

الملخص:

هدف البحث إلى التعرف على صورة المرأة في الكاريكاتير الصحفى المصرى والسعودى وذلك في يوم المرأة العالمى، ويعد البحث الحالي من البحوث الوصفية، المستخدمة منهج المسح بالعينة من الصحف الصادرة في جمهورية مصر العربية والمملكة العربية السعودية، خلال الفترة من ٧ مارس إلى ٩ مارس ٢٠١١، كما اعتمد البحث أيضا على المنهج المقارن، واعتمد البحث على استمارة تحليل المضمون لتحليل ١٨ جريدة مصرية و ١٨ جريدة سعودية، وكان من أهم نتائج الدراسة: أن الرسوم الكاريكاتيرية في مصر والسعودية عكست صورة المرأة في العديد من المضامين ولكنها لم تنظر إلى اليوم العالمى للمرأة، وكانت هوية رسام الكاريكاتير في الصحف المصرية (مصري) بنسبة ١٠٠٪، وفي الصحف السعودية (سعودي) بنسبة ١٠٠٪.

المقدمة:

تؤدى وسائل الإعلام دورا هاما في تشكيل الصورة الذهنية لدى جماهيرها عن الأفراد والجماعات والمنظمات والدول والشعوب. فهي تعد النافذة التي تطل الجماهير من خلالها على الأحداث والقضايا وعلى ضوء تعرضهم لهذه الوسائل يكونون آرائهم وانطباعاتهم^(٢٨). وقد استطاعت وسائل الإعلام من خلال ما تقدمه من موضوعات أن تجعل الإنسان المعاصر يعرف الكثير عن العالم الذى يعيش فيه بشكل لم يكن يحدث من قبل فى أى عصر من العصور، وقد انعكست هذه المعرفة على الصور الذهنية التي تكونت عند هذا الإنسان عن أشياء كثيرة ومجتمعات متباينة^(١٦). خاصة بعد التطور السريع فى وسائل الاتصال الذى أدى بدوره إلى اتساع رقعة انتشارها وزيادة تأثيرها فى تشكيل الملامح الحضارية والثقافية للمجتمع، حيث لم تعد أداة لنقل المعلومات فقط، بل أصبحت أحد المحددات الرئيسية التي تشارك فى تحديد ملامح وسلوك الجمهور وقيمة وعاداته، الأمر الذى بات واضحا فى آليات السلوك والقيم لدى الجمهور من خلال الوسائل التي تقدمها وسائل الإعلام خاصة وأن حوالى ٧٠% من الصور التي يبينها الفرد لعالمه مستمدة من وسائل الإعلام^(٢٩). وبذلك تعد وسائل الإعلام واحدة من أهم المؤسسات التي تكون الصور من خلال نشاطها الاتصالي المتمثل فى نشر المعلومات والأخبار والصور والرسوم والتحليلات والأفكار والشروح^(٣)، وقد تبين من نتائج بحث أجرى فى الولايات المتحدة الأمريكية عن صورة المرشح السياسى أن انطباعات الأشخاص حول صفات شخصية المرشح تعكس تصوير وسائل الإعلام لتلك الصفات، وعلى سبيل المثال فإنه عندما تصف المقالات الصحفية مرشحا بالفساد فإن الجماهير يعتقدون ان الشخص فاسد بالفعل والعكس صحيح^(٤٢).

**صورة المرأة في الكاريكاتير الصحفى
المصري والسعودى (دراسة تحليلية)**

رباب صلاح السيد إبراهيم
مدرس بقسم الإعلام التربوي جامعة المنوفية

القارئ ويفرض نفسه من خلال مميزات الصورة التي أصبح لها إغراء لا يقاوم عند المتلقين^(١١). فمن المعروف أن الصورة الواحدة تغني عن ألف كلمة ولها قدرة على إيصال المعنى للقارئ أفضل بكثير من الكلمات المكتوبة. ومن هذا المنطلق جاءت فكرة البحث التالي للتعرف على كيفية تناول رسوم الكاريكاتير لأحد الأيام الهامة على مستوى العالم وهو يوم المرأة العالمي؟ وما هي صورة المرأة المقدمة في ذلك اليوم؟ وهل اختلفت صورة المرأة في هذا اليوم عن غيره من الأيام؟ أي هل كان هناك اهتمام بالمرأة في هذا اليوم عن غيره من الأيام سواء كان ذلك قبل هذا اليوم أو بعده؟

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى قسمين هما:

٢ الدراسات التي اهتمت بالرسوم الكاريكاتيرية:

١. دراسة عمرو عبدالسميع (١٩٨٠): وتهدف إلى التعرف على دور الكاريكاتير في معالجة المفاهيم السياسية في مصر مع دراسة تطبيقية لمجلة روزا ليويسف أعوام ١٩٥٢، ١٩٦١، ١٩٦٨، وقد اختار الباحث مجلة روزا ليويسف لتكون عينة بحثه لمدة ثلاثة سنوات متفرقة وذلك لتمتع الكاريكاتير بمساحة كبيرة من الحرية في تناول مفاهيم النظام السياسي في هذه الحقبة على اعتبار انه فن صحفى ناقد بالدرجة الأولى، وفي هذا الإطار يتعرض البحث لجزء من تاريخ الكاريكاتير في مصر وخصائصه وعلاقته بالصحافة من جهة وبالنظام السياسي على اختلاف نوعياته من جهة أخرى، ومن أهم نتائج هذا البحث ما يلي:

- أ. أهمية الكاريكاتير بإعتباره أكثر مواد الرسالة الصحفية وصولاً إلى المتلقى.
- ب. ارتباط الكاريكاتير بخاصة هامة من خصائص الطابع القومي المصري وهي الدعابة
- ج. قام الكاريكاتير بإبراز سمات الحكومة القومية من خلال الشخصيات التي ابتكرها الرسامون^(١٩).

٢. دراسة عمرو عبدالسميع (١٩٨٣): وتهدف إلى التعرف على دور الكاريكاتير السياسي المصري في حقبة السبعينات، وتعد دراسة تطبيقية على صحف الأهرام والأخبار والجمهورية ومجلات روزا ليويسف وصباح الخير والمصور وكان من أهم نتائج هذه الدراسة: اتسمت فترة السبعينات بالتذبذب في

وتعد الصحافة أحد أهم وسائل الإعلام حيث تقوم بدور لا يستهان به في تشكيل آراء الجمهور من خلال ما تقدمه من معلومات على اختلاف أنواعها. كما تعتبر الصحافة ركنا أساسيا في بنية جميع المجتمعات مهما كان مستواها الحضارى والثقافى والسياسى والاقتصادى والاجتماعى، حيث أنها الباب الذى يسمح بنشر رأى السلطة وفكر الشعب ونبضه، كما أنها مصدر المعلومة أيا كان نوعها، إلى جانب أنها متفقة الأجيال^(١٣). وقد ارتبط الكاريكاتير بالصحافة منذ ظهوره. فلا يمكن تصور كاريكاتير بدون صحافة وكذلك صحافة بدون كاريكاتير^(٢٠)، حيث يعد الكاريكاتير أحد الفنون الصحفية التي أدت إلى شعبية الصحافة، وهو يلعب دوراً مهماً في تشكيل الرأى العام، وبالتالي في تشكيل القرار السياسى بالرأى، وذلك بتبنيه لبعض المفاهيم السياسية للنظام السياسى وترويجها لها أو رفضه للبعض الآخر ومعارضته له^(١٨)، لذلك تهتم الصحافة بالرسوم اليدوية والكاريكاتير وتخصص لها مساحات مهمة على صفحاتها ويؤدى الكاريكاتير دورا مهما في مجالات النقد السياسى والاجتماعى، ويعالج الكاريكاتير بعض مظاهر الحياة الاجتماعية والاقتصادية بأسلوب ساخر يفوق في تأثيره ونتائجه تأثير الخبر أو المقالة^(٧). ومما يزيد من أهمية الكاريكاتير هو أنه يحمل رسالة موجزة لها من الرموز ما يفهمه القارئ بالإضافة إلى أن الكاريكاتير أصبح سمة مميزة لبعض المجالات والجرائد وجزء لا ينفصل عن شخصيتها. لذلك تبدو أهمية دراسة مضمون الكاريكاتير فى الصحف المصرية والسعودية للتعرف على صورة المرأة بداخله وكيفية تقديمه لهذه الصورة وهل المرأة يتم تقديمها بصورة صحيحة أم لا وقد اختارت الباحثة يوم مهم جدا فى حياة المرأة وهو اليوم العالمى للمرأة حيث يحتفل العالم أجمع بالمرأة فى هذا اليوم، فأرادت الباحثة التعرف على صورة المرأة فى ذلك اليوم وكيف عكست الرسوم الكاريكاتيرية صورتها؟ وكيف تم تقديمها للجمهور؟

مشكلة الدراسة:

لا يختلف اثنان على أن فن الكاريكاتير أصبح واحداً من الفنون الصحفية التي تحتل أهمية واضحة في إيصال الرسالة الاتصالية، بل قد لا نأتي بجديد إذا قلنا بأنه أصبح لا غنى لأى صحيفة عن استخدام الرسوم الكاريكاتيرية ضمن أبواب وزوايا خاصة، ناهيك عن قيام بعض الصحف بتخصيص صفحات خاصة للرسوم الكاريكاتيرية تعالج من خلالها مختلف الموضوعات والظواهر السياسية والاقتصادية والاجتماعية منطلقاً من أن الرسم الكاريكاتير قد يحقق الأهداف المرسومة بشكل يفوق الفنون الصحفية الأخرى، لأنه يتعامل مع عين

يسلطون مشاعرهم ضد الحكام والمسؤولين حتى لا يظهرون أنهم أعداء أمتهم وان الطبقة المتوسطة الأكثر تعليماً هي التي تتطلع على رسائلهم، والتي تكون أكثر قدرة على إدراك الصور الكاريكاتيرية^(٤٣).

٥. دراسة كولين سيمور ويور Colin Seymour- Ure (2001): هدفت إلى التعرف على مستقبل الكاريكاتير السياسي في بريطانيا مع التطور الكبير في الصحافة اليومية التي شهدها القرن العشرون، وتؤكد الدراسة على أهمية الكاريكاتير السياسي في الصحافة البريطانية، حيث أصبحت جزءاً دائماً من الصحافة البريطانية نظراً إلى أنه يضمن أجواء من المرح للقراء، كما هدفت الدراسة إلى تحليل الكاريكاتير السياسي وكيف صور زعماء الأحزاب في بريطانيا في الانتخابات العامة عام ١٩٩٧، وكيف يكون مستقبل الكاريكاتير السياسي في الصحف في ظل التطور الكبير للتلفزيون، وتوصلت الدراسة إلى أن رسم الكاريكاتير يزدهر في بريطانيا بفضل الحرية التي يتمتع بها رسامو الكاريكاتير، والجرأة في تناول الزعماء البريطانيين والتي تتضمن قدرة الكاريكاتير السياسي على الازدهار المستمر^(٤٤).

