

المحتوى الساخر ضمن مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية لعينة من الفيديوهات الساخرة لمجموعة زنقا كرازي (zanga crazy) على تطبيق التيك توك

Satirical content on social media platforms - An analytical study of a sample of the satirical videos of the Zanga Crazy group on the TikTok application

عواد صلاح الدين¹ ، آيت قاسي ذهبية²

1 مخبر سوسيولوجيا الاتصال الثقافي - القيم- التمثلات- الممارسات - جامعة الأغواط (الجزائر) ، s.aoued.sh@lagh-univ.dz

2 مخبر سوسيولوجيا الاتصال الثقافي - القيم- التمثلات- الممارسات - جامعة الأغواط (الجزائر) ، Ait.sirdahbia@yahoo.com

تاريخ النشر: 2025/09/30

تاريخ القبول: 2025/09/21

تاريخ الاستلام: 2024/12/07

ملخص:

تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على ظاهرة المحتوى الساخر عبر منصات التواصل الاجتماعي من خلال التطرق لأهم النقاط الأساسية حول مفهوم السخرية وطرق صناعتها وانتاجها عبر المواقع الافتراضية، وذلك باختيار فيديوهات على تطبيق التيك توك لمجموعة زنقا كرازي (zanga crazy) كمجموعة تنشط في صناعة المحتوى الساخر في الجزائر. وذلك لتطبيق عليها منهج تحليل المضمون لثلاث فيديوهات مختارة لثلاث قضايا جزائرية مختلفة وهي: قضية اجتماعية، قضية رياضية، وقضية اقتصادية، معتمدين على استمارة تحليل المضمون لعينة الدراسة وقد تم التوصل في الدراسة الى أن المحتوى الساخر أصبح ظاهرة منتشرة بكثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة على تطبيق التيك توك، إضافة الى أن الفيديوهات المختارة لعينة الدراسة تبرز القدرة الكبيرة على إيصال فكرة المحتوى بطريقة ساخرة مضحكة ولكنها تحمل معاني لواقع جزائري معاش. الكلمات المفتاحية: السخرية، المحتوى الساخر، التيك توك.

ABSTRACT:

This study attempts to shed light on the phenomenon of satirical content across social media platforms by addressing the most important basic points about the concept of satire and the methods of its creation and production across virtual sites, by selecting videos on the TikTok application for the Zanga Crazy group as a group active in the production of satirical content in Algeria.

This is to apply the content analysis method to three selected videos for three different Algerian issues: a social issue, a sports issue, and an economic issue, relying on the content analysis form for the study sample. The study concluded that satirical content has become a widespread phenomenon across social media, especially on the TikTok application, in addition to the fact that the videos selected for the study sample highlight the great ability to convey the idea of the content in a funny, satirical way, but it carries meanings for the lived Algerian reality.

Keywords: Sarcasm, Satirical Content, TikTok.

1- مقدمة:

تعتبر المجتمعات الحديثة والمعاصرة من أكثر المجتمعات التي تستخدم وتعتمد على وسائل الاتصال الجماهيرية في تبادل ونقل المعلومات والأخبار والأحداث، إضافة إلى قدرتها على التخزين والاسترجاع في أي وقت ومكان مما سهل للمجتمعات تبني هذه

- المؤلف المرسل: عواد صلاح الدين

<https://doi.org/10.34118/ssj.v19i2.4373>

<http://journals.lagh-univ.dz/index.php/ssj/article/view/4373>

ISSN: 1112 - 6752

رقم الإيداع القانوني: 66 - 2006

EISSN: 2602 - 6090

الوسائل المتنوعة والمتطورة، باعتبارها نظام تكنولوجي يحتوي على عدة تقنيات وأساليب والتي سهلت حياة البشرية في مختلف مجالات الحياة اليومية، باعتبارها أدوات قوية في إيصال الرسائل من خلال مختلف القنوات الاعلامية والوسائط الالكترونية منها عناصر مرئية وسمعية ومكتوبة ومرئية سمعية في نفس الوقت تجعل المعلومة أو الفكرة أكثر جاذبية ودقة للجمهور المتلقي.

والشيء الذي يبرهن على ذلك هو التطور والتقدم الكبير الذي تعيشه حاليا الشعوب في مجال تكنولوجيا الاتصال والاعلام خاصة مع ظهور الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي المتنوعة والتي نقلت المجتمعات من بيئة اتصالية تقليدية إلى بيئة اتصالية تفاعلية جديدة منحت للجمهور القدرة على استخدام هذه الوسائل والوسائط وفق رغباته وميولته بالإضافة إلى فرض ذوقه ورغبته في مشاهدة اي محتوى يتماشى مع رغباته عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وضمن هذا السياق انتشرت صناعة المحتوى بشكل رهيب في السنوات الأخيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كالإنستغرام والتيك توك وغيرها فأصبح الجمهور هو أيضا طرف نشط وفعال في صناعة المحتوى ونشره عبر صفحات متنوعة، وتختلف هذه المحتويات بين محتوى ثقافي أو اجتماعي أو رياضي أو فني أو حتى محتوى ساخر ومضحك والذي بدوره لقي رواجاً واسعاً وسط الجمهور المتلقي، بل وأعتبر المحتوى الساخر والمضحك من أكثر المحتويات مشاهدة وتقبلاً من طرف الجمهور، كونه يطرح مواضيع مختلفة وعديدة بطريقة ساخرة ومضحكة تبعث في نفس المشاهد حالة من السرور والفرح، لذلك تزايدت رغبة الجمهور في طلب ومشاهدة مثل هذه المحتويات الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

حيث يعتبر موضوع السخرية والذي عرف منذ القدم وتطورت أشكاله إلى غاية ظهور الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وأصبح قوة فعالة في الصناعات الثقافية ككل، بأنه يملك القدرة على تسليط الضوء على السلوكيات البشرية ونقد القضايا الاجتماعية بطريقة مسلية وممتعة وبالتالي ينتشر هذا النوع الفني إلى قاعدة جماهيرية واسعة بفضل طريقة تناوله للمواضيع إضافة إلى الميولات النفسية والفكرية للجمهور نحوه.

وضمن سياق موضوعنا أصبحت القضايا المختلفة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والرياضية وحتى السياسية منها تعرض بطريقة ساخرة ومضحكة عبر مختلف التطبيقات خاصة تطبيق التيك توك هذا المزيج الفني إن صح التعبير يعتبر شكلاً من أشكال التعبير العام نظراً لأنه يأخذ المشاهد من حالة جدية إلى موقف مضحك ساخر حتى بالرغم من طبيعة الموضوع الصارمة والغير مضحكة ولكن أصبح يوضع في قالب فني ساخر ويعالج بطريقة وبشكل آخر مغاير عن الأسلوب المعتاد والطبيعي هذا ما جذب انتباه الجمهور واهتمامه، وهذه القدرة في صناعة المحتوى بهذا الشكل تتطلب جهداً وأحياناً إلماماً بالموضوع المطروح والتمكن من اللغة المستخدمة وغيرها من الطرق والتي سنتناولها في دراستنا هذه من خلال فيديوهات مجموعة زنقا كرازي (zanga crazy) والتي تنشط على تطبيق التيك توك وقدرتهم في إحداث ذلك المزيج في عرض مختلف المواضيع الاجتماعية والاقتصادية والرياضية وغيرها، والمعاش في الواقع والمجتمع الجزائري بقالب ساخر مضحك.

وانطلاقاً من هذا نطرح التساؤل الرئيسي للدراسة من خلال فيديوهات زانقا كرازي، كيف يتم استخدام أسلوب السخرية في عرض المواضيع والقضايا الجزائرية عبر تطبيق التيك توك؟

ومن هنا جاءت الأسئلة الفرعية التالية:

- كيف تم عرض القضية الرياضية للفيديو الأول محل الدراسة بأسلوب ساخر؟
- كيف تم عرض القضية الاقتصادية للفيديو الثاني محل الدراسة بأسلوب ساخر؟

- كيف تم عرض القضية الاجتماعية للفيديو الثالث محل الدراسة بأسلوب ساخر؟

2- أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة العلمية التالية في تسليط الضوء على صناعة المحتوى والذي أعتبر في السنوات الأخيرة خاصة في أوساط الشباب أسلوب فني للتنفيس عن الرغبات وخلق جو من الابداع والدخول الى عالم الصناعات الفني والتقنية، إضافة إلى أننا نجد هذه الدراسة اهتمت بالمحتوى الساخر والمضحك والذي أعتبر من بين أكثر المحتويات مشاهدة ومتابعة ضمن مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، كونه طريقة جديدة ومستحدثة في الآونة الأخيرة والمنتشرة بين الشباب في بناء وعرض الفيديوهات المختلفة والتي تحمل في طياتها موضوعات وقضايا تمس المجتمع بالدرجة الأولى وربطه بمختلف المواضيع المعيشة في الواقع الجزائري بطريقة ساخرة ومضحكة منطلقة من عمق المجتمع خاصة مع أهمية اختيار مجتمع وعينة الدراسة وهم مجموعة زنقا كرازي (zanga crazy) الناشطة على تطبيق التيك توك بفيديوهاتهم الساخرة وهي من بين الحالات التي لم تدرس سابقا، وانطلاقا من ذلك وفي ظل كل هذه النقاط جاءت هذه الدراسة لتعالج أبعاد وحيثيات السخرية كأسلوب في عرض المواضيع عبر المواقع الاجتماعية منها تطبيق التيك توك نموذجا.

