة الأفضل استخداماً في أوقات الصراعات والأوبئة حيث يرتفع الشك والغموض، وبما يفسر التفضيلات الفردية للوسائل الإعلامية وفقاً لمعايير الثراء.

تقترح النظرية أن أداء المهام، وخاصة المهام المعقدة التي تنطوي على غموض، يتحسن عندما تكون وسائط الاتصال أكثر ثراءً. واقترحت الأبحاث أن القنوات الأكثر ثراءً تؤدي إلى زيادة فعالية الاتصال وتقليل الوقت³⁹. وتتمثل الفرضيات الرئيسية للنظرية؛ في: (أ) اختلاف الوسائل في درجة "الثراء" اعتماداً على كمية المعلومات التي يمكن أن تنقلها في وقت محدد لتقليل الغموض، حيث يكون الاتصال وجهاً لوجه هو الأغنى. (ب) يتحسن الأداء عندما يستخدم الناس وسائل أكثر ثراءً للمهام الملتبسة⁴⁰. ويقوم ثراء الوسيلة من منظور المرسل على فكرة مدى القدرة على استخدام كل من اللغة الطبيعية والأرقام، ويحددها من منظور المستخدم مدى قدرتها على مساعدته في: اتخاذ قرارات أفضل، وإنشاء أنظمة مشتركة للمعنى، وحجم الوقت المطلوب للتوصل إلى استنتاجات، ورضا المستخدمين، وحجم التفاعلية، ومدى فورية رجع الصدى⁴¹.

وعلى وجه التحديد؛ تتمثل معايير الثراء أو الخصائص التي تجعل الوسائط أكثر ثراءً؛ في: القدرة على التعامل مع إشارات المعلومات المتعددة في وقت واحد (نقل إشارات مختلفة داخل نفس المحتوى)، والقدرة على تسهيل التغذية المرتدة السريعة (أي فورية رجع الصدى)، والقدرة على إنشاء تركيز شخصي، والقدرة على استخدام اللغة الطبيعية⁴².

وتبين الدراسات أنه على الرغم من أن بعض الوسائط قد لا تكون غنية مثل الاتصال وجهاً لوجه، إلا أن المستخدمين يفضلونها أحياناً بناءً على أسباب أخرى. لذلك جادل بعض الباحثين بأن مستوى ثراء الوسائط ليس كافياً من حيث شرح سلوك اختيار وسائط المستخدم على المستوى الفردي⁴³. وهما يعرف بنظرية توسيع القناة، والتي تفترض أن ثراء الوسائط المتصور للفرد يعتمد على عناصر أخرى إضافية؛ أبرزها: خصائص الوسيلة، خبرة الأفراد مع الوسيلة، الخبرة المشتركة بين المرسل والمتلقي، السياق التنظيمي الذي يحدث فيه الاتصال، التأثير الاجتماعي⁴⁴. سهولة وسرعة الوصول للوسيلة، الثقة في الوسيلة الاتصالية، التكلفة المادية⁴⁵.

وتوضح الدراسات أن أبرز الوسائل التي يفضلها المستخدمون؛ هي: الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تتمتع تلك المواقع خاصةً وشبكة الإنترنت عامةً بما يمكنها من تحقيق فرضيات الثراء: الأنية والتحديث الفوري، استخدام وسائط متعددة ورموز متنوعة بعرض المعلومات، توظيف الهايبر لينك، القدرة على إضافة وتعديل المعلومات، سهولة الاستخدام، سهولة الإنتقاء بين المعلومات وتبادلها، ردود الفعل السريعة والفورية، عالمية الانتشار، إمكانية الأرشفة لعدة سنوات والتعرف على تعداد الزوار، الذاكرة الحاسوبية⁴⁶.

وأشارت الدراسات السابقة أيضاً إلى أن القدرات الجديدة الموجودة بشكل فريد في الوسائط الإلكترونية يمكن أن تعزز ثراء الوسيلة⁴⁷. حيث يقدم النطاق الواسع من المزايا التكنولوجية التي توفرها الوسائل الجديدة نظرة أوسع للثراء، قائمة على فكرة أن مستخدمي الوسائط الجديدة يميلون إلى توظيف التقنيات المناسبة بالطرق التي تخدم احتياجاتهم، وبالتالي ثراء الوسيط ليس بالضرورة قيمة موضوعية مميزة ولكنه يختلف حسب كيفية تخصيصه لخدمة احتياجات المستخدم على أفضل وجه. فعلى سبيل المثال؛ يمكن لتغريدة على تويتر أن تكون أكثر ثراءً من تغريدة أخرى بناءً على كيفية توظيف أدوات تويتر داخل هذه التغريدة⁴⁸.

◀ الإطار المنهجي والإجرائي:

- نوع الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التفسيرية. والتي تهدف لتوصيف الظاهرة في وضعها الراهن، وتمتد لتشمل وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة والوصول إلى نتائج وتفسيرات للعلاقة. للوقوف على الأسباب والمقدمات في علاقتها بالنتائج⁴⁹.

• **منهج الدراسة:** تستخدم الباحثة أسلوب المسح الإعلامي بشقية الوصفى والتحليلي، والذي يهدف لتسجيل وتحليل الظاهرة في وضعها الراهن. وبالتالي تم استخدام هذا المنهج لتصنيف وتحليل سمات خطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا بالصفحات عينة الدراسة وطبيعة الشخصيات المركزية التي أبرزها في الأزمة، ومدى توافق التيمة المقدمة عنهم مع اتجاهات الجمهور ودلالة ذلك.

• أدوات الدراسة:

1. أداة تحليل المضمون: لرصد التكوين الشكلي واللغة المستخدمة بخطاب الميمز والكوميكس، إضافة لتحديد هدف النشر وآليات السخرية المستخدمة وطبيعة القضايا والموضوعات المقدمة بالخطاب.
2. أداة تحليل القوى الفاعلة: لرصد وتحليل الشخصيات المركزية بخطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا، وطبيعة الأفكار المتواترة عنهم (التييمات)، وتفصيلها، واتجاه هذه التييمات من وجهة نظر الخطاب.
3. أداة التحليل السيميولوجي: لإجراء التحليل النماذجي، من خلال رصد وتحليل وتفسير الدوال ورحلة تناصها وإجراء اختبارات التباديل والتوافق لها.
4. صحيفة استبيان إلكترونية: لتحقيق أغراض الدراسة الميدانية، وطُبقت على عينة من جمهور الفيسبوك.

ولتطبيق هذه الأدوات صممت الباحثة استمارتين؛ هما: استمارة كمية وكيفية لجمع بيانات الدراسة التحليلية – استمارة استبيان لجمع بيانات الدراسة الميدانية. وخضعت هذه الأدوات لاختبارات الصدق والثبات؛ كالتالي: أولاً: اختبارات الصدق تمثلت في تحكيم استمارات الدراسة التحليلية⁵⁰ والميدانية⁵¹. ثانياً: الثبات: حيث تم إعادة تحليل عينة من الدراسة قوامها (100) ميمز وكوميكس باستخدام معامل ارتباط بيرسون للانحرافات المعيارية للتحقق من ثبات استمارات البحث، وتراوحت معاملات الارتباط بين 81%-92% مما يدل على ثبات استمارات الدراسة النسبي وصلاحياتها للتطبيق.

• مجتمع الدراسة وأسلوب سحب العينة:

* مجتمع الدراسة التحليلية: تم رصد صفحات الفيسبوك التي تقدم ميمز وكوميكس عن كورونا، وتم اختيار أعلاها من حيث تسجيلات الإعجاب أو عدد الأعضاء. وبالتالي تتمثل عينة الدراسة التحليلية في صفحات: صفحة اساحبي (Asa7be Sarcasm Society) ولنكها (<https://www.facebook.com/asa7bess>) وعدد متابعيها أكثر من 16 مليون ومسجلى الإعجاب أكثر من 15 مليون. صفحة فيروس كورونا (Corona virus - فيروس كورونا، فنان كوميدى) ولنكها (<https://www.facebook.com/coronaVArabic>) وعدد متابعيها أكثر من 641 ألف ومسجلى الإعجاب أكثر من 606 ألف. صفحة كورونا ساركازم (Corona Sarcasm Society) ولنكها (<https://www.facebook.com/groups/coronavarabic>) وعدد أعضائها أكثر من 62 ألف.

الفترة الزمنية للدراسة: أجريت الدراسة التحليلية على فترة زمنية ممتدة من 1 إبريل 2020 إلى 30 يوليو 2021، مستخدمة أسلوب الحصر الشامل للكشف عن سمات المعالجة وأجندة

القضايا المقدمة وتيمة الشخصيات الرئيسية. وتم تحديد شهر أبريل 2020 كنقطة بداية نظراً لأنه تاريخ إنشاء صفحة كورونا ساركازم، وبداية نشر الميمز والكوميكس عن كورونا بصفحة فيروس كورونا، كما شهد هذا الشهر بدء الاهتمام المكثف بميمز وكوميكس الفيروس بصفحة اساحبى.

* مجتمع الدراسة الميدانية: أجريت خلال شهرى أغسطس وسبتمبر 2021 على عينة قوامها (586) مفردة من متابعى الميمز والكوميكس. وتم السحب بأسلوب العينة المتاحة. واستهدفت التعرف على اهتمامات العينة المتعلقة بالميمز والكوميكس المقدم عن كورونا وتقضياتهم، ومطابقة حدود التقارب والاختلاف بين اتجاهاتهم عن الشخصيات المركزية بأزمة كورونا وتيمة خطاب تقديم هذه الشخصيات بميمز وكوميكس صفحات الدراسة.

* خصائص عينة الدراسة:

أ. خصائص عينة الدراسة التحليلية:

أسفر الحصر الشامل عن تحليل (437) ميمز وكوميكس بصفحة فيروس كورونا و(287) ميمز وكوميكس بصفحة كورونا ساركازم و(170) ميمز وكوميكس بصفحة اساحبى. ويعود زيادة العينة بصفحتى فيروس كورونا وكورونا ساركازم لأن الصفحتين متخصصتين فى النشر عن كورونا بينما صفحة اساحبى تنشر فى مجالات أخرى مختلفة إضافة إلى كورونا.

ب. خصائص عينة الدراسة الميدانية:

أولاً: خصائصهم الديموغرافية من حيث النوع والعمر:

يعكس متغيرى العمر والنوع ليس فقط مؤشرات حول مدى المتابعة وفقاً للمتغير، وإنما تأثير العمر والنوع على مدى التعاون ووجود قابلية فى ملء الاستمارات الإلكترونية للبحوث. وبلغت نسبة الإناث المستجيبات 80.9% مقابل 19.1% للذكور. ويلاحظ انخفاض من هم أكبر من 30 عام حيث بلغت نسبتهم 4.1% فقط مقابل 95.9% لمن هم أقل من 30 عام؛ وبالتحديد: 55.6% أقل من 20 عام و40.3% من 20 عام إلى 30 عام. وبذلك يتضح أن هناك مؤشرات بأن كلما قل العمر أبدى الجمهور استعداداً أكبر للمشاركة فى البحوث. ويتضح أن الإناث وصغيرى السن أكثر متابعة للميمز والكوميكس المنشورة عن كورونا خلال فترة الدراسة. والفجوة الواضحة فى نسب فئات المتغيرين تجعل من الصعب فى العديد من المواضيع الكشف عن الفروق الدالة إحصائياً وفقاً للمتغيرات الديموغرافية، وإنما فقط ما إذا كان هناك علاقة دالة أم لا.

ثانياً: معدلات الاستخدام والإعتقاد فى ثراء الفيسبوك كوسيلة مناسبة لمتابعة الميمز والكوميكس:

أ. المواقع التى يفضل المبحوثون متابعة الميمز والكوميكس من خلالها:

جدول (1) التوزيع التكرارى والنسبى للمواقع التى يتابع من خلالها المبحوثين الميمز والكوميكس

أياً من المواقع التالية تحب متابعة الميمز والكوميكس من خلالها		ذكر		أنثى		الإجمالى		ت	إناث
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
98	87.5%	438	92.4%	536	91.5%	1	1	1	1
6	5.4%	20	4.2%	26	4.4%	2	2	2	2
0	0.0%	2	0.4%	2	0.3%	5			

3	3	%1.7	10	%1.7	8	%1.8	2	واتساب
4	2	%2.0	12	%1.3	6	%5.4	6	إنستجرام
		%100.0	586	%100.0	474	%100.0	112	الإجمالي

كا=2=8.386 د.ح (درجة الحرية) = 4 الدلالة الإحصائية = 0.078

يتضح من الجدول أنه على الرغم من عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع والموقع؛ حيث كانت قيمة الدلالة أكبر من 0.05 إلا أن غالبية العينة تفضل متابعة الميمز والكوميكس المنشورة على صفحة الفيسبوك بنسبة 91.5%. تلاها بالنسبة للذكور تويتر والإنستجرام بنسبة 5.4% لكلاً منهما، وواتساب بنسبة 1.8%. بينما تفضل الإناث تويتر بنسبة 4.2% ثم واتساب بنسبة 1.7% ثم إنستجرام بنسبة 1.3% وأخيراً المواقع الصحفية بنسبة 0.4%. ويتفق ذلك مع نتائج دراسة (Viriya Taecharungroj & other-2015) التي أوضحت أن الفيسبوك هو أكثر منصات التواصل الاجتماعي انتشاراً، وتعد مجتمع خصب للميمز. ويتفق مع دراسة (حنان محمد - 2017) التي أكدت أن المراهقين من الذكور والإناث يستخدمون الكوميكس خاصة المنشورة عبر موقع الفيسبوك. بينما اختلفت النتائج معها في ترتيب أفضليه باقي المواقع حيث جاء في الترتيب الثاني بالدراسة السابقة موقع اليوتيوب.

ويتبين أن اعتقاد المبحوثين في ثراء الوسيلة من حيث المعلومات والإمكانات يعد عامل حاكم في اختيارها لمتابعة مضمون الميمز والكوميكس بشكل عام والمقدم عن كورونا بشكل خاص.

جدول (2) التوزيع التكراري والنسبي لأسباب متابعة المبحوثين للميمز والكوميكس - ن=586

لماذا تتابع الميمز والكوميكس عبر موقع ما؟		ذكر		أنثى		الإجمالي		ذكر	أنثى
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ت	ت
74	%66.1	272	%57.4	346	%59.0	1	1	1	1
42	%37.5	204	%43.0	246	%41.9	3	2	3	2
38	%33.9	126	%26.6	164	%27.9	5	5	5	5
36	%32.1	180	%38.0	216	%36.9	6	4	6	4
48	%42.9	184	%38.8	232	%39.6	2	3	2	3
41	%36.6	96	%20.3	137	%23.3	4	6	4	6

وتمثلت أسباب اختيار المبحوثين لموقع ما لمتابعة الميمز والكوميكس من خلاله؛ في الآتي: أن الموقع يقدم ميمز وكوميكس بسيطة في التكوين وساخرة وناقدة من حيث المحتوى بنسبة إجمالية 59.0%. تلاها أن هذه المواقع توفر أدوات للتفاعل مع الميمز والكوميكس مثل استخدام الرموز التعبيرية بنسبة إجمالية 41.3%، تلاها لأنها سهلة الاستخدام سواء من حيث البحث بها ومتابعتها أو التحميل منها والاحتفاظ بمضمونها بنسبة إجمالية 39.6%.

وتتفق هذه الأسباب الثلاث مع عناصر نظرية ثراء الوسيلة والتي تفترض أن ثراء الوسيلة مرتبط بجودة المضمون، إمكانية التفاعل، سهولة الاستخدام. وتباين الذكور والإناث حول ترتيبهم للأسباب والدوافع الأخرى التي قد تدفعهم للاعتماد على موقع ما لمتابعة الميمز والكوميكس؛ حيث أعلى الذكور من أهمية أن يكون الأقارب والأصدقاء يستخدمون هذا الموقع بنسبة 36.6% من إجمالي اختيارات الذكور بالمرتبة الرابعة. بينما جاء هذا السبب في المرتبة السادسة والأخيرة لدى الإناث مقابل الإغلاء من أهمية كون تلك الميمز والكوميكس تقدم شخصيات وقضايا آنية وحديثة بنسبة 38.0% من إجمالي اختيارات الإناث. بما يعكس أن الإناث أكثر اهتماماً بحداثة محتوى الميمز والكوميكس بينما الذكور أكثر اهتماماً بوجود أصدقاء يمكن مشاركة الميمز والكوميكس معهم.

ويتضح بشكل عام أن عينة الدراسة من الذكور والإناث تعتقد في ثراء الفيسبوك عن الوسائط الأخرى كوسيلة صالحة لتقديم محتوى الميمز والكوميكس؛ بدليل اختياره بالمرتبة الأولى من حيث المتابعة كما سبق وأوضحنا بنسبة 91.5%. وتبين وجود فروق دالة إحصائية في معدل الاستخدام منذ أزمة كورونا لصالح الإناث حيث كانت قيمة ت-3.056 وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05.

جدول (3) التوزيع التكراري والنسبي لمعدل استخدام المبحوثين للفيسبوك - ن=586

ما معدل استخدامك اليومي للفيسبوك منذ أزمة كورونا	ذكر		أنثى		الإجمالي		ذكر	أنثى
	ك	%	ك	%	ك	%	ت	ت
أقل من ساعة	20	17.9%	74	15.6%	94	16.0%	3	3
من ساعة إلى 3 ساعات	58	51.8%	156	32.9%	214	36.5%	1	2
أكثر من 3 ساعات	34	30.4%	244	51.5%	278	47.4%	2	1
الإجمالي	112	100.0%	474	100.0%	586	100.0%		

جدول (4) التوزيع التكراري والنسبي للفروق بين نوع المبحوثين ومعدلات الاستخدام

النوع	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدالة الإحصائية
ذكر	112	2.13	0.686	-3.056	584	0.02
أنثى	474	2.36	0.737			

فأوضحت 51.5% من الإناث أن معدل استخدامهن للفيسبوك خلال الأزمة أكثر من 3 ساعات في اليوم، في حين أن معدل استخدام 51.8% من الذكور للفيسبوك يتراوح من ساعة إلى 3 ساعات في اليوم. ويتضح بشكل عام وفقاً للإجمالي أن فقط 16.0% تستخدم الفيسبوك لأقل من ساعة باليوم؛ وهوما يعني أن 84.0% من العينة عبروا عن معدلات استخدام مرتفعة لشبكة الفيسبوك منذ أزمة كورونا، وقد يعود السبب في ذلك إلى أن إجراءات التباعد الاجتماعي والعزل جعلت معظم المواطنين يفضلون التواصل عبر الشبكات عن التواصل الفعلي، إضافة إلى أن توقف بعض الأعمال والتحول للـ online working أتاح وقت فراغ طويل بما يسمح بزيادة المرور إلى الشبكة.

وتعددت الأسباب التي جعلت المبحوثين يستخدمون شبكة الفيسبوك خلال فترة كورونا؛ وإن كانت الأسباب توضح تركيز المبحوثين على استخدامه كوسيلة للتواصل بدلاً من الاتصال المواجهي في ظل إجراءات العزل والتباعد، إضافة لاستخدامه كأداة للمتابعة والمشاركة بشكل ناقد وساخر. وتمثلت تلك الأسباب في الآتي:

جدول (5) التوزيع التكرارى والنسبى لأسباب استخدام المبحوثين للفيس بوك – ن=586

ما أهم دوافع وأسباب استخدامك للفيس بوك خلال الأزمة		ذكر		أنثى		الإجمالى		ذكر	أنثى
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ت	ت
49	43.7%	172	36.3%	221	37.7%	3	4	3	4
52	46.4%	231	48.7%	283	48.2%	2	2	2	2
48	42.9%	230	48.5%	278	47.4%	4	3	4	3
68	60.7%	236	49.8%	304	51.9%	1	1	1	1
28	25.0%	100	21.1%	128	21.8%	5	5	5	5

اتفق كل من الذكور والإناث فى أن أهم أسباب الاستخدام هى إمكانية التواصل مع الأصدقاء فى سهولة ويسر (بنسبة 60.7% للذكور و 49.8% للإناث)، تلاها لمتابعة الميمز والكوميكس الساخرة للناقدة للقرارات الاحترازية ولسلوكيات المواطنين والمسؤولين (بنسبة 46.4% للذكور و 48.7% للإناث). ويلاحظ أن على الرغم من السماح للمبحوثين باختيار أكثر من بديل إلا أن كلاً من الذكور والإناث أعطوا أهمية منخفضة لسبب: يتيح لى مساحة أكبر للتعبير عن رأى بالأزمة (بنسبة 25.0% للذكور و 21.1% للإناث). بما يوضح أنه على الرغم من ثراء الشبكة وتوفيرها أدوات للتعليق تنسم بانخفاض الرقابة عليها، إلا أن المبحوثين يفضلون المتابعة والتنقيص عن المشاركة والإنتاج. ويتطلب ذلك دراسات لمعرفة لماذا يعزف الجمهور عن التعليق على الأحداث ويكتفى بالمتابعة الصامتة، وإذا قرر المشاركة فإنه يفضل استخدام الرموز التفاعلية عن التعليقات.

جدول (6) التوزيع التكرارى والنسبى لأرائهم حول الميمز والكوميكس المنشورة بالفيس بوك – ن=586

ما رأيك فى الميمز والكوميكس المنشورة بالفيس بوك عن كورونا:		ذكر		أنثى		الإجمالى		ذكر	أنثى
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ت	ت
30	26.8%	104	21.9%	134	22.9%	3	3	3	3
68	60.7%	246	51.9%	314	53.6%	1	1	1	2
14	12.5%	58	12.2%	72	12.3%	4	4	4	4
58	51.8%	288	60.8%	346	59.0%	1	2	1	2
12	10.7%	38	8.0%	50	8.5%	5	5	5	5

ويتبين أنه على الرغم من توجيه الاستبيان فى الأساس للأفراد الذين يتعرضون ويتابعون الميمز والكوميكس إلا أن 8.5% من العينة أوضحت أنه محتوى تافه يضيع الوقت ومن الأفضل عدم نشره. وإن كانت نسبة ضئيلة إلا أنها تدل على الإزدواجية بين الاعتقاد

والسلوك لدى البعض، فهم يتعرضون للمحتوى على الرغم من عدم الاقتناع بأهميته. وربما يُرد هذا التعرض للترغيب في قتل الوقت أو للإطلاع على ما يطلع عليه الآخرون. وبشكل عام؛ اتفق الذكور والإناث في آرائهم حول المييز والكوميكس المقدمة عن كورونا على شبكة الفيسبوك. فيرى المبحوثون وفقاً للإجمالي: أنها تقدم المعلومات عن الأزمة بطريقة ناقدة ساخرة مبسطة بنسبة 59.0%، وأنها مييز وكوميكس مفيدة ومسلية في آن واحد بنسبة 53.6%، وأنها تعبر عن وجهة نظرهم في أحداث كورونا وشخصياتها الفاعلة بنسبة 22.9%. كما أوضح 12.3% أنهم يتابعوها فقط حتى يشاركوها على صفحاتهم الخاصة ومع أصدقائهم لأنها تحظى بإعجابهم. ويتفق ذلك مع نتائج الدراسات السابقة التي أكدت على أن ما يجذب العينة للرسم الساخر: الفكرة تليها النكتة أو الفكاهة (سلوى أحمد - 2015). وأبرز أسباب رضاهم عن الرسم الساخر: غلبة روح الفكاهة تلتها القدرة على عكس الواقع (وسام نصر - 2018). بالإضافة إلى جاذبية هذه الميمات كفرص بديلة للتعبير عن الآراء (Joel Penney - 2020).

ويعنى ذلك أن النسبة الأكبر من العينة 135.5% (النسبة تتخطى الـ 100% لإمكانية اختيار أكثر من بديل) يعتقدون في أهمية المييز والكوميكس المقدمة عن كورونا وثرانها كمضمون ساخر ومسلى ومفيد، ولا يتعرضون له فقط من أجل المشاركة مع الأصدقاء. وتبين فيما يخص مدى متابعتهم للصفحات المتخصصة في تقديم مييز وكوميكس عن كورونا؛ أن المبحوثين يتابعونها أحياناً 55.3%، تلاها نعم 26.3%، فيما أوضح 18.4% أنهم لا يتابعونها وإنما يكتفون بمشاهدة المييز والكوميكس المنشورة على صفحات أصدقائهم. ويتفق ذلك مع دراسة (محمد معوض- 2018) حيث أكد أن 92.5% من المبحوثين مشتركين بصفحات الكوميكس على شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (7) التوزيع التكرارى والنسبى لمتابعة المبحوثين لصفحات المييز والكوميكس بالفيسبوك

هل تتابع صفحات الكوميكس أو المييز المنشورة عن كورونا							
ذكر		أنثى		الإجمالي		ذكر	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
34	30.4%	120	25.3%	154	26.3%	2	2
52	46.4%	272	57.4%	324	55.3%	1	1
26	23.2%	82	17.3%	108	18.4%	3	3
112	100.0%	474	100.0%	586	100.0%		
لماذا تتابع صفحات الكوميكس أو المييز المنشورة عن كورونا							
ذكر		أنثى		الإجمالي		ذكر	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
8	7.1%	26	5.5%	34	5.8%	3	3
8	7.1%	50	10.5%	58	9.9%	2	3
6	5.4%	21	4.4%	27	4.6%	4	4
10	8.9%	15	3.2%	25	4.3%	5	2
54	48.2%	274	57.8%	328	56.0%	1	1
0	0.0%	6	1.3%	6	1.0%	6	
26	23.2%	82	17.3%	108	18.4%		
112	100.0%	474	100.0%	586	100.0%		

كا² = 13.341 د.ح (درجة الحرية) = 6 الدلالة الإحصائية = 0.038

وتبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وأسباب متابعة صفحات الميمز والكوميكس المنشورة عن كورونا حيث كانت قيمة $\chi^2 = 13.341$ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. فنجد بالمراتب الثلاث الأولى أن المبحوثين يتابعون هذه الصفحات لأنها: تقدم مضمون مسلى وترفيهى بنسبة 56.0%، لديها رؤية نقدية موضوعية فى معالجة قضايا المجتمع بنسبة 9.9%، صفحات ثرية وتقدم خدمات متنوعة وجذابة بنسبة 5.8%. ويتضح أن الذكور والإناث يجذبهم المحتوى الترفيهى، ولا تؤثر شهرة الصفحة ولا مدى الاعتقاد فى مصداقية القائمين عليها على قرار متابعتها بشكل كبير. ثم تتمايز دوافعهم؛ حيث يبحث الذكور عن مضمون يتفق مع توجهاتهم بصفة أساسية، بينما تبحث الإناث عن المضامين التى تقدم رؤية نقدية موضوعية. هذا التمايز انعكس على اختياراتهم للصفحات التى يتابعونها.

جدول (8) التوزيع التكرارى والنسبى لصفحات الميمز والكوميكس التى يتابعها المبحوثون- ن=586

أياً من الصفحات التالية تسمع عنها أو تعتمد عليها وتتابعها		ذكر		أنثى		الإجمالى		ذكر		أنثى	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
44	39.3%	314	66.2%	358	61.1%	2	1.1%	1	2.1%	2	1.1%
24	21.4%	64	13.5%	88	15.0%	3	3.0%	3	3.0%	3	3.0%
58	51.8%	110	23.2%	168	28.7%	1	1.8%	2	2.1%	1	1.8%
10	8.9%	40	8.4%	50	8.5%	4	4.0%	4	4.0%	4	4.0%

فتبين الذكور والإناث حول صفحات الميمز والكوميكس التى يعرفونها عن كورونا ويتابعونها سواء دائماً أو أحياناً. ففىما يخص الذكور جاء فى الترتيب الأول صفحة اساحبى بنسبة 51.8%، ثم فيروس كورونا بنسب 39.3%، ثم كورونا ساركزم بنسبة 21.4%. أما الإناث فاخترنا بالترتيب الأول صفحة فيروس كورونا بنسبة 66.2%، ثم اساحبى بنسبة 23.2%، ثم كورونا ساركزم بنسبة 13.5%. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (وسام نصر-2018) حيث فضل المبحوثين فى الترتيب الأول صفحة اساحبى، ويمكن رد هذا الاختلاف لاختلاف القضية موضع الدراسة؛ حيث اهتمت الدراسة السابقة بقضية المشاركة بالانتخابات.

• المعاملات الإحصائية المستخدمة:

وظفت الباحثة من الإحصاء للخروج بمؤشرات كمية: التكرارات والنسب، المتوسط الحسابى، الانحراف المعيارى، الوزن النسبى. واختبار الفروض تم استخدام معاملات: ك2، معامل التوافق T test.

◀ نتائج الدراسة التحليلية والميدانية ومناقشتها فى ضوء المداخل النظرية والدراسات السابقة:

يتكون الميمز والكوميكس من ثلاث أركان أساسية؛ هم: النص، الصورة، المعنى العميق المقصود إيصاله للقارئ عن طريق دلالة النص وسيمولوجية الصورة، وهذا المعنى يمكن أن يكون مفهوماً ضمناً أو ظاهرياً. وبالتالى تركز نتائج هذه الدراسة على النقاط التالية: سمات الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا وتفضيلات المبحوثين- الشخصيات المركزية بالآزمة التى ظهرت بالميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا (دراسة لمدلول النص والصورة) وعلاقتها باتجاهات المبحوثين- المعنى العميق المفهوم من الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا واتجاه المبحوثين نحوه.

أولاً: سمات الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا وتفضيلات المبحوثين:

تفيد دراسة السمات عند ربطها بتفضيلات الجمهور وأنماط اعتمادهم في الإجابة عن سؤال رئيسي؛ هو: لماذا اتجه الجمهور لمتابعة الميمز والكوميكس المنشورة عن الأزمة وشخصياتها المركزية؟ بما يطرح تساؤل حول حدود قدرة هذه الرسوم وما يمكن أن تضيفه من معاني قد تعجز القوالب الإعلامية التقليدية عن الوفاء بها بالشكل الأمثل للجمهور. وسنعرض لهذه السمات فيما يلي في إطار مقارنة بين النتائج التحليلية والميدانية.

1. طبيعة المضمون المقدم عن كورونا داخل الميمز والكوميكس:

يلاحظ أن تلك الأشكال الساخرة المقدمة عبر الفيسبوك قدمت مضامين تختلف عن طبيعة المضامين التقليدية المقدمة عبر القوالب المتعارف عليها للإعلام مثل الخبر والتحقيق والحوار.. الخ. فإذا كانت القوالب التقليدية تربط الأحداث دائماً بالقضايا العامة الأساسية وتبحث حدود علاقتها بها وتأثيرها عليها، فإن الميمز والكوميكس تركز على الحدث كعنصر أساسي وكقضية مستقلة.



