فن "الويبكوميكس" وتأثيرات البيئة الرقمية في مواقع الصحف المصرية: دراسة تحليلية شبه سيميائية

د. سعيد محمد الغريب النجار (*)

مقدمة:

يركز هذا البحث على دراسة الوسائط الكوميدية في مجال الوسائط أو البيئة الرقمية، ويأتي إلحاقا لبحث سابق قمت به وتناول فن الرسوم الكاريكاتورية في البيئة الرقمية، ولما كان الكاريكاتور هو أحد شقي الفنون الساخرة في العمل الصحفي، يأتي هذا البحث لأجل دراسة الشق الثاني للفنون الساخرة وهو فن الويبكوميكس Webcomics، الذي يشير كما سيتضح لاحقا إلى الرسوم الساخرة التي تعتمد آليات الإنتاج والتوزيع الرقمي بشكل كامل.

ويعد الويبكوميس أحد الوسائط الكوميدية الحديثة التي أفرزتها البيئة الرقمية، والتي يتم إستخدامها غالبا لأجل التنفيس عن الغضب في شكل كوميدي، وقد شهدت مؤخرا كافة مواقع التواصل الإجتماعي بجميع أشكالها إستخداما مكثفا لفن الويبكوميكس، وبخاصة من قبل الشباب الذي أصبح يستخدم رسوم الويبكوميكس من خلال التهكم والسخرية، من أجل التعبير عن غضبهم وسخطهم من بعض القضايا أو الأشخاص في المجتمع، فضلا عن إستخدامه للتعبير عن الرأي والاحتجاج والاعتراض على ما يحيط بهم من أفكار أو سياسات أو ظواهر أو أحداث لا تروق لهم من وجهة نظرهم الخاصة.

ولذلك يتشابه فن الويبكوميكس مع فكرة الكاريكاتور إلى حد كبير، مع إختلافات طفيفة فيما بينهما، من حيث المكونات وطرق العرض، فكلاهما يجتمعان فى التعبير الساخر عن الحالة السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها، ولكن يلجأ الشباب للويبكوميكس لسهولة تصميمه، على عكس الكاريكاتور الذي لا يقوى على إنشائه وتصميمه سوى الرسامين المحترفين لهذا الفن، فضلا عن تميز رسوم الويبكوميكس عن الرسوم الكاريكاتورية فى سرعة انتشارها وشعبيتها الكبيرة بين الشباب، بما يمكنهم من نقل ردود أفعالهم وآرائهم إزاء كافة القضايا.

وعلى الرغم من تزايد شعبية فن الويبكوميكس، لكن يبدو أن هناك نقصا ملحوظا في مدى الإهتمام بهذا الفن الحديث من قبل فناني الكوميكس Comics وباحثي الإنترنت للوقوف على سمات فن الويبكوميكس وتحليله من جوانبه وأشكاله المختلفة. وقد بذلت بعض المحاولات في الدراسات الأجنبية[1] حول الويبكوميكس لكنها جاءت

---

* أستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.

نظرية في أغلب الأحوال، ولكن حتى الآن، لم يبذل أي باحث معروف جهدا جادا لتحليل الويبكوميكس كنظام أو وسيلة إعلامية لصنع المعنى بنفس الطريقة التي تم بها تحليل رسوم الكوميكس من قبل المنظرين مثل Will Eisner, Scott McCloud or Thierry Groensteen.

وقد وجدت رسوم الكوميكس الرقمية عموما Digital Comics موطنها وتوزيعها في إطار التقنيات القائمة على أساس الحاسوب والبيئة الرقمية وعبر شبكة الإنترنت، ومثل وسائل التعبير الفني الأخرى المشابهة (ألعاب الفيديو، على سبيل المثال)، فقد تعرضت رسوم الكوميكس الرقمية إلى شكوك كثيرة من العلماء والجمهور على حد سواء باعتبارها شكلا أقل تأثيرا من الأدب أو الفن، ويرجع ذلك في الغالب إلى وجود شعور سائد بأن هذا الفن يتوجه عادة إلى جمهور غير ناضج كالأطفال.(2)

ومع ذلك وعلى مدى القرن الماضي، تمكنت رسوم الكوميكس من إنتاج بعض الأعمال البارزة في الفن والأدب، والتي مكنتهم من الاقتراب كثيرا إلى المعايير والقواعد الحاكمة لفنون الخيال كالنثر والسينما. فعلى سبيل المثال، كانت الحركة الساخرة والمؤثرة اجتماعيا Underground Comix movement، التي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الستينيات وسبعينات القرن الماضي، قد تمكنت من تبديد فكرة أن الكوميكس هو كوميديا "صبيانية" أو "تافهة" وذلك من خلال توفير محتوى مركب بالكوميكس يناسب البالغين.

وبالمثل، فإن ظهور مصطلح الرواية الرسومية أو المصورة Graphic Novel، والتي تجسدت في أعمال كثير من الفنانين مثل "Will Eisner" و "Alan Moore"، قد أظهرت أن فن الكوميكس يمكن أن يُقاس ويدرس مثل الأعمال الأدبية التقليدية من حيث جدية المحتوى وجمالية وتكوين الشكل. كما كان هناك أيضا كثير من علماء الكوميكس، الذين كانت لهم محاولات علمية في التنظير وتحليل المبادئ والأسس، والخصائص، والعناصر الرسومية في الكتب المصورة، وفي مقدمة هؤلاء علماء ومنظرون مثل "Will Eisner, 1996 ؛1985"، "Scott McCloud, 2000 ؛1993" "Thierry Groensteen, 1999" الذين قدموا دراسات تفصيلية حول الطرق التي يمكن من خلالها قراءة وتفسير رسوم الكوميكس والفنون الرسومية الأخرى، يمكن وضعها جنبا إلى جنب مع الإنتاج الثقافي المعاصر.(3)

ورغم أن دراستنا هذه تدخل في مجال دراسات الكوميكس Comics Studies، إلا أن نقطة اهتمامها الرئيسية لن تكون الكتب والقصص المصورة في حد ذاتها، او النسخ الرقمية منها، أوالشرائط الرسومية الهزلية أو مجلات الكوميكس، التي أخذت طريقها إلى شاشات الكمبيوتر بعد حدوث الثورة الرقمية في النصف الثاني من القرن العشرين. فرغم ظهور كل أشكال الكوميكس عبر الإنترنت، إلا أنها لا تزال تشبه في

شكلها حالتها الأولي المطبوعة، وما حدث هو فقط إعادة نسخها على شاشة الكمبيوتر، ومع ذلك، ومع مرور الوقت وبعد ما أصبحت تكنولوجيا الحاسوب أكثر تقدما وعرضت إمكانات أكثر إبداعا، بدأت فنون الكوميكس تتطور هي الأخرى وتتفرع إلى اتجاهات مختلفة.

ولذلك يمكن للمرء أن يفرق بين فئتين أساسيتين من رسوم الكوميكس الرقمية: الأولى هي تلك الرسوم التي تم تصميمها بهدف طباعتها، والتي تستخدم في الوقت نفسه التوزيع الرقمي كدعم وترويج لأنواع الكوميكس المصورة؛ اما الفئة الثانية فهي الرسوم التي صُممت بواسطة التقنية الرقمية وبهدف العرض الرقمي، بحيث يكون استخدام الإنترنت والتكنولوجيات القائمة على الحاسوب بمثابة المنتج والمضيف الرئيسي ومنصة التوزيع الأساسية، وهذه الفئة أو النوعية من الرسوم الساخرة الرقمية والتي تُعرف في الكتابات الأجنبية بالويبكوميكس، هي التي تُمثل موضوع هذه الدراسة.

ولذا، فإن دراستنا هذه سوف تهتم بتحليل الفئة الثانية وهي رسوم الويبكوميكس، تلك التي كانت عند إنشائها موجهة فقط للوسائط الرقمية، والتي تتعامل مع/ واستفادت من خصوصيات التكنولوجيا الجديدة التي توجد بها، والتي تستخدم هذه الخصائص للوسائط الرقمية، لأجل خلق تأثيرات سردية وجمالية غير ممكن تحقيقها في الكوميكس الذي أعُد خصيصا للطباعة، ثم بعد ذلك تم نشرها عبر الإنترنت.

وتُعد هذه الدراسة من أوائل الدراسات العربية التي تتناول هذا الفن الجديد، ونود أن تساهم في إلقاء الضوء على فن الويبكوميكس، وتوضح كيفية تقييم الويبكوميكس كوسيلة جديدة تعتمد على الشاشة، وقائمة في الأساس على القص البصري الذي تشاركه فيه جميع رسوم الكوميكس المعروفة.

مشكلة الدراسة:

حتى الآن، تمت دراسة رسوم الويبكوميكس في الغالب من حيث أيديولوجيات الإنترنت مثل الثقافة التشاركية أو المصدر المفتوح اللانهائي. ولكن ليس هناك الكثير من الدراسات التي ركزت على دراسة الويبكوميكس كوسيلة جديدة لصنع الكوميديا، ولذا فهي في حاجة إلى دراستها كفن مستقل في حد ذاته، بما يتناول الجوانب المختلفة لهذا الفن شكلا ومضمونا، إلى جانب دراسة رسوم الويبكوميكس على أنها شكل جديد تطور عبر تقنيات الويب الرقمية بما يجعله مختلفا عن فن الكوميكس التقليدي.

وعليه تتمثل مشكلة الدراسة الأساسية في الكشف عن تأثير التزاوج بين فن الكوميكس والبيئة الرقمية، أي التزاوج بين وسائط الكوميديا والوسائط الرقمية، وكيف نتج عن هذا التزاوج فن جديد عُرف في الكتابات الأجنبية بفن الويبكوميكس، ومن ثم السعي لاستكشاف ملامح هذا الفن الجديد في مواقع الصحف المصرية، وكيف إنعكست تأثيرات البيئة الرقمية على رسوم الويبكوميكس بمواقع الدراسة،

وذلك من خلال تحليل رسوم الويبكوميكس بهذه المواقع من حيث الشكل والمضمون، إلى جانب التحليل السيميائي للرموز اللغوية والبصرية وأساليب التعبير الفني، وغيرها من المتغيرات المتضمنة في عناصر الشكل والمحتوى لرسوم الويبكوميكس.

أهمية الدراسة:

تتخذ هذه الدراسة أهميتها من عدد من العوامل أهمها ما يلي:

1) أن ظاهرة أو فن الويبكوميكس تتسم بالحداثة فهي تمثل حدثا جديدا إلى حد كبير، وهي تعد أيضا نموذجا للروايات البصرية التي تدمج خصائص مضامين إعلامية أخرى بما في ذلك الرسوم المتحركة والألعاب الفيديوية.

2) إن دراسة الويبكوميكس على وجه الخصوص تحظى بأهمية كبيرة، لأنها يمكن أن تقدم نظرة ثاقبة على الحالة الراهنة لهذا الفن الجديد عبر وسائل الإعلام الرقمية، والتقنيات السردية المستخدمة، ووسائل التفاعل بين الجمهور والرسوم، وغيرها من المكونات الأخرى المرتبطة بهذا الفن الجديد شكلا ومحتوى.

3) النقص الملحوظ في مدى الإهتمام بهذا الفن الحديث من قبل فناني الكوميكس وباحثي الإنترنت، ومن ثم ندرة الدراسات الأجنبية والعربية على وجه الخصوص التي تناولت فن الويبكوميكس رغم تزايد شعبية هذا الفن الجديد على الإنترنت ومواقع التواصل الإجتماعي.

4) إن رسوم الويبكوميكس ليست كرسوم الكوميكس التقليدية التي تخاطب الأطفال بصفة أساسية وتركز على المضمون الطفولي وتهدف إلى التسلية والترفيه بدرجة كبيرة، إذ تأتي رسوم الويبكوميكس كي تخاطب البالغين والأطفال وكل الأعمار، وتتناول كل المضامين السياسية والاقتصادسة والرياضية وغيرها من المضامين الجادة، بهدف توجيه النقد اللاذع في شكل كوميدي إلى كافة الشخصيات والقضايا.

5) على الرغم من أن هذه الدراسة لا يمكن أن يُنظر إليها على أنها تحليل كامل لكل جوانب الويبكوميكس، فإنه يمكن استخدامها كنقطة انطلاق لمزيد من البحوث في هذا المجال، وكمنطلق للباحثين لإضافة المزيد من البحوث الأكاديمية في مجال دراسات الرسوم الهزلية الساخرة كوسيط يستفيد من نظريات الثقافة الرقمية وتقنياتها المتعددة.

أهداف الدراسة:

تتمثل الأهداف الرئيسية للدراسة في هدفين أساسيين هما: الكشف عن تأثيرات البيئة الرقمية على فن الويبكوميكس بمواقع الدراسة، إلى جانب تحليل رسوم الويبكوميكس من حيث الشكل والمحتوى وبعض الجوانب

السيميائية أو السيميولوجية. ويتحدد ذلك تفصيلا في مجموعة الأهداف التالية:

1) التأصيل النظري لفن الويبكوميكس ومناقشة المفاهيم الأساسية لأنواعه وأشكاله المختلفة وسماته الأساسية.

2) رصد وتحليل مدى اهتمام واعتماد مواقع الدراسة على فن الويبكوميكس، فضلا عن رصد وتحليل أنواع الويبكوميكس وأشكاله وعناصره البنائية المختلفة.

3) رصد وتحليل تأثيرات البيئة الرقمية بإمكاناتها الكبيرة على معالجات فن الويبكوميكس، وبخاصة فيا يتعلق بسمات المعالجة الإخراجية لعناصر الويبكوميكس البصرية واللغوية، وكيفية الاستفادة من سمات التفاعلية بالويبكوميكس.

4) رصد وتحليل مضمون رسوم الويبكوميكس للكشف عن سمات المحتوى من حيث: المصدر، وطبيعة اللغة المستخدمة، ونوعية المضامين والأشخاص ونطاقها الجغرافي، فضلا عن اتجاهات المضمون إزاء القضايا والأحداث والأشخاص التي يتناولها الويبكوميكس بمواقع الدراسة.

5) التحليل السيميائي لشكل ومحتوى الويبكوميكس للكشف عن: أهم الرموز البصرية واللغوية، وأساليب التعبير الفني، وآليات السخرية والإضحاك، وأساليب الإقناع.

تساؤلات الدراسة:

في إطار الأهداف السابقة، تسعى الدراسة إلى الإجابة على عدة تساؤلات أساسية، تتمثل في الآتي:

1) ما الفروق الأساسية بين مفاهيم: الكوميكس والويبكوميكس وأنواعه وأشكاله المختلفة.؟

2) إلى أي مدى تهتم مواقع الدراسة بفن الويبكوميكس، وتعتمد عليه كأحد الفنون الصحفية في نقلها للقضايا والأحداث اليومية.

3) كيف أثرت البيئة الرقمية في استخدام الويبكويكس فيما يتعلق بأشكاله وأنواعه وعناصر بنائه المختلفة بمواقع الدراسة.؟

4) كيف بدت تأثيرات البيئة الرقمية على معالجات فن الويبكوميكس، وبخاصة من حيث المعالجات الإخراجية المختلفة لعناصر بناء الويبكوميكس شكلا ومحتوى.؟

5) هل جاءت رسوم الويبكوميكس بالمواقع مُجهلة أم معلومة المصدر؟ وما المصادر التي اعتمدت عليها في رسوم الويبكوميكس التي نشرتها المواقع.؟

6) ما السمات التي ميزت محتوى الويبكوميكس بمواقع الدراسة من جيث: طبيعة اللغة ونوعية المضمون واتجاهه ونطاقه الجغرافي.؟

7) كيف نجحت الرسوم سيميائيا في استخدام وتوظيف: الرموز اللغوية والبصرية، وأساليب التعبير الفني، وآليات الإضحاك والسخرية وأساليب الإقناع الواضحة في رسوم الويبكوميكس بمواقع الدراسة.؟

الإطار المعرفي للدراسة:

نظرا لحداثة موضوع هذه الدراسة، وندرة الدراسات والكتابات العربية على وجه الخصوص حول الويبكوميكس، نعرض في هذا الجزء المعرفي من الدراسة بالتأصيل والتحليل النظري لمفاهيم: الكوميكس والويبكوميكس والويبكوميكس المحسن أو التفاعلي، بما يلقي الضوء على الجوانب المختلفة لفن الويبكوميكس وعلاقته بفن الكوميكس التقليدي، وذلك في الحدود التي يسمح بها الحجم المفترض لهذه الدراسة، ونعرض لذلك في الآتي:

1) مفهوم الكوميكس:

لا يزال مصطلح **الكوميكس Comics** مرتبطا إلى حد بعيد بفكرة الكتب المطبوعة التي تحمل القصص المصورة أو الشرائط الهزلية التي تحتوي بدورها على صور ملونة وفقاعات أو بالونات للكلام المصاحب، حيث يقاتل الأبطال الخارقون وعادة ما تنتهي القصة بهزيمة "الأشرار". ويعد هذا النوع من القصص الخارقة أو الخيالية هو الأكثر إنتشارا على الأقل في الولايات المتحدة، وقد ساعد ذلك على تعميم هذا النوع من الكوميكس وإنتشاره في أرجاء العالم. وقد أشار بعض الباحثين الكوميديين إلى أن رسوم الكوميكس هذه قد عُرفت خطأً في كثير من الكتابات بأنها نوع من الأدب أحيانا، ونوع من الأفلام أحيانا أخرى، وقد تم توجيه ذلك إلى الرأي العام من خلال الادعاء بذلك.(4)

ويؤكد "إيرن لاكور" "Erin La Cour, 2015" في إحدى دراساته على تطور مفهوم الكوميكس وتوسعه مع مرور الوقت، بحيث أصبح من الصعب إيجاد تعريف واحد يمكن أن يمثل بأمانة جميع أنواع الكوميكس المختلفة. وقد بدأ الكوميكس بالشكل المطبوع، ثم تم نشر الكوميكس المطبوع عبر الإنترنت، وصولا إلى الويبكوميكس، وانتهاء بالويبكوميكس التفاعلي. (5)

واقترح "ويل إيسنر" Will Eisner تعريفا واسعا إلى حد ما لمصطلح الفن المتسلسل Sequential Art، والرواية أو القصص الرسومية graphic

storytelling، والذي يعتبر أساسا لفن الكوميكس، ويرى "إيسنر" أن الفن المتسلسل هو وسيلة للتعبير الإبداعي، والانضباط المتميز، ونوع من الفن والأدب الذي يتعامل مع ترتيب الصور أو الصور والكلمات لأجل رواية قصة أو فكرة معينة. ويتضح من ذلك أنه لم يستخدم على وجه التحديد مصطلح الكوميكس، بل استعاض عنه بمصطلح "الفن المتسلسل".

ولعل ما يثير الاهتمام في هذا التعريف هو أن "إيسنر" يعتبر هذه الإبداعات "فن" و "شكل أدبي"، ويبدو أن فهمه للكوميكس أو الفن المتسلسل بشكل عام، يرتبط ارتباطا وثيقا بمجال الأدب، ويبدو أنه يعتبر الكوميكس مجرد شكل وفئة فرعية، بدلا من وسيلة في حد ذاتها. هذا هو السبب في أن تعريفه، على الرغم من أنه نقطة انطلاق جيدة، قد ناله النقد بشكل عام من قبل علماء الكوميكس، مثل "ماكلود 1993" و"ميسكين 2007" و"غرونستين 1999".[6]

وبدلا من "الشرائط المصورة"، يصف البعض رسوم الكوميكس بأنها "سلسلة من الصور المنفصلة"، والتي "تحتوي على الصور أكثر من النص" وتحتوي على "قصة أخلاقية وموضوعية"، وبذلك فإن الكوميكس يعد فنا بصريا في الأساس، كما أن هذا المفهوم يستبعد أيضا من تعريف الكوميكس الرسوم التي تحتوي على صورة أو لوحة واحدة فقط، إذ لابد أن تكون سلسلة صور منفصلة، كما أنه يقتصر أيضا على الرسوم التي تحتوي فقط على قصة أخلاقية وموضوعية. وبذلك فإن هناك العديد من المداخل المختلفة للكوميكس، لكنها جميعا لا تضعه في مصاف العمل الأدبي من حيث ما يمكن القيام به، فالكوميكس بطبيعته الهزلية شيء مختلف عن الأدب ومنفصلا عنه.[7]

وتختلف نظرة " سكوت ماكلود" للكوميكس عما سبق، من حيث أنه يتحدث عن الكوميكس بشكل منفصل دون الاستعانة بوسائل الإعلام الأخرى، مثل الأدب لأجل الحصول على الدعم. حتى انه لا يشير الى مصطلح "السرد"، مثل المنظرين الآخرين؛ وبدلا من ذلك، فإنه يستخدم مصطلحي "المعلومات" و "الاستجابة الجمالية"، وبذلك فتعريفه يمكن أن يشمل مجموعة أكبر من الأعمال الشبيهة بالكوميكس. ويبدو تعريف "ماكلود" أكثر دقة وشمولا، ولكن إلى حد ما واسع جدا، حيث أن تفسيره التاريخي لا يزال معنيا بإضفاء الشرعية على رسوم الكوميكس، عن طريق النظر إليها على أنه إستمرارية لبعض النماذج الضخمة للإتصالات البشرية والإنتاج الثقافي مثل الرسوم التوضيحية والتعبيرية على جدران الفراعنة في مصر.[8]

ويقول "ماكلود" في كتابه Understanding Comics، بما أن الكوميكس عمل وُضع فى وسط ورقي مثل الكتاب لكن يحتوى على رسومات مثل اللوح وتنتج تأثيرا بتتابعها مثل السينما، ولأن كل هذا العمل موضوع فى قالب إبداعى، فإن ذلك كله يؤدي الى اعتبار الكوميكس فنا مستقلا بذاته.[9]

ومع ذلك، لا تزال التساؤلات قائمة عما إذا كانت جميع رسوم الكوميكس يجب أن تكون متراصة مكانيا جنبا إلى جنب في شكل شريط.؟ وماذا عن رسوم الكوميكس التي هي عبارة عن إطارات مرتبطة تشعبيا hyperlinked frames؟. ليأتي تعريف "إرنستو بريغو" Ernesto Priego في كتابه عن الكوميكس في عصر الاستنساخ الرقمي، حيث يخصص مساحة واسعة لمناقشة تعريف الكوميكس، ويصل إلى تعريف مفصل مفاده أن الكوميكس هو وسيلة تنقل الروايات أو أنواع أخرى من المعلومات من خلال تخطيط الصور الثابتة في كثير من الأحيان في تركيبة مع بعض الكلمات المكتوبة، وذلك في مختلف التقنيات سواء التماثلية أو الرقمية، وتكون مرتبة في تسلسل واحد أو أكثر على مساحة مادية محددة، ويتم فصلها عن بعضها البعض من خلال الأطر الموجزة أو الضمنية للوحات المتجاورة، والتي تكون عادة عبارة عن مساحة فارغة تفصل فيما بينها.(10)

ويعتبر تعريف "بريغو" في تناول القصص المصورة أو الكوميكس هو الأكثر دقة وشمولا، فهو يذكر كل من السرد وغيرها من المعلومات، ولم يتجاهل الكوميكس الذي هو عبارة لوحة واحدة، ويشمل كذلك رسوم الكوميكس التي لا تحتوي على كلمات، ويذكر الفواصل فيما بين لوحات الصور المتتالية، واشتمل أيضا على كل أشكال الكوميكس عبر التقنيات والوسائط التناظرية والرقمية.

