

استجابات الجماهير لخطاب المرض في العصر الرقمي:

تحليل نقدي لخطاب كوفيد ١٩ على مواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً

د. دعاء سعيد ياسين إسماعيل(*)

الملخص:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن استجابات الجماهير تجاه خطاب المرض على شبكة الإنترنت، وركزت على خطاب كوفيد ١٩ الصادر عن وزارة الصحة والسكان المصرية على موقع فيسبوك، واهتمت بالإجابة عن عدة تساؤلات، وهي: ما حجم استجابات الجمهور تجاه خطاب كوفيد ١٩؟ وكيف تنوعت مشاعر الجماهير تجاه خطاب المرض؟ وما أنماط تلقي الجمهور لخطاب كوفيد ١٩؟ واعتمدت الدراسة في تحقيق أهدافها على أسلوب التحليل النقدي للخطاب، كما استعانت بنظرية السيولة لزيجمونت باومان ونظرية التلقي من أجل فهم موضوع الدراسة وتفسيره، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها:

١. ازدياد حجم استجابات الجماهير وتفاعلهم تجاه خطاب المرض عبر الأشهر من عام ٢٠٢٠.
٢. اتسمت استجابات الجماهير تجاه خطاب المرض بالتنوع ما بين تعليقات أو إعادة مشاركة الخطاب، أو باستخدام الإيموجي والتفاعل الرمزي للتعبير عن مشاعرهم والذي حاز على الغالبية العظمى من حجم الاستجابات.
٣. تنوعت استجابات المشاعر الرقمية من قِبل الجماهير تجاه خطاب المرض ما بين مشاعر إيجابية (إعجاب ومحبة ودعم)، وما بين مشاعر سلبية (حزن وغضب واندعاش وسخرية).
٤. كشفت الدراسة عن وجود خمسة أنماط لتلقي الجماهير لخطاب كوفيد ١٩،

(*) مدرس علم الاجتماع- قسم العلوم الاجتماعية، كلية التربية، جامعة الإسكندرية.

وهي الجمهور الغاضب، والجمهور الداعم، والجمهور الحزين، والجمهور المتدين، والجمهور الساخر، وأظهرت الحجج والبراهين التي تؤيد وجود كل نمط.

الكلمات المفتاحية:

خطاب المرض، كوفيد ١٩، كورونا، مشاعر الجماهير الرقمية، التحليل النقدي للخطاب.

Audiences' responses to Disease Discourse in the Digital Age:

A Critical Analysis of COVID-19 discourse on Social Media as a Model"

Dr. Doaa Said Yassin Ismail

Abstract:

The study aimed to reveal public responses to disease discourse on the Internet. It focused on COVID-19 discourse released by the Egyptian Ministry of Health and Population on Facebook. It also answered several questions. The first question, what is the amount of public response to Covid 19 discourse? How did the public's feelings about the disease discourse vary? And what are the patterns of public reception of the Covid 19 discourse?

The method of critical discourse analysis was used to answer these questions. Two theories were used to interpret the results of the study. Those theories were Liquids by Zygmunt Bauman and the theory of reception. The study has come dawn to several results. Some of which are:

1. The increase in the amount of audience responses and their interaction towards the disease discourse over the months of 2020.
2. The responses of the audience toward the disease discourse were characterized by a diversity between comments and re-share the discourse or using emoji and symbolic interaction to express their

feelings, which won the majority of respondents.

3. Audience digital responses varied between positive digital feelings (like, love and care), and between negative digital feelings (sadness, anger, surprise and laugh).
4. The study pointed out five types of audience that responded to disease discourse, those types were: (the angry audience, the supportive audience, the sad audience, the religious audience, and the sarcastic audience), each audience was signified by evidence from the comments.

Keywords:

Disease Discourse, Covid 19, Corona, Audience feelings, Critical Discourse Analysis.

مقدمة:

شغل خطاب المرض العالم في أواخر عام ٢٠١٩، حيث ارتبط بظهور مرض كوفيد ١٩ في مدينة ووهان الصينية، ثم انتقل بعد ذلك إلى جميع دول العالم، لتعلن منظمة الصحة العالمية في مارس ٢٠٢٠ تحول كوفيد ١٩ إلى جائحة pandemic، ومن هنا احتل خطاب المرض فضاءات التواصل العمومي والشخصي والمؤسسي في أرجاء العالم (عماد عبد اللطيف، ٢٠٢٠)، وذلك نظرًا لما تكبدته البشرية من خسائر فادحة جراء تفشي كوفيد ١٩، حيث بلغ عدد المصابين من الفيروس منذ ظهوره وحتى شهر أكتوبر من عام ٢٠٢١ نحو ٢٣٥ مليون مصاب، بالإضافة إلى ٤,٨ مليون حالة وفاة على مستوى العالم (World Health Organization, 2021)، وامتدت الآثار السلبية للجائحة لتشمل جميع جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية، وتسبب ذلك في هيمنة خطاب المرض على التواصل الإنساني. وازداد تعرض البشر لخطابات تتناول أعراض المرض، وأسبابه، وعوامل انتشاره، وسبل الوقاية منه، وآثاره على جميع الأصعدة الفردية والجماعية، على نحو غير مسبوق (عماد عبد اللطيف، ٢٠٢٠).

انتقلت نقاشات الجماهير وتفاعلهم تجاه خطاب المرض من الواقع الفعلي إلى الواقع الافتراضي، واتجهت الجماهير للبحث عن المعلومات الطبية المتعلقة بالفيروس على شبكات الإنترنت، واهتمت الجماهير بمتابعة خطاب وزارة الصحة والسكان المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي لمواكبة آخر التطورات المتعلقة بالفيروس، واستجابوا لخطاب المرض وتفاعلوا معه، وتهتم الدراسة الحالية برصد التفاعل الحر للجماهير على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية على موقع فيسبوك، ورصد استجاباتهم الحرة التلقائية تجاه الخطاب الرسمي لوزارة الصحة المصرية والمتعلق بجائحة كوفيد ١٩، فكيف تفاعلت الجماهير مع خطاب المرض، وما هو حجم استجاباتهم لما تصدره وزارة الصحة من خطابات، وما أثر خطاب المرض على مشاعر الجمهور، وكيف استقبل الجمهور خطاب كوفيد ١٩؟

وفي ضوء ما سبق ينقسم البحث إلى ثلاثة محاور رئيسة، يهتم المحور الأول بمراجعة التراث البحثي؛ لتحديد الفجوات البحثية التي تنطلق منها الدراسة الحالية، ويركز المحور الثاني على توضيح المدخل النظري والمنهجي للبحث، والذي يتضمن تحديد موضوع الدراسة وأهميتها وأهدافها، ويستعرض النظريات التي تتبناها الدراسة في تحليل وفهم موضوع البحث، كما يوضح منهجية الدراسة، والمحور الثالث اختص باستعراض استجابات الجمهور لخطاب المرض، وذلك من خلال توضيح حجم استجابات الجماهير لخطاب كوفيد ١٩، ثم إبراز تنوع مشاعر الجماهير تجاه خطاب كوفيد ١٩، ويليه تحديد لأهم أنماط الجماهير المتناقية لخطاب كوفيد ١٩، وختم البحث بعرض لأهم النتائج ومناقشتها.

أولاً- مراجعة التراث البحثي:

اهتم الباحثون على اختلاف تخصصاتهم بدراسة جائحة كوفيد ١٩ وما ترتب عليها من تداعيات شملت جميع جوانب الحياة الاجتماعية، وعلى الرغم من حداثة مشكلة الدراسة فقد اكتُشف الفيروس في ديسمبر عام ٢٠١٩، إلا أن هناك العديد من الدراسات المهمة والجادة التي تناولت جائحة كوفيد ١٩ من أبعاد وتخصصات متنوعة؛ ولذلك كان من الضروري أن يبدأ البحث الحالي بمراجعة الدراسات السابقة من أجل تحديد الفجوات البحثية، وبلورة أهداف وتساؤلات الدراسة الحالية، وتوضيح أهميتها النظرية والتطبيقية. واختارت الباحثة ١٥ دراسة عربية وأجنبية وثيقة الصلة بموضوع البحث، يمكن تقسيمها إلى محورين؛ الأول يتعلق بجائحة كوفيد ١٩ ووسائل التواصل الاجتماعي، والمحور الثاني يختص بالدراسات التي ركزت على استجابات وتفاعل الجماهير مع المرض، ويمكن عرضها على النحو التالي:

١. دراسات كوفيد ١٩ ووسائل التواصل الاجتماعي:

اهتمت الدراسات السابقة العالمية والمحلية بدراسة ثقة الأفراد واعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الطبية حول كوفيد ١٩؛ ومن هذه الدراسات العالمية ما قام به وانج وزملاؤه عام ٢٠٢٠ في دراستهم لموقع فيسبوك، واستخدمت الدراسة أسلوب المسح والاستبيان لجمع المعلومات من ١٩٠٤ أفراد، وتوصلت إلى أن معظم الأفراد في تايوان يعتمدون على الإنترنت بوصفه مصدرًا أساسيًا للحصول على معلومات حول كوفيد ١٩ (Wang , et al., 2020).

كما اهتمت الدراسات المحلية أيضًا بمعرفة مدى اعتماد الجمهور المصري على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية على موقع فيسبوك لزيادة وعيهم تجاه فيروس كورونا، ومنها دراسة (محمد الشيمي، ٢٠٢٠) التي طبق فيها الباحث استبيانًا على ٣٧٦ مفردة، بالإضافة إلى تحليل مضمون ٢٦٣ منشورًا بالصفحات عينة الدراسة، وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدل اعتماد الجماهير على فيسبوك بوصفه مصدرًا للمعلومات وبروز التقييم الإيجابي نحو صفحات وزارة الصحة، واهتمام الجماهير بمتابعة التقارير والبيانات اليومية المحدثة حول الفيروس.

ركزت دراسة (أسماء عبد المجيد، ٢٠٢٠) على تحليل التصميمات الجرافيكية المنشورة على صفحة وزارة الصحة المصرية على فيسبوك؛ لمعرفة مدى مساهمتها في رفع الوعي الصحي لدى المواطن المصري تجاه أزمة انتشار كوفيد ١٩، وطبقت الدراسة استبيانًا على عينة قوامها ٤٢٧ مفردة من مستخدمي موقع الفيسبوك، كما أجرت الدراسة تحليل مضمون لـ ٩٤ منشورًا يحتوي على تصميمات جرافيكية نشرتها الوزارة عبر صفحتها على فيسبوك. وتوصلت إلى أن هناك فقرًا في المعلومات المتوفرة على صفحة وزارة الصحة.

هدفت دراسة (أحمد العميري، ٢٠٢٠) إلى التعرف على دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيسبوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا، واعتمد أيضًا على الاستبيان الإلكتروني الذي طبقه على ٣٠٠ مبحوث من جامعتي سيناء وبورسعيد، وأوضحت نتائج دراسته أن من أهم أسباب متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيسبوك هو تبسيط المعلومات التي يقدمها، واختصارها وعرضها بطريقة جذابة، كما أكد على وجود علاقة دالة إحصائيًا بين درجة اهتمام الشباب بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.

وأضافت (رشا حجازي، ٢٠٢٠) دراسة ركزت فيها على معرفة مدى اعتماد الجمهور المصري على صفحة وزارة الصحة المصرية على الفيسبوك خلال الأزمات، وأسباب ذلك وتأثيراته المتنوعة على الجمهور، واستخدمت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واعتمدت على منهج المسح، وتطبيق استبيان على ٤٠٠ مبحوث في مدينة القاهرة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن معظم أفراد العينة يفضلون استخدام موقع وزارة الصحة على الفيسبوك من أجل الحصول على معلومات تخص أزمة كورونا، ويثق ٧٧٪ من المبحوثين فيما تبثه وزارة الصحة من أخبار، و١٥٪ منخفض الثقة، و٨٪ لا يثق على الإطلاق. تأثر الجمهور من النواحي المعرفية والوجدانية والسلوكية نتيجة متابعتهم لصفحة وزارة الصحة المصرية. وحدد الجمهور بعض جوانب القصور في صفحة وزارة الصحة على فيسبوك مثل التهوين من الجائحة أحيانًا ونقص المعلومات وعدم كفاياتها.

اهتمت دراسة (هبة شفيق، ٢٠٢٠) بمعرفة دور وسائل الإعلام الرقمية في مواجهة الأفعال المعادية للمجتمع، وزيادة الوعي بطرق انتشار العدوى. واعتمدت الباحثة على تحليل محتوى ٥٣ منشورًا على موقع فيسبوك في الفترة

من ١٥ مارس إلى ٢٠ أبريل ٢٠٢٠، خلال فترة الحجر الصحي وحظر التجول في مصر. وتوصلت لنتائج منها؛ أن الجمهور المصري قدم الدعم الإيجابي للعاملين بخدمات الصحة العامة الذين يواجهون فيروس كورونا، وأظهر التعاطف مع مرضى فيروس كورونا المستجد.

ركزت دراسة (Liu, Lu , & Lu, 2021) على معرفة العوامل التي تؤثر على مشاهدة الجمهور لمقاطع الفيديو عبر منصات التواصل الاجتماعي والمتعلقة بجائحة كورونا، وقامت بتحليل محتوى ٢١٥ مقطع فيديو، وأوضحت أن هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على مدى انتشار الفيديو ومشاهدته من قبل الجماهير مثل: طول الفيديو ونوع المحتوى، وأن المقاطع التي تُحمّل من قبل المشاهير تحظى بمشاهدات أعلى من قبل الجمهور.

٢. دراسات تفاعل الجماهير واستجاباتهم تجاه الجائحة:

يتناول المحور الثاني الدراسات التي اهتمت برصد تفاعلات الجماهير ونقاشاتهم وتعليقاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي تجاه كوفيد ١٩، منها الدراسة المسحية التي أجرتها دانيال بيروتا وزملاؤها لمعرفة استجابات الأفراد وسلوكياتهم تجاه جائحة كوفيد ١٩، وذلك عن طريق تطبيق استبيان في الفترة من ١٣ مارس وحتى ١٩ إبريل ٢٠٢٠؛ لجمع البيانات من حوالي ٧١ ألف فرد من بلدان متنوعة وهي: بلجيكا وفرنسا وألمانيا وهولندا وإسبانيا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة، وذلك لدراسة مخاوف الأفراد تجاه المرض، ومدى ثقافتهم في تعامل المنظمات مع الجائحة، ومدى التزام الجمهور بالسلوكيات الوقائية من تباعد اجتماعي وغيرها، وربط ذلك بالخصائص الديموغرافية للمستجيبين، وتوصلت الدراسة إلى وجود تباين مكاني بين البلدان التي اشتملت عليها الدراسة، وأن الجماهير قد اهتموا باتباع الإجراءات الوقائية مثل: غسل الأيدي وارتداء القناع الطبي، وأن النساء يلتزم أكثر من الرجال بالإجراءات الوقائية، كما أن لديهم مخاوف تجاه المرض أكبر من الرجال أيضًا.

(Perrotta , Grow , Rampazzo , Cimentada , & Del , 2021).

كما أعدت منظمة الصحة العالمية دراسة بالتعاون مع جامعة ملبورن اهتمت فيها بقياس مدى اعتماد الشباب من جيل الألفية على وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول فيروس كورونا المستجد، وطبقت على ٢٣٥٠٠٠ مبحوث من ٢٤ دولة موزعة في ٥ قارات في الفترة من أواخر أكتوبر من عام ٢٠٢٠ وحتى يناير ٢٠٢١، وتوصلت إلى أن ٤٣٪ يهتمون بمشاركة المحتوى الطبي على وسائل التواصل الاجتماعي، و ٥٩٪ يستطيعون تمييز الأخبار المضللة والكاذبة المتعلقة بكوفيد ١٩، و ٩٠٪ يشعرون بالخوف والقلق من الإصابة بالمرض، و ٥٥٪ يشعرون بالخوف على أسرهم وأصدقائهم من الإصابة بالفيروس (World Health Organization, 2021).

