



منظمة المرأة العربية
Arab Women Organization

واقع الأنشطة الاتصالية الموجهة للمرأة في دولة الإمارات العرسة المتحدة

**د.أمينه الظاهري
أستاذ مساعد ، جامعه الإمارات**

1. المقدمة

إن الممارسات أو النشاطات الاتصالية في مجتمع ما والتي تهدف إلى تلبية الحاجات الاتصالية سواء كانت عامة أو خاصة هي جزء من السياسة الاتصالية لأى مجتمع . وفي هذه الدراسة نتحدث عن الأنشطة الاتصالية المستهدفة للمرأة الاماراتية كجزء من السياسة الاتصالية العامة لدولة الإمارات العربية المتحدة ، كما هي في نفس الوقت جزء من سياستها تجاه قضايا المرأة الإماراتية بشكل خاص. وقد جاءت هذه الدراسة ضمن سلسلة من البحوث المستقبلية التى تهتم بها منظمة المرأة العربية و تهدف من خلالها إلى إجراء إستطلاع عام لنوعية وجدية النشاطات والبرامج التى تقدم للمرأة العربية في أنحاء الوطن العربي وهي دراسة مكملة لجهود فريق من الخبراء الذين عملوا على وضع استمارة مشتركة لهذه الدراسة الشاملة. وقد تم اختيار الجانب الاتصالي ضمن جوانب أخرى ومجالات أخرى جمعت على سبيل المثال أربع مجالات أساسية في بادئ الأمر هم الاقتصاد والتعليم والصحة ثم الاتصال لما لهذا الجانب من أهمية بالغة ودور فاعل وحيوي في المجتمع الانساني بشكل عام ومجتمع المرأة بشكل خاص. فلا يخفى على أحد دور الاتصال بمفهومه الواسع ومجالاته التى ذكرناها سابقا من أهمية قصوى لهذا الدور، الذي تتشكل من خلاله ثقافات ومفاهيم ووعى وإدراك لكثير من قضايانا الانسانية وخاصة تلك القضايا والمفاهيم المرتبطة بوضع المرأة بشكل عام . إذ تلعب المرأة اليوم أحد أهم العناصر الأساسية في مجال الاتصال الجماهيري. فلا يخفى على المتابع وغيره الحضور القوي للمرأة فى مجالات الاتصال الجماهيري المختلفة كالمطبوع والمسموع والمرئي. كما هو حضور في مجالات الاتصال الأخرى. وعليه ، تناقش هذه الدراسة الميدانية الأنشطة الاتصالية الخاصة بالمرأة الاماراتية ، والتى تمارس على مستوى دولة الإمارات العربية المتحدة في كافة مؤسساتها الرسمية وغير الرسمية والدراسات التي اهتمت بالمرأة الاماراتية في مجال الاتصال.

حيث كان هدف الدراسة التعرف على الأنشطة والبرامج الاتصالية المستهدفة للمرأة الإماراتية والتى تقوم بها المؤسسات النسوية كالاتحاد النسائي وجمعيات نهضة المرأة بفروعها المتعددة في دولة الإمارات العربية المتحدة ونوادي السيدات ومراكز التنمية الاجتماعية التابعة لوزارة العمل والشئون الاجتماعية إلى جانب جمعيات النفع العام ووزارات الدولة المختلفة كما شملت الدراسة التشريعات والقوانين والبحوث والدراسات الخاصة بالمرأة والاتصال إلى جانب مؤسسات الاتصال الجماهيري المرئي والمسموع والمطبوع منها.

ويجدر بنا هنا توضيح مفهوم الاتصال بشكل عام لتوضيح المقصود بالنشاطات أو الممارسات الاتصالية . فالاتصال بمفهومه البسيط هو ذلك الفعل الإنساني الذي يتم بين أفراد المجتمع في تبادل للمعلومات والآراء والاتجاهات وهي عملية مستمرة ديناميكية متحركة ومتغيرة بتغيير المواقف والظروف التي تحكم هذه العملية الاتصالية.

وقد حاول الباحثين اعطاء تعريفات محددة لمفهوم الاتصال بشكل عام لذلك فإن المكتبة الانسانية تزخر بكثير من هذه التعريفات، ومع تطور الحياة وتعقيداتها تطور مفهوم الاتصال وازداد تعقيدا هو الآخر. كما اختلط هذا المفهوم مع مصطلحات أخرى كالإعلام مثلا فنرى الكثير من الناس يخلطون بين مفهوم الاتصال والإعلام مع أن الاتصال بمفهومه الواسع أعم وأشمل من مصطلح الإعلام ويندرج هذا البحث تحت مسمى الاتصال بفروعه المختلفة من اتصال مباشر إلى الاتصال على مستوى المؤسسات الرسمية وغير الرسمية الإعلامية وغير الإعلامية إلى الاتصال الوسائطي.

