



استخدام "الميمز" و "الكوميكس" في الصراع الاوكراني
الروسي لتحقيق اهداف الحرب الناعمة من وجهة النظر
الغربية

أ.م.د. حيدر أحمد علو القطبي

الورشة العلمية
لقسم الاذاعة
والتلفزيون
2023/11/5



أولاً: أهمية الموضوع

اضحى الفضاء الإلكتروني أحد العناصر الرئيسية التي تؤثر في النظام الدولي بما يحمل من أدوات تكنولوجية تلعب دوراً مهماً في عملية التعبئة وحشد الجماهير في العالم، فضلاً عن التأثير في القيم السياسية، إذ اتاحت خواص الفضاء الافتراضي من سهولة استخدامه ورخص تكلفته فضلاً عن انتشاره الواسع قيامه بأدوار مختلفة في الحياة البشرية، سواء تجارية أو اقتصادية أو معلوماتية أو سياسية أو عسكرية أو إيديولوجية، ومن هنا عملت دول العالم على تطوير استخدام مهارات الإنترنت والحواسيب كأدوات هجوم ودفاع واستخبارات وحروب نفسية. فقد أنشأت دول مثل الولايات المتحدة وبريطانيا وفرنسا وكوريا الجنوبية وروسيا وحدات خاصة في قواتها المسلحة مسؤولة عن الحرب الإلكترونية أو حرب المعلومات. وتجمع هذه الوحدات الخاصة ما بين العقل العسكري والمهارات التقنية التي تمكنها من الدفاع وصدّ الهجمات أو إحداث خسائر⁽¹⁾.

وبناء على ما سبق عملت العديد من الدول بشكل منظم مدروس على نشر الصور والرموز والجمل والهاشتاغات التي تحمل صيغاً دعائية تستخدم في حربها النفسية، سواء ان تلك الصور والرموز تم انتاجها بشكل مخطط له مسبقاً او انها انتجت بشكل عفوي من قبل افراد الجمهور لتكون ذات اهمية في نشرها ودعم نشرها لتحقيق اهداف الحرب النفسية، التي تعد سلاحاً أساسياً تستخدمه الدول في الحرب الحديثة فهي تقوم بدور فعال في قتل معنويات العدو وتحطيم ارادته وحمله على الاستسلام⁽²⁾.

وبحسب جوزيف ناي فان الحرب الناعمة (soft power) "هي القدرة على أن تحصل على ما تريد عن طريق جذب الآخرين وإقناعهم ليتبنوا الهدف نفسه الذي نتبناه"⁽³⁾. ويرى ناي ان إقناع الآخرين بأن يريدوا ما نريد، لن نضطرنا إلى إنفاق الكثير بتطبيق مبدأ العصا والجزرة لتحريك الآخرين في الاتجاه الذي يحقق مصالحنا⁽⁴⁾.

(1) امانى عاصم محمد، استخدام روسيا للقوة السيبرانية في إدارة تفاعلاتها الدولية، مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة اسوان، المجلد 22، العدد 4، اكتوبر 2021، ص 171.

(2) حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، القاهرة دار العالم العربي، 1977، ص 304.

(3) Joseph s. Nye, "Propaganda Isn't the Way: Soft Power ", the international Herald Tribune, 10 January 2003.

(1) Joseph S. Nye. Soft Power and the struggle Against terrorism. www. Project – syndicate. org. 6.7.2005.

ثانياً: أهداف تساؤلات الورقة البحثية

1. ما الكوميكس (Comics) وكيف يتم توظيفه في الحرب النفسية؟
2. ما الميمز (memes) وكيف يتم توظيفه في الحرب النفسية؟
3. كيف وظف الميمز والكوميكس في الحرب النفسية الأوكرانية ازاء الروس؟