وأضاف (إيهاب خليفة، ٢٠٢٠) دراسة ركزت على رصد مستويات التفاعل وأنماطه عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول أزمة انتشار كوفيد ١٩، وذلك في الفترة من ١ يناير حتى ٢٥ مارس ٢٠٢٠، واعتمدت على إحدى أدوات التحليل الكمي الرقمي عبر برنامج Talkwaker، وأشارت نتائجها إلى أن عدد المنشورات المتعلقة بالفيروس قد بلغ نحو ٤٤٦ مليون منشور على مستوى العالم، وشهدت تفاعلاً من قبل المستخدمين تجاوز ٥ مليارات تفاعل. وأن أكثر الدول التي وردت منها تعليقات حول كوفيد ١٩ هي الولايات المتحدة الأمريكية. وأكثر اللغات المستخدمة في التعليق هي الإنجليزية، وأكثر الفئات العمرية على المستوى العالمي اهتماماً بالحديث عن الفيروس هي فئة الشباب من ٢٥-٣٤ عامًا، أما عن مؤشرات التفاعل العربي فقد بلغ عدد التغريدات خلال فترة الدراسة حوالي ٢٥ مليون منشور، وشهدت تفاعلاً من إعجابات وردود ومشاركات بلغ ١٥٩ مليون مرة، وأكثر الدول التي جاءت منها تعليقات بمواقع التواصل الاجتماعي هي السعودية تليها مصر.

كما اهتمت دراسة (مايسة زكي، ٢٠٢٠) بمعرفة تأثير الكلمات المنطوقة حول إدارة الحكومة المصرية لجائحة كوفيد ١٩ على الأمن النفسي لمستخدمي

الفيسبوك، وذلك عن طريق الاستعانة بأسلوب المسح والاستبيان، وتوصلت إلى أن التقرير اليومي لحالات الإصابة والوفيات والشفاء من الفيروس جاء في مقدمة اهتمامات الجماهير، وأنها تحصد آلاف التعليقات والمشاركات، وجاءت طبيعة الكلمات المنطوقة حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كوفيد ١٩ إيجابية في المقام الأول بنسبة مرتفعة بلغت ٧١٪، وجاء مستوى الأمن النفسي للمبحوثين متوسطاً بنسبة ٧٣٪، بينما انخفض مستوى الأمن النفسي لدى ٢٠،٥٪ فقط من أفراد العينة.

أما دراسة (الحسين الوكيلي، ٢٠٢٠) فقد ركزت على رصد خطاب الفكاهة الذي ظهر على مواقع التواصل الاجتماعي بسبب انتشار كوفيد ١٩، حيث كان هذا الخطاب وسيلة للترويح عن النفس ووسيلة للسخرية والتهكم من واقع الجائحة المرتبط بمشاعر الخوف والحيرة، ويتعامل خطاب الفكاهة مع الأنماط الاجتماعية بطريقة خاصة حيث يجعل المتلقي فاعلاً مشاركاً، عن طريق الإعجابات like التي تزيد من حدة التفاعل وقوته، وتبدد حالة العزلة التي سببها الحجر الصحي، وخلصت الدراسة إلى أن الفكاهة في العالم الافتراضي تعد أداة وأسلوباً، وظفته الجماهير على موقع فيسبوك بوصفه شكلاً من أشكال التعبير ولمناقشة واقع الجائحة بطريقة هزلية تهكمية، ويعد الإعجاب بمثابة تأويل أولي للخطاب، ينم عن فهم وإدراك لنوايا الخطاب الفكاهي، الذي يحمل رسائل ضمنية وتشجيعاً لمنتج الخطاب على مواصلة إنتاجه.

وأضاف (حمزة خليل، ٢٠٢١) دراسة اهتم فيها بتحليل المشاعر العامة للأفراد تجاه تفشي كوفيد ١٩، وذلك بالتطبيق على موقع تويتر، واعتمد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومنهجية التعلم الآلي Machine Learning لتحليل البيانات التي جمعها في الفترة من ١ مارس وحتى ٣٠ مايو ٢٠٢٠ وحل ١٠٩١٥٤ تغريدة، وتوصل إلى عدة نتائج من أبرزها أن معظم المواطنين الرقميين لديهم مشاعر سلبية تجاه كوفيد ١٩، واحتلت مشاعر الخوف المرتبة الأولى من بين المشاعر السلبية.

ركزت دراسة (هبة العطار، ٢٠٢١) على معرفة دور وسائل الإعلام الجديدة في زيادة وعي الجمهور المصري لمواجهة جائحة كوفيد ١٩، وأشارت إلى أن الجمهور قد تفاعل مع المحتوى الصحي الرقمي للحملات التوعوية الخاصة بكوفيد ١٩ عن طريق التعليقات والنقاشات، وأن وسائل الإعلام الجديدة قد أظهرت صورة إيجابية لوزارة الصحة والأطعم الطبية، وأسهمت في التأثير على الجمهور من الناحية الوجدانية، حيث شعر الجمهور بالخوف والقلق من أزمة كورونا وتداعياتها، ولكنه حاول السيطرة على الشعور السلبي، والتحكم في الخوف المبالغ فيه من الإصابة بالمرض.

اهتمت دراسة (سماح محمدي، ٢٠٢١) بمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء ثقة الشباب نحو أداء الحكومة المصرية خلال أزمة جائحة كوفيد ١٩، وأشارت إلى أن أعلى صفحة يتابعها الجمهور هي الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية، كما حرصت على معرفة التأثيرات الوجدانية للرسائل الإعلامية على مشاعر الأفراد واستجاباتهم، ويمكن قياسها من خلال مجموعة من العبارات عبرت عن الشعور بالضيق والتشاؤم من تصرفات الأفراد غير المسؤولة، وتلاه الشعور بالطمأنينة عند معرفة آخر أخبار انتشار الفيروس بمصر مقارنة بباقي دول العالم، وأخيرًا الخوف والقلق من الإصابة بالفيروس.

وعلى الرغم مما بذله الباحثون من جهد كبير في الدراسات السابقة عرضها، والتي تتصل بموضوع البحث الحالي، وما أضافوه من إسهامات جادة، إلا أن التحليل النقدي لتلك الدراسات كشف عن وجود بعض الفجوات البحثية، والتي يمكن للبحث الحالي أن يركز عليها، وينطلق منها ليضيف إلى التراث البحثي، فالدراسات السابقة قد تناولت موضوع البحث من تخصصات متنوعة؛ إعلامية، وطبية، وبحوث الرأي العام، واتجاهات الجماهير، وبحوث أخرى من الناحية اللغوية، ولكن من الملاحظ قلة الدراسات التي ركزت على

دراسة تعليقات الجماهير وتفاعلهم مع خطاب جائحة كوفيد ١٩ من ناحية تخصص علم الاجتماع وهو ما تركز عليه الدراسة الحالية.

كما تبين أيضا أن بعض الدراسات السابقة قد تبنت أطر نظرية إعلامية مثل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كدراسة رشا حجازي، ومحمد الشيمي، وهبة العطار، وهي نظريات تتفق مع تخصصات الباحثين، أما الدراسة الحالية فتتبنى أطرَ نظريةً سوسولوجية معاصرة وهي نظرية السيولة لزيجمونت باومان، بالإضافة إلى نظرية التلقي.

ويتضح وجود فجوات من الناحية المنهجية، حيث اعتمدت الغالبية العظمى من الدراسات السابقة على أساليب البحث الكمي فقط وتطبيق الاستبيانات على عينات متنوعة من الأفراد، وأهملت أساليب البحث الكيفية، وذلك باستثناء دراسة واحدة فقط وهي دراسة الحسين الوكيل، ولذلك تقوم الدراسة الحالية على الجمع بين الأساليب الكمية والكيفية معًا في تناول موضوع الدراسة للاستفادة من ميزات كل أسلوب.

طبقت الدراسات السابقة الجانب الميداني الخاص بها في فترة زمنية تراوحت ما بين شهر إلى ثلاثة أشهر فقط منذ بداية الجائحة في مارس ٢٠٢٠، والتي ترتبط بالموجة الأولى لانتشار كوفيد ١٩، ولكن الدراسة الحالية حددت فترة الدراسة الميدانية عامًا كاملاً، نظرًا لتسارع الأحداث والنتائج المترتبة على انتشار الفيروس وتغير استجابات الجماهير ومشاعرهم تجاه خطاب المرض.

ثانيًا- المدخل النظري والمنهجي للبحث:

١. موضوع البحث: الأهمية والأهداف:

تنوعت استجابات الجماهير تجاه خطاب المرض على مواقع التواصل الاجتماعي، وسادت مشاعر متنوعة تجاه جائحة كوفيد ١٩ التي اجتاحت العالم وتأثرت بها جميع الدول ما بين القلق والخوف والحزن والغضب... وغيرها،

والتي تؤثر على السلوك الاجتماعي للجماهير، كما أنها ظهرت بوصفها رد فعل على مجموعة من الظروف والأحداث الاجتماعية العالمية والمحلية المرتبطة بالجائحة، والنتائج الاجتماعية والاقتصادية المترتبة عليها، وسادت تلك المشاعر لدى قطاع كبير من الجماهير سواء على المستويين العالمي أو المحلي نتيجة لتأثرهم بخطاب الصحة والمرض المرتبط بتفشي فيروس كورونا المستجد، ويهتم البحث الحالي بالتركيز على دراسة استجابات الجماهير تجاه خطاب المرض الرسمي الصادر عن وزارة الصحة والسكان المصرية والمتعلق بجائحة كوفيد ١٩ عبر صفحتها الرسمية على موقع فيسبوك.

ويُقصد باستجابات الجماهير في البحث الحالي كل ما يصدر عن الجمهور المتابع لخطاب وزارة الصحة والسكان المصرية على موقع فيسبوك، من ردود أفعال سواء أكانت أفعالاً لغوية مثل: التعليقات المكتوبة، وغير لغوية مثل: استخدام الرموز التعبيرية (الإيموجي) (١)، أو إعادة مشاركة المنشورات، واستخدام الصور الثابتة أو المتحركة.. أو غيرها من العلامات.

ويُقصد بخطاب المرض كل ما تصدره وزارة الصحة والسكان المصرية على شبكات التواصل الاجتماعي ويتعلق بجائحة كوفيد ١٩ من منشورات مكتوبة أو بوسترات وإنفوجرافيك ومقاطع فيديو أو تقارير... وغيرها من إصدارات من أجل زيادة الوعي الصحي للجمهور وتزويده بالمعلومات المهمة حول آخر تطورات الفيروس وطرق الوقاية منه.

أما العصر الرقمي فيشير إلى عصرنا الحالي الذي ارتبط بانتشار استخدام الإنترنت والسرعة الفائقة في نقل المعلومات وسهولة وصول الأفراد إليها، وبلغ عدد مستخدمي الإنترنت ٤,٥ مليار مواطن على مستوى العالم، وبلغ عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو ٣,٥ مليار إنسان في عام ٢٠٢٠ (We Are Socail, 2020)، وبلغ عدد مستخدمي الإنترنت في مصر عام ٢٠١٤ نحو ٤٤,٧ مليون مواطن (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، ٢٠٢١).

تتضح أهمية الدراسة الحالية من كونها تتناول موضوع الصحة^(٢) بوصفه هدفًا رئيسًا تسعى جميع الدول للاهتمام به من أجل زيادة وعي الجماهير والتأثير على سلوكياتهم وتزويدهم بالمعلومات الصحيحة حول الأمراض، وطرق الوقاية منها. كما أن وزارة الصحة والسكان المصرية قد أدركت أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الصحي للجماهير، حيث إنها قد حرصت في بداية عام ٢٠٢٠ والمرتبط بظهور كوفيد ١٩ على إنشاء صفحات رسمية لها على مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، وتويتز، ويوتيوب، وإنستجرام كمنصات لمخاطبة الجمهور والتفاعل معهم، مما يستدعي التركيز على تلك المنصات بالبحث والدراسة.

كما تبين من مراجعة التراث البحثي وجود فجوات نظرية ومنهجية بالإضافة إلى قلة الدراسات العربية التي ركزت على دراسة استجابات الجماهير وردود أفعالهم ومشاعرهم وخاصة من الناحية السوسولوجية. وهو ما أشار إليه (محمد الجوهري، ٢٠١٥) في أحد أبحاثه بعنوان: "الدراسة الاجتماعية للعواطف"^(٣) والتي أكد فيها على أهمية دراسة العواطف، وأن هناك اهتمامًا غريبًا بدراستها، في حين أنه توجد ندرة في دراسات علم الاجتماع العربية لموضوع العواطف، وتحاول الدراسة تقديم تفسيرات لتنوع مشاعر الجماهير تجاه خطاب المرض عن طريق الاستعانة بالرؤى النظرية المعاصرة لزيجمونت باومان، بالإضافة إلى نظرية التلقي، وهو ما يُكسب الدراسة أهمية نظرية أيضًا.

يهدف البحث إلى الإجابة عن تساؤل رئيس وهو معرفة كيف استجاب الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعل مع الخطاب الرسمي لوزارة الصحة والسكان المصرية والمتعلق بجائحة كوفيد ١٩؟ وذلك من خلال ما يلي:

- الكشف عن حجم استجابات الجمهور تجاه خطاب كوفيد ١٩ عبر الأشهر في عام ٢٠٢٠.

- رصد التنوع في استجابات مشاعر الجماهير تجاه خطاب كوفيد ١٩ .
- تحديد أنماط الجماهير المتلقية لخطاب كوفيد ١٩ .

٢. الأطر النظرية المفسرة للبحث:

تستعين الدراسة الحالية بكل من نظريتي التلقي، ونظرية السبيلة لزيجمونت باومان لتفسير موضوع البحث، ويمكن عرضهما على النحو التالي:

أ. نظرية التلقي Reception theory:

تُعدّ نظرية التلقي بشكل رئيس بعملية استقبال نص ما وتفسير ما يتضمن من معاني من قبل متلقيه، وهي بذلك قد نقلت اهتمام الدراسات من التركيز على دراسة المؤلف إلى الاهتمام بدراسة النص ذاته وتلقي القارئ له (Kinoshita, 2004) وهي من النظريات التي تطورت على يد عدة منظرين أمثال هانز روبرت جوس، فولفجانج أيزر (بن الدين بخولة، ٢٠١٨).

تؤكد نظرية التلقي على أن المعنى حصيلة للتفاعل بين الخطاب وفعل الفهم والاستيعاب، فالمعنى كامن في النص، وفعل الفهم القادم من اتجاه المتلقي هو الذي يشكل المعنى. وتقوم عملية التلقي على تفاعل بين نص مقروء أو مسموع أو مشاهد ومتلقٍ لهذا النص يحاول أن يكتشف ما فيه من معاني ودلالات، ويستخرج المعنى الكامن فيه (أحمد زايد، ٢٠١٧: ٢٣٠).

قد يختلف المتلقون للخطاب في تفسير النص والحديث عنه وتوظيفه، وذلك طبقاً لاختلافاتهم في الطبقة والنوع والثقافة وغيرها من العوامل، كما أن معظم معتقداتنا عن العالم تكتسب من الخطاب. وتكون معاني الخطاب وأنماطه أشد تأثيراً في عقول الناس في سياق معين أكثر من سياقات أخرى (فان دايك، ٢٠١٤: ٢٠٣).