شكل رقم 1 (اساحبي، 20 يونيو 2020)

فنجذ مثلاً إذا اهتمت القوالب التقليدية بتصريح رئيس الوزراء حول الاعتماد على وعي المصريين لتخطي الأزمة، فأنها بالضرورة ستعالجها أما من منظور اجتماعي أو طبي؛ حيث الاعتماد على مصادر تربط بين السلوكيات والوعي لتحسين وضع المجتمع وتحقيق الوقاية الصحية. أما الميمز والكوميكس نظرت للتصريح بشكل مجرد الهدف منه النقد المعتمد على الصورة الذهنية المترسخة على طبيعة سلوك المواطن. أنظر

شكل رقم (1)

يتفق ذلك مع دراسة (محمد حسام-2015) حيث أكد: لأن الكاريكاتير فن اختصاري تعميمي فيظهر به أفكار بسيطة مثل: مخاطر انتشار الإسلام كدين في أوروبا. ولا تظهر فيه كثيراً تعقيدات أفكار الخطاب السياسي الرسمي الذي تروجه وسائل الإعلام، بل وبعض الأفكار الخطيرة الأخرى.

جدول (9) طبيعة المضمون المقدم عن كورونا داخل الميمز والكوميكس

اسم الصفحة		مضمون الميمز والكوميكس	
الإجمالي	اساحبي	كورونا ساركازم	فيلوس كورونا
ك	ك	ك	ك
%	%	%	%
106	23	36	47
10.8%	13.5%	12.5%	10.8%
52	20	12	20
4.6%	11.8%	4.2%	4.6%
133	10	75	48
11.0%	5.9%	26.1%	11.0%
206	11	41	154
35.2%	6.5%	14.3%	35.2%
56	14	26	16
3.7%	8.2%	9.1%	3.7%
72	25	14	33
7.6%	14.7%	4.9%	7.6%
22	0	8	14
3.2%	0.0%	2.8%	3.2%

أنماط التغذية وأنواع الطعام	11	6.5%	11	3.8%	2	0.5%	24	2.7%
سلوكيات المواطنين خلال الأزمة	54	31.8%	61	21.3%	88	20.1%	203	22.7%
تصريحات المسؤولين حول الفيروس وإنتهائه	2	1.2%	3	1.0%	15	3.4%	20	2.2%
الإجمالي	170	100.0%	287	100.0%	437	100.0%	894	100.0%

ويتضح أن المميز والكوميكس المنشورة بصفحات الدراسة ركزت بالمراتب الثلاث الأولى على المضامين التالية؛ بالترتيب وفقاً للإجمالي العام: أعداد الإصابات بمصر 23.0%، سلوكيات المواطنين خلال الأزمة 22.7%، القرارات الرسمية والاحترازية 14.9%. وإن كان يؤثر على هذه النسب بشكل كبير نسب صفحة كورونا نظراً لكثافة النشر. بينما تتباين الصفحات فيما بينها في معدل الاهتمام؛ كالتالي: ركزت صفحة اساحبي على: سلوكيات المواطنين خلال الأزمة 31.8%. وركزت صفحة كورونا ساركازم على: القرارات الرسمية والاحترازية 26.1%. وركزت صفحة فيروس كورونا على: أعداد الإصابات بمصر 35.2%.

جدول (10) التوزيع التكراري والنسبي لمضمون المميز والكوميكس الذي يتابعة المبحوثون - ن=586

مضمون المميز والكوميكس المقدم عن كورونا	اتابعه دائماً		اتابعه أحياناً		لا اتابعه		إجمالي المتابعة		ت ميداني	ت تحليلي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
التصريحات الخاصة باعتماد الدولة على وعي المواطن لتخطي أزمة كورونا	208	35.5%	302	51.5%	76	13.0%	510	87.0%	5	4
أوضاع التعليم والامتحانات بالأزمة	406	69.3%	154	26.3%	26	4.4%	560	95.6%	1	7
أعداد المصابين والشخصيات المصابة	214	36.5%	306	52.2%	66	11.3%	520	88.7%	*3	1
القرارات والإجراءات الاحترازية	348	59.4%	200	34.1%	38	6.5%	548	93.5%	2	3
سلوكيات المواطنين خلال كورونا	254	43.3%	262	44.7%	70	11.9%	516	88.0%	4	2
التوعية من مخاطر كورونا	292	49.8%	228	38.9%	66	11.3%	520	88.7%	*3	5
الأخبار ونتائج الأبحاث الطبية عن كورونا	212	36.2%	284	48.5%	90	15.4%	496	84.7%	6	6
الصين والأطعمة التي يتناولونها	142	24.2%	238	40.6%	206	35.2%	380	64.8%	7	7

ويتضح أن بالرغم من التقارب لحد ما بين تفضيلات المبحوثين وتركيز الصفحات على معظم الموضوعات إلا أن هناك تباين واضح فيما يخص القضايا المتعلقة بأوضاع التعليم والامتحانات في ظل كورونا. فأكد 95.6% من المبحوثين على حرصهم على متابعتها مما جعلها تأتي في الترتيب الأول للمبحوثين، بينما ظهرت في الترتيب السابع بصفحات الدراسة والتي أولت اهتماماً أكبر للمميز والكوميكس المقدمة عن أعداد المصابين. ويلاحظ أن الاهتمام بالمميز والكوميكس عن أعداد المصابين حظى بالمرتبة الثالثة لدى المبحوثين بنسبة متابعة إجمالية بلغت 88.7%، وهوما يوضح أن هناك تقارب بين أجندة الصفحات وتفضيلات المبحوثين، ويمكن رد ارتفاع نسبة الاهتمام بالتعليم لدى العينة للخصائص العمرية؛ فكما سبق وأوضحنا فإن 55.6% أقل من 20 عام و40.3% من 20 إلى 30 عام. أى أن غالبية العينة مازالت في مرحلة التعليم مما أوجد لديهم اهتمامات مشتركة وحرص على متابعة المميز والكوميكس المتعلقة بالعملية التعليمية.

جدول (11) التوزيع التكرارى والنسبى لهدف نشر المميز والكوميكس خلال أزمة كورونا

هدف النشر	اسم الصفحة					
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا	
	ك	%	ك	%	ك	%
توعية	20	11.8%	22	7.7%	41	9.4%
نقد	150	88.2%	265	92.3%	396	90.6%
الإجمالى	170	100.0%	287	100.0%	437	100.0%

ويمتد التباين بين الفيسبوك والإعلام التقليدى لأهداف النشر أيضاً، والتي تتعدد في القوالب التقليدية لتشمل الإخبار والتفسير والتسلية وعرض التجارب وطرح الآراء والحشد .. الخ. بينما تقتصر بشكل أساسى في الأشكال الساخرة على النقد أو التوعية، وتم تجنب التسلية وطرح الآراء كأهداف للنشر بالمميز والكوميكس لسبب أساسى هو أنها بطبيعة الحال شكل ساخر قائم على نقد الموقف وبالتالي فإن كافة الرسوم يتحقق بهم هذان الهدفان بشكل بديهي. واتفقت كافة صفحات الدراسة حول التركيز على النقد بنسبة 90.7% مقابل التوعية بنسبة

9.3%. ولا يمكن أن نعتبر هذه النسبة بها خلل أو أن صفحات الدراسة لا تقوم بدور كافى في التوعية خلال أزمة كورونا لأن:

وإذا كان الهدف الرئيسى الواضح من الشكل هو النقد إلا أن هذا النقد يؤدي بالضرورة للتوعية ولكن بشكل ضمنى. أنظر شكل رقم (2).

ويتفق ذلك مع دراسة (Stefan



شكل رقم 2 (كورونا ساركازم، 22 يونيو 2020)

Stieger & other-2014) حيث وجدت أن الرسوم الكاريكاتورية الأكثر نقداً وعدوانية يُنظر إليها على أنها أكثر ذكاءً وأكثر تسلية. وأوضحت دراسة (إسلام أحمد- 2013) الدور الإيجابى للمواد السياسية الساخرة المنشورة على الموقع في إثراء مفهوم النقد السياسى البناء ودعم ركائز ديمقراطية الحوار لدى مشاهدى هذه المواد من مستخدمي الفيسبوك.

2. نمط التقديم، أو القوالب المستخدمة لتقديم الميمز والكوميكس خلال أزمة كورونا: اهتمت هذه الدراسة بفحص القوالب الساكنة؛ وتنقسم إلى: صور، إنفوجراف، التمثيل أو القالب الجاهز. وتنقسم الصور إلى صور فوتوغرافية وتوضيحية وصور نصوص. ويتعدى الإنفوجراف فكرة الرسم البياني المبسط إلى الرسم الساخر البياني والذي قد يأتي منفرداً مع تعليق ساخر أويأتي مصحوباً بصورة أو تمثيلاً تحتوى على التعليق الساخر حول الرسم البياني. والتمثيل هي مجموعة القوالب الجاهزة للأعمال الغنائية والدرامية والسينمائية التي تستخدم كنماذج يؤدي تكرارها إلى ربط المعنى بالشخصية.

جدول (12) القوالب المستخدمة لتقديم الميمز والكوميكس خلال أزمة كورونا

نمط التقديم	اسم الصفحة					
	اساحبي		كورونا ساركازم		فيروس كورونا	
	ك	%	ك	%	ك	%
قالب أغاني	0	0.0%	5	1.7%	2	0.5%
قالب مسلسلات	6	3.5%	16	5.6%	17	3.9%
قالب أفلام	126	74.1%	107	37.3%	66	15.1%
قالب برامج	3	1.8%	5	1.7%	13	3.0%
قالب كرتون	3	1.8%	10	3.5%	2	0.5%
صورة فوتوغرافية	18	10.6%	90	31.4%	158	36.2%
صورة لنص	4	2.4%	21	7.3%	45	10.3%
صورة توضيحية	0	0.0%	2	0.7%	8	1.8%
إنفوجراف	7	4.1%	23	8.0%	126	28.8%
قالب مسرحيات	3	1.8%	8	2.8%	0	0.0%
الإجمالي	170	100.0%	287	100.0%	437	100.0%

ويتبين أن صفحات الدراسة استخدمت في المراتب الثلاث الأولى وفقاً للإجمالي العام؛ القوالب التالية: قالب أفلام 33.4%، صورة فوتوغرافية 29.8%، إنفوجراف 17.4%. ولم تختلف الصفحات فيما بينها كثيراً من حيث نمط الاعتماد فقالب الأفلام ظهر بالترتيب الأول في صفحتي اساحبي بنسبة 74.1% وكورونا ساركازم بنسبة 37.3%، بينما ظهر بالترتيب الأول في صفحة فيروس كورونا الصورة الفوتوغرافية بنسبة 36.2%.



ويرتفع الاعتماد على قوالب الأفلام بسبب تعدد وثرأ الأفلام الكوميديا المليئة بالإفيهات الضاحكة التي يتم إسقاطها على التصريحات والأحداث المختلفة. بينما يعود أسباب الارتفاع في الاعتماد على الصورة الفوتوغرافية والإنفوجراف لطبيعة الأزمة ذاتها المرتبطة بشكل أساسي بسلوكيات المواطنين أورد فعلهم حول القرارات والأزمة، وبالتالي يكثر الاعتماد على صور توضيح هذه السلوكيات مصحوبة بتعليق ساخر، أنظر الشكل رقم (3). وبما أن مضمون غالبية الميمز والكوميكس المنشورة كان ذا صلة بأعداد الإصابات بمصر ففجد انتشار لاستخدام الإنفوجراف الصادر عن وزارة الصحة بالأعداد كقالب جاهز. أنظر الشكل رقم (4)

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (إسماعيل عبد الرازق- 2021) التي تؤكد تصدر الشكل الذي يحتوى تركيب صور من أعمال درامية أوسينمائية مع إضافة تعليق ساخر. ودراسة (Christoph Klimmt & other-2019) التي أكدت أن الأفلام توفر محتوى خصب للميمات التي يتم إنشائها وتداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي. بينما اختلفت مع نتيجة دراسة (هنا جلال-2020) التي توضح تركيز كوميكس المشاركة السياسية على قوالب الكارتون ثم الصور الشخصية وفي الترتيب الأخير قوالب الأعمال الدرامية.

ويتضح أن المبحوثين يفضلون الميمز والكوميكس المقدمة بالأنماط التالية؛ بالترتيب وفقاً للإجمالي العام: صورة فوتوغرافيا 44.7%، قالب أفلام 38.2%، صورة توضيحية 35.5%، صورة لنص 35.2%، قالب أغاني 27.6%، قالب مسلسلات 27.3%، قالب كرتون 20.1%، قالب برامج 19.5%، إنفوجراف 17.4%، قالب مسرحيات 7.8%.

النسبة الإجمالية تتخطى الـ 100% للسماح للمبحوثين باختيار أكثر من بديل.

جدول (13) التوزيع التكرارى والنسبى لتفضيلات المبحوثين لنمط تقديم الميمز والكوميكس - ن=586

التكوينات المفضلة لدى المبحوثين	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت ميدانى	ت تحليلى
	ك	%	ك	%	ك	%		
قالب أغاني	30	26.8%	132	27.8%	162	27.6%	5	10
قالب مسلسلات	28	25.0%	132	27.8%	160	27.3%	6	5
قالب أفلام	52	46.4%	172	36.3%	224	38.2%	2	1
قالب برامج	28	25.0%	86	18.1%	114	19.5%	8	6
قالب كرتون	28	25.0%	90	19.0%	118	20.1%	7	7
صورة فوتوغرافيا	50	44.6%	212	44.7%	262	44.7%	1	2
صورة لنص	40	35.7%	166	35.0%	206	35.2%	4	4
صورة توضيحية	34	30.4%	174	36.7%	208	35.5%	3	9
قالب مسرحيات	6	5.4%	40	8.4%	46	7.8%	10	8
إنفوجراف	22	19.6%	80	16.9%	102	17.4%	9	3

ويتضح من مجئ الصور التوضيحية وقالب الأفلام بالترتيب الأول والثانى لدى المبحوثين؛ أن: صفحات الدراسة تقدم ميمز وكوميكس بأنماط يفضلها الجمهور، حيث ركزت الصفحات بالترتيب الأول والثانى على قالب الأفلام والصور الفوتوغرافية. ويلاحظ التمايز البسيط بين الذكور والإناث فى النمط المفضل لديهم. فنجد بالمراتب الثلاث الأولى يفضل للذكور: صورة فوتوغرافيا 44.6%، قالب أفلام 46.4%، صورة لنص 35.7%. بينما تفضل الإناث: صورة فوتوغرافيا 44.7%، صورة توضيحية 36.7%، قالب أفلام 36.3%.

جدول (14) التكوين الشكلى للقوالب المستخدمة لتقديم الميمز والكوميكس خلال أزمة كورونا

التكوين الشكلى	اسم الصفحة					
	اساجبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا	
	ك	%	ك	%	ك	%
شكل مكون من لوحة	67	39.4%	217	75.6%	387	88.6%
شكل مكون من لوحتان	90	52.9%	56	19.5%	42	9.6%
شكل مكون من ثلاث لوحات	13	7.6%	14	4.9%	8	1.8%
الإجمالى	170	100.0%	287	100.0%	437	100.0%

وتكونت القوالب المستخدمة بصفحات الدراسة من لوحة واحدة أو لوحتان أو ثلاث لوحات. واعتمدت صفحة اساجبي على الشكل المكون من لوحتان بنسبة 52.9%، بينما ظهر بالترتيب الأول الشكل المكون من لوحة واحدة بصفحتي كورونا ساركازم 75.6% وفيروس كورونا 88.6%. وتبين أن 62.1% من المبحوثين لا يهتمون بعدد اللوحات، فالفارق لديهم هو تحقيق المميز والكوميكس للهدف الذى يستخدمونه من أجله مهما كانت عدد لوحاته. بينما عبر 37.9% عن تفضيلاتهم؛ وجاءت كالتالى: الكوميكس المكون من صورة واحدة 25.6% الكوميكس المكون من صورتين 10.6%، الكوميكس المكون من ثلاث صور 1.7%.

جدول (15) التوزيع التكرارى والنسبى لتفضيلات المبحوثين لتكوين المميز والكوميكس - ن=586

ت التحليلي	ت الميداني	الإجمالى		أنثى		ذكر		حدد أياً من التكوينات التالية تفضل توظيفها فى إنتاج المميز أو الكوميكس
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	1	25.6%	150	26.6%	126	21.4%	24	صورة واحدة
2	2	10.6%	62	11.0%	52	8.9%	10	صورتين
3	3	1.7%	10	1.7%	8	1.8%	2	ثلاث صور
		62.1%	364	60.8%	288	67.9%	76	ليس هناك فارق
		100.0%	586	100.0%	474	100.0%	112	الإجمالى

جدول (16) التوزيع التكرارى والنسبى للفروق بين نوع للمبحوثين والتكوين المفضل لديهم

النوع	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
ذكر	112	3.16	1.270	1.399	584	0.162
أنثى	474	2.96	1.335			

ويتبين أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث فى تفضيلاتهم لعدد اللوحات المكون منها الشكل الساخر. حيث كانت قيمة ت 1.399 وهى غير دالة لأن مستوى المعنوية أكبر من 0.05. ويتضح أن هناك اتساق بين تفضيلات المبحوثين والتكوين الشكلى الذى تركز عليه صفحات الدراسة؛ خاصة صفحتي كورونا ساركازم وفيروس كورونا؛ حيث اعتمدوا على المميز والكوميكس المكون من لوحة واحدة وهو التكوين الذى فضله أغلبية المبحوثين ممن يفرق معهم التكوين الشكلى.

3. طبيعة اللغة النصية المستخدمة لتقديم المميز والكوميكس خلال أزمة كورونا:

وظفت صفحات الدراسة النص كأداة مساعدة للقلب الجاهز فى توصيل المعنى. وظهر النص إما كعنوان (تعليق خارج الشكل) أو كتعليق داخل الشكل. ويتفق ذلك مع دراسة (Todd Schack-2014) التى أكدت أن الرسوم الساخرة تحقق طبقات من المعنى لا يمكن الوصول إليها عن طريق الصحافة النثرية وحدها بسبب لغة الرسوم الهزلية التى تمزج الكلمات والصور.

جدول (17) التوزيع التكرارى والنسبى للنص المصاحب للمميز والكوميكس المقدم عن أزمة كورونا

اسم الصفحة								النص المصاحب للميمز والكوميكس
الإجمالي		فيروس كورونا		كورونا ساركازم		اساحبي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%28.2	252	%45.8	200	%18.1	52	%0.0	0	تعليق خارج الشكل:عنوان
%34.8	311	%19.0	83	%31.4	90	%81.2	138	تعليق داخل الشكل
%37.0	331	%35.2	154	%50.5	145	%18.8	32	كلاهما
%100.0	894	%100.0	437	%100.0	287	%100.0	170	الإجمالي

اسم الصفحة							
الإجمالي				اساحبي			
ك		%		ك		%	
10	1.1%	9	2.1%	0	0.0%	1	0.6%
793	88.7%	377	86.3%	256	89.2%	160	94.1%
81	9.1%	48	11.0%	25	8.7%	8	4.7%
5	0.6%	1	0.2%	4	1.4%	0	0.0%
3	0.3%	2	0.5%	0	0.0%	1	0.6%
2	0.2%	0	0.0%	2	0.7%	0	0.0%
894	100.0%	437	100.0%	287	100.0%	170	100.0%

تباينت صفحات الدراسة حول موضع النص المصاحب للقلب المستخدم، فجاء النص في الترتيب الأول كتعليق داخل الشكل بنسبة 81.2% بصفحة اساحبي، بينما اعتمدت صفحة فيروس كورونا بنسبة 45.8% على التعليق خارج الشكل كعنوان، واعتمدت صفحة كورونا ساركازم على الجمع بين التعليق الداخلي والخارجي بنسبة 50.5%. وإن كانت الصفحات الثلاث اعتمدت على اللهجة العامية بنسبة 94.1% بصفحة اساحبي و89.2% بصفحة كورونا ساركازم و86.3% بصفحة فيروس كورونا، تلاها الجمع بين اللغة العربية الفصحى واللهجة العامية. وهى نتيجة منطقية تتفق مع الطبيعة المبسطة للشكل الساخر سواء الميمز أو الكوميكس.

ويتفق ذلك مع دراسة (هنا جلال-2020) التى أكدت على هيمنة استخدام اللهجة العامية بالرسوم الساخرة تلاها لغة الإنترنت (ويقصد بها الفرانكوأى كتابة العربى بحروف إنجليزية).

جدول (18) التوزيع التكرارى والنسبى لتفضيلات المبحوثين لمكان التعليق بالميمز والكوميكس - ن=586

نمط تفضيل التعليق		ذكر		أنثى		الإجمالي	
المصاحب للكوميكس أو الميمز المكتوب		ك	%	ك	%	ك	%
تعليق داخل الميمز	26	23.2%	114	24.1%	140	23.9%	3
عنوان للميمز فقط	8	7.1%	52	11.0%	60	10.2%	2
كلاهما	78	69.6%	308	65.0%	386	65.9%	1
الإجمالي	112	100.0%	474	100.0%	586	100.0%	

جدول (19) التوزيع التكرارى والنسبى للفروق بين نوع للمبحوثين ومكان التعليق التى يفضلونها

النوع	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدالة الإحصائية
ذكر	112	2.46	0.848	0.616	584	0.538
أنثى	474	2.41	0.851			

ويتبين أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث فى تفضيلاتهم لمكان تواجد التعليق النصى المصاحب للرسم الساخر، حيث كانت قيمة ت 0.616 وهى غير دالة لأن مستوى المعنوية أكبر من 0.05. ويتضح أن هناك اتساق بين تفضيلات المبحوثين لمكان تواجد النص المصاحب للشكل الساخر وبين توظيفه داخل صفحتى فيروس كورونا وكورونا ساركازم حيث التركيز على أن يكون النص المصاحب كعنوان وبداخل الشكل الساخر؛ وهو النمط الذى يفضل كلاً من الذكور والإناث. وذلك على خلاف صفحة اساحبي التى ركزت على أن يكون النص كتعليق داخل الشكل الساخر، وهو النمط الذى جاء فى الترتيب الثانى لدى المبحوثين.

جدول (20) التوزيع التكرارى والنسبى لتفضيلات المبحوثين للغة التعليق بالميزم والكوميكس - ن=586

ت	ت	الإجمالى		أنثى		ذكر		أنثى تفضل متابعة الميزم والكوميكس المكتوب باللغة
		%	ك	%	ك	%	ك	
2	3	5.5%	32	5.5%	26	5.4%	6	العربية الفصحى
1	1	90.4%	530	92.4%	438	82.1%	92	العامية
4	2	2.7%	16	0.8%	4	10.7%	12	الإنجليزية
3	4	1.4%	8	1.3%	6	1.8%	2	الإنجليزية المعربة
		100.0%	586	100.0%	474	100.0%	112	الإجمالى

كا=233.563 د.ح (درجة الحرية) = 3 الدلالة الإحصائية = 0.000

وتبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وتفضيلات المبحوثين لنمط اللغة المستخدمة بالنص المصاحب للميزم والكوميكس؛ حيث كانت قيمة كا=233.563 وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. فيفضل كلاً من الذكور والإناث النص المكتوب باللغة العامية بنسبة إجمالية بلغت 90.4%. بينما يتباينوا فى ترتيب المراتب اللاحقة لها؛ حيث: فضل الذكور النص المكتوب باللغة الإنجليزية بنسبة 10.7%، ثم العربية الفصحى بنسبة 5.4%، ثم الإنجليزية المعربة بنسبة 1.8%. بينما فضلت الإناث العربية الفصحى بنسبة 5.5%، ثم الإنجليزية المعربة بنسبة 1.3%، ثم الإنجليزية بنسبة 0.8%. وتوضح هذه النسب بشكل عام أن المبحوثين يفضلون لغتهم عن اللغات الأجنبية ويفضلون اللهجة العامية عن الفصحى، وقد أتاح ثراء الفيسبوك الإمكانية لهم فى أن يجدوا ما يفضلونه باللغة التى يفضلونها حيث يتضح من نتائج التحليل التكرارى على النصوص المكتوبة بالعامية بالصفحات الثلاث بنسبة إجمالية بلغت 88.7%.

4. طبيعة آليات السخرية المستخدمة داخل الميزم والكوميكس خلال أزمة كورونا:

تعددت آليات السخرية المستخدمة بالميزم والكوميكس؛ وهى بالترتيب وفقاً للإجمالى العام: المحاكاة الساخرة حيث التهكم والإسقاط 51.6% (انظر الشكل رقم (5)، أوضاع الجسم وحركاته 31.1% من خلال توظيف حركات الممثلين داخل الأعمال الدرامية للتعبير عن وجهة نظر معينة مثل الرقص واليأس والتعجب.. الخ (انظر الشكل رقم (6)، وكذلك حركات المواطنين بالصور (انظر الشكل رقم (7)، الاستنكار والتساؤل 15.4% حيث استخدام علامات نصية للاستغراب (انظر الشكل رقم (8)، حكم وأمثال 0.3% (انظر الشكل رقم (9).



وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (سعيد الغريب-2018) و (Viriya Taecharungroj & other-2015) في تركيز الشكل الساخر على المحاكاة الساخرة وأوضاع الجسم كأبرز آليات السخرية. وركزت دراسة (Lisa Ellen-2018) بشكل خاص على المحاكاة الساخرة؛ مؤكدة أنه أسلوب يجمع بين السخرية والهزاء للوصول للنقد من خلال تقليد الأعمال الأخرى بشكل هزلي. ويقود الجمهور لأقصى قدر من الوعي.

جدول (21) طبيعة آليات السخرية المستخدمة داخل الميمز والكوميكس خلال أزمة كورونا

آليات السخرية	اسم الصفحة							
	اساحبي		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
المحاكاة الساخرة	43	25.3%	154	53.7%	264	60.4%	461	51.6%
حكم وأمثال	0	0.0%	1	0.3%	2	0.5%	3	0.3%
الاستنكار والتساؤل	32	18.8%	31	10.8%	75	17.2%	138	15.4%
أوضاع الجسم وحركاته	95	55.9%	97	33.8%	86	19.7%	278	31.1%
التمنى	0	0.0%	4	1.4%	10	2.3%	14	1.6%
الإجمالي	170	100.0%	287	100.0%	437	100.0%	894	100.0%

ويلاحظ أن الفروق بين الصفحات طفيفة. فنجد صفحة اساحبي اعتمدت في المقام الأول على أوضاع الجسم وحركاته بنسبة 55.9%. بينما ظهر التقليد الضاحك بنسبة 53.7% في صفحة كورونا ساركازم و60.4% في صفحة فيروس كورونا. ويتضح بشكل عام وفقاً للإجمالي أن الصفحات تركز على آليات السخرية التي يفضلها المبحوثون حيث احتل كلاً من التعبير بأوضاع الجسم والمحاكاة الساخرة المراتب الأولى والثانية لدى المبحوثين بنسبة إجمالية بلغت 63.8% لأوضاع الجسم و52.2% للمحاكاة الساخرة (مجموع النسب يتعدى الـ 100% للسماح للمبحوثين باختيار أكثر من بديل). وإن كان تفضيلات الذكور أكثر اتساقاً مع ما تقدمه الصفحات عن الإناث.

جدول(22) التوزيع التكراري والنسبي لآليات السخرية التي يفضلها المبحوثون -ن= 586

أياً من آليات السخرية التالية تفضل توأجدها بالميمز والكوميكس:	ذكر		أنثى		الإجمالي		ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%		
المحاكاة الساخرة	74	66.1%	232	48.9%	306	52.2%	1	2
الحكم والأمثال	22	19.6%	64	13.5%	86	14.7%	4	4
التساؤل الساخر	28	25.0%	66	13.9%	94	16.0%	3	3
التعبير بأوضاع الجسم	56	50.0%	318	67.1%	374	63.8%	1	2

كا=15.556 د.ج (درجة الحرية) = 3 الدلالة الإحصائية = 0.001

ويتبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وآليات السخرية المفضلة لدى المبحوثين حيث كانت قيمة كا=15.556، وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. فيتبين أن الذكور يفضلون المحاكاة الساخرة عن التعبير بأوضاع الجسم. بينما تفضل الإناث التعبير بأوضاع الجسم عن المحاكاة الساخرة. وهو ما يدل على أن الذكور يهتمون بالعلامات النصية عن الإناث التي تفضل العلامات البصرية في الميمز والكوميكس.

ثانياً: الشخصيات المركزية بالميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا (دراسة لمداول النص والصورة) وعلاقتها باتجاهات المبحوثين:

يلاحظ أن القضية تم تجسيدها في هيئة شخصيات؛ وكل شخصية مركزية ظهرت تم إعطائها معنى دال إما عن طريق النص المصاحب أو النموذج المستخدم أو كلاهما. ويتفق ذلك مع

نتائج الدراسات السابقة التي أكدت على أن الشخصيات هي محور الارتكاز الأول بالرسوم الساخرة يليها الفكرة (سلوى أحمد-2015). وبالتالي ينقسم تحليل كل شخصية مركزية إلى: التحليل النصي – التحليل النماذجي.

ويهتم التحليل النصي: بالكشف عن الأفكار المتواترة الناقدة لشخصيات الأزمات المفهومه ضمناً أو صراحةً من النص المصاحب للميز والكوميكس. ويهتم التحليل النماذجي بالكشف عن المتكرر وما معناه سيميولوجياً.

وتوضح نتائج التحليل النماذجي (كما سيتم عرضها بالتفصيل في إطار كل شخصية) أن الرسوم الساخرة تكونت من دوال بصرية أدى تكرارها إلى تكوين نمط له معنى محدد. وتحقق هذه الدوال وظائف متعددة للرسم؛ أبرزها: الوضوح والاختصار، وكلاهما مرتبطان ببعضهما. حيث أن مع محدودية المساحة توفر مجموعة الدوال معاني متعددة مشتركة السياق الثقافي والاجتماعي بين صانع هذه الدوال والجمهور، مما يؤهل الجمهور إلى فهم تلك المعاني بمجرد توظيف الدالة. أذاً الدوال مجتمعة تصنع علامة أو يقونة يدرکها الجمهور بسهولة (وهو ما يعرف أيضاً بالتحليل العلامي). كما أنها تحافظ على سخرية النص المصاحب للرسم الساخرة؛ لأن تحميلها بمعاني متعددة يعفى صانع الرسم من الإسترسال بالنص بما يفقده ميزة الإضحاك وسهولة الفهم.