٦. دراسة ميشال هوجان (2001) Michael Hogan: استهدفت إلى التعرف على مدى إيجابية رسومات الكاريكاتير السياسية، وهل دائماً حميدة وإيجابية؟ وخاصة تلك التي تركز على سلبيات السياسيين والحكومات، ومدى تأثير الكاريكاتير على الرأي العام في الدول الديمقراطية الحديثة مثل استراليا؟ وتم تحليل عينة من الصور على مدار مائة عام خلال الحملات الانتخابية في استراليا لقياس مدى تأثير الصور الكاريكاتيرية على الفائزين والخاسرين في الانتخابات وكانت هذه الصور الكاريكاتيرية لأكثر من ٨٠ رسام كاريكاتير. وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي:

أ. الصور الكاريكاتيرية لها تأثير واضح على الرأي العام الاسترالي، وفي اختيار الفائزين في الانتخابات.

ب. للصور الكاريكاتيرية الساخرة مساهمة وقيمة كبيرة وإيجابية في طرح القضايا التي تهم

علاقة الصحافة وبالتالي بالكاريكاتير بالنظام السياسي، حيث عانت في بعض الفترات من الضغط السياسي الذي أدى إلى هجرة جماعية لها^(٤٥).

٣. دراسة راي موريس (1992) Ray Morris: وتهدف إلى التعرف على كيفية تناول رسامو الكاريكاتير السياسي الأسرة المالكة البريطانية والموظفين الحكوميين في كندا (كوبييك) التابعة لبريطانيا في عينة من رسومات الكاريكاتير في الصحف العامة الكندية، من أجل الكشف على مستوى الهجاء بين الأسرة المالكة البريطانية وأعضاء الحكومة الكندية في كوبييك في عقد الستينات من القرن الماضي، وذلك في الصحف الصادرة باللغة الفرنسية، والأخرى الصادرة باللغة الإنجليزية، حيث تم مقارنة ١٤٠ رسماً كاريكاتيرياً تناول ملكة بريطانيا وأسرتها ب (٣٩٨) رسماً تناول موظفين حكوميين وسياسيين من كندا وكوبييك، ومن نتائج الدراسة:

أ. تحتل الأسرة المالكة موقعا متوسطا في مستوى الهجاء في رسوم الكاريكاتير، نظراً لأنهم يصورون في الغالب الضحايا السياسيين الذين يستغلون شعبية الملكة.

ب. صورت الرسوم الكاريكاتيرية الخاصة بالسياسيين والموظفين الحكوميين بأنهم منبذون وأنهم لا يتمتعون بالكفاءة وهو ما ينطبق على الأفكار الشائعة لدى الجمهور عنهم إلا أنهم لا يتحملون المسؤولية النهائية للسياسات، بل هم عامل مساعد فيها^(٤٦).

٤. دراسة تيد كورتزل (1993) Ted coertzel: هدفت إلى تحليل فرضية الوظيفة العاطفية الأساسية بالصور الكاريكاتيرية قبل وبعد حرب الخليج واعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المضمون لبعض المجلات الأمريكية من العام ١٩٨٩ إلى العام ١٩٩١، وكان من أهم نتائج الدراسة التالي:

أ. أن رسامي الكاريكاتير الأمريكيين مهتمون بموضوعات بعينها دون الأخرى مثل (الخزي، والإذلال) وهو ما يعكس مشاعر عدم الأمان حيث تلبى صور الكاريكاتير الحاجات العاطفية بالسخرية من الزعماء والأقوياء وممثلي السلطة.

ب. أوضحت الدراسة أن رسامي الكاريكاتير

التعرف على دور الكاريكاتير فى المجتمع العربى والمجتمع المصرى فى التعبير عن مشكلات هذه المجتمعات عن قرب، وقدرته على النقد والإنذار المبكر وتدعيم بعض التوجهات السياسية والاجتماعية وقام الباحث بتطبيق استمارة تحليل المضمون على عينة من الصحف المصرية والمتمثلة فى صحف (الأخبار، الأهرام، الجمهورية) ومن الصحف العربية (الأخبار اللبنانية، البيان الاماراتية، الرياض السعودية، القبس الكويتية) على عينة منتظمة خلال عام ٢٠٠٠، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

أ. يعد الكاريكاتير مؤشرا دقيقا وحيويا لمشكلات المجتمع المعاصر له والمتزامنة بقيادته الفكرية الأساسية بحيث يمكن ان يكون مصدرا تاريخيا على الأحداث.
ب. قام الكاريكاتير فى مصر والدول العربية بالحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمع العربى من خلال مهاجمة الأفكار الاستهلاكية الوافدة على المجتمع^(٢٣).

١٠. دراسة غادة محمود إبراهيم عوف (٢٠٠٢): هدفت إلى رصد الجوانب الاجتماعية فى رسوم الكاريكاتير المصرية خلال النصف الثانى من القرن العشرين، وقامت الباحثة بتحليل مجموعة مختارة من رسومات الكاريكاتير منذ منتصف القرن العشرين وحتى نهايته، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:
أ. عبر الكاريكاتير المصرى عن الأحداث والوقائع التى مرت بها البلاد بأسلوب واقعى أو رمزى لترشدنا إلى السلبيات ومحاولة إصلاحها.

ب. كان للشخصية المصرية أكبر الأثر فى حركة الكاريكاتير المصرى الاجتماعى من خلال استخدام شخصيات الكاريكاتير مثل: الفلاح، الموظف، المتزوجين، وغيرهم^(٢١).

١١. دراسة ديفيد ر. سبنسر David R. Spencer (2003): هدفت إلى التعرف على دور رسامو الكاريكاتير فى علاقات الولايات المتحدة الأمريكية وكندا وتم تحليل رسومات كاريكاتير هزلية نشرت فى المجلة الدولية للفن الهزلى وصحف أخرى فى أمريكا وكندا وغيرها، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

المواطنين وتحفظهم من تجاوزات السياسيين وتناول كل ما هو جدى ويهم أبناء الشعب^(٣٩).

٧. دراسة إبراهيم بن عبدالعزيز الدعليج (٢٠٠١): استهدفت التعرف على مدى مساهمة الكاريكاتير السعودى فى تسليط الضوء على المشكلات التعليمية والتربوية، واعتمدت الدراسة على تحليل المضمون للصحف اليومية السعودية لمدة عام كامل وخلصت الدراسة بمجموعة من التوصيات من أهمها:
أ. مطالبة الصحف السعودية بزيادة تسليط الضوء على المشكلات التعليمية والتربوية عن طريق الكاريكاتير لما لها من تأثير بالغ الأهمية على القراء.

ب. أن تتولى كليات الإعلام وأقسامها فى الجامعات السعودية تنظيم دورات تدريبية لرسامى الكاريكاتير العاملين فى الصحف لتأصيل هذه الهوية فى نفوسهم وكذلك تنظيم دورات للهواة^(١).

٨. دراسة إياد إبراهيم المحمود (٢٠٠٢): استهدفت التعرف على تجربة الفنانين السوريين فى مجال فن الكاريكاتير ومعرفة مدى تفاعل وتأثير أعمالهم على الشارع السورى، بالإضافة إلى معرفة قدرة هذه العمال على ملامسة ما تطرحه من قضايا وتحليل شكل الكاريكاتير فى الصحافة السورية واستخدم الباحث المنهج التحليلى الوصفى لأعمال الفنانين السوريين، وتجربتهم فى مجال الرسوم الساخرة، وكان من أهم نتائج الدراسة:

أ. وجد الباحث تقاربا فى الرؤى والمواقف فى تناول جميع القضايا السياسية والاجتماعية التى تناولها رسامو الكاريكاتير السوريين.
ب. قام الكاريكاتير السورى بدوره التربوى والتثقيفى من خلال ما يقوم به من توسيع لنطاق الإدراك المعرفى والمعلوماتى من جهة وتعميق الحس الجمالى من جهة أخرى.

ج. استخدمت الصحافة السورية الكاريكاتير الإعلاني كوسيلة اقناعية موجهة لجمهور كبير حيث لا يكتفى الكاريكاتير بالتعرف عن السلعة، وإنما يتعداه إلى الترغيب والتأثير على المتلقى^(٨).

٩. دراسة مباح محمد أحمد (٢٠٠٢): استهدفت

أداة تحليل المضمون لتحليل عينة من الصحف الأسبوعية الفلسطينية الصادرة في غزة وهي (الرسالة، الصباح، الكرامة) في الفترة من أول يناير ٢٠٠٤ وحتى نهاية ديسمبر ٢٠٠٥، حيث تم تحليل ٤٣٠ رسماً كاريكاتيرياً في الصحف الثلاث. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

أ. كشفت الدراسة اهتمام رسامي الكاريكاتير بقضايا الأسرى، واللجئين، وجهود عملية السلام.

ب. بينت الدراسة تراجع اهتمام رسامي الكاريكاتير بقضية القدس، حيث جاءت في ترتيب متأخر من حيث اهتمام رسامي الكاريكاتير^(١٢).

١٥. دراسة مجدى محمد الفارس (٢٠٠٦): هدفت إلى تحليل مضمون رسوم الكاريكاتير، والتعرف على مضامينها المختلفة، والتعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو مضامين الكاريكاتير في الصحف المصرية، والتعرف على اثر البرنامج الاعلامي في اتجاهات عينة الدراسة نحو مضامين الكاريكاتير التي توصلت إليها عملية تحليل المضمون، وأجريت الدراسة على عينة من طلاب الدبلومة العامة المسجلة في معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة، وقد بلغت عينة الدراسة ١٢٠ طالبا وطالبة، وقد تم تقسيم العينة إلى مجموعتين مجموعة ضابطة ومجموعة تجريبية وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

أ. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المجموعة التجريبية في القياس القبلي واتجاهاتهم في القياس البعدي نحو العلاقات الزوجية.

ب. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في القياس البعدي لاتجاهات المجموعة التجريبية مقارنة باتجاهات المجموعة الضابطة وذلك نحو الحرب على العراق^(٢٤).

١٦. دراسة مى حمزة إبراهيم (٢٠٠٦): هدفت إلى التعرف على صورة القضايا العربية في الكاريكاتير السياسى فى الصحف المطبوعة والالكترونية، والتعرف على مكونات الصورة الذهنية الموجودة لدى الشباب عن هذه القضايا ومصادر تكوين هذه

أ. كان لرسامي الكاريكاتير دور جوهري في إثارة النقاش حول التجارة الحرة بين الولايات المتحدة الأمريكية وكندا.

ب. فى اغلب الأحيان لم يستخدم رسامو الكاريكاتير النقاش العنيف المتزايد فى عالم الصحافة اليومية على حساب الموضوعية.

ج. تساعد الرسومات الكاريكاتيرية المؤرخين فى إعطاء لمحة عن أية فترة تاريخية^(٣٦).

١٢. دراسة هايدون ماننج (2004) Haydon Manning:

إستهدفت التعرف على مدى تعرض رسامي الكاريكاتير السياسى إلى ضغوطات من رؤساء تحرير الصحف، وأيضاً معرفة هل للكاريكاتير تأثير على الرأى العام؟ أم أنه مجرد رسومات ترفيه، كما هدفت الدراسة إلى استقصاء آراء رسامي الكاريكاتير السياسى ورؤساء التحرير من خلال المقابلة لمعرفة مدى تعرضهم لضغوطات ورقابة من رؤساء التحرير، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

أ. مطالبة رسامي الكاريكاتير العمل بحذر سيؤدى إلى فشلهم فى القيام بمهامهم على أكمل وجه، لذا يجب أن يعطوا الحرية كاملة.

ب. حرية رسامي الكاريكاتير ورخصتهم تأتى مزيجاً للعوامل القانونية، والتاريخية، والسياسية، والاجتماعية^(٣٧).