ولذلك يمكن القول بأن النصوص لا يكون لها وجود إلا إذا أصبحت ملكاً لوعي القارئ، فهي موجودة على نحو افتراضي حتى تحظى بتحقيق فعلي. وأن

النص هنا يخضع لعملية إدراك وهي العملية التي يتخلق من خلالها لدى المتلقي معانٍ محددة لما يتلقاه. فليس هناك من معنى محدد يشكل موضوعًا للنص، بل إن المعنى يتحقق من التفاعل بين النص وملتقيه، ومن ثم فهو يوجد في منطقة وسطى بين الاثنين. ويعتمد هذا الموقف في فهم عملية التلقي على مفهوم ميشيل فوكو للخطاب على أنه لا يتكون فقط من مجموعة علامات أو امتداد نص، بل إنه يتكون من ممارسات تشكل الموضوعات التي تنطرق إليها تلك العلامات، وبهذا المعنى فإن الخطاب يكون شيئاً ينتج شيئاً آخر (قولاً أو مفهوماً أو أثراً) أكثر من كونه شيئاً يوجد بنفسه أو يمكن تحليله في انعزال (أحمد زايد، ٢٠١٧: ٢٣٠).

ويمكن الاستفادة من نظرية التلقي في تفسير تنوع استجابات الجماهير تجاه خطاب المرض، حيث إن وزارة الصحة والسكان المصرية قد نشرت خطاباتها عبر صفحاتها الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي، من أجل زيادة الوعي الصحي للجمهور تجاه كوفيد ١٩، وتسهيل الضوء على ما تقوم به وزارة الصحة من إنجازات في مجال مكافحة الأمراض، من أجل كسب ثقة ودعم الجمهور المصري، ولكن نظرًا لاختلافات الجمهور المتلقي لخطاب وزارة الصحة من حيث التعليم والنوع والثقافة والأيدولوجيا والمستوى الاقتصادي والتجارب الشخصية لكل فرد، فقد ظهرت أنماطً متباينة من الجمهور المتلقي لخطاب كوفيد ١٩.

ب. نظرية السيولة "زيجمونت باومان":

بلورت الدراسة قضيتين مشتقتين من نظرية زيجمونت باومان عن السيولة، كي تسهم في توجيه موضوع الدراسة الحالي وتفسيره، القضية الأولى تتعلق بـ"عولمة المرض وانتشار المخاطر"، والثانية تستعرض "المخاطر السائلة والاستجابات العاطفية"، ويمكن عرضهما بمزيد من التفاصيل على النحو التالي:

(١) عولمة المرض وانتشار المخاطر:

يُميز زيجمونت باومان بين عصري الحداثة السائلة والحداثة الصلبة؛ فالحداثة الصلبة كان الإنسان يظن فيها أنه قادر على بسط سلطان العقل على الطبيعة الجامحة، وتسخيرها لخدمة البشرية وتقديمها، وأنه قادر على السيطرة على الأمراض واكتشاف علاج لها والتحكم في كل شيء لخدمة الإنسان وتحقيق رفاهيته (زيجمونت باومان، ٢٠١٩)، ولكن كشفت جائحة كورونا في عصر الحداثة السائلة عن هشاشة الإنسان وضعفه، بشرت الحداثة الصلبة بعالم أفضل في ظل العقلانية والعلم واعتناق مذهب الفردية والرأسمالية والليبرالية وتحررنا من الغيب وقيم الجماعة، ولكن هذا ما لم يتحقق في عصر الحداثة السائلة التي يشعر الإنسان فيها بالخوف نتيجة غياب التوقع، وتتسم المرحلة الحالية بالتعقيد وغياب اليقين وتزايد المخاطر التي يواجهها الفرد والمجتمع وكوكب الأرض (زيجمونت باومان، ٢٠١٧: ١٩).

يصف باومان عالمنا المعاصر بأنه يزخر بشبكات متداخلة من الطرق السريعة لانتقال المعلومات، فلا يمكن لأي شيء أن يحدث في أي جزء من الكوكب أن يبقى بعيداً عنا، فالكرب الذي يعانيه الناس في الأماكن النائية، وكذلك البذخ الذي يعيش فيه البشر في أماكن أخرى تعرضهما الصور الإلكترونية وتوضحهما لنا بشكل حي ومؤلم ومخجل ومخزٍ. في كوكب مفتوح على الانتقال الحر لكل من رأس المال والسلع، نجد أن ما يحدث في مكان ما يؤثر في الطريقة التي يعيش بها الناس في المناطق الأخرى. فما من شيء يحدث في جزر منعزلة، أو لا يمكن أن يظل يحدث في جزر منعزلة زمنياً طويلاً من دون تأثير أو تأثر، وإن وحدة البشرية التي حققتها العولمة تعني بالأساس أنه لم يعد هناك مكان للهرب إليه (زيجمونت باومان، ٢٠١٧: ٣٠).

صارت المجتمعات مفتوحة على بعضها البعض، ويرتبط هذا الانفتاح بالعولمة، ويطلق عليها باومان **عولمة سلبية** بسبب الآثار السلبية والعشوائية

وغير المتوقعة لها، فالمجتمع مفتوح لضربات القدر، والمجتمع المفتوح كان من المفترض أن يكون حرًا يرعى انفتاحه، ولكنها في هذا الزمن تعني تجربة مفزعة لأناس يعانون من التبعية والعجز واليأس، أناس يواجهون قوى لا يسيطرون عليها ولا يفهمونها تمامًا، ويُسحقون من جانبها، إنهم أناس يفزعهم عجزهم عن الدفاع عن أنفسهم ويحاولون إغلاق حدودهم، لتحقيق أمن الأفراد الذين يعيشون بداخلها (زيجمونت باومان، ٢٠١٧: ٣١).

لقد حررت العولمة الخوف من حدوده ليصبح أي شيء موضعًا للخوف، فظهور الأمراض الجديدة، والأمراض التي تقاوم المضاد الحيوي، كل شيء أصبح مخيفًا، وسيولة الخوف تعني أنه لا يمكن الشعور بالأمن طوال الوقت، والخوف يأتي في أفطع صورته عندما يكون متفرقًا، منتشرًا، غامضًا، وعندما نشعر بالخطر الذي نخاف منه في كل مكان، والخوف هو الاسم الذي نسمي به حالة اللايقين التي نعيشها، وهو الاسم الذي نسمي به جهلنا بالخطر، وما يجب فعله لمنع الخطر. الخوف دائم في كل مكان، والزمن الذي نعيشه هو زمن الخوف مرة أخرى. والخوف المشتق هو شعور بفقدان الأمان (فالعالم يعج بأخطار قد تقع في أي وقت بإنداز بسيط أو بدون إنذار) (زيجمونت باومان، ٢٠١٧: ٢٠-٢٥).

في عالمنا الحديث السائل تتحول الأخطار والمخاوف إلى ما يشبه الحالة السائلة، والمخاطر والضرر والمصائب لا يمكن حسابها ولا اجتناب المعاناة التي تجلبها. ويظل اللايقين العالمي مرضًا مزمنًا إلى أن يأتي اليوم الذي نحاول فيه ترويض العولمة السلبية وتحويلها إلى إيجابية (زيجمونت باومان، ٢٠١٧: ١٣٧).

إننا عاجزون عن خفض السرعة المذهلة التي يسير بها التغيير، بل إننا عاجزون عن استقراء مسار التغيير والسيطرة عليه، ولذا فإننا نركز على أمور يمكن التأثير فيها أو نعتقد أننا يمكننا التأثير فيها، فنحاول حساب المخاطر التي

قد نتعرض لها نحن أو أقرب الناس إلينا وأعزهم علينا، تلك المخاطر الغامضة التي يخفيها العالم المبهم ومستقبله الغامض. يشعر الإنسان في عصرنا الحالي بعدم الأمان، والوحدة والعجز، في عالم بلغ من التشطي والتشرد منتهاه حتى صار شديد التقلب سريع التغير (زيجمونت باومان، ٢٠١٧: ٣٤-٣٧).

وهكذا تبين أن العولمة في عصرنا الحالي كان لها العديد من الآثار السلبية، حيث سهلت انتقال الأفراد والبضائع عبر البلدان، وكذلك انتقلت الأمراض ومنها وباء كوفيد ١٩، الذي تجاوز حدود مدينة ووهان التي ظهر فيها لأول مرة في الصين وانتقل إلى جميع بلدان العالم، وأسهم ذلك في انتشار المخاطر التي يصفها باومان "بالسائلة"، نظرًا لعدم القدرة على السيطرة عليها أو التحكم فيها.

(٢) المخاطر السائلة والاستجابات العاطفية:

يرى باومان أننا نعيش في عصر الحياة الحديثة السائلة، وهي حياة محفوفة بالمخاطر يحيها المرء في حالة من اللاتيقن الدائم (زيجمونت باومان، ٢٠١٦)، واهتم باومان بتحليل ووصف المشاعر التي تجتاح الفرد نتيجة لما يواجهه من أخطار دائمة يتعذر فصلها عن الحياة البشرية، ويؤكد باومان على أننا سنواجه مزيدًا من تلك الأخطار كلما توغلنا في القرن الحادي والعشرين (زيجمونت باومان، ٢٠١٧).

ويمكن تصنيف الأخطار التي يخشاها الفرد والمخاوف التي تثيرها إلى ثلاث فئات؛ هي: فئة تهدد الجسد والممتلكات، وفئة تهدد النظام الاجتماعي والثقة به، وفئة تهدد موقع المرء من العالم (زيجمونت باومان، ٢٠١٧). ولا يقتصر الشعور بالخوف في الحياة السائلة على الفقراء والضعفاء فحسب، بل يصيب الأغنياء والأقوياء أيضًا (زيجمونت باومان، ٢٠١٧).

إن عالمنا المعاصر يسيطر عليه عدم اليقين والإحساس بعدم الأمان والأمان وانتشار المخاوف وتعدد أسبابها، وانتشارها بين الناس على الرغم من

أنهم من فئات عمرية واجتماعية وجنسيات متنوعة، وهناك مخاوف تتناوبنا جميعاً بصرف النظر عن المكان الذي ولدنا فيه أو اخترنا أو أُجبرنا على العيش فيه. وإنما نشعر بالعجز تجاه تلك المخاوف، بسبب عدم قدرتنا على منع تلك الأخطار أو التحكم فيها، ولا نمتلك الأدوات أو المهارات اللازمة لذلك، فتلك الأخطار تتجاوز قدرتنا على الفعل (زيجمونت باومان، ب٢٠١٧).

إن الإنسان في ظل عصر الحداثة السائلة في حالة استنفار دائم، ولكنه لا يعلم من يحارب ولا ما هي قواعد الحرب، ومن لم يفهم طبيعة هذا العصر وتلك الأزمنة فإنه سيبقي خاسراً طول الوقت. ويعيش الإنسان في ظل هذا الزمن ما بعد الاعتيادي، ويتسم باللايقين والاعترا ب والتهديد والمخاطرة، فقد استقر الخوف الآن بالداخل، وهو يتسرب إلى أنشطتنا اليومية المعتادة. فالقدر يضرب دون تحذير ويرمز إلى الجهل والعجز البشري، وترجع قدرته الرهيبة إلى ما يعترى ضحاياه من ضعف ووهن، ولم تتحقق في عصرنا اليوم السعادة الدائمة للجميع، بل يعيش الإنسان في تهديد دائم لا يبشر بالراحة، ولا السكينة، بل ينذر بالشدّة والمشقة الدائمين، ويعيش الإنسان في معاناة الأرق وكوابيس الخوف من عدم القدرة على مواكبة التغيرات السريعة في عصر الحداثة السائلة (زيجمونت باومان، أ٢٠١٧).

إن الخوف ليس هو أبشع الأشباح المخيفة التي تسكن المجتمعات المفتوحة في زمننا، ولكن انعدام أمن الحاضر، وعدم ضمان المستقبل يولدان أبشع مخاوفنا وأشدّها، ويصدران بدورهما عن شعور بالعجز، ويبدو أننا لم نعد نسيطر على مجرى الأمور سواء على المستويين الفردي أو الجمعي (زيجمونت باومان، ب٢٠١٧).

يرى باومان أن "الخوف من الموت"، هو السبب الأول لكل أشكال الخوف، وهو الخوف الرئيس الذي تستمد منه كافة أشكال الخوف الأخرى معانيها، وهكذا ينظر إلى الأخطار بوصفها تهديدات للبشرية، فنحن مهددون بالمعاناة من ثلاثة اتجاهات من أجسادنا التي كتب عليها الموت والفناء، بل التي

لا يمكن أن تعمل من دون الألم والقلق بوصفهما إشارتي تحذير، ومن العالم الخارجي الذي يمكن أن يصب جام غضبه علينا بقوى التدمير الساحقة، ومن علاقتنا بالناس. إن الموت مخيف ومهما فعلنا فإنه يأتينا بغتة، والخوف المشتق هو الذي لا يأتينا من الموت الذي يطرق الباب، ولكن من معرفتنا بأنه سيطرق الباب عاجلاً أم آجلاً. فمهمة صد هذا الخوف لا بد أن يتولاها ويقوم بها البشر أنفسهم (زيجمونت باومان، ب٢٠١٧: ٥٧).

صار الموت له حضور قوي خفي يحيط بكل نشاط بشري، ويحتاط المرء منه بشدة، إنه حضور يشعر به المرء بقوة على مدار ٢٤ ساعة في اليوم وسبعة أيام في الأسبوع، وهكذا صار تذكر الموت جزءاً أساسياً من كل أنشطة الحياة. وانقسم القلق المخيف من الموت المحقق البعيد إلى قلق يومي بشأن أسباب الموت القريبة الفريدة المتنوعة اللانهائية والتصدي لها أو منعها عند الاستطاعة. فالخوف من الموت ينشطر إلى مخاوف من تهديدات لا نهائية وهو بذلك يتسرب إلى الحياة بأسرها، كأن هناك سُمًا خفيًا في كل تفاصيل الحياة (زيجمونت باومان، ب٢٠١٧: ٧٠).

وصف باومان **شعور الحزن** الذي ينتاب الفرد نتيجة لموت شخص قريب أو عزيز وترتبط حياته بحياتي شيء أشبه بموتي أنا، وإن كان موت هذا الإنسان الآخر وليس موتي بعد، ويتفق فرويد على ذلك، ويؤكد فكرة الانهيار الكامل عندما نفقد إنساناً نحبه أباً أو أمّاً أو زوجاً، أو أخاً أو أختاً أو طفلاً أو صديقاً عزيزاً؛ ذلك لأن آمالنا ورجباتنا وأفراحنا تقع في القبر معه، ولن تفلح مواساتنا، ولن نملاً الفراغ الذي تركه الفقيد (زيجمونت باومان، ب٢٠١٧: ٧٢).

يرتبط الإنسان بروابط من التعاطف والحميمية، تنسج منها علاقات الأنا والأنت، لكن تلك الصفوة من الناس نفقدها ويختفون واحداً تلو الآخر من عالمنا، ويحملون عالمهم معهم إلى اللاوجود، وفي أغلب الأحيان لا يحل أحد محلهم، وامتناع الإحلال الكامل يعيننا على فهم المعنى الحقيقي لكل من التفرد والحتمية النهائية القاطعة، ويمكننا من استشراف معنى موتنا نحن. ومن

يشهدون رحيل كثير من أحبائهم وأعزائهم يشكون من تزايد شعورهم بالوحدة. ذلك الإحساس المزيف بفراغ العالم هو معرفة غير مباشرة بمعنى الموت (زيجمونت باومان، ب٢٠١٧: ٧٣).