3- أهداف الدراسة:

جاءت هذه الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف منها:

- محاولة دراسة المضامين الساخرة عبر تطبيق التيك توك باعتباره مختص في صناعة المحتويات القصيرة
- الاهتمام بعملية تحليل وتفسير العديد من الرموز والمعاني وحتى الإشارات التي تظهر في الفيديوهات الساخرة لمجموعة (زنقا كرازي) محل الدراسة
- تحديد أهم السياقات الثقافية والاجتماعية المختلفة التي يعتمد عليها في صناعة المحتوى الساخر عبر التيك توك خاصة فيديوهات محل الدراسة والمواضيع المختارة
- تسليط الضوء من خلال هذه الدراسة على توظيف الكلمات الساخرة واللهجات المحلية ومختلف الأفكار الثقافية والتي من شأنها أنها تعبر على الثقافة الشعبية للمجتمع
- الاهتمام بالأساليب البصرية والصوتية والتصويرية والتي من شأنها إنتاج محتوى ساخر معبر عن الحالة المراد تناولها

4- الإطار النظري للدراسة:

1-4- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

1-1-4- السخرية:

يقول الدكتور عبد الفتاح عوض عن السخرية بأنها أسلوب نقدي يعبر عنه بخطاب يحمل معاني مختلفة بهدف توصيل فكرة أو معنى أو إشارة تحمل دلالات تكون مغايرة للكلمة حرفية ويمكن أن يحدث هذا على مستوى الكلمة أو الجملة أو سرد ما وهي ظاهرة أدبية ورسالة تعبر عن شكل من أشكال التناقض والخفة والإدراك العالي بالفوضى المنظمة الغير منتهية (عض عبد الفتاح، 2001، ص 13 ص 14)

ويعرفها الدكتور شاكر عبد الحميد بأنها شكل من أشكال الصناعات الأدبية أو الخطابات الثقافية المبني على النقد لمختلف الرذائل والحماقات وأيضا الصناعات الإنسانية كسلوك والتفكير والأداء والعلاقات الاجتماعية بين المجتمعات

والمؤسسات والهيئات كما تشمل السخرية في طياتها على الضحك والاستهزاء والتهمك الموجه للشخصيات والفاعلين (عبد الحميد شاكر، 2003، ص 51 ص 52)

4-1-2- التعريف الإجرائي للسخرية:

يمكن قول إن السخرية هي شكل من أشكال الخطاب والأدب والسرد الذي يكون فحواها نقد كلي أو جزئي بمختلف الظواهر المتعلقة بالحياة الاجتماعية للأفراد ويدخل ضمنها سلوكيات الأفراد وعلاقتهم بالمحيط الخارجي المتمثل في المجتمع والمؤسسات والجمعيات، إضافة إلى أن السخرية هي أسلوب للضحك والتعليق على الأشياء والأحداث بمعاني مغايرة والمخالفة لمعناها الطبيعي باستخدام كلمات ورموز وإشارات ساخرة تعبر عن النقيض لتلك الظاهرة.

4-1-3- المحتوى الساخر عبر منصات التواصل الاجتماعي:

ويعرف المحتوى الساخر عبر المنصات الرقمية بأنه ذلك الفن أو المهارة في توليد الأفكار ومختلف المنتجات الساخرة التهمكية والناقدة لأوضاع الحياة الاجتماعية التي يعيشها أفراد المجتمع، وصياغتها في أشكال فنية أو أدبية بصرية ابداعية، على عدة أشكال منها: الأفلام والأفلام القصيرة، المسلسلات، الأغاني، مقاطع الفيديو الساخرة والكوميديا، الصور المضحكة والمعبرة، الفوتوشوب والتصميمات، كلها تأخذ هذه الاشكال وتحويل تلك المحتويات الساخرة إلى موضوعات تناسب الجمهور العريض والمتطلع، الذي يشكل جزءاً لا يتجزأ من الجمهور الذي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بصفة كبيرة، حيث يمكنه تلقي تلك المحتويات الساخرة ونشرها ومشاركتها مع المتابعين والأصدقاء عبر صفحات الويب والتفاعل معها، والتعبير عن آرائهم فيها وحتى التعمق فيها لفهمها وفهم مدلولاتها وغاياتها (صابر شباط، حسن يروح، 2024)

4-1-4- التعريف الاجرائي:

يمكن القول أن المحتوى الساخر عبر منصات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن عالم يتم فيه صناعة وهيكلة فكرة أو موضوع أو قضية ضمن الاطار الاجتماعي أو الاقتصادي أو الثقافي أو السياسي بطريقة تقنية تحمل جملة من الخطوات كالصميم والمونتاج والصوتيات وغيرها، ويختلف هذا المحتوى على حسب طبيعة الموضوع كالمحتوى الساخر الذي يعرض على شبكات التواصل الاجتماعي والذي يتناول في الغالب قضايا متنوعة من المجتمع بطريقة هزلية تعرض على شكل فيديوهات مصورة في دقائق معدودة ينشرها أصحابها على منصات التواصل الاجتماعي بهدف ربح الاعجابات والتعليقات وأيضا كسب جمهور واسع.

4-1-5- التيك توك:

التيك توك هو تطبيق من التطبيقات الوسائط الجديدة يُقدّم التطبيق فيديوهات متنوعة لا تتجاوز بذلك مدتها 15 ثانية، ظهر باسمه الحالي بعد تعدد أساميهِ الا في سنة 2018، يتناول العديد من المواضيع الاجتماعية والسياسية والثقافية والمواضيع الأخرى التي تستهوي الشباب كالموضة والبهت المباشر وغيرها، إضافة الى المزايا الكبيرة التي يضيفها في عملية انتاج الفيديوهات من خلال عملية التصميم والمونتاج وإضافة الموسيقى وبعض المؤثرات الصوتية الخاصة بالتطبيق، والفلتر والشعارات والملصقات، كل ذلك بالاستعانة طبعا بالهواتف الذكية. كما يُمكن تسجيلها وتحميلها في مواقع مُختلفة ومشاركتها فوراً، دون أي متطلبات تقنية أو احترافية للإنتاج أو المونتاج، ودون الحاجة إلى وقت أو جهد لمشاهدها وهو بذلك أعتبر من بين أكثر التطبيقات استخداما في السنوات الأخيرة (بوموس فوزية، 2023).

4-1-6- التعريف الإجرائي لتطبيق التيك توك:

تطبيق التيك توك هو تطبيق جديد على الساحة واتسمى بانتشاره الواسع على غرار التطبيقات الأخرى كالفيسبوك والإنستغرام، يختص بعرضه للفيديوهات القصيرة تحمل مواضيع مختلفة ثقافية اجتماعية سياسية كوميدية وساخرة حتى.

5- الإطار الميداني للدراسة:

5-1- مجتمع البحث والعينة:

يعتبر مجتمع البحث من أهم العناصر الأساسية في جمع المعلومات والحقائق والبيانات، فهو جميع المفردات والأشياء التي ستجرى عليها الدراسة ويجمع منها الحقائق والمعلومات وقد يختلف مجتمع البحث على حسب نوع الدراسة فقد يكون أعدادا كما في حالة تقييم مضمون وسائل الاعلام أو قد تكون برامج تلفزيونية أو حصص اذاعية أو نشرات وغيرها. (حجاب محمد منير، 2000، ص 29) وبذلك فإن مجتمع البحث في دراستنا هذه هي مجموعة الفيديوهات الموجودة على تطبيق التيك توك لصفحة زنقا كرازي (zanga crazy) والتي تم انتاجها وعرضها على تطبيق سابقا وهي تتناول مختلف المواضيع والقضايا من المجتمع الجزائري كالسرقة والمواصلات والأعراس والأفراح وغيرها من المواضيع ولكن بطريقة ساخرة مضحكة تحمل مزيجا بين واقعيها وتمثيلها.