وانطلاقا من هذه الأهمية جاء سؤال هذه الدراسة المسحية الاستطلاعية في نفس الوقت حول ، ماهي نوعية الأنشطة والبرامج الاتصالية المختلفة التي تستهدف المرأة العربية بشكل عام في كل قطر من أقطار هذا الوطن العربي ويهتم هذا الجزء من هذا البحث بالمرأة الاماراتية كجزء من الدراسة الأعم والأشمل.

2. منهج الدراسة :

تندرج هذه الدراسة تحت البحوث الاستطلاعية الوصفية. وتهدف الدراسات الاستطلاعية الوصفية عادة إلى استطلاع الظروف المحيطة بالظاهرة المراد دراستها والتعرف عليها فهي بحوث تتناول موضوعات جديدة لم يتم تناولها من قبل ، أو لاتتوفر حولها معلومات أو بيانات كافية ووصف الظاهرة والظروف المحيطة بها ومن أهم أهداف البحوث الاستطلاعية بالدرجة الأولى:

- * التعرف على الظاهرة المراد دراستها وجمع المعلومات والبيانات عنها.
- * استطلاع الظروف التي يجرى فيها البحث والتعرف على العقبات التي تقف في طريق إجرائه.
- * أضياع مشكلة البحث صياغة دقيقة تمهيدا لدراستها دراسة متعمقة.
- * التعرف على أهم الفروض التي يمكن إخضاعها للتحقيق العلمي.⁽¹⁾

وقد استخدم منهج المسح الميداني للكشف عن الأنشطة والبرامج الاتصالية المستهدفة للمرأة الاماراتية في المؤسسات المختلفة في محاولة لجمع بيانات كافية عن هذه الأنشطة للاستفادة بها في مجال التخطيط ووضع الاستراتيجيات وبرامج التنمية . ويعتمد المنهج المسحى على تجميع معلومات بالاعتماد على عدد كبير من الحالات في وقت معين أو بمسح عينة ممثلة للمجتمع المحلي تمثيلا دقيقا. وهناك أنواع كثيرة من المسح كالمسح الاجتماعي الذي يهدف إلى التعرف على المشاكل الاجتماعية والمسح التعليمي أو مسح الرأي العام الذي يهدف إلى استطلاع رأى الناس في قضية ما. كما يستخدم المسح وسائل وأساليب مختلفة مثل أسلوب الملاحظة المباشرة أو المقابلة الشخصية والاستبيان وغيرها.

وفى هذه الدراسة تم استخدام الاستبيان أو استمارة البحث التي تم تصميمها مسبقا من قبل لجنة خبراء الاتصال. حيث تم توزيع هذه الاستمارة على المؤسسات المعنية مع إجراء مقابلة في نفس الوقت مع المسئولين عن ملئ الاستمارة ، لشرحها

والإجابة على أى سؤال من قبل هؤلاء المسئولين بحيث تؤدي عملها بشكل كامل خالي من أى لبس. في حين تم استخدام الهاتف في حالة المناطق النائية والبعيدة لشرح أهداف الدراسة وأسئلة الاستمارة . بعدها أعطى المبحوثين وقت كافي للإجابة على أسئلة الاستمارة وإعادتها إلى الباحثة. وقد تم توزيع إستمارات الدراسة هذه على مؤسسات كثيرة في دولة الإمارات العربية المتحدة إلا أن الإجابة كانت في الغالب لا توجد أنشطة خاصة بالمرأة والاتصال واستطعنا فقط الحصول على (67) إستمارة (لا تدخل البحوث والدراسات الخاصة بالمرأة والاتصال ضمنها) مما يعنى أن الأنشطة التي استطعنا الحصول عليها والموجودة فعلا في هذه المؤسسات تشكل هذا العدد الصغير من الأنشطة مقارنة بعدد المؤسسات الموجودة بدولة الإمارات العربية المتحدة والتي تتعامل مع الشأن النسوي الإماراتي.

3. أطر الدراسة:

وقد تم تقسيم أطر الدراسة إلى خمس أطر هي:

3.1 الإطار المؤسسي ويشمل:

- المؤسسات النسوية (الاتحاد النسائي، جمعيات نهضة المرأة، نوادي السيدات).
- الوزارات المختلفة (وزارة الدفاع /قسم الشرطة النسائية، وزارة العمل والشئون الاجتماعية).
- جمعيات المجتمع المدني (جمعية الاجتماعيين، جمعية الصحفيين، جمعية المعلمين، رواق عوشة بنت حسين، مؤسسة صندوق الزواج).
- مؤسسات الاتصال الجماهيري (المرئية والمسموعة والمطبوعة).