الحياة مملوءة بالمخاوف التي يرى باومان أنها مرتبطة بعدم اليقين. يصف حالة عدم اليقين والرعب من الفقر والخوف من القادم. ويرى باومان أنه ينبغي علينا لمواجهة الحياة السائلة أن نعمل على تقوية التماسك الاجتماعي وخلق وعي اجتماعي وأهداف للمسئولية الاجتماعية، وإذا كانت الحياة سائلة فلنواجهها إبدأً بإحياء المجال العام والتفاعل والحوار والنقاش مع الآخرين والتفاهم المتبادل والتعامل مع الصراعات الحتمية في كل حياة مشتركة؛ لأن الحياة المشتركة هي محك الإنسانية، والبحث عن معنى وبناء التضامن والوعي المشترك شرط أساسي للتغلب على الخوف (زيجمونت باومان، ٢٠١٦: ١٥-١٨).

ومما سبق يمكن النظر إلى وباء كوفيد ١٩ باعتباره نوعاً من أنواع "المخاطر السائلة" التي يعاني منها الإنسان في عصرنا الحالي، نظراً لسرعة انتشاره في جميع أنحاء العالم، حيث عانت منه البلدان المتقدمة والنامية على حدٍ سواء وأصاب الغني والفقير، وارتبط ذلك بظهور "استجابات عاطفية" لدى المواطنين، حيث انتشرت مشاعر الخوف والقلق في أرجاء العالم في ضوء تزايد أعداد الإصابات، وكذلك الشعور بالحزن والألم نتيجة لازدياد أعداد الوفيات جراء الإصابة بالفيروس.

٣. منهجية البحث:

اعتمد البحث في إجراءاته المنهجية على الجمع بين الأسلوبين الكمي والكيفي لتحقيق أهدافه، حيث استخدمت الدراسة الأساليب الكمية من أجل رصد حجم استجابات الجماهير تجاه خطاب المرض، ونظراً لنشر وزارة الصحة والسكان المصرية نحو ٤٢٦١ خطاباً متنوعاً عبر صفحاتها الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي في عام ٢٠٢٠ (وزارة الصحة والسكان المصرية، ٢٠٢١، فبراير ٧) وصعوبة رصد استجابات الجماهير تجاه هذا العدد الهائل

من الخطابات، اختارت الدراسة أكثر الخطابات التي حازت على اهتمام الجمهور ومتابعتهم وتمثلت في "تقرير كوفيد ١٩" الذي تصدره وزارة الصحة بشكل يومي، واختصت فيه بعرض عدد الوفيات والإصابات وحالات الشفاء من فيروس كورونا، وبلغ عدد التقارير التي رصدتها الدراسة على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية على فيسبوك في عام ٢٠٢٠ منذ أول إصدار في شهر مارس وحتى ٣١ ديسمبر ٢٠٢٠ نحو ٣٠٤ تقارير.

ويرجع السبب في اختيار صفحة وزارة الصحة والسكان على موقع فيسبوك تحديداً دون مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى لعدة أسباب؛ وهي أنها حازت على أكبر عدد من الجماهير المتابعة للصفحة والمتلقية لخطاباتها، حيث بلغ عددهم نحو ٨,٧ ملايين متابع منذ نشأتها وحتى اليوم.

يتيح موقع فيسبوك للجماهير الاستجابة مع المنشورات (الخطابات) عن طريق ثلاث خصائص، وهي خاصية التعليقات Comments التي تسمح لمتلقي الخطاب بالتعبير عن موقفه أو آرائه تجاه الخطاب عن طريق الكتابة أو استخدام الصور الثابتة أو المتحركة أو استخدام الإيموجي في التعليقات أو الجمع بينهم، وعن طريق خاصية مشاركة المنشور Share (الخطاب) ويقصد به إعادة تداول الخطاب ونقله على الصفحات الشخصية للجماهير لكي يشارك أصدقاءه ما يوجد في الخطاب من معلومات ويلفت الأنظار إليه، أو عن طريق الرموز التعبيرية (الإيموجي) حيث يتيح للجمهور التفاعل مع الخطاب بطريقة غير لفظية وغير مكتوبة أيضاً عن طريق اختيار رمز أو أيقونة تعبر عن مشاعره تجاه هذا الخطاب، ويختار الجمهور ما بين ٧ مشاعر متنوعة: وهي الإعجاب، والحب، والدعم، والضحك والحزن والغضب والدهشة. يمكن أن نطلق عليها "المشاعر الرقمية"^(٤).

وتفاعل الجمهور مع تقرير كوفيد ١٩ وحرصوا على متابعته يومياً، ويمكن دراسة استجابات الجماهير تجاه خطاب المرض (تقرير كوفيد ١٩) عن طريق الاستعانة بكل من الأسلوب الكمي لرصد عدد التعليقات، وعدد مشاركات

المنشور، وعدد (الرموز التعبيرية) التي يقوم بها الجمهور في المجتمعات الافتراضية تعبيرًا عن استجاباتهم للخطاب، وعن طريق الاستعانة بالأسلوب الكيفي أيضًا لرصد التنوع الهائل في استجابات الجماهير ومحاولة فهم الأسباب الظاهرة والكامنة وراء تلك الاستجابات، وذلك عن طريق استخدام استراتيجيات التحليل النقدي للخطاب لفهم التنوع في استجابات وأنماط الجماهير المستقبلية لخطاب المرض عبر موقع فيسبوك. تعتمد الدراسة في استخدامها لتحليل الخطاب على عدة إستراتيجيات وهي:

أ. إستراتيجية تفكيك الخطاب: وذلك من أجل الكشف عن المعاني الظاهرة وكذلك التلميحات غير المباشرة والبحث عن المعاني الخفية للخطاب (روث فوداك و ميشيل ماير، ٢٠١١). والتعرف على ما وراء الخطاب من افتراضات، أو مفهومات، ومعرفة الرسائل التي يود الخطاب أن يرسلها (أحمد زايد، ٢٠٠٧).

ب- إستراتيجية التأويل: وهي عملية إدراك واكتشاف المعاني المضمره في الخطابات، ومحاولة تقديم تفسيرات لها في ضوء القراءة والفهم للخطاب (أحمد زايد، ٢٠٠٧).

ج. إستراتيجية مسار البرهنة: وفيها يقدم الباحث الحجج والبراهين والأدلة التي يعتمد عليها لإثبات المقولات والأفكار الواردة في الخطاب.

ثالثًا- استجابات الجماهير لخطاب المرض:

١. حجم استجابات الجماهير لخطاب كوفيد ١٩:

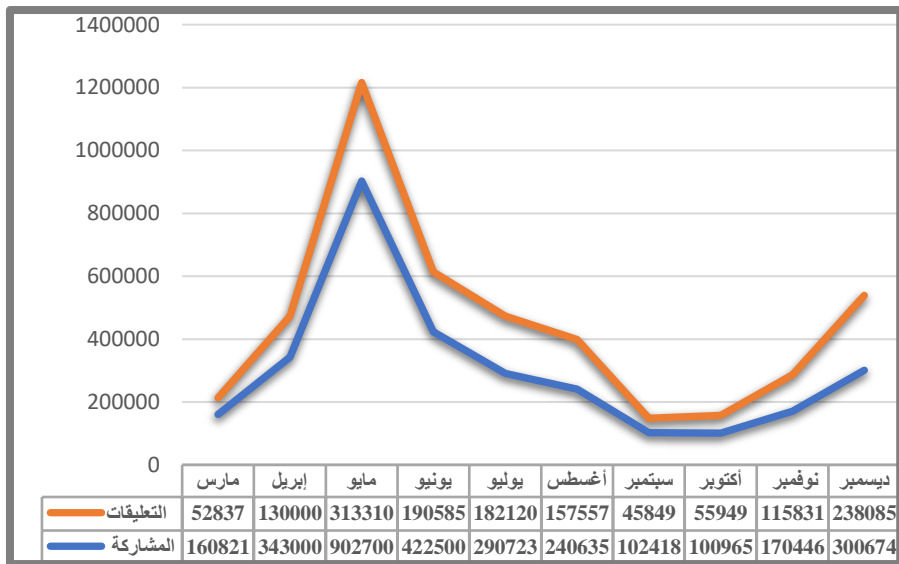
سجلت الجماهير نحو ٣١ مليون استجابة تجاه تقرير كوفيد ١٩ المنشور على الموقع الرسمي لوزارة الصحة والسكان المصرية منذ صدوره في مارس وحتى نهاية شهر ديسمبر من عام ٢٠٢٠، ويوضح شكلا ١ و٢ حجم تلك الاستجابات عبر الأشهر، ونلاحظ تنوع استجابات الجماهير ما بين تعليقات

ومشاركات وإيموجي (تفاعل رمزي)، وحاز الإيموجي على أعلى نسبة من استجابات الجماهير بلغت ٨٥٪ من إجمالي الاستجابات في عام ٢٠٢٠، بتسجيل ٢٦,٥ مليون تفاعل رمزي للمشاعر، تليه المشاركة للخطاب بنسبة ١٠٪ تقريباً حيث توجد أكثر من ٣ ملايين مشاركة من قبل الجماهير في نشر تقرير كوفيد ١٩ على صفحاتهم الشخصية أو غيرها من الصفحات أو المجموعات، ثم التعليقات التي بلغت نسبتها ٥٪ حيث سجلت الجماهير نحو ١,٥ مليون تعليق طوال عام ٢٠٢٠ .

ويتضح أيضاً وجود اهتمام واستجابات من قبل الجماهير تجاه خطاب تقرير كوفيد ١٩ خلال جميع أشهر عام ٢٠٢٠، ولم يخلُ شهر أو حتى يوم واحد من وجود استجابات، بداية من شهر مارس الذي سجل استجابات بلغ عدد التعليقات فيها نحو ٥٣ ألف تعليق تقريباً، و١٦١ ألف مشاركة، ٢٦١ ألف تفاعل رمزي تعبيرى.

ويمكن فهم ذلك الاهتمام في ضوء إعلان وزارة الصحة والسكان عن اكتشاف أول حالة إصابة لفيروس كورونا في مصر في أواخر شهر فبراير وبداية شهر مارس من عام ٢٠٢٠، والإعلان عن أول حالة وفاة من فيروس كورونا في الأسبوع الأول من شهر مارس، وبداية شعور الجماهير في مصر بأن الخطر قد اقترب منهم، ثم أخذ منحى استجابات الجماهير في الصعود تدريجياً خلال كل من شهري مارس وأبريل، ليصل إلى أعلى مستوياته في شهر مايو ويسجل نحو ٣١٣ ألف تعليق، ٩٠٢ ألف مشاركة، ٤,٧ مليون استجابة مشاعر رقمية، ويرجع ذلك إلى زيادة أعداد الإصابات والوفيات من فيروس كورونا خلال الموجة الأولى لانتشاره عالمياً ومحلياً، حيث بلغ عدد المصابين على مستوى العالم في الموجة الأولى نحو ١٩,٥ مليون مصاب بالإضافة إلى ٧٦٠ ألف حالة وفاة على مستوى العالم، أما على مستوى مصر فقد بلغ عدد الإصابات نحو ٩٥ ألف مصاب، بالإضافة إلى ٥ آلاف وفاة في الفترة نفسها (World Health Organization, 2020)، كما يمكن فهم زيادة

استجابات الجماهير في شهر مايو في ضوء ما فرضته الحكومة المصرية من إجراءات لمواجهة انتشار كوفيد ١٩، حيث قامت بفرض حظر التجوال من الساعة الخامسة مساءً، وتعطيل وسائل النقل الجماعي، وغلق المحال التجارية والمقاهي وإغلاق المساجد والكنائس وتعليق الدراسة في المدارس والجامعات (الهيئة العامة للاستعلامات، ٢٠٢٠، يونيو٦)، مما ساعد على وجود وقت فراغ كبير يقضيه المواطن في المنزل، مما أسهم في زيادة استخدامه لشبكات الإنترنت ومتابعة آخر تطورات انتشار فيروس كورونا المستجد.



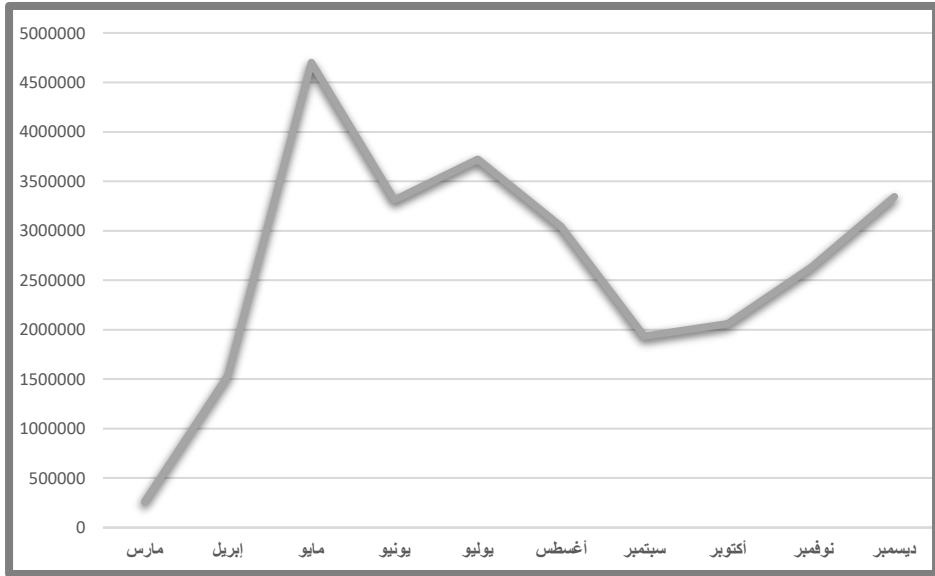
شكل (١): تعليقات الجماهير ومشاركتهم لتقرير كوفيد ١٩ على صفحة وزارة الصحة المصرية على موقع فيسبوك عام ٢٠٢٠

المصدر: تصميم الباحثة استناداً لما رصدته من صفحة وزارة الصحة المصرية على فيسبوك.

ثم يبدأ منحنى الاستجابات في الانخفاض بداية من شهر يونيو، ويستمر الانخفاض التدريجي في الاستجابات ليصل إلى أقل عدد من الاستجابات في شهر سبتمبر بـ ٤٥ ألف تعليق و ١٠٢ ألف مشاركة، و ١,٩٣٣ مليون تفاعل رمزي (مشاعر الرقمية)، ويمكن تفسير انخفاض استجابات الجمهور تجاه خطاب المرض في تلك الفترة الزمنية في ضوء قرارات مجلس الوزراء المصري بتخفيف حظر

الحركة والتجوال بشكل جزئي، وإعادة فتح المطاعم والصالات الرياضية والمقاهي ولكن بنسبة ٢٥٪ من طاقتها الاستيعابية، واستمرار عمل وسائل النقل الجماعي حتى منتصف الليل (رئاسة مجلس الوزراء المصري، ٢٠٢٠، يونيو ٢٣)، مما قلل من الفترة الزمنية التي يقضيها المواطن في المنزل، وبالتالي قلّ تفاعله مع خطاب كوفيد ١٩ على مواقع التواصل الاجتماعي.

ثم يبدأ منحى الاستجابات في الصعود مرة أخرى بداية من شهر أكتوبر، ويستمر الصعود التدريجي نوفمبر وديسمبر تزامنا مع ظهور الموجة الثانية من انتشار فيروس كورونا، حيث بلغ عدد الإصابات على المستوى العالمي نحو ٦٤ مليون مصاب، ووصل عدد حالات الوفاة على المستوى العالمي نحو ١,١ مليون فرد، أما على مستوى مصر فبلغ عدد الإصابات في الموجة الثانية نحو ٤٥ ألف مصاب، و٢٧٤٩ حالة وفاة (World Health Organization, 2020).