ولكن على صعيد آخر؛ يمكن أن يُوجه لهذه الدوال عدة انتقادات أبرزها خلق تمثيلات محددة وغالباً ما تكون إما شديدة الإيجابية أو شديدة السلبية عن القضية وشخصياتها مما يؤدي ليس فقط للتنميط ولكن أحياناً المبالغة في التنميط من أجل إعلاء السخرية والإضحاك. فعلى سبيل المثال؛ تم تنميط قضية كورونا وشخصياتها في نماذج ذات اتجاه سلبي؛ وإذا نظرنا مثلاً لشخصية المواطن نجد أنه ليس كل المواطنين في الواقع الفعلي يقومون بمثل هذه التصرفات، ويتفق ذلك مع نتائج دراسات (رالا أحمد-2020) و(Elka M & other- 2017) و(Matthews- 2016) و(Jerome Bourdon & other- 2016) و(Liew Kai Khiun-2015) حيث تؤدي الرسوم الساخرة إلى التنميط سواء للمواطن بمفهومه الجمعي أو للأقليات مما قد ينشأ عنه التمر أو التنميط لمسؤولين بشكل عام أو لشخص محدد. وبشكل عام يرتبط بالتحليل النماذجي تحليل التناس واختبار التباديل والتوافق.

ويجب التمييز بين تحليل الدوال البصرية المقدمة بالكاريكاتور وكلاً من الميز والكوميكس. فهذه الدوال بالكاريكاتور تصنعها ريشة الفنان عن قصد وليست قوالب جاهزة كما هو الحال في الميز والكوميكس، حيث يمكن توظيفها لصنع معاني متعددة وفقاً لاختلاف كل قضية. وبالتالي يقوم تحليل التناس بالكاريكاتور بشكل أساسي على الكشف عن معنى هذه الدوال في الأعمال والأدبيات الأخرى مما أدى لصقل معناها وتواتره. أما في الميز والكوميكس فهوقائم بشكل أساسي على الكشف عن معنى هذه الدوال داخل العمل الفني المصنوع منه التمثيل أو القالب الجاهز.

فمثلاً؛ إذا كان التمثيل هو لشخصية عبد الغفور البرعي في مسلسل لن أعيش في جلباب أبي. فنجد أن الدوال البصرية المستخدمة تكتسب معناها في إطار الفهم المشترك لمستخدم التمثيل والجمهور حول السمات الشخصية والفسولوجية لعبد الغفور البرعي، مما يجعل هذه السمات تنعكس بشكل تلقائي على الشخصية الفعلية موضع النقد بالميز والكوميكس. أي أن رحلة معاني الدوال تبدأ من الأعمال الفنية والدرامية التي تم توظيفها لبناء القوالب الجاهزة، وتتراكم هذه المعاني حتى تصبح علامة على الشخصية؛ يتم استحضارها في

الأعمال الفنية والدرامية والإعلامية الأخرى لإضفاء نفس المعنى. ويتفق ذلك مع دراسة (محمد حسام- 2012) حيث أكد أن التناسل لا يقتصر على الكاريكاتير فقط، فقد اكتسبت شخصية رجل الأعمال دوالها الرئيسية من الفنون البصرية الأخرى كالسينما والتلفزيون. وأوضحت دراسة (Tali Aharoni-2019) أن العمل الفني الذي تم تكوين الميمز من خلاله يعمل كدال. وأكدت دراسة (Renira Rampazzo & other-2018) أن الميمز الناجحة تعتمد بشكل أساسي على التناسل إضافة إلى: السخرية والفكاهة والتلاعب بالصور والتجاوز.

وبالتالي يمتد التحليل النماذجي داخل هذه الدراسة ليشمل ثلاث جوانب؛ هم: الكشف عن الدوال السيميولوجية لكل شخصية، الكشف عن رحلة تناسلها في إطار القالب المستخدم، اختبار التباديل والتوافيق. وفي إطار مقارنة بين النص والنموذج يمكن الوصول للمعنى الضمني أو المدلول المراد من الشكل الساخر.



شكل رقم 10 (فيروس كورونا، 13 يوليو 2020)

وظهر خلال فترة الدراسة (4) شخصيات رئيسية بالأزمة داخل الميمز والكوميكس؛ هم بالترتيب وفقاً للإجمالي العام: المواطن 53.6%، كوفيد 47.1%، المسئول 36.0%، الشخصية الأجنبية 10.6%. ومجموع النسب يتخطى الـ 100% لأن معظم الميمز والكوميكس المنشورة بالصفحات الثلاث تضمنت أكثر من شخصية فاعلة، وفي الغالب أحدهم كان مفهوم ضمناً من النص المنشور وليس النموذج. أنظر الشكل رقم (10) فعلى الرغم من أن الشخصية الواضحة بالنموذج هي كوفيد ذاته، إلا أن النص يوضح الاحتجاج على بيانات وزارة الصحة وتصرفات المواطن.

جدول (23) الشخصيات المركزية التي ظهرت بالميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا

اسم الصفحة								الشخصية المركزية
الإجمالي		فيروس كورونا		كورونا ساركازم		اساحبي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%4.7	42	%6.6	29	%4.2	12	%0.6	1	كوفيد
%24.0	215	%14.9	65	%23.0	66	%49.4	84	المواطن
%14.8	132	%16.0	70	%13.6	39	%13.5	23	المسئول
%9.2	82	%5.5	24	%12.9	37	%12.4	21	شخصية أجنبية
%24.7	221	%28.8	126	%23.0	66	%17.1	29	كوفيد والمواطن
%3.8	34	%4.3	19	%3.8	11	%2.4	4	المواطن والمسئول
%1.0	9	%1.1	5	%0.3	1	%1.8	3	المواطن وشخصية أجنبية
%0.3	3	%0.5	2	%0.3	1	%0.0	0	كوفيد وشخصية أجنبية
%17.2	154	%22.0	96	%18.5	53	%2.9	5	كوفيد ومسئول
%0.1	1	%0.0	0	%0.3	1	%0.0	0	كوفيد ومواطن ومسئول
%0.1	1	%0.2	1	%0.0	0	%0.0	0	المسئول والشخصية الأجنبية
%100.0	894	%100.0	437	%100.0	287	%100.0	170	الإجمالي

ويلاحظ أن صفحات الدراسة الثلاث لم يختلفوا فيما بينهم في ترتيب الاهتمام بهذه الشخصيات. حيث سيطر المواطن وكوفيد على الترتيب الأول والثاني؛ وذلك كالتالي: ظهر بصفحة اساحبي؛ شخصيات: المواطن 70.6%، كوفيد 20.6%، المسئول 18.8%، شخصية أجنبية 15.3%. وظهر بصفحة

كورونا ساركازم؛ شخصيات: المواطن 50.5%، كوفيد 45.6%، المسئول 36.2%، شخصية أجنبية 13.6%. وظهر بصفحة فيروس كورونا؛ شخصيات: كوفيد 58.4%، المواطن 49.0%، المسئول 42.6%، شخصية أجنبية 7.3%.

يعود ارتفاع نسبة تمثيل كوفيد كشخصية رئيسية إلى تجسيده في قالب معين خلال النموذج بهدف الوصول لفكرة: أن إذا كان الفيروس شخصاً حقيقياً لكان رد فعله على سلوكيات المواطنين وقرارات المسئولين كما هو موضح بالنموذج، بغرض زيادة النقد لتصرفات المواطن والمسئول من خلال سخريه أن الكوفيد كوباء عالمي شديد الخطورة فهو عاجز وبأس وقليل الحيلة أمام مثل هذه السلوكيات التي تعكس قلة الوعي.

أما ارتفاع نسب ظهور كل من المواطن والمسئول كشخصيات مركزية فهو أمر طبيعي نظراً لكونهم أطراف الأزمة الأساسية فانتشار الفيروس مرهون بسلوكيات المواطن، وقرارات المسئول المتوقف عليها إستراتيجية مواجهة الفيروس داخل المجتمع. وظهور الشخصية الأجنبية في الصفحات الثلاث عائد بشكل أساسي لتلك الميمز والكوميكس الناقدة للأسلوب الغذائي لدى دولة الصين.

جدول (24) التوزيع التكرارى والنسبى للشخصيات الرئيسية التى يفضل المبحوثون متابعتها ن=586

أياً من الشخصيات التالية تفضل أن تركز عليهم الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا:							
ذكر		أنثى		الإجمالى		ت	ت
ك	%	ك	%	ك	%	ذكر	أنثى
53	47.3%	192	40.5%	245	41.8%	3	2
92	82.1%	358	75.5%	450	76.8%	1	1
56	50.0%	186	39.2%	242	41.3%	2	3
6	5.4%	34	7.2%	40	6.8%	4	4

وتبين أن عينة المبحوثين من الذكور والإناث أشتروا في الاهتمام بالميمز والكوميكس المقدمة عن المواطن وسلوكياته خلال الأزمة. فجاء بالترتيب الأول لدى الذكور 82.1% والإناث 75.5%. واتفقوا أيضاً على قلة الاهتمامهم بالشخصيات الأجنبية حيث جاءت بالترتيب الأخير بنسبة 5.4% للذكور و7.2% للإناث. بينما تباينوا في الاهتمام بكوفيد والمسئول؛ حيث اهتمت الإناث بكوفيد بنسبة 40.5% تلاه المسئولين بنسبة 39.2%، بينما اهتم الذكور بالمسئولين بنسبة 50.0% تلاه كوفيد بنسبة 47.3%. ويدل ذلك على أن الإناث أكثر اهتماماً بالفيروس ذاته وأعداد إصاباته وتطوره بينما الذكور أكثر اهتماماً بقرارات المسئولين حوله.

ويتضح بشكل عام وفقاً للإجمالى أن الصفحات تركز على الشخصيات التى يهتم بها المبحوثون خلال الأزمة، حيث احتل المواطن الترتيب الأول بنسبة 76.8% ثم كوفيد بنسبة 41.8% ثم المسئولون بنسبة 41.3% ثم الشخصيات الأجنبية بنسبة 6.8%. وهونفس الترتيب الذى ظهرت فيه هذه الشخصيات بصفحات الدراسة (مجموع النسب يتعدى الـ 100% للسماح للمبحوثين باختيار أكثر من بديل). وإن كانت تفضيلات الإناث أكثر اتساقاً مع ما تقدمه الصفحات عن الذكور.

1. شخصية كوفيد:

ظهرت في صفحة اساحبى بنسبة 20.6%، وصفحة كورونا ساركازم بنسبة 45.6%، وصفحة فيروس كورونا بنسبة 58.4%. ونادراً ما ظهر كوفيد كشخصية مركزية منفرداً في

الصفحات الثلاث وإنما ظهر مصاحباً لشخصية المواطن تلاها شخصية المسئول. ونجد أن معظم الموضوعات التي ظهر بها كوفيد منفرداً هي تلك المتعلقة بالتوعية من مخاطر كورونا.

جدول (25) التوزيع التكراري والنسبي لمعدل حضور وطبيعة تسمية كوفيد داخل الميمز والكوميكس خلال أزمة كورونا

اسم الصفحة								شخصية كوفيد
الإجمالي		فيروس كورونا		كورونا ساركازم		اساحبي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%47.1	421	%58.4	255	%45.6	131	%20.6	35	يوجد
%52.9	473	%41.6	182	%54.4	156	%79.4	135	لا يوجد
%100.0	894	%100.0	437	%100.0	287	%100.0	170	الإجمالي
اسم الصفحة								مسمى كوفيد
الإجمالي		فيروس كورونا		كورونا ساركازم		اساحبي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%4.0	17	%2.7	7	%7.6	10	%0.0	0	كوكو
%1.0	4	%0.4	1	%2.3	3	%0.0	0	الفيروس الحنين
%6.2	26	%2.4	6	%10.7	14	%17.1	6	كوفيد
%64.4	271	%76.5	195	%42.7	56	%57.1	20	ضمير متكلم
%15.2	64	%10.6	27	%24.4	32	%14.3	5	كورونا
%6.4	27	%3.9	10	%10.7	14	%8.6	3	فيروسكم
%2.9	12	%3.5	9	%1.5	2	%2.9	1	وباء عالمي
%100.0	421	%100.0	255	%100.0	131	%100.0	35	الإجمالي

وتم التعبير عن كوفيد داخل النص إما بضمير المتكلم أو بمسمى. ويلاحظ ارتفاع نسبة ضمير المتكلم في الصفحات الثلاث بنسبة إجمالية بلغت 64.4%، ويعود ذلك لسببين؛ هما: أن صفحتي كورونا ساركازم وفيروس كورونا قائمتان على فكرة أن مالك الصفحة هو الفيروس ذاته وبالتالي عندما يعلق على الميمز والكوميكس فهو يستخدم ضمير المتكلم بشكل طبيعي. والسبب الثاني أن غالبية الميمز والكوميكس يتم تجسيد كورونا على هيئة شخصية معينة ويحاط برأسها الشكل الميكروسكوبي للفيروس وتحدث هذه الشخصية بضمير المتكلم. وتمثلت المسميات المستخدمة للتعبير عن كوفيد بالصفحات الثلاث؛ وفقاً للإجمالي العام في: كورونا 15.2%، الفيروس 6.4%، كوفيد 6.2%، كوكو 4.0%، وباء عالمي 2.9%، الفيروس الحنين 1.0%. وجاءت معظم هذه المسميات في خطاب الشخصية المصاحبة لكوفيد سواء المواطن أو المسئول.

أ. تحليل النصوص:

1/أ. حضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن الشخصية (التيمة):

سيطرت فكرة رئيسية على حضور كوفيد كشخصية رئيسية بأزمة كورونا داخل ميمز وكوميكس الصفحات الثلاث؛ ألا وهي: أنه مظلوم بمصر بنسبة 94.3% في صفحة اساحبي، و91.6% في صفحة كورونا ساركازم، و56.5% في صفحة فيروس كورونا. بينما تباينت الصفحات في التيمات الأخرى المقدمة عن كوفيد. ويلاحظ التعدد والتنوع في صفحة فيروس كورونا بسبب كثافة النشر عن الصفحتين الأخرتين.

جدول (26) التوزيع التكرارى والنسبى لحضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن شخصية كوفيد (التيمة)

اسم الصفحة							
تيمة كوفيد				اسم الصفحة			
ك		%		ك		%	
اساحبى		كورونا ساركازم		ففيروس كورونا		الإجمالى	
ك		%		ك		%	
33	94.3%	120	91.6%	144	56.5%	297	70.5%
1	2.9%	6	4.6%	10	3.9%	17	4.0%
0	0.0%	2	1.5%	73	28.6%	75	17.8%
0	0.0%	0	0.0%	13	5.1%	13	3.1%
1	2.9%	3	2.3%	15	5.9%	19	4.5%
35	100.0%	131	100.0%	255	100.0%	421	100.0%
اسم الصفحة							
حضور تيمة كوفيد				اسم الصفحة			
ك		%		ك		%	
اساحبى		كورونا ساركازم		ففيروس كورونا		الإجمالى	
ك		%		ك		%	
7	20.0%	18	13.7%	88	34.5%	113	26.8%
28	80.0%	113	86.3%	167	65.5%	308	73.2%
35	100.0%	131	100.0%	255	100.0%	421	100.0%

ظهرت التيمة بشكل صريح بالنص فى ميمز وكوميكس الصفحات الثلاث بنسبة إجمالية بلغت 73.2%. ولم تتخذ فى الغالب اتجاه سلبى أو إيجابى نظراً لكونها تيمة لشخصية مساعدة.

أ/2. تفاصيل حضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن الشخصية (التيمة):

ويتبين أن التيمة الأكثر حضوراً؛ وهى أن كوفيد مظلوم بمصر، لم تتخذ من الشق النصى اتجاه محدد سواء سلبى أو إيجابى، بل يمكن اعتبارها توصيف لحالة الفيروس تشكلت نتيجة التركيز على معانى محددة؛ وهى: الاستغراب، واليأس.

أولاً: الاستغراب: فنجد من جهة مستغرب من سلوكيات المواطن؛ حيث أنه رغم خطورته كوباء عالمى إلا أن: المواطن لا يلتزم بالإجراءات الاحترازية ويتعامل بدون وعى: "الشعب ده هيجبلى جلطة- حالتين محجوزتين واحد طلع إيجابى والتانى سلبى من فرحته قام حضن الإيجابى لحد ما اتصاب"¹. ثم أصبح يتجاهل وجوده تماماً "تفتكر كده أنا شاكلى عامل إزاي؟ كورة خضرا وليها بزاييز- ما يمشيش معاك إنى فيروس لا يرى بالعين المجردة؟ لا ياعم كورة خضرا ولوشوفتك هشوطك كمان"².

بل أصبح المواطن لا يعترف به وينسب أى أعراض لديه لمسببات أخرى أشهرها المروحة للبرد، وانتهاء صلاحية الطعام لغياب حاسة التذوق والشم. مثال: "دول فى الموجة الثانية، ودول فى السلالة الجديدة، ودول على باب الله كده لسه عايشين فى برد المروحة"³. ويتفق ذلك مع تصورات المبحوثين حيث وافق 68.3% على عبارة: رغم خطورة الفيروس تجاهله المواطنون واعتبروه مجرد دور برد.

كورونا ساركازم،¹

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=988056071636273&set=g.256035802211504> 29 يونيو 2020:

1504

كورونا ساركازم، 22 يونيو 2020: ²

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=689664201885917&set=g.256035802211504>

<https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3825005114261230> 21 ديسمبر 2020: ³

ويستغله المواطن لتحقيق منافع خاصة كالإمتناع عن العمل والدراسة رغم عدم الإلتزام بالإجراءات الاحترازية "لما أنزل بقى مع صحابى احتفل بتأجيل الامتحانات، ياسيدى وأنا! الدراسة إتأجلت أنا لسه موجود"¹، "عندى جيش كمان شهر ماتتصرف وتجيلى إعفا- ياسطى أنا وباء مش لواء"². ويتفق ذلك مع تصورات المبحوثين فوافق 51.9% على عبارة: المواطنون يستغلون كورونا لتحقيق منافع خاصة مثل الإمتناع عن العمل والدراسة. ويستغرب أيضاً من القرارات والإجراءات الاحترازية "أنا أنسحب من مصر لأن أنتوا معملتوليش أى كرامة إلغوا انتشارى"³. وخاصة قرارات الحظر؛ سواء مواعيد الحظر أو إلغاء الحظر أو الإلتزام الناس به "إحنا قررنا نلغى الحظر ونعتمد على الوعى، هوفين الوعى! وهو كان فين الحظر"⁴. وكذلك قرارات فتح الأماكن العامة والمقاهى "فتح القهاوى والكافيهات والنوادي، للدرجة دى أنا حقير"⁵. وكذلك إجراءات التعقيم "هودا التعقيم اللي بتعقمهولى؟! طب قولولى وأنا أمشى بكرامتى"⁶. ويستغرب من انخفاض الأعداد "هوصحيح كورونا بيتراجع يامسعودى؟ فشر هوبس مبقاش لاقى حد سليم يعديه يا روى"⁷. ثانياً: اليأس: حيث أدت كثرة الاستغراب من سلوكيات المواطن والمسئول إلى يأس الفيروس ذاته، وظهر ذلك من خلال الاستجداء أحياناً واللامبالاة أحياناً أخرى: فهو يستجدى المواطنين لإرتداء الكمادات مرة أخرى "طب أرجعوا ألبسوا الكمادة تحت دقنكم زى الأول، المصريين: يفتح الله"⁸. كما أنه أصبح لا يبالى بسلوكيات المواطن، ولأنه طبيب وعاجز يتصرف كمن لم ينتبه للسلوك "خلصانة أنا زهقت كل اللي عاوز حاجة يعملها"⁹. بل أصبح يعتقد أن المشكلة به لذلك يتمنى أن يغادر مصر "كورونا: الوعى حلوانا اللي مش حلو"¹⁰، "لما تبقى وباء عالمى وحظك تنزل مصر: أنتوا جايينى تهزأونى هنا ولا أيه"¹¹. ويتفق ذلك مع تصورات المبحوثين حيث وافق 57.7% على عبارة: الفيروس اتهان بمصر ومن الأفضل له أن يرى دولة أخرى.

¹ <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3848820555213019>، اساحى، 31 ديسمبر 2020:

² فيروس كورونا، 22 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=141615297504606&set=pb.100050658901805.-2207520000..>

³ فيروس كورونا، 23 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=142025524130250&set=pb.100050658901805.-2207520000..>

⁴ كورونا ساركازم، 23 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=10157842992454877&set=g.256035802211504>

⁵ كورونا ساركازم، 28 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=2684946748443590&set=g.256035802211504>

⁶ فيروس كورونا، 21 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=141060954226707&set=pb.100050658901805.-2207520000..>

⁷ كورونا ساركازم، 14 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=10157816924514877&set=g.256035802211504>

⁸ فيروس كورونا، 14 يوليو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=148909273441875&set=pb.100050658901805.-2207520000..>

⁹ فيروس كورونا، 10 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=137630364569766&set=pb.100050658901805.-2207520000..>

¹⁰ كورونا ساركازم، 15 يوليو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=181163043438933&set=g.256035802211504>

¹¹ فيروس كورونا، 25 أبريل 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=120009516331851&set=pb.100050658901805.-2207520000..>

وظهر بالاتجاه الإيجابي؛ تيمات: يوعى بالإجراءات الاحترازية، يساعد الطلاب، شايف شغلة بضمير.

ظهرت تيمة يوعى بالإجراءات الاحترازية فقط فى صفحتى كورونا ساركازم وفيرس كورونا، وظهر بها كوفيد دائماً باتجاه إيجابى. وتشكلت نتيجة التركيز على طبيعة أعراض كورونا "الجواز زى الكورونا أول 15 يوم ماتحسش بيه وبعدين تحس بخنقة وضيق تنفس وبعدين أنت ومناعتك بقى"¹. أو من خلال عرض حالات اتصاب بالفيروس "يارب علشان خاطر البنتن الغالبة اللى ملحققتش أحفظ وشوشهم بسبب الجرى فى الدنيا"². أو التوعية والتحذير سواء من عدم إرتداء الكمامة بشكل صحيح أو زيادة الأعداد وعدم الإلتزام بالإجراءات الاحترازية "كورونا: أنا لبست كمامة عقبالك"³، "واللى معايا يتورط بيقى فى عمره بيفرض"⁴.

وظهرت تيمة يساعد الطلاب بالصفحات الثلاث، باتجاه إيجابى دائماً. وركزت على أنه فيروس حنين يهتم بالإطمئنان على الطلاب رغم عدم إلتزامهم بالإجراءات الاحترازية "لما طالب يقلع الكمامة أول ما يخرج من الامتحان، كورونا: ولا يهيك يا حبيبى المهم طمنى أنت حليت كويس"⁵. وينقد الطلاب من الامتحانات "أوعى ياكوكويغفلوك- وعهد الله ده أنا ققتكم الوزير دا قال يمتحنكم قال دانا أشيل كلمة فيروس من البطاقة"⁶.

ويختلف ذلك مع تصورات المبحوثين؛ فرفض 47.1% من المبحوثين عبارة: إذا رحل كورونا سيرسب الطلاب بالامتحانات، وإن كان 29.4% وافقوا عليها. بما يدل على وجود نسبة ليست بقليلة تعتقد أن الطلاب بالفعل يعتمدون على كورونا فى عملية تأجيل الامتحانات وتعطيلها؛ وإن كانت ليست النسبة الغالبة. بينما وافقت النسبة الأكبر من المبحوثين 42.3% على عبارة: الطلاب تستخدم كورونا مبرر لعدم المذاكرة وتستغل الكمامات للغش. إذاً غالبية المبحوثين تعتقد أن الطلاب تستغل كورونا ولكن نجاحهم ليس متوقف عليها.

وظهرت تيمة شايف شغلة بضمير فقط فى صفحة فيروس كورونا، وظهر بها كوفيد دائماً باتجاه إيجابى. وتشكلت نتيجة التركيز على أنه أكثر الأطراف المعنية داخل الأزمة الإلتزام بأدواره؛ فهو مستعد دائماً لإصابة الأفراد ويركز فى عمله "يا جماعة محدش يكلمنى فى أوقات عملى"⁷. وينتظر خطأ الأفراد متربصاً "لما ألاقى حد بيلمس وشه فى الشارع-

كورونا ساركازم، 20 يونيو 2020: ¹

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=2727614550846412&set=g.256035802211504>

2 فيروس كورونا، 8 سبتمبر 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=164020648597404&set=pb.100050658901805.-2207520000..>

3 فيروس كورونا، 24 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=142211497444986&set=pb.100050658901805.-2207520000..>

4 فيروس كورونا، 2 يوليو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=145009587165177&set=pb.100050658901805.-2207520000..>

5 كورونا ساركازم، 26 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=3426356464094160&set=g.256035802211504>

6 كورونا ساركازم،

19 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=3321729377846035&set=g.256035802211504>

7 فيروس كورونا،

20 يونيو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=134387614894041&set=pb.100050658901805.-2207520000..>

حلو غلط وأنا كنت مستتية يغلط"¹. ويتفق ذلك مع تصورات المبحوثين فوافق 65.9% على عبارة: في ظل الأزمة فإن كورونا هو أكثر طرف يقوم بعمله بضمير. ويعكس ذلك الاعتقاد في عدم التزام المواطن وعدم فاعلية الإجراءات الاحترازية.

وظهرت تيمة يضر ويصيب الأفراد بالصفحات الثلاث، وهي التيمة الوحيدة التي ظهر بها كوفيد باتجاه سلبي إضافة للاتجاه الإيجابي. وتشكل الاتجاه السلبي عبر التركيز على الترهيب خاصة في بداية الموجات المختلفة "افتح يلا أنا سويت نوفمبر، وربنا ما أنا فاتح أنت الموجه الثانية لكورونا"². وكذلك من خلال التركيز على إصابته لبعض الشخصيات المشهورة "التكن الوباء رقم واحد لا بد من إصابة رقم واحد-رونالدو"³.

وتشكلت التيمة ذات الاتجاه الإيجابي من خلال التركيز على إصابة الفيروس لبعض الشخصيات ذات السلوك غير المرغوب "كان نفسي أكون بنتشر أون لاین وكنت خلصتكم من العيال بتوع التيك توك"⁴، "إصابة أحد العاملين بمنزل الرئيس الإسرائيلي بفيروس كورونا- حاولت أعمل حاجة صح"⁵.

ونجد أن تباين اتجاه التيمة بين السلبي والإيجابي صاحبه تباين بتصورات المبحوثين. فاتفقت إيجابية التيمة مع تصورات المبحوثين حول إصابة الشخصيات الإسرائيلية والفرنسية؛ حيث وافق 39.6% على عبارة: من الجيد إصابة الفيروس لبعض الشخصيات الأجنبية؛ مثل: الإسرائيلية، والرئيس الفرنسي. واتفقت سلبية التيمة مع تصورات المبحوثين حول إصابة بعض الشخصيات المشهورة مثل رونالدو ومحمد صلاح؛ حيث اختار غير موافق 72.4% من المبحوثين بعبارة: من الجيد إصابة بعض الشخصيات المشهورة؛ مثل: محمد صلاح ورونالدو. بينما اختلفت إيجابية التيمة مع تصورات المبحوثين حول مستخدمي التيك توك؛ حيث اختار غير موافق 62.5% بعبارة: من الجيد إصابة الفيروس لبعض أفراد المجتمع؛ مثل: مستخدمي التيك توك.

ب. التحليل النماذجي:

ب/1: الدوال السيمولوجية لشخصية كوفيد:

أنت الدوال السيمولوجية معبرة عن عجز وقلة حيلة شخصية كوفيد بما يتفق مع التيمة الرئيسية المتواترة عنه في النص. حيث يتضح أن الصفحات الثلاث ركزت على مجموعة دوال أساسية جسدت فيها أزمة كورونا في شخصية ذات موصفات محددة لتصنع نمطاً أساسياً لصورة كوفيد، تتمثل في أنه: رجل، أخضر الوجه، في مقتبل العمر، يرتدى الزى البسيط أوالكاجول غالباً، رفيع، بلامح وجه عابسة ومندهشة. وتبين أن هذه الدوال مجتمعة مع التركيز عليها وتكرارها تصنع أيقونة لكوفيد يدركها

¹ فيروس كورونا،

13 أبريل 2020. - <https://www.facebook.com/photo/?fbid=114708416861961&set=pb.100050658901805..2207520000..>

² اساحبي، 3 نوفمبر 2020 <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3695331797228563/>

³ فيروس كورونا،

13 أكتوبر 2020. - <https://web.facebook.com/photo/?fbid=172744154391720&set=pb.100050658901805..2207520000..&rdc=1&rdc=1&rdc=1&rdc=1&rdc=1>

⁴ فيروس كورونا، 9 أبريل 2020. - <https://web.facebook.com/photo/?fbid=110586200607516&set=pb.100050658901805..2207520000..&rdc=1&rdc=1&rdc=1&rdc=1&rdc=1>

⁵ كورونا ساركازم،

17 يونيو 2020.

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=313630093365160&set=g.256035802211504>

الجمهور بسهولة. وهى أنه: بالرغم من قوته وخطورته عاجز وبائس أمام الاستهتار به وإنكار وجوده. أنظر الشكل رقم (11).