3.2 إطار الدراسات والبحوث وأوراق العمل وشمل كل الدراسات والبحوث وأوراق العمل التي ناقشت وضع المرأة والاتصال.

3.3 الإطار التشريعي وشمل القوانين والتشريعات الخاصة بالمرأة والاتصال والاتفاقيات الدولية مثل (سيداو).

3.4 إطار المراكز الإعلامية.

3.5 الإطار الزمني وشمل كل النشاطات والممارسات الاتصالية المستهدفة للمرأة الإماراتية في الفترة من 2003 إلى 2004 ما عدا البحوث والدراسات.

4. النتائج والتحليل الكمي

كشفت نتائج الدراسة عن وجود أنشطة متعددة تمارسها المؤسسات المختلفة في مجتمع دولة الإمارات العربية المتحدة سواء كانت هذه المؤسسات معنية بقضايا المرأة مثل جمعيات المرأة والاتحاد النسائي أو الأخرى كمؤسسات الاتصال الجماهيري ووزارات الدولة جمعيات النفع العام وغيرها ويتضح من الجدول الأول والثاني نوعية البرامج و الأنشطة المستهدفة للمرأة والجهة المنفذة لهذه النشاطات. ويلاحظ على هذه الأنشطة والبرامج انحصارها في برامج الإذاعة المرئية والمسموعة والمجلات الأسبوعية ودورات الحاسب الآلي إذ شكلت هذه الأخيرة أعلى نسبة في هذه الأنشطة وبلغت حوالى (34,3%) من مجموع الأنشطة الكلى.

جدول رقم (4.1): أسماء الأنشطة ونوعيتها

اسم النشاط	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
برنامج الأسرة	1	1.5	1.5	1.5
مجلة دنيا المرأة	1	1.5	1.5	3.0
برنامج شاي الضحى	1	1.5	1.5	4.5
اكتشاف وتنمية المواهب الإعلامية لدى السيدات والطالبات	1	1.5	1.5	6.0
مجلة كل الأسرة	1	1.5	1.5	7.5
برنامج أسرارها	1	1.5	1.5	9.0
برنامج الأسرة العربية	1	1.5	1.5	10.4
برنامج دنيا المرأة	1	1.5	1.5	11.9
برنامج قضايا تربية	1	1.5	1.5	13.4
دورة سكرتارية	2	3.0	3.0	16.4
حوار إذاعي	1	1.5	1.5	17.9
دورة كمبيوتر	23	34.3	34.3	52.2
برنامج شئون نسائية	1	1.5	1.5	53.7
برنامج إليك	1	1.5	1.5	55.2
مجلس الفكر والحوار	1	1.5	1.5	56.7
برنامج منتدى حواء	1	1.5	1.5	58.2
مجلة جواهر	1	1.5	1.5	59.7
نافذة على البيت	2	3.0	3.0	62.7
صفحة للمرأة -جريدة ملحق دنيا الإتحاد	1	1.5	1.5	64.2
ندوة دور الإعلام في خدمة قضايا المرأة	1	1.5	1.5	65.7
برنامج أسرة TV	1	1.5	1.5	67.2

مجلة شهرزاد	1	1.5	1.5	68.7
برنامج المزيونة	1	1.5	1.5	70.1
برنامج لمسات	1	1.5	1.5	71.6
برنامج الملتقى	1	1.5	1.5	73.1
ملحق المرأة العربية	1	1.5	1.5	74.6
مجلة الراية	1	1.5	1.5	76.1
برنامج لها	1	1.5	1.5	77.6
برنامج عزيزتي حواء	1	1.5	1.5	79.1
مهارات العرض والتقديم والخطابة	2	3.0	3.0	82.1
مشروع نبضات	1	1.5	1.5	83.6
مجلة القلادة	1	1.5	1.5	85.1
مجلة الصدى	1	1.5	1.5	86.6
مجلة مودة	1	1.5	1.5	88.1
نشرة نادي سيدات أبو ظبي	1	1.5	1.5	89.6
مجلة درة الإمارات	1	1.5	1.5	91.0
مجلة إشعاعات تربية	1	1.5	1.5	92.5
مجلة الأسرة العصرية	1	1.5	1.5	94.0
برنامج الأسرة	1	1.5	1.5	95.5
برنامج سيداتي أنساتي	1	1.5	1.5	97.0
برنامج لك أنت	1	1.5	1.5	98.5
صفحة المرأة في جريدة يومية	1	1.5	1.5	100.0
Total	67	100.0	100.0	