شكل (٢): حجم استجابات المشاعر الرقمية تجاه خطاب المرض: تقرير

كوفيد ١٩ عام ٢٠٢٠.

المصدر: تصميم الباحثة استناداً لما رصدته من صفحة وزارة الصحة المصرية على فيسبوك

ومما سبق نستنتج وجود اهتمام كبير من قبل الجمهور المصري بمتابعة خطاب كوفيد ١٩، وتبين ذلك من ازدياد حجم استجابات الجماهير تجاه خطاب كوفيد ١٩ عبر الأشهر في عام ٢٠٢٠، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة كل من (محمد الشيمي، ٢٠٢٠) والذي أكد على اهتمام الجماهير بمتابعة التقارير والبيانات اليومية المحدثة المتعلقة بالفيروس على موقع فيسبوك، ودراسة (إيهاب خليفة، ٢٠٢٠) والذي أشار إلى وجود تفاعل على المستوى العالمي والإقليمي والمحلي مع خطاب كوفيد ١٩ على مواقع التواصل الاجتماعي.

٢. مشاعر الجماهير الرقمية وتنوعها تجاه خطاب كوفيد ١٩:

استخدمت الجماهير التعبيرات الرمزية (الإيموجي) في التعبير عن مشاعرهم تجاه خطاب المرض (تقرير كوفيد ١٩) على الموقع الرسمي لوزارة الصحة المصرية على فيسبوك، وتنوعت استجاباتهم ومشاعرهم تجاه الخطاب، ويوضح جدول (١) مدى التفاوت في استجابات المشاعر الرقمية من قبل الجماهير خلال عام ٢٠٢٠، حيث اختار الجمهور ٧ تعبيرات رمزية متنوعة، يمكن تقسيمها إلى فئتين رئيسيتين: الفئة الأولى تشمل المشاعر الرقمية الإيجابية وهي: الإعجاب like، والحب love، والدعم care، والفئة الثانية تشمل المشاعر الرقمية السلبية وتتضمن: الحزن sad، والضحك haha، والاندعاش wow، والغضب angry.

حازت مشاعر الفئة الأولى (المشاعر الإيجابية) الغالبية العظمى من التعبيرات الرمزية التي تفاعل بها الجمهور تجاه خطاب المرض، حيث بلغت نسبتها نحو ٧٨٪ من إجمالي استجابات المشاعر الرقمية في عام ٢٠٢٠، حيث سجلت نحو ٢١ مليون تعبير رمزي إيجابي على تقرير كوفيد ١٩، حيث بلغت نسبة مشاعر الإعجاب نحو ٧٥٪ ويستخدمها الجمهور بوصفها نوعاً من أنواع التعبير عن الاهتمام ومتابعة الخطاب، وليس المقصود بها الإعجاب بأعداد المصابين أو الوفيات المذكورة في التقرير، كما تفاعل الجمهور باستخدام تعبير

استجابات الجماهير لخطاب المرض في العصر الرقمي: تحليل نقدي لخطاب كوفيد ١٩

رمزي يدل على مشاعر المحبة بنسبة ٢,٥٪، ومشاعر الدعم بنسبة ٠,٤٪. ليعبر بها عن التعاطف مع المصابين من فيروس كورونا، ومحاولة تقديم الدعم لهم، حتى لو كان عن طريق اختيار رمز يعبر عن الرعاية والمحبة، وتستخدمها الجماهير أحياناً أخرى للتعبير عن دعمها لإجراءات الحكومة ووزارة الصحة المصرية في مواجهة فيروس كورونا، وتقديرًا للجهود التي تبذلها الفرق الطبية في جميع محافظات مصر. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (هبة شفيق، ٢٠٢٠) والتي أكدت على أن الجمهور المصري قد حرص على تقديم الدعم الإيجابي للعاملين بالقطاع الطبي، وأظهر تعاطفاً مع مرضى كوفيد ١٩.

جدول (١): استجابات المشاعر الرقمية تجاه خطاب المرض: تقرير كوفيد ١٩

عام ٢٠٢٠

المشاعر الشهر	إعجاب	حب	دعم	غضب	حزن	ضحك	مندعش	الإجمالي
مارس	١٨٩٠٧٦	٣٥٧٢	١٩	٩٨١	٦٨٨٦٦	١٣٨٤	١٥٤٥	٢٦٠٥٢٧
إبريل	٨٨٥٧٨١	١٦٣٧٢	١٤٣٨	٢٦٤٧٩	٣٨٢٠٨٣	٥٧٦٠	٢٥٥٤٤	١٥٣٧٦٥٦
مايو	٣٠٠١٠٦٤	٤٣٨٥٦	١٩٩٥٣	١٥٣٤١١	١٢٦١٥٨٦	٤١٠٦٧	١٨٠٤٠٨	٤٧٠١٤٠٥
يونيو	٢٣٤٠٨٤٦	٤٢٩٨٣	٩٥٤٤	١٣٠٩٩٩	٧٠٠١١٩	٥٠٨٠١	٣٨٣٥٧	٣٣١٣٦٧٢
يوليو	٣٠٥٩١١٧	٢٥٩٢٨٤	٢٦٢٣٩	١٩٣٨٥	٢٧١٠٠٥	٦٥٤٩١	٢٠١٥٥	٣٧٢٣٨٧٠
أغسطس	٢٦٣٦٥٧٣	١٩٦٤٩١	٢٠٤٦٩	١٥٧١٦	٢٦١٧٨٣	٨٤٥٠٠	٤٠٩٤٣	٣٠٤٢٧٣١
سبتمبر	١٧٠٢٢٦٤	٢٥١٤٨	٤٥٢٤	٨٢٧٥	٢٣٠٤١٣	٧٨٥٩	٥٢٠٨	١٩٣٣٤٣٢
أكتوبر	١٧٨٠٥٣٨	٢٨٩٩٦	٤٦٩٤	١٠٠١٣	٢١٢٠١٣	٩٢١٣	١٠٩٠٠	٢٠٦١٢٧٤
نوفمبر	٢٠٧٠٣٩٥	٢٥٦٥١	٥٠٥٠	٢١٨١٢	٤٤١٥٤٨	١٧٥١١	٤٧١٥٨	٢٦٢٩٠٣٥
ديسمبر	٢٣٠٩٧٠١	٣٥٥٢٩	٦٧٨٢	٣٨٦٦٨	٧٨٦١٦٢	٣٩٥٦٩	١٢٨٢٢٦	٣٣٤٤٥٩٦
الإجمالي	١٩٩٧٥٣٥٥	٦٧٧٨٨٢	٩٨٧١٢	٤٥٧٣٩	٤٦١٥٥٧٨	٣٢٣١٥٥	٤٩٨٤٤٤	٢٦٦١٤٨٦٥

المصدر: تصميم الباحثة استناداً لما جمعته من بيانات من صفحة وزارة الصحة المصرية على فيسبوك.

أما الفئة الثانية من المشاعر (المشاعر السلبية) فقد بلغت نسبتها نحو ٢٢٪ من إجمالي استجابات المشاعر الرقمية في العام نفسه، حيث اختار الجمهور ٦ ملايين تعبير رمزي سلبي تجاه تقرير كوفيد ١٩، استخدمها الجمهور للتعبير عن الحزن وبلغت نسبته ١٧٪ بتسجيل ٤,٦ مليون تعبير رمزي حزين، والشعور بالدهشة ١,٩٪، و١,٦٪ شعور بالغضب، ١,٢٪ تعبير رمزي ضاحك (يقصد به

السخرية وليس السعادة). ومن الجدير بالذكر الإشارة إلى نتائج دراسة (حمزة خليل، ٢٠٢١) والتي أكد فيها على أن هناك فئة كبيرة من المواطنين الرقميين لديهم مشاعر سلبية تجاه كوفيد ١٩ وخاصة مشاعر الخوف والقلق.

٣. أنماط الجماهير المتفنية لخطاب كوفيد ١٩:

عن طريق التحليل الكيفي لنماذج من تعليقات الجماهير^(٥) تجاه خطاب المرض يمكن فهم المشاعر التي عبروا عنها من خلال استجاباتهم وتفاعلهم الرمزي، سواء أكانت مشاعر إيجابية أم سلبية، حيث تبين وجود أنماط متنوعة من استجابات الجماهير، يمكن تقسيمها إلى خمسة أنماط وهي: الجمهور الداعم، والجمهور المتدين، والجمهور الغاضب، والجمهور الحزين، والجمهور الساخر، ويمكن استعراضهم بمزيد من التفاصيل على النحو التالي:

أ. الجمهور الداعم:

النمط الأول من الجماهير هو الجمهور الداعم، ويقصد به الجمهور الذي قدم استجابات إيجابية تجاه خطاب وزارة الصحة المصرية على موقع فيسبوك، وذلك عن طريق استخدامه لتعبيرات رمزية إيجابية مثل: الدعم أو المحبة أو الإعجاب، أو عن طريق استخدام الكتابة أو الصور الثابتة أو المتحركة.

ظهرت استجابات الجمهور الداعم لجهود الحكومة المصرية في مواجهة أزمة كورونا منذ بداية ظهور الجائحة في مصر واستمرت طوال عام ٢٠٢٠، ففي بداية شهر مارس عندما ظهرت حالات إصابة بالفيروس وأعلنت وزارة الصحة عن علاجها وتعافيتها علقت الجماهير الداعمة: "شكرا وزارة الصحة المصرية مجهود عظيم حقيقي وعمل بطولي"، "كل الدعم والمساندة نقدمها للوزارة والوزيرة المقاتلة ربنا يوفقكم ويعدي الأزمة على خير". (٢٠٢٠/٣/١٠) وعلى الرغم من ازدياد أعداد المصابين من فيروس كورونا في مصر في الأشهر التالية فإن هناك مجموعة من التعليقات الإيجابية التي تحاول نشر روح الأمل بين الجماهير منها: "مصر تسجل اليوم صفر إصابات هنسمعها قريب بإذن الله" (٢٠٢٠/١٠/٦)، "تفاءلوا بالخير". (٢٠٢٠/١١/٣٠)، "أدعم الدولة وأدعم

وزارة الصحة المصرية ولا عزاء للحاقدين على الوطن حفظ الله مصر".
(٢٠٢٠/١١/٣٠).

وعندما قدمت مصر المساعدات الطبية لغيرها من البلدان مثل إيطاليا والصين دعماً لهم في مواجهة كورونا أعلنت الجماهير تأييدها لذلك معلقين: "مصر أم الدنيا وبقيت أد الدنيا"، وآخر يعلق بـ"تحيا مصر"، وثالث يقول: "الواحد فخور بالمبادرات دي" (وزارة الصحة والسكان المصرية، ٢٠٢٠، إبريل ٤).

كما قام أحد الجماهير الداعمين لوزارة الصحة المصرية باستعراض تجربة إصابته بفيروس كورونا، وأنه عندما شعر بالتعب وتوجه إلى مستشفى الحميات وثبت إيجابية إصابته قدمت له المستشفى كل الرعاية الطبية اللازمة له وعلق "معاملة التمريض والأطباء والنظافة ممتازة ولا شكوى لدي". "تحية لكل وزارة الصحة ربنا معاكم". ومع استعراض تقرير كوفيد ١٩ لانخفاض في أعداد الإصابات والوفيات من فيروس كورونا في نهاية الموجة الأولى علق أحد الداعمين:

- "الله أكبر، هذا بفضل الله والأخت الفاضلة الأستاذة الدكتورة وزيرة الصحة الله يبارك فيها ويكثر من أمثالها..." (٢٠٢٠/١٠/٦).

- "الحمد لله حالات كورونا في تناقص لأنها مصر المحروسة بإذن الله".
(٢٠٢٠/١٠/٦)

ومما سبق يتبين أن هناك فئة من الجمهور تؤيد جهود وزارة الصحة والسكان المصرية في مواجهة كوفيد ١٩، وتعتبر عن ذلك الدعم بالتعليقات الإيجابية، وتثق فيما تبثه الوزارة من تقارير لمتابعة آخر تطورات الفيروس، وتثني على مستوى الخدمات الطبية في المستشفيات المصرية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (سماح محمدي، ٢٠٢١) والتي أكدت فيها على ارتفاع ثقة الشباب في أداء الحكومة المصرية تجاه أزمة كوفيد ١٩.

ب. الجمهور الغاضب:

النمط الثاني من أنماط استجابات الجماهير تجاه خطاب وزارة الصحة المصرية كان على العكس تمامًا من النمط الأول، وتطلق عليه الدراسة استجابات "الجمهور الغاضب"؛ ويقصد به تعليقات الجماهير التي تعكس مشاعر الرفض لخطاب وزارة الصحة وتستخدم تعبيرات رمزية غاضبة، ويكثر في خطابها الشكوى والانتقادات، ووصلت بعض التعليقات إلى حد استخدام العنف الرمزي ولغة البذاءة تجاه المسؤولين في وزارة الصحة أو تجاه المخالفين لهم في الآراء. كما تبين الفقرات التالية:

انتقدت الجماهير في بداية أزمة كورونا تأخر الحكومة المصرية ووزارة الصحة في اتخاذ قرارات مهمة مثل: "إغلاق وتعليق الطيران وإيقاف الدراسة" حيث ظهر الفيروس في الصين منذ أواخر شهر ديسمبر، وبدأت دول العالم في تعليق رحلات الطيران منذ ٢٣ يناير، بينما لم تتخذ الحكومة المصرية قرارًا بالإغلاق سوى في منتصف شهر مارس. (٢٠٢٠/٣/٢٠).

عندما زادت حالات الإصابة والوفيات من فيروس كورونا في مصر، ازداد غضب الجماهير، وظهر ذلك في استجاباتهم منقادين عدم توافر الأدوية في المستشفيات، واضطرار المريض إلى شرائها، وشكوى من نقص الكمادات ومستلزمات الوقاية للممرضات والفريق الطبي وغيرها من المستلزمات الطبية اللازمة (٢٠٢٠/١٠/٢٦)، وتدني مستوى الخدمة الطبية المقدمة في مستشفيات العزل: "لا يوجد رعاية ولا نظافة ولا اهتمام" (٢٠٢٠/٧/١٧).

كما ظهرت مجموعة أخرى من الاستجابات التي تشتكي من عدم توافر أماكن في مستشفيات العزل إلا عن طريق الوساطة والمحسوبية على حد وصفهم، كما عبروا عن غضبهم من تكرار الاتصال بالخط الساخن المخصص بكورونا وعدم تلقي الرد والرعاية المناسبين (٢٠٢٠/٤/٣٠):

(١) "أنا أتصلت ١٠٥ محدش رد وأخويا دخل مستشفى عزل بعدما دفعنا

فلوس للممرضة وسبوه في غرفة غير آدمية وكان مفروض يدخل عناية
مركزة سابوه لحد ما مات". (٢٠٢٠/١١/١١).

(٢) "المستشفيات الخاصة بقيت تجارة بأرواح الناس، والمستشفيات العامة
بقيت بواسطة عندك واسطة أهلا وسهلا ما عندكش روح موت في بيتك،
أنا والذي الله يرحمه ميت كورونا حسبنا الله ونعم الوكيل في
المستشفيات المصرية". (٢٠٢٠/٢٠/٢٦).