شكل رقم 11

وبالتالى نجد أن بعض الدوال تعكس معانى تدل على القوة والغلظة، والبعض الآخر تدل على قلة الحيلة والضعف. وتتمثل المعانى التى تمثلها هذه الدوال الرئيسية؛ فى:

- * دالة النوع: رجل: يفترض فيه القوة والعنف والفضول والتحكم والثقة بالنفس.
- * دالة لون الوجه: أخضر: حيث تعبر عن المرض وعدم الصحة وكذلك الكائنات الغريبة والفضائية. وهى دلالة سلبية منتشرة الاستخدام فى الأعمال الفنية خاصة الكاريكاتير ورسوم الكارتون وأفلام الخيال العلمى. وذلك على الرغم من الدلالات الإيجابية المرتبطة باللون حيث تعبیره عن الصحة والإزدهار بشكل عام.
- * دلالة العمر: فى مستقبل العمر (25 إلى 35 عام): وهى فترة وإن كانت تدل على الصحة والقوة الجسدية إلا أنها مرتبطة بشكل وثيق بأزمة مستقبل العمر، فينتج عنها دلالات تتعلق بـ: عدم الإحساس بالأمان والشعور بالشك وخيبة الأمل التى تحيط بالحياة المهنية. وما ينتج عن ذلك من شعور بالوحدة والخوف والتشوش والحيرة.
- * دلالة الملابس: يرتدى زى بسيط أو الكاجول غالباً. الأزياء من العلامات الدالة على الانتماء الطبقي، ومن أبرز الأمور التى تدل عليها: الترف والسيادة أو الفقر وانحطاط المنزل. ويلاحظ أن شخصية كوفيد المجسدة لم ترتدى أزياء فخمة لتدل على قوتها أو مهلهلة لتدل على انحطاط المنزل، وإنما فى الغالب كانت ترتدى أزياء بسيطة (بنطال وتشيرت أوقميص)، فى دلالة لإنتمائها للطبقة المتوسطة التى تكدر فى العمل للوفاء بالحد الأدنى من متطلباتها. وهى طبقة ميسورة مادياً إلى حد ما ولكن مثقلة بالهموم والمشكلات.
- * دلالة الحجم: لم يتم قولبة كوفيد من حيث الطول وإنما من حيث الحجم، فظهر أنه غالباً شخص نحيف وضئيل. ولذلك دلالة على الضعف والفقر وقلة الحيلة خاصة مع وقفته المستكينة والخاضعة. مع الأخذ فى الاعتبار أنه إذا ظهر بميزم أو كوميكس به شخصيتان تتحدثان يظهر كدخيل غير مرغوب به وقصير القامة عنهم ونحيف، إلى الحد الذى يمكن معه القول أن الشخصيتين المتحاورتين لا تراه رغم وقوفه بينهما.
- * دلالة ملامح الوجه: كانت العلامة البصرية الأكثر وضوحاً فى تمييز شخصية كوفيد. وظهر فى الغالب بملامح عابسة تعكس معاناته، وأبرزها: الغضب والبكاء والإندهاش والبؤس، والملل.

ولم تتباين الصفحات فيما بينهم فى هذه الدوال، وإن كان كوفيد قد تجسد نادراً فى نوع أنثى وبالأخص بجسد طفلة صغيرة ضعيفة تتعرض للعنف الأسرى (وهى شخصية أبنة أخوأحمد زاهر فى مسلسل البرنس) فى صفحة كورونا ساركازم، وبجسد امرأة غاضبة من التجاهل بصفتى كورونا ساركازم وفيرس كورونا (وهى شخصية صافيناز كاظم فى مشهد انسحابها من برنامج تلفزيونى).

ب/2: رحلة تناص هذه الدوال:

بدأت رحلة الدوال الرئيسية فى الأعمال الفنية والدرامية التى ركزت على الشخصيات البائسة والعاجزة التى تكافح لإثبات ذاتها رغم ما تتمتع به من قدرات، وهى شخصيات يستهين بها المجتمع المحيط بها. ودفعت هذه المعانى المميز والكوميكس للاعتماد عليها لتجسيد شخصية كوفيد. وأبرز الشخصيات التى تجسد فيها كوفيد:

* الشخصيات التى تتعرض للقهر والعنف والقمع: فتجسد فى شخصيات مثل: الطفلة (فريدة حسام) مريم أبنة رضوان فى مسلسل البرنس بالمشهد الذى تركها عمها فتحى (أحمد زاهر) فى الشارع تبكى دون أن يتأثر. وشخصية التجار البسطاء بفيلم سلام يا صاحبي وهم يستعطفون المعلم بلاقسى (مصطفى متولى) المتحكم بسوق الفاكهة. والشخصية الكارتونية توم (القط) فى مشاهد له وهو مضروب دائماً من جبرى (الفار).

* الشخصيات التى تتميز بالعجز المادى والمعنوى، وتحاول المثابرة والمواجهة فى إطار كوميدي حتى تستطيع النجاح والوصول لهدفها، وهى شخصيات تعاني فى المجتمع ويستقوى عليها الآخرون؛ مثل: شخصيات محمد هنيدي فى كل من (صعيدى بالجامعة الأمريكية، عندليب الدقى، فول الصين العظيم، وش إجرام، يانا ياخلى) ومن أبرز المشاهد التى تجسد بها كوفيد من هذه الأفلام شخصية محى بفول الصين العظيم فى المشهد الذى يتعرض فيه للضرب من أعمامه وفى المشاهد التى يتعرض فيها لإختبارات الزواج بالصين. وشخصية نصه (هانى رمزى) الذى يتسم بالحظ السيئ وقلة الذكاء فى فيلم غبى منه فيه وبالأخص مشهد التخطيط للسرقة.

* الشخصيات التى تعتمد على الفهولة والتهكم؛ مثل: شخصية الشيخ حسنى (محمود عبد العزيز) الضرب الذى فشل بدراسته وحياته قائمة على الفهولة فى فيلم الكيت كات. وكذلك شخصية زكى (أحمد حلمى) الذى يحاول العمل رغم قلة إمكانياته فى فيلم زكى شان وخاصة المشهد الذى يقف فيه بالمنتصف بين المتقدمين لوظيفة الحارس الشخصى والمشهد الذى يتعرض فيه للسرقة كل يوم. وكذلك شخصية قرموطى (أحمد آدم) التى تشتهر بالكذب للتخيم من ذاتها فى فيلم معلى إنا بنتبهل. شخصية المراقب بالامتحانات (مجدى السباعى) الذى يسمح بالتجاوزات داخل اللجنة مادامت بهدوء بفيلم إسماعيلية رايح جاي.

* الشخصيات الغاضبة؛ مثل: عشاوى (أحمد العوضى) فى مسلسل الاختيار وبالأخص المشهد الذى يقف فيه ينظر بغضب بعد عودته من محاولة فاشلة لإغتيال وزير الداخلية. وكذلك شخصية مرزوق (عادل أمام) فى فيلم سلام يا صاحبي عندما يرى سعيد صالح ممسك بيد سوسن بدر، وهو بالسيارة ويقول أطلع بينا ياخوليو.

* الشخصيات التى تعاني من الفشل؛ مثل: الدكتور (علاء مرسى) الذى يحتاج لمن يعالجه فى فيلم عندليب الدقى. وشخصية سيد (ماجد الكدوانى) الزوج الكسول فى فيلم شيكمارة. وشخصية عبد الوهاب (محمد رياض) الأب المعتقد نفسياً الذى يعاني من الفشل فى جميع

جوانب حياته فى مسلسل لن أعيش فى جلباب أبى. وشخصية ممس (محمد محمود) البلطجى الفاشل اليانس الذى يحاول الإنتحار فى فيلم أمير البحار. وشخصية باسم أبوالسعود (أحمد سعيد عبد الغنى) الشاب الفقير المخادع بمسلسل الحقيقة والسراب.

ب/3: اختبار التباديل والتوافيق:

يصبح من الضرورة بالتحليل النماذجى إجراء اختبار التباديل والتوافيق للمقارنة بين المعنى الغائب والحاضر فى العلامة، وتأثيره على التمثل، أو النمط الصانع لتوقعات الجمهور. لأن فى التحليل العلاماتى يُعتقد أن الدوال مقصودة لتصنع أيقونة معبرة عن النموذج، وأن تغيير علامة أودالة معينة وفقاً لذلك يُضعف من النموذج. وفيما يلي اختبار التباديل والتوافيق للدوال الرئيسية المعبرة عن كوفيد:

* دالة النوع: أنثى: تدل على الغموض والضعف والخضوع وعدم الثقة.

* دالة لون الوجه: طبيعى سواء أبيض أوقمحاوى أوأسود: تعبر عن النضارة وبالتالي القوة والصحة.

* دلالة العمر: متوسط العمر: تدل على الخبرة والقوة والاقترام.

* دلالة الملابس: بدلة رسمية: تدل على السلطة والقوة.

* دلالة الحجم: بدين: تدل على الصحة والرخاء والغنى.

* دلالة ملامح الوجه: متفائلة مبتهجة: تحقيق الهدف والنجاح والتميز.

يوضح التلاعب بالدوال السابق كيف تم توظيف الدوال الرئيسية بما يتفق مع الأيدولوجيات لخدمة معنى محدد مراد صنعه من تجسيد أزمة كورونا. حيث يتسم طبيعة الفيروس كوباء فى الواقع؛ بأنه: غامض فعلى الرغم من معرفة منشئه ومخاطره إلا أنه من الصعب الجزم بطرق الإصابة، وتطور سلالاته يزيد من غموضه، وهوقوى وذوسلطة يصيب أى أحد ولم تسلم منه أى دولة واستطاع التأثير على نمط الحياة والتواصل والعمل، أذاً هو كوباء ناجح فى تحقيق أهدافه. ولكن كل هذه الدوال لا تصنع النمط أو الأيقونة المراد طبعها فى ذهن الجمهور عن كوفيد لتكوين صورة نمطية عنه. تلك الصورة التى تساعد وتبرر للجمهور حالة الإطمئنان الزائف.

2. شخصية المواطن:

ظهرت فى صفحة اساحبى بنسبة 70.6%، وصفحة كورونا ساركازم بنسبة 50.5%، وصفحة فيروس كورونا بنسبة 49.0%. وظهر المواطن كشخصية مركزية فى الغالب منفرداً أو مصاحباً لشخصية كوفيد فى الصفحات الثلاث، تلاها مصاحب لشخصية المسئول ثم الشخصية الأجنبية. ومعظم الموضوعات التى ظهر بها المواطن هى تلك المتعلقة بالاعتماد على وعى المصريين وسلوكيات المواطنين خلال الأزمة.

جدول (27) التوزيع التكرارى والنسبى لحضور وطبيعة فئات المواطن داخل الميمز والكوميكس خلال الأزمة

اسم الصفحة								شخصية المواطن
الإجمالي		فيروس كورونا		كورونا ساركازم		اساحبى		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
53.6%	479	49.0%	214	50.5%	145	70.6%	120	يوجد
46.4%	415	51.0%	223	49.5%	142	29.4%	50	لا يوجد
100.0%	894	100.0%	437	100.0%	287	100.0%	170	الإجمالي

فئة المواطن	اسم الصفحة							
	اساحبي		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الشعب/المصريون/الناس	13	10.8%	19	13.1%	49	22.9%	81	16.9%
الطلاب والأهلى	16	13.3%	11	7.6%	7	3.3%	34	7.1%
الإسكندرية	2	1.7%	0	0.0%	6	2.8%	8	1.7%
ضمير غائب أو مخاطب	81	67.5%	78	53.8%	131	61.2%	290	60.5%
عيال التيك توك وبيعى البلازما	0	0.0%	4	2.8%	2	0.9%	6	1.3%
مسميات أفراد	1	0.8%	4	2.8%	6	2.8%	11	2.3%
مصاب	0	0.0%	2	1.4%	9	4.2%	11	2.3%
فئات: أطفال، شباب، بنات، أصحاب	6	5.0%	17	11.7%	4	1.9%	27	5.6%
أصحاب القهاوى	1	0.8%	10	6.9%	0	0.0%	11	2.3%
الإجمالي	120	100.0%	145	100.0%	214	100.0%	479	100.0%

وظهر المواطن داخل النص أما بضمير الغائب أو بإنتمائه لفئة معينة. ويلاحظ ارتفاع نسبة ضمير الغائب أو المخاطب في الصفحات الثلاث بنسبة إجمالية بلغت 60.5%، ويعود ذلك إلى سببين؛ هما: أن غالبية الميمز والكوميكس بها شخصية أخرى مصاحبة تعلق على سلوكيات المواطن أو تتحاور معه. وأنه يتم تجسيد إثنين أو أكثر من المواطنين في حالة حوار مع بعضهم البعض. وتمثلت فئات المواطن التي تم ذكرها في؛ وفقاً للإجمالي العام بالصفحات الثلاث: الشعب/المصريون/الناس 16.9%، الطلاب والأهلى 7.1%، فئات: أطفال، شباب، بنات، أصحاب 5.6%، مسميات أفراد 2.3%، مصاب 2.3%، أصحاب المقاهى 2.3%، الإسكندرية 1.7%، مستخدمى التيك توك وبيعى البلازما 1.3%.

جدول (28) التوزيع التكرارى والنسبى لفئات المواطن التى يتابعها المبحوثين بالميمز والكوميكس -ن= 586

فئة المواطن	ذكر		أنثى		الإجمالي		ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%		
الشعب بصفة عامة	88	78.6%	370	78.1%	458	78.2%	1	1
الطلاب	50	44.6%	176	37.1%	226	38.6%	2	2
الإسكندرية	20	17.9%	66	13.9%	86	14.7%	5	4
أصحاب المقاهى	32	28.6%	60	12.7%	92	15.7%	4	5
فئات؛ مثل: أطفال، شباب، بنات، أصحاب	36	32.1%	122	25.7%	158	27.0%	3	3

كا²= 10.899 د.ح (درجة الحرية) = 4 الدلالة الإحصائية = 0.028

ويتبين أن هناك توافق بين فئات المواطن التى يفضل الجمهور متابعتها بالميمز والكوميكس وبين الفئات التى تركز عليها صفحات الدراسة. حيث اهتم المبحوثون فى المرتبة الأولى بفئة الشعب بنسبة 78.2% ثم الطلاب بنسبة 38.6% ثم فئة معينة بنسبة 27.0%. (مجموع النسب يتعدى الـ 100% للسماح للمبحوثين باختيار أكثر من بديل). وإن كانت تفضيلات الذكور أكثر اتساقاً مع ما تقدمه الصفحات عن الإناث.

ويتبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وفئات المواطن المفضلة لدى المبحوثين حيث كانت قيمة كا²= 10.899، وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. فيتبين أن كلاً من الذكور والإناث اهتموا فى المراتب الثلاث الأولى؛ بفئات: الشعب ثم الطلاب ثم فئة محددة. ثم تباينوا فظهرت فئة أصحاب المقاهى فى الترتيب الرابع لدى الذكور بنسبة 28.6% بينما اهتمت الإناث بالميمز

والكوميكس المقدمة عن الإسكندرية بنسبة 13.9%. ولعل الدور الجندري له أثر في تباين الاهتمام مما جعل الذكور يفضلون الميمز والكوميكس عن المقاهي وأصحابها حيث شهدت فترة الدراسة قيود عليها وإجبار الذكور للبقاء بالمنزل فترات طويلة، مما جعلهم يهتمون بشكل كبير بالقرارات الصادرة بشأنها خاصة قرار نسبة الـ 20%.

أ. تحليل النصوص:

أ/1. حضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن الشخصية (التيمة)، وتفصيلها:

سيطرت فكرة رئيسية على حضور المواطن كشخصية رئيسية بأزمة كورونا داخل ميمز وكوميكس الصفحات الثلاث؛ هي: أنه يتسم بغياب الوعي والاستهتار بنسبة 71.7% بصفحة اساحبي، و 62.1% بصفحة كورونا ساركازم، و 85.0% بصفحة فيروس كورونا. بينما تباينت الصفحات في التيمات الأخرى المقدمة عن المواطن.

جدول (29) التوزيع التكراري والنسبي لحضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن شخصية المواطن (التيمة)

اسم الصفحة								تيمة المواطن
الإجمالي		فيروس كورونا		كورونا ساركازم		اساحبي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%74.7	358	%85.0	182	%62.1	90	%71.7	86	غياب الوعي والاستهتار
%0.6	3	%0.0	0	%0.0	0	%2.5	3	خائف من رد فعل المجتمع لو كان مصاب
%4.6	22	%7.5	16	%2.8	4	%1.7	2	الانتهازية وحب الأثنية
%0.6	3	%0.0	0	%2.1	3	%0.0	0	شخصية مكروهة نتمنى إصابتها
%5.0	24	%1.9	4	%4.8	7	%10.8	13	ملتزم بالإجراءات الاحترازية
%12.3	59	%5.6	12	%21.4	31	%13.3	16	ضحية
%2.1	10	%0.0	0	%6.9	10	%0.0	0	مستفيد من الإجراءات الاحترازية
%100.0	479	%100.0	214	%100.0	145	%100.0	120	الإجمالي
اسم الصفحة								حضور تيمة المواطن
الإجمالي		فيروس كورونا		كورونا ساركازم		اساحبي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%13.2	63	%21.5	46	%6.9	10	%5.8	7	ضمني
%86.8	416	%78.5	168	%93.1	135	%94.2	113	صريح
%100.0	479	%100.0	214	%100.0	145	%100.0	120	الإجمالي

ويلاحظ أن التيمة ظهرت بشكل صريح بالنص في ميمز وكوميكس الصفحات الثلاث بنسبة 86.8%.

أ/2. تفاصيل حضور التيمة وفقاً للفئة الأبرز حضوراً:

ويتبين أن التيمة الأكثر حضوراً؛ وهي أن المواطن يتسم بغياب الوعي والاستهتار، اتخذت اتجاه سلبي من حيث الشق النصي، وركزت على فئات؛ بالترتيب: ضمير الغائب أوالمخاطب، الشعب، الطلاب والأهالي، فئات، الإسكندرية، مسميات الأفراد، أصحاب المقاهي.

وتشكلت نتيجة التركيز على معاني محددة؛ وهي: غياب الوعي، الإطمئنان الزائف.

أولاً: غياب الوعي: لتوصيل دلالة أساسية؛ هي: أنه لا يمكن الاعتماد على وعي الشعب لتخطي الأزمة بل أن المصريين يتعاملون مع كورونا على أنه أعمى ولن يراهم. وذلك من خلال عرض هذه الفكرة بشكل صريح أو عرض السلوكيات التي تثبت هذه الفكرة. ومن الأمثلة على عرض هذه الفكرة بشكل صريح "أنت سايب القهوة على النار ورايح فين، براهن على وعى الكنكة"¹.

وتمثلت أبرز السلوكيات التي تثبت الفكرة الرئيسية؛ في: رغم خطورة كورونا ما يشغل المصريين هو التحضير للأعياد والمناسبات والأفراح "الصحة نراهن على وعى الشعب، الشعب: يلا نشترى لبس العيبيد"². حتى الملتزمون بالبقاء بالمنزل يعبرون عن غضبهم "ينفع نقضى شم النسيم فى البيت كده؟ لا وأنت الشهادة لله ياكمل بينى كل سنة بتقضيه فى دهب"³. وظهر أيضاً سلوك الاستخدام الخاطئ للكمامات والاستهتار فى التعامل معها "هلبس الكمامة بس هنزلها شوية علشان حاطة روج- كوفيد: خرجتوني من الصين ليه"⁴.

وظهرت كذلك السلوكيات التي تتم عن غياب المعرفة وعدم تقدير مدى خطورة الفيروس، وهي ميمز وكوميكس تظهر المواطن ملتزم شكلاً بالإجراءات الاحترازية ولكنه يقوم بسلوك يعرض حياته وحياة الآخرين للخطر. "روحت أجيب لب من عند راجل محترم كده لاقينته لابس جوانتى قولتله ليه كده قال طبعاً لازم نخاف على غيرنا وراح نافخ فى القرطاس"⁵. وظهرت سلوكيات الإسكندرية ببداية الحظر "الإسكندرية ياستى قالولى هنعمل عمرة على الضيق كده قدام البيت وحلفوني بالكعبة قتلهم ماشى"⁶. وظهرت سلوكيات التمر على الملتزمين بالإجراءات الاحترازية "لما حد من صحابى يقلى: أنا مش هسلم عليك - أنت نسيت نفسك ولا أيه دا أنت مبتستحماش يلا"⁷.

وظهرت السلوكيات التي توضح استهتار المواطن بالإجراءات الاحترازية وعدم الاستفادة من الوقت الذي وفره الحظر. "أوروبا: لقد نفذت لدينا جميع الكتب المعروضة للبيع بسبب البقاء الإجبارى فى المنزل، فماذا نفذ عندكم!! -مصر: البيكنج بودر"⁸، "أحنا هننتصر على

¹ اساحبي، 20 مايو 2020: <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3218774058217675>

² فيروس كورونا،

2 مايو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=123427005990102&set=pb.100050658901805>..2207520000

³ اساحبي، 19 أبريل 2020: <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3142764635818618>

⁴ كورونا ساركازم، 19 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=10157831997664877&set=g.256035802211504>

⁵ اساحبي، 15 مارس 2020: <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3064339046994511>

⁶ فيروس كورونا، 24 أبريل 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=119802096352593&set=pb.100050658901805>..2207520000

⁷ كورونا ساركازم،

20 يوليو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1661530127345794&set=g.256035802211504>

⁸ اساحبي، 12 أبريل 2020: <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3126753190753096>

الكورونا باستخدام ال BDA، أيه دا؟ بركة دعا الوالدين¹. ويتضح نتيجة لهذه السلوكيات أن وعى المصريين يؤدي لزيادة الأعداد "ما شاء الله، وعيكم واخذكم وطالع على الجنة"². ونجد أن الاتجاه السلبي لتيمة غياب الوعي والاستهتار تتفق مع تصورات المبحوثين السلبية تجاه المواطن وسلوكياته خلال الأزمة؛ حيث: وافق 75.8% على أن: رغم أن كورونا مازالت مصدر تهديد إلا أن المصريين استهانوا بالفيروس ويعيشون حالة من الإطمئنان الزائف. ووافق 73.4% على أن: رغم خطورة كورونا ما يشغل المصريين هو الخروج والتحصين للأعياد والمناسبات. ووافق 66.9% على أن: وعى المصريين واخذهم وطالع الجنة، فسلوكياتهم تؤدي لزيادة الأعداد. ووافق 76.8% على أن: تظاهرات الإسكندرية ضد الفيروس وتجمعاتهم تنم عن غياب الوعي والاستهتار. ووافق 66.9% على أن: الطلاب والأهالي لا يلتزموا بالإجراءات الاحترازية خصوصاً الكمادات والتجمعات. وأكد 64.5% أن: المصريون يرتدون الكمادات خوفاً من الغرامة وليس الفيروس. واتفق 56.7% على أن: المواطنون يتنمرون على من يلتزم بالإجراءات الاحترازية.

ثانياً: الإطمئنان الزائف: تشكلت نتيجة التركيز على أن المواطن أصبح يتجاهل الفيروس ويعتبره غير موجود بل ويتعامل معه بمنطق "العشرة" فلن يضره، وبالطبع نتج عن ذلك سلوكيات كثيرة خاطئة متعلقة بعدم الإلتزام بالإجراءات الاحترازية. "أكيد جالك برد من المروحة، بس أنا مبشغلش المروحة، يبقى تشغلها عشان يبقى من المروحة"³، "برضو هتنزل من غير كمادة يا أنور.. مش خايف من فيروس كورونا المستجد؟ كورونا مبقاش مستجد يا جيهان دا بقي صاحب مكان!!"⁴، "هواحنأ نفصنا للكورونا فجأة ليه كدا!! عشان التجاهل بيموت أى علاقة مهما كانت قوية"⁵، "وزارة الصحة:الحالات وصلت 19666، الشعب: مش ده رقم صيانة زانوسى"⁶.

¹ فيروس كورونا،

³ مايو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=123509032648566&set=pb.100050658901805..2207520000..>

² فيروس كورونا،

29 مايو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=133357888330347&set=pb.100050658901805..2207520000..>

³ اساحبي، 21 ديسمبر 2020: <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3825611974200544>

⁴ كورونا ساركازم،

24 يونيو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=3265633056849508&set=g.256035802211504>

⁵ كورونا ساركازم،

25 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=10220886961751512&set=g.256035802211504>

⁶ فيروس كورونا،

28 مايو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=132776801721789&set=pb.100050658901805..2207520000..>

وننتج عنه أيضاً سلوكيات تنم عن استغلال المواطن للفيروس لتحقيق مصالح خاصة؛ كالإمتناع عن العمل والدراسة والتهرب من المرور والديون "ياجماعة محدش يستهون بالكمامة لأنها بتحمى فعلاً، أنا النهاردة معدى جنب واحد ليه فلوس عندى ومعرفنيش"¹. ونجد أن الاتجاه السلبي لتيمة الإطمئنان الزائف يتفق مع تصورات المبحوثين السلبية أيضاً عن المواطن؛ فوافق 42.7% على عبارة: المجتمع يتعامل مع كورونا بمنطق: اهتّم بالفيروس يصيبك نفضله يسبيك. وأكد 51.9% أن: المواطنون يستغلون كورونا لتحقيق منافع خاصة مثل الإمتناع عن العمل والدراسة. وأكد 42.3% أن: الطلاب تستخدم كورونا مبرر لعدم المذاكرة وتستغل الكمامات للغش. ويوضح ذلك أن المبحوثين يعتقدون أن المواطنين بشكل عام يعيشون حالة من الإطمئنان الزائف جعلتهم يألفون الفيروس ويوظفونه لتحقيق مصالحهم؛ مثل: الإمتناع عن العمل، والغش بالامتحانات... الخ. وتبين أنه أمر بالغ الخطورة من وجهة نظر المبحوثين حيث أكد 80.5% على أن: كورونا لم ينتهى وعدم الإلتزام بالإجراءات الاحترازية يعرض الصحة للخطر.

وظهر باتجاه سلبي أيضاً؛ تيمات: الانتهازية وحب الأذية، مستفيد من الإجراءات الاحترازية. وركزت على فئات؛ بالترتيب: مصاب، أصحاب المقاهى، ضمير غائب أو مخاطب، عيال التيك توك وبياعى البلازما، فئات، مسميات أفراد.

وظهرت تيمة الانتهازية وحب الأذية فى الصفحات الثلاث، وكانت امتداد لتيمة غياب الوعي ولكن مع وجود القصد والتعمد للتسبب بأذية الآخرين. وتشكلت نتيجة عرض حالات لأفراد عندما أصيبوا بالفيروس أخفوا الأمر وتعمدوا مخالطة الغير "مريضة بتولد قيصرى مش عابزة تقول إذا كان عندها أعراض ولا لأ علشان نعزلها عن باقى المرضى، وتقول: أنا لوهموت كلكم هتموتوا معاي"².

وتشكلت أيضاً بسبب التركيز على: سلوكيات الأفراد التى ترغم الآخرين على عدم الإلتزام بالإجراءات الاحترازية "الأعداد بتزيد والمفروض ناخذ الاحتياطات، الراجل اللى بيصلى جنبى: أفرش المصلية بالعرض يالاض"³. وسلوكيات الأفراد التى تستخدم أعراض كورونا للانتقام " واحدة جوزها زعلها مبتحطش ملح أوسكر فى الأكل ومعيشاه وهم أنه فقد حاسة التدوق!- أبليلس: يستى خدى الشوكة بتاعتي أهية وأطلع أنا على المعاش وخلاص"⁴. وسلوكيات الأفراد التى تستغل الأزمة لتحقيق مكاسب من بيع البلازمة "بقوا يضربوا ورق أنهم كان عندهم كورونا وخفوا وبيبيعوا بلازمتهم بـ 20 ألف - أنا حقيقى مش هسلك معاكم أنتوا عايزين يأجوج وماجوج"⁵. وسلوكيات الأفراد المصابة بكورونا وتمارس حياتها بشكل

¹ اساحبى، 23 ديسمبر 2020: <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3828531923908549>

² فيروس كورونا،

³ يونيو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=134745664858236&set=pb.100050658901805>..2207520000

⁴ اساحبى، 7 مايو 2021: <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/4210693225692415>

⁵ اساحبى، 3 يونيو 2020: <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3253023528126061>

⁵ فيروس كورونا،

10 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=137562141243255&set=pb.100050658901805>..2207520000

طبيعي دون مراعاة للغير "ركبت تاكسى وبعد ما رشيت كحول بقول للسواق معلى لوالكحول ريحته جامده قالى ولايهكم أنا بقالى يومين مش شامم حاجة"¹. ونجد أن الاتجاه السلبي لتيمة الانتهازية وحب الأذية تتفق مع التصورات السلبية للمبجوثين؛ حيث وافق 53.6% على عبارتى: بعض المصابين بكورونا لا يلتزمون بالإجراءات الاحترازية ويضروا من حولهم عن قصد، وبياعى البلازما شخصيات انتهازية استغلت الأزمة لتحقيق مكاسب شخصية. وويوضح ذلك أن غالبية المبجوثين يعتقدون أن هناك شخصيات انتهازية تستغل الأزمة لمصلحتها دون مراعاة للضرر المتسبب، وأن هناك شخصيات تتعامل بمنطق لن أموت أو أصاب بمفردى لذلك تتعتمد أذية الآخرين.

وظهرت تيمة مستفيد من الإجراءات الاحترازية فقط بصفحة كورونا ساركازم، وتشكلت نتيجة التركيز على أن المستفيد الوحيد من قرارات رئيس الوزراء بخصوص فتح الأماكن العامة هم أصحاب المقاهى، وأن ذلك حولهم لذوا سلطة ومتحكمين. "بعد ما صاحب القهوة يختار الـ 25 %، إللى هيعدى الخط ده هيموت"².

وظهر باتجاه إيجابى بالصفحات الثلاث؛ فقط تيمة: ملتزم بالإجراءات الاحترازية. وركزت على فئات؛ بالترتيب: ضمير الغائب أو المخاطب، مسميات أفراد، فئات، الطلاب والأهالى. وتشكلت نتيجة التركيز على سلوكيات المواطنين الملتزمين بالإجراءات الاحترازية "صحى بيطلع الكحول علشان يعقم أيده، رشة هنا ياحب"³، "عاوزين نفطر مع بعض يوم، أنا بفطر أول ما المغرب يأذن أول ما تسمعه أفطر"⁴.

ونجد أن الاتجاه الإيجابى لتيمة ملتزم بالإجراءات الاحترازية تباينت مع تصورات المبجوثين حول الآخرين وحول أنفسهم. فيتضح أن؛ من جهة يرى غالبية المبجوثين أن الآخرين لا يلتزمون بالإجراءات الاحترازية وبالتالي لا يتفقوا مع اتجاه هذه التيمة؛ حيث لم يوافق 60.3% من المبجوثين على عبارة: يلتزم المواطنون بالإجراءات الاحترازية خاصة رش الكحول وغسل الأيد وارتداء الكمامات. بل أكد 64.5% من المبجوثين أن: المصريون يرتدون الكمامات خوفاً من الغرامة وليس الفيروس، وأكد 66.9% أن: الطلاب والأهالى لا يلتزموا بالإجراءات الاحترازية خصوصاً الكمامات والتجمعات. وتبين أن رغم هذا التصور السلبي لدى المبجوثين عن الآخرين إلا أنهم عبروا عن إلتزامهم الشخصى بالإجراءات الاحترازية بما يتفق مع اتجاه التيمة الواردة بالمميز والكوميكس؛ فعلى سبيل المثال وافق 75.8% على عبارة: صاحبك لما يطلع الكحول يرش لازم يرشلك معاه. وظهر باتجاه غير محدد؛ تيمات: ضحية، خائف من رد فعل المجتمع لو كان مصاب. وركزت على فئات؛ بالترتيب: ضمير الغائب أو المخاطب، فئات، الشعب، الطلاب والأهالى، مصاب.