جدول رقم (4.2): الجهة المنفذة للنشاط

الجهة المنفذة	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
تلفزيون الشارقة	1	1.5	1.5	1.5
دار الخليج للطباعة والنشر	1	1.5	1.5	3.0
معهد النهضة الثقافي/جمعية المرأة برأس الخيمة	6	9.0	9.0	11.9
جمعية نهضة المرأة الضيائية	9	13.4	13.4	25.4
تلفزيون دبي	3	4.5	4.5	29.9
إذاعة أم القيوين	3	4.5	4.5	34.3
المجلس الأعلى لشئون الأسرة	1	1.5	1.5	35.8
إذاعة الشارقة	1	1.5	1.5	37.3
مركز التنمية الاجتماعية - خور فكان	2	3.0	3.0	40.3
نادي الريان - جمعية أم المؤمنين - عجمان	1	1.5	1.5	41.8
إذاعة أبو ظبي	2	3.0	3.0	44.8

نادي فتيات أم القيوين	4	6.0	6.0	50.7
مؤسسة الإمارات للإعلام	1	1.5	1.5	52.2
مركز المعلومات للتدريب التقني -الاتحاد النسائي العام	2	3.0	3.0	55.2
قناة أبو ظبي	2	3.0	3.0	58.2
قناة الإمارات	2	3.0	3.0	61.2
جريدة أخبار العرب	1	1.5	1.5	62.7
قسم تأهيل وتدريب الشرطة النسائية	1	1.5	1.5	64.2
معهد العلوم الجنائية -قسم تدريب وتأهيل الشرطة النسائية	4	6.0	6.0	70.1
مكتب سمو الشيخة فاطمة لشئون المواطنين والخدمات الاجتماعية	1	1.5	1.5	71.6
مشروع رؤى -جمعية الوثبة	1	1.5	1.5	73.1
مؤسسة صندوق الزواج	1	1.5	1.5	74.6
دار الصدى للصحافة والنشر والتوزيع	3	4.5	4.5	79.1
المركز الثقافي -نادي أبو ظبي للسيدات	5	7.5	7.5	86.6
مؤسسة البيان للصحافة والطباعة والنشر والتوزيع	1	1.5	1.5	88.1
إذاعة رأس الخيمة	3	4.5	4.5	92.5
جريدة الفجر	1	1.5	1.5	94.0
المكتب الإعلامي بالإتحاد النسائي	1	1.5	1.5	95.5
شبكة إذاعات دبي	1	1.5	1.5	97.0
جمعية الاتحاد النسائية بالشارقة	2	3.0	3.0	100.0
Total	67	100.0	100.0	

بالنسبة لدورية لنشاط فالجدول رقم (4.3) والخاص بهذا الجانب يوضح أن غالبية هذه النشاطات تنفذ بشكل أسبوعي وهذا عائد لكون هذه النشاطات والبرامج تتضمن برامج إذاعية ومجلات أسبوعية تبث أو تذاع أو تصدر مرة في الأسبوع.

جدول رقم (4.3): الخاص بدورية التكرار

دورية النشاط	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	يومي	1	1.5	1.5
أسبوعي	22	32.8	32.8	34.3
شهري	10	14.9	14.9	49.3
كل شهرين	9	13.4	13.4	62.7
فصلي	12	17.9	17.9	80.6
نصف سنوي	2	3.0	3.0	83.6
سنوي	11	16.4	16.4	100.0
Total	67	100.0	100.0	

يلاحظ من الجدول التالي والخاص بالتغطية الجغرافية لهذه النشاطات والبرامج وهو جدول رقم (4.4) أن هذه الأنشطة استهدفت بالدرجة الأولى تغطية الوطن ككل والمقصود به هنا دولة الإمارات العربية المتحدة بنسبة (46,3%) من المجموع الكلى لهذه النشاطات ثم جاءت بعد ذلك المدن بنسبة (32، 8%) . وهذه نتيجة منطقية لكون هذه النشاطات هى عبارة عن برامج ومجلات وصحف تستهدف الانتشار على مدى واسع . أما بالنسبة للمدن فهذه النتيجة مرتبطة بالنشاطات المحلية لبعض المؤسسات النسوية كالجمعيات المرأة ونوادي السيدات التي يقتصر في الغالب عملها على المدن. أما بالنسبة للعالم فهذا مرتبط ببرامج الإذاعة المرئية والمسموعة عن طريق الفضائيات وأيضا المجلات الأسبوعية وأحيانا الصحافة المحلية التي توزع خارج دولة الإمارات العربية المتحدة.

