خطاب الميمز والكوميكس المقدم عبر شبكة الفيسبوك حول أزمة فيروس كورونا (كوفيد-١٩) وعلاقته باتجاهات الجمهور حول الأزمة.. دراسة تحليلية وميدانية

د. كريمة كمال طنطاوى كامل *

ملخص الدراسة:
وظفت الدراسة مدخل التحليل السيمولوجى 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 ١ إبريل ٢٠٢٠ إلى ٣٠ يوليو ٢٠٢١ المنشورة بصفحات: اساحبى، كورونا ساركازم، فيروس كورونا. ودراسة ميدانية على عينة قوامها (٥٨٦) مفردة من متابعى الميمز والكوميكس. بالاعتماد على أدوات: تحليل المضمون وتحليل القوى الفاعلة والتحليل السميولوجى والاستبيان.
وتوصلت إلى: ظهر خلال فترة الدراسة (٤) شخصيات رئيسية بأزمة كورونا داخل الميمز والكوميكس؛ هم بالترتيب وفقاً للإجمالى العام: المواطن، كوفيد، المسئولون، الشخصية الأجنبية. ويتضح أن الصفحات تركز على الشخصيات التى يهتم بها المبحوثون خلال الأزمة. وتم صنع أيقونة لكل شخصية من خلال التيمات والدوال السيميولوجية.
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. وتضح 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 فى المطلق على مستوى العالم الفيروس شديد الخطورة ويجب الحذر منه، ولكن فى الخصوص على مستوى مصر فأنه عاجز بائس أقل أهمية من برد المروحة. ويُرد ذلك ليس لمدى خطورة الفيروس ذاته وإنما لطبيعة الشخصية المصرية سواء المواطن أو المسئول، والتى أعلت من قيمة الفهلوة والتجاهل كأسلوب لمواجهة الأزمة تم ترجمته فى عدة تيمات ساخرة أبرزها " أهتم بالفيروس يصيبك، ونفضله يسيبك".
ويلاحظ وجود تقارب بين تفضيلات المبحوثين وسمات تقديم الميمز والكوميكس بالصفحات الثلاث؛ من حيث: التركيز على مضامين مثل أعداد الإصابات بمصر، سلوكيات المواطنين خلال الأزمة، القرارات الرسمية والاحترازية. وتفضيل استخدام قوالب: الأفلام، صورة فوتوغرافيا، إنفوجراف. وتفضيل الاعتماد على اللهجة العامية فى النص المصاحب للميمز والكوميكس. وتفضيل الاعتماد على آليات السخرية التالية بالترتيب: المحاكاة الساخرة، أوضاع الجسم وحركاته، الاستنكار والتساؤل، حكم وأمثال.
الكلمات المفتاحية: كوفيد ١٩، فيروس كورونا، ميمز، كوميكس، سيمولوجيا، خطاب.

* مدرس 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

Abstract:

This study employed the semiological analysis and richness theory as a theoretical frame 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: According to the results of the analytical and field study: there were (4) active players in memes and comics during corona virus crisis; They are in order according to the overall total: 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 memes and comics published on Facebook pages about the Corona crisis and the audience attitudes towards the crisis and its active players. This relation becomes especially clear when linking the main idea (theme) within the memes and comics under study and the audience's attitudes towards these themes.

As it turns out that both the audience and the memes/comics think that: globally The virus is very dangerous and we should beware of it. 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."

There is a convergence between the audience's preferences and the features of presenting memes and comics on the three pages; In terms of: Focusing on contents such as the number of injuries in Egypt, the behavior of citizens during the crisis, official decisions - the use of film templates, photographs, infographics - relying on the colloquial dialect - relying on the following methods of irony in order: parody, body postures, condemnation and questioning, judgment and proverbs.

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

المقدمة:

يشهد العالم بدءاً من نهايات عام ٢٠١٩ أزمة صحية عالمية تم تصنيفها كوباء؛ وهى: فيروس كورونا (كوفيد-١٩). وأفرزت هذه الأزمة ثلاث مضامين أساسية عبر الوسائط الإعلامية المختلفة؛ هم: المضمون الجاد – الشائعات – الميمز والكوميكس أو التغطية الساخرة.

وتعد التغطية الساخرة مرادفاً 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 أو لتيمبليتس؛ وهى القوالب الجاهزة المستمدة من ثقافة المَشاهد والجمل المشهورة من الأفلام والمسلسلات والبرامج والأغانى)، مما يُمكن الشخص العادى من إنتاجه بينما الكاريكاتير يحتاج لرسامين متخصصين ذو موهبة. 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 الثقافى[١]، ويمكنها تعزيز الشعور بالمجتمع[٢]. وتمتد لتشمل الرسوم الثابتة والمتحركة، وإن كانت الرسوم المتحركة لم تلقى بعد الاهتمام الكافى بالدراسات[٣]. 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 جديدة[٤]. وإن كان كلاهما يركزان على بناء الشخصية من خلال لغة الجسد.

وظهر مصطلح الميمز "meme" لأول مرة عام ١٩٧٦ على يد دوكينز للإشارة إلى الانتشار الفيروسى لفكرة ما. وأصل المصطلح مأخوذ من الكلمة اليونانية "minema"، أى الشئ الذى يتم تقليده. وعرفه القاموس الأمريكى باعتباره "فكرةً أو سلوكاً أو أسلوباً أو استخداماً ينتشر من شخص لأخر داخل ثقافة". وتتحول الميمات من حدث واحد إلى ظاهرة اجتماعية مشتركة من خلال عمليات التقليد أو النسخ أو المحاكاة[٥]. وتم توجيه انتقادات عديدة لمصطلح دوكينز؛ أبرزها: 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 ٢٠٠٩ بأنها: جزء من الثقافة، عادةً نكتة، تكتسب تأثيراً من خلال الإرسال عبر الإنترنت". ويتضح من ذلك أن الإنترنت غَيّر الفكرة ذاتها؛ فبدلاً من التحول والانتشار عن طريق الصدفة العشوائية، يتم تغيير ميمات الإنترنت عن عمد من خلال الإبداع البشرى[٦].

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[٧]. وبالتالى لا يتطلب الأمر أكثر من مرسل لديه حالة نفسية

معينة، ولديه دافع محدد، ويستخدم أسلوباً فكاهياً خاصاً، لينشأ الميم ويوزعه عبر أى منصة وسائط اجتماعية[٨].

إذاً يُقصد بالكوميكس كمصطلح: مجموعة الصور الساخرة التى تشكل فى مجموعها قصة ذات دلالة بحيث يكون لها بداية وحبكة ونهاية، مثل قصص الأطفال المصورة. ويتضح أن مع التقدم التكنولوجى وظهور التقنيات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعى تم الاعتماد على الرسم الساخر كوحدة موضوعية جامعة مانعة للفكرة وليس كبناء داخل قصة. ثم تطور داخل مجتمع السوشيال ميديا وأصبح يعرف بالميمز Memes (وإن كان الباحثون العرب مازالوا يسمونه كوميكس أو وبيكوميكس) 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 هى فى 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 بالى"، "الوعى"، "مش أرقامى" فهى ميمز. ولا يقف الميم عند حد توحيد لفظ بل يمكن أن يعتمد على عنصر بصرى مثل الاستخدام الموحد لصورة عبلة 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 التى يستخدمها جمهور وسائل التواصل الاجتماعى للتعبير عن تخوفاتهم من أزمة فيروس كورونا وأرائهم فى الإجراءات والقرارات الاحترازية المحلية والدولية التى يتم اتخاذها بشأنه.

وبدأت أزمة كورونا فى ٣١ ديسمبر ٢٠١٩ حين تم اكتشاف مجموعة من حالات الإلتهاب الرئوى مجهول السبب بمدينة ووهان بمقاطعة هوبى الصينية. وأعلنت منظمة الصحة العالمية (WHO) بشكل رسمى فى ٣٠ يناير ٢٠٢٠ أن الفيروس يشكل حالة طوارئ صحية عامة تبعث على القلق الدولى. ونظراً لشدة المرض وتزايد الحالات خارج الصين، وصفت منظمة الصحة العالمية فى ١١ مارس ٢٠٢٠ المرض بالجائحة.[٩] وتكتمت وسائل الإعلام فى بعض الدول عن المرض ببداياته؛ مثل أندونسيا[١٠] إلا أن مع انتشاره زادت التغطية حوله فى وسائل الإعلام وعبر الشبكات الاجتماعية بما وفر معلومات ووجهات نظر متنوعة للجمهور[١١].

وتستطيع الميمز والكوميكس فى ظل هذه الأزمة أن توفر لجمهورها بالإضافة للتلخيص والتبسيط والفكاهة؛ أربعة أمور أساسية؛ هم: إلتماس المعلومات، تسهيل التفاعل الاجتماعى، التحرر العاطفى، الهروب من التوتر.

ويُقصد بإلتماس المعلومات؛ الحصول على المعلومات التى يحتاج إليها الجمهور أو يرغب فيها سواء بوعى أو بدون وعى، لتوجيه سلوكه أو فهمه. ويُقصد بتسهيل التفاعل الاجتماعى؛ أنها تزود الجمهور بمعلومات وأرضيات مشتركة للمحادثات. ويُقصد بالتحرر العاطفى؛ 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 نتناسى همومنا ومشكلاتنا.[١٢]

يتضح من هذه الوظائف ضرورة التعامل مع الميمز والكوميكس كخطاب إعلامى، يستفيد من إمكانيات البيئة الرقمية الفائقة للتأثير فى الجمهور. ويستغل هذا الخطاب الساخر حداثة الأزمة

وقلة المعلومات الرسمية المحلية والدولية عنها، لكى يقدم نقد سلبى وإيجابى يتجاوز المخاطر الصحية للفيروس إلى تبعاته بالمجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المختلفة. ويعكس كذلك تمكين المواطن وقدرته على تشكيل صورة لسلوكيات الفرد والدولة والمجتمع الدولى. وتكمن خطورته كما أشارت بعض الدراسات السابقة إلى أنه قد يؤدى للتنميط مما يخلق التنمر، وقد يؤدى لتأجيج الأزمة خصوصاً إذا كان هناك ضعف أو غياب للتشريعات الرقمية.

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

ويتبين أن الجمهور يعلم أنه ينبغى أن يتعلم من وسائل الإعلام، ولكنه لا يتعرض للإعلام الترفيهى بهدف الحصول على المعلومات وإنما للتسلية. وهم فى الغالب أقل إدراكاً إلى أن التعلم أو المعرفة يمكن أن تؤخذ من الترفيه. بينما تؤكد الأدلة الأكاديمية والبحثية أن الأفراد بالفعل يتعلمون من التسلية.[١٣] وتكمن خطورة ذلك فى أن الجمهور يكون أقل انتقاداً لمعلومات التسلية وبالتالى يمكن أن تؤثر بسهولة على اتجاهاته دون أن يشعر.

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

◄ <u>الدراسات السابقة:</u>

رصدت الباحثة الدراسات التى اهتمت بالرسوم والأشكال الساخرة منذ بداية عام ٢٠١٠. وتم تقسيمهم إلى ثلاث محاور أساسية؛ هم: المحور الأول: الدراسات التى اهتمت بالميمز (٢٣ دراسة أجنبية). المحور الثانى: الدراسات التى اهتمت بالكوميكس (٩ دراسات عربية و٨ دراسات أجنبية). المحور الثالث: الدراسات التى اهتمت بالكاريكاتير (٢٤دراسة عربية و١٣دراسة أجنبية). وفيما يلى مناقشة لأهم نتائجهم بشكل مقارن.

المحور الأول: الدراسات التى اهتمت بالميمز:

- استهدفت بعض الدراسات عرض **سمات تقديم الميمز**[١٤]: (Renira Rampazzo &other-2018) و(Lisa Ellen-2018) و(Viriya Taecharungroj & other-2015) و(Diana Rieger &other-2019) و(Tali Aharoni-2019) وتوصلوا إلى وجود إستراتجيات محددة للتقديم؛ كالتالى:

* تقوم الميمز على فكرة المحاكاة - ويتعلق فحص الميمات بأسئلة حول الطرق التى تمكن للجمهور من إنشاء معنى النص – وتنتشر الميمز أكثر على منصتى الفيسبوك واليوتيوب - وتعتمد الميمز على الدعابة القائمة على السخرية والسخافة، والدعابة المعتمدة على العدوانية أو ما يعرف بأسلوب هزم الذات - وتتكون الميمات بشكل عام من صور مبسطة ومنخفضة الجودة، والتركيز ينصب على الرسالة؛ والتى تستند على الدعابة وبعض أشكال النقد السياسى أو الثقافى - وتعتمد الميمات الناجحة بشكل أساسى على المحاكاة الساخرة والتلاعب بالصور والتناص والتجسيد والمبالغة والتورية والمقارنة كأساليب للدعابة.

* اعتمدت الميمز بالبدايات على اللغة الإنجليزية وكانت تركز على الموضوعات العالمية، وأصبحت منذ أواخر العقد الأول من القرن الـ٢١ أكثر محلية بشكل متزايد – وتلعب الميمات غالباً على الأسطورة الثقافية لتعزيز تأثيرها. وتؤدى لتشكيل الذاكرة المجتمعية حول الأحداث والأشخاص - وتتطلب جمهور نشط يؤدى تفاعله لانتشار الميم - ويمكن للجهات المسئولة إنتاج ميمات كشكل غير تقليدى للرد على النقد الموجه لها، وللتوعية.

- واستهدفت دراسات بحث **علاقة الميمز بالثقافة**[١٥]: (Asaf Nissenbaum &other-2017) و(Bradley E Wiggins &other-2015)، و(Junhua Wang &other-2015) و(Limor Shifman-2014). وتوصلت إلى أن للميمز دوراً فى تعزيز الثقافة الرقمية التشاركية، ويمكن اعتبارها ركائز ثقافية عالية القيمة قد تمتد لتصبح بوصلات قيمية. وإن كان يجب أن ندرك أن الثقافة لا تتكون كلها من الميمات؛ فالميم 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 السياسى للميمز وأهميته[١٦] (Tina Askanius-2021) و(Natalia Mielczarek-2020) و(Liew Kai Khiun-2015) و(An Xiao Mina-2014)، ودراسات تهتم بتأثيرات الميمز السياسى على الجمهور[١٧] (Bradley E Wiggins- 2020) و(Joel Penney- 2020). ودراسات تهتم بكلاهما[١٨]؛ الدور والتأثير: (Ioana Literat &other-2019) و(Adeyemi Adegoju &other-2015).

وتوصلت الدراسات التى تهتم بالدور السياسى للميمز وأهميته؛ إلى أن: الميمز أحد أكثر أشكال الدعابة السياسية شيوعاً على الإنترنت. وتقوم على اختيار أهداف خارج المجموعة الداخلية يتم انتقاد سلوكهم لأغراض أيديولوجية. وتتميز بسرعة الانتشار نتيجة للاعتماد على الهاشتاج. وتعد ببعض الدول ذات الرقابة الصارمة مثل الصين أداة مهمة للنقد تتجنب آليات الرقابة. وقد تكون الميمز أداة لنقد الواقع وإعادة التفاوض بشأنه لإيجاد نهاية أفضل، مثل الميمات التى اعتمدت على صورة جثة اللاجئ السورى الطفل أيلان الذى جرفت المياه جثته على أحد شواطئ تركيا فى ٢٠١٥، وهى ما عرفت بالميمات الجنائزية.

وتمثل الميمز أيضاً نافذة يمكن من خلالها معرفة الخطابات المؤيدة والمعارضة للجمهور حول الشخصيات السياسية؛ مثل: المرشحون كالميمز المقدمة عن ترامب - المسئولون كرئيس وزراء سنغافورة "لى" واستخدام صورته كمحاكاة ساخرة للأبوية الراسخة - الحركات كحركة النازيين الجدد بالسويد، والتى تقدم ميمز تروج للعنصرية كمزحة؛ وهو ما يعرف بنكات الكراهية.

وتوصلت الدراسات التى تهتم بتأثيرات الميمز السياسى على الجمهور؛ إلى أن: ميمات الإنترنت تعد منفذ للشباب للتعبير السياسى الجماعى عن وجهة نظرهم، حيث تسمح بالتواصل عن عمد مع جمهور له نفس التفكير والمعتقدات. 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 الدعابة السياسية التى توفرها الميمز يمكن أن تكون معززة أو مدمرة.

●وظهرت دراسات تهتم ببحث **بعض القضايا الأخرى التى قدمها الميمز**[١٩]، وتبين أن هذه الدراسات تؤكد على خطورة الميمز كأدوت تعكس الطبقية والعنصرية وتحدى القانون. مما يتضح معه تجذر الصور النمطية لدى الجمهور. وأبرز تلك القضايا التى تم تقديمها:
(١) ميمز الرياضة (Nikolas Dickerson-2016) وتوصلت إلى أنها: تعزز تنميط اللاعبين فيما يخص العرق والنوع؛ حيث التركيز على الرجل الأبيض كنموذج للتفوق الأخلاقى، إضافة لتجاهل تمثيل النساء. (٢) ميمز الجريمة المقلدة (Ray Surette-2020) وتوصلت إلى أنه: قد تؤدى الميمز لانتشار الجريمة المقلدة؛ مثال: تحدى ركوب الشبح ٢٠٠٦ بأمريكا. لأنها تشجع على تقليدها خصوصاً إذا كانت قائمة على التحدى.
(٣) ميمز رجال الشرطة (Mark A Wood &other-2021) و(Petra Saskia &other-2016) وتوصلت إلى أن: الميمز تلعب دوراً فى تأطير الخطابات العامة حول الشرطة، وتمكن الأشخاص من انتقاد مؤسسة لا يتحكموا فيها كثيراً، بل وتدمير سمعة تلك المؤسسات- ويمكن للشرطة أيضاً أن توظف الميمات لإعادة بناء صورتها والتواصل مع المواطنين بالاعتماد على الفكاهة.
(٤) ميمز كبار السن (Si Yu Lee &other- 2021) وتوصلت إلى أن: الميمات صورت كبار السن غالباً بطريقة مهينة باستخدام مواضيع تمييزية مثل الطفولة والبربرية. وركزت على صفات: عدم النضوج، الاعتماد على الأخرين، وأن لديهم أذواق ثقافية رديئة. (٥) ميمز الإيجابية (Christoph Klimmt &other-2019) وتوصلت إلى أن: الأفلام توفر أحياناً محتوى إيجابى ملهم يتم توظيفه لإنتاج ميمز تركز على الإيجابية والسعادة، ويشار إليها بمصطلح 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 يوضح أن الذكور والإناث يظهرون تفاعلات نفسية مماثلة.

المحور الثانى: الدراسات التى 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)[٢٠]. 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، وبين الواقعى التقليدى والشخصى العاطفى، 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 ميلاً إلى تحديد السلطات ذات الصلة، وإظهار الصلات بالسياسة، ويركز على ما هو أكثر سلبية.
بينما أطلق عليه (سعيد محمد – ٢٠١٨)[٢١] الويبكوميكس، ويعد أبرز سماته: التركيز على الأحداث الجارية، استخدام اللغة العربية العامية، توظيف الرموز البصرية واللفظية. ويستخدم عدة أساليب إقناع، أبرزها التلاعب اللفظى. وتعددت سيميولوجياً آليات الإضحاك والسخرية، وأبرزها: أوضاع الجسم وحركاته، المفارقة الساخرة، التهويل والتهوين، استخدام أشكال مضحكة، التضارب بالمواقف، سوء الفهم والإلتباس.

●واستهدفت دراسات معرفة **لماذا يستخدم المراهقون الكوميكس وصفحاته**[٢٢] (محمد معوض-٢٠١٨) و(حنان محمد -٢٠١٧). وتوضح النتائج أن ٩٢,٥% من المبحوثين مشتركون فى صفحات الكوميكس بشبكات التواصل الاجتماعى، مما يوضح الاعتماد الكثيف على هذه الصفحات، والغالبية تثق بدرجة كبيرة فى الإعلانات التجارية والمعلومات التى تقدمها هذه الصفحات. وتبين أن للكوميكس أهمية كبيرة بالنسبة للمراهقين من الذكور والإناث، وأنهم يستخدمون الكوميكس خاصة المنشورة عبر شبكة الفيسبوك ثم موقع يوتيوب ثم انستجرام. وتمثلت أبرز الدوافع فى: قضاء وقت الفراغ، ثم وسيلة تزودنى بالكثير من الأخبار، وتمثلت أبرز الإشباعات فى: الترفية والتسلية، ثم الشعور بزيادة المعرفة والمعلومات حول الموضوعات المثارة.

● واهتمت الدراسات السابقة **بالكوميكس السياسية**[٢٣]، حيث فحصت الدور السياسى للكوميكس وأهميته وتأثيره على الجمهور: (هنا جلال-٢٠٢٠) و(بشير كامل-٢٠١٨) و(وسام نصر-٢٠١٨) و(Todd Schack-2014) و(إسلام أحمد-٢٠١٣).

وتوصلت الدراسات فيما يخص الدور السياسى 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 التى تمزج الكلمات والصور. وتعد "وسيلة فورية، تلقى بالقارئ لزمان ومكان الحدث السياسى، والفورية تمتد لتشمل الفورية البصرية والعاطفية. وتقدم الكوميكس صور افتراضية تحاكى الواقع السياسى القائم بالفعل وتجسد ملامحه وأبعاده. وتتعدد مجالات السخرية السياسية، وأبرزها السخرية من القادة والحكام، والمسئولين، والأوضاع الاقتصادية والسياسية، وسلبية وضعف المواطن. وتبين أن أهم القضايا السياسية التى تعالجها الكوميكس؛ هى: الفساد الاجتماعى والإدارى، الصراع السياسى، الانتخابات، التطرف والعنف.

وتوصلت الدراسات فيما يخص تأثيرات الكوميكس السياسى على الجمهور: إلى أن بعض الدراسات توضح وجود دور إيجابى تمثل فى: المعرفة بالأحوال السياسية وتشكيل الاتجاهات، 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 والإشباعات المتحققة.

وتوصلت الدراسات فيما يخص مدى متابعة الجمهور للكوميكس 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 بالهموم 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.

●وظهرت دراسات تهتم ببحث **بعض القضايا الأخرى التى قدمها الكوميكس**[٢٤]، وبينت نتائج دراسة (Caty Borum & other-2021) التأثير الإيجابى للتعاون بين التغطية الاستقصائية والتغطية الكوميدية 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 الكوميدية (الدعابة والمصداقية والإعجاب). ويجب التأكيد على أن الكوميديا ليست حلاً سحرياً أو بديلاً 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 قولبة الشخصية دون مراعاة الفروق الفردية؛ وذلك من خلال: التنكير، استخدام صيغ الجمع، الإحالة الجمعية، الإلتفات من ضمير المتكلم للمخاطب. فنجد أن: (١) الكوميكس الرياضية (إسماعيل عبد الرازق-٢٠٢١) تستخدم المصطلحات التهكمية والاستهزائية والألفاظ الخارجة فى التعليق. وتكرث لأفكار 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.

(٢) الكوميكس والتنمر (راللا أحمد-٢٠٢٠): حيث اتضح أن للصفحات الساخرة دور فى زيادة ظاهرة التنمر. ولذا أيد المبحوثون ضرورة فرض رقابة عليها.

(٣) كوميكس الامتحانات (عزة شبل- ٢٠١٨) تؤدى لبناء مفهوم عام؛ هو: أزمة الامتحانات. وتقوم على العبث بالقيم من خلال تقبيح الحسن وتحسين القبيح لعمل المفارقات وتغليف الخطاب بالطابع الكوميدى. (٤) كوميكس علاقة المرأة والرجل (سلوى أحمد-٢٠١٥) يرى المبحوثون أن لها تأثير سلبى، وترسخ لسمات مشوهة لصورة الرجل والمرأة، وتجعل هناك تخوف من الزواج. وتستخدم أساليب إقناعية؛ مثل: المبالغة والسخرية من الطرف الأخر، 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 هى 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؛ هى: المعالجة بشكل ساخر، تعبر الرسوم عما بداخل المبحوثين، التسلية وقضاء وقت الفراغ، الهروب من مشكلات الحياة.

المحور الثالث: الدراسات التى اهتمت بالكاريكاتير:

●اهتمت بعض الدراسات ببحث **مفهوم الكاريكاتير وأهميته وسماته**[٢٥] (إيناس محمود-٢٠١٧) و(سعيد محمد-٢٠١٧) و(أمال عامر-٢٠١٦) و(Lopez, Josephine-2015)

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 الكتابات الأخرى، هو الغرض الأخلاقى للساخر؛ وهو: الرغبة فى "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 فى الطرح وعمق التأثير، وتمثيل الأفكار المجردة والدول بشخصيات ذات خصائص محددة. وتتمثل أبرز أساليب الإقناع المستخدمة بالكاريكاتير؛ فى: التلاعب اللفظى، التجسيد، الرموز الدينية والثقافية، الأمثال والحكم الشعبية، التشخيص. وتتمثل أبرز آليات الإضحاك؛ فى: أوضاع الجسم وحركاته، استخدام أشكال مضحكة بالرسم، التهويل والمبالغة، النكتة المكتوبة، المفارقة، التهوين، التضارب بالمواقف، الفهم الحرفى للأمور، سوء الفهم أو الإلتباس. واتضح أن تعرض المراهقين للكاريكاتير وتداولهم له عبر مواقع التواصل الاجتماعى له علاقته بتنمية بعض القدرات الإبداعية لديهم؛ وهى: الأصالة والمرونة والإحساس بالمشكلات.

●واستهدفت بعض الدراسات التعرف على **مدارسه وإشكالياته**[٢٦] (نورة شلوش-٢٠١٨) و(سحر يوسف-٢٠١٥) و(Nyongesa – 2012) و(Coyle, Heather-2011) و(Thomas, Julie-2010). وتوصلت إلى أن: مسألة إساءة الكاريكاتير للمقدسات من القضايا الحساسة التى تطرح الكثير من الإشكاليات بين معارض ومؤيد. ويتضح أن على 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 ١٨٧٨ و١٩١٨ 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 فأنه أما أن يكون بالرسم فقط أو بالتعليق مع الرسم. وله ثلاث مدارس رئيسية؛ هم: المدرسة الأوروبية الغربية: شكل كلاسيكى للشخصيات المرسومة، تعليق على شكل نكته 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 بالون متصل بفم الشخصية.

●واهتمت دراسات عربية **برسامى الكاريكاتير**[٢٧] (حسنية بلحاج-٢٠١٤) و(ثروت فتحى-٢٠١٣). وتوصلت إلى أن: الرسامين يتحدوا الضغوطات المفروضة عليهم لترجمة معاناة الشعب، ويجب أن يُعايش 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.

●واستهدفت بعض الدراسات البحث فى أهمية **الكاريكاتير السياسى**[٢٨] (Yingchi Chu-2021) و(عادل صيد-٢٠١٦)، وتوصلت 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 المسئولين. ويتخطى الخطاب الكاريكاتورى عامة عنصرى اللغة والجغرافيا، مما يجعله منوطاً بتنمية وتعزيز المنظومة الثقافية والسياسية والأخلاقية للمجتمعات البشرية. وبالتالى لابد من تكييف موضوعاته، ليؤكد على: الحرية بدلاً من السلطوية، المعرفة بدلاً من الإمتلاك المادى، العمل بدلاً من حظوة السلطة والمال، المؤسسات بديلاً للفردية، الإبداع بدلاً من التقليد، التعاقد الاجتماعى بدلاً من الولاءات الضيقة، الكفاءة بدلاً من المحسوبية.

●ويتضح أن غالبية الدراسات اهتمت **بالشخصيات والقضايا التى يهتم بها الكاريكاتير السياسى**[٢٩]؛ كالتالى: **شخصيات الحكام والدول** (Elka M & other-2017) و(Jos Gabriëls-2017) و(سارة سعيد-٢٠١٦). **موضوعات الحرب والثورات** سواء الهندية (Sanjukta Sunderason-2016) أو الأمريكية (Gilbert, Christopher-2015) أو الربيع العربى (أميرة محمد-٢٠١٧) و(Mariam F Alkazemi, & other-2015) و(سارة سعيد-٢٠١٣). **القضية الفلسطينية الإسرائيلية** (أحمد جهاد-٢٠١٩) و(Jerome Bourdon and other-2016) و(حازم حميد-٢٠١٥) و(عماد الدين على-٢٠١٢). قضية **العلاقة بين المواطن والمسئول الحكومى** (سارة فايز-٢٠١٧) و(وليد محمد-٢٠١٧). وتوصلت هذه الدراسات إلى الأتى:

* شخصيات الحكام والدول؛ يتضح أنه: يمكن استخدام الكاريكاتير بشكل يتسق مع مخاوف الجماهير، كما حدث مع الرئيس الأمريكى أوباما. أو استخدامه للتنديد، كما قدم رساموا الكاريكاتير أثناء مؤتمر فيينا ١٨١٥ رسوماتهم عن مستقبل أوروبا للتنديد بالجشع الأقليمى للقوى العظمى وتجاهلها لتطلعات الشعوب. أو استخدامه لتكريس صورة نمطية عن دولة؛ كما يحدث مع صورة مصر فى الصحافة العالمية. فيتضح أنها صورة ناقصة وغير مكتملة، وأنها غير ودية تضم الكثير من التحيزات وتشير لها بأصابع الاتهام.

* موضوعات الحرب والثورات؛ ويتضح أن: استطاع الرسام الهندى طاغور بأوائل القرن العشرين أن يعبر عن فترة الاستعمار، وتصوير المقاومة. ونجد فى فترات الحروب بأمريكا أن الرسوم الكاريكاتورية مثلت أزمة الهوية الوطنية سواء لأغراض دعائية أو لمعارضة الحرب. وظهر اهتمام واضح بثورات الربيع العربى بالكاريكاتير. فاتضح: سلبية المرحلة الإنتقالية بمصر فى رسوم الكاريكاتير بالصحافة الأمريكية؛ حيث التركيز على الصراع على السلطة وتنامى دور تيارات الإسلام السياسى. كما استطاعت الرسوم الكاريكاتورية أن تقدم توصيفاً دقيقاً للشخصيات والواقع بالمنطقة بعد الثورات فى سوريا والعراق واليمن. واعتمد الرسامون على المساحات الملونة، والفضاءات الدلالية والإيحاءات الرمزية التى عكست حجم المعاناة التى يعيشها العالم العربى. حتى الدول التى لم تشهد ثورات مثل الكويت، شهدت خلال هذه الفترة حراكاً كاريكاتورياً انتقد السياسة والحكومة والاقتصاد الكويتيين.

* القضية الفلسطينية الإسرائيلية: اتفقت الدراسات على أن: الكاريكاتير استطاع أن ينقل الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة بصورة ساخرة وضاحكة وباكية بآن واحد. 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 التى يُنظر إليها على أنها تضطهد الفلسطينيين، الذين يُعرفون بأنهم الجانب الأضعف.

* العلاقة بين المواطن والمسئول الحكومى: ركزت الرسوم الكاريكاتورية على: القضايا الاقتصادية ذات الطابع السلبى، وأن الحكومة مسئولة عن سوء أوضاع المواطن. وظهر المواطن دائماً بجسد نحيف هزيل ووجهه يعكس تعبيرات الإجهاد والألم. وظهر المسئول الحكومى ببدلة أنيقة ونظارة شمس سوداء وكان ذا قوام ممتلئ.

●واهتمت الدراسات خاصة العربية ببحث **قضايا أخرى قدمها الكاريكاتير**[٣٠]؛ وتبين خطورة التواتر النمطى للصور المتشكلة عن القضايا والأشخاص فى رسوم الكاريكاتير؛ وتمثلت القضايا التى ظهرت بالدراسات فى:

(١) الفقر (سارة سعيد-٢٠٢٠)؛ وتوصلت إلى أن: القضية لا تحوذ على اهتمام الكاريكاتير بالقدر الكافى، ويتم ربطها بالأزمات الدولية والمشكلات المحلية. ويتم تقديمها بأطر سطحية لا تتطرق لأصل المشكلة، ولا تقدم حلولاً، بل تقدم الكثير من الوصف لحالة الفقر والفقراء وألقاء اللوم على الحكومة. (٢) الرياضة (حنان عبد الوهاب-٢٠١٩)؛ وتوصلت إلى أن: يعتمد الكاريكاتير على الشخصية الرمزية أكثر من الفعلية، ويركز على فكرة الهزيمة والإحباط وعدم تحقيق أمال الجمهور. ويظهر الاعتماد على الكناية والتشبيه والمجاز كأدوات للبلاغة البصرية. (٣) التعليم (سوير بنت زنعاف-٢٠١٧)؛ وتوصلت إلى: قلة الاهتمام بقضايا التربية. وتركز فى حالة ظهورها على القضايا المتعلقة بالطالب ثم المعلم ثم بالبيئة التعليمية ثم المقررات الدراسية. وتحمل اتجاه ناقد.

(٤) السود (Matthews, Sarah-2016)؛ وتوصلت إلى: وجود رسوم كاريكاتورية سلبية للأمريكيين الأفارقة. وتركز على أنهم عنيفون أو كسالى. وبالتالى تلحق الضرر بجميع الأجناس حيث التحفز من قِبل باقى أفراد المجتمع، وتدنى احترام الذات لدى السود.

(٥) العالم الإسلامى (محمد حسام-٢٠١٥)؛ وتوصلت إلى أن: وسائل الإعلام الروسية تركز على الصورة السلبية للجماعات المتطرفة والمسلحة. ولأن الكاريكاتير فن اختصارى تعميمى فيظهر به أفكار بسيطة مثل: مخاطر انتشار الإسلام كدين فى أوروبا، وتخلف المسلمين الحضارى واختلافهم عن الأخر الروسى الأرثوذكسى المتمدن.

(٦) المرأة (سهى بنت منيف-٢٠١٥) و(أسماء فؤاد-٢٠١١)؛ وتوصلت إلى: غلبة السمات السلبية للمرأة فى رسوم الكاريكاتير، وأبرزها: سمينة، سطحية، حمقاء وغيورة. وتمثلت أبرز مشكلاتها فى: الحرمان من الحقوق الاجتماعية والاقتصادية والقانونية والسياسية. وأكدت القضايا الخاصة بالمرأة تكراراً؛ على: النظرة المجتمعية الدونية لها، وأنها سبب انحراف الرجل. ولم يؤثر نوع الرسام على الصورة المرسومة، واتضح وجود تناقض بين الصورة الذهنية للمرأة لدى الرسامين وبين الصورة الإعلامية لها برسوماتهم. بما يعكس: عدم وجود محاولات لتغيير النماذج المتوارثة عن صورة المرأة.