¹ فيروس كورونا،

10 يناير 2021:

https://www.facebook.com/photo/?fbid=217224173277051&set=pb.100050658901805_-2207520000

² كورونا ساركازم،

26 يونيو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=307822707012024&set=g.256035802211504>

³ اساحبى، 5 يناير 2021: <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3861505200611221>

⁴ اساحبى، 7 أبريل 2021: <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/4121817634579975>

وتشكلت تيمة ضحية بالصفحات الثلاث نتيجة التركيز على أن المواطن تضرر من الإجراءات الاحترازية خاصة الكمادات والحظر. "لمبى هوأنا فعلا الكمادة مخليه ودانى كبيرة؟! كبيرة أيه يا أبوصلاح ده أنت ناقصلك ريسيفر وتجيب القنوات كلها"¹. ويتفق ذلك مع تصورات المبحوثين حيث وافق 42.7% على عبارة: المواطن تضرر من الإجراءات الاحترازية خاصة الكمادات والحظر. كما ركزت على أن: المواطن ضحية لإجراءات التعايش فى ظل غياب الوعى. "كل واحد ومناعته أيه!! ده أنا بيحيلي برد مرتين فى الأسبوع أنتوا مستوعبين!"²، "لما تعرف أن صاحبك نزل القهوة- لو عشت أدينى رنة"³. ويتفق ذلك مع تصورات المبحوثين فوافق 71.0% على عبارة: إجراءات التعايش فى ظل غياب الوعى جعلت المواطن ضحية لكورونا. وأنه ضحية لغياب المعرفة المؤكدة عن كورونا "الدراسات بتقول أن الفيروس هيموت فى الحر، أو إحنا اللي هنموت من الحر مش متأكد"⁴. ويتفق ذلك مع تصورات المبحوثين حيث وافق 71.0% على عبارة: غياب المعرفة المؤكدة عن كورونا تجعل المواطن ضحية للممارسات والتصرّيات الخاطئة. ونجد أن تيمة خائف من رد فعل المجتمع لو كان مصاب ظهرت فقط فى صفحة اساحبى، وتشكلت نتيجة التركيز على أن الخوف من العزلة الاجتماعية تجعل المواطن خائف من العطس أمام الآخرين حتى إذا لم يكن مصاب "هموت وأعطس يانصه مش قادر- أجمد لحد ما نبعد عن الناس عشان متفهمش غلط"⁵. ويتفق ذلك مع تصورات المبحوثين فوافق 73.0% على عبارة: المواطن يخاف من رد فعل المجتمع إذا كان مصاب.

ب. التحليل النماذجي:

ب/1: الدوال السيمولوجية لشخصية المواطن:

كما تباينت التيمات الرئيسية المعبرة عن المواطن، تباينت أيضاً الدوال السيمولوجية الأساسية المعبرة عنه لتصنف فى مجموعتين رئيسيتين؛ هما: الدوال المعبرة عن حالة الاستهتار والإطمئنان الزائف والتجاهل، والدوال المعبرة عن الالتزام بالإجراءات الاحترازية. وهيمنت الدوال المعبرة عن استهتار المواطن فى تعاملها مع أزمة كورونا وحالة التجاهل وقلة الحيلة المفسره لسلوكياته بما يتفق مع التيمات الرئيسية المتواترة عنه بالنص. فهو غالباً شخص بسيط، ممثلى وليس بدين، لا يلتزم بالإجراءات الاحترازية، فى حالة حركة مستمرة، يبالغ فى إظهار انفعالاته. أنظر الشكل رقم (12).

¹ اساحبى، 1 يونيو 2020 <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3247598235335257>

² اساحبى، 27 أبريل 2020 <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3161680467260368>

³ كورونا ساركازم، 30 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=10157865119259877&set=g.256035802211504>

⁴ اساحبى، 19 مايو 2020 <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3216172401811174>

⁵ اساحبى، 10 يناير 2021 <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3874247402670334>



وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسات (وليد محمد- 2017) و(سارة سعيد- 2020) حيث توضح أن رسامي الكاريكاتير يركزون على دوال تجعل المواطن ضحية؛ مثل: التعب، الملابس الرثة، الرثاء، البكاء، الجسم الهزيل، الخوف. وقد يكون ذلك نظراً لأن الدراسات السابقة ركزت على قضيتي علاقة المواطن بالمسئول والفقير والفقراء، لذا تم إعلاء الدوال الدالة على المعاناة. ونجد أنه على الرغم من أن قضية كورونا تمثل خطر على صحة المواطن وبالتالي كان من الممكن أن تنسحب دوال المعاناة لتعبر عنه إلا أن سلوكيات المواطن في التعامل مع الأزمة هو الذي أعلى من أهمية الدوال الدالة على السلوك المستهتر اللامبالي.

بينما تتفق النتيجة مع دراسة (Viriya Taecharungroj & other-2015) والتي توضح أن الميمز تركز على أساليب فكاهية متعددة؛ أبرزها: تدمير الذات، أوجلدها أوإنهزامها. لأن غالباً ما تصف الميمات التي تهزم الذات انهيار العلاقات والفسل وأوجه الدونية الأخرى في الحياة. ومتلقوا تلك الميمات ومصمميه يعانوا من نفس المشاعر لذا يشاركونها ليسخروا من أنفسهم وليجعلوا الناس يضحكون.

ويلاحظ أن الدوال السيميولوجية المستخدمة للتعبير عن المواطن بالميمز والكوميكس بصفحات الدراسة لم تركز على التمييز داخل دوال محددة؛ مثل: النوع والعمر والملابس ولون البشرة. حيث أتت هذه الدوال كالتالي:

* دالتي النوع ولون البشرة: ظهر كلاً من الرجال والنساء، للدلالة على أن كورونا تهم النوعين باختلاف صفاتهم وأدوارهم. وهيمنت البشرة القمحية (ليس له دلالة طبقية فهو اللون المسيطر على بشرة أغلب الشعب المصري) مع ظهور أيضاً للبشرة السوداء والبيضاء، وفي ذلك دلالة أن السلوكيات عامة وتنطبق على الغالبية.

* دالتى العمر والملابس: ظهر الرجل فى مراحل عمرية مختلفة؛ هم بالترتيب: كبير متصابى، متوسط العمر، مقتبل العمر. وظهر يرتدى فى الغالب الكاجول ثم الملابس البسيطة ثم الجلبيية. وظهرت المرأة فى مرحلتين عمريتين؛ هما: فى الغالب كبيرة السن وترتدى العباءة، فى مقتبل العمر ترتدى كاجوال. ويدل ذلك على أن الطبقة البسيطة والمتوسطة وفوق المتوسطة من الرجال والنساء ينطبق عليها معانى الدوال الرئيسية.

ونجد أنه على الرغم من أن توافر هذه الدوال والتركيز على نمط محدد داخلها يعطى دلالات ذات معانى محددة فيما يخص الأدوار الاجتماعية وحالة الصحة والقوة والطبقة الاجتماعية والإقتصادية، إلا أن عدم التركيز أيضاً له دلالة أساسية؛ وهى أن: المعنى المفهوم من التيمة والمعنى المفهوم من الدوال الأساسية الأخرى ينطبق على مختلف فئات الشعب بتعدد وتنوع خصائصهم الديموغرافية.

وتمثلت تلك الدوال الرئيسية التى تم التركيز عليها بالصفحات الثلاث؛ فى:

* دالة ملامح الوجه: ظهر فى الغالب بملامح تدل على اللامبالاة، وأبرزها: الضحك الهستيرى، والبراءة المصطنعة، ونظرات الإندهاش.

* دالة الحجم: متوسط الحجم بلا عضلات؛ بمعنى ممتلئ وليس بدين. تدل على أنه قد يكون هناك تغذية ولكنها ليست سليمة ولا تصاحبها رياضة. بما يعطى إحياء وهى بالصحة رغم ضعف الجهاز المناعى.

* دالة حركة الجسم: لم يظهر المواطن فى صورة ساكنة إلا وهوائى، فجسده وأطرافه وتعبيرات وجهه دائماً فى حالة حركة مستمرة، سواء بالجرى أو بحركات اليدين أو بتبديل أوضاع الجسم أثناء الحديث. ويدل ذلك على أن المواطن لديه طاقة مفرطة ورغبة فى التمرد وكسر الإجراءات الاحترازية.

* دالة مدى الالتزام بالإجراءات الاحترازية: وتنقسم إلى التعقيم، وارتداء الكمامات، والتباعد. ولم تركز الميمز والكوميكس على الدوال البصرية الدالة على التعقيم مثل زجاجات الكحول. وإنما ركزت على الأتى:

- الكمامات: ظهر المواطن فى الغالب لا يرتدى الكمامة وإذا كان يرتديها فإنه يضعها على كل مناطق جسده إلا الأنف والفم. فهو يضعها على: اليد، الكوخ، العينين، الرأس، معلقة من الأذن، الجبهة، الرقبة، القفا، كعب الرجل. وهذا الأمر له دلالة على أن الشعب لا يرتدى الكمامة ولكنه يمتلكها خوفاً من العقاب أو منع دخوله لبعض الأماكن. وله دلالة على الإطمئنان الزائف وعدم الخوف من العدوى.

- التباعد: لا يظهر المواطن وحيداً منفرداً وإنما فى وسط جماعة سواء كانت شخص أو عدة أشخاص، وتمثلت أبرز التجمعات فى: تجمع الأصحاب، الاحتفالات، اللعب وخاصة الكرة والسباحة، لجان الإمتحانات، التجمعات العامة مثل الأسواق والمواصلات. وظهر أنه لا يلتزم فى هذه التجمعات بالتباعد بل أنه أحياناً تتقدم حتى المساحات الشخصية. وتستخدم هذه الدالة للتعبير عن معنيين الأول هو عدم الالتزام أثناء الحظر والثانى صعوبة الالتزام فى ظل قرارات التعايش.

ولم تتباين الصفحات فيما بينهم فى هذه الدوال، وكانت دوال الملامح والحركة ومدى الالتزام من العلامات البصرية الأكثر وضوحاً فى تمييز شخصية المواطن.

وتمثلت الدوال المعبرة عن شخصية المواطن الملتزم، وهى نادرة الظهور، فى أنه: رجل، يرتدى زى رسمى، مهندس، ساكن الحركة، رزين، على الأقل يرتدى الكمامة. أنظر الشكل رقم (13)



ب/2: رحلة تناص هذه الدوال:

بدأت رحلة هذه الدوال الرئيسية فى الأعمال الفنية والدرامية التى ركزت على الشخصيات الكوميديّة التى تقابل البؤس والشقاء بالضحك والفهلوة لقلّة الحيلة والعجز مقابل كثرة المشاكل والضغط. ودفعت هذه المعانى المميز والكوميكس للاعتماد عليها لتجسيد شخصية المواطن للاستفادة من دلالتها. وتمثلت أبرز الشخصيات التى تجسد فيها المواطن؛ فى:

* الشخصيات التى تفشل فيما تقوم به دائماً سواء من أفعال طبية أو شريرة فتواجه ذلك بكثرة الضحك والسخرية؛ مثل: شخصية توم أند جيرى الكارتونية. وشخصية سيد (تامر حسنى) الذى يعانى من مشكلات بالدراسة وبالعالم مع عمه فى سيد العاطفى. وشخصية مؤنس (حسام داغر) شاعر الإسكندرية ضعيف الشخصية فى أمير البحار. وشخصية المعلم هرم (نجاح الموجى) تاجر المخدرات الظالم الذى يحاول الاختباء فى حمام عشيقته ولكن يستطيع الشيخ حسنى (محمود عبد العزيز) الضرب ضبطه وفضح أمره بالشارع. وكذلك شخصية جمال أبو العزم (محمود عبد العزيز) المدمن الفاشل الذى يدمر حياة أخوه بفيلم الكيف. وشخصية شريف خيرى (عادل إمام) المستهتر متعدد العلاقات النسائية فى فيلم السفارة بالعمارة. وشخصية على (حسن الرداد) الشاب المستهتر متعدد العلاقات فى فيلم زنقة الستات.

* شخصية الأقرباء والأصدقاء الداعمون للذين يتحملون مشاكل لا ذنب لهم بها رغم قلّة حيلتهم؛ مثل: الشخصيات التى قام بها (طلعت زكريا) فى أفلام: أبو على، حاحا وتقاحة، وغبى منه فيه. وشخصية الزوج حب (فتحي عبد الوهاب) الذى يتحمل مشاكل أسرته وأسرته زوجته فى مسلسل عائلة مجنونة جداً. وشخصية عاطف و سلطان (يونس شلبي وسعيد صالح) فى مسرحية العيال كبرت. وشخصية على (أحمد السقا) الصديق المستهتر الجريء فى فيلم صعيدي فى الجامعة الأمريكية. وشخصية كالوشة (سامح حسين) البلطجي الفاشل الذى يحاول مساعدة صديقه فى فيلم أتش دبور. وشخصية نعمة (فاتن حمامة) الأخت التى تتحمل أعباء شقيقتها وأولادها فى فيلم أفواه وأرانب. وشخصية فاطمة كشرى

(عيلة كامل) الأم والزوجة التي تتحمل الصعاب فى مسلسل لن أعيش بجلباب أبى. وشخصية أم طه (لبلة) التي تتحمل فشل أبنها وتسانده فى فيلم وش إجرام.

* الشخصيات التي لا تكثر بما يدور حولها؛ مثل: شخصيات فيلم التجربة الدنماركية سواء أعضاء مركز الشباب أو شخصية أنيتا جوتنبرج (نيكول سابا) الضيفة التي تفعل ما تريد بدون تقدير للعواقب، وأبناء قدرى الذين يتسببون دائماً بالمشاكل. وشخصية عيسوى (أحمد راتب) الفنان الفاشل فى فيلم يارب ولد. وكذلك شخصية بسيونى (محمد شرف) بائع الحشيش رئيس جمهورية نفسه بفيلم ظرف طارئ.

* الشخصيات التي تواجه الكثير من الصعوبات لتحقيق أهدافها بالنهاية وتتغلب على تلك المصاعب بالسخرية؛ مثل: شخصية (أحمد حلمي) المسعف الذي يحاول أنقاذ الوزير فى فيلم 55 أسعاف. وشخصية (محمد هنيدي) الأسطى الذي يحاول مساعدة الآخرين فى بلية ودماخة العالي، والأخ المطرب الفاشل الذي يحاول إنقاذ أخوة فى عندليب الدقى. وشخصية (محمد سعد) بأفلام: اللبى، اللي بالى بالك، بوحه، بوشكاش. وشخصية (محمود عبد العزيز) المصرى الذي يتجسس لصالح دولته فى مسلسل رأفت الهجان وفيلم إعدام ميت. وشخصية (عادل إمام) الأب الذي يحاول النجاة بأسرته فى حسن ومرقص.

كما توجد دوال عديدة مستمدة من صور وليس أعمال درامية وتركزت هذه الصور فى الغالب حول: صور مواطنين متكدسين بالأسواق والمواصلات والجهات الحكومية وبالمناسبات. وكانت الدوال الخاصة بالمواطن الملتزم أيضاً صور لمواطنين يرتدون الكمادات.

ب/3: اختبار التباديل والتوافيق:

تم إجراء اختبار التباديل والتوافيق للدوال الرئيسية المعبرة عن المواطن للكشف عن المعنى الغائب والحاضر فى العلامة، وتأثيره على التمثيل، أو النمط الصانع لتوقعات الجمهور؛ وذلك كالتالى:

* دلالة الحجم: متوسط الحجم رياضى، أوبدين: تدل على الصحة والرخاء والغنى.
* دلالة ملامح الوجه: جادة ومهمته: تقدر خطورة المرض وتقدر الحفاظ على صحتها وصحة الآخرين.

* دالة حركة الجسم: هادئة ومتزنة: تدل على الثبات الانفعالى والالتزام.

* دالة مدى الالتزام بالإجراءات الاحترازية: ارتداء الكمادات والحفاظ على التباعد الاجتماعى: تدل على الخوف من العدوى، والقلق والاهتمام بالصحة، والحفاظ على صحة الآخرين.

ويوضح اختبار التباديل والتوافيق للدوال الأقل حضوراً المعبرة عن شخصية المواطن الملتزم؛ أنه: أنثى، يرتدى الملابس البسيطة والكاجول، مفرط الحركة.

يتبين من التلاعب بالدوال السابق كيف تم توظيف الدوال الرئيسية لخلق معانى محددة عن شخصية المواطن وسلوكه مع أزمة كورونا؛ لأن فى الواقع يمكن للشخص المستهتر بكورونا أن يكون رياضى الجسم جاد الملامح هادئ ومتزن، ويمكن للشخص الملتزم أن يكون شخصية بسيطة مرحة كثيرة الحركة ضاحكة. ولكن كل هذه الدوال لا تصنع النمط أو الأيقونة المراد طبعها فى ذهن الجمهور عن المواطن لتكوين صورة نمطية عنه.

3. شخصية المسئول:

ظهرت فى صفحة اساحبى بنسبة 18.8%، و صفحة كورونا ساركازم بنسبة 36.2%، و صفحة فيروس كورونا بنسبة 42.6%. وظهر المسئول كشخصية مركزية فى الغالب أما منفرداً أو مصاحباً لشخصية

كوفيد في الصفحات الثلاث تلاها مصاحب لشخصية المواطن. وتبين أن معظم الموضوعات التي ظهر بها المسئول هي تلك المتعلقة بأعداد المصابين والقرارات والإجراءات الاحترازية.

جدول (30) التوزيع التكرارى والنسبى لمعدل حضور وطبيعة فئة المسئول داخل المميز والكوميكس خلال الأزمة

شخصية المسئول	اسم الصفحة							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
يوجد	32	18.8%	104	36.2%	186	42.6%	322	36.0%
لا يوجد	138	81.2%	183	63.8%	251	57.4%	572	64.0%
الإجمالى	170	100.0%	287	100.0%	437	100.0%	894	100.0%
فئة المسئول	اسم الصفحة							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الحكومة	4	12.5%	19	18.3%	85	45.7%	108	33.5%
وزارة الصحة	1	3.1%	6	5.8%	6	3.2%	13	4.0%
رئيس الوزراء	0	0.0%	24	23.1%	3	1.6%	27	8.4%
وزير التربية والتعليم	3	9.4%	1	1.0%	5	2.7%	9	2.8%
مصر / ايجيبت	13	40.6%	10	9.6%	0	0.0%	23	7.1%
رئيس البرلمان	0	0.0%	0	0.0%	1	0.5%	1	0.3%
وزارة الصحة	8	25.0%	39	37.5%	65	34.9%	112	34.8%
الرئيس	0	0.0%	0	0.0%	1	0.5%	1	0.3%
الشهر العفارى	0	0.0%	0	0.0%	1	0.5%	1	0.3%
وزير التعليم العالى	3	9.4%	1	1.0%	6	3.2%	10	3.1%
الأجهزة الأمنية	0	0.0%	1	1.0%	3	1.6%	4	1.2%
هيئات وشركات النقل	0	0.0%	0	0.0%	5	2.7%	5	1.6%
التموين	0	0.0%	1	1.0%	1	0.5%	2	0.6%
هيئة الأرصاد	0	0.0%	2	1.9%	4	2.2%	6	1.9%
الإجمالى	32	100.0%	104	100.0%	186	100.0%	322	100.0%

وتمثلت أبرز فئات المسئول التي تم تمثيلها داخل المميز والكوميكس خلال الأزمة وفقاً للإجمالى العام؛ فى: وزارة الصحة 34.8%، الحكومة 33.5%، رئيس الوزراء 8.4%، مصر 7.1%، وزارة الصحة 4.0%، وزير التعليم العالى 3.1%، وزير التربية والتعليم 2.8%، هيئة الأرصاد 1.9%، هيئات وشركات النقل 1.6%، الأجهزة الأمنية 1.2%، التموين 0.6%، ثم: رئيس البرلمان والرئيس والشهر العفارى بنسبة 0.3% لكل منهم.

جدول (31) التوزيع التكرارى والنسبى لفئات المسئول التي يتابعها المبحوثين بالمميز والكوميكس -ن=586

فئات المسئول	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%		
الحكومة	42	37.5%	120	25.3%	162	27.6%	3	5
وزارة الصحة	76	67.9%	280	59.1%	356	60.8%	1	1
وزارة الصحة	46	41.1%	180	38.0%	226	38.6%	2	3
رئيس الوزراء	28	25.0%	60	12.7%	88	15.0%	7	7
وزير التربية والتعليم	36	32.1%	266	56.1%	302	51.5%	4	2
وزير التعليم العالى	34	30.4%	154	32.5%	188	32.1%	5	4
الأجهزة الأمنية	6	5.4%	16	3.4%	22	3.8%	8	8
الدولة	32	28.6%	108	22.8%	140	23.9%	6	6

كا²=25.604 د.ح (درجة الحرية) = 7 الدلالة الإحصائية = 0.001

ويتبين أن هناك اختلاف بين ما تركز عليه الصفحات وبين ما يفضله المبحوثون. فتركز الصفحات بالمراتب الأولى على وزارة الصحة ثم الحكومة ثم رئيس الوزراء، بينما يفضل المبحوثون الميمز والكوميكس التي تركز على وزيرة الصحة 60.8% ثم وزير التربية والتعليم 51.5% ثم وزارة الصحة 38.6%. ويوضح ذلك أن الميمز والكوميكس تركز في الأساس على المؤسسات بينما يركز المبحوثون على الأفراد. واختلف أيضاً الذكور والإناث فيما بينهما في الشخصيات المسؤولة التي يفضلون متابعتها بالميمز والكوميكس.

ويتبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وفئات المسئول المفضلة لدى المبحوثين حيث كانت قيمة $\chi^2 = 25.604$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. فيفضل الذكور بالمراتب الثلاث الأولى الميمز والكوميكس المنشورة عن وزيرة الصحة 67.9%، وزارة الصحة 41.1%، الحكومة 37.5. بينما تفضل الإناث بالمراتب الثلاث الأولى الميمز والكوميكس المقدمة عن: وزيرة الصحة 59.1%، وزير التربية والتعليم 56.1%، وزارة الصحة 38.0%. ويتبين أن الذكور يتركز اهتمامهم على منظومة الصحة سواء كوزارة أو وزيرة وعلى القرارات الصادرة عن الحكومة، بينما ينصب تركيز الإناث على قرارات الوزراء مما جعلهن يهتمون بوزيرة الصحة ووزير التربية والتعليم، بينما تراجعت الحكومة كمؤسسة إلى الترتيب الخامس لديهن.

أ. تحليل النصوص:

1/ حضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن الشخصية (التيمة):

سيطرت فكرتان رئيسيتان على حضور المسئول كشخصية رئيسية بأزمة كورونا داخل ميمز وكوميكس الصفحات الثلاث؛ ألا وهما: الفهلوة وغياب الإستراتيجية بنسبة 81.3% في صفحة اساحبي، و 58.7% في صفحة كورونا ساركازم، و 39.8% في صفحة فيروس كورونا. وعدم الكشف عن الأعداد الحقيقية بنسبة 15.6% في صفحة اساحبي، و 35.6% في صفحة كورونا ساركازم، و 49.5% في صفحة فيروس كورونا. بينما تباينت الصفحات في التيمات الأخرى المقدمة عن المسئول.

جدول (32) التوزيع التكراري والنسبي لحضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن شخصية المسئول (التيمة)

اسم الصفحة							
تيمة المسئول				اسم الصفحة			
ك		%		ك		%	
اساحبي		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالي	
ك		%		ك		%	
26	81.3%	61	58.7%	74	39.8%	161	50.0%
5	15.6%	37	35.6%	92	49.5%	134	41.6%
0	0.0%	1	1.0%	3	1.6%	4	1.2%
1	3.1%	2	1.9%	6	3.2%	9	2.8%
0	0.0%	3	2.9%	11	5.9%	14	4.3%
32	100.0%	104	100.0%	186	100.0%	322	100.0%
اسم الصفحة							
حضور تيمة المسئول				اسم الصفحة			
ك		%		ك		%	
اساحبي		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالي	
ك		%		ك		%	

ضمنى	18	56.3%	79	76.0%	115	61.8%	212	65.8%
صريح	14	43.8%	25	24.0%	71	38.2%	110	34.2%
الإجمالى	32	100.0%	104	100.0%	186	100.0%	322	100.0%

ويلاحظ أن التيمة ظهرت بشكل ضمنى بالنص فى ميمز وكوميكس الصفحات الثلاث بنسبة 65.8%.

أ/2. تفاصيل حضور التيمة وفقاً للفئة الأبرز حضوراً:

اتخذت التيمة الأكثر حضوراً؛ وهى الفهولة وغياب الإستراتيجية، اتجاه سلبي من الشق النصي. وركزت على فئات؛ بالترتيب: الحكومة، رئيس الوزراء، مصر، وزارة الصحة، وزير التربية والتعليم، وزير التعليم العالى، وزيرة الصحة، هيئات وشركات النقل، الأجهزة الأمنية، التموين، رئيس البرلمان.

وتشكلت نتيجة التركيز على معنى محدد؛ هو: عدم وجود إستراتيجية واضحة وراعدة لمواجهة كورونا، مما أدى لنقد للقرارات والتصريحات. وأظهر ذلك الحكومة ووزارتها بمظهر العاجز إما لقلة الحيلة أو غياب المعرفة. وتتمثل أبرز القرارات والتصريحات التى تم نقدها؛ فى:

- الاعتماد على وعى الشعب لتخطى الأزمة. حيث تم اعتباره قرار خاطئ يترك المواطن وحيداً أمام الفيروس ويحمله مسئولية انتشاره. "الحكومة: مازلنا نراهن على وعى الشعب المصرى للخروج من الأزمة، المواطن: الوعى هيموتناى"¹ - والقرارات المتعلقة بحظر التجوال؛ سواء: تحديد مواعيده، الحزم فى تنفيذه، قرار رفع الحظر. "كورونا: إلغى الـ 4 ساعات حظر ياباشا إحنا مابنشحتش"²، "إلى كل رجال الشرطة والجيش شوفوا شغلكم كويس الحظر شغال إزاي حماتى جت عندى"³، "الدول رفعت الحظر ليه؟ - مصر: أهوكيفى كدة"⁴.

- قرارات التعايش وفتح المقاهى بنسبة 25%. ففما يخص قرارات التعايش تم إعطائها معنى دال على أن مع انتشار الفيروس وقلة الحيلة رفع المسئولون يدهم واعتبروا كورونا غير موجودة. "الحكومة تقرر فتح صالات الأفراح بدءاً من غد بشرط تشغيل أغنية بينى وبينك خطوة ونص"⁵، "قفل الأماكن المفتوحة وفتح الأماكن المغلقة- خطة أزنى الفيروس وحلق عليه"⁶. أما قرار فتح المقاهى فتم نقد فكرة

¹ فيروس كورونا،

5مايو 2020. -<https://www.facebook.com/photo/?fbid=124671902532279&set=pb.100050658901805>.- 2207520000.

² كورونا ساركازم، 25 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=899201360598950&set=g.256035802211504>

³ فيروس كورونا،

25مايو 2020:

-<https://www.facebook.com/photo/?fbid=132076518458484&set=pb.100050658901805>.- 2207520000.

⁴ كورونا ساركازم،

27 يونيو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=2686753791591335&set=g.256035802211504>

⁵ كورونا ساركازم،

30 يونيو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=2732441663746829&set=g.256035802211504>

⁶ كورونا ساركازم،

24 يونيو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=174951087394503&set=g.256035802211504>

الاعتماد على وعى القهوجى وكفاءة القهوة ذاتها. "أنت بقى عايز القهوة تجيب كاشف حرارة! دول مش حاطين ستارة على المبولة!!"¹.

وظهر أيضاً نقد للتصرفات الدالة على غياب المسؤولية؛ مثل: السماح بالتجمعات "تجمعات المصريين للاحتفال بنصر أكتوبر- مفيش كورونا بتيجى لمؤيد معروفة"². والتصريحات عن موعد إنتهاء كورونا "نائب مدير حميات إمبابية انتهاء كورونا فى مصر بداية الشهر المقبل- كورونا: حضرتك واخد منى وعد بالكلام ده؟"³. والتصريحات المتعلقة بالتعليم "الأعداد بتزيد- وبتعملوا امتحانات وبتفتحوا الدنيا أنتوا بتحبونى صح؟"⁴.

وظهر نتيجة لذلك ميمز وكوميكس تؤكد أن مصر لم تكن مستعدة للتعامل مع الفيروس وفكرة الحجر الصحى بل أنها سبب انتشاره بالعالم. حيث التركيز على معانى مثل: الفهلوة "وأنتوا فى بلادكم بتواجهوا أزمة كورونا أزاى- بالبلالام"⁵. والعجز والاستهتار: "الوعى-الحكومة فقشت قهوة فاتحة وفيها 30 واحد راحوا شاحنهم كلهم فى بوكس واحد"⁶.

وتبين اتفاق الاتجاه السلبي لتيمة الفهلوة وغياب الإستراتيجية مع تصورات المبحوثين؛ حيث وافق 46.8% على أن: القرارات الاحترازية المتخذة تعكس غياب الإستراتيجية الواضحة فى التعامل مع كورونا. ووافق 49.8% على عبارة: تحديد مواعيد الحظر لا تستند على أى أساس علمى ولم تكن ذات فائدة. وأكد 47.1% أن: الأجهزة الأمنية لم تطبق الإجراءات الاحترازية بشكل رادع خصوصاً الحظر، وأكد 47.8% على أن: مؤسسات الدولة لم تلتزم بالإجراءات الاحترازية خصوصاً تقليل التجمعات. ونجد فيما يتعلق بالقرارات؛ وافق 49.1% على عبارة: قرار فتح المقاهى بنسب محددة كان قرار خاطئ، والمستفيدون الوحيدون منه هم أصحاب المقاهى. ووافق 59.7% على عبارة: القرارات المتخذة بشأن التعليم فى ظل كورونا أدت لتدهور مستوى الطلاب والعملية التعليمية. واتفقت العينة أيضاً مع الميمز والكوميكس فى أن مصر لم تكن مستعدة حيث وافق 55.3% على عبارة: مصر لم تكن مستعدة للتعامل مع فيروس كورونا.