عبرت الجماهير الغاضبة عن رفضها لما قدمته وزارة الصحة من
مساعادات طبية لغيرها من الدول، مثل الصين وإيطاليا لمساعدتهم في الجائحة،
نظرًا لحاجة الشعب المصري الماسة لتلك المساعدات في تلك الظروف
الاستثنائية التي تمر بها البلاد، وظهر ذلك بوضوح في تعليقاتهم: "مصر أولى
الأقربون بالمعروف"، وآخر يقول: "إللي يعوزه البيت يحرم على الجامع"،
وتعليق آخر: "يقول المثل العربي تركت زوجها ممدود وذهب تعزي أم
محمود"، وتساءل آخر مستنكرًا: هل لدينا فائض؟ (وزارة الصحة والسكان
المصرية، ٢٠٢٠، إبريل ٤).

عارضت الجماهير الغاضبة المبادرات التي أطلقتها وزارة الصحة
وطالبوا بتركيز جهودها وأولوياتها لمكافحة فيروس كورونا، كما شككوا فيما
عرضته الوزارة من إنجازات في مجالات متنوعة مثل مبادرة الكشف عن
الأنيميا والتقزم والسمنة للأطفال في المدارس، حيث قالوا: "أنيميا إيه وسمنة إيه
هيا الكورونا موصلتش عندكم؟"، "الكلام ده على ورق وبس مفيش تنفيذ فعلي
أنا بنتي عندها أنيميا وحللت ومحدث سأل فيها ولا بعلاج ولا بمتابعة ولا أي
حاجة" (وزارة الصحة السكان المصرية، ٢٠٢٠، ديسمبر ٢٤).

وعندما استعرضت وزارة الصحة ما حققته من إنجازات في مجال صحة
المرأة، رصدت الدراسة مجموعة كبيرة من التعليقات الناقدة والغاضبة لخطاب
الوزارة، نذكر منها ما علقت به إحدى المتابعات: "امرأة حامل في شهرها

التاسع ومصابه بكورونا وبنود لها علي مستشفى تولد فيها وملهاش مكان مش صحة مرأه ده برده!!!!!! " (وزارة الصحة والسكان المصرية، ٢٠٢٠، ديسمبر ٢٩).

كما شككت الجماهير الغاضبة في صحة أعداد الإصابات والوفيات من فيروس كورونا التي تعلنها وزارة الصحة عبر صفحتها على فيسبوك بصفة يومية، حيث علقوا: "كل الأرقام دي فبركة من وزارة الصحة، الأرقام أكبر من أنهم يعلنوها... إحنا في مصيبة". (٢٠٢٠/٩/١). "بتضحكوا على الناس بتقارير مزورة ليه. الأعداد كبيرة ومش عيب نعلنها علشان الناس تخاف وتلتزم بدلا من الاستهتار اللي بيحصل بسببكم". (٢٠٢٠/٩/٩)، "دول كدابيين". (٢٠٢٠/٧/١٧)، "ريحونا من كذبكم مش عاوزين منكم تقارير". (٢٠٢٠/١٠/٦)

كما انتقدت أيضاً الجماهير ما تقدمه وزارة الصحة من أغاني وأفلام دعائية مثل تعليق أحدهم يطالب فيه الوزارة بأن توفر ميزانية الدعاية والإعلانات والأغاني، وتركز على عمل مسحات دورية للأطباء لحمائتهم من كورونا.

وهكذا تبين وجود استجابات غاضبة من الجماهير تجاه خطاب وزارة الصحة المصرية، وأظهرت تعليقات الجماهير أسباب هذا الغضب ومبرراته، والتي منها عدم توافر أماكن في مستشفيات العزل، ونقص المستلزمات الطبية، وقلة جودة الخدمات الطبية، وغيرها من الأسباب التي عبرت عنها الجماهير، بالإضافة إلى تشكيك الجماهير الغاضبة وعدم ثقتها فيما تعلنه الوزارة من تقارير لرصد تطورات كوفيد ١٩. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (رشا حجازي، ٢٠٢٠) التي أوضحت فيها أن هناك ٢٣٪ من عينة دراستها منخفضو الثقة أو لا يثقون على الإطلاق فيما تبثه وزارة الصحة من أخبار تتعلق بكوفيد ١٩.

ج. الجمهور المتدين:

أظهرت الدراسة الكيفية لاستجابات الجماهير لخطاب المرض وجود نمط

آخر من الاستجابات التي ترتبط بشكل مباشر بالدين أطلقت عليها الدراسة "استجابات الجمهور المتدين"، حيث يستخدم فيها الجمهور تفسيرات ذات طابع ديني في تفاعله مع خطاب المرض، أو يدعو لإقامة شعائر دينية مثل الصلاة والصوم، كما يستخدم أيضًا خطاب الدعاء لتحقيق مجموعة متنوعة من الوظائف. ففي بداية ظهور أولى حالات الإصابة من فيروس كورونا في مصر في شهر مارس من عام ٢٠٢٠ لشخص أجنبي زعم أحد المعلقين أن فيروس كورونا ليس مرضًا حقيقيًا، بل هو من وجهة نظره ابتلاء من عند الله يصيب الكفار، ولذلك فهو أصاب الصين وإيران، ولكنه لن يصيب المسلمين في مصر". (٢٠٢٠/٣/٢).

وعندما أصاب فيروس كورونا المسلمين وغيرهم على حد سواء، وتبين خطأ زعم التفسيرات السابقة، ظهرت تعليقات أخرى ترى أن فيروس كورونا نوع من أنواع العقوبة الإلهية للعصاة والمذنبين على حد وصفهم، فيقول أحد التعليقات:

(١) "الأمراض جند من جنود الله يصيب بها من يشاء من عباده المخالفين لشريعته ودينه، وأن الحماية من كورونا هي عن طريق التمسك بدين الله وسنة رسوله" مع الاستشهاد بآيات من القرآن الكريم لإعطاء تعليقه قوة وتأثيرًا باسم الدين".

(٢) " اللهم إن كان هذا الوباء بذنب ارتكبناه... فإننا تابثون إليك فتب علينا واصرف عنا الوباء".

(٣) " الوباء ده حيفضل موجود طول ما أحنا بعباد عن ربنا ده عقاب للناس كلها". (٢٠٢٠/١١/١١).

كما دعا أحد تعليقات الجماهير إلى إقامة صلاة جماعية في جميع أنحاء العالم في توقيت واحد محدد، لرفع وباء كورونا عن الأرض: "ياريت كل الناس تصلي مسلم ومسيحي وربنا يتقبل". ودعا تعليق آخر الجماهير لصيام يوم

الاثنين لكافة المسلمين من جميع الجنسيات بنية رفع البلاء لأن دعوة الصائم مستجابة". (٢٠٢٠/٣/١٥).

وأشارت مجموعة أخرى من التعليقات إلى ضرورة إعادة فتح المساجد للصلاة مرة أخرى بعد قرار إغلاقها في شهر رمضان "افتحونا المساجد لعل ربنا يرفع البلاء بسبب شخص فينا صالح دعوته مستجابة، لا حاسين بربنا ولا في صلاة في المسجد فيه أكثر من كده"، "افتحوا بيوت الله يفتح لكم أبواب رحمته". (٢٠٢٠/٤/٣٠)

استخدمت الجماهير "خطاب الدعاء" لتحقيق عدة وظائف متنوعة، فلم يكن الهدف منه موحداً في كل التعليقات، فاستخدمه الجمهور أحيانا بوصفه نوعاً من التضرع والتقرب إلى الله لرفع البلاء: "اللهم ارفع الغمة ونجي الأمة"، والتحصن بالأدعية من الإصابة بفيروس كورونا "اللهم اصرف عنا الأذى والوباء والأمراض إنك على كل شيء قدير" (٢٠٢٠/٩/١)، واستخدمه الجماهير أيضاً لطلب الشفاء للمرضى "ربنا يشفي كل مريض" وتقديم الدعم والمواساة لهم، وطلب الرحمة من الله للمتوفين من ضحايا الفيروس.

كما استخدم الجماهير الدعاء لتفويض أمرهم إلى الله نظرا لشعورهم بقلّة الحيلة والعجز عن أخذ حقوقهم؛ حيث علقت إحدى المتابعات: "حسبي الله ونعم الوكيل في كل مقصر ذنب أمي في رقبته وربنا حيحاسبكم على سوء الإدارة والإهمال المتعمد والنظام الفاشل". (٢٠٢٠/١٠/٢). كما استخدم بعض الجماهير خطاب الدعاء تعبيراً عن الرغبة في الانتقام من المسؤولين في وزارة الصحة عن طريق الدعاء بالموت لهم: "إلهي ربنا ياخذك". (٢٠٢٠/٧/١٧).

ومما سبق يتبين وجود حضور قوي للدين لدى فئة كبيرة من الجماهير المتلقية لخطاب المرض، وظهر ذلك بوضوح في تعليقاتهم ومناقشاتهم، حيث استعانت تلك الفئة بتفسيرات ذات طابع ديني لفهم ظهور المرض وتفسير انتشاره باعتباره "بلاء"، ولذلك فالتقرب إلى الله بالصلاة والدعاء سبب رئيس

للنجاة من المرض، ويؤكد ذلك على وجود الدين في المجال العام الافتراضي.

د. الجمهور الحزين:

الحزن عبارة عن عاطفة اجتماعية وهو جزء لا يتجزأ من تجربة حياة الإنسان، ولا توجد حياة لا تتخللها مشاعر الحزن، وهو عبارة عن عاطفة تاريخية وثقافية واجتماعية معقدة ومتعددة الجوانب، ويحدث الحزن نتيجة لأي نوع من أنواع الخسارة مثل فقدان الوظيفة أو القلق المالي أو القلق على الأبناء، وغالبًا ما يرتبط الحزن بموت أو فقدان شخص عزيز في حياة الإنسان، ويرتبط كل جسد بالموت في النهاية وبالتالي يدخل الحزن حتمًا في حياتنا ويصبح جزءًا من التجربة التي تنتظم بها حياتنا ونختبر بها العالم (Jacobsen & Petersen, 2020).

أسهمت جائحة كوفيد ١٩ في ازدياد شعور الجماهير بالحزن، سواء أكان ذلك على المستويين العالمي أو المحلي، نظرًا لازدياد أعداد الوفيات الناتجة عن الإصابة بالفيروس، فقد بعض هؤلاء الأشخاص أكثر من شخص عزيز، والبعض الآخر فقد وظيفته أو منزله، في حين تعرّض كثيرٌ منهم لأعباء مالية كبيرة حرمتهم الأمن الغذائي أو السكني، وعندما يسيطر قدر كبير من عدم اليقين على حياة الأفراد، فإن ذلك يجعل عملية الحزن أصعب" (Courage, 2020).

ويمكن تقسيم الحزن إلى نوعين؛ هما: الحزن التوقعي وهو الذي يحدث قبل أن تحصل الخسارة، عندما يصاب شخص ما بعدوى فيروس كورونا يدفع ذلك المريض وعائلته وأصدقائه إلى عيش فترة من الحزن، فضلًا عن عيش العزلة والوحدة، وعندما تزداد حالته الصحية سوءًا فيما بعد فهم يستعدّون عاطفيًا للموت الذي لا مفرّ منه (Jacobsen & Petersen, 2020)، وظهر ذلك النوع في تعليقات الجماهير على تقرير كوفيد ١٩، وارتبط أيضًا بمشاعر الخوف من فقدان الأهل والأصدقاء: "ربنا يستر على أهلينا كبار السن الواحد مش خايف على نفسه إحنا خايفين عليهم". (٢٠٢٠/١٢/٢٥)، "اللهم لا تفجعنا بأنفسنا ولا

أهلينا.. اللهم أعوذ بك من مصائب الدنيا وتقلب حوادثها اللهم إنا نخاف الفقد فلا تحملنا ما لا طاقة لنا به (٢٠٢٠/٦/٢٢)، وعبر آخر عن خوفه من تفشي الوباء وتوقع الموت وفناء البشر: "على آخر السنة كلنا هنموت يجماعه" (٢٠٢٠/٥/٣٠).

بالإضافة إلى هذا "الحزن الاستباقي"، يعاني الناس أيضًا من الحزن الناجم عن الموت غير المتوقع لأحبائهم وأهلهم وأصدقائهم (Courage, 2020) وأوضحت تعليقات الجماهير مشاعر حزنهم الناتج عن فقدان أقاربهم نتيجة إصابتهم بفيروس كورونا حيث قالوا:

(١) "كل ما أشوف التقرير بتاعكم ده عيني بتبص تلقائي على عدد الوفيات الي أختي واحدة منهم وبتمني أكون بحلم، وبتوجع أوي لأنها حقيقة، يا رب لطفك في قضائك وقدرك" (٢٠٢٠/١١/٢١).

(٢) "اللهم أرحم أختي الغالية وكل شهداء كورونا اللي اختارتهم بكل دقة أعز الناس على قلوبنا نحسبهم شهدائك بأعلى الجنان يا رب" (٢٠٢٠/١١/٢١).

(٣) "أمي ماتت علشان قعدنا أسبوع نلف بيها على المستشفيات الخاصة قبل الحكومي لأنها محتاجة سرير رعاية وملاقناش، وبلد المواطن ملوش فيها سرير لأمي رحمه الله عليها".

ومما يزيد من مشاعر الحزن خلال جائحة كورونا ما فرضته من إجراءات غير تقليدية يُفرض فيها التباعد الاجتماعي على الأصدقاء والعائلة، وعدم التجمع لإقامة جنازة أو تأبين. فبدلاً من الجنازة التقليدية، وُجِدَت العديد من العائلات أمام خدمة صغيرة بجانب القبور في حضور قلة من المعزّين. إضافة لذلك، تمّ أحياناً عزل أفراد الأسرة الذين تعرّضوا للفيروس في الحجر الصحي، ممّا أعاق رؤية موتاهم، أو حضور مراسم دفنهم. كلّ هذا أسهم ويسهم في زيادة صعوبة التكيف مع حقيقة الموت (فادي أبو مراد، ٢٠٢١، فبراير ٥).

ظهرت مشاعر الحزن في تعليقات الجماهير تجاه خطاب المرض وفي استخدامهم للتعبيرات الرمزية التي تعكس مشاعر الأسى والإحباط والرفض لخطاب الوزارة، ونذكر منها على سبيل المثال رفض الجماهير للخطاب المرئي الذي نشرته وزارة الصحة عبر صفحتها على فيسبوك للفنانة "نشوى مصطفى" والذي تحكي فيه عن تجربة إصابتها بفيروس كورونا وكيف أنها بمجرد الاتصال بالخط الساخن وصلت إليها عربة الإسعاف في مدة زمنية قصيرة لا تتجاوز ربع ساعة، وأنها تلقت خدمة طبية داخل مستشفيات العزل المصرية على أعلى مستوى من مستويات الجودة، والتي أنقذتها من الموت وأعادتها إلى الحياة مرة أخرى على حد وصفها (وزارة الصحة والسكان المصرية، ٢٠٢٠، ديسمبر ١١)، حيث ظهرت تعليقات أخرى من الجماهير تناقض وتعارض بشدة ما ذكرته نشوى مصطفى مؤكدين أنها تلقت تلك الرعاية لأنها فنانة مشهورة وليست مواطنة عادية، وسردوا تجاربهم المريرة والحزينة التي منها:

■ "أحب أقول لحضرتك أبويا لما أزرق _ نتيجة نقص الاكسجين_ وطلبت الإسعاف رفضت تجي تاخده، وقالولي لو ليه مكان في مستشفى حنبي نجي الأول ونتأكد قبل ما نتحرك، وأحب أقولك أبويا ماااااات وارتاح" (٢٠٢٠/١١/١١).

■ "أنا أمي اتوفت علشان مفيش مستشفى رضيت تقبلها".