(٧) وسائل الإعلام (محمد حسام-٢٠١٤)؛ وتوصلت إلى أن: الرسوم الكاريكاترية بالصحف العربية توصم الوسائل التقليدية خاصة الرسمية بتشبيهات الضعف، بينما تم تشبيه الإعلام الجديد وخاصة مواقع التواصل الاجتماعى بكل تشبيهات القوة والتأثير. (٨) رجال الأعمال (محمد حسام-٢٠١٢)؛ وتوصلت إلى أنه: ظهر الاعتماد على دوال تصنع وصف وتراكم سلبى حولهم. وأبرزها أنه: متوسط العمر، بدين، أصلع، غليظ الملامح، ذو أنف متشامخ، يرتدى الحلة الغربية الرسمية، حليق الوجه، يرتدى نظارة شمسية، يحمل أكياس دولارية ضخمة، يدخن السيجار، حجمه يفوق أحجام الشخوص المحيطة به.

التعليق على الدراسات السابقة:

يُظهر مسح التراث العلمى أوجه التشابه والتباين بين اهتمامات دراسات الصحافة المصرية والعربية ودراسات الصحافة الأجنبية بمجال الرسوم والأشكال الساخرة والتى شملت الميمز والكوميكس والكاريكاتير؛ وذلك كالتالى:

أ. من حيث الأهداف: اهتمت معظم الدراسات العربية بالكاريكاتير (٢٤ دراسة) عن الكوميكس (٩ دراسات) وغاب عنها تماماً دراسة الميمز، وذلك بالدول التالية بالترتيب: مصر ثم الجزائر ثم السعودية وفلسطين وروسيا. بينما اهتمت الدراسات الأجنبية بالميمز (٢٣ دراسة) ثم الكاريكاتير (١٣ دراسة) والكوميكس (٨ دراسات) بالدول التالية بالترتيب: الولايات المتحدة الأمريكية، ثم: بريطانيا، ألمانيا، فرنسا، الهند، المكسيك، الكويت، السويد، الصين، أستراليا، نيجيريا، سنغافورة. ويتضح بالمقارنة بين الدراسات الإجنبية والعربية؛ أن:

استهدفت الدراسات الأجنبية فيما يخص الميمز توضيح المصطلح وعرض سمات التقديم، وبحث علاقة الميمز بالثقافة، واستعراض كيف تم تقديم قضايا محددة؛ مثل: الرياضة والجريمة المقلدة ورجال الشرطة وكبار السن والإيجابية. وركزت على وظائف الميمز السياسية.

ويلاحظ فيما يخص الكوميكس والكاريكاتير أن الدراسات العربية والأجنبية لم تختلفا فى نوعية الأهداف وإنما فى حجم الاهتمام؛ كالتالى: أولاً: الكوميكس: اهتمت الدراسات الأجنبية أكثر بعرض إستراتجيات تقديمه، بينما اهتمت الدراسات العربية ببحث لماذا يستخدمه المراهقون. ويلاحظ فيما يخص القضايا التى قدمها الكوميكس أن الدراسات العربية كانت أكثر تنوعاً فاهتمت بقضايا مثل: الرياضة، التنمر، الإمتحانات، العلاقة بين الرجل والمرأة. بينما اهتمت الدراسات الأجنبية بقضية التلوث البيئى السام فقط. واهتمت عدة دراسات عربية بتوضيح تأثيرات الكوميكس السياسى والقضايا والشخصيات التى 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 بالدوريات الإلكترونية. بينما ركزت الدراسات العربية فقط على توضيح الخصائص العامة للكاريكاتير. واهتمت الدراسات العربية ببحث قضايا متعددة مثل: الفقر، الرياضة، التعليم، صورة العالم الإسلامى، صورة المرأة، صورة وسائل الإعلام، صورة رجال الأعمال. بينما اهتمت الدراسات الأجنبية بصورة السود فقط. واشتركت الدراسات العربية والأجنبية فى الاهتمام بالكاريكاتير السياسى وتوضيح أهميته، والموضوعات والشخصيات التى يركز عليها مثل: المواطنون والحكام والدول والثورات والحروب وبعض القضايا مثل الصراع العربى الإسرائيلى.

ب. من حيث المناهج: استخدمت الدراسات العربية بشكل أساسى منهج المسح الإعلامى؛ سواء بشكل منفرد أو بالإضافة لمناهج أخرى؛ هم بالترتيب: أسلوب المقارنة المنهجية ثم منهج دراسة الحالة والمنهج الوصفى التحليلى ثم منهج العلاقات المتبادلة ومنهج التحليل البنيوى. بينما استخدمت الدراسات الأجنبية بشكل أساسى منهج المسح ثم منهج دراسة الحالة ثم منهج التحليل التاريخى ثم أسلوب المقارنة المنهجية.

جـ. الأدوات: اعتمدت الدراسات العربية بشكل أساسى على أداة تحليل المضمون، تلاها صحيفة الاستبيان والتحليل السيميائى، ثم المقابلة المتعمقة. وتم توظيف الأدوات التالية مرة واحدة: تحليل السياق، تحليل القوى الفاعلة، مسارات البرهنة، التحليل الدلالى، التحليل الثقافى. بينما اعتمدت الدراسات الأجنبية بشكل أساسى على أداة التحليل السيميولوجى وتحليل المضمون، وتم توظيف الأدوات التالية مرة واحدة: صحيفة الاستبيان، المقابلة المتعمقة، تحليل الخطاب، تحليل السياق.

د. النظريات: فيما يخص الدراسات العربية: ظهرت (٨) دراسات لم توظف مدخل نظرى، والدراسات الأخرى وظفت النظريات والمداخل التالية بالترتيب: الاستخدامات والإشباعات ومدخل التحليل السيميولوجى، ثم تحليل الأطر والصورة الذهنية والتحليل الثقافى، ثم ثراء الوسيلة ومدخل تحليل الخطاب ومدخل التفاعلية، ثم: النظرية الرمزية، الاعتماد على وسائل الإعلام، تأثير الشخص الثالث، المدخل شبه السيميائى، التحليل الثقافى، تفسير القدرات الإبداعية، نظرية الحافز، حارس البوابة، نظرية الدلالة اللغوية، المجال العام، إدراج المزاج، نموذج الحضور الاجتماعى، ترتيب الأولويات، مدخل النوع الاجتماعى، التنشئة الاجتماعية. وفيما يخص الدراسات الأجنبية: ظهرت (١٠) دراسات لم توظف مدخل نظرى، بينما الدراسات الأخرى وظفت النظريات والمداخل التالية بالترتيب: تحليل الخطاب، الصورة الذهنية، التحليل السيميولوجى، الأجندة، تحليل الأطر.

هـ. توصلت هذه الدراسات إلى عدة نتائج أبرزها:

قدمت نتائج الدراسات السابقة خلفية معلوماتية مقارنة (بالنقد والتحليل والتفسير) حول التغطية الساخرة فى الصحافة الورقية والإلكترونية أو المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعى. وأكدت الدراسات أن تلك التغطية الساخرة لا تقف عند حد الترفية والتسلية بل أنها فى الأساس أداة لتقديم قضايا المجتمع فى إطار ساخر. ويتم تقديمها عبر أحد الفنون التالية: الكاريكاتير، الكوميكس، الميمز. وتفرق بعض الدراسات بين الكوميكس والويبكوميكس من منطلق أن الويبكوميكس يتم نشره من خلال شبكة الإنترنت. وبشكل عام توضح النتائج أن:

يتميز الميمز والكوميكس بسهولة التصميم، حيث استخدام الصور المبسطة، والتركيز ينصب على الرسالة؛ مع الاعتماد على المحاكاة الساخرة والتلاعب بالصور والتناص والتجسيد والمبالغة والتورية والمقارنة كأساليب للدعابة. ويعد الفيسبوك واليوتيوب أكثر المنصات التى ينتشر عليها الميمز والكوميكس. وتتسم مضامين الميمز والكوميكس بالجاذبية؛ بسبب اعتمادها على: الفكاهة، التسلية، السهولة، التبسيط، تلخيص المشكلة، التنفيس. ويؤدى هذا الأسلوب السهل لزيادة وصولها وتأثيرها فى الجمهور سواء كان محلى أو عام.

ويركز الميمز والكوميكس على الشخصيات الفاعلة، ويقدم المزيد من السياق. ويركز على ما هو أكثر سلبية. وتتعدد به آليات السخرية وأبرزها؛ أوضاع الجسم وحركاته والمفارقة الساخرة.

ويمتلئ بالرموز البصرية واللفظية. وله دور فى تعزيز الثقافة الرقمية التشاركية، وأبرز دوافع استخدام المراهقين له: قضاء وقت الفراغ.

وألقت الدراسات الضوء على عدة مشكلات مرتبطة بالرسوم والأشكال الساخرة قد تؤثر بالسلب على الجمهور، وتنمى روح التعصب والتحيز والتنمر. وظهر ذلك بقضايا مثل الرياضة والجريمة المقلدة والتنمر والإمتحانات وعلاقة المرأة بالرجل وصورة رجال الشرطة وكبار السن. وتبين وجود علاقة ارتباطية دلالة إحصائياً بين كثافة التعرض للميمز والكوميكس السياسى بالفيسبوك وإدراك الواقع القائم. وعلى الرغم من الإشادة بدورهم كمنفذ للشباب للتعبير عن أرائهم السياسية إلا أن البعض يوجه لهم الاتهام بإشعال الأوضاع وتأجيجها.

ويتميز الكاريكاتير بأنه: يعتمد على الأسلوب التهكمى الساخروالاعتماد على اللهجة العامية. وأوضحت الدراسات التى تم إجرائها على الرسامين؛ أنهم: يتحدوا العديد من الضغوطات المفروضة عليهم لترجمة معاناة الشعب. وتمثلت أبرز الضغوط المهنية؛ فى: نمط الملكية والسياسة التحريرية، القيود الدينية والاجتماعية والثقافية على حرية التعبير، القيود القانونية. وتتعدد القضايا التى يقدمها الكاريكاتير؛ ومنها: الفقر، الرياضة، التعليم، صورة: السود، العالم الإسلامى، وسائل الإعلام. إلا أن هناك تركيز بشكل واضح على الكاريكاتير السياسى وصورة: المرأة ورجال الأعمال. وإذا كانت النتائج توضح تكريس الصورة السلبية للمرأة ورجال الأعمال، إلا أنها تلقى الضوء على أهمية الكاريكاتير السياسى كأداة للتنفيس.

أوجه استفادة الباحثة من الدراسات السابقة:

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

◄مشكلة الدراسة:

شهد العالم قبل كورونا عدة أوبئة خلال القرن الـ ٢١ 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 التى قدمتها والأدوار التى تبنتها فى إطار فكرة المسئولية الاجتماعية وحراسة البوابة وعلاقاتها بالسلطة، وهو ما 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 أساسى؛ هو: وسائل التواصل الاجتماعى، والتى اكسبت المواطن القدرة على أن يكون شريك فى عملية صناعة وتداول المعلومات إما بإنشاء المحتوى أو بالتعليق عليه. وبالتالى تم تهديد الدور المركزى لوسائل الإعلام الذى لعبته خلال الأوبئة الصحية التى ظهرت خلال القرن الـ ٢١ بوصفها حلقة الوصل الأساسية بين الجهات الرسمية والمواطن.

وأحد أبرز أنواع المحتوى الذى أنتجه الجمهور عن كورونا هو الميمز والكوميكس. وبشكل عام يتوجه الجمهور بقوة فى عصر شبكات التواصل نحو المضمون الساخر المقدم عبر الميمز والكوميكس، والذى بدء فى مصر مع شخصية (اساحبى) ثم تطور وانتشر وزاد فيه الاعتماد على التمبليتس؛ ويقصد بها القوالب الجاهزة، مما جعله سهل التصميم والتداول بين الجمهور. وتتعدد مضامين الميمز والكوميكس المقدمة عبر شبكة الفيسبوك وأبرزها انتشاراً هو الرياضى والسياسى. ولكن أفرزت أزمة كورونا ميمز وكوميكس ساخرة عن المضمون الصحى والطبى، ليواجه 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 إمتدّ لإنشاء صفحات مخصصة لها تحمل اسم الكورونا، لتعطى انطباع بأن كورونا ذاتها هى التى تنتقد القرارات والإجراءات الاحترازية وسلوكيات المواطنين؛ مثل: (Corona Sarcasm Society)، (Corona virus - فيروس كورونا (فنان كوميدى))، (Corona virus - فيروس كورونا)، (Covida- Virus _ كوفيده فيرس)، (كورونا العالم). هذا بالإضافة للصفحات الشخصية والعامة التى تحمل نفس الاسم ولكن لا تقدم مضمون له علاقة بكورونا أو الميمز والكوميكس.

ويتبين من مراجعة الدراسات السابقة أنه رغم 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 الاجتماعى. ومن هذا المنطلق تتحدد مشكلة الدراسة فى: رصد وتحليل وتفسير طبيعة تقديم خطاب الميمز والكوميكس المنشور على صفحات الفيسبوك عن أزمة كورونا وعلاقته باتجاهات الجمهور نحو الأزمة. وذلك فى إطار مدخل التحليل السيميائى ونظرية ثراء الوسيلة. للإجابة على تساؤلات رئيسية تتعلق بكيفية تقديم الشخصيات الرئيسية 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 فى البدايات عاجزين أمامه وكرسوا جهودهم حول تحجيم انتشاره وليس علاجه. والثانى: التطور: فاستطاع الفيروس أن يتحور ويطور ذاته وظهرت منه سلالات عديدة. وتركت هذه الأمور 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 المهتمه بالميمز والكوميكس كشكل ساخر ظهر حديثاً نتيجة للثراء الذى وفرته شبكة التواصل الاجتماعى. حيث يتضح من مراجعة التراث العلمى قلة عدد الدراسات المهتمه 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 سمات الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا بصفحات الدراسة؛ من حيث التكوين الشكلى واللغة المستخدمة.
- رصد وتحليل وتفسير طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة بخطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا بصفحات الدراسة، والهدف من نشره.
- رصد وتحليل وتفسير آليات السخرية المستخدمة بخطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا بصفحات الدراسة.
- رصد وتحليل وتفسير طبيعة الشخصيات الرئيسية بخطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا بصفحات الدراسة، والأفكار المتواترة المعبره عنها (تيمة تقديمها).
- رصد وتحليل وتفسير طبيعة الدوال البصرية المستخدمة لتكوين نموذج عن الشخصيات الرئيسية بخطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا بصفحات الدراسة.
- رصد وتحليل وتفسير حجم وأسباب تعرض الجمهور للميمز والكوميكس المقدم عن كورونا بصفحات التواصل الاجتماعى وخاصة الفيسبوك.
- رصد وتحليل وتفسير 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 المنشور عن كورونا وشخصياته الرئيسية؟ وإلى أى مدى يتوافق مع اتجاهات الجمهور نحو هذه الشخصيات؟

وللإجابة على هذا التساؤل تطرح الدراسة عدة تساؤلات فرعية؛ كالتالى:

أولاً: تساؤلات الدراسة التحليلية:

١. كيف اختلفت صفحات الدراسة فيما بينها فى تقديم خطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا؛ من حيث التكوين الشكلى واللغة المستخدمة؟

٢. ما طبيعة القضايا التى طرحها خطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا؟ وما دلالة ذلك؟

٣. كيف اختلفت صفحات الدراسة فيما بينها فى الهدف من نشر الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا؟ وما دلالة ذلك؟

٤. ما أهم آليات السخرية والإضحاك المستخدمة بخطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا؟

٥. هل ركزت صفحات الدراسة على شخصيات رئيسية محددة بخطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا؟ ولماذا؟

٦. كيف اختلفت صفحات الدراسة فيما بينها فى طبيعة الاتجاه نحو هذه الشخصيات؟ وما دلالة ذلك؟

٧. كيف اختلفت الأفكار المتواترة المعبرة عن الشخصيات الرئيسية بخطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا بصفحات الدراسة؟ وما دلالة ذلك؟

٨. ما الدوال البصرية الأساسية المكونة لنموذج كل شخصية؟ وكيف تم التأكيد على معناها تناصياً؟

ثانياً: تساؤلات الدراسة الميدانية:

١. ما هى الوسائل الإعلامية التى يفضل الجمهور متابعة الميمز والكوميكس من خلالها؟ ولماذا؟
٢. إلى أى مدى يعتقد الجمهور فى ثراء الفيسبوك كوسيلة لتقديم الميمز والكوميكس؟ ولماذا؟
٣. كيف أثرت الخصائص الديموغرافية (خاصة النوع) للمبحوثين المتابعين للميمز والكوميكس على تفضيلاتهم ومدى متابعتهم للميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا؟
٤. هل هناك تشابة بين القضايا والمضامين التى يفضل المبحوثون متابعتها فى ميمز وكوميكس كورونا وبين ما تقدمه صفحات الدراسة؟ وما دلالة ذلك؟
٥. ما السمات الشكلية التى يفضلها المبحوثون بالميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا؟ وما دلالة ذلك؟
٦. هل هناك اتفاق بين اتجاهات المبحوثين حول الشخصيات الرئيسية بالأزمة وبين تيمة تقديمهم بالميمز والكوميكس بصفحات الدراسة؟ وما دلالة ذلك؟

◄ فروض الدراسة:

أولاً: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين:

١. الفكرة الرئيسية المتواترة عن الشخصيات الفاعلة بقضية كورونا بالميمز والكوميكس واتجاهات المبحوثين حول هذه الشخصيات.
٢. نوع المبحوث والمواقع التى يفضل متابعة الميمز والكوميكس من خلالها.
٣. نوع المبحوث وأسباب متابعته لصفحات الميمز والكوميكس المنشورة عن كورونا.
٤. نوع المبحوث وتفضيلاته لنمط اللغة المستخدمة بالنص المصاحب للميمز والكوميكس.
٥. نوع المبحوث وآليات السخرية المفضلة لديه.

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

١. معدل الاستخدام اليومى للفيسبوك منذ أزمة كورونا.
٢. تفضيلاتهم لعدد اللوحات المكون منها الشكل الساخر.
٣. تفضيلاتهم لمكان تواجد التعليق النصى المصاحب للرسم الساخر.

◄ الإطار النظرى للدراسة:

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

أولاً: مدخل التحليل السيميولوجى:

يهتم تحليل الخطاب بشكل عام؛ بكيف تقوم الرموز اللغوية وغير اللغوية بإنتاج معنى ذو أيدلوجية محددة حول قضية أو شخصية ما، فى إطار سياق اجتماعى وثقافى يؤثر ويتأثر بهذه العملية، وتتعدد مدارس تحليل الخطاب؛ إلا أن هذه الدراسة تعتمد على مدرسة التحليل السيميولوجى أو العلاماتى؛ حيث توفر أساليب تحليل تتسق مع الفن الصحفى موضع الدراسة؛

وهو: الأشكال الساخرة المقدمة عبر الفيسبوك (الميمز والكوميكس). **وفيما يلى عرض لمدخل التحليل السيميولوجى:**

يُترجم مصطلح السيميولوجيا فى اللغة العربية أحياناً بعلم الإشارة، وأحياناً أخرى بعلم العلامات. ويترجمهما البعض بالسيمياء، والسيميائية، والرمزية. وقد ظهر الاهتمام بدراسة سيميولوجيا الخطاب الإعلامى 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 واللسانيات، بمعنى هل سيميولوجيا الصورة مجرد نقل حرفى مباشر لمفاهيم اللسانيات مطبق على النماذج البصرية؟ وفى إطار محاولات الإجابة تطورت مناهج تحليل الصورة استناداً للسانيات دى سوسير وشارل بوريس، وأنثروبولوجيا ك. ليفى شتراوس، ورياضيات شانون وأعمال بول ريكو التأويلية، وأبحاث رولان بارت السيميولوجية. ويختزل ك. كوست أنواع المناهج التى انبثقت عن هذه الأبحاث فى منهجين؛ هما: المقاربة اللسانية، والمقاربة البلاغية التى تزعمها رولان بارت، ثم ظهر بعد ذلك المنهج البنيوى الذى تزعمه لوى بورشر، ومنهج السيميائيات السردية الذى تزعمه فلوش. واستمرت إسهامات الباحثين لوضع أسس تحليل الخطاب السيميولوجى فى وسائل الإعلام، أو بعباره أدق تحليل الخطاب الإعلامى من منظور سيميولوجى.[٣١]

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 المرجو من خطاب الرسوم والصورة يتكشف بسهولة أكبر عندما يهتم الباحث بالرموز البصرية أو غير اللغوية جنباً 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 تكميلية وليست تكرارية[٣٢]. 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 المرئى[٣٣]. ليصبح نهج السيميائية الاجتماعية متعددة الوسائط: أن صنع المعنى هو تحقيق وتجسيد للممارسة الاجتماعية[٣٤]. وواكب هذا الاهتمام البحثى؛ ظهور تحليل الخطاب متعدد الوسائط (MDA) الذى يبحث فى كيف يتم إدراك المعنى من الأنماط غير اللغوية بشكل مستقل وبالاقتران مع اللغة. فطور محللوا الخطاب متعدد الوسائط أنظمة تصف كيف تتكشف الخيارات النموذجية والنحوية فى طرائق أخرى غير اللغة، وكيف تدرك الموارد فى هذه الأنماط المعنى عبر الدوال الوصفية[٣٥].

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 دو سوسير 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 توجد العلامة بنموذج بارت 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). وتحتوى العلامة عند بارت على ثلاث رسائل؛ هم: رسالة لسنية (لغوية) - رسالة أيقونية مدونة (العلامات البصرية) - رسالة أيقونية غير مدونة (المعنى العميق غير الظاهر).[٣٦]

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 تعتمد الميمز والكوميكس فى الغالب على القوالب الجاهزة، وبالتالى يناسبها توظيف التحليل النماذجى حيث إبراز دوال وتكرارها لتصبح نموذجاً. وبما أنها قوالب جاهزة فهى ليست مقصودة لذاتها لدراسة العلاقات التكوينية والأنظمة الاستعارية البصرية، كما هو الحال فى رسوم الكاريكاتير.

وفيما يلى توضيح لهذه الأبعاد الثلاث، وأنظمة التحليل التى يتضمنوها؛ كالتالى:[٣٧]

١. التحليل النماذجى: مجموعة الدوال الأساسية التى تشكل نموذجاً ما وتنحو إلى تكوين نمطاً أساسياً لا يمكن أن يحل محله نمط أخر إلا بتغيير المعانى والدلالات التى يحملها النص. ويرى فيبر وميتشيل أن هناك عناصر تناصية تتردد عبر الأجيال المختلفة لترسم صورة جهة ما أو شخص ما، يطلق عليها (النص الثقافى المتراكم)، وتصبح بمقتضاها هذه الدوال الرئيسية أو المركزية هى الأيقونة الأساسية للشخصية التى تتحول شيئاً فشيئاً إلى أيقونة ثقافية خاصة بمجتمع معين.

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

٣. التحليل الاستعارى: يتبين أن للاستعارات والكنايات البصرية قدرة فائقة على الإقناع. فهى وسيلة لربط الدوال بالمدلولات ليس على نحو حرفى ولكن على نحو فنى وبلاغى من خلال نوع معين من التشبيهات. وإحدى الوظائف المهمة للاستعارة هى الإحالة والإزاحة والنقل. والوظيفة الثانية العامة للاستعارة هى التغلب على محدودية مساحة الرسوم مثل: الكاريكاتير.

ثانياً: نظرية ثراء الوسيلة:

توفر نظرية ثراء الوسائل إطاراً مفاهيمياً لقياس المنصة، وإمكانياتها، من حيث القدرة على تقديم "معلومات غنية" يمكن أن تغير الفهم، غالباً عن طريق تقليل عدم التأكد والغموض[٣٨].

وتوضح الدراسات أن الإرهاصات الأولى لنظرية ثراء الوسيلة (MRT) ظهرت ببحوث دافت ولينجيل عام ١٩٨٤. وترتكز النظرية على أن خلال عمليات الاتصال –سواء كانت جماهيرية

أو لا- يستخدم المرسل وسيلة ما لتوصيل رسالة محددة ذات أهداف محددة للجمهور المستقبل، وما يميز وسيلة عن أخرى هى درجة ثرائها؛ بمعنى قدرتها على تمكين المرسل والمستقبل على التواصل من أجل إحداث الفهم وتقليل الغموض والإرتباك وعدم التأكد. وتختلف بذلك الوسائل فيما بينها فى درجة ثرائها لتتراوح بين وسائل عالية الثراء (تحقق فهم متعمق وسريع) ومنخفضة الثراء (تتطلب وقت طويل للوصول إلى الفهم)، مع الأخذ فى الاعتبار أن التفاوت فى ثراء الوسائل لا يعطى أفضلية لوسيلة عن أخرى فى المطلق بالضرورة، حيث يلعب طبيعة الموقف الاتصالى والهدف منه دوراً فى تحديد الوسيلة المناسبة جنباً إلى جنب مع ثرائها.

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

تقترح النظرية أن أداء المهام؛ وخاصة المعقدة التى تنطوى على غموض، يتحسن عندما تكون وسائط الاتصال أكثر ثراءاً. واقترحت الأبحاث أن القنوات الأكثر ثراءاً تؤدى إلى زيادة فعالية الاتصال وتقليل الوقت[٣٩]. وتتمثل الفرضيات الرئيسية للنظرية؛ فى: (أ) اختلاف الوسائل فى درجة "الثراء" اعتماداً على كمية المعلومات التى يمكن أن تنقلها بوقت محدد لتقليل الغموض، حيث يكون الاتصال وجهاً لوجه هو الأغنى. (ب) يتحسن الأداء عندما يستخدم الناس وسائل أكثر ثراءاً للمهام الملتبسة[٤٠]. ويقوم ثراء الوسيلة من منظور المرسل على فكرة مدى القدرة على استخدام اللغة الطبيعية والأرقام، ويحددها من منظور المستخدم مدى قدرتها على مساعدته فى: اتخاذ قرارات أفضل، وإنشاء أنظمة مشتركة للمعنى، وحجم الوقت المطلوب للتوصل إلى استنتاجات، ورضا المستخدمين، وحجم التفاعلية، ومدى فورية رجع الصدى[٤١].

وعلى وجه التحديد؛ تتمثل معايير الثراء أو الخصائص التى تجعل الوسائط أكثر ثراءاً؛ فى القدرة على: التعامل مع إشارات المعلومات المتعددة فى وقت واحد (نقل إشارات مختلفة داخل نفس المحتوى) - تسهيل التغذية المرتدة السريعة (فورية رجع الصدى) - إنشاء تركيز شخصى - استخدام اللغة الطبيعية[٤٢].

وتبين الدراسات أنه على الرغم من أن بعض الوسائط قد لا تكون غنية مثل الاتصال وجهاً لوجه، إلا أن المستخدمين يفضلونها أحياناً بناءاً على أسباب أخرى. لذلك جادل بعض الباحثين بأن مستوى ثراء الوسائط ليس كافياً من حيث شرح سلوك اختيار وسائط المستخدم على المستوى الفردى[٤٣]. وهو ما يعرف بنظرية توسيع القناة، والتى تفترض أن ثراء الوسائط المتصور للفرد يعتمد على عناصر أخرى إضافية؛ أبرزها: خصائص الوسيلة، خبرة الأفراد مع الوسيلة، الخبرة المشتركة بين المرسل والمتلقى، السياق التنظيمى الذى يحدث فيه الاتصال، التأثير الاجتماعى[٤٤]، سهولة وسرعة الوصول للوسيلة وحجم الثقة بها، التكلفة المادية[٤٥].

وتوضح الدراسات أن أبرز الوسائل التى يفضلها المستخدمون؛ هى: الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعى، حيث تتمتع تلك المواقع خاصةً وشبكة الإنترنت عامةً بما يمكنها من تحقيق فرضيات

الثراء؛ مثل: الأنية والتحديث الفورى، 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 الحاسوبية[٤٦].

وأشارت الدراسات السابقة أيضاً إلى أن القدرات الجديدة الموجودة بشكل فريد فى الوسائط الإلكترونية يمكن أن تعزز ثراء الوسيلة[٤٧]. حيث يقدم النطاق الواسع من المزايا التكنولوجية التى توفرها الوسائل الجديدة نظرة أوسع للثراء، قائمة على فكرة أن مستخدمى الوسائط الجديدة يميلون إلى توظيف التقنيات المناسبة بالطرق التى تخدم احتياجاتهم، وبالتالى 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 ثراءاً من تغريدة أخرى بناءاً على كيفية توظيف أدوات تويتر داخل هذه التغريدة[٤٨].

◄ **<u>الإطار المنهجى والإجرائى:</u>**

- **نوع الدراسة:** تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التفسيرية. والتى تهدف لتوصيف الظاهرة فى وضعها الراهن، وتمتد لتشمل وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة والوصول إلى نتائج وتفسيرات للعلاقة. للوقوف على الأسباب والمقدمات فى علاقتها بالنتائج[٤٩].
- **منهج الدراسة:** تستخدم الباحثة أسلوب المسح الإعلامى بشقية الوصفى والتحليلى، والذى يهدف لتسجيل وتحليل الظاهرة فى وضعها الراهن. وبالتالى تم استخدام هذا المنهج لتوصيف وتحليل سمات خطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا بالصفحات عينة الدراسة وطبيعة الشخصيات الرئيسية التى أبرزها فى الأزمة، ومدى توافق التيمة المقدمة عنهم مع اتجاهات الجمهور ودلالة ذلك.
- **أدوات الدراسة:**

١. أداة تحليل المضمون: لرصد التكوين الشكلى واللغة المستخدمة بخطاب الميمز والكوميكس، إضافة لتحديد هدف النشر وآليات السخرية المستخدمة وطبيعة القضايا والموضوعات المقدمة بالخطاب.

٢. أداة تحليل القوى الفاعلة: لرصد وتحليل الشخصيات الرئيسية بخطاب الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا، وطبيعة الأفكار المتواترة عنهم (التيمات)، وتفاصيلها، واتجاه هذه التيمات من وجهة نظر الخطاب.

٣. أداة التحليل السيميولوجى: لإجراء التحليل النماذجى، من خلال رصد وتحليل وتفسير الدوال ورحلة تناصها وإجراء اختبارات التباديل والتوافيق لها.

٤. صحيفة استبيان إلكترونية: لتحقيق أغراض الدراسة الميدانية، وطُبقت على عينة من جمهور الفيسبوك.

وصممت الباحثة استمارتين لتطبيق هذه الأدوات؛ هما: استمارة كمية وكيفية لجمع بيانات الدراسة التحليلية – استمارة استبيان لجمع بيانات الدراسة الميدانية. وخضعت هذه الأدوات لاختبارات الصدق والثبات؛ كالتالى: أولاً: اختبارات الصدق تمثلت فى تحكيم استمارات الدراسة التحليلية[٥٠] والميدانية[٥١]. ثانياً: الثبات: حيث تم إعادة تحليل عينة من الدراسة قوامها (١٠٠) ميمز وكوميكس باستخدام معامل ارتباط بيرسون للانحرافات المعيارية للتحقق من

ثبات استمارات البحث، وتراوحت معاملات الارتباط بين ٨١%-٩٢% مما يدل على ثبات استمارات الدراسة النسبى وصلاحياتها للتطبيق.

- **مجتمع الدراسة وأسلوب سحب العينة:**

* مجتمع الدراسة التحليلية: تم رصد صفحات الفيسبوك التى تقدم ميمز وكوميكس عن كورونا، وتم اختيار أعلاها من حيث تسجيلات الإعجاب أو عدد الأعضاء. وبالتالى تتمثل عينة الدراسة التحليلية فى صفحات: صفحة اساحبى (Asa7be Sarcasm Society) ولنكها (https://www.facebook.com/asa7bess/) وعدد متابعيها أكثر من ١٦ مليون، ومسجلى الإعجاب أكثر من ١٥ مليون. صفحة فيروس كورونا (Corona virus - فيروس كورونا، فنان كوميدى) ولنكها (https://www.facebook.com/coronaVArabic/) وعدد متابعيها أكثر من ٦٤١ ألف، ومسجلى الإعجاب أكثر من ٦٠٦ ألف. صفحة كورونا ساركازم (Corona Sarcasm Society) ولنكها (https://www.facebook.com/groups/coronavarabic) وعدد أعضائها أكثر من ٦٢ ألف.

الفترة الزمنية للدراسة: أجريت الدراسة التحليلية على فترة زمنية ممتدة من ١ إبريل ٢٠٢٠ إلى ٣٠ يوليو ٢٠٢١، مستخدمة أسلوب الحصر الشامل للكشف عن سمات المعالجة وأجندة القضايا المقدمة وتيمة الشخصيات الرئيسية. وتم تحديد شهر أبريل ٢٠٢٠ 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 ٢٠٢١ على عينة قوامها (٥٨٦) مفردة من متابعى الميمز والكوميكس. وتم السحب بأسلوب العينة المتاحة. واستهدفت الدراسة التعرف على اهتمامات العينة المتعلقة بالميمز والكوميكس المقدم عن كورونا وتفضيلاتهم، ومطابقة حدود التقارب والاختلاف بين اتجاهاتهم عن الشخصيات الرئيسية بأزمة كورونا وتيمة خطاب تقديم هذه الشخصيات بميمز وكوميكس صفحات الدراسة.

*** خصائص عينة الدراسة:**

أ. خصاص عينة الدراسة التحليلية:أسفر الحصر الشامل عن تحليل (٤٣٧) ميمز وكوميكس بصفحة فيروس كورونا و(٢٨٧) ميمز وكوميكس بصفحة كورونا ساركازم و(١٧٠) 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:استهدفت الاستمارة الخروج بمؤشرات عن متغيرى النوع والسن. ويعكس كلاهما مؤشرات حول مدى المتابعة والاتجاه وفقاً للمتغير، وكذلك تأثير العمر والنوع على مدى التعاون ووجود قابلية لملء الاستمارات الإلكترونية للبحوث.

جدول (١) التوزيع التكرارى والنسبى لخصائص العينة الديموغرافية من حيث النوع والسن

النوع	ك	%
ذكر	١١٢	%١٩,١
أنثى	٤٧٤	%٨٠,٩
الإجمالى	٥٨٦	%١٠٠,٠

السن	ك	%
أقل من ٢٠ عام	٣٢٦	٥٥,٦%
من ٢٠عام إلى ٣٠عام	٢٣٦	٤٠,٣%
أكبر من ٣٠ عام	٢٤	٤,١%
الإجمالى	٥٨٦	١٠٠,٠%

بلغت نسبة الإناث المستجيبات ٨٠,٩% مقابل ١٩,١% للذكور. ويلاحظ انخفاض من هم أكبر من ٣٠ عام حيث بلغت نسبتهم ٤,١% فقط مقابل ٩٥,٩% لمن هم أقل من ٣٠ عام. ويتضح بذلك أن هناك مؤشرات بأن كلما قل العمر أبدى الجمهور استعداداً أكبر للمشاركة فى البحوث. ويتبين أن الإناث وصغيرى السن أكثر متابعة للميمز والكوميكس المنشورة عن كورونا خلال فترة الدراسة. ويلاحظ أن الفجوة الواضحة فى نسب فئات متغير العمر جعلت من الصعب توظيفه للكشف عن الفروق الدالة إحصائياً وفقاً للمتغير، لذا تم استخدامه فقط فى التفسير، مع الاعتماد عى متغير النوع فى الكشف عن الفروق الدالة إحصائياً.