ويلاحظ أن نسب الأغلبية سواء حول هذه التيمة أو التيمات الأخرى للمسئول لا تتعدى الخمسينات، لأن العبارات المقدمة للمبحوثين عن المسئول أزداد فيها اختيار فئة لا أعلم عن العبارات المقدمة عن كوفيد

¹ كورونا ساركازم،

28 يونيو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=3220043198047558&set=g.256035802211504>

² كورونا ساركازم،

14 أكتوبر 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=10158057663117585&set=g.256035802211504>

³ فيروس كورونا،

10 يونيو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=137518644580938&set=pb.100050658901805>

2207520000..

⁴ فيروس كورونا،

13 يونيو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=138686167797519&set=pb.100050658901805>

2207520000..

⁵ كورونا ساركازم،

25 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=10157847272154877&set=g.256035802211504>

⁶ فيروس كورونا،

1 يونيو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=134089861590483&set=pb.100050658901805>

2207520000..

والمواطن والشخصيات الأجنبية (صحيح أنها ليست النسبة الغالبة بالعباراة ولكنها مرتفعه بالمقارنة بالشخصيات الأخرى حيث كانت دائماً أقل من 40% وأعلى من 28%، بينما الشخصيات الأخرى كانت عبارات لا أعلم لا تتعدى الـ 24%) وهوما يوضح أن غالبية العينة تتحفظ حول إبداء الرأي فيما يتعلق بالمسؤولين.

وظهر بالترتيب الثانى من حيث الإجمالى تيمة عدم الكشف عن الأعداد الحقيقية. واتخذت من الشق النصى اتجاه سلبي، وركزت على فئات؛ بالترتيب: وزارة الصحة، الحكومة، وزير التعليم العالى، وزيرة الصحة، مصر.

واتضح أنها فى الغالب تيمة مفهومه ضمناً؛ خاصة من تعليقات كوفيد الذى يستنكر دائماً قلة أعداده رغم السلوكيات الخطأ للمواطن والقرارات غير المدروسة للمسئول. وتمثلت فى تعليق مصاحب للإنفورجراف الخاص بأعداد المصابين الصادر عن وزارة الصحة يومياً. "الحمد لله الأعداد بتقل، أعداد أيه اللي بتقل يا ابني؟! أعداد الشعب"¹، "هسجل إصابات أكثر لما يموت بتاع الفوتشوب"². واتفق الاتجاه السلبي للتيمة مع تصورات المبحوثين؛ فوافق 58.0% على أن: الحكومة ووزارة الصحة لا يكشفون عن الأعداد الحقيقية لمصابى كورونا.

وظهر بالصفحات الثلاث باتجاه سلبي أيضاً؛ تيمة: عدم الإلتزام بالإجراءات الاحترازية. وركزت على فئات؛ بالترتيب: وزيرة الصحة، وزارة الصحة، وزير التربية والتعليم، الشهر العقارى.

وتشكلت نتيجة التركيز على عرض سلوكيات لمسؤولين ومؤسسات توضح عدم الإلتزامهم بالإجراءات الاحترازية، وخاصة التجمعات "الشهر العقارى فتح وفتحت معاه أبواب الجنة أن شاء الله"³. ويتبين أن غالبية المبحوثين 38.2% فضلوا الإجابة بلا أعلم على عبارات: المسؤولون لا يلتزمون بالإجراءات الاحترازية. بما يؤكد مرة أخرى على أن المبحوثين يتجنبوا اتخاذ اتجاه نحو عبارات المسؤولين. تلاها موافق بنسبة 32.1%.

وظهر فى صفحتى كورونا ساركازم وفيرس كورونا باتجاه إيجابى؛ تيمات: الإلتزام بالإجراءات الاحترازية، التوعية بمخاطر كورونا. وركزت على فئات؛ بالترتيب: وزارة الصحة، هيئة الأرصاد، وزيرة الصحة، الأجهزة الأمنية، الحكومة. فتشكلت تيمة الإلتزام بالإجراءات الاحترازية نتيجة التركيز على عرض بعض السلوكيات؛ مثل: تطبيق الشرطة للقرارات كالحظر "لما تنزل الشارع من غير كامامة، على فين ياهدهد الجنانين"⁴.

وتشكلت تيمة التوعية بمخاطر كورونا نتيجة التركيز على دور هيئة الأرصاد فى التحذير من حالة الجو "الأرصاد تحذر من الرياح والأمطار- راجعين نعشق وندوب ونعيش مع بعض حياتنا"⁵، وتحذير

¹ اساحبى، 18مايو2020: <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3214172475344500>

² فيروس كورونا،

16ديسمبر2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=200870274912441&set=pb.100050658901805..2207520000>

³ فيروس كورونا،

9مايو2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=126114879054648&set=pb.100050658901805..2207520000>

⁴ كورونا ساركازم،

2 أغسطس2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=325097262193111&set=g.256035802211504>

⁵ كورونا ساركازم،

22سبتمبر2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=3570901189626731&set=g.256035802211504>

وزارة الصحة من الإطمئنان الزائف لدى المواطنين "الصحة تحذر من زيادة إصابات كورونا مجدداً"¹. ونجد أن الاتجاه الإيجابي للثيمة يتفق مع تصورات المبحوثين؛ حيث وافق 73.4% على عبارة: تحرص الحكومة والأجهزة المختصة على تحذير المواطنين من كورونا وتوعيتهم. فيتنين أن فمن وجهة نظر المبحوثين أجهزة الدولة والوزارات تؤدي دور إيجابي في التوعية والتعريف بكورونا وتبعياته، ولكن مع ذلك فهي عاجزة عن التعامل مع الفيروس ذاته واتخاذ إجراءات احترازية فعالة في مواجهته، حيث وافق 44.4% من المبحوثين على عبارة: الحكومة والوزارات عاجزون عن التعامل مع كورونا لقلة المعلومات المتوفرة عنه.

ب. التحليل النماذجي:

ب/1: الدوال السيمولوجية لشخصية المسئول:

كانت الثيمة الرئيسية المتواترة عن المسئول في الغالب مفهومة من الدوال النصية وليس البصرية، وأيضاً كانت في الغالب مفهومه ضمناً من النص. ويرجع ذلك إلى أن ظهور المسئول أرتبط بكونه القوى الفاعلة الصانعة للحدث حتى وإن لم يتم تجسيدها؛ مثال: يستخدم إنفوجراف لعدد الإصابات وتوضع دوال بصرية تجسد شخصية كورونا ولكن الدالة النصية تقول على لسان كورونا: أرقام مين دي يا حكومة!!، أو: أقسم بالله ما أرقامى.. الخ. أنظر الشكل رقم (14).



شكل رقم 14 (كورونا سار كازم، 20 يوليو 2020)

وظهرت أحياناً ميمز وكوميكس بها دوال بصرية عن المسئول. وانقسمت لصور فوتوغرافية وقوالب جاهزة (تمب). وظهرت كل الدوال بالتمب، بينما بالصور كان من الصعب الاعتماد على بعض الدوال؛ مثل: النوع والعمر والحجم كدوال رئيسية كاشفة.

وأنت الدوال السيمولوجية معبرة عن عجز وقلة حيلة شخصية المسئول بما يتفق مع الثيمة الرئيسية المتواترة عنه بالنص. حيث يتضح أن الصفحات الثلاث ركزت على مجموعة دوال أساسية لتصنع نمطاً محدداً لشخصية المسئول، تتمثل في أنه: رجل، متوسط العمر، متوسط الحجم به بعض البدانة، يرتدى زي رسمي غالباً وأحياناً ملابس بسيطة بالية، حركة جسمه هادئة، لا يرتدى الكمامة، محاط بتجمعات، ويتميز بلامح وجه تتراوح بين مهمومة بائسة وتائهة مغيبة. تصنع هذه الدوال مجتمعه مع

¹ فيروس كورونا،

9 أغسطس 2020. -> <https://www.facebook.com/photo/?fbid=156427146023421&set=pb.100050658901805..2207520000>

التركيز عليها وتكرارها أيقونة للمسئول بأزمة كورونا يدركها الجمهور بسهولة. وهى أنه: رغم قوته وامتلاكه السلطة والنفوذ غير قادر على مواجهه الفيروس. أنظر الشكل رقم (15).



وإذا كانت الدراسة تتفق مع الدراسات السابقة بالسماط السلبية المنسوبة للمسئول عبر الدوال الرئيسية. إلا أنها تختلف فى المعنى المفهوم من هذه الدوال؛ كالتالى: تركز الدراسات السابقة على أن المسئول يعيش فى ترف ولا يعرف المعاناة (وليد محمد-2017)، جشع يتجاهل تطلعات الشعوب (Jos Gabriëls- 2017) يتسم بالفساد (Yingchi Chu- 2021) والكذب (Lisa Ellen-2018). بينما سلبية المعنى المفهوم من دوال الدراسة الحالية مستمدة من الضعف وقلة الحيلة ونظرات اليأس رغم النفوذ والسلطة.

وتختلف النتائج أيضاً مع دراسة (Lisa Ellen-2018) فى أن المميز تؤدي لتشوية سمعة المسئول. وإن كانت تتفق معها فى أن المميز تعمل كآليات لتشكيل الذاكرة المجتمعية حول الشخصيات والأحداث.

ونجد أن بعض الدوال تعكس معانى تدل على القوة والسلطة، والبعض الآخر يدل على اليأس والعجز. ولم تتباين صفحات الدراسة الثلاث فى توظيف هذه الدوال. وتتمثل المعانى التى تمثلها هذه الدوال الرئيسية؛ فى:

- * دالة النوع: رجل: حيث يفترض فيه القوة والعنف والفضول والتحكم والثقة بالنفس.
- * دالة العمر: متوسط العمر (من 35 إلى 60) وهى فترة وإن كانت مرتبطة بأزمة منتصف العمر إلا أنها تدل على اكتمال نضوج الفرد وزيادة خبرته فى الحياة وإدراكه لها.
- * دالة الملابس: يرتدى زى رسمى أنيق وفى أحياناً نادرة بسيط مهلهل. والاعتماد على الزى الرسمى الأنيق تعكس تمتعه بالثراء والسلطة والمكانة الاجتماعية والاقتصادية، وبالتالي هويته أعلى من المواطن. أما ظهوره فى زى بسيط ومهلهل فللدلالة على العجز التام وقلة الحيلة والفقر ليس المادى وإنما المعلوماتى المرتبط بالأزمة.
- * دالة الحجم: متوسط الحجم مائل للبدانة: تدل على الثراء والطرف وعدم المعاناة. وأحياناً أيضاً يظهر نحيف ضئيل للدلالة على العجز كما هو الحال فى دالة الملابس.

* دلالة ملامح الوجه: كانت العلامة البصرية الأكثر وضوحاً في تمييز شخصية المسئول. وظهر في الغالب بملامح جادة مهمومه تعكس تورطه في الأزمة وأنه مجبر على التعامل معها رغم نقص المعلومات وعدم امتلاك أدوات فعالة للمواجهة، وأبرزها: نظرات اليأس والسرхан، وكذلك تعبيرات تدل على التشوش والتغيب.

* حركات الجسم: هادئة وفي الغالب بوضع السكون. بما يدل على الرصانة والإتزان.

* مدى الإلتزام بالإجراءات الاحترازية: ظهر في الغالب بدون كمادة وبوسط تجمعات: تدل على عدم الإلتزام بالإجراءات الاحترازية مما يزيد من السخرية عند مطالبة الجمهور بالإلتزام بالإجراءات الاحترازية. وهي دالة على أن المسئول لا يشعر بالضرورة أن القرارات الواجب تنفيذها على المواطن تنطبق عليه.

ب/2: رحلة تناص هذه الدوال:

بدأت رحلة هذه الدوال الرئيسية في الأعمال الفنية والدرامية التي ركزت على الشخصيات البائسة والعاجزة التي تكافح من أجل إثبات ذاتها رغم ما تتمتع به من قدرات، وهي تلك الشخصية التي يستهين بها المجتمع المحيط بها. ودفعت هذه المعاني الميمز والكوميكس للاعتماد عليها لتجسيد شخصية المسئول للاستفادة من دلالتها. وتمثلت أبرز الشخصيات التي تجسد فيها المسئول؛ في:

* الشخصيات التي تعتمد على النفوذ والسلطة والقوة في اتخاذ القرارات، وليس التفكير المنطقي السليم؛ مثل: شخصية جاك سبارو (جونى ديب) القرصان المخادع الذكي الذي يحاول الفرار دائماً من المواقف الخطرة في قراصنة الكاريبي. وشخصية سوكة العبيطة (سارة عبد القادر) التي تضرب الآخرين بمزاجها في فيلم أبو علي. وشخصية مرجان (عادل إمام) الثرى الذى يغش لينجح بدلاً من المذاكرة في فيلم مرجان أحمد مرجان.

* الشخصيات التي تتعامل بلامبالاة أو استهتار رغم مشاكلها ومع ذلك تنجح في الغالب في تحقيق أهدافها بسبب استغلالها للمواقف؛ مثل: شخصيتى محروس وسيد (عادل إمام) في فيلم الواد محروس بتاع الوزير ومسرحية الواد سيد الشغال. وشخصية عاشور (علاء ولي الدين) في فيلم الناظر. وشخصية عصفور (عبد المنعم إبراهيم) في فيلم طاقية الإخفاء. وشخصية كويس (محمد هنيدي) في مسرحية ألاباندا. وشخصية صديق عمر (مصطفى هريدي) في فيلم عمر وسلمى. وشخصية عم أيوب (محمد صبحي) في مسرحية الجوكر.

* الشخصيات التي تظهر عكس ما تخفى؛ مثل: شخصية سليم البهظ (جميل راتب) تاجر المخدرات الذي استغل وصفه صلاح أبو العزم في فيلم الكيف. وشخصية ضابط الشرطة الفاسد (أحمد راتب) في فيلم نمس بوند. وشخصية عمر (أسر ياسين) اللص الذى من المفترض أنه أبن أصول في مسلسل 100 وش. وشخصية حسن كولونيا (صلاح عبد الله) مدرس التاريخ الذى يعمل مغنياً خلف عشيقته في فيلم عسكر في المعسكر.

* الشخصيات التي تمتلك السلطة والتحكم ولكنها عاجزة سواء لضعف الشخصية أو الفشل أو قلة الحيلة؛ مثل: شخصية الدكتور ربيع (بيومى فؤاد) الفاشل في مسلسل الكبير. وشخصية فادى (خالد الصاوى) الثرى الذى لا يستطيع الوصول لحبيبته في فيلم ظرف طارئ. وشخصية شريف النمى (هانى رمزى) ضابط الشرطة قليل الذكاء في فيلم نمس بوند.

ب/3: اختبار التباديل والتوافيق:

يوضح المعنى الغائب والحاضر في العلامة وتأثيره، ويكشف النمط الصانع لتوقعات الجمهور. وفيما يلي اختبار التباديل والتوافيق للدوال الرئيسية المعبرة عن المسئول:

- * دالة النوع: أنثى: تدل على الغموض والضعف والخضوع وعدم الثقة.
- * دلالة العمر: مقتبل العمر: تدل على الشباب والطموح.
- * دلالة الملابس: ملابس بسيطة أو كاجول: تدل على قرب طبقته الاجتماعية من طبقة المواطن، وبالتالي الإحساس بمشكلاته وتفهمها.
- * دلالة ملامح الوجه: جادة متفائلة مبتهجة: تدل على الثقة بالنفس والقدرة على مواجهة الأزمة.
- * حركة الجسم: توظيف فعال للغة الجسد يوحى بالحيوية والانفتاح بدلاً من السكون والجمود.

* مدى الالتزام بالإجراءات الاحترازية: يرتدى الكمامة ويلتزم بالتباعد: تدل على أن هذه الإجراءات يجب أن تطبق على الجميع لخطورة الوضع.

يوضح التلاعب بالدوال السابق كيف تم توظيف الدوال الرئيسية لصنع معنى محدد (أيقونة) عن المسئول على الرغم من أن المسئول في الواقع: يمكن أن يكون امرأة، يرتدى ملابس بسيطة مهندمة، ذوملامح وجه متفائلة رغم الصعوبات، يتسم بالحيوية والنشاط، ويلتزم بالإجراءات الاحترازية كأفراد الشعب. ولكن لعدم توافق هذه الدوال مع المعنى الساخر المراد التأكيد عليه تم تحييدها في مقابل التركيز على الدوال الرئيسية وتكرارها لصنع الأيقونة، التي توصل للجمهور معنى بأن المسئول رغم سلطته ونفوذه فهو عاجز وبائس أمام الوباء ومع ذلك فهو منفصل إلى حد ما عن معاناة المواطن.

4. الشخصية الأجنبية:

ظهرت في صفحة اساحبي بنسبة 15.3%، و صفحة كورونا ساركازم بنسبة 13.6%، و صفحة فيروس كورونا بنسبة 7.3%. ونادراً ما ظهرت الشخصية الأجنبية كشخصية مركزية مصاحبه لشخصيات أخرى في الصفحات الثلاث وإنما ظهرت منفردة بموضوعات متعلقة بانتقاد النظام الغذائي لدولة الصين.

جدول (33) التوزيع التكراري والنسبي لمعدل حضور وطبيعة تسمية الشخصية الأجنبية داخل الميمز والكوميكس خلال الأزمة

الشخصية الأجنبية	اسم الصفحة							
	اساحبي		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
يوجد	26	15.3%	39	13.6%	32	7.3%	97	10.9%
لا يوجد	144	84.7%	248	86.4%	405	92.7%	797	89.1%
الإجمالي	170	100.0%	287	100.0%	437	100.0%	894	100.0%
فئة الشخصية الأجنبية	اسم الصفحة							
	اساحبي		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الصين	18	69.2%	28	71.8%	7	21.9%	53	54.6%
منظمة الصحة العالمية	1	3.8%	1	2.6%	6	18.8%	8	8.2%
السودان	0	0.0%	0	0.0%	1	3.1%	1	1.0%

أمريكا	1	3.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.0%
إسرائيل	0	0.0%	1	2.6%	4	12.5%	5	5.2%
العلماء والعالم	4	15.4%	3	7.7%	10	31.3%	17	17.5%
فرنسا	0	0.0%	1	2.6%	2	6.3%	3	3.1%
تونس	0	0.0%	0	0.0%	1	3.1%	1	1.0%
بريطانيا	0	0.0%	1	2.6%	1	3.1%	2	2.1%
الهند	0	0.0%	4	10.3%	0	0.0%	4	4.1%
السعودية	2	7.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	2.1%
الإجمالي	26	100.0%	39	100.0%	32	100.0%	97	100.0%

وتمثلت أبرز الشخصيات الأجنبية التي تم تمثيلها داخل المييز والكوميكس خلال الأزمة في؛ وفقاً للإجمالي العام: الصين 54.6%، علماء 17.5%، منظمة الصحة العالمية 8.2%، إسرائيل 5.2%، الهند 4.1%، فرنسا 3.1%، ثم: بريطانيا والسعودية بنسبة 2.1% لكل منهما، ثم السودان وأمريكا وتونس بنسبة 1.0% لكل منهم.

جدول (34) التوزيع التكراري والنسبي لفئات الشخصية الأجنبية التي يتابعها المبحوثون بالمييز والكوميكس -ن=586

فئات الشخصية الأجنبية	ذكر		أنثى		الإجمالي		ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%		
الصين	76	67.9%	366	77.2%	442	75.4%	1	1
منظمة الصحة العالمية	36	32.1%	158	33.3%	194	33.1%	3	3
إسرائيل	4	3.6%	40	8.4%	44	7.5%	5	*7
أمريكا	14	12.5%	58	12.2%	72	12.3%	4	4
فرنسا	4	3.6%	8	1.7%	12	2.0%	8	*7
بريطانيا	8	7.1%	14	3.0%	22	3.8%	7	6
الهند	12	10.7%	20	4.2%	32	5.5%	6	5
العالم بشكل اجمع	58	51.8%	182	38.4%	240	41.0%	2	2

كا=19.429 د.ح (درجة الحرية) = 7 الدلالة الإحصائية = 0.007

ويتبين أن هناك اتفاق بين فئات الشخصية الأجنبية التي يفضلها المبحوثون وبين الفئات التي ركزت عليها صفحات الدراسة. خصوصاً في المراكز الثلاث الأولى، حيث اهتم أيضاً المبحوثين بالمييز والكوميكس المقدمة عن الصين بنسبة إجمالية 75.4% ثم العالم بنسبة إجمالية 41.0% ثم منظمة الصحة العالمية بنسبة إجمالية 33.1%. بينما ظهر اختلاف طفيف في المراتب التالية، ويوضح ذلك أن صفحات الدراسة تركز على مايفضله المبحوثون. (مجموع النسب يتعدى الـ 100% للسماح للمبحوثين باختيار أكثر من بديل). ويتبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وفئات الشخصية الأجنبية المفضلة لدى المبحوثين حيث كانت قيمة كا=19.429، وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. حيث اهتم كل من الذكور والإناث بكلاً من الصين ثم العالم ثم منظمة الصحة العالمية، وهو أمر منطقي نظراً لأنهم أطراف الأزمة الأساسية على الصعيد العالمي، بالإضافة لأمريكا نظراً لتأثيرها على الأحداث الدولية. بينما تباين الذكور والإناث في تفضيلاتهم للشخصيات الأجنبية الأخرى، فنجد أن الذكور يفضلون المييز والكوميكس المنشورة عن الهند 10.7%، بريطانيا 7.1%، إسرائيل وفرنسا بنسبة 3.6% لكل منهما. بينما تفضل الإناث المييز والكوميكس المقدمة عن: إسرائيل 8.4%، الهند 4.2%، بريطانيا 3.0%، فرنسا 1.7%.

أ. تحليل النصوص:

1/أ. حضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن الشخصية (التيمة)، وتفاصيلها:
سيطرت فكرتان رئيسيتان على حضور الشخصية الأجنبية كشخصية رئيسية بأزمة كورونا داخل ميمز وكوميكس الصفحات الثلاث؛ ألا وهما: أن الصين سبب المشاكل الصحية بالعالم بنسبة 69.2% في صفحة اساحبي، و71.8% في صفحة كورونا ساركازم، و18.8% في صفحة فيروس كورونا. وتيمة قلة الحيلة بنسبة 19.2% في صفحة اساحبي، و10.3% في صفحة كورونا ساركازم، و50.0% في صفحة فيروس كورونا. بينما تباينت الصفحات في التيمات الأخرى المقدمة عن الشخصية الأجنبية

جدول (35) التوزيع التكراري والنسبي لحضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن الشخصية الأجنبية (التيمة)

اسم الصفحة								تيمة الشخصية الأجنبية
الإجمالي		فيروس كورونا		كورونا ساركازم		اساحبي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%53.6	52	%18.8	6	%71.8	28	%69.2	18	سبب المشاكل الصحية بالعالم
%4.1	4	%0.0	0	%2.6	1	%11.5	3	الاهتمام بصحة المواطنين
%25.8	25	%50.0	16	%10.3	4	%19.2	5	قلة الحيلة
%7.2	7	%18.8	6	%2.6	1	%0.0	0	شخصية مكروهة نتمنى إصابتها بكورونا
%5.2	5	%12.5	4	%2.6	1	%0.0	0	مواجهة كورونا والحد من انتشارها
%4.1	4	%0.0	0	%10.3	4	%0.0	0	غياب الوعي والفهولة
%100.0	97	%100.0	32	%100.0	39	%100.0	26	الإجمالي
اسم الصفحة								حضور تيمة الشخصية الأجنبية
الإجمالي		فيروس كورونا		كورونا ساركازم		اساحبي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%52.6	51	%31.3	10	%84.6	33	%30.8	8	ضمني
%47.4	46	%68.8	22	%15.4	6	%69.2	18	صريح
%100.0	97	%100.0	32	%100.0	39	%100.0	26	الإجمالي

ويلاحظ أن هذه التيمة ظهرت بشكل صريح بالنص في ميمز وكوميكس صفحتي اساحبي بنسبة 69.2% وفيروس كورونا بنسبة 68.8%، وبشكل ضمنى في صفحة كورونا ساركازم بنسبة 84.6%.

2/أ. تفاصيل حضور التيمة وفقاً للفئة الأبرز حضوراً:
يتبين أن التيمة الأكثر حضوراً؛ وهى سبب المشاكل الصحية بالعالم، اتخذت اتجاه سلبي من الشق النصي، وركزت على فئة الصين فقط.

وتشكلت نتيجة التركيز على معنى محدد؛ هو: السلوكيات الغذائية بالصين مضره وينعكس ضررها على العالم "الصين تدرس تصنيف القطط والكلاب كحيوانات أليفة- كانوا مصنفيها شاورما!"¹. وظهر نقد لأن معظم الأمراض والسلالات الجديدة مصدرها الصين "اكتشاف وباء جديد بالصين-تاني وباء؟ تاني ياصين؟"²، "لخرجتوا من البيت هتصابوا بالفيروس، ولوقعدتوا بالبيت هينزل عليكم الصاروخ، يعنى

¹ فيروس كورونا،

10 أبريل 2020. -: 111787607154042&set=pb.100050658901805. 2207520000..

² اساحبي، 10 مايو 2020. 3190326934395721: 2020

هتتموتوا هتتموتوا"¹. وظهر نقد للإجراءات الصينية الاحترازية رغم أنها أساس الوباء "الصين ترفض استقبال طائرة من القاهرة بسبب كورونا- علة كامل: أنتى نسيكى نفسك ياعرة يابتاعة الخفافيش"². ويتفق ذلك مع تصورات المبحوثين فوافق 62.5% على أن: الأطعمة التى يتناولها الصينيون هى سبب كورونا ومعظم الأوبئة مصدرها الصين.

وظهر بالصفحات الثلاث باتجاه غير محدد؛ تيمة: قلة الحيلة. وركزت على فئات؛ بالترتيب: العلماء والعالم، منظمة الصحة العالمية، السودان، فرنسا.

وتشكلت نتيجة التركيز على معانى محددة؛ هى: أن حادثة الفيروس وقلة المعلومات المتوفرة عنه انعكست بالسلب على نتائج البحوث وتصريحات العلماء حوله مما جعل نتائجهم موضع سخرية. "علماء يجيبون لماذا يفضل كورونا مهاجمة الرجال عن النساء؟ كورونا: علشان أنا مبجيش على ولايا"³.

وكذلك انعكس بالسلب على أدوار منظمة الصحة العالمية وأظهرها بمظهر العاجز. "كل واحد ومناعته أيه!! ده أنا بيحلى برد مرتين فى الأسبوع أنتوا مستوعبين!"⁴، "شوية أطفال تحت البيت بيلعبوا، واحد بجرى ورا الباقي ويحاول يلمسهم، واللى يتلمس يقول كورونا ويخرج من الدور- أطفال مصر: 1، منظمة الصحة العالمية: 5"⁵. ويتفق ذلك مع تصورات المبحوثين، حيث وافق 61.1% على عبارة: العلماء ومنظمة الصحة العالمية وقفوا عاجزين أمام انتشار كورونا فى العالم بسبب قلة المعلومات المتوفرة عنه.

وظهر باتجاه سلبى أيضاً؛ تيمات: شخصية مكروهه نتمنى إصابتها بكورونا، غياب الوعى والفهولة. وركزت على فئات؛ بالترتيب: إسرائيل، الهند، فرنسا. ونجد أن تيمة شخصية مكروهه نتمنى إصابتها بكورونا ظهرت فى صفحتى كورونا ساركازم وفيرس كورونا. وركزت على إصابة الشخصيات الإسرائيلية والفرنسية. "فرنسا تسجل أعلى إصابات- كورونا: حاولت أعمل حاجة صح"⁶، "وزير جيش الاحتلال يدخل الحجر الصحى- كورونا: دعواتكم ليا بالتوفيق"⁷.

ويتفق ذلك مع تصورات المبحوثين حيث وافق 39.6% على عبارة: من الجيد إصابة الفيروس لبعض الشخصيات الأجنبية؛ مثل: الإسرائيلية، الرئيس الفرنسى. بينما اختار 35.2% غير موافق. ويتضح أنها الشخصية الوحيدة التى زادت فيها نسبة الموافقة، حيث أن الشخصيات الأخرى مثل مستخدمى التيك توك ولاعبى كرة القدم رفض المبحوثون فكرة إصابتهم بنسبة عالية (كما سبق وأوضحنا). وارتفاع نسبة موافق

¹ اساحبى، 7 مايو 2021: <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/4211530642275340>

² كورونا ساركازم،

³ 5 يوليو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=2944659115660642&set=g.256035802211504>

⁴ فيروس كورونا،

13 مايو 2020:

⁵ <https://www.facebook.com/photo/?fbid=127807335552069&set=pb.100050658901805.-.2207520000>

اساحبى، 27 أبريل 2020:

⁶ <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3161680467260368>

⁷ كورونا ساركازم،

⁸ 16 يونيو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=978507082591172&set=g.256035802211504>

⁹ فيروس كورونا،

¹⁰ 26 أكتوبر 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=175713137428155&set=pb.100050658901805.-.2207520000>

¹¹ فيروس كورونا،

¹² 8 يوليو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=147065470292922&set=pb.100050658901805.-.2207520000>

2207520000..

فيما يخص إسرائيل قد تُرد للصراع العربى الإسرائيلي، وقد تُرد فرنسا للتصريحات والإجراءات المعادية للحجاب.

وظهرت تيمة غياب الوعى والفهلوة بصفحة كورونا ساركازم فقط. نتيجة لظهور مجموعة من الهنود اتخذوا كورونا كديانة. "عبادة كورونا بالهند، أيه يا كورونا إبليس بدء يخاف منك"¹. ويتفق ذلك مع تصورات المبحوثين فوافق 65.9% على عبارة: تعامل الهنود مع الفيروس يعكس غياب الوعى خصوصاً اتخاذه كديانة.

وظهر باتجاه إيجابى؛ تيمات: الاهتمام بصحة المواطنين، مواجهة كورونا والحد من انتشارها. وركزت على فئات؛ بالترتيب: السعودية، أمريكا، بريطانيا.