5-2- العينة:

بعدما تم تحديد مجتمع البحث ننتقل الى العينة التي اعتمدناها في هذه الدراسة حيث نجد موريس أنجير يعرف العينة أنها مجموعة فرعية من مجتمع البحث ككل، فهي جزء من المجتمع البحث الذي ستجرى عليه الدراسة وفق أسس وقواعد علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا دقيقا (در محمد، 2017، ص 313) وبما أن العينة هي اختيار جزء من المجتمع البحث الكامل فإن العينة في دراستنا هذه لفيديوهات مجموعة زنقا كرازي (zanga crazy) فقد تم اختيار العينة القصدية حيث اخترنا بطريقة مباشرة ومقصودة ثلاث فيديوهات من صفحة المجموعة على التيك توك لأجل التحليل الكمي والكيفي لها وكل فيديو يحمل موضوعا معيننا الفيديو الأول موضوع رياضي، الفيديو الثاني موضوع اقتصادي، الفيديو الثالث موضوع اجتماعي، وقد اخترنا هذه العينات لأسباب منها:

- حداثة هذه الفيديوهات المختارة والتي تناولت قضايا آنية.
- نسبة الإعجابات والتعليقات الكبيرة على عينة الفيديوهات المختارة.
- اختيار موضوع واحد كالاقتصادي والاجتماعي والرياضي لتمثيل هذه الفيديوهات.

6- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

6-1- منهج الدراسة:

نجد أن المنهج هو القالب والأسلوب المناسب الذي يبنى عليه الباحث دراسته، لذلك نجد أن المنهج الوصفي التحليلي والذي هو دراسة لمختلف الأحداث والأوضاع من حيث خصائصها وأشكالها ومضامينها ومحاولة وصفها وصفا دقيقا من خلال التعبير الكمي والكيفي لها (سيبوكر إسماعيل، نجلاء نجاحي، جوان 2019) وليس هذا فقط بل يصل هذا المنهج الى التحليل والتفسير والتصنيف باستخدام أساليب القياس للخروج بنتائج دقيقة حول الدراسة ومن خلال دراستنا نجد أن المنهج الوصفي التحليلي ساعد في وصف الظواهر السخرية المعروفة ضمن فيديوهات مجموعة زنقا كرازي (zanga crazy) والتي كانت ضمنها تجسيد القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والرياضية وغيرها من الفيديوهات بهذا القالب الساخر.

2-6- أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا في دراستنا على استمارة تحليل المضمون والتي بفضلها يمكننا من معرفة أهم العناصر وأشكال القضايا الساخرة في فيديوهات الدراسة وطريقة تناولها وعرضها، لأن تحليل المضمون يراه بيرسون من بين أساليب البحث العلمي الذي يهدف لوصف وتشخيص الموضوعي والمحكم للمضمون الظاهر من مواد الاتصال (مامون جواد، 2023)، لذلك نجده مناسباً في محاولة تحليل مضامين فيديوهات محل الدراسة.

3-6- وحدات تحليل المضمون:

وحدة الكلمة: كوحدة مهمة في الدراسة نظراً لاحتواء فيديوهات محل الدراسة على كلمات وألفاظ ساخرة وهي متواجدة في الجدول لكل فيديو من الفيديوهات الثلاثة ضمن فئة الألفاظ الساخرة المستخدمة، إضافة إلى اعتمادنا على وحدة الشخصية كعنصر أساسي ضمن فئة الرموز المستخدمة متمثلة في ملامح الوجه وحركات الجسم وغيرها.

7- التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون:

فئات الشكل للفيديو الأول محل الدراسة والذي يحمل موضوعاً رياضياً بعنوان: المشجع الجزائري في الملاعب

جدول 1. يبين فئة المدة الزمنية المخصصة للفيديو الأول

الفيديو	المدة الزمنية للفيديو الأول بالثواني	المدة الزمنية للفيديو الأول بالدقائق
الفيديو الأول	78 ثانية	01.18 دقيقة

نرى من خلال الجدول أعلاه أن المدة الزمنية للفيديو الأول والذي يحمل موضوعاً رياضياً بعنوان المشجع الجزائري في الملاعب قد بلغت 78 ثانية أي ما يعادل 01.18 دقيقة عبر موقع التيك توك ونرجح السبب أن الميزة الأساسية التي بدأ بها تطبيق التيك توك في عرض الفيديوهات بمدة لا تتجاوز 30 ثانية والآن تم زيادة المدة مع كل دراسة يجريها الباحثون على التطبيق، لذلك نجد أن هذا الفيديو محل الدراسة والمنشور على التيك توك يبين مدى التطور الملحوظ في صناعة المحتوى في البيئة الرقمية حيث أصبح يقتصر على ثواني قليلة يضم بها العرض أو الفكرة مجسدة في حوار أو تمثيل أو خطاب بشكل مختصر وسريع، حيث نجد الفيديو الأول جسد من خلالها الممثلون كيفية تحرك وكلام وطبيعة المشجع الجزائري وهو في الملاعب في ظرف وجيز عبر من خلاله عن هذه الظاهرة في أقل وقت وضمت جميع حيثيات الموضوع.

جدول 2. يبين فئة زاوية التصوير للفيديو الأول

زاوية التصوير المعتمدة	التكرار	النسبة
تصوير كلي لكافة الزوايا	07	43.75%
تصوير منفرد لكل شخصية على حده	08	50%
التصوير الجانبي	01	6.25%
المجموع	16	100%

نجد أن كاميرا التصوير أو زاوية التصوير تعتبر من أهم الطرق في صناعة الفيديوهات والمحتوى، كونها الوسيلة التي تنقل لنا الصورة كما هي، ومن خلال الفيديو الأول محل الدراسة بعنوان المشجع الجزائري في الملاعب نرى التعدد في استخدام زوايا التصوير ولكن احتل في المرتبة الأولى التصوير المنفرد لكل شخصية على حدى بنسبة 50% وتلاها التصوير لكافة الزوايا بنسبة 43.75%.

بالنسبة للمرتبة الأولى وهو التصوير المنفرد لكل شخصية على حدى اعتمدت عليها مجموعة زنقا كرازي (zanga crazy) بسبب طبيعة الموضوع ونحن نعلم أن المشجع الجزائري في الملاعب يتميز بالحماس والغضب والعصبية والصراخ وتصل لدرجة الشجار بالأيدي والكراسي، لذلك جاءت زاوية التصوير المنفردة هي الأولى حتى يتمكن من تصوير وبدقه كل تعابير الوجه من غضب وفرح وشجار، باعتبار أن كاميرا التصوير تضبط هذه المشاهد عن قرب وبالتالي تصل للمشاهد فكرة المشجعين في الملاعب وتصرفاتهم، نجح الفيديو في أخذ هذه القضية والواقعة التي يعيشها المجتمع الجزائري في الملاعب وتم تجسيدها بطريقة ساخرة مضحكة ولكنها تحمل معاني كثيرة.

وظهر هذا جليا في الفيديو الأول هذا، حيث اعتمدت مجموعة (زنقا كرازي) على أسلوب التصوير المنفرد "dutch angle" وهي من بين أساليب التصوير التي تعتمد على ميل كاميرا التصوير وجعل خطوط الأفق مائلة نوعا ما عن طبيعتها في التصوير، ودرجة الميلان تختلف بين 15-45 على حسب الرغبة وسياق المشهد، ويتم الاعتماد على هذه الميزة أو الخاصية لتصوير مشاهد: الغضب، القلق، بعض الاضطرابات النفسية، الحركات السريعة، خلق بذلك تأثيرات بصرية رائعة، كلها تدخل ضمن طريقة التصوير في الفيديو الأول المشجع الجزائري في الملاعب وبالتالي هذا الموضوع يتطلب حصرا الاعتماد على هذا الأسلوب من التصوير بسبب وجود مناصرين ومشجعين، هتافات، صراعات وشجار، وغيرها.

جدول 3. يبين فئة الحيز المكاني للفيديو الأول:

النسبة	التكرار	الحيز المكاني
29.41%	05	الشارع
52.94%	09	ملعب كرة القدم
11.76%	02	المنزل
05.88%	01	المقهى
100%	17	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلى ضمن فئة الحيز المكاني المخصص لمضمون الفيديو الأول، حيث أن الفيديو الأول استطاع التنوع في عرض المضمون من مختلف الزوايا والأماكن، وبذلك احتل ملعب كرة القدم المرتبة الأولى بنسبة 52.94% بينما احتل الشارع المرتبة الثانية بنسبة، 29.41%

ان طبيعة الموضوع وهو المشجع الجزائري في الملاعب أعطت المرتبة الأولى للملعب كرة القدم كمكان للتصوير والإنتاج، وهذا يتطلب مجهودا في التصوير وضبط الصوت نظرا للهراج الكبير في الملاعب والتحكم في ذلك الجمهور العريض وغيرها كلها قد تعتبر معوقات للإنتاج ولكن الانتقال للواقع وتجسيد الموضوع في مكانه بين اللمسة الإبداعية في الفيديو، ومثالا على ذلك من خلال الفيديو تواجد الممثلون وصانعو هذا المحتوى في حالة شجار مع الجمهور حول خطأ من قبل اللاعب أو الحكم ويظهر الكل في احتدام وصراع بالأيدي، اذ نرى أن مشهدا كهذا في الملاعب الجزائرية متواجد بشكل كبير وأن الجمهور والمشجع الجزائري دائما في حالة غضب وصراع لذلك تم تجسيدها بطريقة تبين من خلالها للجمهور واقع الملاعب والمدرجات ومما زادها جمالا هو تصويرها في مكانها الأصلي وهو داخل الملاعب والمدرجات من أجل رسم الصورة بكل دقة وواقعية.