- **المعاملات الإحصائية المستخدمة:**

وظفت الباحثة من الإحصاء للخروج بمؤشرات كمية: التكرارات والنسب، المتوسط الحسابى، الانحراف المعيارى، الوزن النسبى. ولاختبار الفروض تم استخدام معاملات: كا٢، 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 مفهوم ضمنياً أو ظاهرياً. وبالتالى تركز نتائج هذه الدراسة على النقاط التالية:

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية: أ. سمات الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا – ب. الشخصيات الرئيسية بالأزمة التى ظهرت بالميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا (دراسة لمدلول النص والصورة).

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية: أ. معدلات الاستخدام ومدى الإعتقاد فى ثراء الفيسبوك كوسيلة مناسبة لمتابعة الميمز والكوميكس. ب. تفضيلات المبحوثين لسمات الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا – ج. اتجاهات المبحوثين نحو الشخصيات الرئيسية بالأزمة التى ظهرت بالميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا.

ثالثاً: المعنى العميق المفهوم من الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا وفقاً لنتائج التحليلى والميدانى.

❖ **أولاً:نتائج الدراسة التحليلية:**

أ. سمات الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا وتفضيلات المبحوثين:

تفيد دراسة السمات عند ربطها بتفضيلات الجمهور فى الإجابة عن سؤال رئيسى؛ هو: لماذا اتجه الجمهور لمتابعة الميمز والكوميكس خلال الأزمة؟ بما يطرح تساؤل حول حدود قدرة هذه الأشكال وما تضيفه من معانى قد تعجز القوالب الإعلامية التقليدية عن الوفاء بها بالشكل الأمثل للجمهور. ونعرض لهذه السمات فيما يلى:

١. طبيعة المضمون المقدم عن كورونا داخل الميمز والكوميكس:

قدمت الأشكال الساخرة المنشورة عبر الفيسبوك مضامين تختلف عن المضامين الإعلامية التقليدية المقدمة عبر القوالب المتعارف عليها 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 أساسى وكقضية مستقلة.

شكل رقم ١ (اساحبى، ٢٠يونيو٢٠٢٠)

فنجد مثلاً إذا اهتمت القوالب التقليدية بتصريح رئيس الوزاراء حول الاعتماد على وعى المصريين لتخطى الأزمة، فأنها بالضرورة ستعالجها أما من منظور اجتماعى أو طبى؛ حيث الاعتماد على مصادر تربط بين السلوكيات والوعى 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 (١)

يتفق ذلك مع دراسة (محمد حسام-٢٠١٥) حيث أكد: لأن الكاريكاتير فن اختصارى تعميمى فيظهر به أفكار بسيطة مثل: مخاطر انتشار الإسلام كدين فى أوروبا. ولا تظهر فيه كثيراً تعقيدات أفكار الخطاب السياسى الرسمى الذى تروجه وسائل الإعلام، بل وبعض الأفكار الخطيرة الأخرى.

جدول (٢) التوزيع التكرارى والنسبى لطبيعة المضمون المقدم عن كورونا داخل الميمز والكوميكس

مضمون الميمز والكوميكس	اسم الصفحة							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الاعتماد على وعى المصريين	٢٣	١٣,٥%	٣٦	١٢,٥%	٤٧	١٠,٨%	١٠٦	١١,٩%
أوضاع العملية التعليمية	٢٠	١١,٨%	١٢	٤,٢%	٢٠	٤,٦%	٥٢	٥,٨%
القرارات الرسمية والاحترازية	١٠	٥,٩%	٧٥	٢٦,١%	٤٨	١١,٠%	١٣٣	١٤,٩%
أعداد الإصابات بمصر	١١	٦,٥%	٤١	١٤,٣%	١٥٤	٣٥,٢%	٢٠٦	٢٣,٠%
الأخبار والأبحاث الطبية	١٤	٨,٢%	٢٦	٩,١%	١٦	٣,٧%	٥٦	٦,٣%
مخاطر كورونا	٢٥	١٤,٧%	١٤	٤,٩%	٣٣	٧,٦%	٧٢	٨,١%
الشخصيات المصابة بمصر وخارجها	٠	٠,٠%	٨	٢,٨%	١٤	٣,٢%	٢٢	٢,٥%
أنماط التغذية وأنواع الطعام	١١	٦,٥%	١١	٣,٨%	٢	٠,٥%	٢٤	٢,٧%
سلوكيات المواطنين خلال الأزمة	٥٤	٣١,٨%	٦١	٢١,٣%	٨٨	٢٠,١%	٢٠٣	٢٢,٧%
تصريحات المسئولين حول الفيروس وإنتهائه	٢	١,٢%	٣	١,٠%	١٥	٣,٤%	٢٠	٢,٢%
الإجمالى	١٧٠	١٠٠,٠%	٢٨٧	١٠٠,٠%	٤٣٧	١٠٠,٠%	٨٩٤	١٠٠,٠%

ويتضح تركيز الميمز والكوميكس بصفحات الدراسة بالمراتب الثلاث الأولى على المضامين التالية؛ بالترتيب وفقاً للإجمالى: أعداد الإصابات بمصر ٢٣,٠%، سلوكيات المواطنين خلال الأزمة ٢٢,٧%، القرارات الرسمية والاحترازية ١٤,٩%. ويؤثر على هذه النسب بشكل كبير نسب صفحة فيروس كورونا نظراً لكثافة النشر. وتباينت الصفحات فيما بينها فى معدل الاهتمام؛ كالتالى: ركزت صفحة اساحبى على: سلوكيات المواطنين خلال الأزمة ٣١,٨%.

وركزت صفحة كورونا ساركازم على: القرارات الرسمية والاحترازية ٢٦,١%. وركزت صفحة فيروس كورونا على: أعداد الإصابات بمصر ٣٥,٢%.

جدول (٣) التوزيع التكرارى والنسبى لهدف نشر الميمز والكوميكس خلال أزمة كورونا

هدف النشر	اسم الصفحة							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
توعية	٢٠	%١١,٨	٢٢	%٧,٧	٤١	%٩,٤	٨٣	%٩,٣
نقد	١٥٠	%٨٨,٢	٢٦٥	%٩٢,٣	٣٩٦	%٩٠,٦	٨١١	%٩٠,٧
الإجمالى	١٧٠	%١٠٠,٠	٢٨٧	%١٠٠,٠	٤٣٧	%١٠٠,٠	٨٩٤	%١٠٠,٠

ويمتد التباين بين الفيسبوك والإعلام التقليدى لأهداف النشر أيضاً، والتى تتعدد فى القوالب التقليدية لتشمل الإخبار والتفسير والتسلية وعرض التجارب وطرح الأراء والحشد.. الخ. بينما تقتصر بشكل أساسى فى الأشكال الساخرة على النقد أو التوعية، وتم تجنيب التسلية وطرح الأراء كأهداف للنشر بالميمز والكوميكس لسبب أساسى هو أنها بطبيعة الحال شكل ساخر يطرح رأى وبالتالى فإن كافة الرسوم يتحقق بهم هذان الهدفان بشكل بديهى. وركزت صفحات الدراسة على النقد بنسبة ٩٠,٧% مقابل التوعية بنسبة ٩,٣%. ولا يمكن أن نعتبر هذه النسبة بها خلل أو أن صفحات الدراسة لا تقوم بدور كافى فى التوعية خلال أزمة كورونا لأن: وإذا كان الهدف الرئيسى الواضح هو النقد إلا أن هذا النقد يؤدى بالضرورة للتوعية ولكن بشكل ضمنى. أنظر شكل رقم (٢).

شكل رقم ٢ (كورونا ساركازم،٢٢يونيو٢٠٢٠)

ويتفق ذلك مع دراسة (Stefan Stieger & other-2014) حيث وجدت أن الرسوم الكاريكاتورية الأكثر نقداً وعدوانية يُنظر إليها على أنها أكثر ذكاءاً وأكثر تسلية. وأوضحت دراسة (إسلام أحمد- ٢٠١٣) الدور الإيجابى للمواد السياسية الساخرة المنشورة على الموقع فى إثراء مفهوم النقد السياسى البناء ودعم ركائز ديمقراطية الحوار لدى مشاهدى هذه المواد من مستخدمى الفيسبوك.

٢. نمط التقديم، أو القوالب المستخدمة لتقديم الميمز والكوميكس خلال أزمة كورونا:

اهتمت هذه الدراسة بفحص القوالب الساكنة؛ وتنقسم إلى: صور، إنفوجراف، التمب أو القالب الجاهز. وتنقسم الصور إلى صور فوتوغرافية وتوضيحية وصور نصوص. ويتعدى الإنفوجراف فكرة الرسم البيانى المبسط إلى الرسم الساخر البيانى والذى قد يأتى منفرداً مع تعليق ساخر أو يأتى مصحوباً بصورة أو تمب تحتوى على التعليق الساخر حول الرسم البيانى. ويعرف التمب بأنه مجموعة القوالب الجاهزة للأعمال الغنائية والدرامية والسينمائية التى تستخدم كنماذج يؤدى تكرارها إلى ربط المعنى بالشخصية.

جدول (٤) التوزيع التكرارى والنسبى للقوالب المستخدمه لتقديم الميمز والكوميكس خلال أزمة كورونا

نمط التقديم	اسم الصفحة							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%

قالب أغانى	٠	٠,٠%	٥	١,٧%	٢	٠,٥%	٧	٠,٨%
قالب مسلسلات	٦	٣,٥%	١٦	٥,٦%	١٧	٣,٩%	٣٩	٤,٤%
قالب أفلام	١٢٦	٧٤,١%	١٠٧	٣٧,٣%	٦٦	١٥,١%	٢٩٩	٣٣,٤%
قالب برامج	٣	١,٨%	٥	١,٧%	١٣	٣,٠%	٢١	٢,٣%
قالب كرتون	٣	١,٨%	١٠	٣,٥%	٢	٠,٥%	١٥	١,٧%
صورة فوتوغرافيا	١٨	١٠,٦%	٩٠	٣١,٤%	١٥٨	٣٦,٢%	٢٦٦	٢٩,٨%
صورة لنص	٤	٢,٤%	٢١	٧,٣%	٤٥	١٠,٣%	٧٠	٧,٨%
صورة توضيحية	٠	٠,٠%	٢	٠,٧%	٨	١,٨%	١٠	١,١%
إنفوجراف	٧	٤,١%	٢٣	٨,٠%	١٢٦	٢٨,٨%	١٥٦	١٧,٤%
قالب مسرحيات	٣	١,٨%	٨	٢,٨%	٠	٠,٠%	١١	١,٢%
الإجمالى	١٧٠	١٠٠,٠%	٢٨٧	١٠٠,٠%	٤٣٧	١٠٠,٠%	٨٩٤	١٠٠,٠%

استخدمت صفحات الدراسة القوالب التالية فى المراتب الثلاث الأولى؛ وفقاً للإجمالى: أفلام ٣٣,٤%، صورة فوتوغرافيا ٢٩,٨%، إنفوجراف ١٧,٤%. ولم تختلف الصفحات فيما بينها كثيراً من حيث نمط الاعتماد فظهر قالب الأفلام بالترتيب الأول بصفحتى اساحبى بنسبة ٧٤,١% وكورونا ساركازم بنسبة ٣٧,٣%، وظهر قالب صورة فوتوغرافية بالترتيب الأول فى صفحة فيروس كورونا ٣٦,٢%.

ويرتفع الاعتماد على قالب الأفلام بسبب تعدد وثراء الأفلام الكوميدية المليئة بالإفيهات الضاحكة التى يتم إسقاطها على التصريحات والأحداث المختلفة. ويرتفع الاعتماد على الصورة الفوتوغرافية والإنفوجراف نتيجة لطبيعة الأزمة المرتبطة بشكل أساسى بسلوكيات المواطنين أو رد فعلهم، وبالتالى يكثر الاعتماد على صور توضح هذه السلوكيات مصحوبة بتعليق ساخر، أنظر الشكل رقم (٣).

وأنا فى الشارع النهاردة أكتشفت أن الحظر مكانة فى

شكل رقم ٣ (فيروس كورونا، ١١مايو ٢٠٢٠)

شكل رقم ٤ (فيروس كورونا، ٢٨مايو ٢٠٢٠)

وبما أن مضمون غالبية الميمز والكوميكس المنشورة كان ذا صلة بأعداد الإصابات بمصر فنجد انتشار لاستخدام الإنفوجراف الصادر عن وزارة الصحة بالأعداد كقالب جاهز. أنظر الشكل رقم (٤)

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (إسماعيل عبد الرازق- ٢٠٢١) التى تؤكد تصدر الشكل الذى يحتوى تركيب صور من أعمال درامية أو سينمائية مع إضافة تعليق ساخر. وتتفق مع دراسة (Christoph Klimmt &other-2019) فى أن الأفلام توفر محتوى خصب للميمات التى يتم إنشائها وتداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعى. بينما اختلفت مع نتيجة دراسة (هنا جلال-٢٠٢٠) التى توضح تركيز كوميكس المشاركة السياسية على قوالب الكارتون ثم الصور الشخصية وفى الترتيب الأخير قوالب الأعمال الدرامية.

جدول (٥) التوزيع التكرارى والنسبى للتكوين الشكلى للقوالب المستخدمة لتقديم الميمز والكوميكس خلال أزمة كورونا

التكوين الشكلى	اسم الصفحة							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%

شكل مكون من لوحة	٦٧	%٣٩,٤	٢١٧	%٧٥,٦	٣٨٧	%٨٨,٦	٦٧١	%٧٥,١
شكل مكون من لوحتان	٩٠	%٥٢,٩	٥٦	%١٩,٥	٤٢	%٩,٦	١٨٨	%٢١,٠
شكل مكون من ثلاث لوحات	١٣	%٧,٦	١٤	%٤,٩	٨	%١,٨	٣٥	%٣,٩
الإجمالى	١٧٠	%١٠٠,٠	٢٨٧	%١٠٠,٠	٤٣٧	%١٠٠,٠	٨٩٤	%١٠٠,٠

تكونت القوالب المستخدمة بصفحات الدراسة من لوحة واحدة أو لوحتان أو ثلاث لوحات. واعتمدت صفحة اساحبى على الشكل المكون من لوحتان بنسبة ٥٢,٩%، بينما ظهر بالترتيب الأول الشكل المكون من لوحة واحدة بصفحتى كورونا ساركازم ٧٥,٦% وفيروس كورونا ٨٨,٦%.

٣. طبيعة اللغة النصية المستخدمة لتقديم الميمز والكوميكس خلال أزمة كورونا:

وظفت صفحات الدراسة النص كأداة مساعدة للقالب الجاهز لتوصيل المعنى. وظهر النص إما كعنوان (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 لها عن طريق الصحافة النثرية وحدها بسبب لغة الرسوم الهزلية التى تمزج الكلمات والصور.**

جدول (٦) التوزيع التكرارى والنسبى للنص المصاحب للميمز والكوميكس المقدم عن أزمة كورونا

النص المصاحب للميمز والكوميكس	اسم الصفحة							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تعليق خارج الشكل:عنوان	٠	%٠,٠	٥٢	%١٨,١	٢٠٠	%٤٥,٨	٢٥٢	%٢٨,٢
تعليق داخل الشكل	١٣٨	%٨١,٢	٩٠	%٣١,٤	٨٣	%١٩,٠	٣١١	%٣٤,٨
كلاهما	٣٢	%١٨,٨	١٤٥	%٥٠,٥	١٥٤	%٣٥,٢	٣٣١	%٣٧,٠
الإجمالى	١٧٠	%١٠٠,٠	٢٨٧	%١٠٠,٠	٤٣٧	%١٠٠,٠	٨٩٤	%١٠٠,٠
لغة النص المصاحب للميمز والكوميكس	**اسم الصفحة**							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
لغة عربية فصحى	١	%٠,٦	٠	%٠,٠	٩	%٢,١	١٠	%١,١
لغة عربية عامية	١٦٠	%٩٤,١	٢٥٦	%٨٩,٢	٣٧٧	%٨٦,٣	٧٩٣	%٨٨,٧
لغة عربية فصحى وعامية	٨	%٤,٧	٢٥	%٨,٧	٤٨	%١١,٠	٨١	%٩,١
لغة عربية وإنجليزية	٠	%٠,٠	٤	%١,٤	١	%٠,٢	٥	%٠,٦
لغة إنجليزية مكتوبة بحروف عربية	١	%٠,٦	٠	%٠,٠	٢	%٠,٥	٣	%٠,٣
لغة إنجليزية	٠	%٠,٠	٢	%٠,٧	٠	%٠,٠	٢	%٠,٢
الإجمالى	١٧٠	%١٠٠,٠	٢٨٧	%١٠٠,٠	٤٣٧	%١٠٠,٠	٨٩٤	%١٠٠,٠

تباينت صفحات الدراسة حول موضع النص المصاحب للقالب المستخدم، فجاء النص فى الترتيب الأول كتعليق داخل الشكل بنسبة ٨١,٢% بصفحة اساحبى، بينما اعتمدت صفحة فيروس كورونا بنسبة ٤٥,٨% على التعليق خارج الشكل كعنوان، واعتمدت صفحة كورونا ساركازم على الجمع بين التعليق الداخلى والخارجى بنسبة ٥٠,٥%. وإن كانت الصفحات الثلاث اعتمدت على اللهجة العامية بنسبة ٩٤,١% بصفحة اساحبى و٨٩,٢% بصفحة كورونا ساركازم و٨٦,٣% بصفحة فيروس كورونا، تلاها الجمع بين اللغة العربية الفصحى واللهجة العامية. وتعد نتيجة منطقية تتفق مع الطبيعة المبسطة للشكل الساخر سواء الميمز أو الكوميكس. **ويتفق ذلك مع دراسة (هنا جلال- ٢٠٢٠) التى أكدت على هيمنة استخدام اللهجة**

العامية بالرسوم الساخرة تلاها لغة الإنترنت (ويقصد بها الفرانكو أى كتابة العربى بحروف إنجليزية).

٤. طبيعة آليات السخرية المستخدمة داخل الميمز والكوميكس خلال أزمة كورونا:

تعددت آليات السخرية المستخدمة بالميمز والكوميكس؛ وهى بالترتيب وفقاً للإجمالى: المحاكاة الساخرة حيث التهكم والإسقاط ٥١,٦% (انظر الشكل رقم (٥)، أوضاع الجسم وحركاته ٣١,١% من خلال توظيف حركات الممثلين داخل الأعمال الدرامية للتعبير عن وجهة نظر معينة مثل الرفض واليأس والتعجب ... ألخ (انظر الشكل رقم (٦) وتوظيف حركات المواطنين بالصور (انظر الشكل رقم (٧)، الاستنكار والتساؤل ١٥,٤% (انظر الشكل رقم (٨)، حكم وأمثال ٠,٣% (انظر الشكل رقم(٩).

شكل رقم ٥ (اساحبى، ٢٠مايو ٢٠٢٠)
شكل رقم ٦ (كورونا ساركازم، ١٩يونيو ٢٠٢٠)
شكل رقم ٧ (كورونا ساركازم، ٢٥يونيو ٢٠٢٠)
شكل رقم ٨ (كورونا ساركازم، ٤يوليو ٢٠٢٠)
شكل رقم ٩ (كورونا فيروس، ٩يونيو ٢٠٢٠)

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (سعيد الغريب-٢٠١٨) و(Viriya Taecharungroj & other-2015) فى تركيز الشكل الساخر على المحاكاة الساخرة وأوضاع الجسم كأبرز آليات السخرية. وركزت دراسة (Lisa Ellen-2018) على المحاكاة الساخرة؛ مؤكدة أنه أسلوب يجمع بين السخرية والهجاء للوصول للنقد من خلال تقليد الأعمال الأخرى بشكل هزلى. بما يقود الجمهور لأقصى قدر من الوعى.

جدول (٧) التوزيع التكرارى والنسبى لطبيعة آليات السخرية المستخدمه داخل الميمز والكوميكس خلال أزمة كورونا

آليات السخرية	اسم الصفحة							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
المحاكاة الساخرة	٤٣	%٢٥,٣	١٥٤	%٥٣,٧	٢٦٤	%٦٠,٤	٤٦١	%٥١,٦
حكم وأمثال	٠	%٠,٠	١	%٠,٣	٢	%٠,٥	٣	%٠,٣
الاستنكار والتساؤل	٣٢	%١٨,٨	٣١	%١٠,٨	٧٥	%١٧,٢	١٣٨	%١٥,٤
أوضاع الجسم وحركاته	٩٥	%٥٥,٩	٩٧	%٣٣,٨	٨٦	%١٩,٧	٢٧٨	%٣١,١
التمنى	٠	%٠,٠	٤	%١,٤	١٠	%٢,٣	١٤	%١,٦
الإجمالى	١٧٠	%١٠٠,٠	٢٨٧	%١٠٠,٠	٤٣٧	%١٠٠,٠	٨٩٤	%١٠٠,٠

ويتبين أن الفروق بين الصفحات طفيفة، فاعتمدت صفحة اساحبى بالترتيب الأول على أوضاع الجسم وحركاته بنسبة ٥٥,٩%. بينما ظهر التقليد الضاحك بنسبة ٥٣,٧% فى صفحة كورونا ساركازم وبنسبة ٦٠,٤% فى صفحة فيروس كورونا.

ب: الشخصيات الرئيسية بالأزمة التى ظهرت بالميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا (دراسة لمدلول النص والصورة):

يلاحظ أن القضية تم تجسيدها فى هيئة شخصيات؛ وكل شخصية رئيسية ظهرت تم إعطائها معنى دال إما عن طريق النص المصاحب أو النموذج المستخدم أو كلاهما. **ويتفق ذلك مع دراسة (سلوى أحمد-٢٠١٥) التى أكدت على أن الشخصيات هى محور الإرتكاز الأول بالرسوم الساخرة يليها الفكرة.** وبالتالى ينقسم تحليل كل شخصية رئيسية إلى: التحليل النصى – التحليل النماذجى.

ويهتم التحليل النصى: بالكشف عن الأفكار المتواترة الناقدة لشخصيات الأزمة المفهومه ضمناً أو صراحةً من النص المصاحب للميمز والكوميكس. ويهتم التحليل النماذجى بالكشف عن المتكرر وما معناه سيميولوجياً.

وتوضح نتائج التحليل النماذجى (كما سيتم عرضها بالتفصيل فى إطار كل شخصية) أن الأشكال الساخرة تكونت من دوال بصرية أدى تكرارها إلى تكوين نمط له معنى محدد. وتحقق هذه الدوال وظائف متعددة للشكل؛ أبرزها: الوضوح والاختصار، وكلاهما مرتبطان ببعضهما. حيث أن مع محدودية المساحة توفر مجموعة الدوال معانى متعددة مشتركة السياق الثقافى والاجتماعى بين صانع هذه الدوال والجمهور، مما يؤهل الجمهور إلى فهم تلك المعانى بمجرد توظيف الدالة. أذاً تصنع الدوال مجتمعة علامة أو أيقونة يدركها الجمهور بسهولة (وهو ما يعرف أيضاً بالتحليل العلامى). كما نجد أنها تحافظ على سخرية النص المصاحب للرسمة الساخرة؛ لأن تحميلها بمعانى متعددة يعفى صانع الرسمة من الإسترسال بالنص بما يفقده ميزة الإضحاك وسهولة الفهم.

ولكن على صعيد أخر؛ يمكن أن يُوجه لهذه الدوال عدة انتقادات أبرزها خلق تمثلات محددة وغالباً ما تكون إما شديدة الإيجابية أو شديدة السلبية عن القضية وشخصياتها مما يؤدى ليس فقط للتنميط ولكن أحياناً المبالغة فى التنميط من أجل إعلاء السخرية والإضحاك. مثال؛ تم تنميط قضية كورونا وشخصياتها فى نماذج ذات اتجاه سلبى؛ منها مثلاً شخصية المواطن رغم أن بالواقع الفعلى ليس كل المواطنين يقومون بمثل هذه التصرفات، **ويتفق ذلك مع نتائج دراسات (رالا أحمد-٢٠٢٠) و(Elka M &other-2017) و(Matthews- 2016) و(Jerome Bourdon &other- 2016) و(Liew Kai Khiun-2015) حيث تؤدى الرسوم الساخرة للتنميط سواء للمسئولين أو للمواطن بمفهومه الجمعى أو للأقليات مما قد ينشأ عنه التنمر.** وبشكل عام يرتبط بالتحليل النماذجى تحليل التناص واختبار التباديل والتوافيق.

ويجب التمييز بين تحليل الدوال البصرية المقدمة بالكاريكاتير وكلاً من الميمز والكوميكس. فهذه الدوال بالكاريكاتير تصنعها ريشة الفنان عن قصد وليست قوالب جاهزة كما هو الحال فى الميمز والكوميكس، حيث يمكن توظيفها لصنع معانى متعددة وفقاً لاختلاف كل قضية. وبالتالى يقوم تحليل التناص بالكاريكاتير بشكل أساسى على الكشف عن معنى هذه الدوال فى الأعمال والأدبيات الأخرى مما أدى لصقل معناها وتواتره. أما فى الميمز والكوميكس فهو قائم بشكل أساسى على الكشف عن معنى هذه الدوال داخل العمل الفنى المصنوع منه التمب أو القالب الجاهز.

فمثلاً؛ إذا كان التمب هو لشخصية عبد الغفور البرعى فى مسلسل لن أعيش فى جلباب أبى. فسنجد أن الدوال البصرية المستخدمة تكتسب معناها فى إطار الفهم المشترك لمستخدم التمب والجمهور حول السمات الشخصية والفسيولوجية لعبد الغفور البرعى، مما يجعل هذه السمات تنعكس بشكل تلقائى على الشخصية الفعلية موضع النقد بالميمز والكوميكس. أى أن رحلة معانى الدوال تبدء من الأعمال الفنية والدرامية التى تم توظيفها لبناء القوالب الجاهزة، وتتراكم هذه المعانى حتى تصبح علامة على الشخصية؛ يتم استحضارها فى الأعمال الفنية والدرامية والإعلامية الأخرى لإضفاء نفس المعنى. **ويتفق ذلك مع دراسة (محمد حسام- ٢٠١٢) حيث أكد على أهمية التناص مع الفنون البصرية الأخرى لبناء معنى الدوال بالكاريكاتير. وأوضحت دراسة (Tali Aharoni-2019) أن العمل الفنى الذى تم تكوين الميمز من خلاله يعمل كدال. وأكدت دراسة (Renira Rampazzo &other-2018) أن الميمز الناجحة تعتمد بشكل أساسى على التناص إضافة إلى: السخرية والفكاهة والتلاعب بالصور والتجاور.**

وبالتالى يمتد التحليل النماذجى داخل هذه الدراسة ليشمل ثلاث جوانب؛ هم: الكشف عن الدوال السيميولوجية لكل شخصية، الكشف عن رحلة تناصها فى إطار القالب المستخدم، اختبار التباديل والتوافيق. وفى إطار مقارن بين النص والنموذج يمكن الوصول للمعنى الضمنى أو المدلول المراد من الشكل الساخر.

شكل رقم ١٠ (فيروس كورونا، ١٣يوليو٢٠٢٠)

وظهر خلال فترة الدراسة (٤) شخصيات رئيسية بالأزمة داخل الميمز والكوميكس؛ هم بالترتيب وفقاً للإجمالى: المواطن ٥٣,٦%، كوفيد ٤٧,١%، المسئول ٣٦,٠%، الشخصية الأجنبية ١٠,٦%. ويتعدى مجموع النسب الـ ١٠٠% لأن معظم الميمز والكوميكس تضمنت أكثر من شخصية فاعلة، وفى الغالب أحدهم كان مفهوم ضمنياً من النص وليس النموذج. أنظر الشكل رقم (١٠) فنجد أن الشخصية الواضحة بالنموذج هى كوفيد ذاته، إلا أن النص يحتج على بيانات وزارة الصحة وتصرفات المواطن.

جدول (٨) التوزيع التكرارى والنسبى للشخصيات الرئيسية التى ظهرت بالميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا

الشخصية الرئيسية	اسم الصفحة							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
كوفيد	١	٠,٦%	١٢	٤,٢%	٢٩	٦,٦%	٤٢	٤,٧%
المواطن	٨٤	٤٩,٤%	٦٦	٢٣,٠%	٦٥	١٤,٩%	٢١٥	٢٤,٠%
المسئول	٢٣	١٣,٥%	٣٩	١٣,٦%	٧٠	١٦,٠%	١٣٢	١٤,٨%
شخصية أجنبية	٢١	١٢,٤%	٣٧	١٢,٩%	٢٤	٥,٥%	٨٢	٩,٢%
كوفيد والمواطن	٢٩	١٧,١%	٦٦	٢٣,٠%	١٢٦	٢٨,٨%	٢٢١	٢٤,٧%
المواطن والمسئول	٤	٢,٤%	١١	٣,٨%	١٩	٤,٣%	٣٤	٣,٨%
المواطن وشخصية أجنبية	٣	١,٨%	١	٠,٣%	٥	١,١%	٩	١,٠%
كوفيد وشخصية أجنبية	٠	٠,٠%	١	٠,٣%	٢	٠,٥%	٣	٠,٣%

كوفيد ومسئول	٥	٢,٩%	٥٣	١٨,٥%	٩٦	٢٢,٠%	١٥٤	١٧,٢%
كوفيد ومواطن ومسئول	٠	٠,٠%	١	٠,٣%	٠	٠,٠%	١	٠,١%
المسئول والشخصية الأجنبية	٠	٠,٠%	٠	٠,٠%	١	٠,٢%	١	٠,١%
الإجمالى	١٧٠	١٠٠,٠%	٢٨٧	١٠٠,٠%	٤٣٧	١٠٠,٠%	٨٩٤	١٠٠,٠%

ولم تختلف صفحات الدراسة الثلاث فيما بينهم فى ترتيب الاهتمام بالشخصيات الرئيسية. حيث سيطر المواطن وكوفيد على الترتيب الأول والثانى؛ وذلك كالتالى: ظهر بصفحة اساحبى؛ شخصيات: المواطن ٧٠,٦%، كوفيد ٢٠,٦%، المسئول ١٨,٨%، شخصية أجنبية ١٥,٣%. وظهر بصفحة كورونا ساركازم؛ شخصيات: المواطن ٥٠,٥%، كوفيد ٤٥,٦%، المسئول ٣٦,٢%، شخصية أجنبية ١٣,٦%. وظهر بصفحة فيروس كورونا؛ شخصيات: كوفيد ٥٨,٤%، المواطن ٤٩,٠%، المسئول ٤٢,٦%، شخصية أجنبية ٧,٣%.

يعود ارتفاع نسبة تمثيل كوفيد كشخصية رئيسية إلى تجسيده فى 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 سخرية أن كوفيد كوباء عالمى شديد الخطورة فهو عاجز وبائس وقليل الحيلة أمام مثل هذه السلوكيات التى تعكس قلة الوعى.

ويعد ارتفاع نسب ظهور كل من المواطن والمسئول كشخصيات رئيسية أمر طبيعى؛ نظراً لكونهم أطراف الأزمة الأساسية فانتشار الفيروس مرهون بسلوكيات المواطن، وقرارات المسئول المتوقف عليها إستراتجية مواجهة الفيروس داخل المجتمع. ويعود ظهور الشخصية الأجنبية فى الصفحات الثلاث بشكل أساسى لتلك الميمز والكوميكس الناقدة للأسلوب الغذائى لدى دولة الصين.

١. شخصية كوفيد:

ظهرت شخصية كوفيد فى صفحة اساحبى بنسبة ٢٠,٦%، وصفحة كورونا ساركازم بنسبة ٤٥,٦%، وصفحة فيروس كورونا بنسبة ٥٨,٤%. ونادراً ما ظهر كوفيد كشخصية رئيسية منفرداً فى الصفحات الثلاث وإنما ظهر مصاحباً لشخصية المواطن تلاها شخصية المسئول. ونجد أن معظم الموضوعات التى ظهر بها كوفيد منفرداً هى تلك المتعلقة بالتوعية من مخاطر كورونا.

جدول (٩) التوزيع التكرارى والنسبى لمعدل حضور وطبيعة تسمية كوفيد داخل الميمز والكوميكس خلال أزمة كورونا

	اسم الصفحة							
شخصية كوفيد	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
يوجد	٣٥	٢٠,٦%	١٣١	٤٥,٦%	٢٥٥	٥٨,٤%	٤٢١	٤٧,١%
لا يوجد	١٣٥	٧٩,٤%	١٥٦	٥٤,٤%	١٨٢	٤١,٦%	٤٧٣	٥٢,٩%
الإجمالى	١٧٠	١٠٠,٠%	٢٨٧	١٠٠,٠%	٤٣٧	١٠٠,٠%	٨٩٤	١٠٠,٠%
مسمى كوفيد	**اسم الصفحة**							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
كوكو	٠	٠,٠%	١٠	٧,٦%	٧	٢,٧%	١٧	٤,٠%
الفيروس الحنين	٠	٠,٠%	٣	٢,٣%	١	٠,٤%	٤	١,٠%

كوفيد	٦	١٧,١%	١٤	١٠,٧%	٦	٢,٤%	٢٦	٦,٢%
ضمير متكلم	٢٠	٥٧,١%	٥٦	٤٢,٧%	١٩٥	٧٦,٥%	٢٧١	٦٤,٤%
كورونا	٥	١٤,٣%	٣٢	٢٤,٤%	٢٧	١٠,٦%	٦٤	١٥,٢%
فيروسكم	٣	٨,٦%	١٤	١٠,٧%	١٠	٣,٩%	٢٧	٦,٤%
وباء عالمى	١	٢,٩%	٢	١,٥%	٩	٣,٥%	١٢	٢,٩%
الإجمالى	٣٥	١٠٠,٠%	١٣١	١٠٠,٠%	٢٥٥	١٠٠,٠%	٤٢١	١٠٠,٠%

ويتضح أنه تم التعبير عن كوفيد داخل النص إما بضمير المتكلم أو بمسمى. فبلغت النسبة الإجمالية لضمير المتكلم فى الصفحات الثلاث ٦٤,٤%، وارتفعت لسببين؛هما: أن صفحتى كورونا ساركازم وفيروس كورونا قائمتان على فكرة أن مالك الصفحة هو الفيروس ذاته وبالتالى عندما يعلق على الميمز والكوميكس فهو يستخدم ضمير المتكلم بشكل طبيعى. والسبب الثانى؛ أن بغالبية الميمز والكوميكس يتم تجسيد كورونا على هيئة شخصية معينة ويحاط برأسها الشكل الميكروسكوبى للفيروس وتتحدث هذه الشخصية بضمير المتكلم.