ثالثاً: مفهوم الكوميكس (Comics) وتعريفه

يعد استخدام الرسوم والصور من أقدم وأشهر الطرق التي اعتمدها الانسان عبر الزّمان في سرد قصصه وأفكاره، ليحكي للاخرين أساطيره من الازمنة الغابرة وخيالاته الجميلة. فقد تنوّعت الطرق التي اعتمدتها البشرية في روايتها، كالكتب القصصية والرسوم المصورة والمانجا في يومنا هذا. فاستخدام الرسوم ليس بالشيء الجديد علينا لرواية الحكايات بمختلف تصنيفاتها. يُذكر انه في عام 1827 ميلادي نُشرت أول قصة مصورة باسم **(قصة السيد فيو بوا)** للكاريكاتيري **(رودولف توبفير)** الذي يُعد أول من ألّف وحدّد معالم القصص المصورة حتى تطوّرت ووصلت لشكلها الحالي والتي نعرفها اليوم باسم كوميكس (Comics)

في فترة ما قبل ظهور الأبطال الخارقين في معظم الأفلام وبرامج التلفزيون والرسوم المتحركة وألعاب الفيديو، كان من الصعب الحديث عن وجود كتب الكوميكس كما نعرفها اليوم، إلّا أنّ ولادة ذاك الفنّ (كما غيره من أنواع الفنون الأخرى) كانت وشيكة الحدوث، ومع وصول أجهزة الحاسوب والإنترنت، تم تكييفه ليتناسب مع متطلبات الزمن الجديد.

ويعد الكوميكس (Comics) فناً رسومياً جديداً وشكلاً من أشكال تعبير فنانيه عن العالم حولهم أو عن عالمٍ مختلفٍ من صنع خيالهم، يتحدثون فيه عن الخير والشر والأخلاق والبطولة وغيرها الكثير، كما يمكن أن يقدم الكوميكس رافداً يومياً من الدعابة والتسلية في مواجهة أسلوب الحياة الممل والمنظم، فقدرة الفنان على خلق الابتسامة هي إنجازٌ بحد ذاته.

يعرف الكوميكس بأنه **"فن القصة المصورة التي يرسمها فنان لسرد أحداث مترابطة في كادرات متتابعة من الصور، تدور حول أحداث سياسية أو اجتماعية، أو تكون قصة خيالية من نسج المؤلف، وتقدم شخصيات القصة بأنماط مختلفة من أساليب الرسم والتلوين حسب المدرسة الفنية لكل فنان"**.

ويهدف هذا الفن إلى توصيل رسالة سامية لتتویر الشعوب وتعليم النشء قيم الحق والعدل والخير والجمال، من خلال تجسيد صور لأبطال يهزمون قوى الشر، مع انها في الوقت الحالي اضحت معظمها تهدف الى الترفيه والإضحاك فقط، وهو القالب المنتشر بكثرة على مواقع التواصل الاجتماعي.

حديثاً انتقل فن "الكوميكس" من المجالات إلى صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، ليعرف باسم "الميمز"، أما مفهوم هذا المصطلح الإلكتروني فهو عبارة عن صور مركبة تحمل تعليقاً قصيراً وساخرًا، يحدد الفكرة المراد إيصالها، وأول انتشار عالمي له كان على «فيسبوك»، لتقديم النكات، وخصوصاً تلك التي تتناول المشاهير، سواء في الفن أو السياسة أو غيرهما.

مع بداية عام 2011 بات هذا النوع من التعبير ملاصقاً للحراك الذي انطلق في الشارع العربي، خصوصاً في تونس ومصر، حيث أصبحت وسائل التعبير البديلة للإعلام التقليدي الوسيلة الوحيدة أمام الشباب لتقديم أفكارهم.

تتنوع موضوعات رسوم "الكوميكس" وأحداثها تبعاً للاهتمامات الشخصية المختلفة، وتقدم فرصاً للضحك تمتد من المسلسلات والدعابة السياسية إلى الحقائق المختلفة والتاريخ. يقدم بعضها نوعاً من التفسير الضمني للحياة الواقعية. وتساعد كل الكوميكس في فهم طريقة تفكير شخص واحدٍ على الأقل في منطقة معينة، كما تساعد في توحيد الآراء والصفوف تحت سقف الحس الشخصي والوطني، السياسي والاجتماعي، الميول والتصورات.