أما الشارع فهو في المرتبة الثانية مع مرحلة بداية الفيديو حتى يظهر المشجع وهو يتجهز بكل السبل المخادعة لدخول الملعب محملا بالأسلحة البيضاء والألعاب النارية بعدما قام بمخبتها جيدا، وهذا الانتقال بين الأماكن حتى المقهى والمنزل من خلال تجسيد موضوع الفيديو رسم لنا صورة عن الأحداث المتعلقة بمناسبة رياضية والواقع الخطير نوعا ما في هذا المجال.

تحليل فئات المحتوى للفيديو الأول موضوعه رياضي بعنوان: المشجع الجزائري في الملاعب.

جدول 4. يبين فئات طبيعة الألفاظ الساخرة المستخدمة في الفيديو الأول

النسبة	التكرار	فئة طبيعة الألفاظ الساخرة
47.05%	08	ألفاظ مباشرة
52.94%	09	ألفاظ غير مباشرة
100%	17	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول في الأعلى والذي يتضمن فئات طبيعة الألفاظ الساخرة المستخدمة في مضمون الفيديو الأول المشجع الجزائري في الملاعب أن نسبة الألفاظ الغير المباشرة بلغت 52.94 أكثر من الألفاظ المباشرة والتي بلغت 47.05 وضمن الفيديو المشجع الجزائري في الملاعب تنوعت الألفاظ الساخرة المستخدمة والغير مباشرة كلياً أي أنها تحمل نوعاً من الغموض وضرورة معرفة مسبقة باللهجة المستخدمة في تلك المنطقة أو ضمن نطاق المجتمع، فنجد مثلاً ضمن الفيديو ألفاظاً ساخرة غير مباشرة المعنى كأصحاب "الحسايف" وهي لفظة تدل على الشخصية الحقودة السارقة والمخادعة واللعبية حيث تم استخدامها في الفيديو الأول محل الدراسة للدلالة على الواقع الذي يعيشه الجزائري خاصة المشجع، حيث تصادف في المدرجات هذا النوع من الشخصيات على أساس أنه مشجع ولكن كل غرضه هو السرقة واثارة المشاكل داخل الملعب مبرا ذلك الى الحاجة للمال أو أنه ينفس عن رغباته في الملعب حيث يعتبرون أن المباراة وكرة القدم والمدرجات هي السبيل الوحيد حتى يفرغ الفرد الجزائري طاقته السلبية بسبب ما يعيشه في الشارع الجزائري من معاناة وبطالة وتهميش وغيرها.

أما الألفاظ المباشرة الساخرة في الفيديو محل الدراسة فنجد مثلاً تظاهر المشجعين بالمرض أو أنهم من ذوي الاحتياجات الخاصة حتى يتمكنوا من دخول الملعب بطريقة غير شرعية، فمثلاً التظاهر بعدم معرفه شيء من خلال إعادة كلمه "شكون أنا" أي من أنا، باللهجة الجزائرية وهي لفظة في ظاهرها طبيعية وعادية ولكن ضمن سياق الفيديو كررها الممثل عدة مرات مع التظاهر بلا مبالاة وعدم معرفة أي شيء فخلقت تلك اللفظة نوعاً من السخرية والضحك نظراً لأنها من بين حيل التي يستخدمها المشجعون لدخول الملاعب دون حجز تذكرة.

وتسمى هذه الطريقة أي استخدام العديد من الألفاظ والكلمات التي تدل على غير المعنى المقصود "بالتلاعب بالألفاظ الساخرة" Word Play with irony وهي من بين المميزات التي نجدها بكثرة في فن السخرية خاصة في صناعة المحتويات على شكل فيديوهات، مما يتطلب من صانع المحتوى أو الكوميدي سواء شخص واحد أو مجموعة على الاستعانة بهذه الطريقة حتى يأخذ المشاهد الى محاولة ترجمة وفهم تلك المعاني والألفاظ مما يزيد من المشهد متعة وتسلية.

جدول 5. يبين فئة الرموز المستخدمة في الفيديو الأول

النسبة	التكرار	الرموز المستخدمة
33.33%	09	تعابير وملامح الوجه
11.11%	03	التغيير من نمط اللباس
25.92%	07	نبرة الصوت المتغيرة والمضحكة
29.64%	08	حركات الجسم الساخرة
100%	27	المجموع

نلاحظ من خلال الفيديو أعلاه أن فئة الرموز الساخرة المستخدمة في الفيديو الأول "المشجع الجزائري في الملاعب" قد احتلت ضمنها ملامح وتعايير الوجه الساخرة المرتبة الأولى بنسبه 33.33 وتلتها حركات الجسم المضحكة بنسبه 29.64 إن طبيعة الموضوع والمضمون "المشجع الجزائري في الملاعب" وإنتاجه بطريقة ساخرة تتطلب من الممثلين وهم مجموعة زنقا كرازي (zanga crazy) الاهتمام بكافة التفاصيل التمثيلية على رأسها ملامح وتعايير الوجه كونها المفتاح الأساسي في نجاح المشاهد المضحكة، حيث تم الاعتماد عليها في الفيديو حتى يبين تعابير وجه المشجع والتي توحى برغبته في السرقة والتحايل داخل الملعب خاصة عند تظاهروهم بالمرض وأنهم من ذوي الاحتياجات الخاصة كانت الاعتماد على تعبير الوجه كبيرة جدا بين الفم الملتوي والعيون النائمة وغيرها من التعابير التي اعتمدها حتى يتسنى لهم خداع الحارس ودخول الملعب هنا لعب الممثلون أدوارا رائعة في تجسيد ونقل الواقع بطريقة مضحكة وتعابير ساخرة لنقل الفكرة والواقع.

إضافة الى حركات الجسم المضحكة ضمن الفيديو اتسم المشجعون بحركات العصابات والسارقين ولكنها كانت في قالب فكاهي مضحك قاصدين ذلك النوع من الحركات، تلتها نبرة الصوت المتغيرة بين مرتفعة ومنخفضة مع معظم الأصوات في المدرجات كلها بطريقة مضحكة حتى يظهر هذا المشجع بأنه محبوب وسط الجمهور لكي يتسنى له كسب ثقة الجمهور بعدها ينفذ خطته في السرقة أو الاحتيال، لذلك كلما كانت رموز المستخدمة في الفيديو بطريقه ساخرة ستأخذ المشاهد الى الواقع المعاش في الملاعب ولكنها بطريقه مضحكة ومسلية.

هذان العنصران "تعابير الوجه" و "حركات الجسم المضحكة" يمكن أن نطلق عليهما اسم "المحاكاة الساخرة" "parody" وهي اعتماد الشخصية الرئيسية أو الشخصيات على عملية تقليد شخصية معينة أو ابتكار حركات وتصرفات وتقمص للأدوار مع المبالغة في ذلك التجسيد بهدف الهزل والسخرية والفكاهة، وتصل لأغراض أخرى كالنقد والتعليق وغيرها، وتم الاعتماد عليها في هذا الفيديو الأول المشجع الجزائري في الملاعب بهدف تحديد وبدقة تلك الشخصيات التي تدخل للملاعب وتصرفاتها والأعمال التي يقومون بها سواء داخل أو خارج الملعب بهدف تجسيد للمشاهد المشاهد بدقة وبكل تفاصيله.

تجميع هذه الفئات والعناصر والرموز في مضمون واحد وهو فيديو "المشجع الجزائري في الملاعب" أنتجت محتوى فاخر بمجهود وابداع يحمل أفكارا وأحداثا من الواقع يشاهدها المواطن الجزائري ويمكن أنه عاش تلك الأحداث في يومياته لذلك أصبح المحتوى الساخر رائجا ومرغوبا عند أغلبية فئات المجتمع.