وتمثلت المسميات المستخدمة للتعبير عن كوفيد بالصفحات الثلاث؛ وفقاً للإجمالى فى: كورونا ١٥,٢%، الفيروس ٦,٤%، كوفيد ٦,٢%، كوكو ٤,٠%، وباء عالمى ٢,٩%، الفيروس الحنين ١,٠%. وجاءت معظم هذه المسميات فى خطاب الشخصية المصاحبة لكوفيد سواء المواطن أو المسئول.

أ. تحليل النصوص:

أ/١. حضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن الشخصية (التيمة):

سيطرت فكرة رئيسية على حضور كوفيد داخل ميمز وكوميكس الصفحات الثلاث؛ ألا وهى: أنه مظلوم بمصر بنسبة ٩٤,٣% فى صفحة اساحبى، و٩١,٦% فى صفحة كورونا ساركازم، و٥٦,٥% فى صفحة فيروس كورونا. بينما تباينت الصفحات فى التيمات الأخرى المقدمة عن كوفيد. ويُلاحظ التعدد والتنوع فى صفحة فيروس كورونا بسبب كثافة النشر عن الصفحتين الأخرتين.

جدول (١٠) التوزيع التكرارى والنسبى لحضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن شخصية كوفيد (التيمة)

تيمة كوفيد	اسم الصفحة							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مظلوم بمصر	٣٣	٩٤,٣%	١٢٠	٩١,٦%	١٤٤	٥٦,٥%	٢٩٧	٧٠,٥%
يساعد الطلاب	١	٢,٩%	٦	٤,٦%	١٠	٣,٩%	١٧	٤,٠%
يوعى بالإجراءات الاحترازية	٠	٠,٠%	٢	١,٥%	٧٣	٢٨,٦%	٧٥	١٧,٨%
شايف شغلة بضمير	٠	٠,٠%	٠	٠,٠%	١٣	٥,١%	١٣	٣,١%
يضر ويصيب الأفراد	١	٢,٩%	٣	٢,٣%	١٥	٥,٩%	١٩	٤,٥%
الإجمالى	٣٥	١٠٠,٠%	١٣١	١٠٠,٠%	٢٥٥	١٠٠,٠%	٤٢١	١٠٠,٠%
حضور تيمة كوفيد	**اسم الصفحة**							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ضمنى	٧	٢٠,٠%	١٨	١٣,٧%	٨٨	٣٤,٥%	١١٣	٢٦,٨%
صريح	٢٨	٨٠,٠%	١١٣	٨٦,٣%	١٦٧	٦٥,٥%	٣٠٨	٧٣,٢%
الإجمالى	٣٥	١٠٠,٠%	١٣١	١٠٠,٠%	٢٥٥	١٠٠,٠%	٤٢١	١٠٠,٠%

ظهرت التيمة بشكل صريح بالنص فى ميمز وكوميكس الصفحات الثلاث بنسبة إجمالية بلغت ٧٣,٢%. ولم تتخذ فى الغالب اتجاه سلبى أو إيجابى نظراً لكونها تيمة لشخصية مساعدة.

أ/٢. 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 الفيروس 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"[١]. ثم أصبح يتجاهل وجوده تماماً "تفتكر كده أنا شاكلى عامل إزاى؟ كورة خضرا وليها بزابيز- ما يمشيش معاك إنى فيروس لا يرى بالعين المجردة؟ لا ياعم كورة خضرا ولو شوفتك هشوطك كمان"[٢].

وامتد الأمر إلى أن المواطن لم يعد يعترف به وينسب أى أعراض لديه لمسببات أخرى أشهرها المروحة للبرد، وانتهاء صلاحية الطعام لغياب حاسة التذوق والشم. مثال: "دول فى الموجة التانية، ودول فى السلالة الجديدة، ودول على باب الله كده لسه عايشين فى برد المروحة"[٣].

بل يقوم هذا المواطن غير الملتزم بالإجراءات الاحترازية باستغلاله لتحقيق منافع خاصة كالإمتناع عن العمل والدراسة "لما أنزل مع صحابى احتفل بتأجيل الامتحانات، ياسيدى وأنا! الدراسة اتأجلت أنا لسه موجود"[٤]، "عندى جيش كمان شهر ماتتصرف وتجيبلى إعفا- ياسطى أنا وباء مش لواء"[٥].

ويستغرب الفيروس أيضاً من القرارات والإجراءات الاحترازية "أنا أنسحب من مصر لأن أنتوا معملتوليش أى كرامة إلغوا انتشارى"[٦]. وخاصة قرارات الحظر؛ سواء مواعيد الحظر أو إلغاء الحظر أو إلتزام الناس به "إحنا قررنا نلغى الحظر ونعتمد على الوعى، هو فين الوعى! وهو كان فين الحظر"[٧]. وقرارات فتح الأماكن العامة والمقاهى "فتح القهاوى والكافيهات والنوادى، للدرجة دى أنا حقير"[٨]. وكذلك يتسغرب من إجراءات التعقيم "هو دا التعقيم اللى بتعقمهولى؟! طب قولولى وأنا أمشى بكرامتى"[٩]. ويستغرب من انخفاض الأعداد "هو صحيح كورونا بيتراجع يامسعودى؟ فشر هو بس مبقاش لاقى حد سليم يعديه يا روحى"[١٠].

---

[١] كورونا ساركازم، ٢٩يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=988056071636273&set=g.256035802211504

[٢] كورونا ساركازم، ٢٢يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=689664201885917&set=g.256035802211504

[٣] اساجبى، ٢١ديسمبر٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3825005114261230

[٤] اساجبى،٣١ديسمبر٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3848820555213019

[٥] فيروس كورونا، ٢٢يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=141615297504606&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٦] فيروس كورونا، ٢٣يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=142025524130250&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٧] كورونا ساركازم، ٢٣يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=10157842992454877&set=g.256035802211504

[٨] كورونا ساركازم، ٢٨ يونيو ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=2684946748443590&set=g.256035802211504

[٩] فيروس كورونا، ٢١يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=141060954226707&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[١٠] كورونا ساركازم، ١٤ يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=10157816924514877&set=g.256035802211504

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 الكمامات مرة أخرى "طب أرجعوا ألبسوا الكمامة تحت دقنكم زى الأول، المصريين: يفتح الله"[١]. كما أنه أصبح لا يبالى بسلوكيات المواطن، ولأنه طيب وعاجز يتصرف كمن لم ينتبه للسلوك "خلصانة أنا زهقت كل اللى عاوز حاجة يعملها"[٢].

بل أصبح يعتقد أن المشكلة به لذلك يتمنى أن يغادر مصر "كورونا: الوعى حلو أنا اللى مش حلو"[٣]، "لما تبقى وباء عالمى وحظك تنزل مصر: أنتوا جايبنى تهزأونى هنا ولا أيه"[٤].

ويتبين أن هناك تيمات اتخذ بها كوفيد اتجاه إيجابى؛ هم: يوعى بالإجراءات الاحترازية، يساعد الطلاب، شايف شغلة بضمير. وذلك كالتالى:

ظهرت تيمة يوعى بالإجراءات الاحترازية فقط فى صفحتى كورونا ساركازم وفيروس كورونا. وتشكلت نتيجة التركيز على طبيعة أعراض كورونا "الجواز زى الكورونا أول ١٥ يوم ماتحسش بيه وبعدين تحس بخنقة وضيق تنفس وبعدين أنت ومناعتك بقى"[٥]. أو من خلال عرض حالات اتصابت بالفيروس "يارب علشان خاطر البنتين الغلابة اللى ملحقتش أحفظ وشوشهم بسبب الجرى فى الدنيا"[٦]. أو التوعية والتحذير من عدم الإلتزام بالإجراءات الاحترازية "كورونا: أنا لبست كمامة عقبالك"[٧]، "واللى معايا يتورط يبقى فى عمره بيفرض"[٨].

وظهرت تيمة يساعد الطلاب بالصفحات الثلاث. 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 يهمك يا حبيبى المهم طمنى أنت حليت كويس؟"[٩]. وينقذ الطلاب من الامتحانات "أوعى ياكوكو يغفلوك- وعهد الله ده أنا هقتلكم الوزير دا قال يمتحنكم قال دانا أشيل كلمة فيروس من البطاقة"[١٠].

وظهرت تيمة شايف شغلة بضمير فقط فى صفحة فيروس كورونا. وتشكلت نتيجة التركيز على أنه أكثر الأطراف المعنية داخل الأزمة إلتزاماً بأدواره؛ فهو مستعد دائماً لإصابة الأفراد

---

[١] فيروس كورونا، ١٤يوليو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=148909273441875&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٢] فيروس كورونا، ١٠يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=137630364569766&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٣] كورونا ساركازم، ١٥يوليو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=181163043438933&set=g.256035802211504

[٤] فيروس كورونا، ٢٥أبريل٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=120009516331851&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٥] كورونا ساركازم، ٢٠يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=2727614550846412&set=g.256035802211504

[٦] فيروس كورونا، ٨سبتمبر٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=164020648597404&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٧] فيروس كورونا، ٢٤يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=142211497444986&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٨] فيروس كورونا، ٢يوليو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=145009587165177&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٩] كورونا ساركازم، ٢٦يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=3426356464094160&set=g.256035802211504

[١٠] كورونا ساركازم، ١٩يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=3321729377846035&set=g.256035802211504

ويركز فى عمله "يا جماعة محدش يكلمنى فى أوقات عملى"[١]. وينتظر خطأ الأفراد متربصاً "لما ألاقى حد بيلمس وشه فى الشارع-حلو غلط وأنا كنت مستنية يغلط"[٢].

ويتضح أن التيمة الوحيدة التى ظهر بها كوفيد باتجاه سلبى إضافة للاتجاه الإيجابى بالصفحات الثلاث؛ هى: يضر ويصيب الأفراد. وتشكل الاتجاه السلبى عبر التركيز على الترهيب خاصة فى بداية الموجات المختلفة "افتح يلا أنا سويت نوفمبر، وربنا ما أنا فاتح أنت الموجه التانية لكورونا"[٣]. وكذلك من خلال التركيز على إصابته لبعض الشخصيات المشهورة "لتكن الوباء رقم واحد لابد من إصابة رقم واحد-رونالدو"[٤].

وتشكلت التيمة ذات الاتجاه الإيجابى من خلال التركيز على إصابة الفيروس لبعض الشخصيات ذات السلوك غير المرغوب "كان نفسى أكون بنتشر أون لاين وكنت خلصتكم من العيال بتوع التيك توك"[٥]، "إصابة أحد العاملين بمنزل الرئيس الإسرائيلى بفيروس كورونا- حاولت أعمل حاجة صح"[٦].

ب. التحليل النماذجي:

ب/١: الدوال السيمولوجية لشخصية كوفيد:

أتت الدوال السيميولوجية معبرة عن عجز وقلة حيلة شخصية كوفيد بما يتفق مع التيمة الرئيسية المتواترة عنه فى النص. حيث يتضح أن الصفحات الثلاث ركزت على مجموعة دوال أساسية جسدت فيها أزمة كورونا فى شخصية ذات موصفات محددة لتصنع نمطاً أساسياً لصورة كوفيد، تتمثل فى أنه: رجل، أخضر الوجه، فى مقتبل العمر، يرتدى الزى البسيط أو الكاجول غالباً، رفيع، بملامح وجه عابسة ومندهشة. وتبين أن هذه الدوال مجتمعه مع التركيز عليها وتكرارها تصنع أيقونة لكوفيد يدركها الجمهور بسهولة. وهى أنه: بالرغم من قوته وخطورته عاجز وبائس أمام الاستهتار به وإنكار وجوده. أنظر الشكل رقم (١١).

شكل رقم ١١

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

[١] فيروس كورونا، ٢يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=134387614894041&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٢] فيروس كورونا، ١٣أبريل٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=114708416861961&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٣] اساحبى، ٣نوفمبر٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3695331797228563/

[٤] فيروس كورونا، ١٣أكتوبر٢٠٢٠: https://web.facebook.com/photo/?fbid=172744154391720&set=pb.100050658901805.-2207520000..&__rdc=1&__rdr

[٥] فيروس كورونا، ٩أبريل٢٠٢٠: https://web.facebook.com/photo/?fbid=110586200607516&set=pb.100050658901805.-2207520000..&__rdc=1&__rdr

[٦] كورونا ساركازم، ١٧يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=313630093365160&set=g.256035802211504

* 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 تعبيره عن الصحة والإزدهار بشكل عام.
* دالة العمر: فى مقتبل العمر (٢٥ إلى ٣٥ عام): وهى فترة وإن كانت تدل على الصحة والقوة الجسدية إلا أنها مرتبطة بشكل وثيق بأزمة مقتبل 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.
* دالة الملابس: يرتدى زى بسيط أو الكاجول غالباً. وتعد الأزياء من العلامات الدالة على الإنتماء الطبقى، ومن أبرز الأمور التى تدل عليها: الترف والسيادة أو الفقر وانحطاط المنزلة. ويلاحظ أن شخصية كوفيد المجسدة لم ترتدى أزياء فخمة لتدل على قوتها أو مهلهلة لتدل على انحطاط المنزلة، وإنما كانت ترتدى غالباً أزياء بسيطة (بنطال وتشيرت أو قميص)، فى دلالة لإنتمائها للطبقة المتوسطة التى تكدح فى العمل للوفاء بالحد الأدنى من متطلباتها. وهى طبقة ميسورة مادياً إلى حد ما ولكن مثقلة بالهموم والمشكلات.
* دالة الحجم: لم يتم قولبة كوفيد من حيث الطول وإنما من حيث الحجم، فظهر أنه غالباً شخص نحيف وضئيل. ويدل ذلك على الضعف والفقر وقلة الحيلة خاصة مع وقفته المستكينة والخاضعة. ويلاحظ أنه إذا ظهر بميمز 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.
* دالة 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 أبنه أخو أحمد زاهر فى مسلسل البرنس) فى صفحة كورونا ساركازم، وبجسد إمرأة غاضبة من التجاهل بصفحتى كورونا ساركازم وفيروس كورونا (وهى شخصية صافيناز كاظم فى مشهد انسحابها من برنامج تلفزيونى).

ب/٢: رحلة تناص هذه الدوال:

بدءت 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 الميمز 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 أبنه رضوان فى مسلسل البرنس بالمشهد الذى تركها عمها فتحى (أحمد زاهر) فى الشارع تبكى دون أن يتأثر. وشخصية التجار البسطاء بفيلم سلام يا صاحبى وهم يستعطفون

المعلم بلاقسى (مصطفى متولى) المتحكم بسوق الفاكهة. والشخصية الكارتونية توم (القط) فى مشاهد له وهو مضروب دائماً من جيرى (الفأر).
* الشخصيات التى تتميز بالعجز المادى والمعنوى، وتحاول المثابرة والمواجهة فى إطار كوميدى حتى تستطيع النجاح والوصول لهدفها، وهى شخصيات تعانى فى المجتمع ويستقوى عليها الأخرون؛ مثل: شخصيات محمدهنيدى فى كل من (صعيدى بالجامعة الأمريكية، عندليب الدقى، فول الصين العظيم، وش إجرام، يانا ياخالتى) وأبرزهم ظهوراً 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 السئ وقلة الذكاء فى فيلم غبى منه فيه وبالأخص مشهد التخطيط للسرقة.
* الشخصيات التى تعتمد على الفهلوة والتهكم؛ مثل: شخصية الشيخ حسنى (محمود عبد العزيز) الضرير الذى فشل بدراسته وحياته قائمة على الفهلوة فى فيلم الكيت كات. وشخصية زكى (أحمد حلمى) الذى يحاول العمل رغم قلة إمكانياته فى فيلم زكى شان وخاصة المشهد الذى يقف فيه بالمنتصف بين المتقدمين لوظيف الحارس الشخصى والمشهد الذى يتعرض فيه للسرقة كل يوم. وشخصية قرموطى (أحمد أدم) التى تشتهر بالكذب للتفخيم من ذاتها فى فيلم معلش إحنا بنتبهدل. وشخصية المراقب بالامتحانات (مجدى السباعى) الذى يسمح بالتجاوزات داخل اللجنة مادامت بهدوء بفيلم إسماعيلية رايح جاى.
* الشخصيات الغاضبة؛ مثل: عشماوى (أحمد العوضى) فى مسلسل الاختيار وبالأخص المشهد الذى يقف فيه ينظر بغضب بعد عودته من محاولة فاشلة لإغتيال وزير الداخلية. وشخصية مرزوق (عادل أمام) فى فيلم سلام ياصاحبى عندما يرى سعيد صالح ممسك بيد سوسن بدر، وهو بالسيارة ويقول أطلع بينا ياخوليو.
* الشخصيات التى تعانى 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) الأبن المعقد نفسياً الذى يعانى من الفشل فى جميع جوانب حياته فى مسلسل لن أعيش فى جلباب أبى. وشخصية ممس (محمد محمود) البلطجى الفاشل اليائس الذى يحاول الإنتحار فى فيلم أمير البحار. وشخصية باسم أبو السعود (أحمد سعيد عبد الغنى) الشاب الفقير المخادع بمسلسل الحقيقة والسراب.

ب/٣: 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. حيث يُعتقد بالتحليل العلاماتى أن الدوال مقصودة لتصنع أيقونة معبرة عن النموذج، وأن تغيير علامة أو دالة معينة وفقاً لذلك يُضعف من النموذج. وفيما يلى اختبار التباديل والتوافيق للدوال الرئيسية المعبرة عن كوفيد:
* دالة النوع: أنثى: تدل على الغموض والضعف والخضوع وعدم الثقة.
* دالة لون الوجه: طبيعى سواء أبيض أو قمحاوى أو أسود: تعبر عن النضارة وبالتالى القوة والصحة.
* دالة العمر: متوسط العمر: تدل على الخبرة والقوة والاقتحام.

* دالة الملابس: بدلة رسمية: تدل على السلطة والقوة.
* دالة الحجم: بدين: تدل على الصحة والرخاء والغنى.
* دالة ملامح الوجه: متفائلة مبتهجة: تدل على تحقيق الهدف والنجاح والتميز.

يوضح التلاعب بالدوال السابق كيف تم توظيف الدوال الرئيسية بما يتفق مع الأيدلوجيات 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، وهو قوى وذو سلطة 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.

٢. شخصية المواطن:

ظهرت شخصية المواطن فى صفحة اساحبى بنسبة ٧٠,٦%، وصفحة كورونا ساركازم بنسبة ٥٠,٥%، وصفحة فيروس كورونا بنسبة ٤٩,٠%. وظهر المواطن كشخصية رئيسية فى الغالب منفرداً أو مصاحباً لشخصية كوفيد بالصفحات الثلاث، تلاها مصاحب لشخصية المسئول ثم الشخصية الأجنبية. وظهر المواطن غالباً بالموضوعات المتعلقة بالاعتماد على وعى المصريين وسلوكيات المواطنين خلال الأزمة.

جدول (١١) التوزيع التكرارى والنسبى لحضور وطبيعة فئات المواطن داخل الميمز والكوميكس خلال الأزمة

شخصية المواطن	اسم الصفحة							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
يوجد	١٢٠	%٧٠,٦	١٤٥	%٥٠,٥	٢١٤	%٤٩,٠	٤٧٩	%٥٣,٦
لا يوجد	٥٠	%٢٩,٤	١٤٢	%٤٩,٥	٢٢٣	%٥١,٠	٤١٥	%٤٦,٤
الإجمالى	١٧٠	%١٠٠,٠	٢٨٧	%١٠٠,٠	٤٣٧	%١٠٠,٠	٨٩٤	%١٠٠,٠
فئة المواطن	**اسم الصفحة**							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الشعب/المصريون/ الناس	١٣	%١٠,٨	١٩	%١٣,١	٤٩	%٢٢,٩	٨١	%١٦,٩
الطلاب والأهلى	١٦	%١٣,٣	١١	%٧,٦	٧	%٣,٣	٣٤	%٧,١
الإسكندرانية	٢	%١,٧	٠	%٠,٠	٦	%٢,٨	٨	%١,٧
ضمير غائب أو مخاطب	٨١	%٦٧,٥	٧٨	%٥٣,٨	١٣١	%٦١,٢	٢٩٠	%٦٠,٥
عيال التيك توك وبياعى البلازما	٠	%٠,٠	٤	%٢,٨	٢	%٠,٩	٦	%١,٣
مسميات أفراد	١	%٠,٨	٤	%٢,٨	٦	%٢,٨	١١	%٢,٣
مصاب	٠	%٠,٠	٢	%١,٤	٩	%٤,٢	١١	%٢,٣
فئات: أطفال، شباب،بنات،أصحاب	٦	%٥,٠	١٧	%١١,٧	٤	%١,٩	٢٧	%٥,٦
أصحاب القهاوى	١	%٠,٨	١٠	%٦,٩	٠	%٠,٠	١١	%٢,٣

الإجمالى	١٢٠	١٠٠,٠%	١٤٥	١٠٠,٠%	٢١٤	١٠٠,٠%	٤٧٩	١٠٠,٠%

ظهر المواطن داخل النص أما بضمير الغائب أو بإنتمائه لفئة معينة. ويلاحظ ارتفاع نسبة ضمير الغائب أو المخاطب فى الصفحات الثلاث بنسبة إجمالية بلغت ٦٠,٥%، ويعود ذلك إلى سببين؛ هما: أن غالبية الميمز والكوميكس بها شخصية أخرى مصاحبة تعلق على سلوكيات المواطن أو تتحاور معه. أو أنه يتم تجسيد إثنين أو أكثر من المواطنين فى حالة حوار مع بعضهم البعض.

وتمثلت فئات المواطن التى تم ذكرها فى؛ وفقاً للإجمالى: الشعب/المصريون/الناس ١٦,٩%، الطلاب والأهلى ٧,١%، فئات: أطفال، شباب، بنات، أصحاب ٥,٦%، مسميات أفراد ٢,٣%، مصاب ٢,٣%، أصحاب المقاهى ٢,٣%، الإسكندرانية ١,٧%، مستخدمى التيك توك وبياعى البلازما ١,٣%.

أ. تحليل النصوص:

أ/١. حضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن الشخصية (التيمة)، وتفاصيلها:

سيطرت فكرة رئيسية على حضور المواطن داخل ميمز وكوميكس الصفحات الثلاث؛ هى: أنه يتسم بغياب الوعى والاستهتار بنسبة ٧١,٧% بصفحة اساحبى، و٦٢,١% بصفحة كورونا ساركازم، و٨٥,٠% بصفحة فيروس كورونا. بينما تباينت الصفحات فى التيمات الأخرى المقدمة عن المواطن.

جدول (١٢) التوزيع التكرارى والنسبى لحضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن شخصية المواطن (التيمة)

تيمة المواطن	اسم الصفحة							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
غياب الوعى والاستهتار	٨٦	٧١,٧%	٩٠	٦٢,١%	١٨٢	٨٥,٠%	٣٥٨	٧٤,٧%
خايف من رد فعل المجتمع لو كان مصاب	٣	٢,٥%	٠	٠,٠%	٠	٠,٠%	٣	٠,٦%
الانتهازية وحب الأذية	٢	١,٧%	٤	٢,٨%	١٦	٧,٥%	٢٢	٤,٦%
شخصية مكروهة نتمنى إصابتها	٠	٠,٠%	٣	٢,١%	٠	٠,٠%	٣	٠,٦%
ملتزم بالإجراءات الاحترازية	١٣	١٠,٨%	٧	٤,٨%	٤	١,٩%	٢٤	٥,٠%
ضحية	١٦	١٣,٣%	٣١	٢١,٤%	١٢	٥,٦%	٥٩	١٢,٣%
مستفيد من الإجراءات الاحترازية	٠	٠,٠%	١٠	٦,٩%	٠	٠,٠%	١٠	٢,١%
الإجمالى	١٢٠	١٠٠,٠%	١٤٥	١٠٠,٠%	٢١٤	١٠٠,٠%	٤٧٩	١٠٠,٠%
حضور تيمة المواطن	**اسم الصفحة**							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ضمنى	٧	٥,٨%	١٠	٦,٩%	٤٦	٢١,٥%	٦٣	١٣,٢%
صريح	١١٣	٩٤,٢%	١٣٥	٩٣,١%	١٦٨	٧٨,٥%	٤١٦	٨٦,٨%
الإجمالى	١٢٠	١٠٠,٠%	١٤٥	١٠٠,٠%	٢١٤	١٠٠,٠%	٤٧٩	١٠٠,٠%

وظهرت التيمات بشكل صريح بالنص فى ميمز وكوميكس الصفحات الثلاث بنسبة ٨٦,٨%.

أ/٢. تفاصيل حضور التيمة وفقاً للفئة الأبرز حضوراً:

يتبين أن التيمة الأكثر حضوراً؛ وهى أن المواطن يتسم بغياب الوعى والاستهتار، اتخذت اتجاه سلبى من حيث الشق النصى، وركزت على فئات؛ بالترتيب: ضمير الغائب أو المخاطب، الشعب، الطلاب والأهالى، فئات، الإسكندرانية، مسميات الأفراد، أصحاب المقاهى.

وتشكلت نتيجة التركيز على معانى محددة؛ وهى: غياب الوعى، الإطمئنان الزائف.

أولاً: غياب الوعى: لتوصيل دلالة أساسية؛ هى: أنه لا يمكن الاعتماد على وعى الشعب لتخطى الأزمة بل أن المصريين يتعاملون مع كورونا على أنه أعمى ولن يراهم. وتم عرض هذه الفكرة بشكل صريح أو تم عرض السلوكيات التى تثبت هذه الفكرة. ومن الأمثلة على عرض هذه الفكرة بشكل صريح "أنت سايب القهوة على النار ورايح فين، براهن على وعى الكنكة"[١].

وتمثلت أبرز السلوكيات التى تثبت الفكرة الرئيسية؛ فى: رغم خطورة كورونا ما يشغل المصريين هو التحضير للأعياد والمناسبات والأفراح "الصحة نراهن على وعى الشعب، الشعب: يلا نشترى لبس العيييد"[٢]. تعبير الملتزمون بالبقاء بالمنزل عن غضبهم " ينفع نقضى شم النسيم فى البيت كده؟ لا وأنت الشهادة لله ياكمال يبنى كل سنة بتقضيه فى دهب"[٣]. وظهر أيضاً سلوك الاستخدام الخاطئ للكمامات والاستهتار فى التعامل معها "هلبس الكمامة بس هنزلها شوية علشان حاطة روج- كوفيد: خرجتونى من الصين ليه"[٤].

وظهرت سلوكيات تنم عن غياب المعرفة وعدم تقدير مدى خطورة الفيروس، وهى ميمز وكوميكس تُظهر المواطن ملتزم شكلاً بالإجراءات الاحترازية ولكنه يقوم بسلوك يعرض حياته وحياة الأخرين للخطر. "روحت أجيب لب من عند راجل محترم لاقيته لابس جوانتى قولتله ليه كده قال طبعاً لازم نخاف على غيرنا وراح نافخ بالقرطاس"[٥]. وظهرت سلوكيات الإسكندرانية ببداية الحظر "الإسكندرانية ياستى قالولى هنعمل عمرة على الضيق كده قدام البيت وحلفونى بالكعبة قلتلهم ماشى"[٦]. وظهرت سلوكيات التنمر على الملتزمين بالإجراءات الاحترازية "لما حد من صحابى يقلى: أنا مش هسلم عليك - أنت نسيت نفسك ولا أيه دا أنت مبتستحماش يلا"[٧].

وظهرت السلوكيات التى توضح استهتار المواطن بالإجراءات الاحترازية وعدم الاستفادة من الوقت الذى وفره الحظر. "أوروبا: لقد نفذت لدينا جميع الكتب المعروضة للبيع بسبب البقاء الإجبارى بالمنزل، فماذا نفذ عندكم!! –مصر: البيكنج بودر"[٨]، "أحنا هننتصر على الكورونا

[١] اساحبى، ٢٠مايو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3218774058217675

[٢] فيروس كورونا، ٢مايو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=123427005990102&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٣] اساحبى، ١٩أبريل٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3142764635818618

[٤] كورونا ساركازم، ١٩يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=10157831997664877&set=g.256035802211504

[٥] اساحبى، ١٥مارس٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3064339046994511

[٦] فيروس كورونا، ٢٤أبريل٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=119802096352593&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٧] كورونا ساركازم، ٢٠يوليو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1661530127345794&set=g.256035802211504

[٨] اساحبى، ١٢أبريل٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3126753190753096

باستخدام ال BDA، أيه دا؟ بركة دعا الوالدين"[١]. ويتضح نتيجة لهذه السلوكيات أن وعى المصريين يؤدى لزيادة الأعداد "ما شاء الله، وعيكم واخدكم وطالع على الجنة"[٢].

ثانياً: الإطمئنان الزائف: تشكلت نتيجة التركيز على تجاهل المواطن للفيروس واعتباره غير موجود والتعامل معه بمنطق "العشرة" فلن يضره. ونتج عن ذلك سلوكيات خاطئة متعلقة بعدم الإلتزام بالإجراءات الاحترازية "أكيد جالك برد من المروحة، بس أنا مبشغلش المروحة، يبقى تشغلها عشان يبقى من المروحة"[٣]، "برضو هتنزل من غير كمامة يا أنور.. مش خايف من فيروس كورونا المستجد؟ كورونا مبقاش مستجد ياجيهان دا بقى صاحب مكان!!"[٤]، "هو إحنا نفضنا للكورونا فجأة ليه!! علشان التجاهل بيموت أى علاقة"[٥]. ونتج أيضاً سلوكيات تنم عن استغلال المواطن للفيروس لتحقيق مصالح خاصة؛ كالإمتناع عن العمل والدراسة والتهرب من المرور والديون "محدش يستهون بالكمامة لأنها بتحمى فعلاً، النهاردة معدى جنب واحد ليه فلوس عندى ومعرفنيش"[٦].

ويتبين أن المواطن ظهر باتجاه سلبى أيضاً؛ بتيمات: 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. وذلك كالتالى:

ظهرت تيمة الانتهازية وحب الأذية فى الصفحات الثلاث، وكانت امتداد لتيمة غياب الوعى ولكن مع وجود القصد والتعمد للتسبب بأذية الأخرين. وتشكلت نتيجة عرض حالات لأفراد عندما أصيبوا بالفيروس أخفوا الأمر وتعمدوا مخالطة الغير "مريضة بتولد قيصرى مش عايزة تقول إذا كان عندها أعراض ولا لأ علشان نعزلها عن باقى المرضى، وتقول: أنا لو هموت كلكم هتموتوا معايا"[٧].

وتشكلت أيضاً بسبب التركيز على: سلوكيات الأفراد التى ترغم الأخرين على عدم الإلتزام بالإجراءات الاحترازية "الأعداد بتزيد والمفروض ناخد الاحتياطات، الراجل اللى بيصلى جنبى: أفرش المصلية بالعرض ياض"[٨]. وسلوكيات الأفراد التى تستخدم أعراض كورونا للانتقام "واحدة جوزها زعلها مبتحطش ملح أو سكر فى الأكل ومعيشاه وهم أنه فقد حاسة التذوق!- أبليس: يستى خدى الشوكة بتاعتى أهية"[٩]. وسلوكيات الأفراد التى تستغل الأزمة لتحقيق مكاسب من بيع البلازمة "بقوا يضربوا ورق أنهم كان عندهم كورونا وخفوا ويبيعوا بلازمتهم بـ ٢٠ ألف - أنا حقيقى مش هسلك معاكم أنتوا عايزين يأجوج وماجوج"[١٠].

---

[١] فيروس كورونا، ٣مايو ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=123509032648566&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٢] فيروس كورونا، ٢٩مايو ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=133357888330347&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٣] اساحبى، ٢١ديسمبر ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3825611974200544

[٤] كورونا ساركازم، ٢٤يونيو ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=3265633056849508&set=g.256035802211504

[٥] كورونا ساركازم، ٢٥يونيو ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=10220886961751512&set=g.256035802211504

[٦] اساحبى، ٢٣ديسمبر ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3828531923908549

[٧] فيروس كورونا، ٣يونيو ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1347456648582 36&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٨] اساحبى، ٧مايو ٢٠٢١: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/4210693225692415

[٩] اساحبى، ٣يونيو ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3253023528126061

[١٠] فيروس كورونا، ١٠يونيو ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1375621412432 55&set=pb.100050658901805.-2207520000..

وسلوكيات الأفراد المصابة بكورونا وتمارس حياتها بشكل طبيعى دون مراعاة للغير "ركبت تاكسى وبعد ما رشيت كحول بقول للسواق معلش لو الكحول ريحته جامده قالى ولايهمك أنا بقالى يومين مش شامم حاجة"[١].

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 ٢٥ %، إللى هيعدى الخط ده هيموت"[٢].

ويتضح أن التيمة الوحيدة التى ظهر بها المواطن باتجاه إيجابى بالصفحات الثلاث؛ هى: ملتزم بالإجراءات الاحترازية. وركزت على فئات؛ بالترتيب: ضمير الغائب أو المخاطب، مسميات أفراد، فئات. وتشكلت نتيجة التركيز على سلوكيات المواطنين الملتزمين بالإجراءات الاحترازية "صحبى بيطلع الكحول علشان يعقم أيده، رشة هنا ياحب"[٣]، "عاوزين نفطر مع بعض يوم، أنا بفطر أول ما المغرب يأذن أول ما تسمعه أفطر"[٤].

ويتضح أن التيمات التى ظهر بها المواطن باتجاه غير محدد؛ هى: ضحية، خايف من رد فعل المجتمع لو كان مصاب. وركزت على فئات؛ بالترتيب: ضمير الغائب أو المخاطب، فئات، الشعب، الطلاب والأهالى، مصاب. وذلك كالتالى:

تشكلت تيمة ضحية بالصفحات الثلاث نتيجة التركيز على أن المواطن تضرر من الإجراءات الاحترازية خاصة الكمامات والحظر "لمبى هو أنا فعلا الكمامة مخليه ودانى كبيرة؟! كبيرة أيه يا أبو صلاح ده أنت ناقصلك ريسيفر وتجيب القنوات كلها"[٥]. كما ركزت على أن المواطن ضحية لإجراءات التعايش فى ظل غياب الوعى "كل واحد ومناعته أيه!! ده أنا بيجيلى برد مرتين فى الأسبوع أنتوا مستوعبين!"[٦]، "لما تعرف أن صاحبك نزل القهوة- لو عشت أدينى رنة"[٧]. وركزت على أنه ضحية لغياب المعرفة المؤكدة عن كورونا "الدراسات بتقول أن الفيروس هيموت فى الحر، أو إحنا اللى هنموت من الحر مش متأكد"[٨].