وقد أطلق النقاد المعاصرون على فن الكوميكس الفن التاسع، وأن الكوميكس له لغته البصرية مثل: البالونات، والأيقونات، والرموز، والإطارات، والمسافات بين الإطارات، التي تعطي احساسا بمرور الزمن بين لقطة لأخرى. وقد بدأ الكومكس كفن ضحل المستوى فى نظر النقاد، ولكن اصبح فى القرن الواحد و العشرين واحدا من الفنون التي تعكس ذوق الشعب و تحدثه بطريقته، ففى عالم الرموز والإشارات التي تملأ الشوارع، وفى عالم تقدم فيه الدراما بالصوت والصورة لابد أن تكون القراءة مختلفة، لذلك فالكوميكس هو نوع من الفنون الجديدة التى تعكس روح انسان القرن العشرين والواحد والعشرين. وتقديرا لهذا الفن بدأ الاحتفال به فى أوروبا وإنشاء جائزة لأفضل كوميكس في العالم وذلك فى بلدة أنجولم فى فرنسا بمهرجان آنجولم الدولى للشرائط المصورة.(11)

وقبل أن ننتقل إلى تعريف الويبكوميكس، من المهم أن نلاحظ أن مصطلح "كوميكس" سيتم استخدامه من الناحية المفاهيمية للإشارة إلى الرسوم التي تستخدم عموما الوسائل الرسومية والنصية المتتابعة أو المتسلسلة كوسيلة للاتصال، وأفضل مثال لذلك هو شكل الكتب المصورة المطبوعة حتى مع نشرها عبر الإنترنت. حيث تشير هذه التعريفات إلى أن الكوميكس لا يقتصر على الشكل المطبوع، بل أنه يمكن أن يكون موجودا في أشكال اخرى مختلفة، طالما أنه يتبع القواعد المفاهيمية الأساسية التي يتم تعريفها بها.

2) مفهوم الويبكوميكس:

وفيما يتعلق بمفهوم الويبكوميكس موضوع هذه الدراسة، يقول "بريغو" أنه يمكن القول أنه حتى مع ظهور شبكة الإنترنت ساد الاعتقاد بأن الكوميكس والكتب المصورة لازالت هي الشيء نفسه كما كانت في الشكل التقليدي. في حين أن الأدلة النصية وأشكال الكوميكس على الوسيلة الرقمية تشير إلى أن هذا لم يعد صحيحا، وبالتالي هناك حاجة إلى مصطلح جديد لتحديد ما يحدث على شاشات الكمبيوتر والأجهزة النقالة في جميع أنحاء العالم، فالكوميكس التي تُنشر وتعالج في البيئة الرقمية لديها بعض الاختلافات الطفيفة ولكنها إختلافات ذات أهمية كبيرة ومن ثم فهي تحتاج إلى معالجة ودراسة.[12]

وإذا كان من المفترض أن نفهم الكوميكس أي القصص المصورة التقليدية على أنها "شكل هجين ينحدر من صناعة المطبوعات"، فإن الويبكوميكس هو عبارة عن هجين تم إنشاؤه من هجينات أخرى، لأن الويبكوميكس ولد من اتحاد مجموعة من أشكال الوسائط المعقدة بالفعل، ومن ثم السماح في الوقت نفسه بفهم أفضل لطبيعة الفن الناشيء، وفي الوقت نفسه تطوير فهم أعمق لوسائل الإعلام والتقنيات التي تتعلق بتقنيات الويب والرسوم المتحركة والسينما والصوت وتصميم ألعاب الفيديو، والتفاعلية، فضلا عن الأهمية العالية لدمج النصوص والصور والرسوم معا في إبداعات كوميدية ساخرة.[13]

ومثلما هو الحال مع فن الكوميكس المطبوع حتى فترة قريبة، لم تكن رسوم الويبكوميكس تخضع بعد لمناقشات علمية واسعة النطاق، لكن بعض علماء الكوميكس المطبوع التقليدي اضطلعوا بمهمة تحديد وتوصيف الويبكوميكس، وقد حاول "ماكلود" على سبيل المثال، تقديم توصيف مبدئي للكوميكس في العصر الرقمي في كتابه "إعادة إكتشاف الكوميكس" Reinventing Comics، الذي يحاول فيه توضيح "الثورات" التي وقعت في مجال الكوميكس في العقدين الأخيرين من القرن العشرين؛ ويقترح أن الثورة المتعلقة بالتكنولوجيا على الانترنت تمثل مستقبلا واعدا للكوميكس.[14]

ويُعرف "ماريان هيكس" "Marianne Hicks" الويبكوميكس بقوله: عندما نتحدث عن الويبكوميكس، فإننا نعني بها على وجه التحديد الرسوم التي يتم إنشاؤها لأول مرة على شبكة الإنترنت، والتي أنشأها مصممون مستقلون، ليس لديهم أي نسخة مطبوعة الأصل، وليس لديهم أي نوع من رعاية الشركات أو المؤسسات الصحفية أو الطباعية.[15]

وقد شهد ظهور وسائل الإعلام الرقمية ظهور وانتشار الويبكوميكس، باعتبارها شكلا أكثر ديموقراطية من الرسوم الكاريكاتورية السياسية أوالخرائط القديمة، حيث تتسم رسوم الويبكوميكس بعدم التقيد بقواعد التداول والرقابة، ولذا نجد كثيرا منها يحمل مضامين تتسم بالبذاءة أحيانا، وكثيرا ما تشير أو تصور الجنس والعنف،

والمواضيع المثيرة للجدل، من خلال وسائل مثيرة للجدل أيضا من حيث الفن واللغة والأسلوب، حتى أصبحت رسوم الويبكوميكس تشهد تفوقا ملحوظا على كل من الرسوم المتحركة السياسية والكتب الهزلية، من حيث حجم الجمهور الذي يتعرض لها يوميا، وباتت شعبية الويبكوميكس من الظواهر التي لا يمكن إنكارها وبدأت تنمو بشكل كبير في أرجاء العالم كافة.(16)

وفي هذه الدراسة ننظر إلى الويبكوميكس بالمفهوم الذي ورد في تعريف "ماريان هيكس" بأنها رسوم ساخرة تُنتج في المقام الأول للويب أو الإنترنت بدلا من الوسائل المطبوعة، والتي يتولى إنشاؤها مبدعون مستقلون من الأفراد العاديين للإنترنت، أو يتم إنشاؤها من قبل فناني الكوميكس بمواقع الويب بغرض النشر الرقمي وليس للطبع بإحدى الصحف.(17)

ولكي يكون التعريف أكثر تحديدا وشمولا فإن الويبكوميكس طبقا لهذه الدراسة لا يشمل المجلات والقصص المصورة المطبوعة التي يوجد لها نسخة رقمية على الإنترنت، فبعض المجلات القصص المصورة التي يتم نشرها على الإنترنت لا تُنتج في المقام الأول على شبكة الإنترنت، ولكن يتم نشرها على أنها نسخة مجانية على الإنترنت وهي في الأصل كتب مطبوعة. فمثل هذه الرسوم والقصص المصورة تخرج عن حدود مفهوم الويبكوميكس الذي تتبناه هذه الدراسة.

3) مفهوم الويبكوميكس التفاعلي:

في عام 2012، كتب "جاكوب ديتمار Jakob Dittmar في مقال له عن الويبكوميكس، أن هناك قصص ساخرة متاحة على الإنترنت، والتي لا تحتاج إلى تنزيلها، وأن بعض الويبكوميكس سوف تشكل أنواعا جديدة من الوسائط التصويرية التي قد تحتوي على القصص المصورة، وبعضها سيقدم حقا القصص متعددة الوسائط التي تتضمن أشكالا مختلفة من النشاط والمشاركة من قبل القراء، مع مزج النصوص النثرية، والقصائد، والأفلام في تكوينات ساخرة. وهذه الرسوم ستكون مختلفة جدا عن القصص التي نشير إليها على أنها رسوم ويبكوميكس ساكنة، إذ يعد ذلك ويبكوميكس مُحسن أي ويبكوميكس تفاعلي Enhance Webcomics.

ونظرا للعدد الذي لا يحصى من الاحتمالات المختلفة المتاحة من حيث إستغلال الويبكوميكس لإمكانيات التقنية الرقمية المتطورة، فهناك العديد من الطرق التي يمكن للويبكوميكس أن تتحرك خلالها بعيدا عن الطباعة، وتحقق لها استغلالا جيدا لميزات الوسيط الرقمي الجديد. فعلى سبيل المثال، يمكن للغة ترميز أو توصيف النصوص HTML تغيير طريقة عرض الصورة مع تحريك الماوس فوق الصورة، كما يمكن تضمين الويبكوميكس الكثير من المؤثرات الصوتية واللعب في خلفية الرسوم.

وقد وصفت رسوم الويبكوميكس بعدة مسميات مختلفة منذ نشأتها، فإلى جانب "الويبكوميكس" وهو الإسم الأكثر شيوعا، تُسمى أيضا الكوميكس الرقمي Digital

Comics، كما نجد بعض الدراسات تستخدم مصطلح الويبكوميكس المحسنة أو المتطورة Enhanced Webcomics، للإشارة إلى كل تلك الأنواع المختلفة من الويبكوميكس، وهي تعتبر محسنة أو متطورة من خلال استخدام الخصائص الرقمية، وأدواتها وإمكانياتها المتعددة كجزء أساسي من شكلها وتصميمها، والتي تحاول بالتالي تعزيز تجربة المستخدم من خلال زيادة أدوات تفاعله مع الويبكوميكس.(18)

ورغم اعتراف العديد من العلماء والمفكرين الكوميديين بالانتقال الواجب والذي لا يمكن تجنبه للكوميكس على شاشات الكمبيوتر، لايزال الشعور العام تجاه الويبكوميكس Webcomics هو التشكك، على أساس أنه شكل إعلامي ناشئ وجديد، أما رسوم الويبكوميكس المتطورة Enhanced Webcomics على وجه الخصوص فهي لازالت تتسم بالغموض نسبيا ولم يتم تحديد حدودها بوضوح في التراث النظري..

4) **الويبكوميكس.. التصميم والأشكال والسمات الأساسية:**

توجد العديد من الاختلافات بين رسوم الويبكوميكس ورسوم الكوميكس المطبوعة من حيث السمات والخصائص المختلفة، فمع الويبكوميكس يمكن رفع القيود المفروضة على الصحف التقليدية أو المجلات والكتب المصورة وغيرها من الوسائل المطبوعة، مما يسمح لفناني الويبكوميكس بالاستفادة من القدرات الفريدة من نوعها على شبكة الإنترنت. الأمر الذي يجعل رسوم الويبكوميكس تتخذ أنواعا وأشكالا تتفرد بعدة خصائص ومزايا لا تتوفر بحال لرسوم الكوميكس التقليدية المطبوعة. نعرض لأهمها بإيجاز في الآتي:

- **فيما يتعلق بتصميم الويبكوميكس..** توفر الويبكوميكس الحرية للفنانين والأفراد العاديين للعمل بالأساليب غير التقليدية في إنشاء رسومهم عبر الإنترنت، حيث يمكن من خلال الويبكوميكس إنشاء تركيبات تصويرية ساخرة وساحرة بكل سلاسة وسهولة دون التقيد بآليات الأعمال الفنية التقليدية، وتأتي في أغلب الأحوال وهي تتكون من عدة عناصرمثل: التعليقات والصور الجاهزة والرسوم والأرضيات الظلية فضلا عن الأيقونات والرموز البصرية.(19)

فضلا على ذلك، توجد العديد من المواقع(*) على الإنترنت توفر برامج لتصميم الويبكوميكس بكل سهولة ويسر، وتتيح هذه المواقع للمستخدم كل الأدوات التي تتولى إنشاء اللوحة وإضافة الكلام والإطارات والأشكال المختلفة التي يوضع داخلها النص المصاحب للويبكوميكس، فضلا عن إتاحة العديد من الأيقونات والرسومات والصور التي يمكن تضمينها في الويبكوميكس.

يضاف إلى ذلك أن البرنامج عبر الموقع يتيح للمستخدم طريقة لعمل الصور الجاهزة أو "التيمبليتس" "Templates"، والتيمبليت يُعد جزءا أساسيا من الويبكوميكس، وهو عبارة عن صورة مقتبسه من أحد الأفلام أو البرامج والمسلسلات أو المسرحيات أوغيرها من الأعمال الفنية، وتكون الصورة أو "التيمبليت" معبرة

عن فكرة الكوميكس بطريقة ساخرة. وقد يحصل المستخدم على "التيمبليت" جاهزا أو يقوم هو باختياره وتنفيذه بواسطة برنامج "الفوتوشوب".[20] ومن خلال برنامج الفوتوشوب قد يقوم المصمم بتركيب وجوه اشخاص يتناولهم موضوع الويبكوميكس على أجسام الأشخاص الأصليين الظاهرين في "التيمبليتس".

كما توجد على المواقع الخاصة بعمل الويبكوميكس، المئات من "التيمبليتس" الجاهزة للاستخدام والمأخوذة من الأفلام والمسرحيات والمسلسلات وغيرها من الأعمال الفنية المختلفة، كي يختار من بينها المستخدم ما يروق لفكرة الويبكوميكس الذي يريد إنشائه أو تصميمه، ويوجد أيضا عدد كبير من الأشكال للأسهم وغيرها من الرموز البصرية والخطوط المتنوعة التي يمكن استخدامها بالويبكوميكس.

- **أما فيما يتعلق بأشكال الويبكوميكس..** تأتي رسوم الويبكوميكس في مجموعة كبيرة من الأشكال، فقد تكون في شكل شرائط هزلية، تتألف عادة من ثلاثة أو أربعة لوحات، وقد تملأ صفحة ويب كاملة في تقليد لصفحات الكتب المصورة التقليدية والروايات الرسومية، وقد تكون في شكل لوحتين إثنتين أو في شكل لوحة واحدة وهو الشكل الأكثرشيوعا على مواقع التواصل الإجتماعي.[21]

ومع الويبكوميكس تزداد فرصة الإبداع نظرا لأن التكنولوجيا الرقمية توفر سبلا جديدة للتجريب الجمالي للفنانين الهزليين، كما أن الإنترنت أعطت بعض الفنانين إزدهارا لم يكن متاحا لديهم من دون الإنترنت كوسيلة للتوزيع وإنشاء رسوم الويبكوميكس، فقد كانت إحدى الشكاوى الرئيسية لرسامي الكوميكس التقليدي هي أن المساحة الإجمالية محدودة في الصحف، فضلا عن القيود المفروضة على التصميم، مثل شكل اللوحة، وحجمها، ومواءمتها، فجاء الويبكوميكس ليزيل كل هذه القيود المكانية، مما يسمح نظريا بمساحة لانهائية أي غير محدودة أمام مصممي الويبكوميكس.

- **وفيما يتعلق بالتفاعلية..** فإن الويبكوميكس يُسهل التواصل بين القراء ورسامي الويبكوميك، فضلا عن أنها تتيح على الإنترنت روابط تسمح للقراء بالإبحار بعيدا إلى رسوم ويبكوميكس أخرى، إلى جانب توافر سمات الحركة والصوت كما أوضحنا في الويبكوميكس التفاعلي من قبل.[22]

- **وفيما يتعلق بالكلفة المادية..** فإن إنشاء الويبكوميكس لا يتطلب كلفة مادية كبيرة، بما يمكن معه لأي شخص تقريبا معه جهاز كمبيوتر واتصال بالإنترنت أن ينشيء ويبكوميكس ثم يتولى نشرها فورا عبر الإنترنت. وبالتالي فإن النفقات المطلوبة فقط هي الكمبيوتر والبرمجيات والاتصال بالإنترنت، تلك الشبكة التي لا تعوقها الكلفة العالية للإنتاج المطبوع وبخاصة مايتعلق منه باللون والشكل وغيرها من القيود القياسية للعملية الإنتاجية الطباعية.[23]

- **وفيما يتعلق بالرقابة على النشر..** لا تخضع رسوم الويبكوميكس التي يتم نشرها

بشكل مستقل، لقيود محتوى ناشري الكتب أو النقابات والمؤسسات الصحفية، فهي تتمتع بحرية فنية واسعة، تصل احيانا إلى حد أن نجد بعض رسوم الويبكوميكس تتجاوز حدود الذوق العام سواء في محتواها أو أساليب التعبير، مستفيدة في ذلك من حقيقة أن الرقابة على الإنترنت غير موجودة تقريبا في بلدان مثل الولايات المتحدة.[24].

والحال نفسه على مواقع التواصل الاجتماعي بمصر والبلدان العربية، إذ تسمح شبكة الإنترنت للمبدعين بإنشاء رسومهم مع محتوى يُعد في بعض الأحيان خارج الحدود المقبولة للكوميديا على شبكة الإنترنت. ولذلك يبقى القلق بشأن حرية التعبير ثابتا في الويبكوميكس لأنها غالبا ما تستخدم المحاكاة الساخرة، وتزداد هذه المخاوف وبخاصة مع عدم وجود تشريعات كافية للحماية من المحاكاة الساخرة على شبكة الإنترنت.

- **وفي مصر..** برز الويبكوميكس عقب ثورة يناير 2011، وأخذ عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" أبعادًا متعلقة بالسخرية والانتقاد لرسم الابتسامة، التي تأتي غالبًا من مأساة، سواء على صورة أو إضافة مشهد سينمائي أو موقف كوميدي ساخر من كلمة متلفزة لساسة أو شخصيات عامة، حتى صار الويبكوميكس مرتبطا بحياة المصريين الرياضية والسياسية والاجتماعية والفنية، عبر صفحات لها مئات الآلاف من المعجبين والتعليقات المرتبطة بها التي تثير الضحك، ومن وقت لآخر ترصد الصحف والمواقع المحلية أبرزها في تقاريرها اليومية. ومن أبرز صفحات الويبكوميكس في مصر صفحة "أصاحبي" على موقع الفيسبوك، ويصل عدد متابعيها بالملايين، وتعليقاتها تشمل كل الجوانب والمضامين، كما يبرز فيها شكل الانتقاد السياسي الذي لا يستثني أحدًا.[25]

رغم ذلك لا يزال فن الويبكوميكس فن صاعد في مصر والمنطقة العربية، لا بل في العالم أجمع، وإذا كان الكوميكس يتوجه للأطفال، فالويبكوميكس أصبح شغف الكبار، وإلهام الفنانين والأفراد العاديين كما أوضحنا سالفا، كما ان فن الويبكوميكس بات فنا متسعا ومتشعبا ومتعدد الأغراض والأهداف؛ فبالإمكان استخدام الويبكوميكس في موضوع فلسفي، أو لغرض سياسي، وربما لحملة أخلاقية أو انتخابية، أو لمجرد الترفيه، وربما من أجل الكلام على البيئة، أو الدفاع عن قضايا محلية أو قومية كقضية فلسطين ومقاومة الإحتلال الصهيوني للأراضي العربية، وهو ما يحدث كثيرا بمواقع الصحف العربية.[26]

الدراسات السابقة:

في هذا الجزء من الدراسة سوف نعرض لأهم الدراسات والمقالات التي تناولت فن الويبكوميكس بأشكاله وأنواعه المختلفة، وقد كشف مسح التراث العلمي أن هناك العديد من الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت فن الكوميكس التقليدي بشكليه المطبوع والمُستنسخ إليكترونيا، في حين اتسمت الدراسات التي تناولت فن الويبكوميكس بالندرة الملحوظة، هذا

بالنسبة للدراسات الأجنبية، في حين لم نجد دراسات عربية – كما في حدود علم الباحث حتى وقت إجراء هذه الدراسة – تناولت فن الويبكوميكس كفن مستقل وقائم بذاته وبمفهومه المُحدد في إطار هذه الدراسة.