١٣. دراسة هايدون ماننج وروبرت فيديان Haydon Manning, Robert Phiddian (2004): نتناول

دور الكاريكاتير السياسى فى استراليا، حيث هدفت إلى إثارة النقاش حول دور وقيمة الكاريكاتير فى القضايا السياسية، وهل يجب إعطاء رخصة لرسامي الكاريكاتير فى تناول الشخصيات العامة ومؤسسات الدولة بحرية؟ وهل لفن الكاريكاتير تأثير مباشر على الرأى العام؟ وتوصلت الدراسة إلى أن فن الكاريكاتير يقدم مساهمة ثمينة فى النقاش العام إلى جانب الصحافة والتعليق المكتوب لذلك لا يجب عرقلة عمل رسامي الكاريكاتير خشية إحداث تهكم عام^(٣٨).

١٤. دراسة رويده سلمان ابومنديل (٢٠٠٦): هدفت إلى دراسة القضية الفاسطينية كما يعكسها الكاريكاتير السياسى فى الصحف الأسبوعية واستخدمت الباحثة

قطاع غزة، وكان من أهم نتائج الدراسة أن غالبية رسومات الكاريكاتير في الصحف عينة الدراسة كانت من وحى الأحداث الجارية على الساحة الفلسطينية أو العربية أو الدولية، بينما كانت نسبة الرسومات التي لم تكن تواكب الأحداث الجارية منخفضة^(٩).

الدراسات التي اهتمت بصورة المرأة:

١. دراسة عواطف عبدالرحمن (١٩٨١): هدفت إلى التعرف على معالم صورة المرأة المصرية في صحف الأهرام وأخبار اليوم ومجلة آخر ساعة والمصور وحواء. وكانت عينة الدراسة تمثل عام ١٩٧٩، باستثناء مجلة حواء فكانت عينتها تمثل أعوام ١٩٧١، ١٩٧٣، ١٩٧٦، وأسفر البحث عن مجموعة من النتائج أهمها:

أ. تركز الصحافة على الأدوار التقليدية للمرأة.
ب. عدم معالجة مشاكل المرأة الريفية والمرأة التي تسكن الأحياء الشعبية.
ج. التحيز الاجتماعي لنساء المدن على حساب نساء الريف والتركيز على صورة المرأة كأثني جميلة على حساب الصور الأخرى^(٢٠).

٢. دراسة سها عبدالقادر Soha Abdel Kader (1982): هدفت إلى التعرف على صورة المرأة في الدراما وبرامج المرأة في التلفزيون المصري وقامت الدراسة بتحليل عدد من مسلسلات وعدد من حلقات برنامج حياتي وكان من أهم نتائج الدراسة:

أ. وجود تحيز في إظهار شخصيات الرجال على حساب النساء.

ب. تظهر المرأة وقد احتلت ادوار أقل أهمية من الرجال.

ج. تقديم المرأة في صورة مشوهة^(٤١).

٣. دراسة عصام الدين أحمد فرج (١٩٨٨): هدفت إلى التعرف على صورة المرأة في إعلانات التلفزيون المصري وأجريت هذه الدراسة على ٣٥٦ إعلانا مصرياً وأجيباً قدمها التلفزيون عام ١٩٨٥ وقد أكدت الدراسة على تقديم الإعلان للمرأة في صورة مشوهة وهذا ما أظهرته نتائج الدراسة ومن أهمها:

أ. التركيز على تقديم صورة تقليدية للمرأة من خلال دورها الأنثوي.

ب. استخدام معظم الإعلانات ونسبة ٨٤,٣%

الصورة وتأثير التعرض لرسوم الكاريكاتير السياسي عليها، واعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المضمون في الصحف والمواقع عينة الدراسة من ست صحف مصرية وثلاثة مواقع عربية في الفترة من أول يونيو حتى آخر نوفمبر ٢٠٠٤، كما استعانت الدراسة باستمارة الاستبيان لجمع البيانات حول طريقة تعامل الشباب مع الرسوم الكاريكاتيرية وتأثير التعرض لهذه الرسوم على تكوين الصورة الذهنية لديهم، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

أ. جاء الكاريكاتير في مقدمة المواد الصحفية التي يهتم الشباب بقراءتها.
ب. تأتي القضيتان العراقية والفلسطينية في مقدمة القضايا العربية في رسوم كل من الصحف والمواقع الالكترونية عينة الدراسة^(٣١).

١٧. دراسة أسامة عبدالرحيم على (٢٠٠٧): هدفت إلى التعرف على معدلات تعرض القراء للكاريكاتير الذي يفضله القراء، والتعرف على أسباب متابعة الكاريكاتير لدى القراء، ورصد العوامل التي تساعد على فهم الكاريكاتير، والكشف عن الأساليب الإقناعية، والتعرف على الاستجابات المعرفية والوجدانية للكاريكاتير لدى القراء، واستخدمت الدراسة منهج المسح لعينة من قراء الكاريكاتير وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

أ. أكدت الدراسة على ارتفاع نسبة تعرض القراء للكاريكاتير في الصحف المصرية وجاء الكاريكاتير في مقدمة الفنون الصحفية التي تفضلها عينة الدراسة.

ب. أسباب تعرض القراء للكاريكاتير لأنه يعبر عن هموم الناس ومشاكلهم، لأنه يسخر من الأوضاع الحالية، بالإضافة إلى تمتعه بحرية كبيرة بالنقد^(٥).

١٨. دراسة تحسين عبدالحميد الأسطل (٢٠٠٩): هدفت إلى التعرف على الدور السياسي للكاريكاتير في الصحف الفلسطينية وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الاعلامي، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون لعينة من الصحف الفلسطينية اليومية والحزبية، كما طبقت استمارة الاستبيان على عينة عشوائية من

- مشوهة، كما أن هناك قدرا كبيرا من عدم التناسب بين ملامح هذه الصورة وبين الصورة الحقيقية والفعلية للمرأة العربية^(٤).
٧. دراسة نجوى الجزار (١٩٩٨): أجريت على عدد ٣٨٧ إعلانا قدمتها القناة الأولى والثانية في التلفزيون المصري وقد أظهرت النتائج على تعمد الرسالة الإعلانية تشويه صورة المرأة والنظر إليها على أنها أداة جذب إعلاني، ومن أهم نتائجها:
- أ. أن أكثر من نصف الإعلانات ٥٤% كانت الشخصية المحورية فيها من النساء.
- ب. هناك اتجاه واضح إلى التركيز على الإثارة الجنسية من خلال دور العنصر النسائي في الإعلانات^(٣).
٨. دراسة نجدة إبراهيم (١٩٩٩): قامت بتوضيح ملامح صورة المرأة في مناهج اللغة العربية والتربية الدينية الإسلامية والدراسات الاجتماعية بمرحلة التعليم الأساسي (الابتدائية والإعدادية) وأظهرت الدراسة مجموعة من النتائج من أهمها:
- أ. أظهر المضمون بعض الجوانب الإيجابية لصورة المرأة كانتخاب وتعيين المرأة في المجالس، وإبراز نجاحات المرأة وبطولاتها في مجال الرياضة والفن والعلم والغناء.
- ب. أشار المضمون إلى جوانب سلبية في صورة المرأة من أهمها (إبراز المرأة عازفة عن القراءة والاطلاع في وقت الفراغ، المبالغة في تقديم صورة سلبية للمرأة صعيد مصر مثير الضحك والسخرية، وجود تعبيرات سلبية تحصر المرأة في إطار دورها التقليدي^(٣)).
٩. دراسة إلهام عبد الحميد فرج (٢٠٠٠): قامت بتحليل عشرين كتابا من الكتب اللغة العربية والدراسات الاجتماعية بالمرحلتين الابتدائية والإعدادية طبعه ١٩٩٨-١٩٩٩ وذلك بهدف الكشف عن صورة المرأة في برامج التعليم، وكان من أهم نتائج البحث:
- أ. وجود الأنثى بشكل باهت وفي أدوار ومكانة أدنى من الذكر.
- ب. تقديم المرأة على أنها عاجزة قاصرة تابعة ضعيفة لديها زهد وقناعة.
- ج. غياب صورة المرأة المبدعة والمفكرة والسياسية والمتفقة^(٦).

- لصورة المرأة وصوتها من قبيل الإثارة ومخاطبة الغريزة الجنسية.
- ج. استخدام المرأة في صورة تحط من قيمتها وكرامتها^(١٥).
٤. دراسة عدلى سيد محمد رضا (١٩٨٨): هدفت إلى التعرف على صورة الأب والأم في المسلسلات العربية بالتلفزيون، حيث قامت الدراسة بتحليل عدد من المسلسلات العربية المقدمة في الفترة من سبتمبر ١٩٨٧ وحتى نوفمبر ١٩٨٧ على قناة التلفزيون العماني والبرنامج الأول بتلفزيون ابوظبي، وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي:
- أ. ظهرت الأمهات كربات بيوت بنسبة كبيرة، وأظهرت المسلسلات صورة إيجابية للأم ربة المنزل، بينما أظهرت الأم العاملة في صورة سلبية.
- ب. قامت الأم بأعمال تتسم بالشرعية القانونية بنسب كبيرة، ومع ذلك قامت المرأة بأعمال غير قانونية شملت السرقة والرشوة والتهرب والغش وغيرها^(١٤).
٥. دراسة جيهان مصطفى البيطار (١٩٩٧): أجريت على عدد من إعلانات التلفزيون المصري التي قدمت عام ١٩٩٤ وعلى الرغم من أن الدراسة لم تتناول صورة المرأة بشكل مباشر، إلا أنها عكست اتجاه الإعلان نحو إظهارها بصورة غير لائقة، وكان من أبرز نتائج الدراسة ما يلي:
- أ. كان للمرأة نصيب وافر من القيم السلبية التي رصدتها الدراسة كالشراهة والتبذير والعنف والعدوانية والتفاخر.
- ب. استخدم الإعلان المرأة بشكل غير لائق واعتبرها أداة جذب إعلامي^(١٠).
٦. دراسة أديب خضور (١٩٩٧): هدفت إلى التعرف على صورة المرأة في الإعلام العربي وقد خلص الباحث بعد عرضه لصورة المرأة في الإعلام العربي إلى أن أبرز ملامح صورة المرأة كما عكسها الإعلام العربي هي:
- أ. أنها أنثى جميلة مغربية.
- ب. أنها المرأة القابعة في منزلها والتي تبقى أنثى حتى عندما تعمل خارج المنزل.
- ج. أن المرأة من خلال صورتها في الإعلام

في الصحف من خلال إحدى الفنون الصحفية وهو فن الكاريكاتير.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على منهجين وهما:
١. منهج المسح الإعلامي: تستخدم الدراسة الحالية هذا المنهج الذي يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن^(٢٥)، وذلك عن طريق أسلوب المسح بالعينة للجراند الصادرة في جمهورية مصر العربية، والمملكة العربية السعودية خلال الفترة من ٧ مارس إلى ٩ مارس ٢٠١١.

٢. المنهج المقارن: وذلك لملاحظة ورصد أوجه الشبه والاختلاف أو التباين والاتساق^(٢٦) بين صورة المرأة في الكاريكاتير الصحفى فى كل من مصر والسعودية.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على أداة تحليل المضمون.

الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية:

٢ مجتمع الدراسة: يمثل مجتمع الدراسة التحليلية فى الصحف المصرية والسعودية.