وضمن هذا السياق يتميز المجتمع الجزائري بثقافات وألفاظ وكلمات وخصائص ومعايير تنبع من صلب المجتمع ويتميز بها كل فرد عن الآخر، فالشباب الجزائري وضمن سياق الفيديو حيوي جدا ويتميز بلغه جسد وتعابير وجه وكلمات خاصة به كلها تدخل ضمن عوامل نفسية تجعل من هذا الشاب محبا لفرض شخصيته ومكانته وسط المجتمع وأصبحت ثقافة الملاعب والمدرجات تتسم بطابع وبعادات معينة يكتسبها كل شاب اجتماعيا بطبعه

أما إضافة طابع السخرية لمثل هذه المواضيع الرياضية وسط المجتمع وعرضها على مواقع التواصل الاجتماعي طريقة وأسلوب لنقل هذا الواقع من صورة الى أخرى، كونها تغير من بنية الموضوع واعداده وتجهيزه للجمهور ضمن سياق الفكاهة ومن منا لا يحب الضحك والنكت وبالتالي أصبح المحتوى الساخر أسلوب فني قائم بذاته.

فئات الشكل للفيديو الثاني كموضوع اقتصادي اجتماعي بعنوان: شخصية "البزناسي" في الجزائر

جدول 6. يبين فئة المدة الزمنية للفيديو الثاني:

الفيديو الثاني	المدة الزمنية بالثواني	المدة الزمنية بالدقائق
الفيديو الثاني "البزناسي في الجزائر"	60 ثانية	01 دقيقة

نلاحظ من خلال الفيديو الثاني والذي يحمل موضوعا اقتصاديا اجتماعيا حول "البنزاسي في الجزائر" وهو الرجل الجزائري الذي يمارس عدة مهام ونشاط وعمل لكسب المال السريع من خلال مختلف الطرق والأفكار والسبل حيث مدته بلغت ستون ثانية أي ما يعادل الدقيقة الواحدة، وهذا راجع الى أن صفحة مجموعة زانقا كرازي (ZANGA CRAZY) يعتمدون في صناعة محتوياتهم على المحتوى القصير والفيديوهات القصيرة والتي تمكنهم من معالجة أي موضوع في ثواني تحمل كل أنواع المؤثرات والتمثيل والسيناريوهات، وهو ما نشهده في صناعة المحتويات والتي باتت تقتصر على الخفة والسريعة في طرح المواضيع حتى لا يشعر المشاهد بالملل وطول المشاهدة والانتظار وهي من مزايا كما ذكرنا سابقا تطبيق التيك توك.

جدول 7. يبين فئة زاوية التصوير للفيديو الثاني:

زاوية التصوير	التكرار	النسبة
التصوير الكلي لكافة الزوايا	07	46.67%
التصوير المنفرد لكل شخصية	05	33.33%
التصوير الجانبي	03	20%
المجموع	15	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي تضمن زوايا التصوير التي تم اعتمادها في الفيديو ثاني محل الدراسة أن زاوية التصوير الكلي قد بلغت 46.67% وهي في المرتبة الأولى بينما زاوية التصوير المنفردة لكل شخصية فجاءت في المرتبة الثانية بنسبة 33.33%

بالنسبة للمرتبة الأولى وهي زاوية التصوير الكلي للشخصيات وللمكان فهي تلعب دورا كبيرا في مجال التصوير والمونتاج لأنها تضبط الأماكن والزوايا بحجم واسع حتى يتسنى للمشاهد رؤية كل زوايا ونقاط التصوير والمشاهد وهو ما تم الاعتماد عليه في الفيديو الثاني بعنوان "البنزاسي" حيث تم تصوير الفيديو داخل مقهى وصاحب المقهى هو الشخص "البنزاسي" فجاءت هنا زاوية التصوير كاملة داخل غرفة المقهى مع تبيان الشخصية الرئيسية وهو صاحب المقهى والشخصيات الثانوية وهم الزبائن وهذه الطريقة سهلت من عملية ايصال الفكرة والمحتوى وهو الشخص المستغل في الأماكن العامة، وبالإضافة لزاوية التصوير الكلي فهي مناسبة لإظهار تلك العمليات التي تدور بين صاحب المقهى والزبائن من أجل استغلالهم والربح المادي منهم.

وتسمى في الغالب هذه الطريقة أي تكون زاوية التصوير كلية في عالم السينما والتصوير الفوتوغرافي بصفة عامة "زاوية التصوير الكلية" "establishing shot" ويتم الاعتماد عليها كثيرا بسبب المزايا التي توفرها من خلال أنها تقدم صورة شاملة للمكان أو للحدث أو للبيئة وتكون أحيانا في بداية المشاهد أو للانتقال من مشهد لآخر أو اذا كان الممثلون كلهم في مكان واحد ويشغلون نفس الدور، لذلك اعتمدت مجموعة زنقا كرازي على هذه التقنية في تصوير المشاهد لتجسيد تلك الشخصيات والتصرفات التي يقومون بها داخل المقهى مع إمكانية المشاهد من مشاهدة كل شخصية وملاحمتها وتصرفاتها على حده وهي طريقة تمكننا من ملاحظة التصرفات والأفكار الساخرة التي ترافق ذلك الحدث بكل دقة.

بينما تضمن الفيديو لقطات من الشارع والمنزّل ظهر فيها الممثلون الثانويون وهم في عملية جني وكسب الأموال والاستغلال بكافة الطرق من أجل تجسيد فكرة المحتوى وهو "الرجل البنزاسي" وكانت زاوية التصوير فيها منفردة لكل شخصية على حده وهي طريقة تعتمد في التصوير من أجل محاولة ايضاح الفكرة جيدا والحوار القائم بين الشخصيات.

جدول 8. يبين فئة الحيز المكاني للفيديو الثاني

النسبة	التكرار	الحيز المكاني
66.66%	10	المقهى
20%	03	الشارع
13.34%	02	المنزل
100%	15	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل فئة الحيز المكاني لمضمون الفيديو الثاني "البزناسي في الجزائر" أن الفيديو تنوعت أماكن تصويره حيث احتل المقهى المرتبة الأولى بنسبة 66.66% بينما احتل الشارع المرتبة الثانية بنسبة 20% ثم تلاها المنزل بنسبة 13.34%.

وهذا راجع الى طبيعة مضمون الفيديو الثاني والذي تم تصوير أغلبه في المقهى من خلال المحتوى الذي يجسد الشخصية الرئيسية صاحب المقهى والطرق والأساليب التي يعتمد عليها لكسب المال، لأن المقهى في المجتمع الجزائري يعتبر مكان عام ويتواجد به كل فئات المجتمع وهو أيضا من بين الأماكن التي يكثر فيها الحوار والصفقات والأفكار التي تتعلق بكسب المال والتجارة وغيرها من أجل أن يكون أكثر واقعية.

أما الشارع فجاء في المرتبة الثانية حتى يبين لنا الفيديو بأن الشارع هو أيضا من بين أكثر الأماكن التي تدور فيها الصفقات وتبادل الأموال بين المجتمع والشباب الجزائري وهذه الشخصية "البزناسي" هي شخصية معروفة في وسط المجتمع الجزائري بأنها نشطة وحيوية وتمارس عدة مهام من أجل كسب المال وهي طريقة شائعة خاصة وسط الشباب الجزائري كالتجارة بالسيارات أو الهواتف النقالة الذكية أو الملابس أو مختلف الأعمال الحرة الأخرى وهذه الأماكن كالمقهى والشارع هي دليل على ذلك.

تحليل فئات المحتوى للفيديو الثاني والذي يحمل موضوعا اقتصاديا بعنوان: البزناسي في الجزائر.

جدول 9. يبين فئة طبيعة الألفاظ الساخرة في الفيديو الثاني:

النسبة	التكرار	فئة طبيعة الألفاظ الساخرة في الفيديو الثاني
44.45%	04	الألفاظ لمباشرة
55.55%	05	الألفاظ الغير مباشرة
100%	09	المجموع

نلاحظ من خلال الفيديو الثاني أن الألفاظ الغير مباشرة احتلت المرتبة الأولى بنسبة 55.55% وذلك بسبب طبيعة الفيديو والذي يحمل عنوان "البزناسي" وكما ذكرنا سابقا بأنها شخصية حيوية ونشطة تهتم بكسب المال من خلال ممارسة كل الأعمال والأنشطة اليومية وهي ميزة لدى الشباب الجزائري، لذلك ضمن الفيديو نجد مجموعة من الألفاظ التي استخدمت بطريقة غير مباشرة، فمثالا على ذلك مصطلح "القهواجي" وهو من بين الشخصيات التي تعمل بالمقهى، وأطلق هذا المصطلح الذي يحمل كلمتين وهما القهوة والعصير أي jus باللغة الفرنسية وهو العصير فتم دمج الكلمتين ليصبح لدينا العامل في المقهى الذي يقدم القهوة والعصير فاطلق عليه اسم "القهواجي"، ولكن ضمن الثقافة الجزائرية "القهواجي" هو دائما وفي الغالب شخصية تحب كسب المال داخل المقهى بشت الطرق، كتوفير للزبائن مشاهدة المباريات لكرة القدم ولكن بمقابل مادي.