وبناء عليه يمكن تصنيف الدراسات السابقة العربية والأجنبية لموضوع الدراسة، في محورين إثنين: الأول؛ دراسات فن الكوميكس بمفهومه التقليدي، كالقصص المصورة والشرائح الهزلية المطبوعة سواء في هيئة كتب أو صحف ورقية، أو حتى لو تم نشرها على الإنترنت بنفس سماتها الأساسية. الثاني: دراسات فن الويبكوميكس الذي يتم إنشاؤه وتصميمه فقط من أجل النشر على الإنترنت، وهو ما يمثل موضوع دراستنا هذه. ونعرض لأهم الدراسات في كل من المحورين فيما يلي:

المحور الأول: دراسات ومقالات تناولت فن الكوميكس:

- **دراسة (Clement cuerin & others, 2017)**[27] عن التحليل الدلالي لصور القصص والرسوم الهزلية بالكتب المصورة، وهدفت الدراسة إلى التعرف على التطورات التي طرأت على صناعة الثقافة بعامة والقصص المصورة بخاصة في القرن الحادي والعشرين، والبحث عن حلول للصعوبات التي تواجهها، وذلك من خلال التحليل الدلالي والسيميولوجي لعدد من القصص والكتب المصورة والتركيز على تحليل الصورة معقدة التركيب البصري، وخلصت الدراسة إلى رصد عدد من المعوقات واقترحت لها الحلول المناسبة، وفي مقدمة هذه الحلول ضرورة التحول من نمط الإنتاج التقليدي الورقي المطبوع إلى نمط الإنتاج الرقمي.
- **دراسة (أحمد عبد الله خلف الله، 2017)**[28] عن تكنولوجيا الرسوم وأثرها في إخراج أغلفة مجلات الكوميكس، واستهدفت الدراسة التعرف على أهم التقنيات الخاصة بإنتاج رسوم الكوميكس ومعالجاتها ومعرفة أثرها على تصميم أغلفة المجلات عينة الدراسة، إلى جانب الكشف عن تأثيرها على أداء القائم بالاتصال، كما سعت الدراسة إلى التعرف على أساليب إخراج أغلفة المجلات وذلك بالتطبيق على ثلاثة مجلات مصرية للكوميكس هي: "توك توك وفوت علينا بكرة ومجنون"، وخلصت الدراسة إلى أن معظم الرسامين اتفقوا على استخدام التكنولوجيا الرقمية بنسبة كبيرة مقابل نسبة ضئيلة لاستخدام الوسائل اليدوية، وأن تكنولوجيا الرسوم توفر الكثير من الوقت والجهد، كما أوصت الدراسة بإقامة معارض لفن الكوميكس ومدارس خاصة لتعليم فن الكوميكس في مصر.
- **دراسة (عمرو طلعت، 2015)**[29] عن الشخصيات الخارقة في الرسوم المتتابعة للقصة في الولايات المتحدة الأمريكية بالقرن العشرين وأثرها على تكوين شخصية الطفل العربي، وهدفت الدراسة إلى التعرف على ملامح المدرسة

الأمريكية في القصص المصورة، من خلال دراسة وصفية بالتركيز على نموذج البطل الأمريكي في القصص المصورة، ومدى تأثير النموذج الأمريكي عالميا وعلاقته بالكارتون والسينما والدوافع التي أصدرت هذا النموذج. وخلصت الدراسة إلى ضخامة فن الكوميكس الأمريكي كما وكيفا، كما أنه يتسم بالتنوع من حيث تشعبه في مدارس متعددة، وجميع فروعه تنتج إصدارات جديدة دوما وتنال حظها من الدعاية الواسعة، ويمثلها قائمة طويلة من الرسامين والكتاب على مستوى عال من المهارة والإتقان، كما أنها تتسم بالعالمية في الطبع والتوزيع.

- **دراسة (صفاء زايد، 2012)**[30] عن الاستفادة من أسلوب الرسوم المتتابعة في تصميم قصص الأطفال المصورة، وأوضحت الدراسة أن أسلوب الرسوم المتتابعة يعد وسيلة مهمة من وسائل الاتصال، حيث تكون ذات اتصال مباشر بجمهور الأطفال المستقبلين، كما أنها تنقل للطفل بعض المفاهيم والمعلومات التي تؤثر على أفكاره وسلوكه، وأن القصص المصورة بدون نص مكتوب تتسم بالنمطية وتدفع إلى الملل، وخلصت الدراسة إلى إيجاد طريقة تساعد الطفل على فهم القصة بطريقة مبسطة بأسلوب الرسوم المتتابعة الذي يعتمد على الحركة ويخرج عن حالة السكون.
- **دراسة (أحمد جمال عيد، 2010)**[31] عن الثنائيات المتناقضة كقيمة تشكيلية في شخصيات القصص المصورة، وهدفت الدراسة إلى التأكيد على أن مسألة التضاد هي المسألة التي تحكم مظاهر الكون والطبيعة وعالم الإنسان، فضلا عن التعرف على القيم التشكيلية من خلال صفات شخصيات القصة المصورة، وخاصة الصفات المتضادة منها، وإظهار نقاط المبالغة من خلال الصفات الإيجابية والسلبية للشخصية، وذلك من خلال دراسة الخط واللون والحجم، والتعرف على مدى تأثير ذلك على سيكولوجية القارئ ومدى تفاعله معها. وذلك على إفتراض أن الثنائيات المنضادة في شخصيات القصة المصورة لها قيمة تعبيرية هامة تخدم المضمون. وخلصت الدراسة إلى أن الثنائيات المتضادة لعبت دورا كبيرا في تطور هذا الفن، كما أن للبيئة دورها وتأثيرها على ملامح الشخصيات، سواء كانت إيجابية أو سلبية، كما أن عناصر التصميم تلعب دورا فعالا في إبراز وتأكيد ملامح الشخصية بالقصة المصورة.
- **دراسة (خالد طه، 2009)**[32] عن التصميم الفني لقصص الأطفال المصورة، وهدفت الدراسة إلى الكشف عن أنواع ومعايير وعناصر بناء القصة المصورة للأطفال، فضلا عن توضيح الأسس التصميمية الواجب توافرها في تلك القصص، حتى يتسنى الاستفادة منها في إضفاء جانب جمالي وتربوي واجتماعي على القصص المصورة إضافة الى الجانب الوظيفي الذي أنتجت من أجله. وخلصت الدراسة إلى ضرورة مواجهة الآثار السلبية لتصميم القصص المصورة للأطفال، والناتجة عن عدم مراعاة مصممييها للمواصفات الفنية والمعايير

التربوية والاجتماعية الواجب توافرها بتلك القصص، وضرورة التفاعل المتبادل بين عناصر التصميم الفني وبين البناء الأدبي وبين آليات السوق وسلوكيات المجتمع، كمفاهيم مهمة وأساسية عند التصدي لتنفيذ القصص المصورة للأطفال.

- **دراسة (Vassilikopoulou & others, 2008)**[33] عن فن الكوميكس وكتب القصص المصورة من المطبوع إلى الرقمي، واستخداماته في العملية التعليمية، وتناولت الدارسة مفهوم الكتب المصورة والوسائط الفائقة وما تتضمنه من قيمة مضافة إلى التعليم، وكشفت الدراسة أن القصص المصورة ظهرت مع بدايات القرن العشرين باليونان وكان لها تأثيرا فعالا في التعليم، حيث تُعد نوع من أنواع التعليم بالكوميكس، وقد أتاحت التكنولوجيا وتقدم وسائل الاتصال كالإنترنت التأثير القوي والفعال من خلال عرض وإنشاء الكتب المصورة الرقمية، مع الأخذ في الإعتبار أن استخدام التقنيات الرقمية سيجعل التعليم من خلال الكوميكس أكثر فعالية. وقد استخدمت الدراسة المنهج التجريبي من خلال التدريس باستخدام رسوم الكوميكس الهزلية المتمثلة في النص المصور، لعدد 22 طالبا للدراسات العليا باحدى الجامعات، واثبتت الدراسة مدى تأثير وفعالية القصص المصورة في مجال التعليم والتدريس.
- **دراسة (chico State, 2002)**[34] عن أن إبتكار الشرائط الرسومية هي فن العصر، وقد تناولت الدراسة بالتحليل عينة من الرسوم والشراط المصورة من حيث المحتوى والشكل أو التصميم، وأوضحت الدراسة أن المجتمع يتبادل المعلومات من خلال الوسائط المرئية باستخدام وسائل عديدة مثل الصور والرسوم والرموز فضلا عن بعض الكلمات في معظم الأحيان، وخلصت الدراسة إلى أن كل رسم له أسلوبه المختلف وكل رسام له أسلوبه ووجهة نظره المختلفة في إعداد رسومه وتنفيذها، كما أن الأسلوب والرسم ينقل المعلومات كما الحال مع الكلمات، بل أن الرسوم تتفوق على الكلمات في تصوير بعض المعاني، ولجأت الدراسة إلى المنهج التجريبي بالتطبيق على مجموعة من الطلاب في قاعات الدروس لأجل تقييم بعض الشرائط المصورة وابتكار شرائط أو قصص مصورة خاصة بهم.
- **دراسة (Scott G., 2001)**[35] عن القصص المصورة داخل الكتب الهزلية وتأثيرها على تعلم الأطفال، وتناولت الدراسة بالتحليل مجموعة من القصص الهزلية التي تدور حول شخصيات من عالم النباتات، والتي تعد محورا لأحداث عديدة وحكايات شتى بين صفحات تلك الكتب المصورة، وتولت الدراسة تحليل عدد من القصص المصورة التي تتحدث عن النباتات والفواكه المختلفة، وذلك بهدف معرفة مدى تأثيرها على الأطفال، وخلصت الدراسة إلى أن القصص المصورة في الغرب عموما ليست حكرا على الأطفال وحدهم، بل تمتد إلى كسب اهتمام البالغين والمراهقين أيضا، ولها تأثيرات كبيرة في نفوس جمهورها من الأطفال والكبار.

- **دراسة (Susan Spiggle, 1986)**[36] عن قياس القيم الاجتماعية في فن الكوميكس، من خلال تحليل محتوى رسوم الكوميكس في صحف الأحد، وسعت الدراسة إلى توثيق النظرة الاجتماعية للمادية كقيمة أصيلة في المجتمع الأمريكي، وذلك من خلال تحليل محتوى السمات والشخصيات والرموز التجارية في الشرائط المصورة في الصحف عينة الدراسة، وكشفت الدراسة وبشكل غير متوقع عن انتشار ثقافة المستهلك وإعلاء القيمة المادية، كما تشير إلى أن الأطفال الذين يتم تربيتهم في وفرة مادية، تنمو لديهم قيمة المادة بشكل أكبر.

المحور الثاني: دراسات تناولت فن الويبكوميكس:

- **دراسة (Sean Fenty, Trena Houp and Laurie Taylor, 2016)**[37] عن تأثير واستمرارية ثورة فن الكوميكس، وتناولت الدراسة تأصيلا نظريا نقديا لتطور فن الكوميكس التقليدي، وتأثره بثورة الإنترنت التي أصبحت وسيطا للنشر والتوزيع لكل الفنون الصحفية والتشكيلية وغيرها من الفنون، وخلصت الدراسة إلى أن فن الكوميكس استفاد كثيرا من الإنترنت فباتت القصص الهزلية المصورة التقليدية تأخذ طريقها عبر الفضاء الإلكتروني كوسيط للنشر إلى جانب الوسيط الورقي المطبوع، فضلا عن التأصيل المعرفي لفن الكوميكس والويبكوميكس وتوضيح الفروق فيما بينهما، فضلا عن شرح وتوضيح المزايا العديدة التي يتمتع بها فن الويبكوميكس الذي يُنتج خصيصا للنشر فقط على الإنترنت. ويأتي على راسها حرية التعبير العالية والتحرر من المصدر نظرا لسهولة إنتاجه من الأفراد العاديين، فضلا عن التوزيع الكبير عبر الإنترنت والاستفادة من الامكانات التفاعلية للإنترنت في تصميم رسوم الويبكوميكس.

- **دراسة (Josip Batinic, 2016)**[38] عن الويبكوميكس المطور أو التفاعلي كشكل هجين من مزيج من فن الكوميكس والوسائط الرقمية، وتناولت الدراسة أيضا رسوم الويبكوميكس التفاعلية التي وجدت طريقها إلى شاشات الكمبيوتر، موضحة أن هذه الرسوم أحتفظت في الوقت نفسه بالكثير من خصائص الكتب المصورة المطبوعة، ولكنها تكيفت تدريجيا مع الوسائط الجديدة. وعرضت الدراسة بالتحليل لثلاثة "تحسينات" جديدة نسبيا طرأت على الوسيط الهزلي وهي: التمتع بالفضاء اللانهائي أي غير المحدود، وظهور الرسوم التي تضاهي أشرطة الفيديو بالصوت والصورة المتحركة، الاستفادة من كل سمات التفاعلية المتعددة التي تتيحها الوسائط الرقمية. وخلصت الدراسة إلى أن الوسائط الرقمية ساعدت على رفع بعض القيود التي تسم القصص المصورة المطبوعة دون تغيير كبير في الشعور العام، في حين أن رسوم الويبكوميكس المتحركة والمعبرة والتفاعلية عموما، لديها ميل أعلى بكثير للتطور في إطار خصائص وسائل الإعلام الرقمية الجديدة.

- **دراسة (Erin La Cour, 2015)**[39] عن الويبكوميكس المحسن أو التفاعلي، دراسة تحليلية للويبكوميكس كنتاج للمزيج بين الكوميكس والإعلام الجديد، وركزت الدراسة على تناول وتحليل الوسائط الهزلية في مجال الوسائط الرقمية. وعرفت الدراسة رسوم الويبكوميكس بأنها رسوم تعتمد على الإنترنت في التوزيع عبر مواقعها، كما يتم إنتاجها وتنفيذها بواسطة التقنيات القائمة على الحاسوب وعلى شبكة الإنترنت.
واوضحت الدراسة أن الويبكوميكس مثله مثل وسائل التعبير الفني الأخرى المشابهة كألعاب الفيديو، وعلى سبيل المثال، فقد تعرضت عموما لشكوك كثيرة من العلماء والجمهور على حد سواء باعتبارها شكلا "أقل أهمية وتاثيرا" من الأدب والفن. حتى فرضت نفسها على واقع الوسائط الرقمية وتفردت بسمات عدة تميزها عن رسوم الكوميكس التقليدية المطبوعة. وكشأن معظم الدراسات السابقة، أصلت الدراسة لفن الويبكوميكس التفاعلي وأشكاله المختلفة مع التركيز على السمات التي أضفتها الإنترنت على فن الكوميكس.
- **دراسة (Dennis Kogel, 2013)**[40] عن إعادة التفكير في الويبكوميكس كفن يرتكز على الشاشة أو الإنترنت بصفة أساسية، وتتناول الدراسة بالتحليل السيميائي مجموعة متنوعة من الويبكوميكس من حيث المحتوى والشكل، وكشفت أنه حتى الآن قد نُوقشت رسوم الويبكوميكس في الغالب من حيث إيديولوجيات الإنترنت ولا توجد هناك الكثير من الدراسات التي تناولت الويبكوميكس كوسيلة جديدة لصنع الكوميديا، التي تحتاج إلى دراستها في حد ذاتها كفن مستقل بذاته. كما خلصت الدراسة إلى أنه على النقيض من القصص المصورة المطبوعة يأتي الويبكوميكس بمميزات عديدة، كما أن الويبكوميكس يُستخدم كما القصص المطبوعة لغة الكوميديا، ولكن مع البناء عليها من خلال تقنيات الويب المختلفة، كما أن الويبكوميكس تحتاج إلى أن تُفهم على أنها شكل جديد من القصص المصورة التي تقويها وتزيد من تأثيرها تقنيات الويب.
- وفي هذا الإطار أيضا جاءت **دراسة (Hicks marianne, 2009)**[41] عن قوة وتأثير الويبكوميكس مع ظهور شبكة الويب، وقد تناولت الدراسة مناقشة مفهوم الويبكوميكس عبر الإنترنت ودور وسائل الإعلام الرقمية في ظهور فن الويبكوميكس وإنتشاره، باعتباره شكل أكثر ديموقراطية من الكاريكاتور السياسي والرسوم القديمة. وقد أصلت الدراسة لمفاهيم مثل الكوميكس، والويبكوميكس، وأوضحت الخطوط الفاصلة فيما بين كل مفهوم منها، فضلا عن تعديد ومناقشة المزايا الأساسية لفن الويبكوميكس وسماته المختلفة ومدى استفادته الكبيرة من الإنترنت التي تعطيه قوة كبيرة في معالجة الأحداث بشكل ساخر وهزلي لم يكن ممكنا مع القصص المصورة في الكتب المطبوعة التقليدية.

- **دراسة (Sean Fenty & others, 2004)** [42] عن ثورة الويبكوميكس، وكشفت عن أن رسوم الويبكوميكس تتيح إمكانية كبير للحرية الإبداعية الجديدة "لإطلاق الكوميديا، ويعطي أمثلة عديدة من رسوم الويبكوميكس التي تستخدم خصائص فريدة من نوعها على شبكة الإنترنت، لخلق أعمال مقنعة من الصعب أن تنشر في شكل مطبوع، بسبب حجمها أو نوع وسائل الإعلام التي تستخدمها. ووفقا لهذه الدراسة فإن مبدعي الويبكوميكس يمكنهم التعبير عن معتقداتهم وقص القصص دون رقابة وبدون هدف تسويقي معين في الاعتبار.
- **دراسة (Scott McCloud, 2000)**[43] عن إعادة إكتشاف الكوميكس، فكما هو الحال مع دراسة الكوميكس، فإن الاسم الأكثر شيوعا في أبحاث الويبكوميكس هو "سكوت ماكلود" الذي قدم أعمالا عديدة غير أكاديمية حول موضوع ومحتوى الويبكوميكس من وجهة نظر الممارس. ويتناول في دراسته هذه تصورات الكوميكس من قبل الجمهور، وحقوق المبدع، وصناعة النشر وتاريخ الثقافة الرقمية، وأوضح أن الثورة الرقمية يمكن أن تغير مجال الكوميكس إذ يرى أنه يجب أن تتطور رسوم الكوميكس إلى وسيط أدبي من خلال توسيع مقارباتها الفنية ومواضيعها وقصصها، وبالتالي تتطور كشكل فني؛ وينبغي أن تتكيف الصناعة مع تغير المناخ الاقتصادي وإعطاء المزيد من الحقوق للمؤلفين؛ ذلك من أجل زيادة تعزيز قيمة القصص المصورة في المجتمع، ويجب أن تنشأ كمجال صالح للبحوث والتعليم.

كما يجب أن تكون ثقافة الكوميكس بعامة، وصناعة النشر أكثر انفتاحا للسماح بالتوازن بين الجنسين وتمثيل الأقليات؛ وأخيرا، فإن كل هذه الخطوات يجب أن تدفع وسائل الكوميديا إلى أبعد من ذلك، مما يجعلها جذابة لجمهور أوسع. وأكد "ماكلود" على أن الويبكوميكس يتسم بشيئين أساسيين هما: الإنتاج الرقمي والتوزيع الرقمي، فضلا عن الهيمنة المتنامية للأدوات الرقمية لخلق القصص المصورة وتأثيرها على جماليات وروايات الكوميكس.

نخلص من عرض التراث العلمي لفن الويبكوميكس إلى الملاحظات التالية:

- أن معظم الدراسات السابقة تناولت فن الكوميكس التقليدي، في حين اتسمت الدراسات التي تناولت فن الويبكوميكس بالندرة الملحوظة، واقتصرت على الدراسات الأجنبية فقط، إذ لم نجد أية دراسات عربية تناولت هذا الفن الجديد الويبكوميكس موضوع هذه الدراسة.
- إن الدراسات التي تناولت فن الويبكوميكس جاءت في أغلبها بمثابة مقالات علمية أو أجزاء من كتب عن الكوميكس، وقد أصلت هذه الدراسات نظريا في مجملها لفن الويبكوميكس وسماته التي يتفرد بها

وتميزه عن فن الكوميكس التقليدي سواء جاء مطبوعا أو مستنسخا بنفس سماته على الإنترنت.

- أكدت الدراسات السابقة على أن فن الويبكوميكس هو وليد أو نتاج الوسيط الرقمي ببرمجياته وإمكاناته المتعددة، وهو فن جديد يمثل ثورة في فنون الكوميكس بصفة بعامة.
- أن فن الويبكوميكس يتوجه للبالغين وكل الأعمار، ويتناول كل المضامين السياسية والاقتصادية وليس المضمون الطفولي فقط، كما هو الحال في القصص المصورة والكتب الهزلية للأطفال.
- تناوت بعض الدراسات السابقة فن الويبكوميكس بالتحليل من حيث الشكل والمحتوى، إلى جانب دراسات أخرى تناوت الويبكوميكس بالتحليل السيميولوجي، وإن اتسمت في الحالتين بالندرة الملحوظة.
- استفادت دراستنا هذه من التراث العلمي في جوانب كثيرة، سواء من حيث كيفية تناول الويبكوميكس بالتحليل شكلا ومحتوى أو من ناحية تحليل رسوم الويبكوميكس سيميائيا، إلى جانب التأصيل النظري لمفهوم الكوميكس والويبكوميكس بأشكاله وأصوله المعرفية المختلفة.

الإطار النظري للدراسة:

جاءت هذه الدراسة واستفادت من نظريتين أو مدخلين بحثيين أساسيين هما:

1) نظرية ثراء الوسيلة:

إذ تتناول هذه الدراسة فن الويبكوميكس الذي يتم تصميمه ونشره وترويجه عبر الوسائط الرقمية الحديثة، فإن هذه الدراسة تعتمد في بعض جوانبها وأهدافها الأساسية على نظرية ثراء الوسيلة. وتفترض هذه النظرية البحثية أن جميع وسائل الإتصال تمتلك خصائص معينة، تجعل كل وسيلة منها أقل أو أكثر ثراءً، يضاف إلى ذلك أن وسائل الاتصال ذات التكنولوجيا العالية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات ووسائل التعبير عن رسالتها الإعلامية، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها، وبالتالي تستطيع هذه الوسائل ذات التكنولوجيا المتقدمة أن تتغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.(44)

وتستفيد الدراسة من نظرية ثراء الوسيلة، بخاصة فيما يتعلق بالكشف عن تأثيرات البيئة أو الوسيط الرقمي على جوانب معالجة الويبكوميكس وتطور أنواعه وأشكاله المختلفة، فضلا عن كيفية استغلال سمات التفاعلية في تصميم الرسوم، لأجل نقل الأفكار وتوصيل المعاني بطريقة أكثر تأثيرا

وفعالية من رسوم الكوميكس التقليدية في الكتب المصورة والصحف الورقية المطبوعة. وهو الأمر الذي يحدث باستخدام الويبكوميكس المحسن أو التفاعلي "Enhanced Webcomics" الذي يستخدم العديد من وسائل التعبير كالحركة والصوت وغيرها من وسائل التفاعلية الرقمية إلى جانب الكلمات والصور الثابتة.