وظهرت تيمة خايف من رد فعل المجتمع لو كان مصاب فى صفحة اساحبى فقط، وتشكلت نتيجة التركيز على أن الخوف من العزلة الاجتماعية تجعل المواطن خائف من العطس أمام الأخرين حتى إذا لم يكن مصاب "هموت وأعطس يانصه مش قادر- أجمد لحد ما نبعد عن الناس عشان متتفهمش غلط"[٩].

---

[١] فيروس كورونا، ١٠يناير ٢٠٢١: https://www.facebook.com/photo/?fbid=217224173277051&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٢] كورونا ساركازم، ٢٦يونيو ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=307822707012024&set=g.256035802211504

[٣] اساحبى، ٥يناير ٢٠٢١: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3861505200611221/

[٤] اساحبى، ٧أبريل٢٠٢١: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/4121817634579975

[٥] اساحبى، ١يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3247598235335257

[٦] اساحبى، ٢٧أبريل٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3161680467260368

[٧] كورونا ساركازم، ٣٠يونيو ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=10157865119259877&set=g.256035802211504

[٨] اساحبى، ١٩مايو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3216172401811174

[٩] اساحبى، ١٠يناير ٢٠٢١: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3874247402670334/

ب. التحليل النماذجي:

ب/١: الدوال السيميولوجية لشخصية المواطن:

كما تباينت التيمات الرئيسية المعبرة عن المواطن، تباينت أيضاً الدوال السيميولوجية الأساسية المعبرة عنه ليتم تصنيفها فى مجموعتين رئيسيتين؛ هما: الدوال المعبره عن حالة الاستهتار والإطمئنان الزائف والتجاهل، والدوال المعبرة عن الإلتزام 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، ممتلئ وليس بدين، لا يلتزم بالإجراءات الاحترازية، فى حالة حركة مستمرة، يبالغ فى إظهار انفعالاته. أنظر الشكل رقم (١٢).

شكل رقم ١٢

وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسات (وليد محمد- ٢٠١٧) و(سارة سعيد- ٢٠٢٠) حيث أكدوا أن رسامى الكاريكاتير يركزون على دوال تجعل المواطن ضحية؛ مثل: التعب، الملابس الرثة، البكاء، الجسم الهزيل، الخوف. وقد يكون ذلك نظراً لأن الدراسات السابقة ركزت على قضيتى علاقة المواطن بالمسئول والفقر والفقراء، لذا تم إعلاء الدوال الدالة على المعاناة. ونجد أنه على الرغم من أن قضية كورونا تمثل خطر على صحة المواطن وبالتالى كان من الممكن أن تنسحب دوال المعاناة لتعبر عنه إلا أن سلوكيات المواطن فى التعامل مع الأزمة هو الذى أعلى من أهمية الدوال الدالة على السلوك المستهتر اللامبالى.

بينما تتفق النتيجة مع دراسة (Viriya Taecharungroj & other-2015) والتى توضح أن الميمز تركز على أساليب فكاهية متعددة؛ أبرزها: تدمير الذات، أو جلدها أو إنهزامها. لأن غالباً ما تصف الميمات التى تهزم الذات انهيار العلاقات والفشل وأوجه الدونية الأخرى فى الحياة. ومتلقوا تلك الميمات ومصمميها يعانون 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 التنميط داخل دوال محددة؛ مثل: النوع والعمر والملابس ولون البشرة. حيث أتت هذه الدوال كالتالى:

* دالتى 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 المصرى) مع ظهور أيضاً للبشرة السوداء والبيضاء، ليدل ذلك على 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 الجلبية. 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 والاقتصادية، 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 الدوال الرئيسية التى تم التركيز عليها بالصفحات الثلاث؛ فى:

* دالة ملامح الوجه: ظهر فى الغالب بملامح تدل على اللامبلاة، 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 إيحاء وهمى بالصحة رغم ضعف الجهاز المناعى.

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

* دالة مدى الإلتزام 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 فأنه يضعها على كل مناطق جسده إلا الأنف والفم. فهو يضعها على: اليد، الكوح، العينين، الرأس، معلقة من الأذن، الجبهة، الرقبة، القفا، كعب الرجل. ويدل ذلك على أن الشعب لا يرتدى الكمامة ولكنه يمتلكها خوفاً من العقاب أو منع دخوله لبعض الأماكن. ويدل أيضاً 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. ولم يكن يلتزم فى هذه التجمعات بالتباعد بل أنه أحياناً تنعدم حتى المساحات الشخصية. وتستخدم هذه الدالة للتعبير عن معنيين الأول هو عدم الإلتزام أثناء الحظر والثانى صعوبة الإلتزام فى ظل قرارات التعايش.

ولم تتباين الصفحات فيما بينهم فى هذه الدوال، وكانت دوال الملامح والحركة ومدى الإلتزام 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، مهندم، ساكن الحركة، رزين، على الأقل يرتدى الكمامة. أنظر الشكل رقم (١٣)

(اساجيى، ٧أبريل٢٠٢١) (كورونا ساركازم، ٥أغسطس٢٠٢٠) (فيروس كورونا، ٧أبريل٢٠٢٠)

شكل رقم ١٣

ب/٢: رحلة تناص هذه الدوال:

بدءت رحلة هذه الدوال الرئيسية فى الأعمال الفنية والدرامية التى ركزت على الشخصيات الكوميدية التى تقابل البؤس والشقاء بالضحك والفهلوة لقلة الحيلة والعجز مقابل كثرة المشاكل والضغوط. ودفعت هذه المعانى الميمز 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 طيبة أو شريرة فتواجه ذلك بكثرة الضحك والسخرية؛ مثل: شخصية توم أند جيرى الكارتونية. وشخصية سيد (تامر حسنى) الذى يعانى من مشكلات بالدراسة وبالعمل 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 بحمام عشيقته ولكن يستطيع الشيخ حسنى (محمود عبد العزيز) الضرير ضبطه وفضح أمره بالشارع. وشخصية 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.

* شخصية الأقرباء والأصدقاء الداعمون اللذين يتحملون مشاكل لا ذنب لهم بها رغم قلة حيلتهم؛ مثل: الشخصيات التى قام بها (طلعت زكريا) فى أفلام: أبو على، حاحا وتفاحة، وغبى

منه فيه. وشخصية الزوج حب (فتحى عبد الوهاب) الذى يتحمل مشاكل أسرته وأسرة زوجته فى مسلسل عائلة مجنونة جداً. وشخصية عاطف وسلطان (يونس شلبى وسعيد صالح) فى مسرحية العيال كبرت. وشخصية على (أحمد السقا) الصديق المستهتر الجرئ فى فيلم صعيدى فى الجامعة الأمريكية. وشخصية كالوشة (سامح حسين) البلطجى الفاشل الذى يحاول مساعدة صديقه فى فيلم أتش دبور. وشخصية نعمة (فاتن حمامة) الأخت التى تتحمل أعباء شقيقتها وأولادها فى فيلم أفواه وأرانب. وشخصية أم طه (لبلبة) التى تتحمل فشل أبنها فى فيلم وش إجرام.

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

* الشخصيات التى تواجه الكثير من الصعوبات لتحقق أهدافها بالنهاية وتتغلب على تلك المصاعب بالسخرية؛ مثل: شخصية (أحمد حلمى) المسعف الذى يحاول أنقاذ الوزير فى فيلم ٥٥ أسعاف. وشخصية (محمد هنيدى) الأسطى الذى يحاول مساعدة الأخرين فى بلية ودماغة العاليا، والأخ المطرب الفاشل الذى يحاول إنقاذ أخوة فى عندليب الدقى. وشخصية (محمد سعد) بأفلام: اللمبى، اللى بالى بالك، بوحة، بوشكاش. وشخصية (محمود عبد العزيز) المصرى الذى يتجسس لصالح دولته فى مسلسل رأفت الهجان وفيلم إعدام ميت. وشخصية (عادل إمام) الأب الذى يحاول النجاة بأسرته فى حسن ومرقص.

كما توجد دوال عديدة مستمده 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 الكمامات.

ب/٣: اختبار التباديل والتوافيق:

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

* دالة الحجم: متوسط الحجم رياضى، أو بدين: تدل على الصحة والرخاء والغنى.
* دالة ملامح الوجه: جادة ومهتمه: تقدر خطورة المرض وضرورة الحفاظ على صحتها وصحة الأخرين.
* دالة حركة الجسم: هادئة ومتزنة: تدل على الثبات الانفعالى والإلتزام.
* دالة مدى الإلتزام بالإجراءات الاحترازية: ارتداء الكمامات والحفاظ على التباعد الاجتماعى: تدل على الخوف من العدوى، والقلق والاهتمام بالصحة، والحفاظ على صحة الأخرين.

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.

٣. شخصية المسئول:

ظهرت شخصية المسئول فى صفحة اساحبى بنسبة ١٨,٨%، وصفحة كورونا ساركازم بنسبة ٣٦,٢%، وصفحة فيروس كورونا بنسبة ٤٢,٦%. وظهر المسئول كشخصية رئيسية فى الغالب أما منفرداً أو مصاحباً لشخصية كوفيد فى الصفحات الثلاث تلاها مصاحب لشخصية المواطن. وتبين أن معظم الموضوعات التى ظهر بها المسئول هى تلك المتعلقة بأعداد المصابين والقرارات والإجراءات الاحترازية.

جدول (١٣) التوزيع التكرارى والنسبى لمعدل حضور وطبيعة فئة المسئول داخل الميمز والكوميكس خلال الأزمة

شخصية المسئول	اسم الصفحة							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
يوجد	٣٢	%١٨,٨	١٠٤	%٣٦,٢	١٨٦	%٤٢,٦	٣٢٢	%٣٦,٠
لا يوجد	١٣٨	%٨١,٢	١٨٣	%٦٣,٨	٢٥١	%٥٧,٤	٥٧٢	%٦٤,٠
الإجمالى	١٧٠	%١٠٠,٠	٢٨٧	%١٠٠,٠	٤٣٧	%١٠٠,٠	٨٩٤	%١٠٠,٠
فئة المسئول	**اسم الصفحة**							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الحكومة	٤	%١٢,٥	١٩	%١٨,٣	٨٥	%٤٥,٧	١٠٨	%٣٣,٥
وزيرة الصحة	١	%٣,١	٦	%٥,٨	٦	%٣,٢	١٣	%٤,٠
رئيس الوزرء	٠	%٠,٠	٢٤	%٢٣,١	٣	%١,٦	٢٧	%٨,٤
وزير التربية والتعليم	٣	%٩,٤	١	%١,٠	٥	%٢,٧	٩	%٢,٨
مصر / ايجيبت	١٣	%٤٠,٦	١٠	%٩,٦	٠	%٠,٠	٢٣	%٧,١
رئيس البرلمان	٠	%٠,٠	٠	%٠,٠	١	%٠,٥	١	%٠,٣
وزارة الصحة	٨	%٢٥,٠	٣٩	%٣٧,٥	٦٥	%٣٤,٩	١١٢	%٣٤,٨
الرئيس	٠	%٠,٠	٠	%٠,٠	١	%٠,٥	١	%٠,٣
الشهر العقارى	٠	%٠,٠	٠	%٠,٠	١	%٠,٥	١	%٠,٣
وزير التعليم العالى	٣	%٩,٤	١	%١,٠	٦	%٣,٢	١٠	%٣,١
الأجهزة الأمنية	٠	%٠,٠	١	%١,٠	٣	%١,٦	٤	%١,٢
هيئات وشركات النقل	٠	%٠,٠	٠	%٠,٠	٥	%٢,٧	٥	%١,٦
التموين	٠	%٠,٠	١	%١,٠	١	%٠,٥	٢	%٠,٦
هيئة الأرصاد	٠	%٠,٠	٢	%١,٩	٤	%٢,٢	٦	%١,٩
الإجمالى	٣٢	%١٠٠,٠	١٠٤	%١٠٠,٠	١٨٦	%١٠٠,٠	٣٢٢	%١٠٠,٠

وتمثلت أبرز فئات المسئول التى تم تمثيلها داخل الميمز والكوميكس خلال الأزمة وفقاً للإجمالى؛ فى: وزارة الصحة ٣٤,٨%، الحكومة ٣٣,٥%، رئيس الوزرء ٨,٤%، مصر ٧,١%، وزيرة الصحة ٤,٠%، وزير التعليم العالى ٣,١%، وزير التربية والتعليم ٢,٨%،

هيئة الأرصاد ١,٩%، هيئات وشركات النقل ١,٦%، الأجهزة الأمنية ١,٢%، التموين ٠,٦%، ثم: رئيس البرلمان والرئيس والشهر العقارى بنسبة ٠,٣% لكل منهم.

أ. تحليل النصوص:

أ/١. حضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن الشخصية (التيمة):

سيطرت فكرتان رئيسيتان على حضور المسئول داخل ميمز وكوميكس الصفحات الثلاث؛ ألا وهما: الفهلوة وغياب الإستراتيجية بنسبة ٨١,٣% فى صفحة اساحبى، و٥٨,٧% فى صفحة كورونا ساركازم، و٣٩,٨% فى صفحة فيروس كورونا. وعدم الكشف عن الأعداد الحقيقية بنسبة ١٥,٦% فى صفحة اساحبى، و٣٥,٦% فى صفحة كورونا ساركازم، و٤٩,٥% فى صفحة فيروس كورونا. بينما تباينت الصفحات فى التيمات الأخرى المقدمة عن المسئول.

جدول (١٤) التوزيع التكرارى والنسبى لحضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن شخصية المسئول (التيمة)

تيمة المسئول	اسم الصفحة						الإجمالى	
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الفهلوة وغياب الإستراتيجية	٢٦	%٨١,٣	٦١	%٥٨,٧	٧٤	%٣٩,٨	١٦١	%٥٠,٠
عدم الكشف عن الأعداد الحقيقية	٥	%١٥,٦	٣٧	%٣٥,٦	٩٢	%٤٩,٥	١٣٤	%٤١,٦
الإلتزام بالإجراءات الاحترازية	٠	%٠,٠	١	%١,٠	٣	%١,٦	٤	%١,٢
عدم الإلتزام بالإجراءات الاحترازية	١	%٣,١	٢	%١,٩	٦	%٣,٢	٩	%٢,٨
التوعية بمخاطر كورونا	٠	%٠,٠	٣	%٢,٩	١١	%٥,٩	١٤	%٤,٣
الإجمالى	٣٢	%١٠٠,٠	١٠٤	%١٠٠,٠	١٨٦	%١٠٠,٠	٣٢٢	%١٠٠,٠
حضور تيمة المسئول	**اسم الصفحة**							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ضمنى	١٨	%٥٦,٣	٧٩	%٧٦,٠	١١٥	%٦١,٨	٢١٢	%٦٥,٨
صريح	١٤	%٤٣,٨	٢٥	%٢٤,٠	٧١	%٣٨,٢	١١٠	%٣٤,٢
الإجمالى	٣٢	%١٠٠,٠	١٠٤	%١٠٠,٠	١٨٦	%١٠٠,٠	٣٢٢	%١٠٠,٠

ظهرت التيمات بشكل ضمنى بالنص فى ميمز وكوميكس الصفحات الثلاث بنسبة ٦٥,٨%.

أ/٢. تفاصيل حضور التيمة وفقاً للفئة الأبرز حضوراً:

اتخذت التيمة الأكثر حضوراً؛ وهى الفهلوة وغياب الإستراتيجية، اتجاه سلبى من الشق النصى. 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 ورادعة 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: فتم اعتباره قرار خاطئ يترك المواطن وحيداً أمام الفيروس ويحمله مسئولية انتشاره "الحكومة: مازلنا نراهن على وعى الشعب، المواطن:

الوعى هيموتناى"[١] - والقرارات المتعلقة بحظر التجوال؛ سواء: تحديد مواعيده، الحزم فى تنفيذه، قرار رفع الحظر "كورونا: إلغى الـ ٤ ساعات حظر ياباشا إحنا مابنشحتش"[٢]، "الدول رفعت الحظر ليه؟ - مصر: أهو كيفى كدة"[٣].

- قرارات التعايش: فتم 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"[٤]، "قفل الأماكن المفتوحة وفتح الأماكن المغلقة، خطة أزنق الفيروس وحلق عليه"[٥] – قرار فتح المقاهى بنسبة ٢٥%: "أنت بقى عايز القهوة تجيب كاشف حراراة! دول مش حاطين ستارة على المبولة!!"[٦].

وظهر نقد للتصرفات الدالة على غياب المسئولية؛ مثل: السماح بالتجمعات "تجمعات المصريين للاحتفال بنصر أكتوبر، مفيش كورونا بتيجى لمؤيد.. معروفة يعنى"[٧]. والتصريحات عن موعد إنتهاء كورونا "نائب مدير حميات إمبابة انتهاء كورونا فى مصر بداية الشهر المقبل- كورونا: حضرتك واخد منى وعد بالكلام ده؟!"[٨]. والتصريحات المتعلقة بالتعليم "الأعداد بتزيد وهتعملوا امتحانات وهتفتحوا الدنيا أنتوا بتحبونى صح؟"[٩].

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"[١٠]. والعجز والاستهتار: "الوعى-الحكومة قفشت قهوة فاتحة وفيها ٣٠ واحد راحو شاحنينهم كلهم فى بوكس واحد"[١١].

ويتبين أن التيمة التى ظهرت بالترتيب الثانى بصفحات الدراسة وفقاً للإجمالى؛ هى: عدم الكشف عن الأعداد الحقيقية. واتخذت من الشق النصى اتجاه سلبى، وركزت على فئات؛ بالترتيب: وزارة الصحة، الحكومة، وزير التعليم العالى، وزيرة الصحة، مصر. وكانت 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 للإنفوجراف الخاص بأعداد المصابين الصادر عن وزارة الصحة يومياً "هسجل إصابات أكتر لما يموت بتاع الفوتشوب"[١٢].

---

[١] فيروس كورونا، ٥مايو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=124671902532279&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٢] كورونا ساركازم، ٢٥يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=899201360598950&set=g.256035802211504

[٣] كورونا ساركازم، ٢٧يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=2686753791591335&set=g.256035802211504

[٤] كورونا ساركازم، ٣٠يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=2732441663746829&set=g.256035802211504

[٥] كورونا ساركازم، ٢٤يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=174951087394503&set=g.256035802211504

[٦] كورونا ساركازم، ٢٨يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=3220043198047558&set=g.256035802211504

[٧] كورونا ساركازم، ١٤أكتوبر٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=10158057663117585&set=g.256035802211504

[٨] فيروس كورونا، ١٠يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1375186445809 38&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٩] فيروس كورونا، ١٣يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1386861677975 19&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[١٠] كورونا ساركازم، ٢٥يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=10157847272154877&set=g.256035802211504

[١١] فيروس كورونا، ١يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1340898615904 83&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[١٢] فيروس كورونا، ١٦ديسمبر٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=2008702749124 41&set=pb.100050658901805.-2207520000..

وتبين ظهور المسئول بتيمة ذات اتجاه سلبى أيضاً بالصفحات الثلاث؛ هى: عدم الإلتزام بالإجراءات الاحترازية. وركزت على فئات؛ بالترتيب: وزيرة الصحة، وزارة الصحة، وزير التربية والتعليم، الشهر العقارى. وتشكلت نتيجة التركيز على عرض سلوكيات لمسئولين ومؤسسات توضح عدم إلتزامهم بالإجراءات الاحترازية، وخاصة التجمعات "الشهر العقارى فتح وفتحت معاه أبواب الجنة أن شاء الله"[١].

ويتضح أن التيمات التى ظهر بها المسئول باتجاه إيجابى كانت بصفحتى كورونا ساركازم وفيروس كورونا؛ وهى: الإلتزام بالإجراءات الاحترازية، التوعية بمخاطر كورونا. وركزت على فئات؛ بالترتيب: وزارة الصحة، هيئة الأرصاد، وزيرة الصحة، الأجهزة الأمنية، الحكومة. وقد تشكلت تيمة الإلتزام بالإجراءات الاحترازية نتيجة التركيز على عرض بعض السلوكيات؛ مثل: تطبيق الشرطة للقرارات كالحظر "لما تنزل الشارع من غير كمامة، على فين ياهدهد الجناين"[٢]. 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"[٣]، وتحذير وزارة الصحة من إطمئنان المواطنين الزائف "الصحة تحذر من زيادة إصابات كورونا مجدداً"[٤].

ب. التحليل النماذجى:

ب/١: الدوال السيميولوجية لشخصية المسئول:

كانت التيمة الرئيسية المتواترة عن المسئول فى الغالب مفهومة من الدوال النصية وليس البصرية، وأيضاً كانت فى 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 دى ياحكومة!!، أو: أقسم بالله ما أرقامى.. الخ. أنظر الشكل رقم (١٤).

شكل رقم ١٤(كورونا ساركازم، ٢٠يوليو٢٠٢٠)

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، لأنها كانت صور للمسئولين أنفسهم.

[١] فيروس كورونا، ٩مايو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=126114879054648&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٢] كورونا ساركازم، ٢أغسطس٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=3250972621931111&set=g.256035802211504

[٣] كورونا ساركازم، ٢٢سبتمبر٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=3570901189626731&set=g.256035802211504

[٤] فيروس كورونا، ٩أغسطس٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1564271460234218&set=pb.100050658901805.-2207520000..

وأتت الدوال السيميولوجية معبرة عن عجز وقلة حيلة شخصية المسئول بما يتفق مع التيمة الرئيسية المتواترة عنه بالنص. حيث ركزت الصفحات الثلاث على مجموعة دوال أساسية لتصنع نمطاً محدداً لشخصية المسئول، تتمثل فى أنه: رجل، متوسط العمر، متوسط الحجم به بعض البدانة، يرتدى زى رسمى غالباً وأحياناً ملابس بسيطة بالية، حركة جسمه هادئة، لا يرتدى الكمامة، محاط بتجمعات، ويتميز بملامح وجه تتراوح بين مهمومة يائسة وتائهة مغيبة. وصنعت هذه الدوال مجتمعه مع 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 (١٥).

شكل رقم ١٥

وإذا كانت الدراسة تتفق مع الدراسات السابقة بالسمات 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-٢٠١٧)، 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.

وتتفق النتائج مع دراسة (Lisa Ellen-2018) فى أن الميمز تؤدى لتشوية سمعة المسئول. وأنها تعمل كآليات لتشكيل الذاكرة المجتمعية حول الشخصيات والأحداث.

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

* دالة النوع: رجل: يفترض فيه القوة والعنف والفضول والتحكم والثقة بالنفس.
* دالة العمر: متوسط العمر (من ٣٥ إلى ٦٠) 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. ويعكس الاعتماد على الزى الرسمى الأنيق تمتعه بالثراء والسلطة والمكانة الاجتماعية والاقتصادية، وأنه طبقة أعلى من المواطن. ويدل الزى البسيط والمهلهل 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.
* دالة ملامح الوجه: كانت العلامة البصرية الأكثر وضوحاً فى تمييز شخصية المسئول. وظهر فى الغالب بملامح جادة مهمومة تعكس تورطه فى الأزمة وأنه مجبر على التعامل معها رغم نقص المعلومات وعدم امتلاك أدوات فعالة للمواجهة، وأبرزها: نظرات اليأس والسرحان، والتعبيرات الدالة على التشوش والتغييب.
* دالة حركات الجسم: هادئة وفى الغالب بوضع السكون. تدل على الرصانة والإتزان.
* دالة مدى الإلتزام بالإجراءات الاحترازية: ظهر فى الغالب بدون كمامة وبوسط تجمعات: تدل على عدم الإلتزام بالإجراءات الاحترازية مما يزيد من السخرية عند مطالبة الجمهور بالإلتزام بالإجراءات الاحترازية. وهى دالة على أن المسئول لا يشعر بالضرورة أن القرارات الواجب تنفيذها على المواطن تنطبق عليه.

ب/٢: رحلة تناص هذه الدوال:

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

* الشخصيات التى تعتمد على النفوذ والسلطة والقوة فى اتخاذ القرارات، وليس التفكير المنطقى السليم؛ مثل: شخصية جاك سبارو (جونى ديب) القرصان المخادع الذكى الذى يحاول الفرار دائماً من المواقف الخطرة فى قراصنة الكاريبى. وشخصية سوكة العبيطة (سارة عبد القادر) التى تضرب الأخرين بمزاجها فى فيلم أبو على. وشخصية مرجان (عادل إمام) الثرى الذى يغش لينجح فى فيلم مرجان أحمد مرجان.
* الشخصيات التى تتعامل بلامبالاة أو استهتار رغم مشاكلها ومع ذلك تنجح فى الغالب فى تحقيق أهدافها بسبب استغلالها للمواقف؛ مثل: شخصيتى محروس وسيد (عادل إمام) فى فيلم الواد محروس بتاع الوزير ومسرحية الواد سيد الشغال. وشخصية عاشور (علاء ولى الدين) فى فيلم الناظر. وشخصية عصفور (عبد المنعم إبراهيم) فى فيلم طاقية الإخفاء. وشخصية كويس (محمد هنيدى) فى مسرحية ألاباندا. وشخصية عم أيوب (محمد صبحى) فى مسرحية الجوكر.
* الشخصيات التى تظهر عكس ما تخفى؛ مثل: شخصية سليم البهظ (جميل راتب) تاجر المخدرات الذى استغل وصفه صلاح أبو العزم فى فيلم الكيف. وشخصية ضابط الشرطة الفاسد (أحمد راتب) فى فيلم نمس بوند. وشخصية عمر (أسر ياسين) اللص الذى من المفترض

أنه أبن أصول فى مسلسل ١٠٠ وش. وشخصية حسن كولونيا (صلاح عبد الله) مدرس التاريخ الذى يعمل مغنياً خلف عشيقته فى فيلم عسكر فى المعسكر.
* الشخصيات التى تمتلك السلطة ولكنها عاجزة سواء لضعف الشخصية أو الفشل أو قلة الحيلة؛ مثل: شخصية الدكتور ربيع (بيومى فؤاد) الفاشل فى مسلسل الكبير. وشخصية فادى (خالد الصاوى) الثرى الذى لا يستطيع الوصول لحبيبته فى فيلم ظرف طارئ. وشخصية شريف النمس (هانى رمزى) ضابط الشرطة قليل الذكاء فى فيلم نمس بوند.

ب/٣: اختبار التباديل والتوافيق:

يوضح المعنى الغائب والحاضر فى العلامة وتأثيره، ويكشف النمط الصانع لتوقعات الجمهور. وفيما يلى اختبار التباديل والتوافيق للدوال الرئيسية المعبرة عن المسئول:
* دالة النوع: أنثى: تدل على الغموض والضعف والخضوع وعدم الثقة.
* دالة العمر: مقتبل العمر: تدل على الشباب والطموح.
* دالة الملابس: ملابس بسيطة أو كاجول: تدل على قرب طبقته الاجتماعية من طبقة المواطن، وبالتالى الإحساس بمشكلاته وتفهمها.
* دالة ملامح الوجه: جادة متفائلة مبتهجة: تدل على الثقة بالنفس والقدرة على مواجهة الأزمة.
* دالة حركة الجسم: توظيف فعال للغة الجسد يوحى بالحيوية والإنفتاح بدلاً من السكون والجمود.
* دالة مدى الإلتزام 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 فى الواقع: يمكن أن يكون إمرأة، يرتدى ملابس بسيطة مهندمة، بملامح وجه متفائلة رغم الصعوبات، يتسم بالحيوية والنشاط، ويلتزم بالإجراءات الاحترازية كالشعب. ولكن لعدم توافق هذه الدوال مع المعنى الساخر المراد التأكيد عليه تم تحييدها فى مقابل التركيز على الدوال الرئيسية وتكرارها، والتى تركز على معنى؛ هو: رغم سلطة ونفوذ المسئول فهو عاجز وبائس أمام الوباء، ومنفصل لحد ما عن معاناة المواطن.

٤. الشخصية الأجنبية:

ظهرت الشخصية الأجنبية فى صفحة اساحبى بنسبة ١٥,٣%، وصفحة كورونا ساركازم بنسبة ١٣,٦%، وصفحة فيروس كورونا بنسبة ٧,٣%. ونادراً ما ظهرت الشخصية الأجنبية كشخصية رئيسية مصاحبه لشخصيات أخرى بالصفحات الثلاث وإنما ظهرت منفردة بموضوعات متعلقة بإنتقاد النظام الغذائى بالصين.

جدول (١٥) التوزيع التكرارى والنسبى لمعدل حضور وطبيعة تسمية الشخصية الأجنبية داخل الميمز والكوميكس خلال الأزمة

الشخصية الأجنبية	اسم الصفحة							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
يوجد	٢٦	١٥,٣%	٣٩	١٣,٦%	٣٢	٧,٣%	٩٧	١٠,٩%
لا يوجد	١٤٤	٨٤,٧%	٢٤٨	٨٦,٤%	٤٠٥	٩٢,٧%	٧٩٧	٨٩,١%

الإجمالى	١٧٠	١٠٠,٠%	٢٨٧	١٠٠,٠%	٤٣٧	١٠٠,٠%	٨٩٤	١٠٠,٠%
فئة الشخصية الأجنبية	**اسم الصفحة**							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الصين	١٨	٦٩,٢%	٢٨	٧١,٨%	٧	٢١,٩%	٥٣	٥٤,٦%
منظمة الصحة العالمية	١	٣,٨%	١	٢,٦%	٦	١٨,٨%	٨	٨,٢%
السودان	٠	٠,٠%	٠	٠,٠%	١	٣,١%	١	١,٠%
أمريكا	١	٣,٨%	٠	٠,٠%	٠	٠,٠%	١	١,٠%
إسرائيل	٠	٠,٠%	١	٢,٦%	٤	١٢,٥%	٥	٥,٢%
العلماء والعالم	٤	١٥,٤%	٣	٧,٧%	١٠	٣١,٣%	١٧	١٧,٥%
فرنسا	٠	٠,٠%	١	٢,٦%	٢	٦,٣%	٣	٣,١%
تونس	٠	٠,٠%	٠	٠,٠%	١	٣,١%	١	١,٠%
بريطانيا	٠	٠,٠%	١	٢,٦%	١	٣,١%	٢	٢,١%
الهند	٠	٠,٠%	٤	١٠,٣%	٠	٠,٠%	٤	٤,١%
السعودية	٢	٧,٧%	٠	٠,٠%	٠	٠,٠%	٢	٢,١%
الإجمالى	٢٦	١٠٠,٠%	٣٩	١٠٠,٠%	٣٢	١٠٠,٠%	٩٧	١٠٠,٠%

تمثلت أبرز الشخصيات الأجنبية التى تم تمثيلها بالميمز والكوميكس خلال الأزمة فى؛ وفقاً للإجمالى: الصين ٥٤,٦%، علماء ١٧,٥%، منظمة الصحة العالمية ٨,٢%، إسرائيل ٥,٢%، الهند ٤,١%، فرنسا ٣,١%، ثم: بريطانيا والسعودية بنسبة ٢,١% لكل منهما، ثم السودان وأمريكا وتونس بنسبة ١,٠% لكل منهم.

أ. تحليل النصوص:

أ/١. حضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن الشخصية (التيمة)، وتفاصيلها:

سيطرت فكرتان رئيسيتان على حضور الشخصية الأجنبية داخل ميمز وكوميكس الصفحات الثلاث؛ هما: الصين سبب المشاكل الصحية بالعالم بنسبة ٦٩,٢% فى صفحة اساحبى، و٧١,٨% فى صفحة كورونا ساركازم، و١٨,٨% فى صفحة فيروس كورونا. وتيمة قلة الحيلة بنسبة ١٩,٢% فى صفحة اساحبى، و١٠,٣% فى صفحة كورونا ساركازم، و٥٠,٠% فى صفحة فيروس كورونا. بينما تباينت الصفحات فى التيمات الأخرى المقدمة عن الشخصية الأجنبية.

جدول (١٦) التوزيع التكرارى والنسبى لحضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن الشخصية الأجنبية (التيمة)

تيمة الشخصية الأجنبية	**اسم الصفحة**							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سبب المشاكل الصحية بالعالم	١٨	٦٩,٢%	٢٨	٧١,٨%	٦	١٨,٨%	٥٢	٥٣,٦%
الاهتمام بصحة المواطنين	٣	١١,٥%	١	٢,٦%	٠	٠,٠%	٤	٤,١%
قلة الحيلة	٥	١٩,٢%	٤	١٠,٣%	١٦	٥٠,٠%	٢٥	٢٥,٨%
شخصية مكروهه نتمنى إصابتها بكورونا	٠	٠,٠%	١	٢,٦%	٦	١٨,٨%	٧	٧,٢%
مواجهة كورونا والحد من انتشارها	٠	٠,٠%	١	٢,٦%	٤	١٢,٥%	٥	٥,٢%

غياب الوعى والفهلوة	٠	٠,٠%	٤	١٠,٣%	٠	٠,٠%	٤	٤,١%
الإجمالى	٢٦	١٠٠,٠%	٣٩	١٠٠,٠%	٣٢	١٠٠,٠%	٩٧	١٠٠,٠%
حضور تيمة الشخصية الأجنبية	**اسم الصفحة**							
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ضمنى	٨	٣٠,٨%	٣٣	٨٤,٦%	١٠	٣١,٣%	٥١	٥٢,٦%
صريح	١٨	٦٩,٢%	٦	١٥,٤%	٢٢	٦٨,٨%	٤٦	٤٧,٤%
الإجمالى	٢٦	١٠٠,٠%	٣٩	١٠٠,٠%	٣٢	١٠٠,٠%	٩٧	١٠٠,٠%

وظهرت هذه التيمات بشكل صريح بالنص فى ميمز وكوميكس صفحتى اساحبى بنسبة ٦٩,٢% وفيروس كورونا بنسبة ٦٨,٨%، وبشكل ضمنى فى صفحة كورونا ساركازم بنسبة ٨٤,٦%.