الكوميكس هي كتابة القصص وسردها على شكل رسومات في قوالب حوارية ، بحيث يُجهز الزاوي قصته ويسردها للقارئ مع أشكال الشخصيات والحوارات بالكامل . فتُعتبر القصص المصورة أحد الفنون الأدبية متنوعة التصانيف بالرغم من اختلاف طريقة السرد فيها عن الكتب المعتادة ويُطلق عليها الفن التاسع. اتبع كل من أوروبا وأمريكا واليابان مسارات مختلفة لتقاليد القصص المصورة. حيث بدأ الأوروبيون تقاليد القصص المصورة مع رودولف توبفر السويسري منذ عام 1827. وبدأ الأمريكيون مع ريتشارد ف. أوتكولت في عام 1890 في قصته المصورة ذي يلو كيد أو الفتى الأصفر على الرغم من أن العديد من الأميركيين يعترفون بأولوية توبفر.

كان الظهور الأول للكوميكس الرقمي والمطبوع والروايات الفوتوغرافية بالتوازي مع الجيل الأول من الحواسيب، ومع مرور السنين باتت تلك الرسوم مصقولة أكثر فأكثر من حيث جودة الصور.

بدأ صانعو الكوميكس باستخدام تقنية الـ(3D) وتأثيرات الفوتوشوب الأولى، وشاركوا أعمالهم عبر الأقراص المضغوطة (CD-ROMs) قبل وضعها على الشبكة العنكبوتية. ما أدى إلى انتشار وسم "ويب كومكس" على الإنترنت. وقاد حضور رسامي الكوميكس الافتراضي هذا إلى تأسيس أعمالٍ مخصصةٍ كاملةٍ، وجوائزٍ ومجموعات ويب كومكس مستقلةٍ بذاتها.

فيما يتعلق بالفن المعاصر، وجدت شخصيات الكوميكس المحببة موطئاً في الحركة الفنية الصاعدة التي ربما تعكس طبيعة الأغلبية، وقد تم تجسيد مفهوم البطل الخارق في الفن الحضري أو فن الشوارع (Urban Art) بمجرد بدء الفنانين بتصوير الشوارع، ما زود هذه الرسوم المتحركة بطريقةٍ جديدةٍ للوصول إلى جمهورٍ عريضٍ، وبهذه الطريقة امتلك كلٌّ من فن الشارع وكتاب الكوميكس ذلك الجانب المتمرد والاندفاع لوجودٍ حرٍّ في العالم بين الناس وعلى الطرقات.

وكان لليابان تاريخ طويل من الرسوم المصورة الساخرة والكوميديا قبل الحرب العالمية الثانية. في بداية القرن التاسع عشر قام الفنان هوساكي اوكيوو بتعميم المصطلح الياباني "مانجا" للإشارة إلى الرسوم المتحركة والقصص المصورة، أما في فترة ما بعد الحرب ازدهرت القصص المصورة اليابانية بعد إنتاج أوسامو تانزا لمجموعة غزيرة من الأعمال.

اتجهت هذه التقاليد الثلاثة في القرن العشرين إلى كتب ومجلات القصص المصورة. فسميت باليوم القصص المصورة في أوروبا، وبالتانوبون في اليابان، وبالروايات المصورة في الدول المتحدثة باللغة الإنجليزية. ولكن رأى التاريخيون أن الرسوم المصورة قد بدأت قبل ذلك في كهف لاسكو في فرنسا والتي تظهر تسلسلا في السرد، كما وجدت في الهوليفرغرافية المصرية وعمود تراجان في روما ونسيج نورمان من القرن الحادي عشر وفي أعمال مايكل آنجلو في كنيسة سيستين ونقوش ويليام هوقارث التي تعود للقرن السابع عشر وغيرها الكثير.

والكوميكس أداة للتعبير عن الأفكار باستخدام الصور والأحداث المتتالية تستخدم مجموعة من الأدوات النصية للتعبير عن الأفكار والإشارة إلى الحوار، وذلك مثل: بالونات الكلام والتعليقات والمحاكاة الصوتية والسرد وتجسيد الأصوات وغيرها من الأدوات. كما أن حجم وترتيب الأحداث في الصفحة الواحدة يسهم في سرعة السرد.