2) المدخل شبه السيميائي:

ولما كان فن الويبكوميكس موضوع هذه الدراسة، يجمع بين فن الكوميكس والفنون التصويرية وتقنيات الإنترنت وبرمجياتها المتعددة، إذ ثبت أن الويبكوميكس ما هو إلا مزيج من الكوميديا الساخرة والرموز البصرية أو التصويرية، الأمر الذي يجعل من الصعب معه الاعتماد على نظرية أو مدخل واحد لدراسة فن الويبكوميكس، لذا، فإلى جانب نظرية ثراء الوسيلة، سنستخدم أيضا في هذه الدراسة مدخل نظري قائم بالفعل وهو ما أسماه "ثيري غرونستين" "Thierry Groensteen" بالمدخل شبه السيميائي "Neo-Semiotics" [45]، الذي استخدمته بعض الدراسات السابقة في تحليل رسوم الكوميكس التقليدية.

ومن الجدير بالذكر هنا، أن هذه الدراسة لن تقوم بتحليل سيميولوجي أو سيميائي كامل لكل عنصر أو مكون من مكونات الويبكوميكس لأن هذا سيكون خارج حدود وأهداف هذه الدراسة، إذ تركز دراستنا على تحليل الخصائص العامة لمكونات الشكل والمضامين والمعاني التي يحملها فن الويبكوميكس، إلى جانب أهم الرموز البصرية واللغوية المستخدمة، لذا ستستخدم الدراسة مدخل "غرونستين" شبه السيميائي، في التحليل السيميولوجي كما وكيفا لرسوم الويبكوميكس، لأجل الوقوف على طبيعة اللغة المستخدمة في التعليقات وآليات الإضحاك والسخرية، فضلا عن أساليب التعبير والإقناع في رسوم الويبكوميكس بمواقع الدراسة.

الإطار المنهجي للدراسة:

1) نوع الدراسة:

تأتي هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، حيث تركز على رصد وتحليل خصائص رسوم الويبكوميكس وسماتها الأساسية في عينة من مواقع الصحف المصرية، والمقارنة فيما بينها من حيث ملامح استخدام كل موقع منها لهذا الفن ومدى استفادتها من مزايا الإنترنت الإتصالية في المعالجات المختلفة لفن الويبكوميكس.

2) مناهج الدراسة:

تعتمد الدراسة منهجين على أساسيين هما:

- **منهج المسح:** وتم استخدامه بمستوييه الوصفي والتحليلي، وذلك لأجل رصد وتحليل ملامح استخدام مواقع الدراسة لفن الويبكوميكس شكلا ومحتوى طوال الفترة الزمنية للدراسة.
- **أسلوب المقارنة المنهجية:** وذلك لأجل رصد أوجه الشبه والاختلاف فيما بين مواقع الدراسة، من حيث ملامح استخدام كل وسيلة منها لفن الويبكوميكس خلال فترة الدراسة.

3) أدوات جمع البيانات:

في إطار منهجية الدراسة وأهدافها، تعتمد الدراسة أداتين أساسيتين في جمع البيانات اللازمة، وكان ذلك على النحو التالي:

- **تحليل الشكل والمضمون:** تم الاعتماد على هذه الأداة بمستوييها الكمي والكيفي، وتم التحليل الكمي من خلال إعداد إستمارة بعدة محاور، تم ترجمتها في عدة فئات تشمل الجوانب المختلفة لاستخدام مواقع الدراسة لفن الويبكوميكس وذلك من حيث الشكل والمضمون.
- **التحليل السيميائي:** حيث تم إعداد استمارة للتحليل السيميائي للعناصر اللفظية والبصرية في مكونات رسوم الويبكوميكس بمواقع الدراسة، لأجل الكشف عن طبيعة لغة الويبكوميكس وأساليب التعبير الفني واساليب الإقناع وآليات الإضحاك والسخرية برسوم الويبكوميكس.

وتمثلت وحدة التحليل سواء في إطار تحليل الشكل والمضمون أو التحليل السيميائي في **وحدة الموضوع**، ذلك بصرف النظر عن شكل الويبكوميكس، أي سواء جاء الويبكوميكس المعبر عن الموضوع مكونا من لوحة واحدة أو عدة لوحات متتابعة، إذ تتناول تلك اللوحات رغم تعددها موضوعا واحدا، وبذلك فمهما تعددت لوحات الويبكوميكس فهي تمثل جميعا وحدة واحدة في إطار هذه الدراسة.

ومن أجل التحقق وإختبار صدق أدوات جمع البيانات في إطار هذه الدراسة، فقد تم عرض ومناقشة استمارات تحليل الشكل والمضمون والتحليل السيميائي مع مجموعة من الخبراء والمحكمين(*) ثم قمنا بإجراء التعديلات اللازمة وفقا لتوصيات وآراء المحكمين، قبل البدء في إجراء الدراسة التحليلية لرسوم الويبكوميكس عينة الدراسة.

الإطار الإجرائي للدراسة:

1) عينة المواقع الصحفية:

لأجل تحديد عينة المواقع على نحو يتسم بالدقة والشمول والتمثيل الجيد لكل ألوان خريطة الصحافة المصرية الإلكترونية، قمنا قبل إعداد هذه الدراسة بإجراء **دراسة استطلاعية لاستخدام فن الويبكوميكس بمواقع الصحف المصرية المتاحة**، لأجل الوصول إلى المواقع الصحفية الأكثر استخداما لفن الويبكوميكس موضوع الدراسة. وكانت أهم مؤشرات الدراسة الاستطلاعية الندرة الملحوظة في استخدام فن الويبكوميكس في معظم مواقع الصحف المصرية بصفة عامة، وإختفائه تماما في بعض المواقع الأخرى.

وبناء على نتائج الدراسة الاستطلاعية، تم إختيار أربعة مواقع صحفية كي تمثل عينة هذه الدراسة وتمثلت في: موقع صحيفة "الوفد" الحزبية وثلاثة مواقع لصحف خاصة هي "اليوم السابع وفيتو والوطن".

ويعود إختيار هذه المواقع الصحفية الأربعة لعدة أسباب فرضتها علينا نتائج الدراسة الاستطلاعية:

- إذ يُلاحظ خلو العينة من مواقع الصحف القومية الثلاث، فإن ذلك يعود إلى نتائج الدراسة الاستطلاعية، فبالبحث عبر مواقع الصحف الثلاث، إتضح عدم وجود أية رسوم للويبكوميكس على موقعي صحيفتي "الأهرام وأخبار اليوم"، أما عن موقع صحيفة "الجمهورية" فاتضح أنه لا يتيح تقنية البحث بصفة عامة سواء البحث عبر الموقع أو عبر الويب.
- وباستبعاد مواقع الصحف القومية، تمثل المواقع الأربعة عينة الدراسة جناحي الصحافة المصرية الأخريين، وهما الصحف الحزبية المُمثلة في موقع "الوفد"، والصحف الخاصة مُمثلة في المواقع الثلاثة الأخرى "فيتو والوطن واليوم السابع".
- تُعد المواقع الأربعة عينة الدراسة طبقا لنتائج الدراسة الاستطلاعية هي المواقع الأكثر استخداما لفن الويبكوميكس موضوع هذه الدراسة. إذ إتضح أن الويبكوميكس في بقية المواقع إما وقد إختفى تماما في بعض المواقع أو جاء بعدد قليل جدا لم يصل لعدد أصابع اليد الواحدة في البعض الآخر.

2) الفترة الزمنية وأسلوب جمع البيانات:

تمتد الفترة الزمنية للدراسة عبر ثلاث سنوات ونصف السنة تقريبا، إذ تبدأ من 18 أبريل 2014، وتنتهي في 30 من نوفمبر 2017، وتعود نقطة

بداية فترة الدراسة 2014/4/18 إلى أن هذا التاريخ هو تاريخ نشر أول ويبكوميكس في مواقع الدراسة الأربعة، وكان ذلك في موقع صحيفة "الوطن"، في حين بدأت المواقع الثلاثة الأخرى نشر الويبكوميكس في تواريخ أحدث من تلك النقطة الزمنية من العام نفسه 2014 أو في أعوام تالية، وهو ما سوف تتعرض له الدراسة لاحقا. بينما يعود إختيار 30 نوفمبر 2017، كنقطة نهاية للفترة الزمنية للدراسة، إلى أن هذا التاريخ يمثل أحدث نقطة زمنية وقت إعداد هذه الدراسة.

أما عن أسلوب جمع البيانات.. فنظرا لقلة استخدام مواقع الصحف المصرية عموما لفن الويبكوميكس بما يشمل المواقع الأربعة عينة الدراسة، فقد لجأت الدراسة إلى **استخدام أسلوب الحصر الشامل** لكل رسوم الويبكوميكس التي وردت في المواقع الأربعة طوال فترة الدراسة. وطبقا لوحدة التحليل المعتمدة في الدراسة وهي وحدة الموضوع كما أوضحنا سابقا، بلغ عدد الوحدات أو المفردات "63" مفردة في المواقع الأربعة من بداية فترة الدراسة في 18 أبريل 2014، وحتى نهايتها في 30 نوفمبر 2017.

نتائج الدراسة التحليلية:

أولا: نشأة ومدى استخدام مواقع الدراسة للويبكوميكس:

جدول رقم 1: مدى وطبيعة استخدام الويبكوميكس وأنواعه المختلفة

الموقع		الوفد		فيتو		الوطن		اليوم السابع		المجموع	
أوجه الاستخدام		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مدى الاستخدام		17	27	12	19	8	12.7	26	41.3	63	100
طبيعة الاستخدام	مستقل بذاته	3	17.6	0	0	0	0	1	3.8	4	6.3
	تابع لموضوع	14	82.4	12	100	8	100	25	96.2	59	93.7
المجموع		17	100	12	100	8	100	26	100	63	100
أنواع الويبكوميكس	ساكن	15	88.2	12	100	7	87.5	26	100	60	95.2
	تفاعلي	2	11.8	0	0	1	12.5	0	0	3	4.8
المجموع		17	100	12	100	8	100	26	100	63	100

فيما يتعلق ببدايات ظهور فن الويبكوميكس بمواقع الدراسة، كانت صحيفة

الوطن عبر موقعها الإلكتروني هي الأسبق من بين صحف الدراسة في استخدام فن الويبكوميكس، حيث بدأ ظهوره عبر موقع الصحيفة في 18 أبريل 2014 وكان عبارة عن نشر مجموعة رسوم من الويبكوميكس حول موضوع "ضياع الكأس من فريق برشلونة". وفي العام نفسه ظهرت رسوم الويبكوميكس عبر موقع صحيفتي الوفد واليوم السابع، وكانت صحيفة الوفد هي الأسبق إذ بادرت باستخدام الويبكوميكس لأول مرة في 25 أكتوبر 2014، حيث نشرت عدة رسوم ويبكوميكس للسخرية من هزيمة فريق برشلونة أمام ريال مدريد.

وفي العام نفسه وبعد شهر من نشر الوفد للويبكوميكس، نشرت صحيفة اليوم السابع أول ويبكوميكس عبر موقعها الإلكتروني بتاريخ 25 نوفمبر 2014، حيث نشرت عدة رسوم ويبكوميكس تتناول أشهر "الإفيهات" للفنان الراحل توفيق الدقن. في حين نشرت صحيفة فيتو عبر موقعها الإلكتروني رسوم الويبكوميكس لأول مرة في يوم 22 يوليو 2015، وكانت حول موضوع فوز النادي الأهلي على نادي الزمالك في الدوري العام وسخرية جماهير الأهلي من الزمالك ومشجعيه.

وفيما يتعلق بمدى استخدام مواقع الدراسة للويبكوميس، كشفت النتائج أن استخدام مواقع الدراسة للويبكوميكس قد اتسم بالندرة الملحوظة، وإن كانت هي المواقع الأكثر استخداما للويبكوميكس بالنظر الى بقية مواقع الصحف المصرية على إختلاف ألوانها، فقد إتضح من خلال المسح الشامل لرسوم الويبكوميكس بمواقع الدراسة الأربعة طوال فترة الدراسة التي تمتد إلى ما يقرب من ثلاثة أعوام ونصف العام، أن عدد الموضوعات التي استخدمت معها المواقع الأربعة فن الويبكوميكس لم يتعد "63" موضوعا جاءت موزعة على مضامين مختلفة كما سيتضح لاحقا.

وكان موقع صحيفة اليوم السابع هو الأكثر استخداما للويبكوميكس حيث حقق نسبة عالية إقتربت من نصف إجمالي عدد الموضوعات بمواقع الدراسة مجتمعة، وبلغ عدد الموضوعات بالويبكوميكس عبر الموقع 26 موضوعا، بنسبة بلغت 41.3%، تلاه في الترتيب الثاني موقع صحيفة الوفد بعدد 17 موضوعا، ونسبة 27%، ثم في الترتيب الثالث جاء موقع صحيفة فيتو بعدد 12 موضوعا ونسبة 19%، في حين احتل الترتيب الأخير موقع صحيفة الوطن بعدد ثمانية موضوعات فقط ونسبة 12.7%، ذلك على الرغم من أن موقع صحيفة الوطن كما أشرنا من قبل كان هو الأسبق في استخدام فن الويبكوميكس من بين المواقع الأربعة.

وفيما يتعلق بطبيعة استخدام مواقع الدراسة للويبكوميس، كشفت النتائج العامة أن الغالبية العظمى من رسوم الويبكوميكس بمواقع الدراسة جاءت مصاحبة لموضوعات مختلفة عبر الموقع، وذلك تحقق بعدد 59 مرة بنسبة 93.7%، مقابل عدد قليل من المرات التي لجأت فيها بعض المواقع باستخدام فن الويبكوميكس كفن مستقل بذاته عبر الموقع، ولم يتعد عدد تلك المرات أربعة فقط بنسبة 6.3%. وبالنظر

إلى النتائج التفصيلية يتضح أن موقع الوفد جاء في الترتيب الأول في هذه الشأن، إذ نشر الموقع رسوم الويبكوميكس بشكل مستقل أي كفن مستقل بذاته بعدد ثلاث مرات ونسبة 17.4%، بينما جاء موقع اليوم السابع في الترتيب الثاني حيث نشر لمرة واحد الويبكوميكس كفن مستقل بذاته بنسبة 3.8%. في حين جاءت كل رسوم الويبكوميكس في موقعي فيتو والوطن مصاحبة لموضوعات مختلفة عبر الموقع.

أما فيما يتعلق بأنواع الويبكوميكس، وإستغلال مواقع الدراسة لإمكانات البيئة الرقمية في الاعتماد على فن الويبكوميكس بنوعيه الساكن والتفاعلي، فقد كشفت النتائج العامة للدراسة أن ضعفا ملحوظا اتسمت به كل المواقع تقريبا في هذا الشأن، حيث جاءت الغالبية العظمى من رسوم الويبكوميكس بالمواقع الأربعة ثابتة ساكنة دون إستغلال لإمكانات البيئة الرقمية في إضفاء الحركة والمؤثرات الصوتية على رسوم الويبكوميكس بما يجعلها أكثر حيوية وتأثيرا، إذ حقق استخدام رسوم الويبكوميكس الساكنة عدد 60 مرة بنسبة كبيرة بلغت 95.2%، ذلك في مقابل عدد قليل من المرات التي إنعكست فيها تأثيرات البيئة الرقمية على أنواع الويبكوميكس بمواقع الدراسة، حيث لم يتعد عدد مرات استخدام الويبكوميكس التفاعلي ثلاث مرات فقط بنسبة 4.8%.

وقد كشفت النتائج التفصيلية للدراسة إختفاء كامل لرسوم الويبكومكس التفاعلية في موقعي فيتو واليوم السابع، حيث جاءت كل رسوم الويبكوميكس في الموقعين ساكنة، في حين اقتصر استخدام الويبكوميكس التفاعلي على موقع صحيفتي الوفد والوطن، واستخدم موقع الوفد الويبكوميكس التفاعلي طوال فترة الدراسة مرتين فقط، بنسبة 11.8%، أما موقع الوطن فقد إقتصر استخدامه لرسوم الويبكوميكس التفاعلية على مرة واحدة فقط، بنسبة 12.5%.

ومن الأمثلة في موقع الوفد على الويبكوميكس التفاعلي، ويبكوميكس نقله الموقع عن صفحة "أصاحبي" الساخرة، بتاريخ 22 أكتوبر 2017، مع موضوع بعنوان: "حفلة إلكترونية على الزمالك بعد سداسية الأهلي في النجم الساحلي"، والويبكوميكس عبارة عن لقطة فيديوية مدتها 13 ثانية من فيلم للفنان علي الشريف، وفيها يتحدث علي الشريف مع ممثل آخر تم تركيب وجه لاعب الأهلي وليد آزارو على جسمه، وفيه يقول علي الشريف لوليد آزارو وكأنه هنا يمثل الزمالك ويبرر غيابه عن بطولة أفريقيا: "أنا لما بغيب ما بغبشي كدا أونطا..أنا بغيب عشان أفنن.. بغيب عشان أرسم.. بغيب عشان أخطط.. أنا شغلتي شغلة مزاج يا استاذ مش لعب عيال."

وفي مثال آخر للويبكوميكس التفاعلي في موقع الوطن، ويبكوميكس تفاعلي نشره الموقع بتاريخ أول يونية 2016 مع موضوع عن مسلسل "كفر دلهاب"، والويبكوميكس عبارة عن لقطة فيديوية مدتها دقيقة وسبع ثواني، عبارة عن تجميع للقطة من مقدمة المسلسل وعدة رسوم ويبكوميكس يتم عرضها بشكل متتالي في أسلوب فيديوي.

ثانيا: مصادر الويبكوميكس بمواقع الدراسة:

جدول 2: مصادر الويبكوميكس

الموقع	الوفد		فيتو		الوطن		اليوم السابع		المجموع	
المصادر	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مواقع التواصل الاجتماعي	17	100	12	100	5	62.5	25	96.2	59	93.6
مُجهل المصدر	0	0	0	0	3	37.5	0	0	3	4.8
الموقع نفسه	0	0	0	0	0	0	1	3.8	1	1.6
المجموع	17	100	12	100	8	100	26	100	63	100

بالنظر إلى مصادر الويبكوميكس بمواقع الدراسة، فقد كشفت النتائج العامة للدراسة، أن مواقع الصحف الأربعة اعتمدت على مواقع التواصل الإجتماعي في الحصول على رسوم الويبكوميكس التي نشرتها عبر فضائها الإلكتروني، وجاء موقع "الفيس بوك"، في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للغالبية العظمى من الويبكوميكس بالمواقع الأربعة طوال فترة الدراسة، وتمثل ذلك إما في صفحات عامة على "الفيس بوك" وجاء في مقدمتها صفحة "أصاحبي" الشهيرة برسومها الساخرة في كافة المجالات، أو في صفحات شخصية سواء كانت لأفراد عاديين أو لبعض المشاهير في المجالات المختلفة.

وحققت رسوم الويبكوميكس التي كان مصدرها مواقع التواصل الإجتماعي عدد 59 موضوعا بنسبة 95.2%، وفي الترتيب الثاني جاءت رسوم الويبكوميكس مُجهلة المصدر، بعدد ثلاثة موضوعات فقط وبنسبة 4.8%. في حين جاءت في الترتيب الأخير رسوم الويبكوميكس التي قام بإنشائها الموقع نفسه، بعدد مرة واحدة وبنسبة 1.6%، وكان ذلك في موقع صحيفة اليوم السابع.

وكشفت النتائج التفصيلية لكل موقع على حدة، أن موقع صحيفتي الوفد وفيتو إعتمدا على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر وحيد لرسوم الويبكوميكس التي نشرت عبر الموقعين طوال فترة الدراسة، أما موقع صحيفة الوطن فإلى جانب تصدر مصدر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 62.5%، فقد نشرت بعض رسوم الويبكوميكس وهي مُجهلة المصدر بعدد ثلاث مرات ونسبة 37.5%، بينما جاءت غالبية الرسوم بموقع اليوم السابع ومصدرها أيضا مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 96.2%، ثم جاء الويبكوميكس الذي كان مصدره الموقع نفسه بعدد مرة واحدة ونسبة 3.8%، وفي الترتيب الأخير جاء الويبكوميكس مُجهل المصدر بنسبة صفرية، كما هو الحال في موقع صحيفتي الوفد وفيتو.

وبالنظر إلى المصدر الحقيقي والذي يتمثل في الشخص الذي قام بالفعل بتصمم

وتنفيذ الويبكوميكس ونشره عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم أخذ طريقه إلى النشر عبر مواقع الدراسة، هذا الشخص في الحقيقة يعتبر مجهولا بالنسبة لكل الويبكوميكس التي تم نشرها عبر المواقع الأربعة خلال فترة الدراسة، حتى في المرة الوحيدة التي كان مصدر الويبكوميكس الموقع نفسه في موقع صحيفة اليوم السابع، لم يوضح الموقع من قام بتصميم رسوم الويبكوميكس المصاحبة للموضوع.