٢ عينة صحف الدراسة: تم اختيار أسلوب المسح بالعينة للصحف اليومية التى لها دورية الصدور وتهتم بالشئون العامة، الصادرة فى جمهورية مصر العربية والمملكة العربية السعودية، فتمثلت الصحف المصرية فى الأهرام والأخبار ممثلة للصحف القومية، والمصرى اليوم والدستور ممثلة للصحف المستقلة، والوفد والأحرار ممثلة للصحف الحزبية فبلغ عدد الصحف المصرية الخاضعة للتحليل ١٨ صحيفة خلال الثلاثة أيام بما يعادل ٦ صحف كل يوم، وتمثلت الصحف السعودية فى: (الرياض، الوطن، عكاظ، الجزيرة، الشرق الأوسط الطبعة السعودية، المدينة المنورة)، فبلغ عدد الصحف السعودية الخاضعة للتحليل ١٨ صحيفة خلال الثلاثة أيام بما يعادل ٦ صحف كل يوم، ويلاحظ مما سبق أن المملكة العربية السعودية لا يوجد بها صحف قومية ومستقلة وحزبية، كما هو الحال فى مصر لذلك قامت الباحثة باختيار صحيفتين من كل توجه فكرى بالنسبة للصحف المصرية فبلغ العدد ٦ صحف فى اليوم الواحد حتى يتساوى عدد التحليل مع الصحف السعودية ويتسنى للباحثة إجراء التحليل والمقارنة بصورة أكثر دقة.

وتم اختيار هذه الصحف (المصرية والسعودية) بناء على نوعين من الدراسة الاستطلاعية وهما:

ونستطيع أن نلاحظ على الدراسات السابقة اهتمامها بمعالجة صورة المرأة من خلال الدراما أو الإعلانات أو المسلسلات أو معالم الصورة فى الصحف، أو صورة المرأة فى مناهج التعليم بالإضافة إلى اهتمام رسوم الكاريكاتير بالموضوعات السياسية والمشكلات والقضايا العربية بوجه عام، على حين أغفلت الدراسات السابقة التعرض لصورة المرأة فى الرسوم الكاريكاتيرية الصحفية فى المجتمع المصرى والسعودى، ومن هذا المنطلق يتضح أهمية هذا البحث لعدم وجود دراسات تناولت هذا الموضوع.

تساؤلات الدراسة:

١. ما هى المضامين التى تعكسها الرسوم الكاريكاتيرية؟
٢. ما اتجاه الكاريكاتير؟ وهل يواكب الحدث أم لا؟
٣. ما المصادر التى حصلت منها الصحيفة على الرسم؟
٤. ما أسلوب العرض؟ وما هو الرأى الذى يبديه الفنان؟
٥. ما الأساليب الإخراجية المستخدمة؟ وماهى الأساليب الإقناعية المستخدمة؟

أهمية الدراسة:

تتضح أهمية الدراسة من خلال ما يلى:

١. تتبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع ذاته حيث لا توجد دراسات سابقة تناولت صورة المرأة فى الرسوم الكاريكاتيرية الصحفية فى المجتمع المصرى والسعودى.
٢. مكانة المجتمع المصرى والسعودى فى قلب الوطن العربى.
٣. المكانة التى تتمتع بها الصحف وسط وسائل الإعلام المتعددة فعلى الرغم من تطور وسائل الإعلام والاتصال الذى جعل العالم قرية صغيرة وأصبح العالم بمقدرة مشاهدة الحدث وقت وقوعه عبر الأقمار الصناعية، ولكن مازلت الصحف تحافظ على مكانتها وتعمل على التقدم والازدهار والاستمرار فمزال لها جمهورها الذى يطالعها كل صباح وينتظر إصدارها.
٤. الرسوم الكاريكاتيرية وقدرتها على إيصال المعنى للقارئ فى كثير من الأحيان أحسن من الفنون الصحفية الأخرى.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على صورة المرأة التى تقدمها الرسوم الكاريكاتيرية فى الصحف المصرية والسعودية.

نوع الدراسة:

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التى تسعى إلى وصف وتحليل الظواهر، والتعرف على عناصرها^(٢٧) حيث تسعى الدراسة الحالية إلى وصف وتحليل صورة المرأة المقدمة

التخصص، وبعد عرضها عليهم تم إعدادها في شكلها النهائي، ثم قامت الباحثة بتجميع البيانات واستخراج النسب الخاصة بتحليل المضمون في النهاية.

٢ فئات التحليل:

١. فئة المضمون: تمثلت في المضمون الثقافي والسياسي والاقتصادي والاجتماعي والديني، وفئة الاتجاه نحو مضمون الاتصال، وفئة هوية الفنان، وفئة معطيات الرأي للفنان، وفئة معاصرة الحدث، وفئة المصدر، وفئة ثبات الموقع، وفئة أسلوب العرض، فئة النطاق الجغرافي.
٢. فئة الشكل (فئات شكل الاتصال وأساليب الإقناع) وتشتمل على: فئة الفاعل في الكاريكاتير، موقع الرسم في الصفحات، الشكل الفني، الظل، اللون، نوع الخط، الإطار، أساليب الإقناع.

اختبارات الصدق والثبات:

٢ صدق التحليل: يعنى الصدق أن تقيس الأداة ما وضعت لقياسه، ولتحقيق درجة الصدق كان ذلك عن طريق التحديد الدقيق لفئات التحليل ووحداته وتعريفها تعريفاً دقيقاً، وعرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين للحكم على مدى صلاحية استمارة التحليل للقياس، وأجرت الباحثة التعديلات اللازمة بناء على ملاحظاتهم وتوجيهاتهم.

٢ ثبات التحليل: يعنى الثبات ضرورة الوصول إلى اتفاق في النتائج بين الباحثين الذين يستخدمون نفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية^(٢٦)، وقد أجرت الباحثة ثبات التحليل بالتعاون مع ثلاثة باحثين^{**} محللين بخلاف الباحثة، وقد أجرى الثبات على عينة تمثل ١٠% من

١. الدراسة الاستطلاعية الميدانية: حيث قامت الباحثة بتطبيق استمارة استبيان على المجتمعين المصري والسعودي للتعرف على أكثر الصحف قراءة بالنسبة للجمهور وتم التطبيق على عينة قوامها ٤٠ مفردة في كل من المجتمع المصري والسعودي وقامت الباحثة بتفريغ الاستمارة وعمل المعالجة الإحصائية واستخراج النسب المئوية ووقع اختيار الباحثة على الصحف الحاصلة على أعلى تكرار ونسب وهي الصحف السابق ذكرها.

٢. الدراسة الاستطلاعية التحليلية: حيث قامت الباحثة بملاحظة الجرائد الصادرة في المجتمع المصري والمجتمع السعودي التي وقع عليها الاختيار في الدراسة الميدانية للتعرف على مدى توافر مادة التحليل في الصحف فلاحظه الباحثة اهتمام الصحف بفن الكاريكاتير بشكل عام.

٢ العينة الزمنية: تم اختيار أسلوب المسح بالعينة للصحف الصادرة في مصر والسعودية خلال الفترة من ٧ مارس إلى ٩ مارس ٢٠١١، وترجع أهمية هذه الفترة لأنها تشهد ذروة الحدث وهو اليوم العالمي للمرأة للتعرف على كيفية معالجة الرسوم الكاريكاتيرية لهذا اليوم، فأرادت الباحثة التعرف على هذه المعالجة قبل وبعد وأثناء هذا اليوم العالمي.

٢ أسلوب القياس: استخدمت الباحثة أسلوب التكرار الذي تظهر به الفئات أو الوحدات.

١. وحدة التحليل والقياس: وهي الشيء الذي نقوم باحتسابه، وهي أصغر عنصر من عناصر تحليل المضمون وأكثرها أهمية^(٢٧)، وتم اتخاذ رسوم الكاريكاتير كوحدات للقياس والتحليل، وتعتبر رسمه الكاريكاتير هي وحدة المفردة التي نستخرج منها المعاني والأفكار والقيم الجرافيكية (التصويرية) والشكلية، والتي عبر خلالها رسام الكاريكاتير (القائم بالاتصال).

٢. استمارة تحليل المضمون: قامت الباحثة بوضع تصور مبدئي لاستمارة تحليل المضمون، وقامت بعرضها على مجموعة من المحكمين* في مجال

+ د.أحمد فريد عبدالشافى، مدرس بقسم العلوم التربوية والنفسية، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.

د.أماني السيد عبور، مدرس بقسم العلوم التربوية والنفسية، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.

د.حنان عبدالله عبدالصمد، مدرس بقسم الاعلام التربوى، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.

**د.نورا حمدي ابوسنة، مدرس بقسم العلوم الاجتماعية والاعلام، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية.

د.دعاء فتحي سالم، مدرس بقسم الاعلام التربوى، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.

د.رشا عاطف الشيخ، مدرس بقسم العلوم الاجتماعية والاعلام، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية.

(*)د.عبدالعظيم السعيد مصطفى، أستاذ بقسم العلوم التربوية والنفسية، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.

د.أمال سعد متولى، مدرس بقسم الاعلام التربوى، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.

لخروج مظاهرات نيويورك سنة ١٩٠٩ وقد ساهمت النساء الأمريكيات في دفع الدول الأوربية إلى تخصيص الثامن من مارس كيوم للمرأة وذلك في مؤتمر كوبنهاغن بالدانمرك الذي استضاف مندوبات من سبعة عشر دولة وقد تبنى اقتراح الوفد الأمريكي بتخصيص يوم واحد في السنة للاحتفال بالمرأة على الصعيد العالمي بعد نجاح التجربة داخل الولايات المتحدة. غير أن تخصيص يوم الثامن من مارس كعيد عالمي للمرأة لم يتم إلا سنوات طويلة بعد ذلك لأن منظمة الأمم المتحدة لم توافق على تبنى تلك المناسبة سوى سنة ١٩٧٧ عندما أصدرت المنظمة الدولية قرارا يدعو دول العالم إلى اعتماد أى يوم من السنة يختارونه للاحتفال بالمرأة فقررت غالبية الدول اختيار الثامن من مارس. وتحول بالتالي ذلك اليوم إلى رمز لنضال المرأة تخرج فيه النساء عبر العالم في مظاهرات للمطالبة بحقوقهن وتذكير الضمير العالمي بالحييف الذي ما زالت تعاني منه ملايين النساء عبر العالم. كما أن الأمم المتحدة أصدرت قرارا دوليا في سنة ١٩٩٣ ينص على اعتبار حقوق المرأة جزء لا يتجزأ من منظومة حقوق الإنسان وهو ما اعتبرته الكثير من المدافعات عن حقوق النساء حول العالم تنقيصا من قيمة المرأة عبر تصنيفها خارج إطار الإنسانية^(٣٤).

وبعد هذا العرض الموجز لليوم العالمي للمرأة وكيف بدأ وأهدافه، ولأن وسائل الإعلام هي لسان حال المجتمعات والشعوب، وتعتبر الصحف إحدى هذه الوسائل فهي تنقل الأحداث إلى جماهيرها العريضة وتعلم الجمهور بما يحدث سواء عن طريق الكتابة أو الرسم (بشكل فوري)، فالرسوم الصحفية أحد الفنون الصحفية الهامة على صفحات الجرائد وبناء على ذلك برزت فكرة البحث وتبلورة في محاولة الباحثة التعرف على صورة المرأة المقدمة من خلال الرسوم الكاريكاتيرية الصحفية في المجتمعين المصري والسعودي في الفترة من ٧: ٩ مارس ٢٠١١. وهذا ما سوف تحيب عنه الدراسة التحليلية.