الرسم الرقمي هو الوسيلة الأكثر شيوعاً لإنتاج القصص المصورة، بينما تستخدم القصص المصورة من نوع "الفيوميتي" الصور الفوتوغرافية للإنتاج.

من أشكال "الكوميكس" الشائعة: أشرطة الكوميكس والرسوم الهزلية والكتب المصورة، وفي أواخر القرن العشرين شاعت مجلدات القصص المصورة والرسوم اليابانية "تانكوبون"، وفي القرن الواحد والعشرين شاعت "الويب كوميكس" أو القصص المصورة على الإنترنت.

رمزت القصص المصورة في بدايات ظهورها لقلة الثقافة ولكن في نهاية القرن العشرين وجدت قبولا أكبر من المجتمع والأوساط الأكاديمية.

ومع أن مصطلح كوميكس مستمد من الكوميديا الهزلية التي انتشرت في الصحف الأمريكية، إلا أنه أصبح يطلق أيضاً على الأعمال غير الكوميديّة.

ومن الشائع في اللغة الإنجليزية أن يشار إلى القصص المصورة بأسمائها المتعارف عليها في لغاتها الأصلية، فمثلاً: تستخدم المانجا للإشارة للقصص المصورة اليابانية وللإشارة للقصص المصورة الفرنسية .

رابعاً: مفهوم الميمز (memes) وتعريفه

يمكن اعتبار الميمز ثيمة، تشمل العبارات البسيطة أو الإيماءات. قد يكون ميمز الإنترنت على شكل صورة، رابط تشعبي، فيديو، صور، موقع، أو هاشتاج. أو مجرد كلمة أو عبارة، بما في ذلك المتعمد إملائياً. هذه الحركات الصغيرة تميل إلى الانتشار من شخص لآخر عن طريق الشبكة الاجتماعية أو المدونات، أو البريد الإلكتروني، أو مصادر الأخبار. قد يكون لها علاقة بثقافات الإنترنت الموجودة والمتنوعة أو ثقافة فرعية، كثيراً ما تنشأ أو تنتشر على مواقع مثل 4شان، رديت وغيره الكثير. تميل البدع والأحاسيس إلى النمو بسرعة على شبكة الإنترنت، وذلك لأن الاتصالات الفورية تسهل انتقال الكلمات المحكية.

يعرف الميمز بأنه "تلك الصور الرائجة التي تم تصميمها بحيث تحتوي على نصٍ ما، كما وتمتاز بأن لها طابعاً فكاهياً خفياً وبوجود حكاية مرتبطة بأصل الصورة المستخدمة، لذلك احذر قبل أن ترسل إحداها لجميع من يعملون معك".

حديثاً انتقل فن "الكوميكس" من المجالات إلى صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، ليعرف باسم «الميمز»، أمّا مفهوم هذا المصطلح الإلكتروني فهو عبارة عن صور مركبة تحمل تعليقاً قصيراً وساخراً، يحدد

الفكرة المراد إيصالها، وأول انتشار عالمي له كان على "فيسبوك"، لتقديم النكات، وخصوصاً تلك التي تتناول المشاهير، سواء في الفن أو السياسة أو غيرهما.

مع تطور واتاحة وسائل التواصل الاجتماعي، استطاعت رسوم "الكوميكس" إيجاد حيز لها في العالم الرقمي بحلة جديدة، وتحت مسمى "الميمز". كما استطاعت تحطيم قيمتها الفنية الحقيقية، من رواية الأحداث بشكل كادرات متتابعة توصل رسالة معينة، إلى كونها مجرد رسوم وصور ساخرة تحقق أرقاماً غير مسبوقة في نسب مشاهدتها.

وأصبحت الميمز بالنسبة لمشاهديها متفصلاً لهم بعيداً عن ضغوط الحياة اليومية، من خلال تداول هذه الصور فيما بينهم. وأصبحت هذه المواقع مسرحاً حراً لمشاهير هذا النوع من الفن، ينشرون في صفحاته صوراً مستوحاة من أفلام كوميدية أو تصريحات لإحدى الشخصيات العامة، والتعليق عليها في قالب كوميدي.