ولعل غياب المنشىء الحقيقي لرسوم الويبكوميكس يُعد من السمات الأساسية التي يتصف بها هذا الفن الجديد وهي سمة التحرر من المصدر، كما أوضحنا سابقا في الإطار المعرفي للدراسة، حيث أنه في ظل الإمكانات الكبيرة التي أتاحتها التقنية الرقمية ببرمجياتها المتعددة أصبح من السهل لأي فرد عادي أن يقوم بتصميم ما يريده من ويبكوميكس ونشره على صفحته الشخصية بكل سهولة وبسرعة كبيرة.

ولعل السبب الثاني وراء ذلك وكما إتضح سابقا أيضا، النشأة الحديثة لفن الويبكوميكس، الأمر الذي يجعل الصحف والمواقع الإخبارية المختلفة وكذلك الرسامين المحترفين للكاريكاتير سواء في مصر أو في العالم لاتزال تنظر إلى فن الويبكوميكس بالشك وعدم التقدير الكاف، بما يجعلها لا تُقبل على القيام بتصميم وتنفيذ ونشر رسوم ويبكوميكس خاصة بها كما تفعل مع فن الكاريكاتير على سبيل المثال. ومن ثم تترك المواقع والصحف المهمة للأفراد العاديين الذين ينشئون آلاف الويبكوميكس وتأخذ طريقها إلى الإنترنت بصفة يومية عبر العالم.

ثالثا: أشكال الويبكوميكس بمواقع الدراسة:

جدول 3: أشكال الويبكوميكس

الموقع	الوفد		فيتو		الوطن		اليوم السابع		المجموع	
أشكال الويبكويمكس	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
لوحة واحدة	3	17.6	1	8.3	2	25	0	0	6	9.5
لوحتان	1	6	1	8.3	0	0	2	7.7	4	6.3
ثلاث لوحات	3	17.6	0	0	2	25	4	15.4	9	14.3
أربع لوحات	5	29.4	0	0	1	12.5	5	19.2	11	17.5
أكثر من أربع لوحات	5	29.4	10	83.4	3	37.5	15	57.7	33	52.4
المجموع	17	100	12	100	8	100	26	100	63	100

كما ذكرنا من قبل في المقدمة المنهجية للدراسة، أن وحدة التحليل هي الموضوع وليست رسم الويبكوميكس المفرد، لأن الويبكوميكس يتشابه مع الكوميكس في أنه قد يتخذ أشكالا عديدة، فقد يأتي وهو يتكون من لوحة واحدة أو لوحتين أو ثلاث أو أكثر من ذلك، لكن كلها تتناول ذات الموضوع، ولعل ذلك هو ما كشفت عنه نتائج هذه الدراسة.

فبالنظر إلى النتائج العامة للدراسة يتضح أن الويبكوميكس بمواقع الدراسة إتخذ عدة اشكال، تنوعت ما بين لوحة واحدة، ولوحتين متتاليتين، وثلاث وأربع لوحات متتالية، وأكثر من أربع لوحات متتالية تتناول الموضوع نفسه. واتضح أن أكثر من نصف رسوم الويبكوميكس التي وردت في مواقع الدراسة، جاءت وهي تتكون من أكثر من أربع لوحات تتناول موضوعا واحدا، بل وصل عدد لوحات الويبكوميكس في بعض الموضوعات إلى عشر بل وحتى عشرين لوحة تتناول الموضوع نفسه، الأمر الذي يعكس خاصية الفضاء الإلكتروني اللانهائي الذي يميز البيئة الرقمية، والتي تمنح المستخدمين أو مصممي الويبكوميكس مساحة غير محدودة لتصميم ونشر ما يشاء من رسوم توجه النقد والسخرية حيال الموضوع الواحد.

وأشارت النتائج العامة للدراسة أن ترتيب فئات اشكال الويبكوميكس جاء في الغالب تنازليا من الأكثر إلى الأقل في عدد اللوحات، وصولا إلى الويبكوميكس الذي يتكون من لوحة واحدة، حيث حققت رسوم الويبكوميكس التي تتكون من أكثر من أربعة لوحات نسبة 52.4% بعدد 33 ويبكوميكس بالمواقع مجتمعة، وفي الترتيب التالي جاءت رسوم الويبكوميكس التي تتكون من أربع لوحات بعدد 11 ويبكوميكس ونسبة 17.5%، ثم في الترتيب الثالث جاءت الرسوم التي تتكون من ثلاث لوحات بعدد 9 ونسبة 14.3%، وفي الترتيب الرابع جاءت الرسوم التي تتكون من لوحة واحدة فقط بعدد 6 ونسبة 9.5%، وأخيرا وفي الترتيب الخامس جاءت رسوم الويبكوميكس التي تتكون من لوحتين فقط بعدد 4 ونسبة 6.3%.

وبالنظر إلى النتائج التفصيلية لأشكال الويبكوميكس، يتضح أن ثمة تشابها مع النتائج العامة، حيث جاءت رسوم الويبكوميكس التي تتكون من أكثر من أربعة لوحات في الترتيب الأول بالنسبة لمواقع الدراسة الأربعة، مع التفاوت بالنسبة لبقية الفئات من موقع لآخر من مواقع الدراسة. فبالنسبة لموقع الوفد جاءت الرسوم التي تتكون من أكثر من أربع لوحات، وتلك التي تتكون من أربع لوحات في الترتيب الأول بالنسبة ذاتها 29.4%، في حين حققت الرسوم التي تتكون من ثلاث لوحات ومن لوحة واحدة الترتيب الثاني بنفس النسبة 17.6%، وفي الترتيب الأخير جاءت الرسوم التي تتكون من لوحتين فقط بنسبة 6%.

أما موقع صحيفة فيتو فقد جاءت رسوم الويبكوميكس التي تتكون من أكثر من أربعة لوحات في الترتيب الأول أيضا، لكن بنسبة عالية جدا بلغت 83.4%، وبفارق كبير عن سابقتها، جاءت رسوم الويبكوميكس التي تتكون من لوحتين وتلك التي تتكون من لوحة واحدة فقط بالنسبة نفسها وبلغت 8.3%، في حين إختفت رسوم الويبكوميكس التي تتكون من أربع أو ثلاث لوحات، إذ حققت نسبة صفرية. والشيء نفسه في موقع صحيفة الوطن حيث حققت رسوم الويبكوميكس التي تتكون من أكثر من أربعة لوحات الترتيب الأول بنسبة 37.5%، تلتها الويبكوميكس التي تتكون من ثلاثة لوحات وتلك التي تتكون من لوحة واحدة بالنسبة نفسها 25%، وفي الترتيب

الثالث جاءت الرسوم التي تتكون من لوحة واحدة بنسبة 12.5%، في حين إختفت الرسوم التي تتكون من لوحتين بنسبة صفرية.

وفي موقع صحيفة اليوم السابع جاء الترتيب تنازليا بشكل كامل، من الويبكوميكس الأكثر من أربع لوحات وصولا للويبكوميكس الذي يتكون من لوحة واحدة فقط، إذ حققت الرسوم التي تتكون من أكثر من أربع لوحات الترتيب الأول بنسبة 57.7%، تلتها في الترتيب الثاني الرسوم التي تتكون من أربع لوحات بنسبة 19.2%، ثم في الترتيب الثالث التي تتكون من ثلاث لوحات بنسبة 15.4%، وفي الترتيب الرابع الرسوم التي تتكون من لوحتين بنسبة 7.7%، في حين حققت الرسوم التي تتكون من لوحة واحدة فقط نسبة صفرية في الترتيب الأخير.

رابعا: عناصر بناء الويبكوميكس بمواقع الدراسة:

جدول رقم 4: عناصر بناء الويبكوميكس

الموقع	الوفد		فيتو		الوطن		اليوم السابع		المجموع	
عناصر الويبكوميكس	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
التيمبليتس Templaates	17	25.8	12	20	8	27.6	26	24.5	63	24.1
التعليقات	15	22.8	12	20	6	20.7	26	24.5	59	22.6
رسوم مصاحبة	8	12.1	9	15	2	6.9	12	11.4	31	11.9
أيقونات ورموز	9	13.6	10	16.7	3	10.3	20	18.7	42	16.1
صور فوتوغرافية مُركبة	8	12.1	9	15	4	13.8	10	9.5	31	11.9
أرضيات	7	10.6	8	13.3	3	10.3	12	11.4	30	11.5
حركة ومؤثرات صوتية	2	3	0	0	1	3.5	0	0	3	1.1
بدون تعليق	0	0	0	0	2	6.9	0	0	2	0.8
المجموع	66	100	60	100	29	100	106	100	261	100

إلى جانب تعدد أشكال الويبكوميكس، ظهر تأثير البيئة الرقمية أيضا فيما يتعلق بعناصر بناء الويبكوميكس، حيث كشفت النتائج عن تنوع وتعدد عناصر بناء الويبكوميكس بمواقع الدراسة، فلم تقتصر فقط على التيمبليتس والتعليقات، بل شملت عناصر أو مكونات أخرى عديدة، تمثلت في الرسوم المصاحبة والأيقونات والرموز التي تُضاف إلى الويبكوميكس، هذا فضلا عن الأرضيات الظلية الملونة التي أخذت أشكالا عدة، والصور الفوتوغرافية وهي هنا لا تعني صور التيمبليتس الجاهزة، بل تعني صور فوتوغرافية لوجوه بعض الأشخاص التي يتناولها موضوع الويبكوميكس، يقوم المصمم بتفريغها وتركيبها على أجسام الأشخاص الظاهرين في

التيمبليتس، وهي عملية بسيطة تتم بواسطة برنامج الفوتوشوب، يضاف إلى تلك المكونات سمات التفاعلية مثل الحركة والمؤثرات الصوتية التي ظهرت هي الأخرى في بعض رسوم الويبكوميكس التفاعلية في بعض مواقع الدراسة، وإن جاءت بنسبة قليلة كما سيتضح لاحقا.

وكشفت النتائج العامة أن كل رسوم الويبكوميكس سواء الساكنة أو التفاعلية، جاءت وهي لا تخلو من أهم مكونات الويبكوميكس الأساسية وهي التيمبليت أي الصورة الفوتوغرافية التي تمثل لقطة فوتوغرافية مأخوذة من أحد الأعمال الفنية السينمائية أو التليفزيونية سواء كانت فيلما أو مسلسلا أو مسرحية.. إلخ، فقد حققت نسبة 24.1% وعدد 63 موضوعا وهو إجمالي موضوعات الويبكوميكس طوال فترة الدراسة، وفي الترتيب الثاني جاءت التعليقات بنسبة 22.6% حيث احتوت كل رسوم الويبكوميكس على تعليق فيما عدا حالتين فقط جاءتا بدون تعليق، بنسبة 0.8% في الترتيب الأخير.

في حين جاءت الأيقونات والرموز البصرية التي يتم إضافتها إلى الرسوم في الترتيب الثالث بنسبة 16.1%، بينما جاءت كل من الرسوم المصاحبة والصور الفوتوغرافية التي يتم تركيبها على الأشخاص الظاهرين في التيمبليتس بالنسبة ذاتها 11.9% في الترتيب الرابع، بينما جاءت الأرضيات الظلية بأشكالها المختلفة في الترتيب الخامس بنسبة 11.5%، تلتها الحركة والمؤثرات الصوتية بنسبة 1.1%.

وبالنظر إلى النتائج التفصيلية لعناصر الويبكوميكس في كل موقع على حدة، يتضح أنها جاءت متشابهة كثيرا مع النتائج العامة بالنسبة للمواقع مجتمعة، حيث إحتلت التيمبليتس الترتيب الأول في المواقع الأربعة، بنسبة 25.8% في الوفد ونسبة 20% في فيتو ونسبة 27.6 في الوطن ونسبة 24.5 في اليوم السابع. في حين جاءت التعليقات في الترتيب الأول أيضا بالنسب السابقة ذاتها في مواقع الوفد وفيتو واليوم السابع، بينما تراجعت إلى الترتيب الثاني في موقع الوطن بنسبة 20.7%، وذلك يعود إلى أن موقع الوطن قد نشر بعض رسوم الويبكوميكس بدون تعليق بنسبة بلغت 6.9% من إجمالي الرسوم التي نشرها الموقع.

أما فيما يتعلق ببقية عناصر الويبكوميكس في مواقع الدراسة، ففي موقع الوفد جاءت الأيقونات والرموز البصرية في الترتيب الثالث بنسبة 13.6%، تلتها في الترتيب الرابع كل من الرسوم المصاحبة والصور الفوتوغرافية بالنسبة ذاتها 12.1%، ثم الأرضيات الظلية بنسبة 10.6 وأخيرا الحركة والمؤثرات الصوتية بنسبة 3%. وتشابه موقع صحيفة فيتو مع الوفد، حيث جاءت الأيقونات والرموز البصرية في الترتيب الثالث بنسبة 16.7%، تلتها في الترتيب الرابع كل من الرسوم المصاحبة والصور الفوتوغرافية بالنسبة ذاتها 15%، ثم الأرضيات الظلية بنسبة 13.3 في الترتيب الأخير.

وفي موقع صحيفة الوطن جاءت الصور الفوتوغرافية في الترتيب الثالث بنسبة 13.8%، وفي الترتيب الرابع جاءت كل من الأيقونات والرموز والأرضيات الظلية بالنسبة ذاتها 10.3%، تلتها الرسوم المصاحبة بنسبة 6.9%، وأخيرا جاءت الحركة والمؤثرات الصوتية بنسبة 3.5%. بينما جاءت في موقع صحيفة اليوم السابع الأيقونات والرموز في الترتيب الثالث بنسبة 18.7%، وفي الترتيب الرابع جاءت كل من الرسوم المصاحبة والأرضيات الظلية بالنسبة ذاتها 11.4%، وأخيرا جاءت الصور الفوتوغرافية بنسبة 9.5%.

و**فيما يتعلق بالشخصيات الشهيرة والأكثر استخداما من قبل مصممي رسوم الويبكوميكس وبالتحديد في التيمبليتس** أي في اللوحات المصورة من أعمال فنية أو غيرها، فقد كشفت الدراسة التحليلية للويبكوميكس بمواقع الدراسة مجتمعة عن وجود عديد من الشخصيات العامة والشهيرة شاع استخدامها في رسوم الويبكوميكس، تمثلت بدرجة كبيرة في شخصيات فنية مثل: : عادل إمام، عبلة كامل، محمد سعد، محمد هنيدي، حسن حسني، أحمد زكي، أحمد حلمي، أحمد عز، يونس شلبي، أحمد مكي، علاء ولي الدين، سعيد صالح، محمود عبد العزيز، كريم عبد العزيز، محمود القلعاوي، هاني رمزي، حسن عابدين، أحمد آدم، صلاح عبد الله، طلعت زكريا، أحمد السقا، عمر الحريري، عمر الشريف،رامز جلال.

وفي أحيان أخرى تمثلت في شخصيات رياضية أو عامة، ومن أبرز هذه الشخصيات: محمد صلاح، مجدي عبد الغني، شريف إكرامي، مستر كوبر، رمضان صبحي، الرئيس الراحل السادات.

خامسا: استخدام الألوان مع الويبكوميكس

جدول 5: استخدامات الألوان مع الويبكوميكس

الموقع	الوفد		فيتو		الوطن		اليوم السابع		المجموع	
استخدام الألوان	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ملون	17	100	12	100	8	100	26	100	63	100
غير ملون	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
المجموع	17	100	12	100	8	100	26	100	63	100

إلى جانب عناصر بناء الويبكوميكس سابقة الذكر، تأتي أيضا الألوان كأحد المكونات الأساسية لرسوم الويبكوميكس بكل عناصرها البنائية اللفظية والبصرية، فقد كشفت نتائج الدراسة أنه قد تم استخدام الألوان بكثافة مع كل الرسوم التي تم نشرها بالمواقع الأربعة طوال فترة الدراسة، فقد حقق وكما يتضح في الجدول السابق نسبة 100%، فجاءت كل رسوم الويبكوميكس المصاحبة للـ (63) موضوعا، وقد تم استخدام الألوان معها.

وإضافة إلى استخدام الألوان مع كل رسوم الويبكوميكس طوال فترة الدراسة، فقد تم استخدام الألوان في أغلب الأحوال مع كل عاناصر الويبكوميكس بما يشمل كل من: التيمبليتس والتعليقات والرسوم المصاحبة والأيقونات والرموز البصرية والأرضيات الظلية بمختلف أشكالها، وكذلك الصور الفوتوغرافية التي يتم تركيبها على عناصر التيمبليتس داخل الويبكوميكس.

ويعكس هذا الاستخدام الواسع للألوان مع كل الرسوم بكل عناصرها تأثيرات البيئة الرقمية على فن الويبكوميكس، حيث لا يمثل استخدام الألوان في ظل البيئة الرقمية ببرمجياتها وتقنياتها المتقدمة أية إضافة في الكلفة المالية المطلوبة لأجل تصميم وإنتاج ونشر الويبكوميكس عبر الإنترنت، كما أنه لا يمثل أيضا أية إضافة في الوقت والجهد المستغرقين في العملية الإنتاجية للويبكوميكس بداية من التصميم حتى النشر عبر الإنترنت.

سادسا: لغة التعليقات بالويبكوميكس:

جدول 6: لغة تعليقات الويبكوميكس

الموقع	الوفد		فيتو		الوطن		اليوم السابع		المجموع	
لغة التعليقات	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
عربية فصحى	2	11.2	0	0	1	12.5	1	3.6	4	6
عربية عامية	6	35.3	0	0	3	37.5	14	50	23	34.3
الجمع بين الفصحى والعامية	9	52.9	12	85.7	4	50	12	42.8	37	55.2
الجمع بين العربية والإنجليزية	0	0	2	14.3	0	0	1	3.6	3	4.5
المجموع	17	100	14	100	8	100	28	100	67	100

فرضت الطبيعة الساخرة لفن الويبكوميكس نفسها على لغة التعليقات بالويبكوميكس بمواقع الدراسة، فجاءت الغلبة للغة العربية العامية بالنسبة للغالبية العظمى من التعليقات برسوم الويبكوميكس طوال فترة الدراسة، وقد كشفت النتائج العامة للدراسة أن أكثر من نصف إجمالي رسوم الويبكوميكس قد استخدمت لغة تمزج ما بين العربية الفصحى والعامية في الرسم الواحد أو في رسوم الموضوع الواحد، وقد حققت نسبة 55.2%، وفي الترتيب الثاني جاءت اللغة العربية العامية والتي تتناسب أكثر مع الطبيعة الساخرة لفن الويبكوميكس، وحققت نسبة 34.3%، بينما جاءت اللغة العربية الفصحى في الترتيب الثالث بنسبة قليلة بلغت 6%.

وبالإضافة إلى اللغة العربية الفصحى والعامية، كشفت الدراسة عن استخدام اللغة

الإنجليزية إلى جانب اللغة العربية في تعليقات بعض الرسوم، وإن جاء ذلك في حدود ضيقة، حيث حقق الجمع بين اللغتين العربية والإنجليزية الترتيب الأخير بنسبة 4.5%، بإجمالي ثلاث موضوعات فقط في مواقع الدراسة مجتمعة، إثنان منه وردت في موقع فيتو، وموضوع واحد ورد في موقع اليوم السابع، وكانت هذه الرسوم حول مباريات لكرة القدم العالمية، وكانت إحداها بين فريقي برشلونة والأرسنال.

وبالنظر إلى النتائج التفصيلية لمواقع الدراسة، يتضح أيضا أن اللغة العربية العامية كانت لها الغلبة على تعليقات رسوم الويبكوميكس في كل المواقع كل منها على حدة، ففي موقع الوفد جاءت التعليقات التي تجمع بين الفصحى والعامية في الترتيب الأول بنسبة 52.9%، تلتها اللغة العامية بنسبة 35.3%، وأخيرا اللغة الفصحى بنسبة 11.2%. أما موقع فيتو فقد اقتصرت تعليقات الويبكوميكس عبر الموقع في فئتين إثنتين هما، الجمع بين اللغة العربية الفصحى والعامية، والجمع بين اللغتين العربية والإنجليزية، وقد حققت فئة الجمع بين الفصحى والعامية 85.7%، في حين حققت فئة الجمع بين اللغتين العربية والإنجليزية نسبة 14.3%.

وفي موقع صحيفة الوطن جاءت أيضا التعليقات التي تجمع بين اللغة العربية الفصحى والعامية في المقدمة بنسبة 50%، تلتها التعليقات التي استخدمت اللغة العامية بنسبة 37.5%، وفي الترتيب الثالث والأخير جاءت اللغة الفصحى بنسبة 12.5%. أما موقع اليوم السابع فقد جاءت التعليقات التي استخدمت اللغة العامية في المقدمة بنسبة 50%، ثم تلتها التعليقات التي جمعت بين الفصحى والعامية بنسبة 42.8%، ثم في الترتيب الأخير جاءت التعليقات التي استخدمت اللغة العربية الفصحى، وبالنسبة نفسها 3.6% جاءت التعليقات التي جمعت بين اللغتين العربية والإنجليزية.

سابعا: طبيعة مضمون الويبكوميكس:

جدول رقم 8: طبيعة مضمون الويبكوميكس

الموقع	الوفد		فيتو		الوطن		اليوم السابع		المجموع	
طبيعة المضمون	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
قضايا مجتمعية	3	17.6	0	0	3	37.5	11	42.3	17	27
أحداث جارية	11	64.8	11	91.7	4	50	13	50	39	61.9
شخصيات بعينها	3	17.6	1	8.3	1	12.5	2	7.7	7	11.1
المجموع	17	100	12	100	8	100	26	100	63	100

وفيما يتعلق بموضوعات الويبكوميكس وطبيعة مضمونها بمواقع الدراسة، وكما يتضح في الجدول رقم (8)، فقد جاءت موضوعات رسوم الويبكوميكس بالمواقع الأربعة مجتمعة،

تتناول أحداثا جارية أو قضايا مجتمعية أو شخصيات بعينها مثلت موضوع الويبكوميكس طوال فترة الدراسة. وقد حققت الأحداث الجارية النسبة الأكبر من موضوعات الويبكوميكس بمواقع الدراسة، إذ بلغت نسبتها 61.9%، تلتها في الترتيب الثاني الويبكوميكس التي تناولت قضايا مجتمعية بنسبة 27%، وأخيرا جاءت رسوم الويبكوميكس التي تناولت شخصيات بعينها في مجال من المجالات المختلفة، بنسبة 11.1%.