من مجتمع الدراسة، وقد قامت الباحثة قبل إجراء الثبات بشرح الفئات والوحدات للمحللين وتدريبهم عليها وتم التوصل إلى معامل الثبات الذي قيمته ٩٥% وهي نسبة عالية تدل على وضوح المقياس وصلاحيته للتحليل.

الإطار النظري:

٢ اليوم العالمي للمرأة هو اليوم الثامن من شهر مارس (آذار) من كل عام، وفيه يحتفل عالمياً بالإنجازات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للنساء. وفي بعض الدول كالصين وروسيا وكوبا تحصل النساء على إجازة في هذا اليوم. يوم المرأة العالمي- تاريخ في ١٨٥٧ خرج آلاف النساء للاحتجاج في شوارع مدينة نيويورك على الظروف اللا إنسانية التي كن يجبرن على العمل تحتها، ورغم أن الشرطة تدخلت بطريقة وحشية لتفريق المتظاهرات إلا أن المسيرة نجحت في دفع المسؤولين السياسيين إلى طرح مشكلة المرأة العاملة على جداول الأعمال اليومية كما أنه تم تشكيل أول نقابة نسائية لعاملات النسيج في أمريكا بعد سنتين على تلك المسيرة الاحتجاجية، وفي الثامن من مارس من سنة ١٩٠٨ عادت الآلاف من عاملات النسيج للنظار من جديد في شوارع مدينة نيويورك لكنهن حملن هذه المرة قطعاً من الخبز اليابس وياقات من الورود في خطوة رمزية لها دلالتها واخترن لحركتهن الاحتجاجية تلك شعار خبز وورود. طالبت المسيرة هذه المرة بتخفيض ساعات العمل ووقف تشغيل الأطفال ومنح النساء حق الاقتراع. شكلت مظاهرات الخبز والورود بداية تشكل حركة نسوية متحمسة داخل الولايات المتحدة خصوصاً بعد انضمام نساء من الطبقة المتوسطة إلى موجة المطالبة بالمساواة والإنصاف رفعت شعارات تطالب بالحقوق السياسية وعلى رأسها الحق في الانتخاب، وكان اسم تلك الحركة سوفراجيستس (Suffragists) وتعود جذورها النضالية إلى فترات النضال ضد العبودية من أجل انتزاع حق الأمريكيين السود في الحرية والانعقاد من العبودية. وبدأ الاحتفال بالثامن من مارس كيوم المرأة الأمريكية تخليداً

نتائج الدراسة التحليلية:

جدول (١) يوضح المضامين التي اشتمل عليها الكاريكاتير المصري والسعودي في الصحف

الاجمالي		الأحرار		الوفد		الدستور		المصري اليوم		الأخبار		الأهرام		الصحف المصرية	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
٧,٧	١	-	-	-	-	-	-	-	-	٣٣,٣	١	-	-	-	-
١٥,٤	٢	-	-	-	-	-	-	٦٦,٧	٢	-	-	-	-	-	-
٦٩,٢	٩	-	-	١٠٠	١	١٠٠	٤	٣٣,٣	١	٦٦,٧	٢	٥٠	١	-	-
٧,٧	١	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٥٠	١	-	-
١٠٠	١٣	-	-	١٠٠	١	١٠٠	٤	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٢	-	-
الاجمالي		المدينة المنورة		الشرق الأوسط		الجزيرة		عكاظ		الوطن		الرياض		الصحف السعودية	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
٤٤,٤	٤	-	-	-	-	٢٥	١	-	-	١٠٠	٢	٥٠	١	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
٤٤,٤	٤	-	-	-	-	٧٥	٣	-	-	-	-	٥٠	١	-	-
١١,١	١	-	-	١٠٠	١	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
١٠٠	٩	-	-	١٠٠	١	١٠٠	٤	-	-	١٠٠	٢	١٠٠	٢	-	-

الكاريكاتير لا يعبر ولا يتحدث أو يشير إلى اليوم العالمي للمرأة بأى حال من الأحوال سواء فى المجتمع المصرى أو المجتمع السعودى ويمكن تفسير ذلك من خلال عدة نقاط هي:

أ. بالنسبة للمجتمع المصرى نظرا للأحداث التى مر بها المجتمع المصرى منذ قيام ثورة ٢٥ يناير سنة ٢٠١١ وما زالت مستمرة وتخلل هذه الفترة الاحتفال باليوم العالمى للمرأة وكان يوافق ٨ مارس ٢٠١١، فكان تركيز رسامى الكاريكاتير على الثورة وما يدور بها من أحداث دون النظر إلى هذا اليوم، ومن وجهة نظر الباحثة يعد هذا قصور من الناحية الصحفية لأن الصحافة حياة تقدم وتعكس جميع الأحداث سواء كانت أحداث داخلية أو خارجية وتهتم بكل ما يدور فى المجتمع المحلى والعالمى ولا يطغى حدث على حدث آخر.

ب. بالنسبة للمجتمع السعودى فتعتقد الباحثة من وجهة نظرها أن عدم الاهتمام بهذا اليوم يرجع إلى النظرة التقليدية للمرأة باعتبارها أم وزوجة وهذا ما قدمه رسامى الكاريكاتير وأن تركيز المرأة فى الشراء وإنجاب الأولاد هذا بالإضافة إلى سيطرة المجتمع الذكرى فمثلا تخلل هذه الفترة معرض الكتاب فعلق رسامى الكاريكاتير على ذلك برغبة الزوجة فى الذهاب إلى المعرض لكن زوجها رفض.

١. يتضح من الجدول السابق بالنسبة لصورة المرأة أن:

أ. المجتمع المصرى: جريدة الأحرار لم تتعرض للمرأة فى الرسوم الكاريكاتيرية الخاصة بها طوال فترة التحليل بأى صورة من الصور لذلك سوف يتم استبعادها من الجداول.

ب. المجتمع السعودى: جريدة عكاظ وجريدة المدينة المنورة لم تتعرض للمرأة فى الرسوم الكاريكاتيرية الخاصة بهما خلال فترة التحليل بأى حال من الأحوال لذلك سوف يتم حذفهم من الجداول الخاصة بالتحليل.

٢. كذلك يتبين أن المضامين التى اشتمل عليها الكاريكاتير فى الصحف عينة الدراسة كانت كالتالى:

أ. الصحف المصرية: جاء فى مقدمة المضامين "سياسي" بنسبة بلغت ٦٩,٢%، يليها فى الترتيب الثانى "اجتماعي" بنسبة بلغت ١٥,٤%، على حين جاء "اقتصادي" و"ديني" فى الترتيب الثالث بنسبة بلغت ٧,٧% لكل منهما.

ب. الصحف السعودية: جاء المضمون "الثقافى والاجتماعي" فى مقدمة المضامين التى اشتمل عليها الكاريكاتير فى الصحف السعودية بنسبة بلغت ٤٤,٤% من المساحة الإجمالية، يليها فى الترتيب الثانى المضمون "السياسي" بنسبة بلغت ١١,١%.

٣. ما تم تقديمه من مضامين على اختلافها من خلال

ج. صورة المرأة التي تم تقديمها في الكاريكاتير تعكس حال المرأة في كلا المجتمعين المصري والسعودي فالمرأة في المجتمع المصري تتمتع بقدر لا يستهان به من الحرية وهذا ما ظهر في رسوم الكاريكاتير فمثلا ظهرت المرأة في صورة مذبعة، وجسد رسام الكاريكاتير مصر في صورة امرأة، أما المجتمع السعودي فحرية المرأة تكاد تكون محدودة للغاية ومنحصرة في أدوار معينة لا تتعداها وهذا ما عبر

عنه رسامى الكاريكاتير فمثلا فرحة الأم بزواج ابنتها هنا يجسد النظرة التقليدية للمرأة بأنها مخلوقة للزواج وتربية الأولاد ولم تتأثر هذه الصورة باليوم العالمي للمرأة بأى حال من الأحوال ولم تقدم أى انجازات للمرأة في هذا اليوم أو أشار رسام الكاريكاتير لهذا اليوم خلال فترة التحليل وهذا (من وجهة نظر الباحثة) لا يعد عيب في البحث ولكنه تقصير من الناحية الصحفية.

جدول (٢) يوضح اتجاه المضامين التي اشتمل عليها الكاريكاتير المصري والسعودي

الاتجاه	الصحف المصرية										الصحف السعودية				
	الأهرام	الأخبار	المصري اليوم	الدستور	الوفد	الاجمالي	الرياض	الوطن	الجزيرة	الشرق الأوسط	الاجمالي	ك	%	ك	%
مؤيد	١	٥٠	-	-	-	٧,٧	-	-	-	-	-	-	-	-	-
معارض	-	-	٣	٤	١	٨٤,٦	٢	١	٣	٧٥	٧	٧٧,٨	١	١٠٠	٧
محايد	١	٥٠	-	-	-	٧,٧	-	-	١	٥٠	٢	٢٢,٢	٢	-	٢
الاجمالي	٢	١٠٠	٣	٣	٤	١٠٠	٢	٢	٤	١٠٠	١٣	١٠٠	١	١٠٠	٩

يتبين من بيانات الجدول السابق أن اتجاه المضامين التي اشتمل عليها الكاريكاتير في الصحف كانت كالتالي:

١. الصحف المصرية: كان في مقدمة اتجاه المضامين "معارض" بنسبة ٨٤,٦%، يليها في الترتيب الثاني "مؤيد" بنسبة ٧,٧%، يليها في المركز الثالث "محايد" بنسبة ٢٢,٢%.

٢. الصحف السعودية كان "معارض" بنسبة ٧٧,٨% في المركز الأول، يليها في المركز الثاني "محايد" بنسبة ٢٢,٢%.

جدول (٣) يوضح هوية رسام الكاريكاتير المصري والسعودي في الصحف عينة الدراسة

هوية الرسام	الصحف المصرية										الصحف السعودية				
	الأهرام	الأخبار	المصري اليوم	الدستور	الوفد	الاجمالي	الرياض	الوطن	الجزيرة	الشرق الأوسط	الاجمالي	ك	%	ك	%
مصري	٢	٣	٣	٤	١	١٣	-	-	-	-	١٣	١٠٠	-	-	-
سعودي	-	-	-	-	-	-	٢	٢	٤	١	٩	١٠٠	١	١٠٠	٩
الاجمالي	٢	٣	٣	٤	١	١٣	٢	٢	٤	١	١٣	١٠٠	١	١٠٠	٩

يتبين من بيانات الجدول السابق أن:

١. هوية رسام الكاريكاتير في الصحف المصرية كان رسام مصري بنسبة ١٠٠%.

٢. في الصحف السعودية فكانت هوية رسام الكاريكاتير سعودية بنسبة ١٠٠%.