ومن الممكن تعريف الميم بأنه **"منشور على الشبكة العنكبوتية له شكل محدد قد يكون على شكل صورة، رابط تشعبي، فيديو، موقع، أو هاشتاج أو صوت أو مجرد كلمة أو عبارة ويحمل في طياته تعبيراً أو تلميحاً تجاه قضية أو موضوع ما ولكن بشكل كوميدي ومرح وساخر"**، ويتم تداول الميمز عادةً بين فئة الشباب بل ومن خلاله يعبر الشباب أن ألامهم والعقبات التي تواجههم في الحياة، وعند تصفح أي تطبيق تواصل اجتماعي، تيك توك على سبيل المثال سنجد الألاف من مقاطع الميمز المنشورة، والتي تتناول موضوعاً ما أو تسخر من شيء ما.

ويتميز **"الميمز" بأنه فيروسي الانتشار**، أي سريع وقوي الانتشار **لاسيما إذا كان يتمحور حول موضوع يشغل الرأي العام**، ويستخدم المتخصصون بالتسويق الميمز للترويج والدعاية للمنتجات والخدمات، وعلى نفس النهج، يستخدم أصحاب **الأيدولوجيات**، الميمز لنشر عقائدهم وما لديهم من أفكار وأجندات، ومن خلال بحث بسيط ستجد الكثير من الميمز على الإنترنت التي تلمح أو تشير لأيدولوجيا معينة، إذ أصبحت **"الميمز"** جزءاً لا يتجزأ من الحرب النفسية والفكرية في الفضاء الرقمي وقوة ناعمة يمكن توظيفها لتحقيق مصالح وغايات.

خامساً: توظيف الميمز والكوميكس في الدعاية والحرب النفسية

1. الميمز والكوميكس والادلجة

كلمة أدلجة مشتقة من الكلمة اليونانية أيديولوجيا، والتي تعني بشكل مباشر علم الأفكار، وعرفها البعض بأنها "منظومة التصورات والاعتقادات والنظريات، التي تبنى عليها حياة الأفراد والمجتمعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية"، وللايديولوجيا تعريف آخر وهو أنها "منظومة الأفكار التي يؤمن بها أي شخص وتعكس نظراته لنفسه وللآخرين"، إلا أن التعريف الأكثر تكاملاً يحدد الأيديولوجيا بأنها "النسق الكلي للأفكار والمعتقدات والاتجاهات العامة الكامنة في أنماط سلوكية معينة"

اما عملية الأدلجة فهي "ترسيخ مجموعة من القيم والمفاهيم والأفكار والرؤى المرتبطة بأيديولوجيا معينة بعدة صور وأشكال باتجاه شخص أو مجموعة بغية جعل هذا الفرد أو المجموعة ممن يؤمن بهذه الأيديولوجيا". ويمكن القول كذلك، بأن الأدلجة هي "القيام بضخ مجموعة من القيم والمفاهيم والأفكار والرؤى المرتبطة بأيديولوجية معينة بعدة صور وأشكال (مثل الإعلام) باتجاه شخص أو مجموعة، بغية جعل هذا الفرد أو المجموعة ممن يؤمن بهذه الأيديولوجيا مما ينتج في النهاية عن القيام بأعمال مرتبطة بهذه الأيديولوجيا". وهذا ما يعني قيادة الاشخاص الى تأثيرات سلوكية وليس معرفية وعاطفية فقط

في الماضي كانت الأدلجة عملية معقدة وصعبة، لكن مع التطور الرقمي ظهرت أدوات جديدة حذت من صعوبتها، فبات من السهل الترويج لأي فكرة أو معتقد باستخدام الميمز، إن أضفاء صبغة كوميدية تجعل من السهل على الفرد أن يتقبل الأفكار المعقدة والمخالفة له، وغالباً يتم ذلك حتى دون علمه وتتمر تلك الأفكار لعقله الباطن وسرعان ما يظن فيما بعد أنها أفكار عادية ولا ضرر منها ولا تمثل بالنسبة له تهديداً وجودياً يمس فكره وثقافته ومعتقداته، لأنها ارتبطت ارتباطاً شَرْطِيّاً بالكوميديا والضحك، فيصبح فيما بعد متقبلاً أو على الأقل غير غاضب منها ومستكراً لها.