وبالنظر إلى النتائج التفصيلية لكل موقع على حدة، يتضح أنها قد تشابهت مع النتائج العامة إلى حد كبير، حيث جاءت رسوم الويبكوميكس التي تتناول أحداثا جارية في الترتيب الأول في كل من المواقع الأربعة، وحققت أعلى النسب في موقع فيتو بلغت 91.7%، ثم موقع الوفد بنسبة 64.8%، ثم في موقعي الوطن واليوم السابع بالنسبة ذاتها 50%. في حين جاءت رسوم الويبكوميكس التي تتناول قضايا مجتمعية في الترتيب الثاني في ثلاثة مواقع: اليوم السابع بنسبة 42.3% ثم الوطن بنسبة 37.5% ثم الوفد بنسبة 17.6%، في حين جاءت في الترتيب الأخير في موقع فيتو بنسبة صفرية.

أما رسوم الويبكوميكس التي تتناول شخصيات بعينها، فقد حققت الترتيب الثالث في ثلاثة مواقع: في الوفد بنسبة 17.6%، ثم في الوطن بنسبة 12.5%، ثم في اليوم السابع بنسبة 7.7%، في حين حققت الرسوم ذاتها في موقع فيتو الترتيب الثاني بنسبة 8.3%.

ومن الأمثلة على الموضوعات التي تناولتها رسوم الويبكوميكس بمواقع الدراسة:

في موقع اليوم السابع، بتاريخ 4 نوفمبر 2016، موضوع بالويبكوميكس عن تعامل شعب فيس بوك مع تراجع سعر الدولار في تلك الفترة، وتضمن الويبكوميكس صور كوميدية للتعبير عن تراجع سعر الدولار، تحمل معانى كثيرة وسخرية من قيمة الدولار التى بدأت فى التراجع، وكانت أبرز التعليقات تقول: "يا عينى على الحلو لما تبهدله الأيام" وجاء مع تيمبليت من فيلم الناظر، وتعليق ساخر آخر يقول "ببص لروحي فجأة.. لقتني نزلت فجأة".

وفي موضوع آخر باليوم السابع، بتاريخ 29 مارس 2016، عن حادث اختطاف الطائرة المصرية، حيث تم إطلاق سراح جميع الركاب المصريين والإبقاء على 5 أشخاص فقط وكانوا من الأجانب، مع عدم الإبقاء على أى رهائن من المصريين، مما أدى إلى تعجب الكثير من النشطاء، واستخدموا الويبكوميكس للتعبير عن مشاعر الركاب المخطوفين، وكانت أبرز التعليقات تقول: "الرهينة المصرى سمعته باظت.. 7 أسباب دفعت الخاطف لاستبعاد المصريين"، وفي تعليق ساخر آخر يقول: "أنا عاوزة أتخطف يا ابراهيم".

وفي موقع الوفد، بتاريخ 16 سبتمبر 2017، ويبكوميكس تناول بالسخرية قرار تحية العلم في الجامعات، وكانت أبرز التعليقات تقول: "والله عيب علينا.. دا ناقص يقولك فيه تحية الصباح والإذاعة المدرسية"، وتعليق ساخر آخر يقول: "يارب يكون اللي في دماغي غلط ودخلنا مدرسة ابتدائي مش أكثر."

وفـي موضـوع آخـر بوقـع الوفـد، بتـاريخ 16 يوليـو 2016، جـاءت رسـوم الويبكوميكس لتسخر من المستوى المتدنى الذى وصل إليه فريق النـادى الأهلـى عقب تعادل الأخير أمام نظيره الوداد المغربى فى لقاء مباريات المجموعات ببطولـة أبطـال أفريقيـا، وكانـت أبـرز التعليقـات تقـول: "حكـام مصـريين بسـرعة.. حكـام مصـريين البطولات بتضيع".

وفـي موقـع الـوطن، بتـاريخ 6 سبتمبر 2017، موضـوع بـالويبكوميكس يسـخر مـن الفوز الهزيل الذي حققه منتخب مصر علـى نظيره الأوغندي، وكـان قد أحـرز هدف المباراة النجم محمد صلاح في الدقيقة السادسة من عمر المباراة، وكانت أبـرز التعليقـات تقول: " مبروك الفوز يا لمبي.. بلا فوز ولا زفت.. الواحد أعصابه باظت.".

وفـي موقـع فيتـو، بتـاريخ 3 أكتـوبر 2017، موضـوع بـالويبكوميكس يسـخر مـن الفنانـة الشـابة ياسمين صـبري ويعبـر عـن صـدمة جمهورهـا بعد إعلانهـا أنهـا متزوجـة خلال لقاء لها بأحد البرامج التليفزيونية، وكانت أبرز التعليقات تقول: "أنـا متجـوزة.. إيـه دا أنتي مجوزة." وتعليق آخر علـى لسـان ياسمين صـبري فـي تيمبليت يحمل صـورتها بـالويبكوميكس يقـول: " أنـا أول مـاتجوزت جـوزي كـان رفيـع وطولـه 190سـم.. كـان بيجري 20 كم في ساعة ونص.. بعد الجواز تخن 20 كيلو بسبب طبيخي".

ومـن الأمثلـة أيضـا علـى الشخصـيات التـي مثلـت موضـوعات للويبكـوميكس بمواقع الدراسة:

فـي موقـع الوفـد، بتـاريخ 9 اكتـوبر 2017، موضـوع بـالويبكوميكس عـن الكـابتن مجدي عبدالغني، عقب فوز المنتخب المصـري وتأهلـه لكـأس العـالم 2018، تضـمن عدة رسوم لمقتطفات من بعض الأفلام، وعليها صور للكابتن مجدي عبدالغني ومحمد صلاح، وكانت أبرز التعليقات تقول: "محمد صلاح كسر شفرة مجدي عبدالغني".

وفي موقع اليوم السـابع، بتـاريخ 19 ينـاير 2016، موضـوع بـالويبكوميكس عـن إقالـة البرتغـالي جوزيـه بسيرو المـدير الفنـي للأهلـي وتعيين الكـابتن عبـد العزيـز عبـد الشافى بدلا منه، وتعد أبرز ما شهدته الويبكوميكس الساخرة هو فرحـة لاعبـى النـادى الأهلـى المستبعدين مـن المبـاريـات بـأوامر مـن البرتغـالى، بجانـب حـزن بسيط سيطر علـى جمـاهير الزمالـك، وكانـت أبـرز التعليقـات مـع التيمبليـتس تقـول: "اللهـم أرزقنـا مانويل جوزيه فى الأهلى من جديد.. اللهم باعد بين الأهلـى والبدرى كمـا باعدت بين المشـرق والمغـرب.. الأهلـى للإمـام .." وتعليـق سـاخر آخـر يقـول: "عـايزين مانويـل جوزيه.. لازم الراجل ده يجى.. هو الأنسب لقيادة الفريق فى اللحظة دي.."

ثامنا: نوعية مضامين الويبكوميكس:

جدول رقم 9: نوعية مضامين الويبكوميكس

الموقع	الوفد		فيتو		الوطن		اليوم السابع		المجموع	
نوعية المضمون	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سياسي	1	5.9	0	0	1	12.5	3	11.5	5	7.9
اقتصادي	0	0	0	0	0	0	2	7.7	2	3.2
اجتماعي	2	11.8	1	8.3	0	0	4	15.4	7	11.1
رياضي	8	47	9	75	3	37.5	10	38.5	30	47.6
فني ثقافي	3	17.6	2	16.7	3	37.5	2	7.7	10	15.8
ديني	0	0	0	0	0	0	1	3.8	1	1.6
تعليمي	1	5.9	0	0	0	0	2	7.7	3	4.8
علمي	0	0	0	0	1	12.5	0	0	1	1.6
صحي وغذائي	1	5.9	0	0	0	0	0	0	1	1.6
مناخي	1	5.9	0	0	0	0	2	7.7	3	4.8
المجموع	17	100	12	100	8	100	26	100	63	100

أما عن نوعية مضامين الويبكوميكس بمواقع الدراسة، وكما يتضح في الجدول السابق، كشفت الدراسة عن تنوع محدود في مضامين الويبكوميكس، فرغم تعدد نوعيات المضمون، إلا أنها إنحازت بشكل كبير إلى نوعية بعينها من المضمون آلا وهي المضمون الرياضي، إلى جانب المضمون الفني والثقافي لكن بدرجة أقل بكثير من المضمون الرياضي، في حين تراجعت وبشكل ملحوظ المضامين السياسية والاقتصادية رغم أهميتها الكبيرة بالنسبة لكل شرائح المجتمع.

وكشفت النتائج العامة لنوعية مضامين الويبكوميكس بمواقع الدراسة مجتمعة، أن المضمون الرياضي تصدر نوعيات المضمون المختلفة، وحقق نسبة عالية ناهزت نصف إجمالي عدد الويبكوميكس في المواقع مجتمعة طوال فترة الدراسة، حيث بلغت نسبة الويبكوميكس الرياضي 47.6%، وفي الترتيب الثاني جاء المضمون الفني والثقافي وبفارق كبير عن نظيره الرياضي، إذ حقق نسبة 15.8%، وفي الترتيب الثالث جاء المضمون الإجتماعي بنسبة 11.1%، ثم المضمون السياسي بنسبة 7.9%، أما في الترتيب الخامس فجاء كل من المضمون التعليمي والمناخي بنسبة 4.8% لكل منهما، وفي الترتيب الأخير وبنسبة ضئيلة جدا جاء كل من المضمون الديني، والصحي والغذائي، والعلمي والتكنولوجي، بموضوع واحد وبنسبة لم تتعد 1.6% لكل مضمون منها.

وبالنظر إلى النتائج التفصيلية لكل موقع على حدة، يتضح أيضا غلبة المضمون الرياضي والفني والاجتماعي وتراجع بقية المضامين كالسياسي والاقتصادي في معظم مواقع الدراسة، ففي موقع الوفد تصدر المضمون الرياضي بنسبة عالية بلغت 47%، تلاه المضمون الفني والثقافي بنسبة 17.6%، ثم في الترتيب الثالث جاء المضمون الاجتماعي بنسبة 11.8%، في حين جاءت المضامين السياسية والتعليمية

والمناخية والصحية بعدد موضوع واحد ونسبة 5.9% لكل مضمون منها، في حين اختفى تماما المضمون الاقتصادي والعلمي والديني وغيره من المضامين عبر رسوم الويبكوميكس بموقع الوفد.

وبالنسبة لموقع فيتو جاءت مضامين الويبكوميكس أقل تنوعا من الوفد، حيث اقتصرت على ثلاث نوعيات فقط من المضمون، وهي المضمون الرياضي الذي حظى على ثلاثة أرباع الويبكوميكس المنشور بالموقع، بنسبة 75%، ثم المضمون الفني والثقافي بنسبة 16.7%، وأخيرا المضمون الاجتماعي بنسبة 8.3%، في حين اختفت بقية المضامين كالسياسية والاقتصادية وغيرها من الويبكوميكس بالموقع طوال فترة الدراسة.

أما موقع الوطن فكان هو الآخر مثل سابقه، حيث اتسمت مضامين رسوم الويبكوميكس بتنوع محدود أيضا، فقد اقتصرت على المضمون الرياضي، والفني والثقافي في الترتيب الأول بالنسبة نفسها 37.5%، ثم المضمون السياسي والعلمي بنسبة 12.5% لكل منهما، في حين إختفت بقية المضامين من الويبكوميكس بالموقع.

وأخيرا يأتي موقع اليوم السابع الذي يُعد الموقع الأكثر تنوعا في مضامين الويبكوميكس، لكن يظل أيضا المضمون الرياضي يحتل الترتيب الأول بالموقع، كما هو الحال فى المواقع الثلاثة الأخرى، وذلك بنسبة 38.5%، ثم جاء في الترتيب الثاني المضمون الاجتماعي بنسبة 15.4%، وفي الترتيب الثالث جاء المضمون السياسي بنسبة 11.5%، أما الترتيب الرابع فجاء لكل من المضمون الاقتصادي، والفني والثقافي، والتعليمي، والمناخي، بنسبة 7.7% لكل مضمون منها، وفي الترتيب الأخير جاء المضمون الديني بنسبة 3.8%، في حين اختفت بقية المضامين من الويبكوميكس بالموقع طيلة فترة الدراسة.

تاسعا: نطاق مضون الويبكوميكس:

جدول رقم 10: نطاق مضمون الويبكوميكس

الموقع	الوفد		فيتو		الوطن		اليوم السابع		المجموع	
نطاق المضمون	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
محلي	12	70.6	9	75	6	75	22	84.6	49	77.8
عربي	0	0	0	0	0	0	1	3.9	1	1.6
دولي	5	29.4	3	25	2	25	3	11.5	13	20.6
المجموع	17	100	12	100	8	100	26	100	63	100

وفيما يتعلق بنطاق التغطية لمضامين الويبكوميكس، وكما يتضح في جدول رقم (10)، كشفت النتائج العامة لمواقع الدراسة مجتمعة عن غلبة وتصدر الويبكوميكس الذي يتناول موضوعات ذات طبيعة محلية على مستوى الوطن، الأمر الذي يتفق مع

المنطق فالمواقع مصرية، والغالبية العظمى من قرائها من المصريين، ومن ثم يجب أن ينصب إهتمامها على الأحداث المصرية التي تمس الشأن الوطني بصفة أساسية.

وقد حقق الويبكوميكس الذي يتناول موضوعات محلية نسبة عالية بلغت 77.8% من الموضوعات في المواقع مجتمعة، وفي الترتيب الثاني جاء الويبكوميكس الذي يتناول الشأن العالمي أو الدولي، محققا نسبة معقولة بلغت 20.6%، وتمثلت الموضوعات الدولية في أغلب الأحوال في رسوم الويبكوميكس التي تتناول نتائج الأحداث والمباريات الرياضية، وبخاصة فعاليات الدوريات الأوروبية، إلى جانب البطولات الإفريقية التي تشارك فيها فرق رياضية مصرية. في حين تضاءل الويبكوميكس الذي يتناول الشأن العربي إلى حد كبير، فلم يتعد موضوع واحد بنسبة 1.6%.

وبالنظر إلى النتائج التفصيلية لكل موقع على حدة، يتضح أن ثلاثة مواقع منها قد اقتصر الويبكوميكس في كل منها على النطاق المحلي والدولي، وهي مواقع: الوفد، فيتو، الوطن، أما موقع اليوم السابع فقد اتسمت تغطيته للأحداث بالويبكوميكس بالشمول إذ غطت النطاقات الثلاث المحلي والعربي والدولي.

ففي موقع الوفد حقق الويبكوميكس الذي يتناول الشأن المحلي نسبة عالية بلغت 70.6%، في مقابل نسبة 29.4% للشأن الدولي، أما موقعي فيتو والوطن فقد تشابها تماما، حيث حقق الويبكوميكس الذي يتناول الشأن المحلي نسبة 75%، مقابل نسبة 25% للشأن الدولي في كل موقع منهما، أما موقع اليوم السابع فقد حقق النسبة الأعلى بين المواقع الأربعة في الشأن المحلي، إذ بلغت نسبة الويبكوميكس الذي يتناول موضوعات محلية 84.6%، مقابل نسبة 11.5% للشأن الدولي، ونسبة ضئيلة 3.9% للشأن العربي.

عاشرا: اتجاه مضمون الويبكوميكس:

جدول رقم 11: اتجاه مضمون الويبكوميكس

الموقع	الوفد		فيتو		الوطن		اليوم السابع		المجموع	
اتجاه المضمون	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إيجابي	1	5.9	2	16.7	2	25	4	15.4	9	14.3
سلبي	15	88.2	10	83.3	5	62.5	19	73.1	49	77.8
غير واضح	1	5.9	0	0	1	12.5	3	11.5	5	7.9
المجموع	17	100	12	100	8	100	26	100	63	100

ونظرا للطبيعة الساخرة لفن الويبكوميكس، ولأن الأصل في إنشاء واستخدام الويبكوميكس حتى الآن، يكون في الغالب من قبل الأفراد العاديين على صفحاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كانت الغلبة من بين إتجاهات المضمون للاتجاه السلبي الذي ينال من الشخصيات والموضوعات الواردة بالويبكوميكس بمزيد من النقد والتهكم والسخرية الشديدة، إلى حد الخروج عن الذوق العام في أحيان كثيرة.

ولعل هذا هو السبب الرئيس الذي يجعل المواقع والصحف الرسمية تتوخى مزيد من الحذر في نشر الويبكوميكس عبر صفحاتها، كما يجعلها تلجأ إلى الإنتقاء الحذر من بين آلاف الويبكوميكس، إذا ما قررت نشر بعض رسوم الويبكوميكس على صفحاتها أو عبر مواقعها على الإنترنت.

وطبقا للنتائج العامة للدراسة، فقد حقق الويبكوميكس الذي يحمل اتجاها سلبيا إزاء الحدث أو الشخص موضوع الويبكوميكس، نسبة عالية بلغت 77.8%، في حين جاء في الترتيب الثاني الويبكوميكس الذي يحمل اتجاها إيجابيا إزاء الحدث أو الشخص موضوع الويبكوميكس، بنسبة 14.3%، بينما جاء الويبكوميكس الذي يحمل اتجاها غير واضح أو لنقل محايد إزاء الشخص أو الحدث موضوع الويبكوميكس، في الترتيب الأخير وبنسبة لم تتعد 7.9%.

وبالنظر إلى النتائج التفصيلية لاتجاهات مضمون الويبكوميكس بمواقع الدراسة، يتضح أنها توافقت إلى حد كبير مع النتائج العامة، حيث جاء في الترتيب الأول بمواقع الدراسة الأربعة كل منها على حدة، الويبكوميكس الذي يحمل اتجاها سلبيا إزاء الحدث أو الشخص موضوع الويبكوميكس، وبنسبة عالية في كل موقع منها، بلغت 88.2% في موقع الوفد، ونسبة 83.3% في موقع فيتو، ونسبة 73.1% في موقع اليوم السابع، ونسبة 62.5% في موقع الوطن.

بينما جاء في الترتيب الثاني الويبكوميكس الذي يحمل اتجاها إيجابيا إزاء الحدث أو الشخص موضوع الويبكوميكس، وذلك في المواقع الأربعة أيضا كل منها على حدة، بنسبة 25.% في موقع الوطن، ونسبة 16.7% في موقع فيتو، ونسبة 15.4% في موقع اليوم السابع، ونسبة 5.9% في موقع الوفد. في حين حقق الويبكوميكس غير واضح الاتجاه الترتيب الثاني في موقع الوفد نفس نسبة الويبكوميكس إيجابي الاتجاه 5.9%، بينما جاء الويبكوميكس غير واضح الاتجاه في الترتيب الثالث والأخير لاتجاهات المضمون في المواقع الثلاثة الأخرى، بنسبة 12.5% في موقع الوطن، ونسبة 11.5 في موقع اليوم السابع، وأخيرا نسبة صفرية في موقع فيتو.

إحدى عشر: أساليب التعبير الفني بالويبكوميكس:

جدول رقم 12: أساليب التعبير الفني بالويبكوميكس

الموقع	الوفد		فيتو		الوطن		اليوم السابع		المجموع	
أساليب التعبير الفني	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
رموز بصرية	6	30	2	13.3	4	44.4	10	32.3	22	29.3
رموز لفظية	3	15	2	13.3	1	11.2	5	16.1	11	14.7
الجمع بين الأسلوبين	11	55	11	73.4	4	44.4	16	51.6	42	56
المجموع	20	100	15	100	9	100	31	100	75	100

وفيما يتعلق بأساليب التعبير الفني برسوم الويبكوميكس، وكما يتضح في الجدول رقم (12)، فقد كشفت النتائج العامة للدراسة، أن رسوم الويبكوميكس جاءت وهي تعج بالرموز البصرية واللفظية لأجل السخرية والنيل من الشخصيات أو تفاصيل الأحداث موضوع الويبكوميكس، وقد جاءت الغالبية العظمى من رسوم الويبكوميكس وهي تجمع بين الرموز اللفظية والبصرية لتحقيق أكبر قدر من السخرية والضحك بشأن موضوعات الرسوم. وذلك بنسبة عالية بلغت 56%، في حين جاء الويبكوميكس الذي استخدم الرموز البصرية فقط في الترتيب الثاني بنسبة 29.3%، وأخيرا الويبكوميكس الذي استخدم الرموز اللفظية فقط بنسبة 14.7%.

شكل رقم (1)

ومن الأمثلة على استخدام الرموز البصرية برسوم الويبكوميكس في موقع الوفد، بتاريخ 27 أكتوبر 2014، نشر موضوع مع عدة رسوم ويبكوميكس، وقد تناولت سخرية جماهير الزمالك من تعادل النادي الأهلي مع النادي الأسيوطي، ومواصلة نزيف النقاط في الدوري المصري، وذلك من خلال تشخيص النادي الأهلى في صورة للفنان نور الشريف في لقطة من مسلسل "لن أعيش في جلباب أبي" وهو يرتدي ملابس مهلهلة قديمة ويعد نقوده القليلة التي لاتتعد عدة قروش وهو فرح بها في نهاية يوم طويل من العمل الشاق، مع وضع علم الزمالك على جلبابه القديم مع تعليق "انا بكره الأهلي"، ذلك مع تعليق ساخر يقول: "حال الأهلاوية وهما بيجمعوا النقط بتعتهم". ويتضح ذلك في **الشكل رقم (1).**

وكشفت النتائج التفصيلية لأساليب التعبير الفني بالويبكوميكس، عن تصدر أسلوب الجمع بين الرموز البصرية واللفظية في الويبكوميكس بكل موقع على حدة، حيث حقق النسبة الأعلى 73.4% في موقع فيتو، ونسبة 55% في موقع الوفد، ونسبة 51.6% في موقع اليوم السابع، والنسبة الأقل في موقع الوطن 44.4%.