حيث يظهر لنا من خلال ذلك بأن هذه المصطلحات والمعاني تسمى في فن السخرية "اللهجة الساخرة" أي الاستعانة دائما بالألفاظ والكلمات التي يتم تناولها بكثرة في الشارع الجزائري وعلى حسب اللهجة المستخدمة مثل "الدارجة" الخاصة بالجزائريين كأسلوب للتواصل ولذلك نجد هذه الألفاظ والكلمات تحمل معاني من خلال وضعها في قالب ساخر وبالتالي على المشاهد أن يكون

ملما ببعض منها لكي يفهم السياق والحدث جيدا وهو ما اعتمدته مجموعة زنقا كرازي في هذا الفيديو ولكي تجعله يجسد الواقع وحتى يجسد طبيعة الشباب الجزائري

أما الألفاظ المباشرة التي استخدمت في الفيديو الثاني بعنوان "البزناسي" فهي أغلبها ألفاظ خاصة بالمقهى، كعرض الطلبات والحوار والنقاش الذي يدور بين الزبائن داخل المقهى يعتمد في غالبه على الألفاظ المباشرة تدل على المعنى ذاته وهو ما تم الاعتماد عليه ضمن مضمون الفيديو.

جدول 10. يبين فئة الرموز المستخدمة للفيديو الثاني:

الرموز المستخدمة في الفيديو الثاني	التكرار	النسبة
تعايير وملامح الوجه	04	22.23%
الملابس	03	16.66%
نبذة الصوت المتغيرة والمضحكة	06	33.33%
حركات الجسم الفكاهية	05	27.77%
المجموع	18	100%

نلاحظ من خلال الجدول علاه أن الرموز الساخرة المستخدمة في الفيديو الثاني قد احتلت ضمنها نبذة الصوت المتغيرة والمضحكة المرتبة الأولى بنسبة 33.33% وهذا راجع الى طبيعة الفيديو المصور داخل المقهى، وهو مكان تكثر فيه الحوارات والنقاشات بين الزبائن وهو المجتمع الجزائري، في مختلف المواضيع والأحداث لذلك جاءت شخصية صاحب المقهى "البزناسي" وهو الشخصية الرئيسية في الفيديو الثاني حيث استخدم نبرات الصوت العالية والمنخفضة في نفس الوقت وكانت مضحكة بشكل ملفت حتى يتسنى له المناداة والصراخ وسط ذلك الضجيج، وهذه ميزة يتميز بها المجتمع الجزائري في المقاهي وهي كثرة الصراخ والضجيج والحوارات العالية وتصل الى حد الشجار، لأن المقاهي الجزائرية لا تتميز مثل المقاهي في الدول الأوروبية أو المتقدمة الذين يعتبرون المقهى مكان للاسترخاء والراحة وصفاء الذهن بل في الجزائر وثقافة المجتمع الجزائري عكس ذلك يعتبرون المقهى مكان لقضاء حوائجهم وللحوارات والنقاشات حول المسائل الحياة اليومية وغيرها.

أما فيما يتعلق بمضمون الفيديو وهو شخصية "البزناسي" صاحب المقهى فقد اعتمد الممثل في الفيديو على نبرات صوت المتعلقة بشجاره مع الزبائن من أجل دفع الأموال لمشاهدة مباريات كرة القدم داخل المقهى، ويدخل هذا ضمن شخصية الشاب الجزائري والذي يتميز بسرعة الغضب ورفع الصوت وممارسة كل طرق الاحتيال لكسب المال من مختلف الأنشطة والأعمال وحتى الأفكار التي يمكن ان يجسدها.

بينما حركات الجسم المضحكة والتي احتلت المرتبة الثانية فقد جسدها الممثل صاحب المقهى وهو الرجل "البزناسي" في حركات يميل فيها الجسد يمينا ويسارا، اضافة الى نوعية اللباس والذي احتل المرتبة الثالثة من خلال ارتدائه قبعة بشكل عكسي وسروالا ممزقا نوعا ما والسجائر التي لا تكاد تخلو من فمه مع حركات الجسد كلها تعابير تتميز بها شخصية القهوجي أو البزناسي في الجزائر.

فئات تحليل الشكل للفيديو لثالث كموضوع اجتماعي بعنوان: السرقة في المواصلات

جدول 11. يبين فئة المدة الزمنية للفيديو الثالث:

الفيديو الثالث	المدة الزمنية بالثواني	المدة الزمنية بالدقائق
السرقة في المواصلات	91	01.31

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المدة الزمنية للفيديو الثالث والذي هو بعنوان السرقة في المواصلات كموضوع اجتماعي قد بلغت مدته 91 ثانية أي ما يعادل الدقيقة والواحد والثلاثون وكلها تدخل كما ذكرنا سابقا ضمن سياق التقني لتطبيق التيك توك والميزات التي يوفرها والمتمثلة في قصر حجم الفيديوهات مع قصر حجم الفكرة والمحتوى المعروض.

جدول 12. يبين فئة زاوية التصوير للفيديو الثالث:

النسبة	التكرار	زاوية التصوير المعتمدة
47.05%	08	التصوير الكلي لكافة الزوايا
23.52%	04	التصوير المنفرد لكل شخصية على حده
29.43%	05	التصوير الجانبي
100%	17	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن زاوية التصوير للفيديو الثالث محل الدراسة قد جاء التصوير الكلي لكافة الزوايا والمكان في المرتبة الأولى بنسبة 47.05% وهذا بسبب طبيعة الفيديو الذي تم تصويره في الشارع وداخل الحافلة وبالتالي التركيز على كل الشخصيات والأفراد الموجودين بالحافلة من أجل إيصال المحتوى والفكرة وهو السرقة داخل المواصلات والطرق والاستراتيجيات التي يعتمدها السارق داخل الحافلة.

ويتطلب بذلك الاعتماد على الطريقة والتقنية سابقة الذكر أي "زاوية التصوير الكلية" "establishing shot" وهي المناسبة جدا لمثل هذه الحالات والمشاهد، فالمكان نجده محصورا داخل الحافلة وكل الأحداث جرت داخلها لذلك تضم الحافلة كل الشخصيات المعنية بالحدث مع الشخصيات الأخرى الثانوية، مما ساعد مجموعة زنا كرازي على اظهار كل الشخصيات مع حالات التعجب والقلق والتوتر الذي كان داخل الحافلة بسبب تلك الشخصيتان اللتان أدى دور السرقة بسبب ملامحهم الشريرة والمتعطشة للسرقة والخراب إضافة الى الشارع وبداية الاستعداد ووضع الخطة للسرقة، فالمشهد كان يحمل نوعا من السخرية في خضمه الا أنه عبر من خلال طريقة التصوير الحديثة عن تلك الظاهرة بكل تفصيل.

جدول 13. يبين فئة الحيز المكاني للفيديو الثالث:

النسبة	التكرار	الحيز المكاني
46.66%	07	الشارع
40%	06	الحافلة
13.34%	02	المنزل
100%	15	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل الحيز المكاني المخصص لمضمون الفيديو الثالث فقد احتلت في المرتبة الأولى الشارع وهذا من أجل الاهتمام بنقل الواقع والشارع الجزائري على حقيقته بكل تفاصيله مع ادخال موضوع الفيديو وهو السرقة ضمن سياق المحتوى حتى تكون المشاهد واقعية بامتياز واختلفت بذلك طرق والاستراتيجيات التي اعتمدها السارقان في الفيديو السرقة والاحتيال ويعتبر بذلك الشارع من أكثر الأماكن التي تحدث فيها السرقة خاصة المناطق والأماكن المعزولة والفارغة، بينما جاءت الحافلة في المرتبة الثانية حيث تم اختيار هذا المكان من قبل المجموعة صاحبة المحتوى لتبين للجماهير على أن الحافلات والمواصلات بصفة عامة هم أيضا من بين الأماكن التي تكثر فيها السرقة كونه يعتبر مكان ضيق وتسهل فيه عملية السرقة للهواتف مثلا وغيرها.