جدول (٤) يوضح معطيات الرأي الذي يبديه رسام الكاريكاتير المصري والسعودي

معطيات الرأي	الصحف المصرية										الصحف السعودية				
	الأهرام	الأخبار	المصري اليوم	الدستور	الوفد	الاجمالي	الرياض	الوطن	الجزيرة	الشرق الأوسط	الاجمالي	ك	%	ك	%
مشكلة لها حل	-	-	-	-	١	٢٥	١	١٠٠	٢	١٥,٤	٢	١٥,٤	-	-	-
مشكلة ليس لها حل	-	٢	٦٦,٧	٣	٧٥	٧	١	٢	٣	٥٣,٨	٧	٥٣,٨	١	٧٥	٧٧,٨
يدعو للإصلاح	٢	١	٣٣,٣	-	-	٤	١	-	١	٣٠,٨	٤	٣٠,٨	٢	-	٢٢,٢
الاجمالي	٢	٣	١٠٠	٣	٤	١٣	٢	٢	٤	١٣	١٣	١٠٠	١	١٠٠	٩

يتبين من الجدول السابق أن معطيات الرأي الذي يبديه رسام الكاريكاتير كالتالي:

١. في الصحف المصرية: جاء في مقدمة معطيات الرأي "مشكلة ليس لها حل" بنسبة بلغت ٥٣,٨%، يليها في

٢. في الصحف السعودية: جاء في مقدمة معطيات الرأي "مشكلة ليس لها حل" بنسبة بلغت ٥٣,٨%، يليها في

٣. في الصحف المصرية: جاء في مقدمة معطيات الرأي "مشكلة ليس لها حل" بنسبة بلغت ٦٦,٧%، يليها في

٤. في الصحف السعودية: جاء في مقدمة معطيات الرأي "مشكلة ليس لها حل" بنسبة بلغت ٥٣,٨%، يليها في

الذي يبيده رسام الكاريكاتير "مشكلة ليس لها حل" بنسبة
بلغت ٧٧,٨% من المساحة الإجمالية، يليها في الترتيب
الثاني من معطيات الرأي "يدعو للإصلاح" بنسبة بلغت
٢٢,٢%.

جدول (٥) يوضح مدى مواكبة رسوم الكاريكاتير للحدث "اليوم العالمي للمرأة" في الصحف

الصحف	الصحف المصرية										الصحف السعودية				
	الأهرام	الأخبار	المصرى اليوم	الدستور	الوفد	الإجمالي	الرياض	الوطن	الجزيرة	الشرق الأوسط	الإجمالي	ك	ك	ك	
المواكبة	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	
يوكيب	٢	٣	٣	٤	١	١٣	٢	٢	٤	١	٩	-	-	-	
لا يواكب	٢	٣	٣	٤	١	١٣	٢	٢	٤	١	٩	-	-	-	
الإجمالي	٢	٣	٣	٤	١	١٣	٢	٢	٤	١	٩	-	-	-	

يتبين من الجدول السابق أن الصحف المصرية والسعودية الجرائد غير مواكبة للحدث ولا تعبر عنه سواء من قريب أو
جاءت فيهما رسوم الكاريكاتير التي تم تقديمها على صفحات من بعيد (اليوم العالمي للمرأة) بنسبة بلغت ١٠٠% لكل منهما.

جدول (٦) يوضح المصدر الذي حصلت منه الصحيفة على الرسم الكاريكاتيري في الصحف

المصدر	الصحف المصرية										الصحف السعودية				
	الأهرام	الأخبار	المصرى اليوم	الدستور	الوفد	الإجمالي	الرياض	الوطن	الجزيرة	الشرق الأوسط	الإجمالي	ك	ك	ك	
خاص بالصحيفة	٢	٣	٢	٤	١	١٢	٢	٢	٣	١	٨	٨	٨	٨٨,٩	
نقل عن صحيفة أخرى	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
هواة	-	-	١	-	-	١	-	-	١	-	١	١	١	١١,١	
الإجمالي	٢	٣	٣	٤	١	١٣	٢	٢	٤	١	٩	٩	٩	١٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن المصدر الذي حصلت
منه الصحيفة على الرسم الكاريكاتيري كان كالتالي:

١. الصحف المصرية: احتل "خاص بالصحيفة" المركز الأول بنسبة بلغت ٩٢,٣% يليها في المركز الثاني "هواة" بنسبة بلغت ٧,٧%.
٢. الصحف السعودية: جاء في مقدمة المصادر الذي حصلت منها الصحف على الرسم الكاريكاتيري "خاص بالصحيفة" بنسبة بلغت ٨٨,٩%، يليها في المركز الثاني "هواة" بنسبة بلغت ١١,١%.

جدول (٧) يوضح مدى ثبات موقع الرسوم الكاريكاتيرية على صفحات الصحف عينة الدراسة

ثبات الموقع	الصحف المصرية										الصحف السعودية				
	الأهرام	الأخبار	المصرى اليوم	الدستور	الوفد	الإجمالي	الرياض	الوطن	الجزيرة	الشرق الأوسط	الإجمالي	ك	ك	ك	
ثابت	-	٣	-	-	١	٨	٢	-	٢	١	٥	٥	٥	٥٥,٦	
غير ثابت	٢	-	٣	-	-	٥	-	٢	٢	-	٤	-	-	٤٤,٤	
الإجمالي	٢	٣	٣	٤	١	١٣	٢	٢	٤	١	٩	٩	٩	١٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق أن ثبات موقع الرسوم
الكاريكاتيرية على صفحات الصحف عينة الدراسة كالتالي:

١. الصحف المصرية: كان في مقدمة ثبات الموقع أنه "ثابت" بنسبة ٦١,٥%، يليها في الترتيب الثاني "غير ثابت" بنسبة ٣٨,٥%.
٢. الصحف السعودية: جاء في مقدمة مدى ثبات موقع الرسوم الكاريكاتيرية أنه "ثابت" بنسبة بلغت ٥٥,٦%، يليها في الترتيب الثاني "غير ثابت" بنسبة بلغت ٤٤,٤%.

جدول (٨) يوضح أسلوب عرض الرسوم الكاريكاتيرية في الصحف عينة الدراسة

أساليب العرض	الصحف المصرية										الصحف السعودية				
	الأهرام	الأخبار	المصرى اليوم	الدستور	الوفد	الإجمالي	الرياض	الوطن	الجزيرة	الشرق الأوسط	الإجمالي	ك	ك	ك	
مباشر	١	٣	٢	٤	١	١١	٢	٢	٣	١	٨	٨	٨	٨٨,٩	
غير مباشر	١	-	١	-	-	٢	-	-	١	-	١	١	١	١١,١	
الإجمالي	٢	٣	٣	٤	١	١٣	٢	٢	٤	١	٩	٩	٩	١٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق أن أساليب العرض في الرسوم الكاريكاتيرية في الصحف عينة الدراسة كان كالتالي:

١. الصحف المصرية: كان في مقدمة هذه الأساليب "مباشر" بنسبة ٨٤,٦%، يليها في الترتيب الثاني "غير مباشر" بنسبة ١٥,٤%.

٢. الصحف السعودية: جاء في مقدمة أساليب العرض للرسوم الكاريكاتيرية في الصحف "مباشر" بنسبة بلغت ٨٨,٩%، يليها في الترتيب الثاني "غير مباشر" بنسبة بلغت ١١,١%.

جدول (٩) يوضح النطاق الجغرافي للرسوم الكاريكاتيرية في الصحف عينة الدراسة

النطاق الجغرافي	الصحف المصرية										الصحف السعودية				
	الأهرام	الأخبار	المصري اليوم	الدستور	الوفد	الاجمالي	الرياض	الوطن	الجزيرة	الشرق الأوسط	الاجمالي	ك	%	ك	%
مصري	٢	٣	٣	٤	١	١٣	-	-	-	-	١٠٠	١٣	١٠٠	-	-
سعودي	-	-	-	-	-	-	٢	٢	٤	١	٩	١٠٠	١	١٠٠	٩
الاجمالي	٢	٣	٣	٤	١	١٣	٢	٢	٤	١	٩	١٠٠	١	١٠٠	٩

يتبين من بيانات الجدول السابق أن النطاق الجغرافي في ١٠٠%.

الرسوم الكاريكاتيرية كان كالتالي:

١. الصحف المصرية: جاء النطاق الجغرافي "مصري" بنسبة ١٠٠%.

٢. الصحف السعودية: كان النطاق الجغرافي للرسوم الكاريكاتيرية في الصحف "سعودي" بنسبة ١٠٠%.

جدول (١٠) يوضح حجم المرأة في الرسوم الكاريكاتيرية في الصحف عينة الدراسة

حجم المرأة	الصحف المصرية										الصحف السعودية				
	الأهرام	الأخبار	المصري اليوم	الدستور	الوفد	الاجمالي	الرياض	الوطن	الجزيرة	الشرق الأوسط	الاجمالي	ك	%	ك	%
حقيقي	١	١	٣	٣	١	٦	١	٥	١	٢٥	٢	٢٢,٢	-	-	٢
غير حقيقي	١	٢	٣	١	-	٧	١	٥	٣	٧٥	٧	٧٧,٨	١	١٠٠	٧
الاجمالي	٢	٣	٣	٤	١	١٣	٢	٥	٤	١	٩	١٠٠	١	١٠٠	٩

تشير بيانات الجدول السابق أن حجم المرأة في الرسوم الكاريكاتيرية في الصحف عينة الدراسة كان كالتالي:

١. الصحف المصرية: كان "غير حقيقي" يحتل مكان الصدارة بنسبة ٥٣,٨%، يليها في الترتيب الثاني والأخير "حقيقي" بنسبة ٤٦,٢%.

٢. الصحف السعودية: حجم المرأة كما ظهر في الرسوم الكاريكاتيرية كان "غير حقيقي" في المركز الأول بنسبة بلغت ٧٧,٨%، يليها في المركز الثاني "حقيقي" بنسبة بلغت ٢٢,٢%.

جدول (١١) يوضح الفاعل في الرسوم الكاريكاتيرية في الصحف عينة الدراسة

الفاعل	الصحف المصرية										الصحف السعودية				
	الأهرام	الأخبار	المصري اليوم	الدستور	الوفد	الاجمالي	الرياض	الوطن	الجزيرة	الشرق الأوسط	الاجمالي	ك	%	ك	%
بدون شخصيات	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
شخصيات حقيقية	-	-	-	١	-	١	٧,٧	-	-	-	-	-	-	-	-
شخصيات رمزية مسماه	-	-	-	١	-	١	٧,٧	-	-	-	-	-	-	-	-
شخصيات رمزية غير مسماه	٢	٣	٣	٢	١	١١	٢	٢	٤	٩	٨٤,٦	١١	١٠٠	٩	
الاجمالي	٢	٣	٣	٤	١	١٣	٢	٢	٤	٩	١٠٠	١٣	١٠٠	٩	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الفاعل في الرسوم الكاريكاتيرية في الصحف عينة الدراسة كان كالتالي:

١. الصحف المصرية: جاء في المقدمة "شخصيات رمزية غير مسماه" بنسبة بلغت ٨٤,٦%، يليها في الترتيب الثاني "شخصيات حقيقية" و"شخصيات رمزية مسماه" بنسبة ٧,٧% لكل منهما.

٢. الصحف السعودية: الفاعل في الرسوم الكاريكاتيرية كان عبارة عن "شخصيات رمزية غير مسماه" بنسبة بلغت ١٠٠%.