■ "أنا كنت بتصل بـ ١٠٥ ويعيط بالدموع، وأقولهم أمي بتموت أبوس إيديكم مفيش مستشفى راضية تقبلها، ومحدث عبرنا لحد ما راحت للي أحن من الدنيا وما فيها...".

■ "حضرتك علشان مشهورة اتعملك حساب لكن الغلبان يداس" (٢٠٢٠/١١/١١).

ومما سبق يتضح أن مشاعر الحزن قد سادت لدى قطاع كبير من الجماهير المتلقية لخطاب المرض، وذلك نظرًا لإصابة أو وفاة أحد الأقارب أو الأصدقاء جراء تفشي وباء كوفيد ١٩، أو فقدان وظائفهم نتيجة للتداعيات السلبية للجائحة على كافة الأصعدة والمستويات. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة منظمة

الصحة العالمية التي أكدت على انتشار مشاعر الخوف والقلق من الإصابة بالفيروس على المستوى العالمي أيضًا (World Health Organization, 2021)، وهو ما أكدته دراسة Perrotta وزملائه في العام نفسه.

هـ. الجماهير الساخرة:

النمط الأخير من أنماط استجابات الجماهير أطلقت عليه الدراسة "استجابات الجماهير الساخرة"، ويقصد به جميع استجابات المتابعين وتعليقاتهم وتفاعلم باستخدام التعبيرات الرمزية الضاحكة تجاه خطاب وزارة الصحة المصرية على فيسبوك. حيث إن هناك فئة كبيرة من الجمهور تستخدم الفكاهة^(٦) بوصفها نوعًا من أنواع تخفيف الضغط والتوتر والقلق الناتجين عن خطاب جائحة كورونا، وتستخدم السخرية أيضًا بوصفها نوعًا من أنواع توجيه النقد لخطاب وزارة الصحة تعبيرًا عن رفضهم لمضمون الخطاب.

وتعد السخرية في الأزمان سمة من سمات رواد مواقع التواصل الاجتماعي أملاً في تخفيف ضغوطاتها النفسية والعصبية، وهو ما فسّره الفيلسوف الفرنسي "هنري برجسون" بـ"محاولة لقهر القهر". والنكتة هي "سلاح الصامتين" في الثقافة الإنسانية؛ لأنها وسيلة من وسائل التعبير الاجتماعي، بل هي عادة تكون وسيلة للنقد أو تقويماً أو تعبيراً عن رفض ممارسات معينة؛ لأنها تخص الفرد من الخوف وتعدّ متنفساً للضغوط، كما أنها وسيلة للمقاومة وتسعى لخلق توازن رمزي لدى الأفراد والجماعة (محمد الحمزة، ٢٠٢٠، مارس ٢٦).

كما أشار زيجمونت باومان إلى أن رد فعل بعض الأفراد تجاه عدم اليقين قد يكون عدم أخذ الحياة بجدية مفرطة، واتخاذ الاستخفاف بالحياة والسخرية منها وقبول التجريب المستمر بكل إحباطاته وتجاوزها وسيلة للتعايش المستمر مع سيولتها المستمرة (زيجمونت باومان، ٢٠١٦: ١٢).

استخدمت الجماهير خطاب السخرية بوصفه نوعًا من أنواع مناهضة خطاب المرض المتعلق بجائحة كورونا، وظهر ذلك في عدة مواضع نذكر منها

سخرية الجماهير من صور وزيرة الصحة المصرية التي نشرتها وزارة الصحة عبر صفحتها الرسمية على فيسبوك أثناء زيارتها لإيطاليا في بداية الجائحة لتقديم المساعدات الطبية إليهم، وذلك نظرًا لعدم ارتداء الوزيرة للماسك الطبي على الرغم من تفشي الوباء في إيطاليا في تلك الفترة، بالإضافة إلى عدم وجود تباعد بين أعضاء الوفد المرافق لها في الصور التي نشرتها الوزارة (وزارة الصحة والسكان المصرية، ٢٠٢٠، إبريل ٤). ونذكر نماذج من تعليقات الجماهير الساخرة:

- "يا جدعان خلوها تسحب كامامه من الشحنة. هما مش هيعتدوهم".
- "المصري الأصيل بيثيل الكمامة من على وشه ويديها لأخوه الأجنبي اللي محتاج".
- "اسد يا سعادت الوزيرة ولا همها كورونا ولا غيرو عاش اوحش".
- "هي إزاي مش لابسة ماسك 🤔🤔🤔 الست دي بتموتني من الضحك".

كما انتقدت الجماهير بعض الأساليب التي استخدمتها وزارة الصحة في حث المواطنين على الأخذ بالإجراءات الاحترازية والبقاء في المنزل في بداية الجائحة، حيث استعانت بالمطربة أنغام ونشرت أغنية على صفحة الوزارة على فيسبوك بعنوان: "حتعدي"، هدفت منها إلى توصيل رسائل التوعية الصحية للمواطنين في صورة أغنية تبت كلماتها وأحانها الأمل في غد جديد تعود فيه الحياة الاجتماعية لمجراها الطبيعي بعدما تسببت جائحة كورونا في عدة أزمات، وظهرت ردود فعل ساخرة من خطاب وزارة الصحة المصرية حيث قال أحدهم: "وزارة الصحة والفرقة"، وقال آخر: "نسمع الأغنية دي كام مرة علشان نحمي نفسنا من الفيروس؟ ونسمعها كام مرة علشان نتعالج من كورونا؟"، وطالب بعض الجماهير بتوفير ميزانية الإعلانات والدعاية لإجراء مسحات دورية للأطباء لحمايتهم من الإصابة بالفيروس.

وسخر قطاع كبير من الجماهير من تقرير كوفيد ١٩ الذي تعلن وزارة

الصحة من خلاله أعداد الإصابات والوفيات والمتعافين من فيروس كورونا في مصر بشكل يومي، حيث استخدمت الجماهير التعبير الرمزي الضاحك في تفاعلها مع التقرير ٣٢٣ ألف مرة في عام ٢٠٢٠، وليس المقصود منه التعبير عن شعورها بالسعادة والفرح والسرور، بل يقصد به السخرية من الأعداد التي تعلنها وزارة الصحة في التقرير، ويتبين ذلك من وجود مجموعة ضخمة من التعليقات التي تشكك في صحة الأعداد المعلنة متهمة الوزارة بعدم عرض الأعداد الحقيقية للإصابات أو الوفيات من الفيروس، حتى لا تتسبب في نشر الذعر بين الناس، ولكن من وجهة نظر أصحاب التعليقات أن ذلك يؤدي إلى استهتار من المواطنين في اتباع الإجراءات الاحترازية من فيروس كورونا، مما يترتب عليه زيادة أعداد الوفيات والإصابات جراء إهمال المواطنين، حيث رد أحد التعليقات:

"هذا التقرير ساخر هزلي غير حقيقي وغير موضوعي وغير محايد والأرقام الواردة به خيالية ولا تمت للواقع بصلة وأي تشابه بينها وبين الواقع أغرب من الخيال" (٢٠٢٠/٦/٢٨).

كما طالبت الجماهير بحملة "١٠٠ مليون مسحة" للكشف عن فيروس كورونا كنوع من الانتقاد والسخرية من الحملة التي أطلقتها وزارة الصحة تحت شعار ١٠٠ مليون صحة، وعلق أحد الجماهير بأن لديه طريقة أفضل لاكتشاف المصابين من الفيروس بدلا من التكلفة الباهظة في إجراء ١٠٠ مليون مسحة، حيث قال: "موضوع كورونا مش محتاج مسحات ودفع مبالغ كبيرة.. هات حتة بسبوسة وحتة جبنة قديمة.. ودوق.. لو الاتنين واحد يبقى سلم على الشهداء اللي معاك" (٢٠٢٠/٥/٣٠)، وعندما زادت أعداد الإصابات من الفيروس في الموجة الأولى حيث بلغت ١٣٦٧ إصابة وبلغ عدد الوفيات ٧٩ حالة في اليوم علق الجمهور: "نشكر وزارة الصحة على مجهودها للقضاء على المواطنين" (٢٠٢٠/٦/١٩).

وعندما انخفضت أعداد الإصابات في نهاية الموجة الأولى من الفيروس لتسجل ٢٣٩ إصابة و٧ وفيات، شككت الجماهير أيضًا في تلك الأعداد وفسروها بأن وزارة الصحة تتلاعب في الأرقام رغبة منها في نشر الطمأنينة والإحساس بالأمان بين المواطنين وذلك من أجل تشجيعهم على الذهاب للمشاركة في انتخابات مجلس النواب، وتبين ذلك من تعليق أحد الجماهير "يا سلام الأعداد قلت علشان الانتخابات أصيلة يا كورونا بتعشق الديموقراطية" (٢٠٢٠/١١/٨).

كما انتقد خطاب السخرية الصادر من الجماهير التجمعات التي دعت إليها مجموعة من الأحزاب المصرية وشجعت الدولة عليها لإقامة احتفالات لإحياء ذكرى انتصارات حرب أكتوبر حيث قال أحد المعلقين على تقرير كوفيد ١٩: "أظن إن كورونا لم تكن معزومة في حفلة أمس، لذا لم يرتدى الحاضرون الكمامات ولا تباعد اجتماعي" (٢٠٢٠/١٠/٢).

في الموجة الثانية من فيروس كورونا وعندما وصل عدد الإصابات في الأسبوع الأخير من عام ٢٠٢٠ إلى ٩٥٦٣ حالة، وعدد الوفيات ٣٨٩ حالة، علق أحد الجماهير الذي قام بإنشاء حساب على فيسبوك يحمل اسم فيروس كورونا ليلعلق على تقرير كوفيد ١٩ الذي تنشره وزارة الصحة مازحًا وكأنه يتحدث بلسان الفيروس قائلا: "والله ما برضى اشد عليكم علشان أنتم حبايبي" (٢٠٢٠/١٢/٢٨) ليرد عليه أحد المتابعين: "روح يا شيخ ربنا يجيب أجلك". وهكذا تنقل السخرية عبر الإنترنت مشحونة بخصائص انعكاسية فريدة من نوعها تبرز التفاعل الإنساني مع الموضوعات والأشخاص والأخبار والمعلومات، وتنتج أهمية السخرية في الأساس عن كونها وسيلة دفاعية تجعل البشر يحاربون اليأس بالدعابة، ويواجهون خطر النهايات بأسلوب تهكمي (محمد الحمزة، ٢٠٢٠، مارس ٢٦).

وعندما قامت وزارة الصحة بإنارة مباني بعض المستشفيات كنوع من

أنواع تسليط الضوء على إنجازاتها في مجال الصحة ولفت أنظار الجماهير لتلك الإنجازات علقت بعض الجماهير الساخرة على خطاب الوزارة قائلة: "هو الفيروس يموت من الضوء؟" (وزارة الصحة والسكان المصرية، ٢٠٢٠، نوفمبر ١٨).

وهكذا تبين من خطاب السخرية الصادر عن قطاع من الجماهير في تفاعلهم مع خطاب المرض، أن الجماهير تستخدم السخرية لتحقيق عدة وظائف، إما كنوع من أنواع تخفيف الضغط والقلق الناتج عن خطاب كوفيد ١٩، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (الحسين الوكيل، ٢٠٢٠)، وإما أنها تستخدم السخرية لتوجيه الانتقادات لوزارة الصحة، والتشكيك فيما تعلنه الوزارة من أعداد للإصابات والوفيات جراء كوفيد ١٩، وذلك من أجل تحقيق أهداف أخرى خفية غير معلنة من الوزارة على حد وصف الجمهور، فإذا ما أعلنت الوزارة انخفاضاً في عدد الإصابات فسرت الجماهير الساخرة ذلك برغبة الوزارة في تشجيع المواطنين على الخروج من المنزل والمشاركة في إجراء الانتخابات، أو غيرها من الأهداف، وإذا ما زادت الأعداد سخرت الجماهير من عدم قدرة الوزارة على السيطرة على الوباء... وهكذا.

١. نتائج البحث ومناقشتها:

يهتم المحور الأخير من البحث بتوضيح أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة، ويجب عن تساؤلاتها، ويناقش تلك النتائج في ضوء القضايا النظرية التي توجه البحث وتسهم في تفسير نتائجه، كما يقدم مجموعة من التوصيات ويوضح الجهات المعنية بتنفيذها، ويطرح كذلك مجموعة من القضايا الجديدة بالدراسة في المستقبل، وذلك على النحو التالي:

نتائج البحث:

- أظهرت الجماهير اهتماماً واضحاً بمتابعة الخطاب الرسمي لوزارة الصحة والسكان المصرية على موقع فيسبوك والمتعلق بجائحة

كوفيد ١٩، واتضح ذلك من تزايد حجم استجابات الجماهير وتفاعلهم مع خطاب المرض عبر الأشهر من عام ٢٠٢٠.

■ اتسمت استجابات الجماهير تجاه خطاب المرض بالتنوع ما بين تعليقات وإعادة مشاركة الخطاب، أو باستخدام الإيموجي والتفاعل الرمزي للتعبير عن مشاعرهم والذي حاز على الغالبية العظمى من حجم الاستجابات.

■ تنوعت استجابات المشاعر الرقمية من قبل الجماهير تجاه خطاب المرض ما بين مشاعر رقمية إيجابية (إعجاب ومحبة ودعم) ٧٨٪، وما بين مشاعر سلبية (حزن وغضب واندھاش وسخرية) ٢٢٪.

■ كشفت الدراسة عن وجود خمسة أنماط لتلقي الجماهير لخطاب المرض، وهي: الجمهور الغاضب، والجمهور الداعم، والجمهور الحزين، والجمهور المتدين، والجمهور الساخر، وأظهرت الحجج والبراهين التي تؤيد وجود كل نمط.

٢. مناقشة النتائج وتفسيرها:

■ يمكن تفسير ازدياد حجم استجابات الجماهير تجاه خطاب المرض في ضوء القضية النظرية المتعلقة بـ"عولمة المرض وانتشار المخاطر" لزيجمونت باومان، فعلى الرغم من ظهور وباء كوفيد ١٩ في الصين، إلا أن العولمة قد سهلت انتقال الأشخاص والبضائع والتجارة عبر البلدان، ونتيجة لذلك انتشر الوباء في جميع أنحاء العالم، وامتدت آثاره السلبية ومخاطره لتشمل جميع جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية.

■ يمكن فهم التنوع في أنماط الجماهير المتلقية لخطاب المرض ما بين جمهور داعم وغاضب وحزين وساخر، في ضوء نظرية التلقي والتي أكدت على وجود تفاوت واختلافات كبيرة بين الأفراد في عملية فهم وإدراك معاني الخطاب، وفقا للخبرات التي مرّ بها كل شخص.

■ كما أنه من الممكن تفسير المشاعر المتنوعة للجمهور تجاه خطاب المرض من خلال القضية النظرية التي تربط بين "المخاطر السائلة والاستجابات العاطفية"، والتي أوضح فيها باومان أن انتشار المخاطر في عصر الحياة السائلة وغياب اليقين والأمان قد أسهم في شعور الإنسان بالخوف والعجز والقلق الدائم، نظرًا لعدم قدرة الإنسان على السيطرة على تلك المخاطر أو التحكم فيها.

٣. توصيات البحث:

■ أن تهتم وزارة الصحة والسكان المصرية برصد انتقادات الجماهير لخطابها المنشور على منصات التواصل الاجتماعي، وأن تحقق فيما لدى بعض الجماهير من شكاوى وعدم تجاهلها.

■ أن تحرص وزارة الصحة والسكان المصرية على كسب ثقة المواطنين، وذلك بالاستجابة لمطالبهم بتحسين جودة الخدمات الصحية المقدمة في المستشفيات، وتوفير أماكن كافية في مستشفيات العزل، وتوفير المستلزمات الطبية والوقائية الكافية والأدوية اللازمة بشكل دوري ومستمر.