في حين تفاوتت النتائج من موقع لآخر بالنسبة للأسلوبين الآخرين، حيث جاء أسلوب الرموز البصرية في الترتيب الثاني بمواقع: اليوم السابع بنسبة 32.3%، الوفد بنسبة 30%، وموقع فيتو بنسبة 13.4%، في حين جاءت الرموز البصرية في الترتيب الأول مع الجمع بين الأسلوبين في موقع الوطن بالنسبة نفسها 44.4%. أما أسلوب الرموز اللفظية فقد حقق الترتيب الثاني في موقعي: فيتو بنسبة 13.3% والوطن بنسبة 11.2%، والترتيب الثالث في موقعي: اليوم السابع بنسبة16.1%، والوفد بنسبة 15%.

إثنى عشر: أساليب الإقناع بالوييكوميكس:

جدول رقم 13: أساليب الإقناع بالوييكوميكس

الموقع	الوفد		فيتو		الوطن		اليوم السابع		المجموع	
أساليب الإقناع	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
التجسيم	4	10	6	13.6	2	11.8	6	7.8	18	10.1
التشخيص	5	12.5	7	15.9	3	17.6	9	11.7	24	13.5
الأمثال والحكم الشعبية	7	17.5	10	22.7	2	11.8	16	20.8	35	19.7
التلاعب اللفظي	13	32.5	12	27.3	6	35.3	24	31.2	55	30.9
الرموز البصرية واللغوية	11	27.5	9	20.5	4	23.5	22	28.5	46	25.8
المجموع	40	100	44	100	17	100	77	100	178	100

وبالنسبة لأساليب الإقناع برسوم الوييكوميكس بمواقع الدراسة، فقد استخدمت رسوم الوييكوميكس عدة أساليب للإقناع وجعل الرسوم تبلغ أهدافها الاتصالية بشكل فعال، وتمثلت أهم هذه الأساليب في التشخيص ويعني التعامل مع غير العاقل باعتباره شخص عاقل، والتجسيد وهو على عكس سابقه ويعني الإشارة إلى شخص عاقل على أنه غير عاقل، سواء تم اعتباره جماد أو حيوان أو غيرذلك، هذا فضلا عن الأمثال والحكم الشعبية، والتلاعب اللفظي، وأخيرا الرموز اللفظية والبصرية.

وطبقا للنتائج العامة للدراسة، جاء أسلوب التلاعب اللفظي في مقدمة أساليب الإقناع، محققا النسبة الأكبر وبلغت 30.9%، وفي الترتيب الثاني جاء أسلوب الرموز البصرية واللغوية بنسبة 25.8%، ثم استخدام الأمثال والحكم الشعبية بنسبة 19.7%، وبفارق ملحوظ عن الأساليب السابقة، جاء أسلوب التشخيص بنسبة 13.5%، وأخيرا أسلوب التجسيم بالنسبة الأقل 10.1%.

وكشفت النتائج التفصيلية لكل موقع على حدة، كما هو الحال في النتائج العامة عن تصدر أسلوب التلاعب اللفظي للترتيب الأول في مواقع الدراسة الأربعة، وحقق أعلى المعدلات في موقع الوطن بنسبة 35.3%، ثم موقع الوفد بنسبة 32.5%، فموقع اليوم السابع بنسبة 31.2%، وأقل المعدلات في موقع فيتو بنسبة 27.3%. وفي الترتيب الثاني جاء أيضا أسلوب الرموز اللفظية والبصرية في كل موقع على حدة بالنسبة للمواقع الأربعة، وحقق أعلى المعدلات في موقع اليوم السابع بنسبة 28.5%، تلاه موقع الوفد بنسبة 27.5%، ثم موقع الوطن بنسبة 23.5%، وأخيرا موقع فيتو بنسبة 20.5%.

وتفاوتت المواقع فيما بينها بالنسبة للأساليب الثلاثة الأخرى، ففي موقعي الوفد

وفيتو جاء في الترتيب الثالث أسوب الأمثال والحكم الشعبية بنسبة 22.7% لفيتو ونسبة 17.6% للوفد، وفي الترتيب الرابع جاء أسوب التشخيص بنسبة 15.9% لفيتو ونسبة 12.5% للوفد، وفي الترتيب الخامس والأخير جاء أسلوب التجسيم بنسبة 13.6% في فيتو ونسبة 10% في الوفد.

وبالنسبة لموقع الوطن، فقد جاء في الترتيب الثالث أسلوب التشخيص بنسبة 17.6%، وفي الترتيب الرابع جاء أسلوبي الأمثال والحكم الشعبية بالنسبة ذاتها 11.8%، في حين جاء في الترتيب الثالث بموقع اليوم السابع أسلوب الأمثال والحكم الشعبية بنسبة 20.8%، وأسلوب التشخيص في الترتيب الرابع بنسبة 11.7%، وأخيرا جاء أسلوب التجسيم بنسبة 7.8%.

ومن الأمثلة على أساليب التشخيص والرموز البصرية واللغوية والتلاعب اللفظي في آن واحد في ويبكوميكس نشره موقع الوفد بتاريخ 13 يوليو 2017، ضمن موضوع بعنوان: الطعمية تتحول إلى "جرين برجر" على طريقة قاموس الساحل، ، حيث إنتشر منشور يخص هذه المصطلحات وأطلق عليه "قاموس الساحل"، فلك أن تتخيل أن الطعمية التي نعرفها بهذا الإسم منذ أجدادنا أصبحت "green burger"، وقنديل البحر أصبح "jilly fish" وفي الويبكوميكس الذي نقله الموقع عن صفحة أحد النشطاء على "الفيس بوك"، وفي إطار السخرية من الموضوع، وبطريقة هزلية وحوار شديد السخرية، تم تشخيص الطعمية في هيئة شخص يرفض الفكرة ويصر على رفضه تغيير إسمه المعروف من سنين طويلة لدى المصريين بالطعمية. وكما يتضح في **الشكل رقم(2)**، جاء الحوار الساخر يجمع بين اللغتين العربية والإنجليزية ويقول: " جرا إيه يا طعمية؟.. I'm Green Burger .. الطعمية: I'm not.. طعمية بردو طعمية".

ثالث عشر: آليات الإضحاك والسخرية بالويبكوميكس:

جدول رقم 14: آليات الإضحاك والسخرية بالويبكوميكس

الموقع	الوفد		فيتو		الوطن		اليوم السابع		المجموع	
آليات الإضحاك والسخرية	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
التهويل والمبالغة	9	11	11	13.7	4	12.1	20	15.6	44	13.6
التهوين والتحقير	10	12.3	13	16.3	5	15.2	15	11.7	43	13.4
المفارقة الساخرة	13	15.7	13	16.3	7	21.2	22	17.3	55	17
النكتة المكتوبة	8	9.8	10	12.5	2	6.1	15	11.7	35	10.8
التضارب في المواقف	7	8.5	6	7.5	2	6.1	11	8.6	26	8.1
أوضاع الجسم وحركاته	18	22	14	17.5	8	24.2	25	19.5	65	20.1
أشكال مضحكة بالرسم	11	13.4	10	12.5	4	12.1	15	11.7	40	12.4
سوء الفهم أو الإلتباس	6	7.3	3	3.7	1	3	5	3.9	15	4.6
المجموع	82	100	80	100	33	100	128	100	323	100

وأخيرا وفيما يتعلق بآليات الإضحاك والسخرية في الويبكوميكس بمواقع الدراسة، وكما يتضح في الجدول رقم (13)، يتضح أن آليات الإضحاك والسخرية قد شهدت تعددا ملحوظا وتمثلت في ثمانية آليات مختلفة، وفي أغلب الأحوال نجد وقد إجتمعت أكثر من آلية في الويبكوميكس الواحد، الأمر الذي جعل غالبية الرسوم جاءت شديدة السخرية والإضحاك إزاء الشخص أو الحدث موضوع الويبكوميكس.

ووفقا للنتائج العامة، فقد تصدرت آلية أوضاع الجسم وحركاته آليات الإضحاك والسخرية بالويبكوميكس، وذلك بنسبة 20.1%، وفي الترتيب الثاني جاءت آلية المفارقة الساخرة بنسبة 17%، وفي الترتيب الثالث كانت آلية التهويل والمبالغة بنسبة 13.6%، بينما جاء في الترتيب الرابع آلية التهوين والتحقير بنسبة 13.4%، وبفارق قليل وفي الترتيب الخامس جاءت آلية استخدام أشكال مضحكة بالرسم بنسبة 12.4%، تلاها في الترتيب السادس آلية النكتة المكتوبة بنسبة 10.8، ثم التضارب في المواقف في الترتيب السابع بنسبة 8.1%، وأخيرا آلية سوء الفهم والإلتباس بنسبة 4.6%.

وكشفت النتائج التفصيلية لكل موقع على حدة، عن تصدر أوضاع الجسم وحركاته آليات الإضحاك ثم المفارقة الساخرة في الترتيب الثاني بمواقع الدراسة الأربعة، كل منها على حدة، حيث جاءت أوضاع الجسم وحركاته في الترتيب الأول في المواقع الأربعة، وحققت أعلى المعدلات في موقع الوطن بنسبة 24.2%، ثم موقع الوفد بنسبة 22%، فموقع اليوم السابع بنسبة 19.5%، وأخيرا موقع فيتو بنسبة 17.5%. كما

جاءت في الترتيب الثاني لكل المواقع أيضا، آلية المفارقة الساخرة، محققة أعلى المعدلات في موقع الوطن بنسبة 21.2%، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 17.3%، فموقع فيتو بنسبة 16.3%، وجاءت بأقل المعدلات في موقع الوفد بنسبة 15.7%.

في حين تفاوتت المواقع الأربعة فيما بينها من حيث استخدام بقية آليات الإضحاك والسخرية بالويبكوميكس، ففي موقع الوفد جاءت الأشكال المضحكة بالرسم في الترتيب الثالث بنسبة 13.4%، تلاها التهوين والتحقير في الترتيب الرابع بنسبة 12.3%، ثم في الترتيب الخامس جاءت المبالغة والتهويل بنسبة 11%، ثم النكتة المكتوبة بنسبة 9.8%، والتضارب في المواقف بنسبة 8.5%، وفي الترتيب الأخير جاءت آلية سوء الفهم والإلتباس بنسبة 7.3%.

وفي موقع فيتو حققت آلية التهوين والتحقير نفس نسبة المفارقة الساخرة 16.3% في الترتيب الثاني، ثم جاءت آلية التهويل والمبالغة بنسبة 13.7% في الترتيب الثالث، بينما جاءت النكتة المكتوبة وأشكال مضحكة بالرسم في الترتيب الرابع بالنسبة نفسها 12.5%، ثم التضارب في المواقف بنسبة 7.5%، أما الترتيب الأخير فكان لسوء الفهم والإلتباس بنسبة 3.7%. وفي موقع الوطن كان الترتيب الثالث لآلية التهوين والتحقير بنسبة 15.2%، والترتيب الرابع للأشكال المضحكة بالرسم بنسبة 12.1%، بينما جاءت النكتة المكتوبة والتضارب في المواقف معا في الترتيب الخامس بالنسبة ذاتها 6.1%، وأخيرا سوء الفهم والإلتباس بنسبة 3%.

وفي موقع اليوم السابع كان الترتيب الثالث لآلية التهويل والمبالغة بنسبة 15.6%، في حين جاءت آليات التهوين والتحقير والأشكال المضحكة بالرسم والنكتة المكتوبة معا في الترتيب الرابع بنسبة 11.7%، بينما جاء التضارب في المواقف في المركز الخامس بنسبة 8.6%، وفي الترتيب الأخير جاء لسوء الفهم والإلتباس بنسبة 3.9%.

شكل رقم (3)

ومن الأمثلة على إستخدام المفارقة الساخرة كآلية للسخرية والإضحاك في الويبكوميكس بموقع فيتو بتاريخ 22 يوليو 2015، نشر الموقع موضوعا بالكوميكس بعنوان: جماهير الأهلي تشعل مواقع التواصل إحتفالا بالفوز على الزمالك، ونشر معه عدد كبير من الويبكوميكس، كان من بينها تيمبليت عبارة عن صورة للرئيس الراحل محمد أنور السادات وإستغلال كلمته الشهيرة في خطابه بالكنيست الإسرائيلي وإسقاطها على هزيمة الزمالك، لأجل السخرية من هزيمتهم الدائمة أمام غريمهم التقليدي، و كما يتضح في

الشكل رقم (3)، جاء التعليق أسفل التيمبليت يقول:"يا أيها الزملكاوي الحزين ويا أيتها الزملكاوية الحزينة ويا أيها المشجع الذي فقد الأمل ويا كل ضحايا الحصالة.. إملؤوا الأرض والسماء بترانيم الاستسلام..املؤوا الصدور والقلوب بكلمة سنظل أوفياء.. اجعلوا الأنشودة حقيقة تعيش وتثمر".

وفي مثال آخر لكن لاستخدام النكتة المكتوبة كوسيلة للسخرية والإضحاك بالويبكوميكس في موقع الوفد بتاريخ 11 نوفمبر 2016، في موضوع حول فشل دعوات الإخوان للتظاهر يوم 11/11/ 2016، بعنوان: الإخوان عاملين ثورة عالضيق"، حيث نشر الموقع مع الموضوع عدة رسوم ويبكوميكس تعبر عن سخرية نشطاء مواقع التواصل الاجتماعي من عدم استجابة المواطنين لدعوات جماعة الإخوان بالنزول إلى الشوارع والميادين لأجل التظاهر تحت مسمى "ثورة الغلابة."

شكل رقم (4)

ومثال لاستخدام النكتة المكتوبة كآلية للإضحاك والسخرية، جاء مع الموضوع ويبكوميكس عبارة عن تيمبليت للفنان الراحل محمود عبد العزيز من فيلم "الشقة من حق الزوجة" وظهر الفنان محمود عبد العزبز وهو يضحك بشكل هستيري كوميدي مع تعليق ساخرعلى لسانه يقول: "الناس ثورتها السبت والحد، وإنتوا ثورتكم مفهاش حد"، وهو ما يتضح في **الشكل رقم(4)**.

كما تضمنت رسوم الويبكوميكس مع ذات الموضوع، عبارات وصور تسخر من الإخوان ومن دعوتهم للتظاهر وكانت أبرز التعليقات تقول: "ثورة 11 نوفمبر اتأجلت لـ 13- 13"، و"الثورة لا يراها إلا المؤمن"، و"إصابة أفراد الأمن المركزي بالملل"، و"الظاهر إن الإخوان عاملين ثورة عالضيق، ومش عازمين حد"، و"يا جدعان بلاش هزار اللي مخبي الثورة يطلعها."

ومن الأمثلة على استخدام أوضاع الجسم وحركاته، لأجل الإضحاك والسخرية بالويبكوميكس، نشر موقع اليوم السابع موضوعا بالويبكوميكس تناول إحتفالات المصريين بالوصول إلى كأس العالم باستخدام الويبكوميكس، حيث شهدت مواقع التواصل الاجتماعى، العديد من رسوم الويبكوميكس الساخرة المحتفية بوصول المنتخب إلى نهائيات كأس العالم روسيا 2018.

شكل رقم (5)

وكان أبرز ما تناولته رسوم الويبكوميكس هما: الكابتن مجدى عبد الغنى وهدفه فى كأس العالم، وكذلك محمد صلاح باعتباره هو من أحرز هدفى التأهل فى مرمى الكونغو، لتصعد مصر إلى مونديال روسيا بعد غياب 28 عاما، فجاءت رسوم الويبكوميكس تحمل الكثير من السخرية الشديدة من مجدي عبدالغني وهدفه في كأس العالم 1990، في سياق أن وصول مصر لكأس العالم سينهي إسطورة هدف مجدي عبد الغني التي استمرت 28 عاما، وأن ذلك سيكون على يد اللاعب محمد صلاح الذي سيسجل لمصر في كأس العالم 2018، ويمحي من ذاكرة المصريين هدف عبد الغني، ومن بين الويبكوميكس العديدة التي وردت مع الموضوع، ويبكوميكس يحمل الكثير من السخرية والإضحاك بشأن مجدي عبد الغني، وجاء الويبكوميكس يحتوى على تيمبليت للقطة مصورة لشخص ما، وقد تم تركيب رأس مجدي عبد الغني على الجسم، ليبدو مجدي عبد الغني في شكل كوميدي ساخر وهو منبطح على يديه ويختبىء أسفل طاولة صغيرة، مع تعليق يقول: "مجدي عبد الغني لحظة تسجيل محمد صلاح لضربة الجزاء في الكونغو.. يارب تطلع آوت والنبي". ويتضح ذلك في **الشكل رقم(5).**

خاتمة الدراسة:

نلخص في هذا الجزء من الدراسة أهم مؤشرات النتائج العامة، فضلا عن مناقشة النتائج في إطار المداخل البحثية للدراسة، بما يجيب على التساؤلات التي أثارتها المشكلة البحثية في البداية.

وبداية نعرض لأهم مؤشرات النتائج العامة التي توضح أهم خصائص هذا الفن الجديد، وتوضح الملامح الأساسية التي ميزت استخدام فن الويبكوميكس عبر الفضاء الإلكتروني لمواقع الدراسة، ويتضح ذلك في النقاط التالية:

- بينما يشير مفهوم "الكوميكس" إلى الرسوم التي تستخدم عموما الوسائل الرسومية والنصية المتتابعة أو المتسلسلة كوسيلة للاتصال، وأفضل مثال لذلك هو الكتب المصورة المطبوعة حتى لو تم نشرها عبر الإنترنت، يشير مفهوم الويبكوميكس إلى الرسوم التي يتم

إنشاؤها لأول مرة على شبكة الإنترنت، والتي أنشأها مصممون مستقلون، ليس لديهم أي نسخة مطبوعة الأصل، وليس لديهم أي نوع من رعاية الشركات أو المؤسسات الصحفية أو الطباعية. فالويبكوميكس يعتمد آليات الإنتاج والتوزيع الرقمي بشكل كامل.

- كانت صحيفة الوطن عبر موقعها الإلكتروني هي الأسبق من بين صحف الدراسة في استخدام فن الويبكوميكس، حيث بدأ ظهوره عبر موقع الصحيفة في أبريل 2014، بينما ظهر لأول مرة بموقع الوفد في أكتوبر 2014، وفي موقع اليوم السابع في نوفمبر 2014، في حين تأخر ظهوره في موقع فيتو إلى يوليو 2015.
- إتسم استخدام مواقع الدراسة للويبكوميس بالندرة الملحوظة، وإن كانت هي المواقع الأكثر استخداما للويبكوميكس بالنظر الى بقية مواقع الصحف المصرية، فلم يتجاوز إجمالي عدد مرات استخدام الويبكوميكس بالمواقع الأربعة 63 مرة طوال فترة الدراسة.
- جاءت الغالبية العظمى من رسوم الويبكوميكس مصاحبة لموضوعات مختلفة عبر الموقع، مقابل عدد قليل من المرات التي لجأت فيها بعض المواقع باستخدام فن الويبكوميكس كفن مستقل بذاته.
- شهدت أنواع الويبكوميكس وإستغلال البيئة الرقمية ضعفا ملحوظا، اتسمت به كل المواقع تقريبا، حيث جاءت الغالبية العظمى من الويبكوميكس ساكنة دون إستغلال لإمكانات البيئة الرقمية في أضفاء الحركة والمؤثرات الصوتية على الرسوم بما يجعلها أكثر حيوية وتأثيرا.
- مثَّلت مواقع التواصل الإجتماعي وبخاصة موقع "الفيس بوك" المصدر الرئيسي لمواقع الدراسة في الحصول على رسوم الويبكوميكس التي نشرتها عبر فضائها الإلكتروني، وتم نقل الرسوم إما من صفحات عامة أو من صفحات شخصية على موقع "الفيس بوك"، مع وجود نسبة ضئيلة جدا من الرسوم جاءت مُجهلة المصدر.
- غاب المصدر الحقيقي والذي يتمثل في الشخص الذي قام بالفعل بتصمم وتنفيذ الويبكوميكس ونشره عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم أخذ طريقه إلى النشر عبر مواقع الدراسة، هذا الشخص في الحقيقة يعتبر مجهولا بالنسبة لكل الويبكوميكس التي تم نشرها عبر المواقع الأربعة خلال فترة الدراسة، ولعل غياب المنشىء الحقيقي لرسوم الويبكوميكس يُعد من السمات الأساسية التي يتصف بها هذا الفن الجديد وهي سمة التحرر من المصدر.
- إتخذت رسوم الويبكوميكس عبر مواقع الدراسة عدة اشكال مختلفة، وتنوعت

ما بين لوحة واحدة، ولوحتين وثلاث وأربع لوحات حتى أكثر من أربع لوحات متتالية تتناول الموضوع نفسه، وجاءت معظم الرسوم وهي تتكون من أكثر من أربع لوحات تتناول موضوعا واحدا.