جدول (١٢) يوضح موقع الرسم الكاريكاتيري في الصحف عينة الدراسة

موقع الرسم	الصحف المصرية										الصحف السعودية												
	الأهرام		الأخبار		المصرى اليوم		الدستور		الوفد		الاجمالي		الرياض		الوطن		الجزيرة		الشرق الأوسط		الاجمالي		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
أولي	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
داخلية	٢	١٠٠	٢	٦٦,٧	٣	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	١٢	٩٢,٣	١	٥٠	٢	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	٨	٨٨,٩	
أخيرة	-	-	١	٣٣,٣	-	-	-	-	-	-	١	٧,٧	١	٥٠	-	-	-	-	-	-	-	١	١١,١
الاجمالي	٢	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	١٣	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	٩	١٠٠	

يتبين من بيانات الجدول السابق أن موقع الرسم ٢. الصحف السعودية: جاء في مقدمة موقع الرسم الكاريكاتيري في الصحف عينة الدراسة كان كالتالي:

١. الصحف المصرية: جاءت "صفحات داخلية" في المركز الأول بنسبة بلغت ٩٢,٢% يليها في الترتيب الثاني "صفحة أخيرة" بنسبة بلغت ١١,١%.

جدول (١٣) يوضح الشكل الفني للرسم الكاريكاتيري في الصحف عينة الدراسة

الشكل الفني	الصحف المصرية										الصحف السعودية											
	الأهرام		الأخبار		المصرى اليوم		الدستور		الوفد		الاجمالي		الرياض		الوطن		الجزيرة		الشرق الأوسط		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
بدون تعليق	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
رسم شخص مفرد مع نص	١	٥٠	-	-	١	٣٣,٣	-	-	-	-	٢	١٥,٤	-	-	-	-	٢	٥٠	-	-	٢	٢٢,٢
رسم أكثر من شخص مع نص	١	٥٠	٣	١٠٠	٢	٦٦,٧	٤	١٠٠	١	١٠٠	١١	٨٤,٦	٢	١٠٠	١	٥٠	٢	٥٠	١	١٠٠	٦	٦٦,٧
الاجمالي	٢	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	١٣	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	٩	١٠٠

يتبين من بيانات الجدول السابق أن الشكل الفني للرسم ٢. الصحف السعودية: كان في المقدمة "رسم أكثر من شخص مع نص" في الصحف عينة الدراسة كان كالتالي:

١. الصحف المصرية: احتل "رسم أكثر من شخص مع نص" الترتيب الأول بنسبة ٨٤,٦% يليها في الترتيب الثاني "رسم شخص مفرد مع نص" بنسبة بلغت ٢٢,٢%، على حين جاء "بدون تعليق" في الترتيب الثالث بنسبة بلغت ١١,١%.

جدول (١٤) يوضح الظل المستخدم في الرسم الكاريكاتيري في الصحف عينة الدراسة

الظل	الصحف المصرية										الصحف السعودية											
	الأهرام		الأخبار		المصرى اليوم		الدستور		الوفد		الاجمالي		الرياض		الوطن		الجزيرة		الشرق الأوسط		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
خفيف	١	٥٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٤	١٠٠	-	-	١١	٨٤,٦	٢	١٠٠	١	٥٠	٣	٧٥	١	١٠٠	٧	٧٧,٨
كثيف	١	٥٠	-	-	-	-	-	-	١	١٠٠	٢	١٥,٤	-	-	١	٥٠	١	٢٥	-	-	٢	٢٢,٢
استخدام شبكات	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
الاجمالي	٢	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	١٣	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	٩	١٠٠

يتبين من بيانات الجدول السابق أن الظل المستخدم في ٢. الصحف السعودية: كان في مقدمة الظل المستخدم في الرسم الكاريكاتيري كان كالتالي:

١. الصحف المصرية كان في المقدمة "خفيف" بنسبة ٨٤,٦% يليها في الترتيب الثاني "كثيف" بنسبة بلغت ١٥,٤%.

جدول (١٥) يوضح مدى استخدام اللون في الرسم الكاريكاتيري في الصحف عينة الدراسة

اللون	الصحف المصرية										الصحف السعودية											
	الأهرام		الأخبار		المصرى اليوم		الدستور		الوفد		الاجمالي		الرياض		الوطن		الجزيرة		الشرق الأوسط		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أبيض وأسود	٢	١٠٠	-	-	٣	١٠٠	٤	١٠٠	-	-	٩	٦٩,٢	١	٥٠	-	-	١	٢٥	-	-	٢	٢٢,٢
ملون	-	-	٣	١٠٠	-	-	-	-	١	١٠٠	٤	٣٠,٨	١	٥٠	٢	١٠٠	٣	٧٥	١	١٠٠	٧	٧٧,٨
الاجمالي	٢	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	١٣	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	٩	١٠٠

٣٠,٨%.

تشير بيانات الجدول السابق أن استخدام اللون في الرسم

الكاريكاتيري في الصحف كان كالتالي:

١. الصحف المصرية: كان في المقدمة "أبيض وأسود" بنسبة

بلغت ٦٩,٢%، يليها في الترتيب الثاني "ملون" بنسبة

٧٧,٨%، يليها في الترتيب الثاني استخدام "الأبيض

والأسود" بنسبة بلغت ٢٢,٢%.

جدول (١٦) يوضح مدى استخدام الإطارات في الرسم الكاريكاتيري في الصحف عينة الدراسة

الإطارات	الصحف المصرية										الصحف السعودية											
	الأهرام		الأخبار		المصرى اليوم		الدستور		الوفد		الاجمالي		الرياض		الوطن		الجزيرة		الشرق الأوسط		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
رفيع	-	-	-	-	-	-	-	-	١	١٠٠	١	٧,٧	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
سميك	-	-	١	٣٣,٣	-	-	-	-	-	-	١	٧,٧	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	٩	١٠٠
استخدام شبكات	٢	١٠٠	٢	٦٦,٧	٣	١٠٠	-	-	-	-	٧	٥٣,٨	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
غير مستخدم	-	-	-	-	-	-	٤	١٠٠	-	-	٤	٣٠,٨	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
الاجمالي	٢	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	١٣	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	٩	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن استخدام الإطارات في

الرسوم الكاريكاتيرية في الصحف عينة الدراسة كان كالتالي:

١. الصحف المصرية: جاء "استخدام شبكات" في المركز

الأول بنسبة ٥٣,٨%، يليها في المركز الثاني "غير

مستخدم" بنسبة ٣٠,٨%، ثم "رفيع" و"سميك" في المركز

الثالث بنسبة ٧,٧% لكل منهما.

٢. الصحف السعودية: كان استخدام الإطارات مع الرسوم

الكاريكاتيرية في الصحف "سميك" بنسبة بلغت ١٠٠%.

جدول (١٧) يوضح نوع الخط المستخدم في كتابة التعليق على الرسم الكاريكاتيري

نوع الخط	الصحف المصرية										الصحف السعودية											
	الأهرام		الأخبار		المصرى اليوم		الدستور		الوفد		الاجمالي		الرياض		الوطن		الجزيرة		الشرق الأوسط		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
خط رفيع مطبوع	٢	١٠٠	-	-	-	-	-	-	-	-	٢	١٥,٤	١	٥٠	-	-	-	-	-	-	١	١١,١
خط رفيع بيد الرسام	-	-	٢	٦٦,٧	٢	٦٦,٧	٣	٧٥	-	-	٧	٥٣,٨	-	-	-	-	٢	٥٠	-	-	٢	٢٢,٢
خط سميك مطبوع	-	-	-	-	-	-	-	-	١	١٠٠	١	٧,٧	-	-	-	-	١	٢٥	١	١٠٠	٤	٤٤,٤
خط سميك بيد الرسام	-	-	١	٣٣,٣	١	٣٣,٣	١	٢٥	-	-	٣	٢٣,١	١	٥٠	-	-	١	٢٥	-	-	٢	٢٢,٢
الاجمالي	٢	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	١٣	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	٩	١٠٠

يتبين من بيانات الجدول السابق أن نوع الخط المستخدم

في كتابة التعليق على الرسوم الكاريكاتيرية في الصحف عينة

الدراسة كانت كالتالي:

١. الصحف المصرية: كان "خط رفيع بيد الرسام" في

المركز الأول بنسبة ٥٣,٨%، يليها في المركز الثاني

"خط سميك بيد الرسام" بنسبة ٢٣,١%، على حين جاء

"خط رفيع مطبوع" في المركز الثالث بنسبة ١٥,٤%، ثم

"خط سميك مطبوع" بنسبة بلغت ١١,١%.

جدول (١٨) يوضح اللغة المستخدمة لتقديم الرسم الكاريكاتيري في الصحف عينة الدراسة

اللغة	الصحف المصرية										الصحف السعودية												
	الأهرام		الأخبار		المصرى اليوم		الديستور		الوفد		الاجمالي		الرياض		الوطن		الجزيرة		الشرق الأوسط		الاجمالي		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
فصحى	١	٥٠	-	-	-	-	-	٢	٥٠	-	-	٣	٢٣,١	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
لهجة محلية مصرية	١	٥٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٢	٥٠	١	١٠٠	١٠	٧٦,٩	-	-	١	٥٠	-	-	-	-	١	١١,١	
لهجة سعودية	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٢	١٠٠	-	-	٤	١٠٠	١	٧٧,٨	
استخدام كلمات أجنبية	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	١	٥٠	-	-	-	-	١	١١,١
الاجمالي	٢	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	١٣	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٤	١٠٠	١	١٠٠	٩	١٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن اللغة المستخدمة لتقديم الرسم الكاريكاتيري في الصحف عينة الدراسة كانت كالتالي:

١. الصحف المصرية: احتلت "اللهجة المحلية المصرية" المركز الأول بنسبة ٧٦,٩%، يليها في المركز الثاني "فصحى" بنسبة ٢٣,١%.

٢. الصحف السعودية: كان في مقدمة اللغة المستخدمة في تقديم الرسوم الكاريكاتيرية في الصحف "لهجة سعودية" بنسبة بلغت ٧٧,٨%، يليها في الترتيب الثاني "لهجة محلية مصرية" و"استخدام كلمات أجنبية" بنسبة ١١,١% لكل منهما.