تحليل فئات المحتوى للفيديو الثالث محل الدراسة كموضوع اقتصادي بعنوان: البزناسي في الجزائر:

المحتوى الساخر ضمن مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية لعينة من الفيديوهات الساخرة لمجموعة زنقا كرازي (zanga crazy) على تطبيق التيك توك

جدول 14. يبين فئة طبيعة الألفاظ الساخرة المستخدمة في الفيديو الثالث:

طبيعة الألفاظ المستخدمة في الفيديو الثالث	التكرار	النسبة
الألفاظ المباشرة	03	42.85%
الألفاظ الغير مباشرة	04	57.14%
المجموع	07	100%

يتضح لنا من خلال الجدول في الأعلى والذي يتضمن فئة طبيعة الألفاظ الساخرة المستخدمة في مضمون الفيديو الثالث بعنوان "السرقعة في المواصلات" أن نسبة الألفاظ الغير المباشرة بلغت 57.14% بينما الألفاظ المباشرة فبلغت 42.85%. اهتمت مجموعة زنقا كرازي (zanga crazy) بهذا الموضوع ووضعه في قالب وبأسلوب ساخر حتى لا يمل المشاهد من متابعة مثل هذه المحتويات، فقد تم الاعتماد على الألفاظ الغير المباشرة في الفيديو محل الدراسة وهو السرقعة في المواصلات كموضوع اجتماعي لكي يبين للمجتمع الطرق والأساليب والاستراتيجيات التي يعتمدها السارق للنصب على ضحيته بكل دقة وذكاء مع استخدام تلك الألفاظ الغير المباشرة كلفظة "زيق زاق" وهي لفظة تدل على خفة السارق في سرقته للشئ فيتبادل السارق مع زميله هذه اللفظة لدلالة على الزامية السرعة في تنفيذ العملية بدون أدلة ولا انتباه الضحية، والتي من الصعب فهمها عند عامة الناس وهي تعتبر كلغة تواصل وإشارات يعتمدها السارق مع زميله أو حتى بمفرده للنصب على ضحيته والسرقعة منها. وهذا يدخل ضمن "اللهجة الساخرة" التي تمكن الشخصيات من الاعتماد على تلك الكلمات والتي يمكن حتى أنها من اختراع السارقان بهدف النصب على الضحية وحتى لا يفهم بقية أفراد المجتمع ما هو المقصود منها، وبالتالي تتم العملية بكل دقة وحذر دون لفت الانتباه.

جدول 15. يبين فئة الرموز المستخدمة للفيديو الثالث:

الرموز المستخدمة في الفيديو الثالث	التكرار	النسبة
تعابير وملامح الوجه	07	50%
نوعية اللباس	00	00
نبرة الصوت المتغيرة	05	35.71%
حركات الجسم المضحكة	02	14.28%
المجموع	14	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يبين الرموز المستخدمة في الفيديو الثالث السرقعة في المواصلات قد احتلت ضمنها ملامح وتعابير الوجه في المرتبة الأولى بنسبة 50% وتلتها نبرة الصوت المتغيرة والمضحكة في المرتبة الثانية بنسبة 35.71%، وهذا راجع الى أن السارقان في الفيديو اعتمدا على تعابير الوجه كوسيلة لتبادل الملامح والحركات التي يقوم بها في الفيديو لكي يفهم كل من الآخر المقصود أو الضحية من هي، مع بعض الكلمات والأصوات حتى يتم تبادل الأفكار وأطراف الحديث ليبين السارقان بذلك أنهم من عامة الشعب دون تبين أي نية للسرقعة أو غيرها، كلها تدخل ضمن فئة الرموز واللغة والأساليب الفنية للتواصل الغير المباشر.

وهي تعتبر بذلك من أخطر الطرق وذلك راجع الى عدم قدرة أفراد المجتمع الباقون من تحديد وفهم تلك الملامح والكلمات والتي كلها تدخل ضمن مفهوم "المحاكاة الساخرة" أي التلاعب بالحركات والاكثار منها من أجل خلق تشويش وعدم الانتباه من طرف الضحية أي المسروق ولكن تكون تلك الحركات والتصرفات والكلمات بطريقة ساخرة بهدف خلق جو فكاهي ظريف يطمئن

من خلاله الضحية، لتتم عملية النصب بكل سهولة، اعتمدت مجموعة زنقا كرازي على تلك التقنيات الساخرة بهدف نشر الوعي الاجتماعي بكل تلك الطرق الخبيثة التي يعتمد عليها السراق والزامية الحذر منها، وهذه من بين أهداف السخرية هو نشر الوعي بطرق مختلفة مبسطة ومفهومة.

8- النتائج العامة للدراسة:

توصلنا من خلال تحليل مضمون لعينة من فيديوهات مجموعة زنقا كرازي على تطبيق التيك توك والتي اهتمت بتناول المواضيع محل الدراسة، الفيديو الأول موضوع رياضي والفيديو الثاني موضوع اقتصادي والفيديو الثالث موضوع اجتماعي معتمدين على أسلوب السخرية في عرض هذه الفيديوهات الى نتائج تجيب عن الإشكالية المطروحة والأسئلة الفرعية وهي كالآتي:

1-8- بالنسبة لفئات الشكل للفيديوهات الثلاثة:

اتضح من خلال الفيديوهات الثلاثة محل الدراسة أن أغلبها كانت قصيرة جدا بين الثواني والدقيقة الواحدة، وهذا راجع الى طبيعة تطبيق التيك توك والذي تميز مع بداياته بقصر محتواه وفيديواته والتي كانت لا تتعدى 30 ثانية ثم تطورت للدقيقة الواحدة ثم أكثر من ذلك مع السنوات الأخيرة.

بالنسبة لزوايا التصوير المعتمدة في الفيديوهات الثلاثة محل الدراسة فقد اختلفت بين عنصرين اثنين زاوية التصوير المنفردة لكل شخصية على حدة، وزاوية التصوير العامة لكافة زوايا المكان في الفيديو، أما بالنسبة لزوايا التصوير المنفردة فقد تم الاعتماد عليها في الفيديوهات محل الدراسة من أجل التصوير الدقيق للملامح وجه الممثل كتحايل الوجه والايماءات والتعابير الساخرة المضحكة والرموز والكلمات المنطوقة بطريقة مضحكة كلها تتطلب زاوية تصوير قريبة، أما بالنسبة لزوايا التصوير العامة لعدة زوايا المكان فقد تم الاعتماد عليها لمحاولة الامام بالموضوع المتناول من عدة أماكن ويظهر في صورة تشمل عدة ممثلين في نفس الوقت مما يتطلب زاوية شاملة للشخصيات الظاهرة في الفيديو.

تم تحديد عدة أماكن لتصوير فيديوهات محل الدراسة وكل على حسب طبيعة وموضوع الفيديو:

فمثلا الفيديو الأول كان موضوعه رياضي وهو المشجع الجزائري في الملاعب فقد تم الاعتماد على الملعب كمكان للتصوير ونقل المشاهد وذلك الواقع المعاش من المدرجات والملاعب الى الافتراض.

كما تم اختيار المقهى في الفيديو الثاني ذا موضوع اقتصادي بهدف نقل صورة الانسان البزنسي في الجزائر وأهم طرق التحايل التي يمارسها بغرض اظهار للجمهور حتى بطريقة ساخرة وهو لب الدراسة بهذه الظواهر والحالات التي يعيشها المجتمع الجزائري وبأنها ظواهر منتشرة جدا تدخل في حيز الاستغلال والاحتيال وطرق كسب المال المخادع والغير شرعي في الغالب.

أما الشارع فهو المكان الغالب في التصوير في الفيديو الثالث محل الدراسة والذي كان موضوعه عن السرقة في المواصلات كموضوع اجتماعي حيث ركز على اهم الأماكن العامة التي تحدث فيها عمليات السرقة وطرقها.

2-8- بالنسبة لفئات المحتوى للفيديوهات الثلاثة:

بالنسبة للألفاظ المباشرة والغير المباشرة التي تم الاعتماد عليها من قبل مجموعة زنقا كرازي في الفيديوهات الثلاثة محل الدراسة والتي تحمل مواضيع رياضية واقتصادية واجتماعية فقد تنوعت من بينها:

فمثلا الفيديو الأول الموضوع الرياضي بعنوان المشجع الجزائري في الملاعب قد تم الاعتماد على الألفاظ الغير مباشرة بنسبة كبيرة وهذا راجع الى طبيعة هذه الظاهرة وسط المجتمع الجزائري خاصة في الملاعب، فيتم استخدام عدة ألفاظ غير مفهومة المعنى غالبا يتميز بها مرتدو الملاعب من الشباب متمثلة في الغناء والاهازيج الرياضية إضافة الى ألفاظ استخدمت في الفيديو للدلالة على السرقة والاحتيال داخل الملعب.

أما الفيديو الثاني الذي يحمل موضوعا اقتصاديا بعنوان اليزنسي فقد اعتمد هو الآخر على ألفاظ مباشرة وغير مباشرة باعتبار أن طبيعة الموضوع وهو اليزنسي الشخصية التي تمارس عدة أنشطة في اليوم للكسب السريع للمال يتميز بها الشباب الجزائري، تتميز هي الأخرى باستخدام عدة ألفاظ تم اعتمادها داخل المقهى وهو مكان تصوير الفيديو الثاني والتي تدل تلك الكلمات حتى وإن كانت بطريقة ساخرة على قدرة هذه الشخصية في التلاعب والبحث عن أفكار وأساليب داخل المقهى لكسب المال كالإلزامية دفع المال مقابل مشاهدة مباريات كرة القدم.