■ أن يتعاون القطاع الخاص والمجتمع المدني مع وزارة الصحة في دعم القطاع الطبي لمواجهة أزمة كوفيد ١٩.

■ أن تحرص وزارة الصحة على الإعلان بشفافية عن الأعداد الحقيقية للوفيات والمصابين من كوفيد ١٩ حتى لا يتهاون المواطن في اتباع الإجراءات الاحترازية من الفيروس.

٤. القضايا الجديرة بالدراسة:

■ تقدير أثر برامج وزارة الصحة والسكان المصرية في مواجهة جائحة كوفيد ١٩.

■ المسؤولية الاجتماعية للمجتمع المدني في مواجهة كوفيد ١٩.

- اتجاهات المواطن المصري نحو تلقي لقاح كوفيد ١٩ .
- استراتيجيات وزارة الصحة والسكان المصرية لإقناع الجمهور بتلقي لقاح كوفيد ١٩: دراسة تقييمية.
- العدالة الصحية ولقاح كوفيد ١٩ .

الهوامش:

- (١) الإيموجي Emoji مصطلح ياباني الأصل مكون من مقطعين هما: E التي تعني صورة، و moji التي تعني حرفاً أو رمزا، تم دمجهما ليصبحا معاً كلمة واحدة هي Emoji بالإنجليزية، وتعني صور الرموز التعبيرية أو رموز المشاعر، وقام باختراعها وتصميمها الياباني شجيتا كوريتا للمساعدة في التواصل بشكل أسرع بين الناس، وتستخدم للتعبير عن المشاعر أو الأحداث بطريقة غير لفظية (مجلة فكر، ٢٠١٩: ١٤٢).
- (٢) بدأ اهتمام علم الاجتماع بدراسة موضوعات الصحة والمرض منذ خمسينيات القرن الماضي، فهناك محاولات رائدة لكل من بارسونز وميرتون تهتم بالمرض والعلاقات الاجتماعية بين الطبيب والمريض في المجتمعات الصناعية، وعلاقة المريض بالأنساق الثقافية والأنظمة الاجتماعية، وفي بريطانيا أسهمت أبحاث ج ريل J. Ryle في إرساء الدعائم النظرية والتجريبية لسوسولوجيا الطب، ثم توالى بعد ذلك التراكمات المعرفية (عصام العدوني، ٢٠١٠).
- (٣) الدراسة الاجتماعية للعواطف أو علم اجتماع العواطف Sociology of Emotion بدأ في الظهور بوصفه مجالاً فرعياً متميزاً داخل علم الاجتماع في النصف الثاني من سبعينيات القرن العشرين، وذلك بفضل إسهامات علماء الاجتماع مثل: آرلي هوشيلد Arlie R Hochschild، وتوماس شيف Thomas J Scheff، وثيودور كمبر Theodore D Kemper (Bericat, 2015)، ويركز اهتمامه على دراسة عواطف كالحب والكراهية والدهشة والرغبة والملل والحزن... وغيرها من العواطف، فهو يتناول بالدراسة العلاقة بين المشاعر من ناحية والثقافات والأبنية والتفاعلات من ناحية أخرى (جون سكوت وجوردون مارشال، ٢٠١١: ١٠٨).
- (٤) مصطلح ابتكرته دكتورة شيماء أحمد السيد -أستاذ الجغرافيا البشرية المساعد- بقسم العلوم الاجتماعية كلية التربية جامعة الإسكندرية، أثناء مراجعتها لفكرة البحث وتطويرها، ويقصد به استخدام الرموز والأيقونات الرقمية من أجل التعبير عن مشاعر

الفرد في العصر الرقمي، والإيموجي قد يشمل مشاعر أو أحداثًا، أما مصطلح المشاعر الرقمية فيقصد به إيموجي المشاعر فقط.

(٥) تستخدم الدراسة نماذج حقيقية وواقعية من تعليقات الجماهير الفعلية المنشورة على صفحة وزارة الصحة والسكان المصرية على موقع فيسبوك، وتنقلها كما كتبها الجمهور بكل ما فيها من أخطاء لغوية، وبلغة عامية تعبر عن موقفهم وآرائهم بحرية تامة ودون أي تدخل من الباحث.

(٦) اهتم الفلاسفة منذ أرسطو وأفلاطون بدراسة الضحك والفكاهة واستمر الاهتمام من فلاسفة العصر الحديث مثل هوبز وهنري برجسون الذي له كتاب بعنوان "الضحك"، وانتقل كذلك الاهتمام بدراسة الضحك لدى علماء النفس، وتأثرت دراسات الفكاهة والضحك بشدة بدراسة فرويد التي تحمل عنوان "النكات وعلاقتها باللاوعي"، وأثرت تلك الدراسات في زيادة اهتمام الفلاسفة وعلماء النفس بإجراء مزيد من الدراسات عن الفكاهة والضحك في القرن العشرين (Zijderveld A. , 1983)، واهتم علماء الأنثروبولوجيا بدراسة الضحك وظهر ذلك في دراسة راد كليف بروان عن "علاقات المزاح" عام ١٩٤٠، وتأخر اهتمام علم الاجتماع بدراسة الضحك والفكاهة حيث ركز اهتمامه في بداية نشأته على دراسة المشكلات الاجتماعية الكبرى مثل الجريمة والاعتراق وإدمان المخدرات وغيرها من المشكلات أملا في إيجاد حلول لها، وبدأ علم الاجتماع بدراسة الضحك في أواخر القرن العشرين، وظهر فرع يسمى علم اجتماع الفكاهة والضحك "Sociology of humor and laughter"، لمزيد من التفاصيل انظر: (Zijderveld A. , 1995) وذلك باعتبار أن الفكاهة والضحك من الظواهر الاجتماعية التي يمكن ملاحظتها بسهولة في التجمعات البشرية، والضحك هو لغة الفكاهة (Uwanamodo, 2019).

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- أحمد العميري. (٢٠٢٠). دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيسبوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا. *مجلة البحوث الإعلامية*، ٤ (٥٤).
- أحمد زايد. (٢٠٠٧). *صور من الخطاب الديني المعاصر*. القاهرة: دار العين للنشر.
- أحمد زايد. (٢٠١٧). صوت الإمام: الخطاب الديني من السياق إلى التلقي. القاهرة: دار العين للنشر.
- أسماء عبد المجيد. (٢٠٢٠). دور الصفحات الحكومية على الفيسبوك في رفع الوعي الصحي لدى المواطن المصري تجاه أزمة انتشار فيروس كورونا كوفيد ١٩. *مجلة البحوث الإعلامية*، ٥ (٥٤).
- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء. (٢٠٢١). *مستخدمي الإنترنت*. تم الاسترداد من shorturl.at/cyBJ5
- الحسين الوكيل. (٢٠٢٠). سيمانيات الفكاهاة في الخطاب الإلكتروني زمن جائحة كورونا. *مجلة خطابات* (٢).
- الهيئة العامة للاستعلامات. (٢٠٢٠، يونيو٦). *إجراءات الحكومة المصرية لمواجهة كورونا خلال ١٠٠ يوم*. تم الاسترداد من shorturl.at/aghBR
- إيهاب خليفة. (٢٠٢٠). *قوة التغريد: اتجاهات تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع كورونا*. تم الاسترداد من مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة:
<https://futureuae.com/ar/Mainpage/>
- بن الدين بخولة. (٢٠١٨). نظرية التلقي بين الاستجابة والتأثير. *مجلة قراءات* (١١). تم الاسترداد من <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/113/10/1/93078>
- توين فان دايك. (٢٠١٤). *الخطاب والسلطة*. (عيداء العلي، المترجم) القاهرة: المركز القومي للترجمة.
- جون سكوت وجوردون مارشال. (٢٠١١). *موسوعة علم الاجتماع* (المجلد ٢). (محمد الجوهري وآخرون، المترجمون) القاهرة: المركز القومي للترجمة.
- حمزة خليل. (٢٠٢١). *توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحليل مشاعر مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الفعلي لأزمة جائحة فيروس كورونا*. *المجلة*

- المصرية لبحوث الرأي العام، ٢٠ (٢).
- رشا حجازى. (٢٠٢٠). اعتماد الجمهور المصري على صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك أثناء أزمة كورونا وتأثيرها الاتصالي: دراسة ميدانية. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية (١٤).
- روث فوداك، وميشيل ماير (المحرران). (٢٠١١). *مناهج التحليل النقدي للخطاب*. (حسام فرج، وعزة محمد، المترجمان) القاهرة: المركز القومي للترجمة.
- رئاسة مجلس الوزراء المصري. (٢٠٢٠، يونيو ٢٣). تصريحات تليفزيونية بمقر مجلس الوزراء تم الاسترداد من shorturl.at/aqGHI
- زيجمونت باومان. (٢٠١٦). *الحياة السائلة*. (حجاج أبو جبر، المترجم) بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنشر.
- زيجمونت باومان. (٢٠١٧أ). *الأزمة السائلة: العيش في زمن اللايقين*. (حجاج أبو جبر، المترجم) بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنشر.
- زيجمونت باومان. (٢٠١٧ب). *الخوف السائل*. (حجاج أبو جبر، المترجم) بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنشر.
- زيجمونت باومان. (٢٠١٩). *الحدائق السائلة*. (حجاج أبو جبر، المترجم) بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنشر.
- سماح محمدي. (٢٠٢١). دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء ثقة الشباب نحو أداء الحكومة المصرية خلال أزمة جائحة كورونا: دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإعلامية، ٥ (٥٦).
- عصام العدوني. (٢٠١٠). الصحة والمرض: رؤية سوسيوأنثروبولوجية. *المجلة العربية لعلم الاجتماع إضافات* (٩).
- عماد عبد اللطيف. (٢٠٢٠). خطاب المرض: كلمة افتتاحية. *مجلة خطابات* (٢).
- فادي أبو مراد. (٢٠٢١، فبراير ٥). فهم الحزن في زمن كوفيد-١٩. *مجلة النهار*. تم الاسترداد من <https://www.annahar.com/english/home>
- مايسة زكي. (٢٠٢٠). تأثير الكلمات المنطوقة "EWOM" حول إدارة الحكومة المصرية لأزمة كورونا على الأمن النفسي لمستخدمي فيسبوك. *مجلة البحوث الإعلامية*، ٤ (٥٥).
- مجلة فكر. (٢٠١٩). إيموجي: عندما لا تكفي الكلمات. (٢٤).

- محمد الجوهري. (٢٠١٥). الدراسة الاجتماعية للعواطف. مجلة كلية الآداب جامعة القاهرة، ٧٥ (٧).
- محمد الحمزة. (٢٠٢٠، مارس ٢٦). السخرية في الأزمات. الرياض. تم الاسترداد من <https://www.alriyadh.com/1812461>
- محمد الشيمي. (٢٠٢٠). اعتماد الجمهور المصري على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة كمصدر للمعلومات أثناء جائحة كورونا: دراسة تحليلية وميدانية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ١٩ (٣).
- هبة العطار. (٢٠٢١). دور وسائل الإعلام الجديدة في زيادة وعي الجمهور المصري لمواجهة الأزمات الصحية: دراسة ميدانية بالتطبيق على أزمة كورونا. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ٢٠ (١).
- هبة شفيق. (٢٠٢٠). التكريم والتتمتع كيف قدم الإعلام الرقمي مرضي فيروس كورونا المستجد والعاملين في خدمات الصحة العامة بمصر: دراسة تحليلية. مجلة بحوث (٣٥).
- وزارة الصحة السكان المصرية. (٢٠٢٠، ديسمبر ٢٤). إنجازات مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن الأنيميا والسمنة والتغزم لطلاب المدارس الابتدائية. تم الاسترداد من shorturl.at/nsLO3
- وزارة الصحة والسكان المصرية. (٢٠٢٠، إبريل ٤). تم الاسترداد من: shorturl.at/bmtHZ
- وزارة الصحة والسكان المصرية. (٢٠٢٠، ديسمبر ١١). من داخل مستشفى العزل... رسالة أمل من الفنانة نشوى مصطفى بعد تماثلها للشفاء من فيروس كورونا [ملف فيديو]. تم الاسترداد من: <https://www.facebook.com/watch/?v=1090510361405753>
- وزارة الصحة والسكان المصرية. (٢٠٢٠، ديسمبر ٢٩). وزيرة الصحة: فحص ١١ مليون امرأة ضمن مبادرة رئيس الجمهورية لدعم صحة المرأة [نشر على فيسبوك]. تم الاسترداد من shorturl.at/cgvQZ
- وزارة الصحة والسكان المصرية. (٢٠٢٠، نوفمبر ١٨). إنارة مستشفى شرم الشيخ الدولي. تم الاسترداد من shorturl.at/qtyDV
- وزارة الصحة والسكان المصرية. (٢٠٢١، فبراير ٧). [نشر على فيسبوك]. تم الاسترداد من <https://fb.watch/3yaSMUNNiI/>

ثانيًا- المراجع الأجنبية:

- Bericat, E. (2015). The sociology of emotions:Four decades of progress. *Current Sociology*. doi:10.1177/0011392115588355
- Courage, k. (2020, May 19). COVID Has Put the World at Risk of Prolonged Grief Disorder. *Scientific American*. Retrieved from shorturl.at/huxzX
- Jacobsen , M., & Petersen, A. (Eds.). (2020). *Exploring Grief :Towards a Sociology of Sorrow*. london: Routledge.
- Kinoshita, Y. (2004). *Reception Theory*. Retrieved from <http://yumikinoshita.com/receptiontheory.pdf>
- Liu, J., Lu , C., & Lu, S. (2021). Research on the Influencing Factors of Audience Popularity Level of COVID-19 Videos during the COVID-19 Pandemic. *Healthcare*, 9(9). Retrieved from shorturl.at/atxIN
- Perrotta , D., Grow , A., Rampazzo , F., Cimentada , J., & Del , F. (2021). Behaviours and attitudes in response to the COVID-19 pandemic: insights from a cross-national Facebook survey. *EPJ data science*, 10(1). Retrieved from <https://epjdatascience.springeropen.com/track/pdf/10.1140/epjds/s13688-021-00270-1.pdf>
- Uwanamodo, D. (2019). Sociology of Laughter and Humor. *The Rice Examiner*, 2(1). Retrieved from: <https://scholarship.rice.edu/handle/1911/106095>
- Wang , P., Lu , W., Ko , N., Chen , Y., Li , D., Chang , Y., & Yen , C. (2020). COVID-19-Related Information Sources and the Relationship With Confidence in People Coping with COVID-19: Facebook Survey Study in Taiwan. *Journal of medical Internet research*, 22(6).
- We Are Socail. (2020). Digital 2020: global digital overveiw. Retrieved from <https://wearesocial.com/digital-2020>

- World Health Organization. (2020). *WHO (COVID-19) Homepage*. Retrieved from WHO Health Emergency Dashboard: <https://covid19.who.int/region/emro/country/eg>
 - World Health Organization. (2021). *Social media & COVID-19: A global study of digital crisis interaction among Gen Z and Millennials*. Retrieved from shorturl.at/lnpLX
 - World Health Organization. (2021, October 6). *WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard*. Retrieved from <https://covid19.who.int/>
 - Zijderveld, A. (1983). The Sociology of Humour and Laughter. Trend Report. *Current Sociology*, 31(3).
 - Zijderveld, A. (1995, Jun). Humor, Laughter, and Sociological Theory. *sociological form*, 10(2). Retrieved from : <https://www.jstor.org/stable/684995>
-