2. الحرب النفسية والناعمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يقول الجنرال والخبير العسكري والفيلسوف الصيني الذي كتب مجموعة من المقالات العسكرية الإستراتيجية، حملت اسم كتاب (فن الحرب) صن تزو "من الأفضل مهاجمة تفكير العدو، بدلا من البدء بشن الهجوم على مدنه المحصنة"

ويُعد الكولونيل بلاو أول من وضع أسس الحرب النفسية وذلك عام 1935، إذ كان يشغل منصب رئيس المعمل النفسي في وزارة الدفاع، بينما كان أول ظهور لهذا المصطلح بشكل رسمي على يد الأمريكي لينبارجر سنة 1954 حيث يقول **إنها الاستخدام المنظم للدعاية والتدابير الإعلامية المقاربة بهدف التأثير في آراء وعواطف فئات الأجانب في البلدان المعادية من أجل تحقيق أهداف السياسة القومية أو الأهداف العسكرية، بينما تعرّفها وزارة الدفاع الأمريكية البنتاغون بأنها استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة من الدول للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية التي تستهدف جماعات معادية أو محايدة أو صديقة بغية التأثير على آرائها واتجاهاتها وسلوكها بطريقة تساعد الدول المستخدمة لهذا المخطط على تحقيق سياساتها وأهدافها ومصالحها، ويمكن القول كتعريف إجرائي بأنها حملة شاملة تُستعمل فيها كل الأدوات المستطاعة وكل الأجهزة للتأثير في عقول جماعة محددة بهدف تهديم قنوات معينة وإحلال أخرى في مكانها تتماشى مع مصالح الطرف الذي يشن الحملة.**

سادساً: توضيف الميمز والكمكس في الحرب الناعمة الأوكرانية ازاء روسيا

الحرب في أوكرانيا ليست بالأسلحة النارية فقط، فهناك حرب أخرى تدور رحاها بين موسكو وكيف والسلاح فيها هو الكلمات، تعرف بالحرب النفسية. ولا تدخر الحرب النفسية أي سلاح إعلامي في مواجهة العدو، فهي تسخر الأخبار والشائعات والسخرية وحتى الأكاذيب من أجل تحطيم معنوياته ورفع معنويات الجنود والسكان. **وسنستعرض نماذج من استخدام "الميمز" و "الكومكس" في الحرب الناعمة الأوكرانية ازاء روسيا:**