جدول (١٩) يوضح الأساليب الإقناعية المقدمة في الرسم الكاريكاتيري في الصحف

أساليب الإقناع	الصحف المصرية										الصحف السعودية											
	الأهرام		الأخبار		المصرى اليوم		الديستور		الوفد		الاجمالي		الرياض		الوطن		الجزيرة		الشرق الأوسط		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الرمز	١	١٦,٧	-	-	١	١٤,٣	-	-	-	-	٢	٧,٧	١	٢٥	١	١٦,٧	٢	١٨,٢	١	٢٥	٥	٢٠
التشخيص	١	١٦,٧	١	١٦,٧	١	١٤,٣	٢	٤٠	-	-	٥	١٩,٢	١	٢٥	١	١٦,٧	٢	١٨,٢	١	٢٥	٥	٢٠
المفارقة	-	-	٢	٣٣,٣	-	-	٢	٢٠	-	-	٤	١٥,٤	-	-	٢	٣٣,٣	٢	١٨,٢	١	٢٥	٥	٢٠
التباين في حجم الشخصيات	-	-	١	١٦,٧	١	١٤,٣	-	-	-	-	٢	٧,٧	١	٢٥	١	١٦,٦	-	-	-	-	٢	٨
استخدام العادات والتقاليد	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	١	٢٥	-	-	٢	١٨,٢	-	٣	١٢
التلاعب بالألفاظ	١	١٦,٧	-	-	٢	٢٨,٦	١	١٤,٣	١	١٤,٣	٤	١٥,٤	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
الربط بين فكرتين	٢	٣٣,٣	١	١٦,٧	٢	٢٨,٦	١	٢٠	١	١٤,٣	٧	٢٦,٩	-	-	١	١٦,٧	٣	٢٧,٢	١	٢٥	٥	٢٠
استخدام الأرقام الحسابية	١	١٦,٧	١	١٦,٧	-	-	-	-	-	-	٢	٧,٧	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
الاجمالي	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٧	١٠٠	٥	١٠٠	٢	١٠٠	٢٦	١٠٠	٤	١٠٠	٦	١٠٠	١١	١٠٠	٤	١٠٠	٢٥	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق أن الأساليب الإقناعية المقدمة في الرسم الكاريكاتيري في الصحف عينة الدراسة كالتالي:

١. الصحف المصرية: احتل "الربط بين فكرتين" المركز الأول بنسبة ٢٦,٩%، يليها في المركز الثاني "التشخيص" بنسبة ١٩,٢%، ثم "المفارقة" و"التلاعب بالألفاظ" في المركز الثالث بنسبة ١٥,٤% لكل منهما، على حين جاء "الرمز" و"التباين في أحجام الشخصيات" و"استخدام الأرقام الحسابية" بنسبة ٧,٧% لكل أسلوب على حدة.
٢. الصحف السعودية: كان في مقدمة الأساليب الإقناعية المقدمة في الرسم الكاريكاتيري "الرمز" و"التشخيص" و"المفارقة" و"الربط بين فكرتين" بنسبة بلغت ٢٠% لكل واحدة من هذه الأساليب على حدة، يليها في الترتيب الثاني "استخدام العادات والتقاليد" بنسبة بلغت ١٢%، ثم "التباين في أحجام الشخصيات" في الترتيب الثالث بنسبة بلغت ٨%.
١. إبراهيم بن عبدالعزيز الدعليج، "إسهام الكاريكاتير الصحفى السعودى فى تسليط الضوء على المشكلات التعليمية التربوية" (القاهرة: مجلة البحوث الإعلامية، العدد الخامس عشر، يناير ٢٠٠١) ص ٢٣٥: ص ٢٩٤.
٢. أحمد ابوالسعيد، الإعلام الفلسطينى نشأته ومراحل تطوره، ط١ (غزة: مكتبة الأمل، ٢٠٠٤) ص ١٥٩.
٣. أديب خضور، صورة المرأة فى الإعلام العربى، ط١ (دمشق: ب. ن، ١٩٩٧) ص ٢١.
٤. أديب خضور، مرجع سابق، ص ٦١-٦٢.
٥. أسامة عبدالرحيم على، "تعرض قراء الصحف للكاريكاتور وعلاقته باستجاباتهم المعرفية والوجدانية" المجلة المصرية لبحوث الرأى العام (القاهرة: مركز بحوث الرأى العام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثامن، العدد الرابع، أكتوبر- ديسمبر ٢٠٠٧).

٦. إلهام عبدالحמיד فرج، صورة المرأة في التعليم، سلسلة دراسات تربوية رقم، ط ١ (القاهرة: مركز المحروسة، ٢٠٠٠) صص ٧٦-٧٧.
٧. انتصار رسمى موسى، تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الإلكترونية، (الأردن: دار وائل للطباعة والنشر، ٢٠٠٤) ص ٣٠.
٨. إياد إبراهيم المحمود، "فن الكاريكاتير السورى المعاصر، دراسة تحليلية" رسالة ماجستير (القاهرة: كلية الفنون الجميلة، جامعة حلوان، ٢٠٠٢).
٩. تحسين عبدالحמיד "الدور السياسى للكاريكاتير فى الصحف الفلسطينية، دراسة تطبيقية لقضايا ما بعد الانسحاب الإسرائيلى من غزة" رسالة دكتوراة (القاهرة: قسم الدراسات الاعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، جامعة الدول العربية، ٢٠٠٩)
١٠. جيهان مصطفى البيطار، "أخلاقيات الاعلان ومدى تطبيقها فى واقع الممارسة الاعلانية فى مصر، دراسة تحليلية لعينة من إعلانات التلفزيون المصرى"، رسالة ماجستير، (القاهرة: كلية الاعلام، ١٩٩٧).
١١. حمدان خضر سالم، الاتجاهات السياسية للكاريكاتير فى جريدة الشرق الأوسط، يوم الاثنين الموافق ١١/٨/٢٠١٠ <http://swideg.jeeran.com/geography/archive/2009/3/826033.html>
١٢. رويده سلمان ابومنديل. "القضية الفلسطينية فى الكاريكاتير السياسى فى الصحف الأسبوعية الصادرة فى غزة" رسالة ماجستير (القاهرة: قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ٢٠٠٦).
١٣. شوقية هجرس، فن الكاريكاتير، ط (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥) ص ١٠٩.
١٤. عدلى سيد محمد رضا، صورة الأب والأم فى المسلسلات العربية بالتلفزيون (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٨٨).
١٥. عصام الدين أحمد فرج "صورة المرأة فى إعلانات التلفزيون المصرى" رسالة ماجستير (القاهرة: كلية الاعلام، ١٩٨٨).
١٦. على عوجة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط ١ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٣) ص ٢٢.
١٧. عمرو عبدالسميع عبدالله، "الكاريكاتور السياسى المصرى فى السبعينات" رسالة دكتوراة (القاهرة: كلية الاعلام،
- جامعة القاهرة، ١٩٨٣).
١٨. عمرو عبدالسميع عبدالله، "دور الكاريكاتير فى معالجة المفاهيم السياسية فى مصر مع دراسة تطبيقية لمجلة روزاليوسف أعوام: ١٩٥٢ - ١٩٦١ - ١٩٦٨"، رسالة ماجستير (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٠) صص ٦٧. ٨
١٩. عمرو عبدالسميع عبدالله، مرجع سابق.
٢٠. عواطف عبدالرحمن، دراسات فى الصحافة المصرية والعربية (القاهرة: العربى للنشر والتوزيع، ١٩٨١) صص ٢٩: ٨٦.
٢١. غادة محمود إبراهيم عوف، "الجانب الاجتماعى فى رسوم الكاريكاتير المصرى خلال النصف الثانى من القرن العشرين" رسالة ماجستير (القاهرة: كلية الفنون الجميلة، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢)
٢٢. فؤاد ابوحطب، أمال صادق، مناهج البحث وطرق التحليل الإحصائى فى العلوم النفسىة والتربوية والإجتماعية (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩١) صص ٤٩-٥٠.
٢٣. مباح محمد أحمد، "فن الكاريكاتير فى الصحافة المصرية والعربية، دراسة فى المضمون والقائم بالاتصال" رسالة ماجستير (القاهرة: قسم الدراسات الاعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ٢٠٠٢).
٢٤. مجدى محمد الفارس، "أثر برنامج إعلامى فى تشكيل الاتجاهات نحو بعض المضامين الكاريكاتيرية لدى الشباب الجامعى" رسالة دكتوراة (القاهرة: معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦).
٢٥. محمد عبدالحמיד، بحوث الصحافة، ط ١ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٢) ص ٩٣.
٢٦. محمد عبدالحמיד، تحليل المحتوى فى بحوث الاعلام، ط ١، (جدة: دار الشروق، ١٩٨٣) ص ٢١١.
٢٧. محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية، ط ١ (القاهرة: دار الفجر العربى للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢) ص ١٨.
٢٨. محمود يوسف، "صورة المرأة المصرية فى الأفلام السينمائية التى يقدمها التلفزيون"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (القاهرة: العدد العاشر، يناير/ مارس، ٢٠٠١) ص ٤٩. ١
٢٩. مرفت كامل الطرابيشى. "دور وسائل الاتصال فى نقل

- Conference.** University of Adelaide. 2004.
38. Haydon Manning. Robert Phiddian. "In defence of the political cartoonists ' licence to mock. School conomics and Political Science". The University of Sydney. **Australian Review of Public Affairs.** Volume. Number 1: December 2004. 25- 42.
39. Michael Hogan. Cartoonists and political Cynicism. **An Australian Review of public Affairs.** School of Economics and political Science. University of Sydney .Number 1: July 2001. pp 27- 50.
40. Ray Morris. **Cartoons and the political System:** Canada Quebec. Wales and England. York University. 1992.
41. Soha Abdel Kader. The Image of Women in Drama and Women's Programms in Egyptian Television. **Ph.D.** Dissertation Cario University. Faculty of Mass Communication. 1982).
42. Spiro Kiouisis. Philmon Bantimaroudis & Hyun Ban. Candidate Image Attributes: Experiments on the Substantive Dimension of Second Level Agenda Setting. **Communication Research.** Volume 26. N. 4. August 1999. p. 414.
43. Ted coertzel. The Gulf War as a Mental Disorder. A Statistical Test of Demause's Hypothesis. political Psychology. a content analysis study of editorial cartoons. Published in **Political Psychology:** 711- 723. 1993.
- المعلومات الصحية للمرأة الريفية: دراسة ميدانية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام،** العدد الحادي عشر، إبريل- يونيه ٢٠٠١، ص ٣٠٧٥.
٣٠. ممدوح حمادة، فن الكاريكاتير في الصحافة الدورية (د. ن، ٢٠٠٠) ص ٥١.
٣١. مى إبراهيم حمزة، "صورة القضايا العربية في الكاريكاتور السياسى وتأثيرها على الصورة الذهنية لدى الشباب" رسالة ماجستير (القاهرة: كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة عين شمس، ٢٠٠٦).
٣٢. نجدة إبراهيم، صورة المرأة فى كتب التعليم الأساسى فى ضوء حقوقها فى الشرعية الإسلامية والمواثيق الدولية (القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، ١٩٩٩) ص ١٦١ ص ١٦٢.
٣٣. نجوى الجزار، "تأثير القيم التى تعكسها إعلانات التلفزيون المصرى على الاتجاهات نحو الإعلان، دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة دكتوراة (القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٨).
٣٤. ويكيبيديا، الموسوعة الحرة <http://ar.wikipedia.org/wiki>
35. Colin Seymour- Ure. What Future for the British political cartoon. publisher Routledge. part of the Taylor & Francis Group. volume 2. Number 3. August 20.
36. David R. Spencer. "The Art of Politics Victorian Canadian Political Cartoonists Look At Canada- U.S. Relation Information and Media Studies". The University of Western Ontario. London. Canada. 2003.
37. Haydon Manning and Robert Phiddian. Censorship and the Political Cartoonist. **Australasian Political Studies Association**

Summary

Image Of Women in Caricature of both Egyptian, and Saudi Press- An Analytical Study

Aim of the research to identify the image of women in the Caricature journalist Egyptian, Saudi and the International Women's Day, is the current research from research descriptive used to approach the survey sample of newspapers in the Arab Republic of Egypt and Saudi Arabia, during the period from March 7 to March 9, 2011, also adopted research also on the comparative approach, the research was to form the content analysis to analyze the 18 Egyptian newspaper and the 18 Saudi Gazette, and it was the most important results of the study: that the Caricature in Egypt and Saudi Arabia, reflected the image of women in many contexts, but it did not address International Women's Day, the identity of the Caricature artist in the Egyptian newspaper "Egyptian" 100% in newspapers in Saudi Arabia "Saudi" by 100%.