فجد أن تيمة الاهتمام بصحة المواطنين ظهرت بصفحتى اساحبى وكورونا ساركازم، حيث تم عرض بعض الإجراءات الاحترازية فى الدول لحماية مواطنيها؛ مثل: "السعودية تقرر نقل جميع الطلاب إلى الصفوف التالية: أنا اسمى الحقيقى الطالب أبوشعلان"². ونجد أن تيمة مواجهة كورونا والحد من انتشارها ظهرت فى صفحتى كورونا ساركازم وفيروس كورونا، حيث تم عرض بعض الإجراءات الاحترازية فى الدول لتحجيم انتشار الفيروس؛ مثل: "الصين تعلن الحرب على الحيوانات الناقلة لكورونا- الفيروس: هتمنعوا عنى المواصلات"³. ويتفق ذلك مع تصورات المبحوثين فوافق 60.1% على أن: دول مثل السعودية وأمريكا وبريطانيا وتونس أعلنت من قيمة صحة مواطنيها واتخذت إجراءات احترازية جيدة.

ب. التحليل النماذجي:

ب/1: الدوال السيمولوجية لشخصية الشخصيات الأجنبية:

تباينت الدوال السيمولوجية المعبرة عن الشخصيات الأجنبية، لتتقسم إلى: الدوال المعبرة عن الصين؛ وهى الفئة الغالبة فى الحضور، والدوال المعبرة عن الشخصيات الأجنبية الأخرى وخاصة منظمة الصحة العالمية والعالم. وكانت باقى الشخصيات مفهومة من الدوال النصية. وأنت الدوال السيمولوجية المعبرة عن الصين لتتفق مع التيمة الرئيسية وهى أنها سبب مشاكل العالم خاصة الغذائية. وأنت الدوال السيمولوجية المعبرة عن العالم ومنظمة الصحة العالمية متفقة أيضاً مع تيماتهم الخاصة بقلة الحيلة والعجز رغم الإمكانيات والسلطة. وتمثلت دوال الصين فى الصفحات الثلاث؛ كالتالى: رجل، فى مراحل عمرية مختلفة، يرتدى فى الغالب القبة الصينية، يأكل الطعام أويبحث عنه، ذوملابس أنيقة، بدين، تبدو على ملامح وجهة عدم الاهتمام والجوع. أنظر الشكل رقم (16).

¹ كورونا ساركازم،

² 9 أغسطس 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=337380450627319&set=g.256035802211504>

³ اساحبى، 16 أبريل 2020: <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3135469783214770>

⁴ فيروس كورونا،

11 يونيو 2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=137668604565942&set=pb.100050658901805>

2207520000..



وتتمثل المعانى التى تمثلها هذه الدوال؛ فى:

- * دالة النوع: رجل: حيث يفترض فيه القوة والعنف والفضول والتحكم والثقة بالنفس.
- * دلالة العمر: فى مختلف المراحل العمرية من طفل إلى مسن. تدل على أن النهم وحب الأكل والعادات الغذائية الخاطئة ليست مرتبطة بفئة وإنما هى طبيعة عامة لدى الصينيين.
- * دلالة الملابس: ملابس أنيقة وإن كانت غير رسمية أحياناً. تدل على مكانة الصين الاقتصادية كدولة، حيث الترف والسيادة. وتم إضافة علامة بصرية مميزة أيضاً للشخصيات وهى القبة الصينية.
- * دلالة الحجم: شخص بدين. تدل على الثراء والشراسة.
- * حركة الجسم: اليد والفم دائماً فى حالة حركة: تدل أنه إما يبحث عن الطعام أو يتناوله.
- * دلالة ملامح الوجه: وظهر فى الغالب بملامح ضاحكة غير مكترثة لمشاكل العالم، أوجاعة تأكل بنهم.
- وتمثلت دوال العالم ومنظمة الصحة العالمية فى الصفحات الثلاث؛ كالتالى: رجل أو أنثى، كبير السن، بملابس رسمية أنيقة، رفيع، هادئ، بملامح تبدو عليها التعب والإجهاد.
- وتتمثل المعانى التى تمثلها هذه الدوال؛ فى:
- * دالتى النوع والعمر: يلاحظ أن تجسيد الشخصية بمرحلة الكبر لم يجعل هناك فارق فى استخدام الرجل أو المرأة، حيث يفترض فى كلاهما وفقاً للمرحلة العمرية الضعف وقلة الحيلة والحاجة للمساعدة.
- * دالة الحجم: الرفع، تدل على الإرهاق والضعف وغياب الصحة.
- * دلالة الملابس: ملابس أنيقة رسمية. تدل على الترف والسيادة بما يعكس قوة المنظمة ودول العالم المتقدم والعلماء وتحكمهم ونفوذهم.
- * حركات الجسم: هادئة وفى الغالب بوضع السكون. تدل على الرصانة والإتزان.
- * دلالة ملامح الوجه: ملامح جادة يغلب عليها التعب والإرهاق واليأس. تدل على قلة الحيلة.
- ب/2: رحلة تناص هذه الدوال:
- بدأت رحلة الدوال الرئيسية بالأعمال الفنية والدرامية التى ركزت على البدانة للتعبير عن الصين، والعاجزة للتعبير عن العالم ومنظمة الصحة العالمية. ودفعت هذه المعانى المميز والكوميكس للاعتماد عليها لتجسيد الشخصيات الأجنبية للاستفادة من دلالتها.

وتمثلت أبرز الشخصيات التي تجسد فيها العالم ومنظمة الصحة العالمية؛ في: الشخصيات العاجزة حتى وإن كانت تمتلك السلطة: الدكتورة جيهان (مرفت أمين) التي تحاول إجبار مرجان على الإلتزام داخل المحاضرة ولكن دون جدوى في فيلم مرجان أحمد مرجان. وشخصية أبو العروسة صاحب اللبى (محمد سعد) الذى يجلس هادئاً غير مستوعباً لما يحدث فى فيلم اللى بالى بالك.

وتمثلت أبرز الشخصيات التي تجسدت فيها الصين؛ في:

* الشخصيات المؤذية التي تعلوا من قيمة مصلحتها؛ مثل: شخصية الأسد سكاى الشرير الذى قتل موفاسا فى فيلم سيمبا. وشخصية الأستاذ عبد العظيم (سامى سرحان) وكيل الوزارة الذى يرغب فى تزويج ابنته فى فيلم الناظر. وشخصية العقيد رفعت السكرى (خالد صالح) الشرطى الفاسد فى فيلم تيتو.

* الشخصيات البدينة، أوالتي تتحدث دائماً عن الطعام؛ مثل: شخصية يوسف (أحمد رزق) الذى رفضته كلية الشرطة لبدانته فى فيلم لخمه رأس. وشخصية عبود (علاء ولى الدين) البدين الذى يدخل الجيش بالقفا فى فيلم عبود على الحدود. وشخصية عاطف (يونس شلبى) الأبن الأصغر البدين الذى يحب الطعام فى مسرحية العيال كبرت. وشخصية قدرى (عادل إمام) الوزير الذى يحتفل مع أبنائه بالطعام فى فيلم التجربة الدنمركية.

وتبين وجود دوال عديدة مستمدة من صور وليس أعمال درامية وهذه الصور فى الغالب تركزت حول: صور حيوانات معدة للأكل أو صينيين يأكلون حيوانات وأبرزها (المرموط، الفئران، الكلاب، التماسيح، السلاحف).

ب/3: اختبار التباديل والتوافيق:

يستخدم للكشف عن المعنى الغائب والحاضر فى العلامة، وتأثيره على التمثيل. ويتمثل اختبار التباديل والتوافيق للدوال الرئيسية المعبرة عن الصين؛ كالتالى:

* دالة النوع: أنثى: تدل على الغموض والضعف والخضوع وعدم الثقة.

* دلالة الملابس: ملابس بسيطة تدل على أن الأزمة أضعفت اقتصاد العالم وأثرت على مكانة الصين.

* دلالة الحجم: رفيع: تدل على الضعف وغياب الصحة.

* دلالة ملامح الوجه: جادة: تدل على تقدير حجم المشكلة وتحاول البحث عن طرق لعلاجها.

ويتمثل اختبار التباديل والتوافيق للدوال الرئيسية المعبرة عن دوال العالم ومنظمة الصحة العالمية؛ كالتالى:

* دالتى النوع والعمر: ظهور الرجل والمرأة فى مرحلة مقتبل العمر حيث القوة والتحدى والنشاط .

* دلالة الملابس: ملابس بسيطة: تدل على الفقر وقلة الحيلة وغياب النفوذ.

* دلالة ملامح الوجه: متفائلة مبتهجة: تواجه المرض وقادرة على الحد من خطورته.

يوضح التلاعب بالدوال السابقة كيف تم توظيف الدوال الرئيسية لصنع معنى محدد حول كل من الصين والعالم ومنظمة الصحة العالمية يساعد على صنع (أيقونة) يفهمها الجمهور حتى وإن كانت تنميطية. فنجد أن فى الواقع من الممكن أن تكون الصين مهتمة بالأزمة وتحاول البحث عن حلول لها، وقد أضعفتها الأزمة وأثرت عليها على المستوى الاقتصادى والصحى. ونجد أن فى الواقع أيضاً قد يكون العالم ومنظمة الصحة: فى بحث دائم عن حلول للأزمة وطرق للوقاية والتعاش، ومراقبة الدول وتحذيرها وفرض قواعد صحية فى التعامل بين الدول. ولكن لا تصنع كل هذه الدوال الأيقونة المراد

طبعها في ذهن الجمهور عن الصين كسبب لمشاكل العالم، وأن العالم ومنظمة الصحة العالمية وقفت عاجزة أمام الأزمة.

ثالثاً: المعنى العميق المفهوم من الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا واتجاه المبحوثين نحوه:

يتمثل في المعنى الناتج عن العلاقة بين الرموز اللسانية/النصية والبصرية بالرسم الساخر، والمعروف في نموذج سويسر بالدلالة وفي نموذج رولان بارت بالرسالة الأيقونية غير المدونة. ويقصد بالمعنى العميق المفهوم الذي تثيره وتنسجه الرموز حول القضية أو الشخصية لصنع معنى محدد يؤدي تكراره لخلق التمثيلات.

جدول (36) التوزيع التكراري والنسبي للمعاني الضمنية الأساسية المتشكلة حول أزمة كورونا

ت	اسم الصفحة								المعنى الضمنى
	الإجمالى		فيروس كورونا		كورونا ساركازم		اساحبى		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
7	%4.1	37	%1.4	6	%4.2	12	%11.2	19	اعتماد الحكومة على وعى المواطن كان قرار خاطئ
8	%3.7	33	%2.3	10	%2.1	6	%10.0	17	تدهور وضع التعليم فى ظل كورونا
1	%33.4	299	%38.7	169	%25.8	74	%32.9	56	سلوكيات المواطنين بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار
3	%14.3	128	%19.2	84	%13.6	39	%2.9	5	الحكومة لا تكشف عن الأعداد الرسمية للمصابين
4	%9.8	88	%10.1	44	%8.4	24	%11.8	20	يجب الحذر من الفيروس والالتزام بالإجراءات الاحترازية
6	%5.1	46	%7.3	32	%3.1	9	%2.9	5	غياب المعرفة المؤكدة عن الفيروس وضعف نتائج البحوث
11	%1.5	13	%1.8	8	%1.7	5	%0.0	0	هناك شخصيات تستحق الإصابة بفيروس كورونا
2	%17.7	158	%15.3	67	%26.8	77	%8.2	14	سلوكيات الحكومة بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار
5	%5.8	52	%1.4	6	%9.8	28	%10.6	18	الصين سبب كل الأزمات الصحية
9	%2.5	22	%2.5	11	%3.1	9	%1.2	2	حب الأذية وانعدام الرحمة والصراحة
10	%2.0	18	%0.0	0	%1.4	4	%8.2	14	غياب الوعى سمة تعامل دول العالم وشعوبها مع كورونا
	100.0 %	894	100.0 %	437	100.0 %	287	100.0 %	170	الإجمالى

كا2= 191.148 د.ح (درجة الحرية) = 20 الدلالة الإحصائية = 0.000

ويتضح أن الميمز والكوميكس بقضية كورونا ركزت على (11) معنى يقولب الأزمة بشخصياتها. وتمثلت أبرز ثلاث معاني؛ في: سلوكيات المواطنين بالأزمة تعكس قلة الوعي والاستهتار 33.4%، سلوكيات الحكومة بالأزمة تعكس قلة الوعي والاستهتار 17.7%، الحكومة لا تكشف عن الأعداد الرسمية للمصابين 14.3%.

جدول (37) التوزيع التكرارى والنسبى لأراء المبحوثين حول الميمز والكوميكس المنشورة بللفيسبوك – ن=586

حدد درجة موافقتك على العبارات التالية		موافق		لا أعلم		غير موافق	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
372	63.5%	102	17.4%	112	19.1%		
394	67.2%	104	17.7%	88	15.0%		
470	80.2%	98	16.7%	18	3.1%		
342	58.4%	200	34.1%	44	7.5%		
524	89.4%	56	9.6%	6	1.0%		
336	57.3%	188	32.1%	62	10.6%		
118	20.1%	104	17.7%	364	62.1%		
248	42.3%	208	35.5%	130	22.2%		
334	57.0%	186	31.7%	66	11.3%		
228	38.9%	170	29.0%	188	32.1%		
296	50.5%	166	28.3%	124	21.2%		
460	78.5%	96	16.4%	30	5.1%		
162	27.6%	354	60.4%	70	11.9%		

ويتبين أن غالبية المبحوثين وافقت على المعانى المفهومة من الميمز والكوميكس. ويتفق ذلك مع نتائج بعض الدراسات حول قدرة الميمز والكوميكس على بناء الذاكرة الجماعية حول الأحداث والأشخاص (Ioana Literat & other-2019) و (Lisa Ellen-2018) بل قد يمتد الأمر إلى حدوث نفس التأثيرات، وإن كانت تختلف شدتها وفقاً للفروق الفردية وتجارب الحياة (Diana Rieger & other-2019) و (Christoph Klimmt & other-2019). وهما يعنى أن تلك الميمز والكوميكس نظراً لأنها تم إنتاجها فى الغالب من قبل أفراد وليس مؤسسات إعلامية أو سياسية أو اجتماعية، عكست بشكل متزايد وجهة النظر السائدة بين الجمهور. ويتفق ذلك مع نتائج الدراسات السابقة التى توضح كيف تتحول الميمز إلى رأسمال اجتماعى وثقافى (Asaf Nissenbaum & other-2017) و (Junhua Wang & other-2015) أوما يعرف بالثقافة الرقمية التشاركية (Bradley E Wiggins & other-2015). وهما يفسر مثلاً سبب انتشار أفكار محددة عن كوفيد داخل الميمز والكوميكس وبين الأفراد؛ مثل: الإطمئنان الزائف. وكانت أكثر ثلاث عبارات وافق عليها المبحوثين؛ هى بالترتيب كالتالى: يجب الحذر من الفيروس والإلتزام بالإجراءات الاحترازية 89.4%، سلوكيات المواطنين بالآزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار 80.2%، تدهور وضع التعليم فى ظل كورونا 67.2%.

وتعكس النتائج مرة أخرى اختلاف تصورات المبحوثين حول الذات والآخر. فيلاحظ أن أكثر عبارة حظيت بموافقة المبحوثين هو أنه يجب الحظر من الفيروس والإلتزام بالإجراءات الاحترازية، ورغم ذلك فإن أكثر ثانی عبارة وافق عليها المبحوثون كانت: سلوكيات المواطنين بالأزمة تعكس قلة الوعي والاستهتار، بينما أكد 78.5% أنهم كأفراد يرتدون الكمامة وسيظلوا يرتدونها ويلتزمون بالإجراءات الاحترازية إلى أن ينتهي الوباء. وإن كانت وجهة نظر المبحوثين حول الآخر تتفق مع المعنى المقدم بالميزم والكوميكس حيث جاءت هذه العبارة في الدراسة التحليلية بالترتيب الأول وفقاً للإجمالى العام. ويوضح ذلك عدم وجود علاقة بين متابعة الميزم والكوميكس وبين عدم الإلتزام بالإجراءات الاحترازية، ولكن توجد علاقة بين متابعة الميزم والكوميكس والاعتقاد فى عدم إلتزام الآخرين بالإجراءات الاحترازية. ويتفق ذلك مع نتائج الدراسات السابقة التى أوضحت أن الميزم الناجحة تختار أهداف خارج المجموعة وتنتقد سلوكياتها، بمعنى أنها لا تركز على سلوكيات الفرد وإنما على سلوكيات الآخر (Adeyemi Adegoju & other-2015).

ويلاحظ أيضاً التحفظ فى إبداء الرأى الشخصى حول ممارسات المسؤولين؛ حيث نجد أن العبارة الوحيدة التى ارتفعت بها نسبة لا أعلم؛ هى: أثق فى القرارات والإجراءات الاحترازية التى تفرضها الدولة لمواجهة الوباء، وبلغت 60.4%. وذلك على الرغم من موافقتهم على العبارات التى تحمل معنى ضمنى يدور حول انخفاض فاعلية القرارات الاحترازية خلال الأزمة؛ مثل القرارات الخاصة بالاعتماد على الوعي وأعداد المصابين والتعليم. ويتخالف ذلك مع نتائج الدراسات السابقة التى أوضحت أن الميزم وإتاحة التعليقات عليها توفر تعبيراً سياسياً جماعياً للشباب، وبالتالي تساعد الشباب على إبداء آرائهم (Ioana Literat & other-2019) وانتقاد المؤسسات التى لا يتحكمون فيها (Petra Saskia & other-2016) والتضامن مع أقرانهم المتشابهين فى التفكير وتعزيز الهوية المجتمعية (Joel Penney- 2020).

وتبين وجود اتفاق بين الميزم والكوميكس وبين توجهات المبحوثين؛ حيث انخفاض الاهتمام بمعنى: انعدام الرحمة بين الأفراد وحب أذية الغير. فنجد أنه جاء بالترتيب التاسع فى التحليل بما يوضح عدم التركيز عليه وإنما عرض بعض السلوكيات الخطأ على سبيل التحذير منها. وعلى الجانب الآخر كانت أقل عبارة حظيت بموافقة المبحوثين حيث وافق عليها فقط 38.9% ورفضها 32.1%.

وكانت العبارة الوحيدة التى حظيت على رفض المبحوثين؛ هى: هناك شخصيات تستحق الإصابة بكورونا، حيث رفضها 62.1% ووافق عليها 20.1%. وهو المعنى الذى ظهر بشكل محدود للغاية فى الميزم والكوميكس حيث جاء فى الترتيب الحادى عشر والأخير. ويتضح هنا أن هناك فرق بين رأى المبحوثين بشكل عام حول هذا المعنى وآرائهم حول نفس المعنى عندما يتم ربطه بشخصيات محددة، فعلى الرغم من أن الفكرة مرفوضة عند الأغلبية بشكل عام إلا أنها مقبولة إذا تم ربطها بالشخصيات الإسرائيلية والفرنسية (كما سبق وأوضحنا سابقاً) وهوما يدل على أن السياق يؤثر على المعنى العام.

أ. المعنى العميق المفهوم من الميزم والكوميكس المقدمة عن كورونا وفقاً للصفحة:

تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحة والمعنى الضمنى للميزم والكوميكس المنشورة بها؛ حيث كانت قيمة $\chi^2 = 191.148$ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من

0.05. فنجد أن صفحات الدراسة تباينت فيما بينها في المعنى الضمنى المراد من المميز والكوميكس؛ كالتالى:

ركزت صفحة اساحبى فى المراتب الثلاث الأولى على المعانى التالية؛ بالترتيب: سلوكيات المواطنين بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار بنسبة 32.9%، يجب الحذر من الفيروس والإلتزام بالإجراءات الاحترازية بنسبة 11.8%، اعتماد الحكومة على وعى المواطن للتصدى للفيروس كان قرار خاطئ بنسبة 11.2%.

بينما ركزت صفحة كورونا ساركازم فى المراتب الثلاث الأولى على المعانى التالية؛ بالترتيب: سلوكيات الحكومة بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار بنسبة 26.8%، سلوكيات المواطنين بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار بنسبة 25.8%، الحكومة لا تكشف عن الأعداد الرسمية للمصابين بنسبة 13.6%.

بينما ركزت صفحة فيروس كورونا فى المراتب الثلاث الأولى على المعانى التالية؛ بالترتيب: سلوكيات المواطنين بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار بنسبة 38.7%، الحكومة لا تكشف عن الأعداد الرسمية للمصابين بنسبة 19.2%، سلوكيات الحكومة بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار بنسبة 15.3%.

وبذلك يتضح أن صفحة اساحبى تركز على المواطن ثم الفيروس ثم المسئول؛ فسلوكيات المواطن خلال الأزمة لم تكن على قدر المسؤولية (مثال: إحنا نطلع بالمسيرة على الحجر الصحى نطلع المحبوسين، يخربيتك يخربيتك¹) بل أنه انساق وراء الاطننان الزائف (مثال: أكيد جالك برد من المروحة، بس أنا مبشغلش المروحة، يبقى تشغلها عشان يبقى من المروحة²) متجاهلاً خطورة الفيروس (مثال: تيمور أنت نمت.. الفيروس لسه موجود حافظ على نفسك³)، وبالتالي لم يلتزم بالإجراءات الاحترازية من جهة (مثال: طيب أرجعوا لبسوا الكمادات تحت دقنكم تانى براحتكم، المصريين: يفتح الله⁴) ومن جهة أخرى جعل اعتماد الحكومة على الوعى لتخطى الأزمة فكرة عبثية (مثال: أنت سايب القهوة على النار ورايح فين، براهن على وعى الكنكة⁵).

بينما ركزت صفحة كورونا ساركازم على المسئول والمواطن بنسب متقاربة؛ فكلاهما تخطت بقراراته وسلوكياته (مثال: الشعب ده هيجبلى جطة- حالتين محجوزتين واحد طلع إيجابى والثانى سلبى من فرحته قام حضن الإيجابى لحد ما أتصاب⁶) (مثال: الشعب هتفتحوا الكافيهات خلاص؟، الحكومة أه- يعنى خلاص نخرج عادى؟، ما عرفش بقى أنت حر⁷)، وكلاهما اتخذ من التجاهل منطلقاً للتعامل مع الفيروس وكأن قلة الاهتمام والتلاعب بالأعداد ستؤدى لانتهاؤ الأزمة (مثال: قلعتى الكمامة والجلافز ليه يافاطمة؟ الفيروس مبقاش غريب

¹ اساحبى، 24 مارس 2020 <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3082785545149861>

² اساحبى، 21 ديسمبر 2020 <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3825611974200544>

³ اساحبى، 26 يونيو 2020 <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3314923381936075>

⁴ اساحبى، 14 يوليو 2020 <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3363831357045277>

⁵ صفحة اساحبى، 20 مايو 2020 <https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3218774058217675>

⁶ كورونا ساركازم، 29 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=988056071636273&set=g.256035802211504>

⁷ كورونا ساركازم،

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=3421471624582644&set=g.256035802211504>: 25 يونيو 2020

ياعبد¹)، (مثال: إحنا قررنا نلغى الحظر ونعتمد على الوعى- هوفين الوعى- وهو كان فين الحظر²).

وركزت صفحة فيروس كورونا على المواطن ثم المسئول؛ حيث سلوكيات المواطن التي تعكس الاستهتار وغياب الوعى من جهة (مثال: الإسكندرية نازلين يحتفلوا وعاملين شكل الكعبة زى ماتقولوا عمرة عالضيق كده ومش عارف متعشمين فيا كده ليه! أقسلكم بالله أنا وباء .. مش أبني خالتكم³) وعدم كشف الحكومة عن الأعداد الرسمية من جهة أخرى (مثال: الأعداد دى فى اليوم، لا طبعا فى الثانية⁴) إضافة للقرارات الاحترازية التي تم انتقادها (مثال: القرارات الجديدة- الفيروس: هوفى أيه!! أنتوا جايينى هنا تضحكونى ولا أيه؟⁵).

وبالتالى يتضح أن الصفحات الثلاث قدمت معنى سلبى متشابه للمواطن (يتفق مع تصورات 80.2% من المبحوثين)، بينما اختلفت فى المعنى السلبى المقدم عن المسئول حيث ركزت صفحة اساحبى على تصريحات الاعتماد على وعى المواطن (وهو المعنى الذى تراجع للترتيب السادس فى كورونا ساركازم والتاسع فى فيروس كورونا، والذى وافق عليه 63.5% من المبحوثين)، بينما ركزت صفحة كورونا ساركازم على التصريحات والسلوكيات التى توضح قله الحيلة من جهة وغياب الإستراتيجية والاستهتار من جهة أخرى (وهو المعنى الذى تراجع للترتيب السادس فى اساحبى والثالث فى فيروس كورونا، والذى وافق عليه 42.3% من المبحوثين)، بينما ركزت صفحة فيروس كورونا على عدم الكشف عن الأعداد الرسمية للمصابين (وهو المعنى الذى تراجع للترتيب السابع فى اساحبى والثالث فى كورونا ساركازم، والذى وافق عليه 58.4% من المبحوثين).

ويتضح أن المعانى الضمنية الأخرى التى ظهرت خلال فترة الدراسة؛ تباينت الصفحات أيضاً فى درجة تمثيلها؛ فنجد مثلاً؛ قدمت الصفحات الثلاث معنى متشابهة عن دولة الصين يتفق مع توجهات 57.0% من المبحوثين؛ وهو: أنها سبب الأزمات الصحية بالعالم، ولكن نجد أن صفحتى اساحبى وكورونا ساركازم اهتمتا أكثر بهذا المعنى حيث احتل الترتيب الرابع بينما ظهر فى صفحة فيروس كورونا بالترتيب التاسع.

¹ كورونا ساركازم،

² 27 يوليو 2020: 256035802211504&set=g.130299785421129&fbid=2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=130299785421129&set=g.256035802211504>

³ كورونا ساركازم، 23 يونيو 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=10157842992454877&set=g.256035802211504>

⁴ فيروس كورونا، 24 أبريل 2020:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=119554266377376&set=pb.100050658901805.-2207520000..>

⁵ فيروس كورونا،

27 ديسمبر 2020: 256035802211504&set=pb.100050658901805.-207889454210523&fbid=2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=207889454210523&set=pb.100050658901805.-2207520000..>

2207520000..

⁵ فيروس كورونا،

24 يونيو 2020: 256035802211504&set=pb.100050658901805.-142202267445909&fbid=2020: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=142202267445909&set=pb.100050658901805.-2207520000..>

2207520000..

❖ خاتمة البحث:

وظفت الدراسة مدخل التحليل السيمولوجي ونظرية ثراء الوسيلة لرصد وتحليل وتفسير طبيعة تقديم خطاب الميمز والكوميكس المنشور على صفحات الفيسبوك عن أزمة كورونا وعلاقته باتجاهات الجمهور نحو الأزمة. وذلك من خلال دراسة تحليلية للميمز والكوميكس خلال الفترة من 1 إبريل 2020 إلى 30 يوليو 2021 المنشورة بصفحات: اساحبي، كورونا ساركازم، فيروس كورونا. ودراسة ميدانية على عينة قوامها (586) مفردة من متابعي الميمز والكوميكس.

واستعرضت نتائج الدراسة: (1) سمات الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا ومدى اتفاقها مع تفصيلات المبحوثين؛ من حيث: المضمون والهدف والتكوين والقوالب المستخدمة والنص المصاحب وآليات السخرية. (2) الشخصيات المركزية التي ظهرت بالميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا واتجاه المبحوثين نحوهم؛ وهم: أربع شخصيات رئيسية تمثلوا في المواطن، كوفيد، المسئول، الشخصية الأجنبية. وتم صنع أيقونة لكل شخصية من خلال التيمات والدوال السيمولوجية. (3) المعنى العميق المفهوم من الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا ومدى اتفاقه مع توجهات المبحوثين.

وانتهت الدراسة إلى تحقق الفرض الرئيسي؛ حيث يتضح من خلال مقارنة نتائج الدراسة التحليلية والميدانية أنه: توجد علاقة بين خطاب الميمز والكوميكس المنشور على صفحات الفيسبوك عن أزمة كورونا وبين اتجاهات الجمهور نحو الأزمة وشخصياتها الفاعلة.

وتوضح هذه العلاقة بشكل خاص عند الربط بين الفكرة الرئيسية المتواترة (التيمة) داخل الميمز والكوميكس محل الدراسة واتجاهات الجمهور نحو هذه التيمات. حيث يتضح أن كلاً من الجمهور والشكل الساخر يعتقدون أن في المطلق على مستوى العالم الفيروس شديد الخطورة ويجب الحذر منه، ولكن في الخصوص على مستوى مصر فإنه عاجز بئس أقل أهمية من برد المروحة. ويؤرد ذلك ليس لمدى خطورة الفيروس ذاته وإنما لطبيعة الشخصية المصرية سواء المواطن أو المسئول، والتي أعلنت من قيمة الفهولة والتجاهل كأسلوب لمواجهة الأزمة تم ترجمته في عدة تيمات ساخرة أبرزها " أهتم بالفيروس يصيبك، ونفضله يسببك". ويجب التأكيد في هذا الصدد على النقاط التالية:

1. كما يفرق الميمز والكوميكس والجمهور بين قوة الفيروس وخطورته داخل مصر وخارجها. يفرقان أيضاً بين صورة الذات وصورة الآخر؛ حيث عكست خاصة نتائج المبحوثين أن هذه التيمة الرئيسية لا تنطبق على سلوكهم الشخصي ولكن سلوك المجتمع من حولهم.

2. بالفعل توجد علاقة بين الخطاب المقدم والاتجاه المُشكل ولكن اتجاه هذه العلاقة لم يتضح، لذا توصي الباحثة بدراسة شبه تجريبية لبيان اتجاه هذه العلاقة وما إذا كان الخطاب هو المؤثر على تشكيل الاتجاه أم أن الاتجاه العام السائد الذي يمكن استنباطه بسهولة نتيجة ثراء شبكة الفيسبوك هو المؤثر على بنية الخطاب.