أ/٢. تفاصيل حضور التيمة وفقاً للفئة الأبرز حضوراً:

يتبين أن التيمة الأكثر حضوراً؛ وهى سبب المشاكل الصحية بالعالم، اتخذت اتجاه سلبى من الشق النصى، 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 مصنفينها شاورما!"[١]. وظهر نقد لأن معظم الأمراض مصدرها الصين "اكتشاف وباء جديد بالصين- تانى ياصين؟"[٢]، "لو خرجتوا من البيت هتتصابوا بالفيروس، ولو قعدتوا بالبيت هينزل عليكم الصاروخ، يعنى هتموتوا هتموتوا"[٣]. وظهر نقد للإجراءات الصينية الاحترازية لأنها أساس الوباء "الصين ترفض استقبال طائرة القاهرة بسبب كورونا- عبلة كامل: أنتى نسيتى نفسك ياعرة يابتاعة الخفافيش"[٤].

وظهرت الشخصية الأجنبية بالصفحات الثلاث بتيمة ذات اتجاه غير محدد؛ هى: قلة الحيلة. وركزت على فئات؛ بالترتيب: العلماء والعالم، منظمة الصحة العالمية، السودان، فرنسا. وتشكلت نتيجة التركيز على معانى محددة؛ هى: أن حداثة الفيروس وقلة المعلومات المتوفرة عنه انعكست بالسلب على نتائج البحوث وتصريحات العلماء حوله مما جعل نتائجهم موضع سخرية. "علماء يجيبون لماذا يفضل كورونا مهاجمه الرجال عن النساء؟ كورونا: علشان أنا مبجيش على ولايا"[٥]. وكذلك أنعكس بالسلب على أدوار منظمة الصحة العالمية وأظهرها بمظهر العاجز "شوية أطفال تحت البيت بيلعبوا، واحد يجرى ورا الباقى ويحاول يلمسهم، واللى يتلمس يقول كورونا ويخرج من الدور- أطفال مصر:١، منظمة الصحة العالمية:٠"[٦].

وتبين ظهرور الشخصية الأجنبية بتيمات ذات اتجاه سلبى أيضاً؛ هم: شخصية مكروهه نتمنى إصابتها بكورونا، غياب الوعى والفهلوة. وركزت على فئات؛ بالترتيب: إسرائيل، الهند، فرنسا. وذلك كالتالى: ظهرت تيمة شخصية مكروهه نتمنى إصابتها بكورونا فى صفحتى كورونا ساركازم وفيروس كورونا. وركزت على إصابة الشخصيات الإسرائيلية والفرنسية.

---

[١] فيروس كورونا، ١٠أبريل٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=111787607154042&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٢] اساحبى، ١٠مايو٢٠٢٠:https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3190326934395721

[٣] اساحبى، ٧مايو٢٠٢١:https://www.facebook.com/asa7bess/photos/4211530642275340

[٤] كورونا ساركازم، ٥يوليو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=2944659115660642&set=g.256035802211504

[٥] فيروس كورونا، ١٣مايو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=127807335552069&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٦] كورونا ساركازم، ١٦يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=978507082591172&set=g.256035802211504

"فرنسا تسجل أعلى إصابات- كورونا:حاولت أعمل حاجة صح"[١]، "وزير جيش الاحتلال يدخل الحجر الصحى-كورونا:دعواتكم ليا بالتوفيق"[٢]. 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"[٣].

ويتبين ظهور الشخصية الأجنبية بتيمات ذات اتجاه إيجابى؛ هم: الاهتمام بصحة المواطنين، مواجهة كورونا والحد من انتشارها. وركزت على فئات؛ بالترتيب: السعودية، أمريكا، بريطانيا. وذلك كالتالى: ظهرت تيمة الاهتمام بصحة المواطنين 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 أبو شعلان"[٤]. وظهرت تيمة مواجهة كورونا والحد من انتشارها بصفحتى 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"[٥].

ب. التحليل النماذجي:

ب/١: الدوال السيميولوجية للشخصيات الأجنبية:

تباينت الدوال السيميولوجية المعبرة عن الشخصيات الأجنبية، لتنقسم 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. وأتت الدوال السيميولوجية المعبرة عن الصين لتتفق مع التيمة الرئيسية وهى أنها سبب مشاكل العالم خاصة الغذائية. وأتت الدوال السيميولوجية المعبرة عن العالم ومنظمة الصحة العالمية متفقة أيضاً مع تيماتهم الخاصة بقلة الحيلة والعجز رغم الإمكانيات والسلطة.

[١] فيروس كورونا، ٢٦أكتوبر ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=175713137428155&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٢] فيروس كورونا، ٨يوليو ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=147065470292922&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٣] كورونا ساركازم، ٩أغسطس ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=337380450627319&set=g.256035802211504

[٤] اساحبى، ١٦أبريل ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3135469783214770

[٥] فيروس كورونا، ١١يونيو ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=137668604565942&set=pb.100050658901805.-2207520000..

وتمثلت دوال الصين فى الصفحات الثلاث؛ كالتالى: رجل، فى مراحل عمرية مختلفة، يرتدى فى الغالب القبعة الصينية، يأكل الطعام أو يبحث عنه، ذو ملابس أنيقة، بدين، تبدو على ملامح وجهة عدم الاهتمام والجوع. أنظر الشكل رقم (١٦).

(فيروس كورونا، ١٠أبريل٢٠٢٠) (كورونا ساركازم، ١٧يونيو٢٠٢٠) (اساحبى، ١٠مايو٢٠٢٠)

شكل رقم ١٦

وتتمثل المعانى التى تمثلها هذه الدوال؛ فى:
* دالة النوع: رجل: يفترض فيه القوة والعنف والفضول والتحكم والثقة بالنفس.
* دالة 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 الصينين.
* دالة 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 القبعة الصينية.
* دالة الحجم: شخص بدين. تدل على الثراء والشراهة.
* دالة حركة الجسم: اليد والفم دائماً فى حالة حركة: تدل أنه إما يبحث عن الطعام أو يتناوله.
* دالة ملامح الوجه: وظهر فى الغالب بملامح ضاحكة غير مكترثة لمشاكل العالم، أو جائعة تأكل بنهم.

وتمثلت دوال العالم ومنظمة الصحة العالمية بالصفحات الثلاث؛ كالتالى: رجل أو أنثى، كبير السن، رفيع، هادئ، بملابس رسمية أنيقة، بملامح تبدوا 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.
* دالة الملابس: ملابس أنيقة رسمية. تدل على الترف والسيادة بما يعكس قوة المنظمة ودول العالم المتقدم والعلماء وتحكمهم ونفوذهم.
* دالة حركات الجسم: هادئة وفى الغالب بوضع السكون. تدل على الرصانة والإتزان.
* دالة ملامح الوجه: ملامح جادة يغلب عليها التعب والإرهاق واليأس. تدل على قلة الحيلة.

ب/٢: رحلة تناص هذه الدوال:
بدءت رحلة الدوال الرئيسية بالأعمال الفنية والدرامية التى ركزت على البدانة للتعبير عن الصين، والعاجزة للتعبير عن العالم ومنظمة الصحة العالمية. ودفعت هذه المعانى الميمز والكوميكس للاعتماد عليها لتجسيد الشخصيات الأجنبية للاستفادة من دلالتها.
وتمثلت أبرز الشخصيات التى تجسد فيها العالم ومنظمة الصحة العالمية؛ فى: الشخصيات العاجزة حتى وإن كانت تمتلك السلطة: الدكتورة جيهان (مرفت أمين) التى تحاول إجبار مرجان على الإلتزام داخل المحاضرة ولكن دون جدوى فى فيلم مرجان أحمد مرجان. وشخصية أبو العروسة صاحب اللمبى (محمد سعد) الذى يجلس هادئاً غير مستوعباً لما يحدث فى فيلم اللى بالى بالك.
وتمثلت أبرز الشخصيات التى تجسدت فيها الصين؛ فى:
* الشخصيات المؤذية التى 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، أو التى تتحدث دائماً عن الطعام؛ مثل: شخصية يوسف (أحمد رزق) الذى رفضته كلية الشرطة لبدانته فى فيلم لخمة 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 أبناءه بالطعام فى فيلم التجربة الدنمركية.
وتبين وجود دوال عديدة مستمده من صور وليس أعمال درامية وهذه الصور فى الغالب تركزت حول: صور حيوانات معدة للأكل أو صينين يأكلون حيوانات وأبرزها (المرموط، الفئران، الكلاب، التماسيح، السلاحف).
ب/٣: اختبار التباديل والتوافيق:
يستخدم للكشف عن المعنى الغائب والحاضر فى العلامة، وتأثيره على التمثل. ويتمثل اختبار التباديل والتوافيق للدوال الرئيسية المعبرة عن الصين؛ كالتالى:
* دالة النوع: أنثى: تدل على الغموض والضعف والخضوع وعدم الثقة.
* دالة الملابس: ملابس بسيطة: تدل على أن الأزمة أضعفت اقتصاد العالم وأثرت على مكانة الصين.
* دالة الحجم: رفيع: تدل على الضعف وغياب الصحة.
* دالة 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.
* دالة الملابس: ملابس بسيطة: تدل على الفقر وقلة الحيلة وغياب النفوذ.
* دالة 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 مهتمه 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 والتعايش، ومراقبة الدول وتحذيرها وفرض قواعد صحية فى التعامل بين الدول. ولكن لا تصنع كل هذه الدوال الأيقونة المراد طبعها فى ذهن الجمهور عن الصين كسبب لمشاكل العالم، وأن العالم ومنظمة الصحة العالمية وقفوا عاجزين أمام الأزمة.

❖ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية:

أ. معدلات الاستخدام ومدى الإعتقاد فى ثراء الفيسبوك كوسيلة مناسبة لمتابعة الميمز والكوميكس:

فضل ٩١,٥% من إجمالى المبحوثين شبكة الفيسبوك لمتابعة الميمز والكوميكس. ثم تباين الذكور والإناث فى ترتيب المواقع الأخرى؛ كالتالى: بالنسبة للذكور تويتر والإنستجرام بنسبة ٥,٤% لكلاً منهما، ثم واتساب بنسبة ١,٨%. بينما تفضل الإناث تويتر بنسبة ٤,٢% ثم واتساب بنسبة ١,٧% ثم انستجرام بنسبة ١,٣% وأخيراً المواقع الصحفية بنسبة ٠,٤%.

جدول (١٧) 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	ت
	ك	%	ك	%	ك	%	ذكر	أنثى
الفيسبوك	٩٨	%٨٧,٥	٤٣٨	%٩٢,٤	٥٣٦	%٩١,٥	١	١
تويتر	٦	%٥,٤	٢٠	%٤,٢	٢٦	%٤,٤	٢	٢
المواقع الصحفية	٠	%٠,٠	٢	%٠,٤	٢	%٠,٣		٥
واتساب	٢	%١,٨	٨	%١,٧	١٠	%١,٧	٣	٣
إنستجرام	٦	%٥,٤	٦	%١,٣	١٢	%٢,٠	٢	٤
الإجمالى	١١٢	%١٠٠,٠	٤٧٤	%١٠٠,٠	٥٨٦	%١٠٠,٠		

كا٢= ٨,٣٨٦ د.ح (درجة الحرية) = ٤ الدلالة الإحصائية = ٠,٠٧٨

ويتبين عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع وتفضيل موقع محدد؛ حيث كانت قيمة الدلالة أكبر من ٠,٠٥. **ويتفق تفضيل المبحوثين للفيسبوك مع نتائج دراسة (Viriya Taecharungroj & other-2015) التى أوضحت أن الفيسبوك هو أكثر منصات التواصل الاجتماعى انتشاراً، وتعد مجتمع خصب للميمز. ويتفق مع دراسة (حنان محمد - ٢٠١٧) التى أكدت أن المراهقين من الذكور والإناث يستخدمون الكوميكس خاصة المنشورة عبر شبكة الفيسبوك. بينما اختلفت النتائج معها فى ترتيب أفضليه باقى المواقع حيث جاء فى الترتيب الثانى بالدراسة السابقة موقع اليوتيوب.**

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

جدول (١٨) التوزيع التكرارى والنسبى لأسباب متابعة المبحوثين للميمز والكوميكس – ن=٥٨٦

لماذا تتابع الميمز والكوميكس عبر موقع ما؟	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%	ذكر	أنثى
تقدم ميمز وكوميكس بسيطة فى التكوين وساخرة وناقدة من حيث المحتوى	٧٤	%٦٦,١	٢٧٢	%٥٧,٤	٣٤٦	%٥٩,٠	١	١
توفر أدوات للتفاعل مع الميمز والكوميكس المقدم مثل استخدام الرموز التعبيرية كأعجبنى	٤٢	%٣٧,٥	٢٠٤	%٤٣,٠	٢٤٦	%٤١,٩	٣	٢
تتيح لى حرية التعليق على الميمز أو الكوميكس المقدم	٣٨	%٣٣,٩	١٢٦	%٢٦,٦	١٦٤	%٢٧,٩	٥	٥
تقدم ميمز وكوميكس عن شخصيات وقضايا حديثة وآنيه أهتم بها	٣٦	%٣٢,١	١٨٠	%٣٨,٠	٢١٦	%٣٦,٩	٦	٤
سهلة الاستخدام سواء من حيث البحث بها ومتابعتها أو التحميل منها والاحتفاظ بمضمونها	٤٨	%٤٢,٩	١٨٤	%٣٨,٨	٢٣٢	%٣٩,٦	٢	٣
لأن معظم أصدقائى وأقاربى يستخدمونها	٤١	%٣٦,٦	٩٦	%٢٠,٣	١٣٧	%٢٣,٣	٤	٦

وتمثلت أسباب اختيار المبحوثين لموقع ما لمتابعة الميمز والكوميكس من خلاله؛ فى الأتى: أن الموقع يقدم ميمز وكوميكس بسيطة فى التكوين وساخرة وناقدة من حيث المحتوى بنسبة إجمالية ٥٩,٠%. تلاها أن هذه المواقع توفر أدوات للتفاعل مع الميمز والكوميكس مثل استخدام الرموز التعبيرية بنسبة إجمالية ٤١,٣%، تلاها لأنها سهلة الاستخدام سواء من حيث البحث بها ومتابعتها أو التحميل منها والاحتفاظ بمضمونها بنسبة إجمالية ٣٩,٦%. وتتفق هذه الأسباب الثلاث مع عناصر نظرية ثراء الوسيلة والتى تفترض أن ثراء الوسيلة مرتبط بجودة المضمون، إمكانية التفاعل، سهولة الاستخدام.

وتباين الذكور والإناث حول ترتيبهم للأسباب والدوافع الأخرى التى قد تدفعهم للاعتماد على موقع ما لمتابعة الميمز والكوميكس؛ حيث أعلى الذكور من أهمية أن يكون الأقارب والأصدقاء يستخدمون هذا الموقع بنسبة ٣٦,٦% من إجمالى اختيارات الذكور (بالترتيب الرابع لدى الذكور والسادس لدى الإناث) مقابل الإعلاء من أهمية كون تلك الميمز والكوميكس تقدم شخصيات وقضايا آنية وحديثة بنسبة ٣٨,٠% من إجمالى اختيارات الإناث (بالترتيب الرابع لدى الإناث والسادس لدى الذكور). 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 فى ثراء الفيسبوك عن الوسائط الأخرى كوسيلة صالحة لتقديم محتوى الميمز والكوميكس؛ بدليل اختياره بالمرتبة الأولى من حيث المتابعة كما سبق وأوضحنا بنسبة ٩١,٥%. وتبين وجود فروق دالة إحصائياً فى معدل الاستخدام منذ أزمة كورونا لصالح الإناث حيث كانت قيمة ت -٣,٠٥٦ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

جدول (١٩) التوزيع التكرارى والنسبى لمعدل استخدام المبحوثين للفيسبوك – ن=٥٨٦

ما معدل استخدامك اليومى للفيسبوك منذ أزمة كورونا	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%	ذكر	أنثى
أقل من ساعة	٢٠	%١٧,٩	٧٤	%١٥,٦	٩٤	%١٦,٠	٣	٣
من ساعة إلى ٣ ساعات	٥٨	%٥١,٨	١٥٦	%٣٢,٩	٢١٤	%٣٦,٥	١	٢
أكثر من ٣ ساعات	٣٤	%٣٠,٤	٢٤٤	%٥١,٥	٢٧٨	%٤٧,٤	٢	١
الإجمالى	١١٢	%١٠٠,٠	٤٧٤	%١٠٠,٠	٥٨٦	%١٠٠,٠		

جدول(٢٠) التوزيع التكرارى والنسبى للفروق بين نوع المبحوثين ومعدلات الاستخدام

النوع	ن	المتوسط	الانحراف المعيارى	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
ذكر	١١٢	٢,١٣	٠,٦٨٦	-٣,٠٥٦	٥٨٤	٠,٠٢
أنثى	٤٧٤	٢,٣٦	٠,٧٣٧			

فأوضحت نسبة ٥١,٥% من الإناث أن معدل استخدامهن للفيسبوك خلال الأزمة أكثر من ٣ ساعات فى اليوم، فى حين أن معدل استخدام نسبة ٥١,٨% من الذكور للفيسبوك يتراوح من ساعة إلى ٣ ساعات فى اليوم. ويتضح بشكل عام وفقاً للإجمالى أن فقط نسبة ١٦,٠% تستخدم الفيسبوك لأقل من ساعة باليوم؛ وهو ما يعنى أن نسبة ٨٤,٠% من العينة عبروا عن معدلات استخدام مرتفعة لشبكة الفيسبوك منذ أزمة كورونا، وقد يعود السبب فى ذلك إلى أن إجراءات التباعد الاجتماعى والعزل جعلت معظم المواطنين يفضلون التواصل عبر الشبكات عن التواصل الفعلى، إضافة إلى أن توقف بعض الأعمال و التحول للـ online working أتاح وقت فراغ طويل بما يسمح بزيادة المرور إلى الشبكة.

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

جدول (٢١) التوزيع التكرارى والنسبى لأسباب استخدام المبحوثين للفيسبوك – ن=٥٨٦

ما أهم دوافع وأسباب استخدامك للفيسبوك خلال الأزمة	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%	ذكر	أنثى
لأنه أكثر الشبكات توفيراً لمعلومات وافية عن الفيروس	٤٩	%٤٣,٧	١٧٢	%٣٦,٣	٢٢١	%٣٧,٧	٣	٤
لمتابعة الميمز والكوميكس الساخرة الناقدة للقرارات الاحترازية ولسلوكيات المواطنين والمسئولين	٥٢	%٤٦,٤	٢٣١	%٤٨,٧	٢٨٣	%٤٨,٢	٢	٢
لتنوع المحتوى المنشور عن الفيروس بالفيسبوك وثرائه	٤٨	%٤٢,٩	٢٣٠	%٤٨,٥	٢٧٨	%٤٧,٤	٤	٣
لإمكانية التواصل مع الأصدقاء بسهولة ويسر	٦٨	%٦٠,٧	٢٣٦	%٤٩,٨	٣٠٤	%٥١,٩	١	١
يتيح لى مساحة أكبر للتعبير عن آرائى بالأزمة	٢٨	%٢٥,٠	١٠٠	%٢١,١	١٢٨	%٢١,٨	٥	٥

اتفق كل من الذكور والإناث فى أن أهم أسباب الاستخدام هى إمكانية التواصل مع الأصدقاء فى سهولة ويسر (بنسبة ٦٠,٧% للذكور و٤٩,٨% للإناث)، تلاها لمتابعة الميمز والكوميكس الساخرة الناقدة للقرارات الاحترازية ولسلوكيات المواطنين والمسئولين (بنسبة ٤٦,٤% للذكور و٤٨,٧% 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 رأيى بالأزمة (بنسبة ٢٥,٠% للذكور و٢١,١% للإناث). بما يوضح أنه على الرغم من ثراء الشبكة وتوفيرها أدوات للتعليق تتسم بانخفاض الرقابة عليها، إلا أن المبحوثين يفضلون المتابعة والتنفيس عن المشاركة والإنتاج. ويتطلب ذلك دراسات لمعرفة لماذا يعزف الجمهور عن التعليق على الأحداث ويكتفى بالمتابعة الصامته، وإذا قرر المشاركة فأنه يفضل استخدام الرموز التفاعلية عن التعليقات.

جدول (٢٢) التوزيع التكرارى والنسبى لأرائهم حول الميمز والكوميكس المنشورة بالفيسبوك – ن=٥٨٦

ما رأيك فى الميمز والكوميكس المنشورة بالفيسبوك عن كورونا:	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%	ذكر	أنثى
تعبر عن وجهة نظرى فى الأحداث وشخصياتها الفاعلة	٣٠	%٢٦,٨	١٠٤	%٢١,٩	١٣٤	%٢٢,٩	٣	٣
مفيدة ومسلية فى أن واحد	٦٨	%٦٠,٧	٢٤٦	%٥١,٩	٣١٤	%٥٣,٦	١	٢
اتابعها فقط لأشاركها على صفحتى الخاصة ومع أصدقائى	١٤	%١٢,٥	٥٨	%١٢,٢	٧٢	%١٢,٣	٤	٤
تقدم معلومات عن الأزمة بطريقة ناقدة ساخرة مبسطة	٥٨	%٥١,٨	٢٨٨	%٦٠,٨	٣٤٦	%٥٩,٠	٢	١
محتوى تافه يضيع الوقت ومن الأفضل عدم نشره	١٢	%١٠,٧	٣٨	%٨,٠	٥٠	%٨,٥	٥	٥

ويتبين أنه على الرغم من توجيه الاستبيان فى الأساس للأفراد الذين يتابعون الميمز والكوميكس إلا أن نسبة ٨,٥% 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 للرغبة فى قتل الوقت أو للإطلاع على ما يطلع عليه الأخرون.

وبشكل عام؛ اتفق الذكور والإناث فى أرائهم حول الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا على شبكة الفيسبوك. فيرى المبحوثون وفقاً للإجمالى: أنها تقدم المعلومات عن الأزمة بطريقة ناقدة ساخرة مبسطة بنسبة ٥٩,٠%، وأنها ميمز وكوميكس مفيدة ومسلية فى آن واحد بنسبة ٥٣,٦%، وأنها تعبر عن وجهة نظرهم فى أحداث كورونا وشخصياتها الفاعلة بنسبة ٢٢,٩%. كما أوضح ١٢,٣% أنهم يتابعوها فقط حتى يشاركوها على صفحتهم الخاصة ومع أصدقائهم لأنها تحظى بإعجابهم. **ويتفق ذلك مع نتائج الدراسات السابقة التى أكدت على أن ما يجذب العينة للرسم الساخر: الفكرة تليها النكته أو الفكاهة (سلوى أحمد - ٢٠١٥). وأبرز أسباب رضاهم عن الرسم الساخر: غلبة روح الفكاهة تلتها القدرة على عكس الواقع (وسام نصر -٢٠١٨). بالإضافة إلى جاذبية الميمات كفرص بديلة للتعبير عن الأراء (Joel -Penney- 2020).**

ويعنى ذلك أن النسبة الأكبر من العينة ١٣٥,٥% (تتعدى النسبة الـ ١٠٠% لإمكانية اختيار أكثر من بديل) يعتقدون فى أهمية الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا وثرائها كمضمون ساخر ومسلى ومفيد، ولا يتعرضون له فقط من أجل المشاركة مع الأصدقاء.

ويتبين فيما يخص مدى متابعتهم للصفحات المتخصصة فى تقديم ميمز وكوميكس عن كورونا؛ أن المبحوثين يتابعونها أحياناً ٥٥,٣%، تلاها نعم ٢٦,٣%، فيما أوضح ١٨,٤% أنهم لا يتابعونها وإنما يكتفون بمشاهدة الميمز والكوميكس المنشورة على صفحات أصدقائهم. **ويتفق ذلك مع دراسة (محمد معوض-٢٠١٨) حيث أكد أن ٩٢,٥% من المبحوثين مشتركين بصفحات الكوميكس على شبكات التواصل الاجتماعى.**

جدول (٢٣) التوزيع التكرارى والنسبى لمتابعة المبحوثين لصفحات الميمز والكوميكس بالفيسبوك

هل تتابع صفحات الكوميكس أو الميمز المنشورة عن كورونا	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%	ذكر	أنثى
نعم	٣٤	%٣٠,٤	١٢٠	%٢٥,٣	١٥٤	%٢٦,٣	٢	٢
أحياناً	٥٢	%٤٦,٤	٢٧٢	%٥٧,٤	٣٢٤	%٥٥,٣	١	١
لا	٢٦	%٢٣,٢	٨٢	%١٧,٣	١٠٨	%١٨,٤	٣	٣
الإجمالى	١١٢	%١٠٠,٠	٤٧٤	%١٠٠,٠	٥٨٦	%١٠٠,٠		
لماذا تتابع صفحات الكوميكس أو الميمز المنشورة عن كورونا	**ذكر**		**أنثى**		**الإجمالى**		**ت**	**ت**
	ك	%	ك	%	ك	%	ذكر	أنثى
صفحات ثرية وتقدم خدمات متنوعة وجذابة	٨	%٧,١	٢٦	%٥,٥	٣٤	%٥,٨	٣	٣
لديها رؤية نقدية موضوعية فى معالجة قضايا المجتمع	٨	%٧,١	٥٠	%١٠,٥	٥٨	%٩,٩	٣	٢
لأنها صفحات مشهورة وذائعة الصيت	٦	%٥,٤	٢١	%٤,٤	٢٧	%٤,٦	٤	٤
لأن سياستها الإعلامية تتوافق مع توجهاتى وأفكارى	١٠	%٨,٩	١٥	%٣,٢	٢٥	%٤,٣	٢	٥
لأنها صفحات تقدم مضمون مسلى وترفيهى	٥٤	%٤٨,٢	٢٧٤	%٥٧,٨	٣٢٨	%٥٦,٠	١	١
لأننى أثق فى مصداقية القائمين عليها	٠	%٠,٠	٦	%١,٣	٦	%١,٠		٦
لا أتابعها، أكتفى بمشاهدتهم على صفحات أصدقائى	٢٦	%٢٣,٢	٨٢	%١٧,٣	١٠٨	%١٨,٤		
الإجمالى	١١٢	%١٠٠,٠	٤٧٤	%١٠٠,٠	٥٨٦	%١٠٠,٠		

كا٢= ١٣,٣٤١ د.ح (درجة الحرية) = ٦ الدلالة الإحصائية = ٠,٠٣٨

ويتبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وأسباب متابعة صفحات الميمز والكوميكس المنشورة عن كورونا حيث كانت قيمة كا٢= ١٣,٣٤١ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥. فنجد بالمراتب الثلاث الأولى أن المبحوثين يتابعون هذه الصفحات لأنها: تقدم مضمون مسلى وترفيهى بنسبة ٥٦,٠%، لديها رؤية نقدية موضوعية فى معالجة قضايا المجتمع بنسبة ٩,٩%، صفحات ثرية وتقدم خدمات متنوعة وجذابة بنسبة ٥,٨%. 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 (٢٤) التوزيع التكرارى والنسبى لصفحات الميمز والكوميكس التى يتابعها المبحوثون– ن=٥٨٦

أياً من الصفحات التالية تسمع عنها أو تعتمد عليها وتتابعها	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%	ذكر	أنثى
فيروس كورونا	٤٤	%٣٩,٣	٣١٤	%٦٦,٢	٣٥٨	%٦١,١	٢	١
كورونا ساركزم	٢٤	%٢١,٤	٦٤	%١٣,٥	٨٨	%١٥,٠	٣	٣
اساحبى	٥٨	%٥١,٨	١١٠	%٢٣,٢	١٦٨	%٢٨,٧	١	٢
غير ذلك	١٠	%٨,٩	٤٠	%٨,٤	٥٠	%٨,٥	٤	٤

فتباين الذكور والإناث حول صفحات الميمز والكوميكس التى يعرفونها عن كورونا ويتابعونها سواء دائماً أو أحياناً. ففيما يخص الذكور جاء فى الترتيب الأول صفحة اساحبى بنسبة ٥١,٨%، ثم فيروس كورونا بنسب ٣٩,٣%، ثم كورونا ساركازم بنسبة ٢١,٤%. واختارت الإناث بالترتيب الأول صفحة فيروس كورونا بنسبة ٦٦,٢%، ثم اساحبى بنسبة ٢٣,٢%، ثم كورونا ساركازم بنسبة ١٣,٥%. **وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (وسام نصر-٢٠١٨) حيث فضل المبحوثين فى الترتيب الأول صفحة اساحبى، ويمكن رد هذا الاختلاف لاختلاف القضية موضع الدراسة؛ حيث اهتمت الدراسة السابقة بقضية المشاركة بالانتخابات.**

ب. تفضيلات المبحوثين لسمات الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا:

أوضحت دراسة الجمهور وجود سمات محددة يفضل المبحوثون توافرها فى الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا. وسنعرض هذه السمات فيما يلى فى إطار مقارن مع نتائج الدراسة التحليلية حول السمات التى قدمت بها صفحات الدراسة الميمز والكوميكس المقدم عن كورونا.

١. طبيعة المضمون المقدم عن كورونا داخل الميمز والكوميكس:

عبر المبحوثون عن تفضيلاتهم للمضامين التى تم طرحها بالميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا، وتبين أنهم بالفعل يفضلون متابعة هذه المضامين؛ حيث كانت نسبة لا أتابعه على كل عبارة ضئيلة جداً لا تتعدى الـ ٣٥%. ويتضح أيضاً أن فى الغالب يتابع المبحوثون هذه المضامين أحياناً ما عدا المضامين: الخاصة بالتعليم والقرارات الاحترازية والتوعية من مخاطر كورونا، حيث كانت النسبة الغالبة تتابعهم دائماً. وظهر بالمراتب الثلاث الأولى؛ وفقاً لإجمالى المتابعة: أن ٩٥,٦% من المبحوثين يتابعون مضمون أوضاع التعليم والامتحانات بالأزمة، و٩٣,٥% يتابعون مضمون القرارات والإجراءات الاحترازية وأكد ٨٨,٧% متابعتهم لكلاً من مضمون أعداد المصابين والشخصيات المصابة ومضمون التوعية من مخاطر كورونا.

جدول (٢٥) التوزيع التكرارى والنسبى لمضمون الميمز والكوميكس الذى يتابعة المبحوثون – ن=٥٨٦

أياً من المضامين التالية تفضل متابعتها بالميمز والكوميكس عن كورونا	اتابعه دائماً		اتابعه أحياناً		لا اتابعه		إجمالى المتابعة		ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ميدانى	تحليلى
التصريحات الخاصة باعتماد الدولة على وعى المواطن لتخطى أزمة كورونا	٢٠٨	%٣٥,٥	٣٠٢	%٥١,٥	٧٦	%١٣,٠	٥١٠	%٨٧,٠	٥	٤

أوضاع التعليم والامتحانات بالأزمة	٤٠٦	%٦٩,٣	١٥٤	%٢٦,٣	٢٦	%٤,٤	٥٦٠	%٩٥,٦	١	٧
أعداد المصابين والشخصيات المصابة	٢١٤	%٣٦,٥	٣٠٦	%٥٢,٢	٦٦	%١١,٣	٥٢٠	%٨٨,٧	*٣	١
القرارات والإجراءات الاحترازية	٣٤٨	%٥٩,٤	٢٠٠	%٣٤,١	٣٨	%٦,٥	٥٤٨	%٩٣,٥	٢	٣
سلوكيات المواطنين خلال كورونا	٢٥٤	%٤٣,٣	٢٦٢	%٤٤,٧	٧٠	%١١,٩	٥١٦	%٨٨,٠	٤	٢
التوعية من مخاطر كورونا	٢٩٢	%٤٩,٨	٢٢٨	%٣٨,٩	٦٦	%١١,٣	٥٢٠	%٨٨,٧	*٣	٥
الأخبار ونتائج الأبحاث الطبية عن كورونا	٢١٢	%٣٦,٢	٢٨٤	%٤٨,٥	٩٠	%١٥,٤	٤٩٦	%٨٤,٧	٦	٦
الصين والأطعمة التى يتناولونها	١٤٢	%٢٤,٢	٢٣٨	%٤٠,٦	٢٠٦	%٣٥,٢	٣٨٠	%٦٤,٨	٧	٧

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 فى ظل كورونا. فأكد ٩٥,٦% من المبحوثين على حرصهم على متابعتها مما جعلها تأتى فى الترتيب الأول للمبحوثين، بينما ظهرت فى الترتيب السابع بصفحات الدراسة والتى أولت اهتماماً أكبر للميمز والكوميكس المقدمة عن أعداد المصابين. ويُلاحظ أن الاهتمام بالميمز والكوميكس عن أعداد المصابين حظى بالمرتبة الثالثة لدى المبحوثين بنسبة متابعة إجمالية بلغت ٨٨,٧%، وهو ما يوضح أن بخلاف التعليم هناك تقارب بين أجندة الصفحات وتفضيلات المبحوثين، ويمكن رد ارتفاع نسبة الاهتمام بالتعليم لدى العينة للخصائص العمرية؛ فكما سبق وأوضحنا فأن ٥٥,٦% أقل من ٢٠ عام و٤٠,٣% من ٢٠ إلى ٣٠ عام. أى أن غالبية العينة مازالت فى مرحلة التعليم مما أوجد لديهم اهتمامات مشتركة وحرص على متابعة الميمز والكوميكس المتعلقة بالعملية التعليمية.

٢. نمط التقديم، أو القوالب المستخدمة لتقديم الميمز والكوميكس خلال أزمة كورونا:

يفضل المبحوثون تلك الميمز والكوميكس المقدمة بالأنماط التالية؛ بالترتيب وفقاً للإجمالى: صورة فوتوغرافيا ٤٤,٧%، قالب أفلام ٣٨,٢%، صورة توضيحية ٣٥,٥%، صورة لنص ٣٥,٢%، قالب أغانى ٢٧,٦%، قالب مسلسلات ٢٧,٣%، قالب كرتون ٢٠,١%، قالب برامج ١٩,٥%، إنفوجراف ١٧,٤%، قالب مسرحيات ٧,٨%. تتعدى النسبة الإجمالية الـ ١٠٠% للسماح للمبحوثين باختيار أكثر من بديل.