أما الفيديو الثالث محل الدراسة والذي كان يحمل موضوعا اجتماعيا وهو السرقة في المواصلات فقد كانت نسبة الألفاظ الغير مباشرة هي الأولى وهذا راجع إلى بنية الموضوع وخصائصه خاصة ونحن نعلم أن المواصلات والحافلات التي يستعملها المجتمع الجزائري شعبية بامتياز وكل فئات المجتمع تقريبا يستعملها وتعتبر أيضا مكانا مناسباً للسرقة على أشكالها بسبب التزاحم والاحتكاك فاعتمدت مجموعة زنقا كرازي على استخدامهما كلمات وألفاظ لا يفهمها إلا السارق وزميله كما جاء في الفيديو حتى يتسنى لهم فهم بعضهم البعض ومن هي الضحية المراد سرقتها كل هذا باستخدام كلمات ورموز وأصوات تدخل ضمن سياق حادث السرقة.

3-8- أما بالنسبة للرموز المستخدمة في الفيديوهات الثلاثة محل الدراسة فقد استخدمت في العديد من الأغراض وللأهداف معينة واختلفت منها:

بالنسبة للفيديو الأول الذي يحمل موضوعا رياضيا بعنوان المشجع الجزائري في الملاعب فقد احتلت تعابير وملاحم الوجه المرتبة الأولى حيث أن الفيديو وطريقة تمثيله وأدائه يتطلب الاهتمام بعنصر تعابير الوجه بدقه، ونعلم أن المشجع الجزائري في الملاعب كثير الحركة والنشاط بين أصدقائه والجمهور في الملاعب بصفة عامة خاصة أن مجموعة زنجا كرازي اهتمت بتعابير الوجه لتبين للمشاهد طبع المشجع الذي يريد الدخول للملاعب من أجل السرقة واثارة المشاكل والزاعات فاهتمت بهذا العنصر، أما حركات الجسم المضحكة فقد جاءت في المرتبة الثانية من خلال حركات المشجع أثناء تشجيعه أو أثناء التظاهر بالتشجيع من أجل السرقة ولفت الانتباه وهي حركات مقصودة ومدروسة.

أما بالنسبة للفيديو الثاني والذي يحمل موضوعا اقتصاديا بعنوان اليزنسي فقد احتلت نبرات الصوت المرتفعة والمنخفضة المرتبة الأولى بسبب طبيعة المهنة التي مارسها الممثل في الفيديو وهو اليزنسي أو العامل في المقهى بينما في الفيديو الثالث محل الدراسة والذي يحمل موضوعا اجتماعيا بعنوان السرقة في المواصلات فقد جاءت في المرتبة الأولى ملاحم وتعابير الوجه بسبب الشخصيات الثنائية التي كانت في الحافلة وكانوا يقومون بحركات وتعابير بوجههم كلغة تواصل بينهما لمعرفة أو قصد التعرف على الضحية من أجل الاحتيال والسرقة عليها.

9- الخاتمة:

يتميز المجتمع الجزائري عن سائر المجتمعات الأخرى بثقافة شعبية وعادات وتقاليد واسعة تجعل من صناعة المحتوى أمر سهلا نظرا للثقافة الغنية والمتوارثة إضافة للهجة العامية والتي تحمل معاني ومدلولات مقتصرة على الشعب الجزائري فقط والمغرب العربي نوعا ما، لا يفهمها ويعيها إلا هو، لذلك يعيش المجتمع الجزائري في خضم كل هذه الأحداث ويتخبط في العديد من مشاكل الحياة وقضاياها كالاقتصادية منها والسياسية وخاصة الاقتصادية والتي نراه يتداولها ويعبر عنها عبر منصات التواصل الاجتماعي بشتى الطرق والأساليب كمحتوى يحمل طابعا سواء هادفا أو مسليا ساخرا أو غيرها.

وبالتالي أصبح المحتوى الساخر كنوع متميز عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة تطبيق التيك توك من أكثر الأنواع استخداما وانتشارا نظرا لإقبال الجمهور عليه ونسبة الإعجابات والتعليقات الكبيرة عنه، وأضحى المحتوى الساخر الآن يتناول ويتطرق لعدة قضايا اجتماعية منها رياضية سياسية اقتصادية وغيرها العديد منتقاة من الواقع الجزائري المعاش ووضعا في قالب ساخر مضحك مغايرة عن شكلها المعتاد في العرض ومع أنها مضحكة ولكنها تحمل خلفها مقاصد ورؤى تعكس الواقع بصورة مسلية، وبالتالي أصبح هذا المضمون والمحتوى يلقي رواجاً كبيراً وحتى أرباح طائلة لصاحبه مما ساهم في التحول الكبير والتطور الذي صاحب صناعة المحتوى الساخر وانتقاله من بيئة تقليدية عبر وسائط تقليدية إلى بيئة جديدة ووسائط تقنية ساهمت هي الأخرى أيضاً في تطوير صناعة المحتوى الساخر والعديد من المحتويات الأخرى بصفة عامة.

- قائمة المراجع:

- بوموس فوزية، (2023)، تقدير الذات وعلاقته باضطراب الهوية الجنسية لدى المراهقات مستخدمات برنامج التيك توك، مجلة قبس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد 07، العدد 02.
- حجاب محمد منير، (2000)، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة
- در محمد، (2017)، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر
- سيبوك إسماعيل، نجلاء ناجي، (جوان 2019)، أهمية المنهج الوصفي للبحث في العلوم الإنسانية، مجلة مقاليد، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة
- صابر شباط، حسن يرجوح، (2024)، سيكولوجيا الجمهور الافتراضي الساخر: دراسة تحليلية لعينة من التفاعلات الافتراضية الساخرة عبر مواقع: الفيسبوك، التيك توك، يوتيوب وانستغرام، مجلة التشريع الإعلامي، المجلد 02، العدد 03.
- عبد الحميد شاكر، (2003)، الفكاهة والضحك رؤية جديدة، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت
- عض عبد الفتاح، (2001)، السخرية في روايات بابيستر دراسة لغوية سيكولوجية، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، القاهرة
- مامون جواد، (2023)، آلية تحليل المضمون من التأصيل النظري إلى التنزيل التطبيقي، مجلة المعرفة للدراسات والأبحاث، العدد 05

Arabic-Romanized references:

- Abd al-Ḥamīd Shākir, (2003), al-Fikāha wa-l-Ḍaḥk ru'ya jadīda, Sil silat 'Ālam al-Ma'rifa, al-Majlis al-Waṭanī li-l-Thaqāfa wa-l-Funūn wa-l-Ādāb, al-Kuwayt.
- Aḍḍ 'Abd al-Fattāḥ, (2001), al-Sukhrīyya fī rawāyāt Bābistīr: dirāsa lughawīyya sīkūlūjiyya, 'Ayn li-l-Dirāsāt wa-l-Buḥūth al-Insāniyya wa-l-Ijtimā'iyya, al-Qāhira.
- Boumous Fawziyya, (2023), Taqdir al-dhāt wa-'alāqatihi bi-idtirāb al-hawīyya al-jinsiyya ladā al-murāh iqāt mustakhdimāt barnāmaj al-Tik Tök, Majallat Qabas li-l-Dirāsāt al-Insāniyya wa-l-Ijtimā'iyya, al-Mujallad 07, al-'Adad 02.
- Dir Muḥammad, (2017), Aham manāhij wa-'uyūn wa-adawāt al-baḥth al-'ilmī, Majallat al-Ḥikma li-l-Dirāsāt al-Tarbawīyya wa-l-Nafsiyya, Kunūz al-Ḥikma li-l-Nashr wa-l-Tawzī', al-Jazā'ir.
- Hijāb Muḥammad Munīr, (2000), al-Asās al-'Ilmiyya li-Kitābat al-Risā'il al-Jāmi'iyya, Dār al-Fajr li-l-Nashr wa-l-Tawzī', al-Qāhira.
- Māmūn Jawād, (2023), Āliyyat taḥlīl al-maḍmūn min al-ta'sīl al-naẓarī ilā al-tanzīl al-taṭbīqī, Majallat al-Ma'rifa li-l-Dirāsāt wa-l-Abḥāth, al-'Adad 05.
- Ṣābir Shabāt, Hasan Yarjūh, (2024), Sīkūlūjiyyā al-jumhūr al-iftirāḍī al-sākhīr: dirāsa taḥlīliyya li-'aynin min al-tafā'ulāt al-iftirāḍiyya al-sākhira 'abr mawāqī': al-Faysbūk, al-Tik Tök, Yū Tūb, wa-Instagrām, Majallat al-Tashrī' al-'Ilāmī, al-Mujallad 02, al-'Adad 03.
- Sībūkīr Ismā'il, Najlā' Najāhī, (Jawān 2019), Aḥammīyyat al-manhaj al-waṣfī li-l-baḥth fī al-'ulūm al-insāniyya, Majallat Maqālīd, Jāmi'at Qāsidī Murbāh, Warqlā.