3. قدمت الصفحات الثلاث موضع التحليل معالجة متشابهة للأزمة وشخصياتها. وامتد التشابه للجمهور الذي عكس اتجاهات عن كل شخصية تكاد تكون مطابقة للخطاب الساخر، ويتضح من ذلك؛ الآتي:

أ. قوة نمط الملكية لم يكن عامل حاسم فى تشكيل السياسات التحريرية، فرغم أن الصفحات الثلاث مملوكة لأفراد إلا أن أيولوجية كل فرد لم تضح سواء بالتركيز على مضامين معينة وإبرازها أو التركيز على شخصيات محددة وتقديمها باتجاه إيجابى أو سلبى. فقد اتخذت الثلاث صفحات موقف سلبى غالباً من المسئول والمواطن وبعض الشخصيات الأجنبية، وموقف غير محدد غالباً من الفيروس وبعض الشخصيات الأجنبية.

ب. تتميط معالجة الخطاب يعود لعدة أسباب؛ أبرزهم: المعالجة الجزئية للحدث وعوامل ثراء الوسيلة. فنجد أن المميز والكوميكس المقدمة تركز على الحدث بإعتباره حدث قائم بذاته وليس جزء من كل أشمل كالقضايا المجتمعية والاقتصادية وحتى القضايا الطبية؛ وذلك (سواء كان الحدث: موقف، تصريح، قرار... الخ). وأدى التركيز على سرعة التعليق على الحدث إلى جعل كافة الأحداث تظهر بنسب شبة متقاربة فى الصفحات الثلاث. وأدى ثراء شبكة الفيسبوك إلى تشابه المعالجة مع بعضها البعض من جهة وتشابه المعالجة مع اتجاه الجمهور من جهة أخرى، فمعايير الثراء المتوفرة بالشبكة (سواء تلك المتعلقة بالتفاعلية، واللغة، والتعامل مع الإشارات المتعددة للمعلومات، والتركيز الشخصى) أدت إلى التتميط بدلاً من التنوع؛ وذلك كالتالى:

- أتاحت الشبكة لمستخدميها القدرة على الوصول الفورى والأنى للتعبير عن آرائهم فى الأحداث، بالإضافة لذلك أتاحت الشبكة خاصية المشاركة بما يجعل الفكرة الواحدة عابرة للصفحات ولديها القدرة على الوصول والإنتشار. وهوما يساعد المستخدمين على إنشاء المجال العام المعبر عنهم من خلال قوة الهاشتاج والترند. وبالتالي من السهل على مقدمى المميز والكوميكس معالجة الخطاب الساخر بما يتفق مع التوجهات العامة لدى الأفراد. وهوما أوجد التشابه بين المعالجة والاتجاه.

- الاعتماد على القوالب الجاهزة؛ مع إمكانية مشاركتها، جعل التشابه بين الصفحات لا يقتصر فقط على الفكرة الرئيسية ولكن أيضاً الدوال البصرية الصانعة للنموذج والمعبرة عن الأزمة وشخصياتها الفاعلة.

قائمة المصادر والمراجع:

- 1 Carol L. Tilley & Sara Bahnmaier; **The Secret Life of Comics: Socializing and Seriality**. The Serials Librarian, Volume 74, Issue 1-4, Pages 54-64, Published 2018. <https://0811qkpg2-1104-y-https-www-tandfonline-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1080/0361526X.2018.1428456>
- 2 Franco Vitella; **Comics, the library has those: how public libraries can use graphic novels to foster reading communities**. Journal of Graphic Novels and Comics, Published online: 02 Sep 2020. <https://0811qkpg2-1104-y-https-www-tandfonline-com.mplbci.ekb.eg/doi/abs/10.1080/21504857.2020.1808497>
- 3 Drew Morton; **The unfortunates: towards a history and definition of the motion comic**. Journal of Graphic Novels and Comics, Volume 6, Issue 4, Published 2015. <https://0811qkpg2-1104-y-https-www-tandfonline-com.mplbci.ekb.eg/doi/abs/10.1080/21504857.2015.1039142>
- 4 Barbara Postema; **Following the pictures: wordless comics for children**. Journal of Graphic Novels and Comics, Volume 5, Issue 3, Pages 311-322, Published 2014. <https://0811qkpg2-1104-y-https-www-tandfonline-com.mplbci.ekb.eg/doi/abs/10.1080/21504857.2014.943541>
- 5: هم
- Renira Rampazzo Gambarato, Fabiana Komesu; **What Are You Laughing At? Former Brazilian President Dilma Rousseff's Internet Memes across Spreadable Media Contexts**. Journal of Creative Communications. Volume: 13 issue: 2, page(s): 85-103, published: July 1, 2018. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/10.1177/0973258618761405?icid=int.sj-full-text.similar-articles.1>
- Viriya Taecharungroj, and Pitchanut Nueangjamnong; **Humour 2.0: Styles and Types of Humour and Virality of Memes on Facebook**. Journal of Creative Communications. Volume: 10 issue: 3, page(s): 288-302, published: November 1, 2015. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/0973258615614420>
- 6 Renira Rampazzo Gambarato, Fabiana Komesu; **OP**, page(s): 85-103, published: July 1, 2018.
- 7 **ibid**, page(s): 85-103, published: July 1, 2018.
- 8 Viriya Taecharungroj, and Pitchanut Nueangjamnong; **OP**, page(s): 288-302, published: November 1, 2015.
- 9 Fernando Prieto-Ramos, Jiamin Pei, & Le Cheng; **Institutional and news media denominations of COVID-19 and its causative virus: Between naming policies and naming politics**. Discourse & Communication, Vol 14, Issue 6, page(s): 635-652, Published 2020. <https://08113k94p-1104-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/pdf/10.1177/1750481320938467>
- 10 Ika Nurlaila, Reza Rahutomo, Kartika Purwandari & Bens Pardamean; **Provoking Tweets by Indonesia Media Twitter in the Initial Month of Coronavirus Disease Hit**. Indonesia, International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech), IEEE, Published 2020. <https://08104k94j-1104-y-https-ieeeexplore-ieee-org.mplbci.ekb.eg/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=9211179&tag=1>
- 11 Zainal A. Hasibuan; **Indonesia's News Topic Discussion about Covid-19 Outbreak using Latent Dirichlet Allocation**, Indonesia, Fifth International Conference on Informatics and Computing, IEEE, Published 2020. <https://08104k8k8-1104-y-https-ieeeexplore-ieee-org.mplbci.ekb.eg/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=9288596>
- 12 حسن عماد مكاوى وليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط8، 2009، ص ص 85-81.
- 13 Carlos E. Cortes; **The Children are Watching: How the Media Teach About Diversity**. teachers colleges press, Columbia university, New York and London. 2000. p71-72

هم:14

- Diana Rieger, and Christoph Klimmt: **The daily dose of digital inspiration: A multi-method exploration of meaningful communication in social media**. New Media & Society. Volume: 21 issue: 1, page(s): 97-118, published: January 1, 2019. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1461444818788323>
- Tali Aharoni: **When high and pop culture (re)mix: An inquiry into the memetic transformations of artwork**. New Media & Society. Volume: 21 issue: 10, page(s): 2283-2304, published: October 1, 2019. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1461444819845917>
- Lisa Ellen Silvestri: **Memeingful memories and the art of resistance**. New Media & Society. Volume: 20 issue: 11, page(s): 3997-4016, published: November 1, 2018. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1461444818766092# i14>
- Renira Rampazzo Gambarato, Fabiana Komesu: **OP**, page(s): 85-103, published: July 1, 2018.
- Viriya Taecharungroj, and Pitchanut Nueangjamnong: **OP**, page(s): 288-302, published: November 1, 2015.

هم:15

- Asaf Nissenbaum, and Limor Shifman: **Internet memes as contested cultural capital: The case of 4chan's /b/ board**. New Media & Society. Volume: 19 issue: 4, page(s): 483-501, published: April 1, 2017. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1461444815609313>
- Bradley E Wiggins, and G Bret Bowers: **Memes as genre: A structurational analysis of the memescape**. New Media & Society. Volume: 17 issue: 11, page(s): 1886-1906, published: December 1, 2015. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1461444814535194>
- Junhua Wang, and Hua Wang: **From a Marketplace to a Cultural Space: Online Meme as an Operational Unit of Cultural Transmission**. Journal of Technical Writing and Communication. Volume: 45 issue: 3, page(s): 261-274, published: July 1, 2015. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/0047281615578847>
- Limor Shifman: **The Cultural Logic of Photo-Based Meme Genres**. Journal of Visual Culture. Volume: 13 issue: 3, page(s): 340-358, published: December 1, 2014. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1470412914546577>

هم:16

- Tina Askanius: **On Frogs, Monkeys, and Execution Memes: Exploring the Humor-Hate Nexus at the Intersection of Neo-Nazi and Alt-Right Movements in Sweden**. Television & New Media. Volume: 22 issue: 2, page(s): 147-165, published: February 1, 2021. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1527476420982234>
- Natalia Mielczarek: **The dead Syrian refugee boy goes viral: funerary Aylan Kurdi memes as tools of mourning and visual reparation in remix culture**. Visual Communication. Volume: 19 issue: 4, page(s): 506-530, published: November 1, 2020. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1470357218797366>

- Liew Kai Khiun: **'I am Limpeh (your father)!'** Parodying Hegemony, Anti-nostalgic Cultural Insurgency and the Visual Amplification of Lee Kuan Yew in Late Authoritarian Singapore. *Journal of Creative Communications*. Volume: 10 issue: 1, page(s): 21-38, published: March 1, 2015. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/0973258615569949>
- An Xiao Mina: **Batman, Pandaman and the Blind Man: A Case Study in Social Change Memes and Internet Censorship in China**. *Journal of Visual Culture*. Volume: 13 issue: 3, page(s): 359-375, published: December 1, 2014. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1470412914546576>
- هم:17
- Bradley E Wiggins: **Boogaloo and Civil War 2: Memetic antagonism in expressions of covert activism**. *New Media & Society*. Volume: 23 issue: 11, page(s): 3179-3205, published: November 1, 2021. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1461444820945317>
- Joel Penney: **'It's So Hard Not to be Funny in This Situation': Memes and Humor in U.S. Youth Online Political Expression**. *Television & New Media*. Volume: 21 issue: 8, page(s): 791-806, published: December 1, 2020. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1527476419886068>
- هم:18
- Ioana Literat, and Neta Kligler-Vilenchik: **Youth collective political expression on social media: The role of affordances and memetic dimensions for voicing political views**. *New Media & Society*. Volume: 21 issue: 9, page(s): 1988-2009, published: September 1, 2019. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1461444819837571>
- Adeyemi Adegoju, and Oluwabunmi Oyeboode: **Humour as discursive practice in Nigeria's 2015 presidential election online campaign discourse**. *Discourse Studies*. Volume: 17 issue: 6, page(s): 643-662, published: December 1, 2015. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1461445615602378>
- هم:19
- Mark A Wood, and Alyce McGovern: **Memetic copaganda: Understanding the humorous turn in police image work**. *Crime, Media, Culture: An International Journal*. Volume: 17 issue: 3, page(s): 305-326, published: December 1, 2021. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1741659020953452>
- Si Yu Lee, and Jasmon WT Hoh: **A critical examination of ageism in memes and the role of meme factories**. *New Media & Society*. first published online: October 7, 2021. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/14614448211047845>
- Ray Surette: **A copycat crime meme: Ghost riding the whip**. *Crime, Media, Culture: An International Journal*. Volume: 16 issue: 2, page(s): 239-264, published: August 1, 2020. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1741659019865305>

- Christoph Klimmt and Diana Rieger: **The daily dose of digital inspiration 2: Themes and affective user responses to meaningful memes in social media**. New Media & Society. Volume: 21 issue: 10, page(s): 2201-2221, published: October 1, 2019. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1461444819842875>
- Nikolas Dickerson: **Constructing the Digitalized Sporting Body: Black and White Masculinity in NBA/NHL Internet Memes**. Communication & Sport. Volume: 4 issue: 3, page(s): 303-330, published: September 1, 2016. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/2167479515584045>
- Petra Saskia Bayerl, and Lachezar Stoyanov: **Revenge by photoshop: Memefying police acts in the public dialogue about injustice**. New Media & Society. Volume: 18 issue: 6, page(s): 1006-1026, published: June 1, 2016. <https://081137ui8-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1461444814554747>

هم:20

- Franco Vitella; **OP**, Published online: 02 Sep 2020.
- Carol L. Tilley & Sara Bahnmaier; **OP**, Pages 54-64, Published 2018.
- Sara Ödmark; **Making news funny: Differences in news framing between journalists and comedians**. Journalism, first published online: December 29, 2018. <https://08113kvy2-1104-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1464884918820432>
- Christina Meyer; **Medial transgressions: comics – sheet music – theatre – toys**. Journal of Graphic Novels and Comics, Volume 7, Issue 3, Pages 293-305, Published 2016. <https://0811qkpg2-1104-y-https-www-tandfonline-com.mplbci.ekb.eg/doi/abs/10.1080/21504857.2016.1199463>
- Drew Morton; **OP**, Published 2015.
- Barbara Postema; **OP**, Pages 311-322, Published 2014.

21 سعيد محمد الغريب النجار، فن "الويبيكوميكس" وتأثيرات البيئة الرقمية في مواقع الصحف المصرية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، المجلد 2018، العدد 15، ص 57-1، 2018.

هم:22

- محمد معوض إبراهيم نصر، الإعلانات التجارية على الكوميكس في شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة، مج 21/ ع 81، ص 25-31، 2018.
- حنان محمد إسماعيل يوسف، دوافع استخدام المراهقين للصور المسلسلة (الكوميكس) بالإنترنت والإشباع المتحققة منها، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة، مج 20، ع 76، ص 153-160، 2017.

هم:23

- هنا جلال على عبد الله، معالجة صفحات الفيسبوك للرسوم الساخرة التي تدعم المشاركة السياسية، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة، مج 23، ع 86، ص 143-152، 2020.
- بشير كامل شفيق فرح، استخدام الصحفي لفن الكوميكس في معالجة القضايا السياسية ومدى تأثيره على المشاهدين من الأبناء، جامعة المنصورة، كلية التربية للطفولة المبكرة، المجلة العلمية لكلية التربية للطفولة المبكرة، مج 5، ع 2، ص 152-178، 2018.
- وسام نصر، علاقة التعرض للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي باتجاهات الجمهور المصري نحو المشاركة بالتصويت في انتخابات الرئاسة 2018، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج 17، ع 4، ص 1-70، 2018.

- Todd Schack; 'A failure of language': Achieving layers of meaning in graphic journalism. Journalism, Volume: 15 issue: 1, page(s): 109-127, published: January 1, 2014. <https://08113kvy2-1104-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/pdf/10.1177/1464884913486022>
- إسلام أحمد عثمان، التعرض للسخرية السياسية عبر مواقع الشبكات الإجتماعية وعلاقته بإدراك الواقع السياسي في مصر : دراسة تطبيقية على موقع الفيس بوك، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع1، ص173-244، 2013.
- 24 هم:
- إسماعيل عبد الرازق الشرنوبلي، " الرسوم الرياضية الساخرة على موقع فيسبوك وعلاقتها بنمو ظاهرة التعصب الرياضي لدى الجمهور"، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 2021، العدد 74، ص 169-226، 2021.
- Caty Borum Chattoo, & Lindsay Green-Barber; An investigative journalist and a stand-up comic walk into a bar: The role of comedy in public engagement with environmental journalism. Journalism, Volume: 22 issue: 1, page(s): 196-214, published: January 1, 2021. <https://08113kvy2-1104-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/pdf/10.1177/1464884918763526>
- راللا أحمد محمد عبد الوهاب منصور، تعرض الشباب الجامعي للصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بظاهرة التندر الإلكتروني: دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثرية الشخص الثالث، جامعة الأهرام الكندية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع28، ص 204-376، 2020.
- عزة شبل محمد أبو العلا، الصورة الهزلية للامتحانات على صفحات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الصورة الذهنية : دراسة في تحليل الخطاب الرقمي، الجزائر، جامعة حسية بن بوعلی الشلف، مخبر نظرية اللغة الوظيفية، مجلة الأندلس، مج 3، ع10، ص 229-294، 2018.
- سلوى أحمد محمد أبو العلا الشريف، تصميم الرسوم الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على علاقة المرأة بالرجل: دراسة تطبيقية على صفحات الفيس بوك، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج 14، ع3، ص73-155، 2015.
- 25 هم:
- إيناس محمود حامد، تعرض المراهقين لجشطلاتية الكاريكاتير وتداولهم له عبر مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" وعلاقته بتنمية بعض القدرات الإبداعية لديهم، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج16، ع1، ص561-601، 2017.
- سعيد محمد الغريب، سي ميولوجيا الرسوم الكاريكاتورية في ضوء التقنية الرقمية : دراسة تحليلية مقارنة لعينة من المواقع الإلكترونية المصرية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع10، ص 39-96، 2017.
- أمال عامر، الأبعاد الوظيفية للصورة الكاريكاتورية في الصحافة الجزائرية: دراسة تحليلية سيميولوجية لصحيفة "الشروق اليومي"، الجزائر، المركز الجامعي أحمد زبانة غليزان، مخبر الدراسات الاجتماعية والنفسية والانثروبولوجية، مجلة الرواق، ع4، ص210-234، 2016.
- Lopez, Josephine M; Constantino Escalante: Caricature, Satire and the Project of Modernization in Nineteenth-Century Mexico. Ph.D. United States, University of California, Berkeley, History of Art Department , 2015. <https://0811jku6d-1104-y-https-www-proquest-com.mplbci.ekb.eg/pqdtglobal/docview/1779281224/fulltextPDF/7EED10ABD04148F6PQ/1?accountid=178282>
- Stefan Stieger, and Anton K. Formann: Are Aggressive Cartoons Really Funnier? A Replication. SAGE Open. Volume: 4 issue: 4, published: October 1, 2014. <https://081137syw-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/2158244014553587>

26 هم:

- نورة شلوش، **توظيف مدارس الكاريكاتير في الصحف الوطنية : دراسة إستطلاعية على عينة من جرائد الخبر، الشرق، ليبرتي، الجزائر، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، مخبر الاتصال الجماهيري وسيمولوجية الأنظمة البصرية، مجلة الصورة والاتصال، ع23، ص8-24، 2018.**
- سحر يوسف، **حركة نشر الكاريكاتير في الدوريات الإلكترونية المصرية المتاحة على الإنترنت: دراسة تحليلية، جامعة القاهرة، كلية الآداب، مركز بحوث نظم وخدمات المعلومات، مجلة بحوث في علم المكتبات والمعلومات، ع14، ص45-79، 2015.**
- Nyongesa Ben Wekesa: **Cartoons can talk? Visual analysis of cartoons on the 2007/2008 post-election violence in Kenya: A visual argumentation approach.** Discourse & Communication. Volume: 6 issue: 2, page(s): 223-238, published: May 1, 2012. <https://081137syv-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1750481312439818>
- Coyle, Heather Campbell; **Laughing matters: Art caricature in America, 1878–1918.** Ph.D. United States, University of Delaware, Department of Art History, 2011. <https://0811jku6d-1104-y-https-www-proquest-com.mplbci.ekb.eg/pqdtglobal/docview/884210722/fulltextPDF/E3F0EA980F0C473CPQ/1?accountid=178282>

- Thomas, Julie George; **Information censorship: A comparative analysis of newspaper coverage of the “Jyllands-Posten” editorial caricatures in cross-cultural settings.** Ph.D. United States, University of North Texas, 2010. <https://0811jku6d-1104-y-https-www-proquest-com.mplbci.ekb.eg/pqdtglobal/docview/860122310/fulltextPDF/444203E81A4B4C34PQ/1?accountid=178282>

27 هم:

- حسنية بلحاج، **فن الكاريكاتور في الجزائر وطرق توظيفه، جامعة عبد الحميد بن باديس، الجزائر، كلية العلوم الاجتماعية، مخبر حوار الحضارات والتنوع الثقافي وفلسفة السلم، مجلة الحوار الثقافي، مج3، ع2، ص245-253، 2014.**
- ثروت فتحي كامل، **القائم بالاتصال في مجال الكاريكاتور في الصحف المصرية : دراسة ميدانية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع43، ص347-399، 2013.**

28 هم:

- Yingchi Chu: **Politics of visual discourse in China: the corruption cartoon.** Visual Communication. first published online: November 18, 2021. <https://081137syu-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/14703572211058822>

- عادل صيد، **قيم التنشئة السياسية في الرسوم الكاريكاتورية الصحفية، الجزائر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، مجلة العلوم الإنسانية، ع6، ص64-74، 2016.**

29 هم:

- أحمد جهاد يوسف العرجا، **سيميائية الكاريكاتير في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، فلسطين، الجامعة الإسلامية (غزة)، كلية الآداب، 2019.**
- أميرة محمد سيد، **سيمولوجيا الرسوم الكاريكاتورية السياسية لصراعات منطقة الشرق الأوسط في المواقع الإخبارية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع60، ص137-189، 2017.**
- سارة فايز عبد المسيح طوس، **قضايا المهملين في الكاريكاتير السياسي المقدم بالصحف المصرية، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة، مج20، ع76، ص123-127، 2017.**
- وليد محمد الهادي، **سمات العلاقة بين المواطن والمسئول الحكومي كما يعكسها كاريكاتير الصحف المصرية: دراسة سيميولوجية ودلالية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع10، ص205-286، 2017.**

- Elka M. Stevens & Tyson D. King-Meadows; **Technicolor Racism or Caricature Assassination? Satirizing White Anxiety About the Obama Presidency.** Howard Journal of Communications, Volume 28, Issue 1, Pages 72-92, Published 2017. <https://0811qkpg2-1104-y-https-www-tandfonline-com.mplbci.ekb.eg/doi/abs/10.1080/10646175.2016.1237905>
- Jos Gabriëls; **Cutting the cake: the Congress of Vienna in British, French and German political caricature.** European Review of History: Revue européenne d'histoire, Volume 24, Issue 1, Pages 131-157, Published 2017. <https://0811qkpg2-1104-y-https-www-tandfonline-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1080/13507486.2016.1177714>
- سارة سعيد المغربي، صورة مصر في الكاريكاتور في صحافة العالم، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع6، ص 605-610، 2016.
- Sanjukta Sunderason; **Arts of Contradiction: Gaganendranath Tagore and the Caricatural Aesthetic of Colonial India.** South Asian Studies, Volume 32, Issue 2, Pages 129-143, Published 2016. <https://0811qkpg2-1104-y-https-www-tandfonline-com.mplbci.ekb.eg/doi/abs/10.1080/02666030.2016.1222669>
- Jerome Bourdon and Sandrine Boudana; **Controversial Cartoons in the Israeli-Palestinian Conflict: Cries of Outrage and Dialogue of the Deaf.** The International Journal of Press/Politics, Volume: 21 issue: 2, page(s): 188-208. published: April 1, 2016. https://081137sy0-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1940161215626565#_i9
- حازم حميد عودة أبو حميد، معالجة فن الكاريكاتير في الصحافة الفلسطينية للعنوان الإسرائيلي على غزة عام 2014 م : دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، فلسطين، الجامعة الإسلامية (غزة)، كلية الآداب، 2015.
- Gilbert, Christopher J; **An art of war: National character and the burden of caricature.** Ph.D. United States, Indiana University, Communication and Culture Department, 2015. <https://0811jku6d-1104-y-https-www-proquest-com.mplbci.ekb.eg/pqdtglobal/docview/1722048340/fulltextPDF/F1A7E9C896E94BB4PQ/1?accountid=178282>
- Mariam F Alkazemi, & Wayne Wanta; **Kuwaiti political cartoons during the Arab Spring: Agenda setting and self-censorship.** Journalism, Volume: 16 issue: 5, page(s): 630-653, published: July 1, 2015. <https://08113kv2-1104-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/pdf/10.1177/1464884914533072>
- سارة سعيد المغربي، المرحلة الإنتقالية في مصر كما يتناولها الكاريكاتير في الصحافة الأمريكية : دراسة في التحليل السيميولوجي، جامعة الأهرام الكندية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع2، ص 156-175، 2013.
- عماد الدين على أحمد جابر، التوظيف السياسي للكاريكاتور أثناء الحروب في الصحافة العربية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج11، ع2، ص 279-320، 2012.
- 30 هم:
- سارة سعيد المغربي، التأطير البصري لقضية الفقر في الرسوم الكاريكاتيرية: دراسة تحليلية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 19، العدد 3، ص 1-33، 2020.
- حنان عبد الوهاب عبد الحميد، أساليب توظيف البلاغة البصرية بالرسوم الكاريكاتيرية في المواقع الإخبارية المصرية نحو الأحداث الرياضية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، المجلد 2019، العدد 18، ص 1-28، 2019.
- سوبر بنت زنعاف بن فواز السهل، القضايا التربوية في رسوم الكاريكاتير في الصحافة السعودية: دراسة في تحليل المحتوى، فلسطين، المركز القومي للبحوث غزة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج1، ع1، ص 110-125، 2017.
- Matthews, Sarah F; **The Impact of the African-American Caricature on Contemporary Media.** M.A. United States, The George Washington University, Corcoran School of Arts and Design Department, 2016. <https://0811jku6d-1104-y-https-www-proquest-com.mplbci.ekb.eg/pqdtglobal/docview/1807964239/fulltextPDF/18F16EC2FD4A9D8PQ/1?accountid=178282>

- سهى بنت منيف بن صلف العتيبي، الصورة الاجتماعية للمرأة السعودية في كاريكاتير الصحافة المحلية: تحليل مضمون، السعودية، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع14، ص461-474، 2015.
- محمد حسام الدين إسماعيل، صورة العالم الإسلامي في الكاريكاتور الروسي: دراسة في التحليل السيميولوجي والثقافي من 2011 إلى 2015، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج14، ع3، ص157-222، 2015.
- محمد حسام الدين إسماعيل، تمثيلات وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في كاريكاتير الصحف العربية : دراسة حالة لثورة 25 يناير المصرية، جامعة الأهرام الكندية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع5، ص88-117، 2014.
- محمد حسام الدين إسماعيل، رجال الأعمال في خطاب الكاريكاتير : دراسة علامائية وثقافية للصحف اليومية المصرية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع39، ص253-345، 2012.
- أسماء فؤاد، صورة المرأة في الكاريكاتير بالصحف المصرية : دراسة تحليلية ميدانية في الفترة من 2004 إلى 2008، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، المجلة الاجتماعية القومية، مج48، ع2، ص113-127، 2011.
- 31 محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية، الدار المصرية اللبنانية، ص57-59.
- 32 Eirini Sifaki, and Mary Papadopoulou: **Advertising modern art: a semiotic analysis of posters used to communicate about the Turner Prize award.** Visual Communication, Volume: 14 issue: 4, Issue published: November 1, 2015. page(s): 457-484. <https://08113sj3y-1104-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1470357215593850#abstract>
- 33 *ibid.* page(s): 457-484.
- 34 Anders Björkqvall, and Arlene Archer: **Semiotics of destruction: traces on the environment.** Visual Communication, first published online: January 18, 2021. <https://08113sj3y-1104-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1470357220957375#abstract>
- 35 Lorenzo Logi, and Michele Zappavigna, **OP.** first published online: September 6, 2021.
- 36 وليد محمد الهادي، مرجع سابق، 2017. ص219 و220.
- 37 أنظر: محمد حسام الدين إسماعيل، مرجع سابق، 2012. ص301-319.
- 38 Sikana Tanupabrungsun, Jeff Hemsley: **Studying Celebrity Practices on Twitter Using a Framework for Measuring Media Richness.** Social Media + Society. Volume: 4 issue: 1, Issue published: January 1, 2018. page(s):1-11. <https://08113ybmt-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/2056305118763365>
- 39 Jolanta Aritz ,Robyn Walker, Peter W. Cardon: **Media Use in Virtual Teams of Varying Levels of Coordination.** Business and Professional Communication Quarterly. Volume: 81 issue: 2, Issue published: June 1, 2018. page(s): 222-243. <https://08113ybmt-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/2329490617723114#abstract>
- 40 ALAN R. DENNIS, SUSAN T. KINNEY, and YU-TING CAISY HUNG: **GENDER DIFFERENCES IN THE EFFECTS OF MEDIA RICHNESS.** SMALL GROUP RESEARCH, Vol. 30 No. 4, August 1999. pp405-437. <file:///C:/Users/karima/AppData/Local/Temp/104649649903000402.pdf>
- 41 Xiaoxu Yang, Jue Hou, and Zachary W Arth: **Communicating in a proper way: How people from high/low-context culture choose their media for communication.** International Communication Gazette. Volume: 83 issue: 3, Issue published: April 1, 2021. page(s): 238-259. <https://08113ybmt-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1748048520902617>
- 42 Jolanta Aritz ,Robyn Walker, Peter W. Cardon. **OP.** 2018. page(s): 222-243.
- 43 Xiaoxu Yang, Jue Hou, and Zachary W Arth. **OP.** 2021. page(s): 238-259.
- 44 Xavier Armengol, Vicenc Fernandez, Pep Simo, Jose M Sallan: **An Examination of the Effects of Self-Regulatory Focus on the Perception of the Media Richness: The Case of E-Mail.** International Journal of Business Communication. Volume: 54 issue: 4, Issue published: October 1, 2017. page(s): 394-407. <https://08113ybmt-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/2329488415572780>

45 إيمان بهجت أحمد شامية، اتجاهات الصفوة الإعلامية نحو الصحافة الإلكترونية وعوامل تطويرها دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، شعبة الصحافة، 2016. ص73-74.

46 راجع:

أ. إيمان محمد أحمد سعيد، التوظيف السياسي لتركيب الصورة الفوتوغرافية (الفوتومونتاج) في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الشباب المصري دراسة سيميولوجية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2015. ص79-80.

ب. إيمان بهجت أحمد شامية، مرجع سابق، 2016. ص74.

47 Xiaoxu Yang, Jue Hou, and Zachary W Arth. **OP.** 2021. page(s): 238-259.

48 Sikana Tanupabrungsun, Jeff Hemsley, **OP.** 2018. page(s):1-11.

49 محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثانية 2004، ص 13.

50 تم تحكيم الاستمارة من الأساتذة والخبراء التاليين؛ مرتبين أبجدياً في كل درجة:

أ.د/ نجوى كامل، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

أ.د/ شريف درويش اللبان، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

أ.د/ محمد حسام الدين، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

أ.د/ محرز غالى: أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

د. إيمان حسنى، الأستاذ المساعد بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

51 تم تحكيم الاستمارة من الأساتذة والخبراء التاليين؛ مرتبين أبجدياً في كل درجة:

أ.د/ نجوى كامل، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

أ.د/ شريف درويش اللبان، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

أ.د/ محمد حسام الدين، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

أ.د/ محرز غالى: أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.