1. النموذج الاول



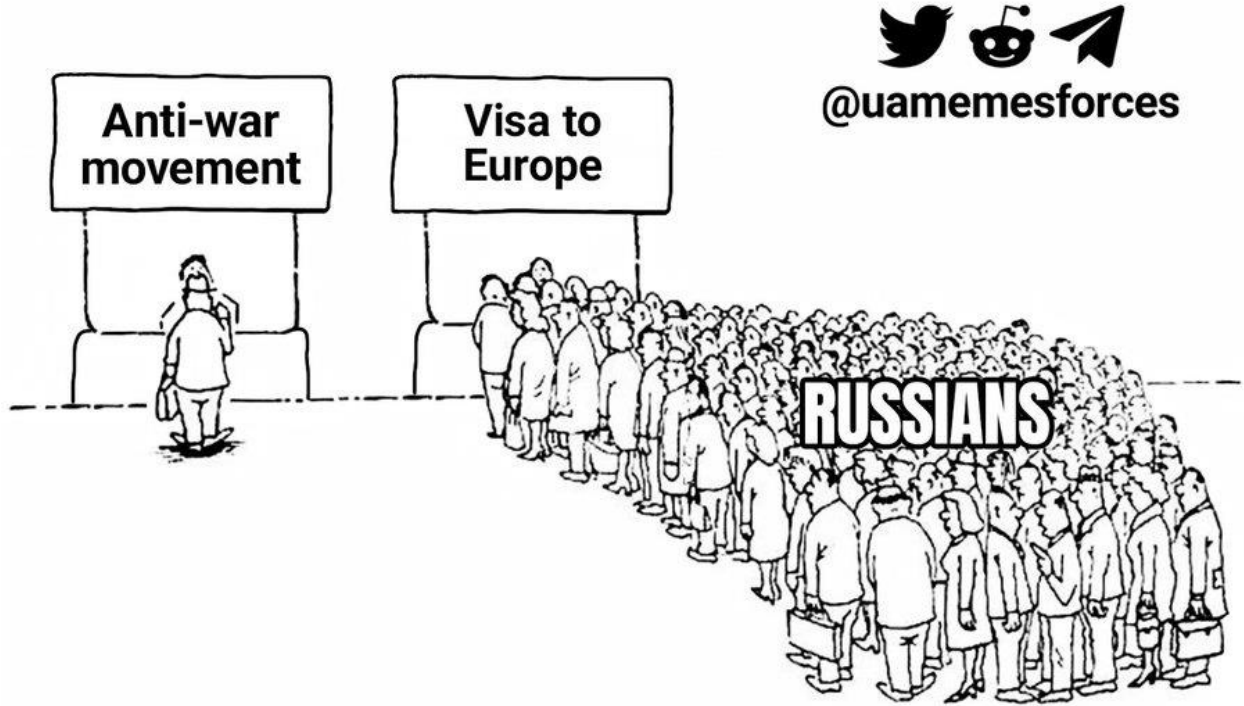
ميمز منتشر على طراز واسع يشير الى الدهشة او الفرح على وجه السياسي الامريكي والمرشح اكثر من مرة "بيرني ساندرز" والمتصاعدة تدريجياً مع تراجع طرز الدبابات الروسية المشاركة في الحرب الاوكرانية تقنياً رجوعاً الى طراز تي 34 التي شاركت في الحرب العالمية الثانية

2. النموذج الثاني



ميمز منتشر على طراز واسع يشير الى كون الاتحاد السوفيتي ووريثها جمهورية روسيا الاتحادية "الوريث للاتحاد السوفيتي" مكانه في سلة المهملات بالمقابل يستخدم نفس الملصق بشكل ايجابي عن اوكرانيا

3. النموذج الثالث



ميمز منتشر على طراز واسع يشير الى رغبة المواطنين الروس بشكل كبير جداً في الحصول على تأشيرات دخول الى الاتحاد الاوروبي بدلاً من الانخراط في جهود معارضة الحرب الاوكرانية

4. النموذج الرابع



ميمز منتشر على طراز واسع يشير الى ان شبح الموت المتمثل بالتدخل الروسي في اوقات سابقة بسوريا واوكرانيا وجورجيا كان مصيره سفك الدماء لحين الوصول الى اوكرانيا الوقت الحالي الذي فاجئ الروس بصواريخ جافلين الامريكية المضادة للدروع

5. النموذج الخامس



How it started



How it's going



ميمز منتشر على طراز واسع يشير الى ان بدء الحرب الروسية على اوكرانيا للطرفين اخذ منحى متضاد في التجهيز العسكري حيث ان روسيا انتهت الى استخدام دبابات تي 34 التي يعود صنعها الى عام 1940 في حين أن اوكرانيا انتهت الى استخدام صاروخ ستورم شادو الاوروبي المتقدم للغاية

6. النموذج السادس



ميمز منتشر على طراز واسع يشير الى لعب الرئيس الروسي دور الضحية امام وسائل الاعلام بعد ان بدء في المقام الاول بالهجوم على اوكرانيا وقامت الاخيرة باللسع "كالنحل" رداً على اعتداء موسكو

7. النموذج السابع



ميّز منتشر على طراز واسع يشير الى حادث غرق طراد الصواريخ "موسوكفا" السفينة الروسية الاولى في اسطول البحر الاسود بعد استهدافها من قبل القوات الاوكرانية في معركة جزيرة الثعبان وكون الرئيس الروسي هو المسؤول عن الحرب فأنه يناظر قبطان موسوكفا الذي قادها للغرق