جدول (٢٦) التوزيع التكرارى والنسبى لتفضيلات المبحوثين لنمط تقديم الميمز والكوميكس

ن=٥٨٦

التكوينات المفضلة لدى المبحوثين	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت ميدانى	ت تحليلى
	ك	%	ك	%	ك	%		
قالب أغانى	٣٠	%٢٦,٨	١٣٢	%٢٧,٨	١٦٢	%٢٧,٦	٥	١٠
قالب مسلسلات	٢٨	%٢٥,٠	١٣٢	%٢٧,٨	١٦٠	%٢٧,٣	٦	٥
قالب أفلام	٥٢	%٤٦,٤	١٧٢	%٣٦,٣	٢٢٤	%٣٨,٢	٢	١
قالب برامج	٢٨	%٢٥,٠	٨٦	%١٨,١	١١٤	%١٩,٥	٨	٦
قالب كرتون	٢٨	%٢٥,٠	٩٠	%١٩,٠	١١٨	%٢٠,١	٧	٧
صورة فوتوغرافيا	٥٠	%٤٤,٦	٢١٢	%٤٤,٧	٢٦٢	%٤٤,٧	١	٢
صورة لنص	٤٠	%٣٥,٧	١٦٦	%٣٥,٠	٢٠٦	%٣٥,٢	٤	٤

صورة توضيحية	٣٤	%٣٠,٤	١٧٤	%٣٦,٧	٢٠٨	%٣٥,٥	٣	٩
قالب مسرحيات	٦	%٥,٤	٤٠	%٨,٤	٤٦	%٧,٨	١٠	٨
إنفوجراف	٢٢	%١٩,٦	٨٠	%١٦,٩	١٠٢	%١٧,٤	٩	٣

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 ٤٤,٦%، قالب أفلام ٤٦,٤%، صورة لنص ٣٥,٧%. بينما تفضل الإناث: صورة فوتوغرافيا ٤٤,٧%، صورة توضيحية ٣٦,٧%، قالب أفلام ٣٦,٣%.

جدول (٢٧) التوزيع التكرارى والنسبى لتفضيلات المبحوثين لتكوين الميمز والكوميكس – ن=٥٨٦

حدد أياً من التكوينات التالية تفضل توظيفها فى إنتاج الميمز أو الكوميكس	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%	ميدانى	تحليلى
صورة واحدة	٢٤	%٢١,٤	١٢٦	%٢٦,٦	١٥٠	%٢٥,٦	١	١
صورتين	١٠	%٨,٩	٥٢	%١١,٠	٦٢	%١٠,٦	٢	٢
ثلاث صور	٢	%١,٨	٨	%١,٧	١٠	%١,٧	٣	٣
ليس هناك فارق	٧٦	%٦٧,٩	٢٨٨	%٦٠,٨	٣٦٤	%٦٢,١		
الإجمالى	١١٢	%١٠٠,٠	٤٧٤	%١٠٠,٠	٥٨٦	%١٠٠,٠		

جدول(٢٨) التوزيع التكرارى والنسبى للفروق بين نوع للمبحوثين والتكوين المفضل لديهم

النوع	ن	المتوسط	الانحراف المعيارى	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
ذكر	١١٢	٣,١٦	١,٢٧٠	١,٣٩٩	٥٨٤	٠,١٦٢
أنثى	٤٧٤	٢,٩٦	١,٣٣٥			

ويتضح أن ٦٢,١% من المبحوثين لم يهتموا بعدد اللوحات المكون منها الميمز والكوميكس، فالفارق لديهم هو تحقيق الميمز والكوميكس للهدف الذى يستخدمونه من أجله مهما كانت عدد لوحاته. بينما عبر ٣٧,٩% عن تفضيلاتهم؛ وجاءت كالتالى: الكوميكس المكون من صورة واحدة ٢٥,٦% الكوميكس المكون من صورتين ١٠,٦%، الكوميكس المكون من ثلاث صور ١,٧%.

ويتبين أنه لا توجد فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث فى تفضيلاتهم لعدد اللوحات المكون منها الشكل الساخر. حيث كانت قيمة ت ١,٣٩٩ وهى غير دالة لأن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥. ويتضح أن هناك اتساق بين تفضيلات المبحوثين والتكوين الشكلى الذى تركز عليه صفحات الدراسة؛ خاصة صفحتى كورونا ساركازم وفيروس كورونا؛ حيث اعتمدوا على الميمز والكوميكس المكون من لوحة واحدة وهو التكوين الذى فضلته أغلبية المبحوثين ممن يفرق معهم التكوين الشكلى.

٣. طبيعة اللغة النصية المستخدمة لتقديم الميمز والكوميكس خلال أزمة كورونا:

أكد ٦٥,٩% من المبحوثين أنهم يفضلون أن يكون الميمز والكوميكس يجمع بين عنوان للشكل وتعليق بداخله. بينما فضل ٢٣,٩% من المبحوثين أن يكون النص المصاحب للشكل الساخر كتعليق بداخله، وفضل ١٠,٢% من المبحوثين أن يظهر النص كعنوان فقط للشكل الساخر.

جدول (٢٩) التوزيع التكرارى والنسبى لتفضيلات المبحوثين لمكان التعليق بالميمز والكوميكس – ن=٥٨٦

نمط تفضيل التعليق المصاحب للكوميكس أو الميمز المكتوب	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%	ميدانى	تحليلى
تعليق داخل الميمز والكوميكس	٢٦	%٢٣,٢	١١٤	%٢٤,١	١٤٠	%٢٣,٩	٢	٣
عنوان للميمز والكوميكس فقط	٨	%٧,١	٥٢	%١١,٠	٦٠	%١٠,٢	٣	٢
كلاهما	٧٨	%٦٩,٦	٣٠٨	%٦٥,٠	٣٨٦	%٦٥,٩	١	١
الإجمالى	١١٢	%١٠٠,٠	٤٧٤	%١٠٠,٠	٥٨٦	%١٠٠,٠		

جدول(٣٠) التوزيع التكرارى والنسبى للفروق بين نوع للمبحوثين ومكان التعليق التى يفضلونها

النوع	ن	المتوسط	الانحراف المعيارى	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
ذكر	١١٢	٢,٤٦	٠,٨٤٨	٠,٦١٦	٥٨٤	٠,٥٣٨
أنثى	٤٧٤	٢,٤١	٠,٨٥١			

ويتبين أنه لا توجد فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث فى تفضيلاتهم لمكان تواجد التعليق النصى المصاحب للرسم الساخر، حيث كانت قيمة ت ٠,٦١٦ وهى غير دالة لأن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥. ويتضح أن هناك اتساق بين تفضيلات المبحوثين لمكان تواجد النص المصاحب للشكل الساخر وبين توظيفه داخل صفحتى كورونا ساركازم وفيروس كورونا حيث التركيز على أن يكون النص المصاحب كعنوان وبداخل الشكل الساخر؛ وهو النمط الذى يفضله كلاً من الذكور والإناث. وذلك على خلاف صفحة اساحبى التى ركزت على أن يكون النص كتعليق داخل الشكل الساخر، وهو النمط الذى جاء فى الترتيب الثانى لدى المبحوثين.

جدول (٣١) التوزيع التكرارى والنسبى لتفضيلات المبحوثين للغة التعليق بالميمز والكوميكس – ن=٥٨٦

أنت تفضل متابعة الميمز والكوميكس المكتوب باللغة	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت	ت	ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%	ذكر	أنثى	ميدانى	تحليلى
العربية الفصحى	٦	%٥,٤	٢٦	%٥,٥	٣٢	%٥,٥	٣	٢	٢	٢
العامية	٩٢	%٨٢,١	٤٣٨	%٩٢,٤	٥٣٠	%٩٠,٤	١	١	١	١
الإنجليزية	١٢	%١٠,٧	٤	%٠,٨	١٦	%٢,٧	٢	٤	٣	٤
الإنجليزية المعربة	٢	%١,٨	٦	%١,٣	٨	%١,٤	٤	٣	٤	٣
الإجمالى	١١٢	%١٠٠,٠	٤٧٤	%١٠٠,٠	٥٨٦	%١٠٠,٠				

كا٢= ٣٣,٥٦٣ د.ح (درجة الحرية) = ٣ الدلالة الإحصائية = ٠,٠٠٠

ويتبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وتفضيلات المبحوثين لنمط اللغة المستخدمة بالنص المصاحب للميمز والكوميكس؛ حيث كانت قيمة كا٢= ٣٣,٥٦٣ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥. فيفضل كلاً من الذكور والإناث النص المكتوب باللغة العامية بنسبة إجمالية بلغت ٩٠,٤%. بينما يتباينوا فى ترتيب المراتب اللاحقة لها؛ حيث: فضل الذكور

النص المكتوب باللغة الإنجليزية بنسبة ١٠,٧%، ثم العربية الفصحى بنسبة ٥,٤%، ثم الإنجليزية المعربة بنسبة ١,٨%. بينما فضلت الإناث العربية الفصحى بنسبة ٥,٥%، ثم الإنجليزية المعربة بنسبة ١,٣%، ثم الإنجليزية بنسبة ٠,٨%. 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 التحليلى التركيز على النصوص المكتوبة بالعامية بالصفحات الثلاث بنسبة إجمالية بلغت ٨٨,٧%.

٤. طبيعة آليات السخرية المستخدمة داخل الميمز والكوميكس خلال أزمة كورونا:

يتضح بشكل عام وفقاً للإجمالى أن صفحات الدراسة تركز على آليات السخرية التى يفضلها المبحوثون حيث احتل أيضاً كلاً من التعبير بأوضاع الجسم والمحاكاة الساخرة المراتب الأولى والثانية لدى المبحوثين بنسبة إجمالية بلغت ٦٣,٨% لأوضاع الجسم و٥٢,٢% للمحاكاة الساخرة (يتعدى مجموع النسب الـ ١٠٠% للسماح للمبحوثين باختيار أكثر من بديل). وإن كانت تفضيلات الذكور أكثر اتساقاً مع ما تقدمه الصفحات عن الإناث.

جدول(٣٢) التوزيع التكرارى والنسبى لآليات السخرية التى يفضلها المبحوثون –ن= ٥٨٦

آياً من آليات السخرية التالية تفضل تواجدها بالميمز والكوميكس:	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت	ت	ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%	ذكر	أنثى	ميدانى	تحليلى
المحاكاة الساخرة	٧٤	٦٦,١%	٢٣٢	٤٨,٩%	٣٠٦	٥٢,٢%	١	٢	٢	١
الحكم والأمثال	٢٢	١٩,٦%	٦٤	١٣,٥%	٨٦	١٤,٧%	٤	٤	٤	٤
التساؤل الساخر	٢٨	٢٥,٠%	٦٦	١٣,٩%	٩٤	١٦,٠%	٣	٣	٣	٣
التعبير بأوضاع الجسم	٥٦	٥٠,٠%	٣١٨	٦٧,١%	٣٧٤	٦٣,٨%	٢	١	١	٢

كا٢= ١٥,٥٥٦ د.ح (درجة الحرية) = ٣ الدلالة الإحصائية = ٠,٠٠١

ويتبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وآليات السخرية المفضلة لدى المبحوثين حيث كانت قيمة كا٢= ١٥,٥٥٦، وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥. فيتبين أن الذكور يفضلون المحاكاة الساخرة عن التعبير بأوضاع الجسم. بينما تفضل الإناث التعبير بأوضاع الجسم عن المحاكاة الساخرة. وهو مايدل على أن الذكور يهتمون بالعلامات النصية عن الإناث التى تفضل العلامات البصرية فى الميمز والكوميكس.

جـ: اتجاهات المبحوثين نحو الشخصيات الرئيسية بالأزمة التى ظهرت بالميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا:

ظهر خلال فترة الدراسة كما سبق وأوضحنا (٤) شخصيات رئيسية بالأزمة داخل الميمز والكوميكس؛ هم: المواطن، كوفيد، المسئول، الشخصية الأجنبية.

ويتضح وفقاً للإجمالى أن المبحوثين يفضلون؛ بالترتيب: المواطن بنسبة ٧٦,٨% ثم كوفيد بنسبة ٤١,٨% ثم المسئولون بنسبة ٤١,٣% ثم الشخصيات الأجنبية بنسبة ٦,٨% (يتعدى مجموع النسب الـ ١٠٠% للسماح للمبحوثين باختيار أكثر من بديل). وهو نفس الترتيب الذى ظهرت فيه هذه الشخصيات بصفحات الدراسة بما يوضح أن الصفحات ركزت على الشخصيات التى يهتم بها المبحوثون خلال الأزمة. وإن كانت تفضيلات الإناث أكثر اتساقاً مع ما تقدمه الصفحات عن الذكور.

جدول(٣٣) التوزيع التكرارى والنسبى للشخصيات الرئيسية التى يفضل المبحوثون متابعتها ـن= ٥٨٦

أياً من الشخصيات التالية تفضل أن تركز عليهم الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا:	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت	ت	ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%	ذكر	أنثى	ميدانى	تحليلى
كورونا ذاتها	٥٣	%٤٧,٣	١٩٢	%٤٠,٥	٢٤٥	%٤١,٨	٣	٢	٢	٢
المواطن وسلوكياته خلال الأزمة	٩٢	%٨٢,١	٣٥٨	%٧٥,٥	٤٥٠	%٧٦,٨	١	١	١	١
المسئولون والقرارات الصادرة عنهم بالأزمة	٥٦	%٥٠,٠	١٨٦	%٣٩,٢	٢٤٢	%٤١,٣	٢	٣	٣	٣
الدول والمنظمات الأجنبية	٦	%٥,٤	٣٤	%٧,٢	٤٠	%٦,٨	٤	٤	٤	٤

فأشتركت عينة المبحوثين من الذكور والإناث فى الاهتمام بالميمز والكوميكس المقدمة عن المواطن وسلوكياته خلال الأزمة. فجاء بالترتيب الأول لدى الذكور ٨٢,١% والإناث ٧٥,٥%. واتفقوا أيضاً على قلة الاهتمام بالشخصيات الأجنبية حيث جاءت بالترتيب الأخير بنسبة ٥,٤% للذكور و٧,٢% للإناث. بينما تباينوا فى الاهتمام بكوفيد والمسئول؛ حيث اهتمت الإناث بكوفيد بنسبة ٤٠,٥% تلاه المسئولين بنسبة ٣٩,٢%، بينما اهتم الذكور بالمسئولين بنسبة ٥٠,٠% تلاه كوفيد بنسبة ٤٧,٣%. ويدل ذلك على أن الإناث أكثر اهتماماً بالفيروس ذاته وأعداد إصاباته وتطوره بينما الذكور أكثر اهتماماً بقرارات المسئولين حوله.

١. اتجاهات المبحوثين نحو شخصية كوفيد:

يتبين أن اتجاهات المبحوثين حول شخصية كوفيد اتفقت مع الفكرة الرئيسية المتواترة عنه بالميمز والكوميكس المقدمة داخل صفحات الدراسة(التيمة). ونستعرض ذلك بالمقارنة بين الاتجاهات والتيمات؛ كالتالى:

اتفقت اتجاهات المبحوثين مع التيمة الأساسية عن كوفيد بصفحات الدراسة، وهى أنه؛ مظلوم بمصر، نتيجة لسلوكيات المواطن وقرارات المسئول. حيث وافق ٦٨,٣% على عبارة: رغم خطورة الفيروس تجاهله المواطنون واعتبروه مجرد دور برد. ووافق ٥٧,٧% على أن: الفيروس اتهان بمصر ومن الأفضل له أن يرى دولة أخرى.

واتفقت اتجاهات المبحوثين أيضاً مع تيمة الفيروس شايف شغلة بضمير؛ حيث وافق ٦٥,٩% على عبارة: فى ظل الأزمة فإن كورونا هو أكثر طرف يقوم بعمله بضمير. ويعكس ذلك الاعتقاد فى عدم إلتزام المواطن وعدم فاعلية الإجراءات الاحترازية.

وتباينت الاتجاهات إلى حد ما فيما يخص تيمة يساعد الطلاب، وتيمة يضر ويصيب الأفراد؛ كالتالى: ركزت تيمة يساعد الطلاب بصفحات الدراسة على دور الفيروس فى التخفيف عن الطلاب وأنهم سيرسبوا بدونه. ويختلف ذلك مع اتجاهات المبحوثين؛ فرفض ٤٧,١% عبارة: إذا رحل كورونا سيرسب الطلاب بالامتحانات، وإن كان ٢٩,٤% 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 ٤٢,٣% على عبارة: الطلاب تستخدم كورونا مبرر لعدم المذاكرة وتستغل الكمامات للغش.

يتضح إذاً أن غالبية المبحوثين يعتقدون أن الطلاب تستغل كورونا ولكن نجاحهم ليس متوقف عليها.

ونجد أن تباين اتجاه تيمة يضر ويصيب الأفراد بين السلبى والإيجابى صاحبه تباين باتجاهات المبحوثين. فاتفقت إيجابية التيمة مع اتجاهات المبحوثين حول إصابة الشخصيات الإسرائيلية والفرنسية؛ فوافق ٣٩,٦% على عباراة: من الجيد إصابة الفيروس لبعض الشخصيات الأجنبية؛ مثل: الإسرائيلية، والرئيس الفرنسى. واتفقت سلبية التيمة مع اتجاهات المبحوثين حول إصابة بعض الشخصيات المشهورة مثل رونالدوا ومحمد صلاح؛ حيث أكد ٧٢,٤% عدم موافقتهم على عباراة: من الجيد إصابة بعض الشخصيات المشهورة؛ مثل: محمد صلاح ورونالدوا. بينما اختلفت إيجابية التيمة مع اتجاهات المبحوثين حول مستخدمى التيك توك؛ حيث اختار غير موافق ٦٢,٥% بعبارة: من الجيد إصابة الفيروس لبعض أفراد المجتمع؛ مثل: مستخدمى التيك توك. ويتضح من ذلك أن اتجاهات الجمهور حول رفض فكرة إصابة الفيروس للأفراد ليست مطلقة، وإنما يحددها من هم الأفراد واتجاه الجمهور نحوهم.

٢. اتجاهات المبحوثين نحو شخصية المواطن:

* فئات المواطن التى يفضل المبحوثون متابعتها بالمقارنة مع نتائج التحليلى:

يتضح 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 ٧٨,٢% ثم الطلاب بنسبة ٣٨,٦% ثم فئة معينة بنسبة ٢٧,٠%. (يتعدى مجموع النسب الـ ١٠٠% للسماح للمبحوثين باختيار أكثر من بديل). وإن كانت تفضيلات الذكور أكثر اتساقاً مع ما تقدمه الصفحات عن الإناث.

جدول(٣٤) التوزيع التكرارى والنسبى لفئات المواطن التى يتابعها المبحوثين بالميمز والكوميكس –ن= ٥٨٦

فئة المواطن	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت	ت	ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%	ذكر	أنثى	ميدانى	تحليلى
الشعب بصفة عامة	٨٨	٧٨,٦%	٣٧٠	٧٨,١%	٤٥٨	٧٨,٢%	١	١	١	١
الطلاب	٥٠	٤٤,٦%	١٧٦	٣٧,١%	٢٢٦	٣٨,٦%	٢	٢	٢	٢
الإسكندرانية	٢٠	١٧,٩%	٦٦	١٣,٩%	٨٦	١٤,٧%	٥	٤	٥	٥
أصحاب المقاهى	٣٢	٢٨,٦%	٦٠	١٢,٧%	٩٢	١٥,٧%	٤	٥	٤	٤
فئات؛ مثل: اطفال، شباب، بنات، أصحاب	٣٦	٣٢,١%	١٢٢	٢٥,٧%	١٥٨	٢٧,٠%	٣	٣	٣	٣

كا٢= ١٠,٨٩٩ د.ح (درجة الحرية) = ٤ الدلالة الإحصائية = ٠,٠٢٨

ويتبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وفئات المواطن المفضلة لدى المبحوثين حيث كانت قيمة كا٢= ١٠,٨٩٩، وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥. فيتضح 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 ٢٨,٦% بينما اهتمت الإناث بالميمز والكوميكس المقدمة عن الإسكندرانية بنسبة ١٣,٩%. ولعل الدور الجندرى له أثر فى تباين الاهتمام مما جعل الذكور يفضلون الميمز والكوميكس عن المقاهى

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 ٢٠%.

* الاتجاهات بالمقارنة مع حضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن الشخصية (التيمة):

يتبين أن اتجاهات المبحوثين حول شخصية المواطن اتفقت مع الأفكار الرئيسية السلبية والغير محددة التى ظهرت بميمز وكوميكس صفحات الدراسة. ونستعرض ذلك بالمقارنة بين الاتجاهات والتيمات؛ كالتالى:

ركزت صفحات الدراسة على تيمة أساسية للمواطن؛ هى: يتسم بغياب الوعى والاستهتار. وتشكلت نتيجة التركيز على معانى محددة؛ وهى: غياب الوعى والإطمئنان الزائف، واتفق ذلك مع اتجاهات المبحوثين.

فنجد فيما يخص معنى غياب الوعى: وافق ٧٥,٨% على أن: رغم أن كورونا مازالت مصدر تهديد إلا أن المصريين استهانوا بها ويعيشون حالة من الإطمئنان الزائف. ووافق ٧٣,٤% على أن: رغم خطورة كورونا ما يشغل المصريين هو الخروج والتحضير للأعياد. ووافق ٧٦,٨% على أن: تظاهرات وتجمعات الإسكندرانية تنم عن غياب الوعى والاستهتار. ووافق ٦٦,٩% على أن: وعى المصريين واخدهم وطالع الجنة، فسلوكياتهم تؤدى لزيادة الأعداد. ووافق ٦٦,٩% على أن: الطلاب والأهالى لا يلتزموا بالإجراءات الاحترازية. ووافق ٥٦,٧% على أن: يتنمر المواطنون على الملتزمين بالإجراءات الاحترازية.

ونجد فيما يخص معنى الإطمئنان الزائف: أكد ٥١,٩% أن: المواطنون يستغلون كورونا لتحقيق منافع خاصة مثل الإمتناع عن العمل والدراسة. ووافق ٤٢,٧% على عبارة: المجتمع يتعامل مع كورونا بمنطق: اهتم بالفيروس يصيبك نفضله يسيبك. ويوضح ذلك أن المبحوثين يعتقدون أن المواطنين بشكل عام يعيشون حالة من الإطمئنان الزائف جعلتهم يألفون الفيروس ويوظفوه لتحقيق مصالحهم. ويتبين أنه أمر بالغ الخطورة من وجهة نظر المبحوثين فأكد ٨٠,٥% أن: كورونا لم ينتهى وعدم الإلتزام بالإجراءات الاحترازية يعرض الصحة للخطر.

واتفق أيضاً الاتجاه السلبى لتيمة الانتهازية وحب الأذية بصفحات الدراسة مع اتجاهات المبحوثين؛ حيث وافق ٥٣,٦% على عبارتى: بعض المصابين بكورونا لا يلتزمون بالإجراءات الاحترازية ويضروا من حولهم عن قصد، وبياعى البلازما شخصيات انتهازية استغلت الأزمة لتحقيق مكاسب شخصية. ويوضح ذلك أن غالبية المبحوثين 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 الأخرين.

واتفقت تيمة الضحية بصفحات الدراسة مع اتجاهات المبحوثين؛ فوافق ٧١,٠% على أن: غياب المعرفة المؤكدة عن كورونا تجعل المواطن ضحية للممارسات والتصريحات الخاطئة. وأكد ٤٢,٧% أن: المواطن تضرر من الإجراءات الاحترازية خاصة الكمامات والحظر. كما اتفقت تيمة خايف من رد فعل المجتمع لو كان مصاب مع اتجاهات المبحوثين فوافق ٧٣,٠% على أن: المواطن يخاف من رد فعل المجتمع إذا كان مصاب.

بينما تباين الاتجاه الإيجابى لتيمة ملتزم بالإجراءات الاحترازية مع اتجاهات المبحوثين حول الأخرين وحول أنفسهم. فيتضح أن؛ يرى غالبية المبحوثين أن الأخرين لا يلتزموا بالإجراءات الاحترازية وبالتالى لا يتفقوا مع اتجاه هذه التيمة؛ حيث لم يوافق ٦٠,٣% على عبارة: يلتزم

المواطنون بالإجراءات الاحترازية خاصة رش الكحول وغسل الأيد وارتداء الكمامات. بل أكد ٦٤,٥% أن: المصريون يرتدون الكمامات خوفاً من الغرامة وليس الفيروس. وتبين أن رغم هذا الاتجاه السلبى لدى المبحوثين عن الأخرين إلا أنهم عبروا عن إلتزامهم الشخصى بالإجراءات الاحترازية بما يتفق مع اتجاه التيمة الواردة بالميمز والكوميكس؛ فعلى سبيل المثال وافق ٧٥,٨% على عبارة: صاحبك لما يطلع الكحول يرش لازم يرشلك معاه.

٣. اتجاهات المبحوثين حول شخصية المسئول:

* فئات المسئول التى يفضل المبحوثون متابعتها بالمقارنة مع نتائج التحليلى:

يتضح الاختلاف 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 التى تركز على وزيرة الصحة ٦٠,٨% ثم وزير التربية والتعليم ٥١,٥% ثم وزارة الصحة ٣٨,٦%. ويوضح ذلك أن الميمز والكوميكس تركز فى الأساس على المؤسسات بينما يركز المبحوثون على الأفراد. واختلف أيضاً الذكور والإناث فيما بينهما فى الشخصيات المسئولة التى يفضلون متابعتها بالميمز والكوميكس.

جدول(٣٥) التوزيع التكرارى والنسبى لفئات المسئول التى يتابعها المبحوثين بالميمز والكوميكس –ن= ٥٨٦

فئات المسئول	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت	ت	ت	ت
	ك	%	ك	%	ك	%	ذكر	أنثى	ميدانى	تحليلى
الحكومة	٤٢	%٣٧,٥	١٢٠	%٢٥,٣	١٦٢	%٢٧,٦	٣	٥	٥	٢
وزيرة الصحة	٧٦	%٦٧,٩	٢٨٠	%٥٩,١	٣٥٦	%٦٠,٨	١	١	١	٥
وزارة الصحة	٤٦	%٤١,١	١٨٠	%٣٨,٠	٢٢٦	%٣٨,٦	٢	٣	٣	١
رئيس الوزراء	٢٨	%٢٥,٠	٦٠	%١٢,٧	٨٨	%١٥,٠	٧	٧	٧	٣
وزير التربية والتعليم	٣٦	%٣٢,١	٢٦٦	%٥٦,١	٣٠٢	%٥١,٥	٤	٢	٢	٧
وزير التعليم العالى	٣٤	%٣٠,٤	١٥٤	%٣٢,٥	١٨٨	%٣٢,١	٥	٤	٤	٦
الأجهزة الأمنية	٦	%٥,٤	١٦	%٣,٤	٢٢	%٣,٨	٨	٨	٨	٨
الدولة	٣٢	%٢٨,٦	١٠٨	%٢٢,٨	١٤٠	%٢٣,٩	٦	٦	٦	٤

كا٢= ٢٥,٦٠٤ د.ح (درجة الحرية) = ٧ الدلالة الإحصائية = ٠,٠٠١

ويتبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وفئات المسئول المفضلة لدى المبحوثين حيث كانت قيمة كا٢= ٢٥,٦٠٤، وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥. فيفضل الذكور بالمراتب الثلاث الأولى الميمز والكوميكس المنشورة عن وزيرة الصحة ٦٧,٩%، وزارة الصحة ٤١,١%، الحكومة ٣٧,٥%. بينما تفضل الإناث بالمراتب الثلاث الأولى الميمز والكوميكس المقدمة عن: وزيرة الصحة ٥٩,١%، وزير التربية والتعليم ٥٦,١%، وزارة الصحة ٣٨,٠%. ويتضح من ذلك 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.

* الاتجاهات بالمقارنة مع حضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن الشخصية (التيمة):

اتفقت اتجاهات المبحوثين حول شخصية المسئول مع الأفكار الرئيسية السلبية إلى حد ما، بسبب عزوف نسبة من العينة عن إبداء الرأى حول عبارات المسئول. ونستعرض ذلك بالمقارنة بين الاتجاهات والتيمات؛ كالتالى:

يتضح من التحليلى أن أكثر التيمات حضوراً؛ هما: تيمة الفهلوة وغياب الإستراتيجية، وتيمة عدم الكشف عن الأعداد الحقيقية. واتفق الاتجاه السلبى لكلاهما مع اتجاهات المبحوثين. وذلك كالتالى:

نجد فيما يخص تيمة الفهلوة وغياب الإستراتيجية: وافق ٤٦,٨% على أن: القرارات الاحترازية المتخذة تعكس غياب الإستراتيجية الواضحة فى التعامل مع كورونا. ووافق ٤٩,٨% على أن: تحديد مواعيد الحظر لا تستند على أسس علمية ولم تكن ذات فائدة. وأكد ٤٧,١% أن: الأجهزة الأمنية لم تطبق الإجراءات الاحترازية بشكل رادع خصوصاً الحظر، وأكد ٤٧,٨% أن: مؤسسات الدولة لم تلتزم بالإجراءات الاحترازية خصوصاً تقليل التجمعات. ووافق ٤٩,١% على أن: قرار فتح المقاهى بنسب محددة كان قرار خاطئ، والمستفيدون الوحيدون منه هم أصحاب المقاهى. ووافق ٥٩,٧% على أن: القرارات المتعلقة بالتعليم فى ظل كورونا أدت لتدهور مستوى الطلاب والعملية التعليمية. ووافق ٥٥,٣% على عبارة: مصر لم تكن مستعدة للتعامل مع فيروس كورونا. ونجد فيما يخص تيمة عدم الكشف عن الأعداد الحقيقية: وافق ٥٨,٠% على أن: الحكومة ووزارة الصحة لا يكشفون عن الأعداد الحقيقية لمصابى كورونا.

ويلاحظ أن نسب استجابات المبحوثين عن عبارات المسئول لا تتعدى الخمسينات، لأن تلك العبارات أزداد فيها اختيار فئة لا أعلم، وذلك عن العبارات المقدمة عن كوفيد والمواطن والشخصيات الأجنبية (صحيح أنها ليست النسبة الغالبة بالعباراة ولكنها مرتفعه بالمقارنة بالشخصيات الأخرى حيث كانت دائماً أقل من ٤٠% وأعلى من ٢٨%، بينما الشخصيات الأخرى كانت عبارات لا أعلم لا تتعدى الـ ٢٤%) وهو ما يوضح أن غالبية العينة تتحفظ حول إبداء الرأى فيما يتعلق بالمسئولين.

وتوضح اتجاهات المبحوثين نحو تيمة التوعية بمخاطر كورونا أنه من وجهة نظرهم أجهزة الدولة والوزارات تؤدى دور إيجابى فى التوعية والتعريف بكورونا وتبعياته، ولكن مع ذلك فهى عاجزة عن التعامل مع الفيروس ذاته واتخاذ إجراءات احترازية فعالة فى مواجهته. حيث وافق ٧٣,٤% على عباراة: تحرص الحكومة والأجهزة المختصة على تحذير المواطنين من كورونا وتوعيتهم. ومع ذلك وافق ٤٤,٤% على عباراة: الحكومة والوزارات عاجزون عن التعامل مع كورونا لقلة المعلومات المتوفرة عنه.

٤. اتجاهات المبحوثين حول الشخصية الأجنبية:

* فئات الشخصية الأجنبية التى يفضل المبحوثون متابعتها بالمقارنة مع نتائج التحليلى:

يتضح أن هناك اتفاق بين فئات الشخصية الأجنبية التى يفضلها المبحوثون وبين الفئات التى ركزت عليها صفحات الدراسة. خصوصاً فى المراكز الثلاث الأولى، حيث اهتم أيضاً المبحوثين بالميمز والكوميكس المقدمة عن الصين بنسبة إجمالية ٧٥,٤% ثم العالم بنسبة إجمالية ٤١,٠% ثم منظمة الصحة العالمية بنسبة إجمالية ٣٣,١%. بينما ظهر اختلاف طفيف

فى المراتب التالية، ويوضح ذلك أن صفحات الدراسة تركز على مايفضله المبحوثون. (يتعدى مجموع النسب الـ ١٠٠% للسماح للمبحوثين باختيار أكثر من بديل).

جدول(٣٦) التوزيع التكرارى والنسبى لفئات الشخصية الأجنبية التى يتابعها المبحوثون بالميمز والكوميكس –ن= ٥٨٦

فئات الشخصية الأجنبية	ذكر		أنثى		الإجمالى		ت ذكر	ت أنثى	ت ميدانى	ت تحليلى
	ك	%	ك	%	ك	%				
الصين	٧٦	%٦٧,٩	٣٦٦	%٧٧,٢	٤٤٢	%٧٥,٤	١	١	١	١
منظمة الصحة العالمية	٣٦	%٣٢,١	١٥٨	%٣٣,٣	١٩٤	%٣٣,١	٣	٣	٣	٣
إسرائيل	٤	%٣,٦	٤٠	%٨,٤	٤٤	%٧,٥	*٧	٥	٥	٤
أمريكا	١٤	%١٢,٥	٥٨	%١٢,٢	٧٢	%١٢,٣	٤	٤	٤	٨
فرنسا	٤	%٣,٦	٨	%١,٧	١٢	%٢,٠	*٧	٨	٨	٦
بريطانيا	٨	%٧,١	١٤	%٣,٠	٢٢	%٣,٨	٦	٧	٧	٧
الهند	١٢	%١٠,٧	٢٠	%٤,٢	٣٢	%٥,٥	٥	٦	٦	٥
العالم بشكل اجمع	٥٨	%٥١,٨	١٨٢	%٣٨,٤	٢٤٠	%٤١,٠	٢	٢	٢	٢

كا٢= ١٩,٤٢٩ د.ح (درجة الحرية) = ٧ الدلالة الإحصائية = ٠,٠٠٧

ويتبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وفئات الشخصية الأجنبية المفضلة لدى المبحوثين حيث كانت قيمة كا٢= ١٩,٤٢٩، وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥. حيث اهتم كل من الذكور والإناث بكلاً من الصين ثم العالم ثم منظمة الصحة العالمية، وهو أمر منطقى نظراً لأنهم أطراف الأزمة الأساسية على الصعيد العالمى، بالإضافة لأمريكا نظراً لتأثيرها على الأحداث الدولية. بينما تباين الذكور والإناث فى تفضيلاتهم للشخصيات الأجنبية الأخرى، فنجد أن الذكور يفضلون الميمز والكوميكس المنشورة عن الهند ١٠,٧%، بريطانيا ٧,١%، إسرائيل وفرنسا بنسبة ٣,٦% لكل منهما. بينما تفضل الإناث الميمز والكوميكس المقدمة عن: إسرائيل ٨,٤%، الهند ٤,٢%، بريطانيا ٣,٠%، فرنسا ١,٧%.

* الاتجاهات بالمقارنة مع حضور الفكرة الرئيسية المتواترة عن الشخصية (التيمة):

يتصح أن اتجاهات المبحوثين حول الشخصية الأجنبية اتفقت مع الأفكار الرئيسية المتواترة عنهم بالميمز والكوميكس بصفحات الدراسة. ونستعرض ذلك بالمقارنة بين الاتجاهات والتيمات؛ كالتالى:

اتفقت اتجاهات المبحوثين مع التيمة الأكثر حضوراً؛ وهى الصين سبب المشاكل الصحية بالعالم. فوافق ٦٢,٥% على أن: الأطعمة التى يتناولها الصينيون هى سبب كورونا ومعظم الأوبئة مصدرها الصين. كما اتفقت اتجاهات المبحوثين مع تيمة قلة حيلة العلماء والعالم، ومنظمة الصحة العالمية، فوافق ٦١,١% على أن: العلماء ومنظمة الصحة العالمية وقفوا عاجزين أمام انتشار كورونا فى العالم بسبب قلة المعلومات المتوفرة عنه.