- تعددت عناصر بناء الويبكوميكس بمواقع الدراسة، فلم تقتصر فقط على التيمبليتس والتعليقات، بل شملت عدة عناصر آخرى مثل: الرسوم والأيقونات والرموز البصرية واللفظية، هذا فضلا عن الأرضيات الظلية الملونة، والصور الفوتوغرافية التي يتم تفريغها وتركيبها على أجسام الأشخاص الظاهرين في التيمبليتس، يضاف إلى تلك المكونات سمات التفاعلية مثل الحركة والمؤثرات الصوتية التي ظهرت هي الأخرى في بعض رسوم الويبكوميكس التفاعلية في بعض مواقع الدراسة.
- شهدت رسوم الويبكوميكس استخداما كثيفا للألوان بحيث بدت الألوان كأحد المكونات الأساسية لرسوم الويبكوميكس بكل عناصرها البنائية اللفظية والبصرية، فقد تم استخدام الألوان بكثافة مع كل الرسوم ومع كل عناصرها المختلفة في أغلب الأحوال.
- فرضت الطيبعة الساخرة لفن الويبكوميكس نفسها على لغة التعليقات بالويبكوميكس بمواقع الدراسة، فجاءت الغلبة للغة العربية العامية بالنسبة للغالبية العظمى من تعليقات الويبكوميكس، بينما جاء استخدام اللغة العربية الفصحى في حدود ضيقة بشكل ملحوظ.
- تنوعت موضوعات الويبكوميكس ما بين تناول أحداث جارية أو قضايا مجتمعية أو شخصيات بعينها، وقد حققت الأحداث الجارية الغالبية العظمى من موضوعات الويبكوميكس بمواقع الدراسة.
- كشفت الدراسة عن تنوع محدود في مضامين الويبكوميكس فقد إنحازت بشكل كبير إلى المضمون الرياضي، إلى جانب المضمون الفني والثقافي والمضمون الأجتماعي لكن بدرجة أقل بكثير من المضمون الرياضي. في حين مثلت المضامين السياسية والاقتصادية نسبا ضئيلة لا تتناسب وأهميتها بالنسبة للمجتمع.
- جاءت غالبية الرسوم تتناول موضوعات ذات طبيعة محلية، الأمر الذي يتفق مع المنطق فالمواقع مصرية، والغالبية العظمى من قرائها من المصريين، في حين جاءت المضامين التي تتعلق بالشأن الدولي في الترتيب الثاني، والشأن العربي بنسبة ضئيلة.
- تصدَّر الاتجاه السلبي مضامين الويبكوميكس إزاء الحدث أو الشخص موضوع الرسم، فقد حقق نسبة عالية فاقت الثلاثة أرباع من إجمالي الرسوم،

في حين جاءت النسبة الباقية موزعة على الاتجاه الإيجابي والاتجاه غير الواضح إزاء موضوع الويبكوميكس.

- كشف التحليل السيميولوجي للويبكوميكس عن استخدام عدة أساليب للتعبير الفني، فقد جاءت الغالبية العظمى من رسوم الويبكوميكس وهي تمتلىء بالرموز البصرية واللفظية لأجل السخرية والنيل من الشخصيات أو تفاصيل الأحداث موضوع الويبكوميكس، وكان النصيب الأكبر للأسلوب الذي يجمع بين الرموز البصرية واللفظية في الرسم الواحد بنسبة فاقت النصف، ثم الاكتفاء بالرموز البصرية أوالرموز اللفظية فقط بنسب قليلة.

- أيضا كشفت نتائج التحليل السيميولوجي لرسوم الويبكوميكس، عن إستخدام عدة أساليب للإقناع وجعل الرسوم تبلغ أهدافها الاتصالية، وجاء أسلوب التلاعب اللفظي في مقدمة أساليب الإقناع، مع حضور لعدد آخر من أساليب الإقناع بنسب متفاوتة تمثلت في: الرموز البصرية واللغوية، والأمثال والحكم الشعبية، إلى جانب التشخيص والتجسيم.

- سيميولوجيا أيضا، تعددت وبشكل ملحوظ آليات الإضحاك والسخرية في الويبكوميكس، وتمثلت في ثمانية آليات مختلفة، وقد إجتمعت أكثر من آلية في الويبكوميكس الواحد في أغلب الأحيان، الأمر الذي جعل غالبية الرسوم جاءت شديدة السخرية والإضحاك إزاء الشخص أو الحدث موضوع الويبكوميكس. وقد تصدرت آلية أوضاع الجسم وحركاته آليات الإضحاك، ثم المفارقة الساخرة، والتهويل والتهوين واستخدام أشكال مضحكة بالرسم، ثم التضارب في المواقف وأخيرا سوء الفهم والإلتباس.

- ويأتي تفسير الندرة في استخدام مواقع الدراسة لفن الويبكوميكس، وغلبة اللغة العامية على تعليقات الويبكوميكس، وكذلك سيادة الاتجاه السلبي على اتجاهات المضمون، في ضوء الطبيعة الساخرة لفن الويبكوميكس التي تصل في كثير من الأحيان إلى الخروج عن الذوق العام، ولأن الأصل في إنشاء واستخدام الويبكوميكس، يكون من قبل الأفراد العاديين على صفحاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولعل هذا أيضا هو السبب الرئيسي الذي يجعل المواقع والصحف المصرية تتوخى مزيد من الحذر في نشر الويبكوميكس عبر صفحاتها، كما يجعلها تلجأ إلى الإنتقاء الحذر من بين آلاف الويبكوميكس، إذا ما قررت نشر بعض رسوم الويبكوميكس على صفحاتها أو عبر مواقعها على الإنترنت.

- يضاف إلى ما سبق سبب آخر يكمن وراء ندرة الاستخدام وعزوف معظم الصحف المصرية عن استخدام الويبكوميكس، ويتمثل في النشأة الحديثة لفن الويبكوميكس، الأمر الذي يجعل الصحف والمواقع الإخبارية المختلفة

وكـذلك الرسـامين المحتـرفين للكاريكـاتور لايزالـون ينظـرون إلـى فـن الويبكوميكس بالشك وعدم التقدير الكاف، بما يجعلهم لا يقبلون على القيام بتصميم وتنفيذ ونشر رسوم ويبكوميكس خاصة بهم، كما هو الحال مع فن الكاريكاتور على سبيل المثال.

- ولعل ما سبق هو ما يفسر أيضا غلبة المضمون الرياضي بشكل ملحوظ على مضامين الويبكوميكس، في مقابل التراجع الملحوظ أيضا للمضامين الجادة وبخاصة السياسية والاقتصادية التي تمس المصالح الأساسية لكل شرائح المجتمع، الأمر الذي يجبر الصحف على الإنتقاء الشديد قبل النشر، ويجعلها تـؤثر مبـدأ السـلامة بالبعـد عـن المضـامين أو الموضـوعات السياسـية والاقتصادية التي قد يجعلها عرضة للملاحقات الأمنية، وبخاصة مع حدة التهكم والسخرية الشديدة التي تميز فن الويبكوميكس.

وبـالنظر إلـى مجمـل النتـائج العامـة للدراسـة يمكـن اسـتخلاص عـدة تـأثيرات للبيئـة الرقميـة بـدت واضـحة علـى فـن الويبكـوميكس بخصائصـه المختلفة، نلخص أهم هذه التأثيرات في النقاط التالية:

- يعـود الفضـل فـي ظهـور فـن الويبكـوميكس مـن الأسـاس إلـى البيئـة الرقميـة، فـإذا كـان الكـوميكس بشـكله التقليـدي يُعـد شـكلا هجينـا ينحـدر مـن صـناعة المطبوعـات، فـإن الويبكـوميكس هـو عبـارة عـن هجـين تـم إنشـاؤه مـن هجينـات أخـرى، لأن الويبكـوميكس ولـد مـن اتحـاد مجموعـة مـن أشـكال الوسـائط المعقـدة بالفعـل مثـل وسـائل الإعـلام والتقنيـات التـي تتعلـق بتقنيـات الويـب والفنـون البصـرية، ونتيجـة لهـذا المـزيج مـن الوسـائط المختلفـة ظهـر فـن الويبكـوميكس ولا يـزال فنـا ناشـئا حتـى اللحظـة، ويقـوم علـى دمـج النصـوص والصـور والرسـوم والأيقونـات والرموز اللغوية والبصرية معا في إبداعات كوميدية ساخرة.
- تعود خاصية "تحرر المصدر" التي تميزت بها رسوم الويبكوميكس إلى البيئـة الرقميـة، ففـي ظـل الإمكانـات الكبيـرة التـي أتاحتهـا التقنيـة الرقميـة ببرمجياتها المتعددة، أصبح من السهل لأي فرد عادي أن يقوم بتصميم ما يريده من ويبكوميكس ونشره عبر الإنترنت بكل سهولة وسرعة ويسر.
- تعدد أشكال الويبكوميكس، فلم يقتصر على لوحة واحد بل إمتد إلى لوحتين وثلاث وأربع بل وأكثرمن ذلك حتى بلغ أحيانا إلى عشرين لوحة متتالية للموضوع الواحد، وذلك يعود إلى خاصية الفضاء اللامحدود التي تميز العمل في ظل البيئة الرقمية.
- تنوع وتعدد عناصر بناء الويبكوميكس بشكل ملحوظ، فلم تقتصر فقط على

التيمبليتس والتعليقات، بل شملت عناصر أو مكونات أخرى عديدة، تمثلت في الرسوم المصاحبة والأيقونات والرموز التي تُضاف إلى الويبكوميكس، هذا فضلا عن الأرضيات الظلية الملونة والصور الفوتوغرافية، كل تلك العناصر يتم الدمج فيما بينها في الويبكوميكس الواحد بما يعطي تركيبات تصويرية ساحرة ومؤثرة، الأمر الذي يمكن تنفيذه بأقل جهد وأقل زمن وبكل سهولة ويسر في ظل البيئة الرقمية ببرمجياتها المتقدمة.

- الاستخدام الكثيف للألوان بحيث ظهرت كل الرسوم بالألوان، وشملت الألوان كل عناصر الويبكوميكس في أغلب الأحوال، وهو الأمر الذي لا يترتب عليه مع البيئة الرقمية أي مزيد من الكلفة المالية أو الجهد أو الوقت، كما هو الحال في الإنتاج التقليدي المطبوع للألوان.

توصيات الدراسة:

في هذ الجزء الأخير من الدراسة، وبناء على نتائجها العامة والتفصيلية، نعرض لبعض التوصيات التي ترى الدراسة ضرورة الأخذ بها من قبل مواقع الصحف المصرية، بما يحقق لها أقصى إستفادة من البيئة الرقمية من ناحية، وبما يعينها على المنافسة مع الإعلام البديل وبخاصة وسائل التواصل الاجتماعي من ناحية أخرى. ويتلخص ذلك في الآتي:

- لما كانت هذه الدراسة من أوائل الدراسات التي تناولت فن الويبكوميكس، فبداية..نوصي شباب الباحثين بمواصلة البحث في مجال هذا الفن الجديد، والذي يحظى الآن كما أوضحت الدراسة بأهمية كبيرة وشعبية مماثلة بين الشباب كوسيلة رئيسة للاحتجاج والنقد الساخر، لأجل التعبير عن آرائهم إزاء كافة الشخصيات والقضايا.

- ضرورة أن تتنبه الصحف المصرية لإعطاء مزيد من الاهتمام لفن الويبكوميكس عبر فضائهم الإلكتروني اللامحدود، ولا تكن كالنعامة التي تضع رأسها في الرمل، فلا ترى الإنتشار الواسع لرسوم الويبكوميكس من حولها من قبل الشباب من الجنسين على مواقع التواصل الاجتماعي، والذي لم يعد يترك شاردة ولا واردة من أحداث الساعة إلا وتناولها الشباب عبر رسومهم الساخرة بالنقد اللاذع والتهكم الشديد، إزاء أكبر الشخصيات وأهم وأخطر القضايا.

- ضرورة توجيه مواقع الصحف المصرية رسامي الكاريكاتور العاملين بها، لأجل إنتاج رسوم الويبكوميكس إلى جانب رسوم الكاريكاتور، أو تكوين كوادر بشرية من الشباب لإنتاج مثل هذا النوع الجديد من فن الويبكوميكس ونشره عبر مواقعهم الإلكترونية، حتى لا تسحب مواقع التواصل الاجتماعي

البساط من تحت أقدامهم بآلاف الويبكوميكس التي تنشر عليها بصفة يومية.

- إضافة إلى ما سبق، نوصي مواقع الصحف المصرية بالإهتمام بنشر وإنتاج المزيد من رسوم الويبكوميكس التفاعلية، فهي الأكثر تأثيرا وجاذبية، ذلك إلى جانب رسوم الويبكوميكس الساكنة.
- أخيرا ضرورة تخلي مواقع الصحف المصرية عن سياسة الإنتقاء شديد الحذر الذي يصل إلى حد الخوف الشديد، من الاقتراب من نشر الويبكوميكس الذي يتناول القضايا والشخصيات والأحداث السياسية والإقتصادية ذات التأثير البالغ في حياة قرائها من المصريين، وتأتي هذه التوصية الأخيرة في ضوء ما كشفته نتائج الدراسة من غلبة المضمون الرياضي على معظم رسوم الويبكوميكس بمواقع الدراسة، والغياب الملحوظ للويبكوميكس السياسي والاقتصادي طوال فترة الدراسة.

هوامش الدراسة:

1- Kogel, Dennis, Rethinking Webcomics: Webcomics as a Screen Based Medium, Digital Culture Department of Art and Culture Studies, **MA Thesis**, 2013.
https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/40712?show=full

2- La Cour, Erin, "Enhanced Webcomics": An Analysis of the Merging of Comics and New Media, University of Amsterdam, Department of Media Studies, **New Media and Digital Culture**, Spring Semester 2015.
URL: http://www.english.ufl.edu/imagetext/archives/v1_2/group/

3- Duncan, Randy and Smith, J. Matthew, **the Power of Comics: History, Form and Culture**, New York: Continuum, 2009.
URL: http://www.english.ufl.edu/imagetext/archives/v5_3/krueger/

4- Boyd, Robert. "'**It's not a Genre, It's a Medium': A Formalist Argument About Comics,** The Great God Pan is Dead, 2015. *URL:http://www.thegreatgodpanisdead.com/2011/02/its-not-genre-its-mediumformalist.html*.

5- La Cour, Erin, op.cit.

6- Eisner, Will, A Contract with God, **Graphic Storytelling, Tamarac, FL: Poorhouse Press,** 1996. *URL:http://infinitecanvas.jgate.de/view?name=The%20Day%20the%20Sauce.*

7- La Cour, Erin, op.cit.

8- Meskin, Aaron, "Defining Comics?", **The Journal of Aesthetics and Art Criticism/ American Society for Aesthetics**., 2007.
URL:https://www.scribd.com/document/146651845/Aaron-Meskin-Defining-Comics

9- McCloud, Scott, **Understanding Comics: the Invisible art**, Harper Perennial Pub., New York., 1994.
URL:http://www.jessethompsonart.com/artpage/Pre_C_drawing_Video_files/Understanding%20Art)McCloud.pdf

10- Priego, Ernesto, The Comic Book in the Age of Digital Reproduction, **A thesis submitted in fulfilment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy**, Dept. of Information Studies, University College London, 2010.
URL:https://figshare.com/articles/ The_Comic_Book_in_the_Age_of_Digital_Reproduction/754575

11- سوسن الأبطح، **"الكوميكس".. هل يصبح شغف الكبار بعد أن فتن الأطفال؟**، جريدة الشرق الأوسط، العدد 15 أكتوبر 2014.
URL: https://aawsat.com/home/article/201381

12- Priego, Ernesto, op.cit.
13- Cook, Roy T. and Meskin, Aaron, "Comics, Prints, and Multiplicity**", the Journal of Aesthetics and Art Criticism**, 2015.
URL: http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jaac.12138/
14- McCloud, Scott, **Reinventing Comics**, New York: Harper Perennial, 2000.
URL: https://www.harpercollins.com/9780060953508/reinventing-comics.
15- Hicks, Marianne, the Power of the Webcomic and the Potential of Web 2.0." Drawing the Line: Using Cartoons as Historical Evidence, Eds**., Richard Scully and Marian Quartly**, Clayton: Monash Univ., EPress, 2009.
URL:http://books.publishing.monash.edu/apps/bookworm/view/Drawing.
16- Fenty, Sean, Houp, Trena, and Taylor, Laurie, Webcomics: The Influence and Continuation of the Comix Revolution, ***Image Text*** is published by the Department of English at the University of Florid, VOL.1, NO. 2, 2016.
URL:http://www.english.ufl.edu/imagetext/archives/v1_2/group/.
17- Hicks, Marianne, op.cit.
18- Dittmar, Jakob F., "**Digital Comics**", SJoCA 1, 2, 2012.
URL:http://infinitecanvas.jgate.de/view?name=The%20Day%20the.
19- The Free Encyclopedia, **Webcomic**.
URL:https://en.wikipedia.org/wiki/Webcomic.
(*) من **أشهر المواقع** التي تتيح برامج حاهزة لتصميم رسوم الويبكوميكس:
- *www.ragemaker.com*
- *www.photoshoponlinefree.net*
- *http://pixlr.com/editor/*
- *http://www.photoshoponlinefree.com/*
20- Fenty, Sean, Houp, Trena, and Taylor, Laurie**, Webcomics**, op.cit.
21- Ellis, Warren, **The Shape of The New Webcomics**, Published: Web, 2012.
URL: http://www.warrenellis.com/?p=14126
22- Fenty, Sean, Houp, Trena, and Taylor, Laurie, op.cit.
23- Hicks, Marianne, op.cit.
24- Burnett, Dean, The science of webcomics, **BSTFirst**, Pub., 2013.
URL:https://www.theguardian.com/science/brain-flapping/2013/may/21/weird
25- محمود مجادلة، **فنون مصرية تكرس الضحك من الواقع.. وعليه**، موقع عرب 48، 4 يناير 2016.
https://www.arab48.com/.
26- سوسن الأبطح، **الكوميكس**، مرجع سابق.
27- Cuerin, Clement, Chirstophe rigaud, and karell bertet, An Ontology–

based framework for the automated analysis and interpretation of comic book images, **information sciences journal** 378, 2017.
URL:https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01387033.

28- أحمد عبد الله خلف الله، تكنولوجيا الرسوم وأثرها على إخراج أغلفة مجلات الكوميكس، **رسالة ماجستير، غير منشور،** (جامعة المنيا: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2017).

29- عمرو محمد طلعت، الشخصيات الخارقة في الرسوم المتتابعة للقصة في الولايات المتحدة الأمريكية بالقرن العشرين وأثرها على تكوين شخصية الطفل العربي، **رسالة ماجستير غير منشورة،** (جامعة حلوان: كلية الفنون الجميلة، 2015).

30- صفاء محمد زايد، الاستفادة من أسلوب الرسوم المتتابعة في تصميم قصص الأطفال المصورة، **رسالة ماجستير غير منشورة،** (جامعة القاهرة: كلية التربية النوعية، 2012).

31- أحمد جمال عيد، الثنائيات المتناقضة كقيمة تشيكلية في شخصيات القصص المصورة، **رسالة ماجستير غير منشورة،** (جامعة المنيا: كلية الفنون الجميلة، 2101).

32- خالد محمد طه، التصميم الفني لقصص الأطفال المصورة، **بحث منشور بمجلة بحوث في التربية الفنية والفنون،** العدد 28، سبتمبر 2009.

33- Vassilikopoulou, Michael, Boloudakis, and Symeon Retalis, **"From Digitised comic books to Digital HyperMedia comic book: Their Use In Education**, Allen Institute for Artificial Intelligence, 2008.
URL:https://www.semanticscholar.org/paper/From-Digitised-Comic-Books-to-Digital-Hypermedia-C-Marianthi.

34- State, chico, **Creating comic strips arts edge curricul, lessons and activities**, johnf kennedy center for the per forming arts, Washington D.C., 2002.
URL:http:// delivery servlet?accno=ED475406 ww.eric.ed.gov/content

35- Scoott G., "Children comics An opportunity for Education to Know and car Nature", **Paper Presented to children Environment**, No11, 2001.

36- Spiggle, Susan, Measuring Social Values: A Content Analysis of Sunday Comics and Underground Comix, **Journal of Consumer Research**, Volume 13, Issue, June 1986.
URL: https://doi.org/10.1086/209050

37- Fenty, Sean, Houp, Trena, and Taylor, Laurie, op.cit.

38- Batinic, Josip, "Enhanced Webcomics1": An Exploration of the Hybrid Form of Comics on the Digital Medium, **Image & Narrative**, Vol 17, No 5,2016.
URL:http://www.imageandnarrative.be/index.php/imagenarrative/article/view

39- La Cour, Erin, op.cit.

40- Kogel, Dennis, op.cit.

41- Hicks, Marianne, op.cit.

42- Fenty, Sean, Houp, Trena and Taylor, Laurie, op.cit.

43- McCloud, Scott, op.cit.

44- لمزيد من التفاصيل حول نظرية ثراء الوسيلة:

- Walson, Kinney, and ELshinnway, M., The effect of media task on dyadic communication, **IEEE Translations on Professional Communication**, Vol 4, 1998.
- Alan, R., Dennis, & Susan, T., Kinney, Testing Media Richness Theory in the New Media: The Effects of Cues, Feedback, and Task Equivocality, **Information Systems Research Journal**, Vol. 9, No. 3, September 1998.

URI:https://pdfs.semanticscholar.org/f1e2/388d6a93f1bf4e5ced1fe63b1a

45- لمزيد من التفاصيل حول المدخل شبه السيميائي:

- Groensteen, Thierry. The System of Comics, Neuviemeart.citebd.org. N.P. 1 Sep 2010. Web. 16 Nov 2011.
- Hayles, Katherine, "Translating Media: Why We Should Rethink Textuality" **The Yale Journal of Criticism,** 16(2), 2003.

(*) المحكمون لأدوات جمع البيانات: أ.د. شريف درويش اللبان، أ.د. محمد حسام الدين، د.صفوت العالم.