واتفقت اتجاهات المبحوثين مع تيمة شخصية مكروهه نتمنى إصابتها بكورونا، فوافق ٣٩,٦% على أن: من الجيد إصابة الفيروس لبعض الشخصيات الأجنبية؛ مثل: الإسرائيلية، الرئيس الفرنسى. بينما اختار ٣٥,٢% غير موافق. ويتضح أنها الشخصية الوحيدة التى زادت فيها نسبة الموافق، حيث أن الشخصيات الأخرى مثل مستخدمى التيك توك ولاعبى كرة القدم رفض المبحوثون فكرة إصابتهم بنسبة عالية (كما سبق وأوضحنا). وارتفاع نسبة موافق فيما

يخص إسرائيل قد تُرد للصراع العربى الإسرائيلى، وقد تُرد ارتفاع نسبة فرنسا للتصريحات والإجراءات المعادية للحجاب.

واتفقت اتجاهات المبحوثين مع تيمة غياب الوعى والفهلوة، فوافق ٦٥,٩% على أن: تعامل الهنود مع الفيروس يعكس غياب الوعى خصوصاً اتخاذه كديانة. واتفقت اتجاهات المبحوثين مع تيمات: الاهتمام بصحة المواطنين، مواجهة كورونا والحد من انتشارها، حيث وافق ٦٠,١% على أن: دول مثل السعودية وأمريكا وبريطانيا وتونس أعلت من قيمة صحة مواطنيها واتخذت إجراءات احترازية جيدة.

ثالثاً: المعنى العميق المفهوم من الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا وفقاً لنتائج التحليلى والميدانى:

يُقصد بالمعنى العميق: المعنى الذى تثيره وتنسجه الرموز حول القضية أو الشخصية لصنع معنى محدد يؤدى تكراره لخلق التمثلات. ويتضح بذلك أنه المعنى الناتج عن العلاقة بين الرموز اللسانية/النصية والبصرية بالشكل الساخر، والمعروف فى نموذج سويسر بالدلالة وفى نموذج رولان بارت بالرسالة الأيقونية غير المدونة.

جدول (٣٧) التوزيع التكرارى والنسبى للمعانى العميقة الأساسية المتشكلة حول أزمة كورونا

المعنى العميق	اسم الصفحة								ت
	اساحبى		كورونا ساركازم		فيروس كورونا		الإجمالى		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
اعتماد الحكومة على وعى المواطن كان قرار خاطئ	١٩	%١١,٢	١٢	%٤,٢	٦	%١,٤	٣٧	%٤,١	٧
تدهور وضع التعليم فى ظل كورونا	١٧	%١٠,٠	٦	%٢,١	١٠	%٢,٣	٣٣	%٣,٧	٨
سلوكيات المواطنين بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار	٥٦	%٣٢,٩	٧٤	%٢٥,٨	١٦٩	%٣٨,٧	٢٩٩	%٣٣,٤	١
الحكومة لا تكشف عن الأعداد الرسمية للمصابين	٥	%٢,٩	٣٩	%١٣,٦	٨٤	%١٩,٢	١٢٨	%١٤,٣	٣
يجب الحذر من الفيروس والإلتزام بالإجراءات الاحترازية	٢٠	%١١,٨	٢٤	%٨,٤	٤٤	%١٠,١	٨٨	%٩,٨	٤
غياب المعرفة المؤكدة عن الفيروس وضعف نتائج البحوث	٥	%٢,٩	٩	%٣,١	٣٢	%٧,٣	٤٦	%٥,١	٦
هناك شخصيات تستحق الإصابة بفيروس كورونا	٠	%٠,٠	٥	%١,٧	٨	%١,٨	١٣	%١,٥	١١
سلوكيات الحكومة بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار	١٤	%٨,٢	٧٧	%٢٦,٨	٦٧	%١٥,٣	١٥٨	%١٧,٧	٢
الصين سبب كل الأزمات الصحية	١٨	%١٠,٦	٢٨	%٩,٨	٦	%١,٤	٥٢	%٥,٨	٥
حب الأذية وانعدام الرحمة والصراحة	٢	%١,٢	٩	%٣,١	١١	%٢,٥	٢٢	%٢,٥	٩
غياب الوعى سمة تعامل دول العالم وشعوبها مع كورونا	١٤	%٨,٢	٤	%١,٤	٠	%٠,٠	١٨	%٢,٠	١٠
الإجمالى	١٧٠	%١٠٠,٠	٢٨٧	%١٠٠,٠	٤٣٧	%١٠٠,٠	٨٩٤	%١٠٠,٠	

كا٢= ١٩١,١٤٨ د.ح (درجة الحرية) = ٢٠ الدلالة الإحصائية = ٠,٠٠٠

ويتضح أن الميمز والكوميكس بقضية كورونا ركزت على (١١) معنى يقولب الأزمة بشخصياتها. وتمثلت أبرز ثلاث معانى؛ فى: سلوكيات المواطنين بالأزمة تعكس قلة الوعى

والاستهتار بنسبة ٣٣,٤%، سلوكيات الحكومة بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار بنسبة ١٧,٧%، الحكومة لا تكشف عن الأعداد الرسمية للمصابين بنسبة ١٤,٣%.

جدول (٣٨) التوزيع التكرارى والنسبى لأراء المبحوثين حول الميمز والكوميكس المنشورة بالفيسبوك – ن=٥٨٦

حدد درجة موافقتك على العبارات التالية	موافق		لا أعلم		غير موافق	
	ك	%	ك	%	ك	%
اعتماد الحكومة على وعى المواطن للتصدى للفيروس كان قرار خاطئ	٣٧٢	%٦٣,٥	١٠٢	%١٧,٤	١١٢	%١٩,١
تدهور وضع التعليم فى ظل كورونا	٣٩٤	%٦٧,٢	١٠٤	%١٧,٧	٨٨	%١٥,٠
سلوكيات المواطنين بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار	٤٧٠	%٨٠,٢	٩٨	%١٦,٧	١٨	%٣,١
الحكومة لا تكشف عن الأعداد الحقيقية للمصابين	٣٤٢	%٥٨,٤	٢٠٠	%٣٤,١	٤٤	%٧,٥
يجب الحذر من الفيروس والإلتزام بالإجراءات الاحترازية	٥٢٤	%٨٩,٤	٥٦	%٩,٦	٦	%١,٠
غياب المعرفة المؤكدة عن كورونا وضعف نتائج الأبحاث وتخبط التصريحات	٣٣٦	%٥٧,٣	١٨٨	%٣٢,١	٦٢	%١٠,٦
هناك شخصيات تستحق الإصابة بكورونا	١١٨	%٢٠,١	١٠٤	%١٧,٧	٣٦٤	%٦٢,١
سلوكيات الحكومة بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار	٢٤٨	%٤٢,٣	٢٠٨	%٣٥,٥	١٣٠	%٢٢,٢
الصين سبب أزمات العالم الطبية	٣٣٤	%٥٧,٠	١٨٦	%٣١,٧	٦٦	%١١,٣
انعدام الرحمة بين الأفراد وحب أذية الغير	٢٢٨	%٣٨,٩	١٧٠	%٢٩,٠	١٨٨	%٣٢,١
غياب الوعى سمة تعامل دول العالم وشعوبها مع كورونا	٢٩٦	%٥٠,٥	١٦٦	%٢٨,٣	١٢٤	%٢١,٢
ارتدى الكمامة وألتزم بالإجراءات الاحترازية إلى أن ينتهى الوباء	٤٦٠	%٧٨,٥	٩٦	%١٦,٤	٣٠	%٥,١
أثق فى القرارات والإجراءات الاحترازية التى تفرضها الدولة لمواجهة الوباء	١٦٢	%٢٧,٦	٣٥٤	%٦٠,٤	٧٠	%١١,٩

ويتبين أن غالبية المبحوثين وافقوا 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)**. وهو ما 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) أو ما يعرف بالثقافة الرقمية التشاركية (Bradley E Wiggins &other-2015)**. وهو ما يفسر مثلاً سبب انتشار أفكار محددة عن كوفيد داخل الميمز والكوميكس وبين الأفراد؛ مثل: الإطمئنان الزائف.

وكانت أكثر ثلاث عبارات وافق عليها المبحوثون؛ هى بالترتيب كالتالى: يجب الحذر من الفيروس والإلتزام بالإجراءات الاحترازية بنسبة ٨٩,٤%، سلوكيات المواطنين بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار بنسبة ٨٠,٢%، تدهور وضع التعليم فى ظل كورونا بنسبة ٦٧,٢%.

وتعكس النتائج مرة أخرى اختلاف اتجاهات المبحوثين حول الذات والأخر. فيلاحظ أن أكثر عباراة حظيت بموافقة المبحوثين هو أنه يجب الحظر من الفيروس والإلتزام بالإجراءات الإحترازية، ورغم ذلك فإن أكثر ثانى عباراة وافق عليها المبحوثون كانت: سلوكيات المواطنين بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار، بينما أكد ٧٨,٥% أنهم كأفراد يرتدون الكمامة وسيظلوا يرتدونها ويلتزمون بالإجراءات الاحترازية إلى أن ينتهى الوباء. يتضح إذاً أن وجهة نظر المبحوثين حول أنفسهم لا تتفق مع المعنى المقدم بالميمز والكوميكس (وهو؛ سلوكيات المواطن تعكس غياب الوعى والاستهتار)، بينما تتفق وجهة نظرهم حول الأخر مع هذا المعنى حيث جاءت هذه العباراة فى الدراسة التحليلية بالترتيب الأول وفقاً للإجمالى. ويوضح ذلك عدم وجود علاقة بين متابعة الميمز والكوميكس وبين عدم الإلتزام بالإجراءات الاحترازية، ولكن توجد علاقة بين متابعة الميمز والكوميكس والاعتقاد فى عدم إلتزام الأخرين بالإجراءات الاحترازية. **ويتفق ذلك مع نتائج الدراسات السابقة التى أوضحت أن الميمز الناجحة تختار أهداف خارج المجموعة وتنتقد سلوكياتها، بمعنى أنها لا تركز على سلوكيات الفرد وإنما على سلوكيات الأخر (Adeyemi Adegoju &other-2015).**

ويلاحظ أيضاً التحفظ فى إبداء الرأى الشخصى حول ممارسات المسئولين؛ حيث نجد أن العباراة الوحيدة التى ارتفعت بها نسبة لا أعلم؛ هى: أثق فى القرارات والإجراءات الاحترازية التى تفرضها الدولة لمواجهة الوباء، وبلغت ٦٠,٤%. وذلك على الرغم من موافقتهم على العبارات التى تحمل معنى ضمنى يدور حول انخفاض فاعلية القرارات الاحترازية خلال الأزمة؛ مثل القرارات الخاصة بالاعتماد على الوعى وأعداد المصابين والتعليم. **ويختلف ذلك مع نتائج الدراسات السابقة التى أوضحت أن الميمز وإتاحة التعليقات عليها توفر منافذ للتعبير السياسي الجماعي للشباب، وبالتالى تساعد الشباب عى أبداء أرائهم (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 الميمز والكوميكس وبين اتجاهات المبحوثين؛ حيث انخفاض الاهتمام بمعنى: انعدام الرحمة بين الأفراد وحب أذية الغير. فنجد أنه جاء بالترتيب التاسع فى التحليلى بما يوضح عدم التركيز عليه وإنما عرض بعض السلوكيات الخطأ على سبيل التحذير منها. وكانت على الجانب الأخر أقل عباراة حظيت بموافقة المبحوثين حيث وافق عليها فقط ٣٨,٩% ورفضها ٣٢,١%.

وكانت العباراة الوحيدة التى حظيت على رفض المبحوثين؛ هى: هناك شخصيات تستحق الإصابة بكورونا، حيث رفضها ٦٢,١% ووافق عليها ٢٠,١%. وهو المعنى الذى ظهر بشكل محدود للغاية فى الميمز والكوميكس حيث جاء فى الترتيب الحادى عشر والأخير. ويتضح هنا أن هناك فرق بين رأى المبحوثين بشكل عام حول هذا المعنى وأرائهم 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) وهو ما يدل على أن السياق يؤثر على المعنى العام.

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

تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحة والمعنى الضمنى للميمز والكوميكس المنشورة بها؛ حيث كانت قيمة كا٢= ١٩١,١٤٨ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥. فنجد أن صفحات الدراسة تباينت فيما بينها فى المعنى الضمنى المراد من الميمز والكوميكس؛ كالتالى:

ركزت صفحة اساحبى فى المراتب الثلاث الأولى على المعانى التالية؛ بالترتيب: سلوكيات المواطنين بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار بنسبة ٣٢,٩%، يجب الحذر من الفيروس والإلتزام بالإجراءات الاحترازية بنسبة ١١,٨%، اعتماد الحكومة على وعى المواطن للتصدى للفيروس كان قرار خاطئ بنسبة ١١,٢%.

بينما ركزت صفحة كورونا ساركازم فى المراتب الثلاث الأولى على المعانى التالية؛ بالترتيب: سلوكيات الحكومة بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار بنسبة ٢٦,٨%، سلوكيات المواطنين بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار بنسبة ٢٥,٨%، الحكومة لا تكشف عن الأعداد الرسمية للمصابين بنسبة ١٣,٦%.

وركزت صفحة فيروس كورونا فى المراتب الثلاث الأولى على المعانى التالية؛ بالترتيب: سلوكيات المواطنين بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار بنسبة ٣٨,٧%، الحكومة لا تكشف عن الأعداد الرسمية للمصابين بنسبة ١٩,٢%، سلوكيات الحكومة بالأزمة تعكس قلة الوعى والاستهتار بنسبة ١٥,٣%.

ويتضح بذلك أن صفحة اساحبى تركز على المواطن ثم الفيروس ثم المسئول؛ فسلوكيات المواطن خلال الأزمة لم تكن على قدر المسئولية (مثال: إحنا نطلع بالمسيرة على الحجر الصحى نطلع المحبوسين، يخربيتك يخربيتك"[١]) بل أنه انساق وراء الاطئنان الزائف (مثال: أكيد جالك برد من المروحة، بس أنا مبشغلش المروحة، يبقى تشغلها عشان يبقى من المروحة[٢]) متجاهلاً خطورة الفيروس (مثال: تيمور أنت نمت.. الفيروس لسه موجود حافظ على نفسك[٣])، وبالتالى لم يلتزم بالإجراءات الاحترازية من جهة (مثال: كوفيد: طيب أرجعوا إلبسوا الكمامات تحت دقنكم تانى براحتكم، المصريين: يفتح الله[٤]) ومن جهة أخرى جعل اعتماد الحكومة على الوعى لتخطى الأزمة فكرة عبثية (مثال: أنت سايب القهوة على النار ورايح فين، براهن على وعى الكنكة[٥]).

بينما ركزت صفحة كورونا ساركازم على المسئول والمواطن بنسب متقاربة؛ فكلاهما تخبط بقراراته وسلوكياته (مثال: الشعب ده هيجبلى جلطة- حالتين محجوزتين واحد طلع إيجابى والتانى سلبى من فرحته قام حضن الإيجابى لحد ما أتصاب[٦]) (مثال: الشعب هتفتحوا الكافيهات خلاص؟، الحكومة أه- يعنى خلاص نخرج عادى؟، ما عرفش بقى أنت حر[٧])، وكلاهما اتخذ

[١] اساحبى، ٢٤مارس٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3082785545149861

[٢] اساحبى، ٢١ديسمبر٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3825611974200544

[٣] اساحبى، ٢٦يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3314923381936075

[٤] اساحبى، ١٤يوليو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3363831357045277

[٥] صفحة اساحبى، ٢٠مايو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/asa7bess/photos/3218774058217675

[٦] كورونا ساركازم، ٢٩يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=988056071636273&set=g.256035802211504

[٧] كورونا ساركازم، ٢٥يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=3421471624582644&set=g.256035802211504

من التجاهل منطلق للتعامل مع الفيروس وكأن قلة الاهتمام والتلاعب بالأعداد ستؤدى لأنتهاء الأزمة (مثال: قلعتى الكمامة والجلافز ليه يافاطمة؟ الفيروس مبقاش غريب ياعبدة[١])، (مثال: إحنا قررنا نلغى الحظر ونعتمد على الوعى- هو فين الوعى- وهو كان فين الحظر[٢]).

وركزت صفحة فيروس كورونا على المواطن ثم المسئول؛ حيث سلوكيات المواطن التى تعكس الاستهتار وغياب الوعى من جهة (مثال: الإسكندرانية نازلين يحتفلوا وعاملين شكل الكعبة زى ماتقولوا عمرة عالضيق كده ومش عارف متعشمين فيا كده ليه! أقسملكم بالله أنا وباء.. مش أبن خالتكم[٣]) وعدم كشف الحكومة عن الأعداد الرسمية من جهة أخرى (مثال: رئيس الوزراء: الأعداد دى فى اليوم، وزيرة الصحة: لا طبعا فى الثانية[٤]) إضافة للقرارات الاحترازية التى تم انتقادها (مثال: القرارات الجديدة- الفيروس: هو فى أيه!! أنتوا جايبنى هنا تضحكونى ولا أيه؟![٥]).

وبالتالى يتضح أن الصفحات الثلاث قدمت معنى سلبى متشابه للمواطن (يتفق مع اتجاهات ٨٠,٢% 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 ٦٣,٥% 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 ٤٢,٣% 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 ٥٨,٤% من المبحوثين).

ويتضح أن المعانى الضمنية الأخرى التى ظهرت خلال فترة الدراسة؛ تباينت الصفحات أيضاً فى درجة تمثيلها؛ فنجد مثلاً؛ قدمت الصفحات الثلاث معنى متشابة عن دولة الصين يتفق مع اتجاهات ٥٧,٠% 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.

---

[١] كورونا ساركازم، ٢٧يوليو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=130299785421129&set=g.256035802211504

[٢] كورونا ساركازم، ٢٣يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=10157842992454877&set=g.256035802211504

[٣] فيروس كورونا، ٢٤ أبريل ٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=119554266377376&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٤] فيروس كورونا، ٢٧ديسمبر٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=207889454210523&set=pb.100050658901805.-2207520000..

[٥] فيروس كورونا، ٢٤يونيو٢٠٢٠: https://www.facebook.com/photo/?fbid=142202267445909&set=pb.100050658901805.-2207520000..

◄ خاتمة البحث:

وظفت الدراسة مدخل التحليل السيمولوجى 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 ١ إبريل ٢٠٢٠ إلى ٣٠ يوليو ٢٠٢١ المنشورة بصفحات: اساحبى، كورونا ساركازم، فيروس كورونا. ودراسة ميدانية على عينة قوامها (٥٨٦) مفردة من متابعى الميمز والكوميكس.

واستعرضت نتائج الدراسة التحليلية والميدانية: (١) سمات الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا ومدى اتفاقها مع تفضيلات المبحوثين؛ من حيث: المضمون والهدف والتكوين والقوالب المستخدمة والنص المصاحب وآليات السخرية. (٢) الشخصيات الرئيسية التى ظهرت بالميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا واتجاه المبحوثين نحوهم؛ وهم: أربع شخصيات رئيسية تمثلوا فى المواطن، كوفيد، المسئول، الشخصية الأجنبية. وتم صنع أيقونة لكل شخصية من خلال التيمات والدوال السيميولوجية. (٣) المعنى العميق المفهوم من الميمز والكوميكس المقدمة عن كورونا ومدى اتفاقه مع اتجاهات المبحوثين.

وانتهت الدراسة إلى تحقق الفرض الرئيسى؛ 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.

وتضح 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 فى المطلق على مستوى العالم الفيروس شديد الخطورة ويجب الحذر منه، ولكن فى الخصوص على مستوى مصر فأنه عاجز بائس أقل أهمية من برد المروحة. ويُرد ذلك ليس لمدى خطورة الفيروس ذاته وإنما لطبيعة الشخصية المصرية سواء المواطن أو المسئول، والتى أعلت من قيمة الفهلوة والتجاهل كأسلوب لمواجهة الأزمة تم ترجمته فى عدة تيمات ساخرة أبرزها " أهتم بالفيروس يصيبك، ونفضله يسيبك". **ويجب التأكيد فى هذا الصدد على النقاط التالية:**

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

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

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

أ. قوة نمط الملكية لم يكن عامل حاسم فى تشكيل السياسات التحريرية، فرغم أن الصفحات الثلاث مملوكة لأفراد إلا أن أيدلوجية 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. تنميط معالجة الخطاب يعود لعدة أسباب؛ أبرزهم: المعالجة الجزئية للحدث وعوامل ثراء الوسيلة. فنجد أن الميمز 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 التنميط بدلاً من التنوع؛ وذلك كالتالى:

- أتاحت الشبكة لمستخدميها القدرة على الوصول الفورى والأنى للتعبير عن أرائهم فى الأحداث، بالإضافة لذلك أتاحت الشبكة خاصية المشاركة بما يجعل الفكرة الواحدة عابرة للصفحات ولديها القدرة على الوصول والإنتشار. وهو ما يساعد المستخدمين على إنشاء المجال العام المعبر عنهم من خلال قوة الهاشتاج والترند. وبالتالى من السهل على مقدمى الميمز والكوميكس معالجة الخطاب الساخر بما يتفق مع الاتجاهات العامة لدى الأفراد. وهو ما 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.

مراجع الدراسة:

[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://0811qkpq2-1104-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://0811qkpq2-1104-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://0811qkpq2-1104-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://0811qkpq2-1104-y-https-www-tandfonline-com.mplbci.ekb.eg/doi/abs/10.1080/21504857.2014.943541

[٥] 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-ieeexplore-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-ieeexplore-ieee-org.mplbci.ekb.eg/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=9288596

[١٢] حسن عماد مكاوى وليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط٨، ٢٠٠٩، ص ص ٨١-٨٥.

[13] Carlos E. Cortes: **The Children are Watching: How the Media Teach About Diversity. teachers colleags press**, Columbia university, New York and London. 2000. p71-72

[١٤] هم:

- 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.

[١٥] هم:

- 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

[١٦] هم:

•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

[١٧] هم:

•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

[١٨] هم:

- 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 Oyebode: **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

[١٩] هم:

- 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 Stoynov: **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

[٢٠] هم:

- 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://0811qkpq2-1104-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.

[٢١]سعيد محمد الغريب النجار، **فن "الويبكوميكس" وتأثيرات البيئة الرقمية فى مواقع الصحف المصرية**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، المجلد ٢٠١٨، العدد ١٥، ص ١-٥٧، ٢٠١٨.

[٢٢] هم:

•محمد معوض إبراهيم نصر، **الإعلانات التجارية على الكوميكس فى شبكات التواصل الاجتماعى وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي**، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة، مج٢١/ ع٨١، ص ٢٥-٣١، ٢٠١٨.

•حنان محمد إسماعيل يوسف، **دوافع استخدام المراهقين للصور المسلسلة (الكوميكس) بالإنترنت والإشباعات المتحققة منها**، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة، مج٢٠, ع٧٦، ص١٥٣-١٦٠، ٢٠١٧.

[٢٣] هم:

•هنا جلال على عبد اللاه، معالجة **صفحات الفيسبوك للرسوم الساخرة التى تتدعم المشاركة السياسية**، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة، مج ٢٣، ع٨٦، ص١٤٣-١٥٢، ٢٠٢٠.

•بشير كامل شفيق فرح، **استخدام الصحفى لفن الكوميكس فى معالجة القضايا السياسية ومدى تأثيره على المشاهدين من الأبناء**، جامعة المنصورة، كلية التربية للطفولة المبكرة، المجلة العلمية لكلية التربية للطفولة المبكرة، مج٥، ع٢، ص١٥٢-١٧٨، ٢٠١٨.

•وسام نصر، **علاقة التعرض للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعى باتجاهات الجمهور المصرى نحو المشاركة بالتصويت فى انتخابات الرئاسة ٢٠١٨**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، مج١٧, ع٤، ص١-٧٠، ٢٠١٨.

•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 السياسى فى مصر : دراسة تطبيقية على موقع الفيس بوك**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع١، ص١٧٣-٢٤٤، ٢٠١٣.

[٢٤] هم:

•إسماعيل عبد الرازق الشرنوبي، **" الرسوم الرياضية الساخرة على موقع فيسبوك وعلاقتها بنمو ظاهرة التعصب الرياضى لدى الجمهور"**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد ٢٠٢١، العدد ٧٤، ص ١٦٩-٢٢٦، ٢٠٢١.

•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

•رالا أحمد محمد عبد الوهاب منصور، **تعرض الشباب الجامعى للصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بظاهرة التنمر الإلكتروني: دراسة ميدانية فى إطار نظرية تأثرية الشخص الثالث**، جامعة الأهرام الكندية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع٢٨، ص ٢٠٤-٣٧٦، ٢٠٢٠.

•عزة شبل محمد أبو العلا، **الصورة الهزلية للامتحانات على صفحات التواصل الاجتماعى ودورها فى تشكيل الصورة الذهنية : دراسة فى تحليل الخطاب الرقمي**، الجزائر، جامعة حسيبة بن بوعلى الشلف، مخبر نظرية اللغة الوظيفية، مجلة الأندلس، مج ٣، ع١٠، ص ٢٢٩-٢٩٤، ٢٠١٨.

•سلوى أحمد محمد أبو العلا الشريف، **تصميم الرسوم الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى وتأثيره على علاقة المرأة بالرجل: دراسة تطبيقية على صفحات الفيس بوك**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، مج ١٤، ع٣، ص٧٣- ١٥٥، ٢٠١٥.

[٢٥] هم:

•إيناس محمود حامد، **تعرض المراهقين لجشطالتية الكاريكاتير وتداولهم له عبر مواقع التواصل الاجتماعى "الفيس بوك" وعلاقته بتنمية بعض القدرات الإبداعية لديهم**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، مج١٦، ع١، ص٥٦١-٦٠١، ٢٠١٧.

•سعيد محمد الغريب، سي**ميولوجيا الرسوم الكاريكاتورية فى ضوء التقنية الرقمية : دراسة تحليلية مقارنة لعينة من المواقع الإلكترونية المصرية**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع١٠، ص ٣٩-٩٦، ٢٠١٧.

•أمال عامر، **الأبعاد الوظيفية للصورة الكاريكاتورية فى الصحافة الجزائرية: دراسة تحليلية سيميولوجية لصحيفة "الشروق اليومي"**، الجزائر، المركز الجامعى أحمد زبانة غليزان، مخبر الدراسات الاجتماعية والنفسية والانثروبولوجية، مجلة الرواق، ع٤، ص٢١٠-٢٣٤، ٢٠١٦.

•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

[٢٦] هم:

•نورة شلوش، **توظيف مدارس الكاريكاتير فى الصحف الوطنية : دراسة إستطلاعية على عينة من جرائد الخبر، الشرق، ليبرتي**، الجزائر، جامعة وهران ١ أحمد بن بلة، مخبر الاتصال الجماهيرى وسيميولوجية الأنظمة البصرية، مجلة الصورة والاتصال، ع٢٣، ص٨-٢٤، ٢٠١٨.

•سحر يوسف، **حركة نشر الكاريكاتير فى الدوريات الإلكترونية المصرية المتاحة على الإنترنت: دراسة تحليلية**، جامعة القاهرة، كلية الآداب، مركز بحوث نظم وخدمات المعلومات، مجلة بحوث فى علم المكتبات والمعلومات، ع١٤، ص٤٥-٧٩، ٢٠١٥.

•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

[٢٧] هم:

•حسنية بلحاج، **فن الكاريكاتور فى الجزائر وطرق توظيفه**، جامعة عبدالحميد بن باديس، الجزائر، كلية العلوم الإجتماعية، مخبر حوار الحضارات والتنوع الثقافي وفلسفة السلم، مجلة الحوار الثقافي، مج٣، ع٢، ص٢٤٥-٢٥٣، ٢٠١٤.

•ثروت فتحى كامل، **القائم بالاتصال فى مجال الكاريكاتور فى الصحف المصرية : دراسة ميدانية**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع٤٣، ص ٣٤٧-٣٩٩، ٢٠١٣.

[٢٨] 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 فى الرسوم الكاريكاتورية الصحفية**، الجزائر، جامعة العربى بن مهيدي، أم البواقي، مجلة العلوم الإنسانية، ع٦، ص ٦٤-٧٤، ٢٠١٦.

[٢٩] هم:

•أحمد جهاد يوسف العرجا، **سيميائية الكاريكاتير فى الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة**، رسالة ماجستير، فلسطين، الجامعة الإسلامية (غزة)، كلية الآداب، ٢٠١٩.

•أميرة محمد سيد، **سيميولوجيا الرسوم الكاريكاتورية السياسية لصراعات منطقة الشرق الأوسط فى المواقع الإخبارية**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع٦٠، ص١٣٧-١٨٩، ٢٠١٧.

•سارة فايز عبد المسيح طوس، **قضايا المهمشين فى الكاريكاتير السياسى المقدم بالصحف المصرية**، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة، مج٢٠، ع٧٦، ص١٢٣-١٢٧، ٢٠١٧.

•وليد محمد الهادى، **سمات العلاقة بين المواطن والمسئول الحكومى كما يعكسها كاريكاتير الصحف المصرية: دراسة سيميولوجية ودلالية**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع١٠، ص ٢٠٥-٢٨٦، ٢٠١٧.

•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://0811qkpq2-1104-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://0811qkpq2-1104-y-https-www-tandfonline-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1080/13507486.2016.1177714

•سارة سعيد المغربى، **صورة مصر فى الكاريكاتور فى صحافة العالم**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع٦، ص ٦٠٥-٦١٠، ٢٠١٦.

•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://0811qkpq2-1104-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://081137syo-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1940161215626565#_i9

•حازم حميد عودة أبو حميد، **معالجة فن الكاريكاتير فى الصحافة الفلسطينية للعدوان الإسرائيلى على غزة عام ٢٠١٤ م** : دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، فلسطين، الجامعة الإسلامية (غزة)، كلية الآداب، ٢٠١٥.

•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://08113kvy2-1104-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/pdf/10.1177/1464884914533072

•سارة سعيد المغربى، **المرحلة الإنتقالية فى مصر كما يتناولها الكاريكاتير فى الصحافة الأمريكية : دراسة فى التحليل السيميولوجي**، جامعة الأهرام الكندية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع٢، ص ١٥٦-١٧٥، ٢٠١٣.

•عماد الدين على أحمد جابر، **التوظيف السياسى للكاريكاتور أثناء الحروب فى الصحافة العربية**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، مج١١, ع٢، ص٢٧٩-٣٢٠، ٢٠١٢.

[٣٠] هم:

•سارة سعيد المغربي، **التأطير البصرى لقضية الفقر فى الرسوم الكاريكاتيرية: دراسة تحليلية**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلد ١٩، العدد ٣، ص ١-٣٣، ٢٠٢٠.

•حنان عبد الوهاب عبد الحميد، **أساليب توظيف البلاغة البصرية بالرسوم الكاريكاتيرية فى المواقع الإخبارية المصرية نحو الأحداث الرياضية**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، المجلد ٢٠١٩، العدد ١٨، ص١-٢٨، ٢٠١٩.

•سوير بنت زنعاف بن فواز السهلى، **القضايا التربوية فى رسوم الكاريكاتير فى الصحافة السعودية: دراسة فى تحليل المحتوى**، فلسطين، المركز القومى للبحوث غزة، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، مج١، ع١، ص١١٠-١٢٥، ٢٠١٧.

•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/18F16EC2FDDA49D8PQ/1?accountid=178282

•سهى بنت منيف بن صلف العتيبى، **الصورة الاجتماعية للمرأة السعودية فى كاريكاتير الصحافة المحلية: تحليل مضمون**، السعودية، الجمعية السعودية للاعلام والاتصال، المجلة العربية للاعلام والاتصال، ع١٤، ص٤٦١-٤٧٤، ٢٠١٥.

•محمد حسام الدين إسماعيل، **صورة العالم الإسلامى فى الكاريكاتور الروسي: دراسة فى التحليل السيميولوجى والثقافى من ٢٠١١ إلى ٢٠١٥**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، مج١٤، ع٣، ص١٥٧-٢٢٢، ٢٠١٥.

•محمد حسام الدين إسماعيل، **تمثلات وسائل الإعلام التقليدية والجديدة فى كاريكاتير الصحف العربية : دراسة حالة لثورة ٢٥ يناير المصرية**، جامعة الأهرام الكندية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع٥، ص٨٨-١١٧، ٢٠١٤.

•محمد حسام الدين إسماعيل، **رجال الأعمال فى خطاب الكاريكاتير : دراسة علاماتية وثقافية للصحف اليومية المصرية**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع٣٩، ص٢٥٣-٣٤٥، ٢٠١٢.

•أسماء فؤاد، **صورة المرأة فى الكاريكاتير بالصحف المصرية : دراسة تحليلية ميدانية فى الفترة من ٢٠٠٤ إلى ٢٠٠٨**، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، المجلة الاجتماعية القومية، مج٤٨، ع٢، ص١١٣-١٢٧، ٢٠١١.

[٣١] محمد شومان، **تحليل الخطاب الإعلامى أطر نظرية ونماذج تطبيقية**، الدار المصرية اللبنانية، ص٥٧ -٥٩.

[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 Björkvall, 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.

[٣٦] وليد محمد الهادى، **مرجع سابق**، ٢٠١٧. ص ٢١٩و٢٢٠.

[٣٧] أنظر: محمد حسام الدين إسماعيل، **مرجع سابق**، ٢٠١٢. ص٣٠١- ٣١٩.

[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/10464964990300040 2.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

[٤٥] 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، ٢٠١٦. ص٧٣-٧٤.

[٤٦] راجع:

أ. إيمان محمد أحمد سعيد، **التوظيف السياسى لتركيب الصورة الفوتوغرافية (الفوتومونتاج) فى شبكات التواصل الاجتماعى وتأثيرها على الشباب المصرى دراسة سيميولوجية**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٥. ص٧٩-٨٠.

ب. إيمان بهجت أحمد شامية، **مرجع سابق**، ٢٠١٦. ص٧٤.

[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.

[٤٩]محمد عبد الحميد، **البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية** ،عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثانية ٢٠٠٤، ص ١٣.

[٥٠]**تم تحكيم الاستمارة من الأساتذة والخبراء التاليين؛ مرتبين أبجدين فى 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.

[٥١]**تم تحكيم الاستمارة من الأساتذة والخبراء التاليين؛ مرتبين أبجدين فى 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.