جدول رقم (4.4): التغطية الجغرافية

التغطية الجغرافية	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
الوطن ككل	31	46.3	46.3	46.3
العاصمة	10	14.9	14.9	52.2
لإقليم	1	1.5	1.5	53.7
مدن	22	32.8	32.8	86.6
العالم	3	4.5	4.5	100.0
Total	67	100.0	100.0	

الجدول رقم (4.5) و (4.6) يوضحان عدد العاملين في هذه النشاطات من حيث الجنس ذكور وإناث ويوضح الجدول أن نسبة الإناث العاملين فى هذه الأنشطة تفوق عدد العاملين الذكور وهذه أيضا نتيجة طبيعية لكون هذه الأنشطة مخصصة للنساء والكثير منها أيضا يتم تنفيذه داخل مؤسسات نسوية العاملين فيها غالبيتهم من الإناث.

الجدول رقم (4.5): الخاص بالعاملين الذكور

عدد العاملين الذكور	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	41	61.2	61.2	61.2
1	13	19.4	19.4	80.6
2	5	7.5	7.5	88.1
3	2	3.0	3.0	91.0
4	3	4.5	4.5	95.5
40	1	1.5	1.5	97.0
5	1	1.5	1.5	98.5
6	1	1.5	1.5	100.0
61	67	100.0	100.0	Total

الجدول رقم (4.6): الخاص بالعاملين الإناث

عدد العاملين الإناث	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	15	22.4	22.4	22.4
1	10	14.9	14.9	37.3
10	2	3.0	3.0	40.3
15	2	3.0	3.0	43.3
2	10	14.9	14.9	58.2
3	7	10.4	10.4	68.7
35	1	1.5	1.5	70.1
4	4	6.0	6.0	76.1
5	9	13.4	13.4	89.6
6	3	4.5	4.5	94.0
60	1	1.5	1.5	95.5
7	3	4.5	4.5	100.0
148	67	100.0	100.0	Total

أما بالنسبة للجمهور المستهدف من النساء لهذه الأنشطة فالجدول رقم (4.7) يوضح أن هذه الأنشطة استهدفت بالدرجة الأولى المرأة بشكل عام حيث شكلت نسبة (71,6%) من النسبة الكلية وهو رقم عالى ثم توزعت النسب بعد ذلك على النحو التالى بمعدل (13,4%) للأسرة ونسبة (10,4%) للمرأة العاملة و نسبة (3,0%) للمرأة العاملة وربة المنزل ثم جاءت النسبة الأخيرة والأقل للمجتمع وككل. وقد تدل هذه النتيجة أن هذه النشاطات ركزت على المرأة بشكل عام ولم تخصص لتخدم قطاع معين من النساء مما يعنى عدم وضوح الرؤية بالنسبة لحاجات المرأة وقضاياها وبالتالي

لم تركز هذه الأنشطة على تقديم خدمات وبرامج لفئات النساء المختلفة مع اختلاف حاجاتهم وقضاياهم.

جدول رقم (4.7) الخاص بالجمهور المستهدف من النساء

بالجمهور المستهدف	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	المرأة العاملة	7	10.4	10.4
1/2	2	3.0	3.0	13.4
الأسرة	9	13.4	13.4	26.9
المرأة بشكل عام	48	71.6	71.6	98.5
كل المجتمع	1	1.5	1.5	100.0
Total	67	100.0	100.0	

بالنسبة لأهداف هذه النشاطات بالرغم من تعددها إلا أنها تتمحور حول خدمة قضايا المرأة و محاولة الأرتقاء بمستواها وتأهيلها تكنولوجيا عن طريق دورات الحاسب الآلى كما هو موضح في الجدول رقم (4.8).

الجدول رقم (4.8): الخاص بأهداف النشاط

أهداف النشاط	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	لا يوجد أهداف مذكورة	1	1.5	1.5
هموم ومشاكل الأسرة العربية والحلول المناسبة وتحفيز المشاركين	1	1.5	1.5	3.0
خدمة قضايا المرأة والارتقاء بمستوى ابنة الإمارات وإنجازاتها	1	1.5	1.5	4.5
10/11	1	1.5	1.5	6.0
10/13	1	1.5	1.5	7.5
10/19	2	3.0	3.0	10.4
التدريب والتطوير	12	17.9	17.9	28.4
13/28	1	1.5	1.5	29.9
إبراز دور المرأة في منظومة الأسرة العربية وتنوعيتها بقضاياها	2	3.0	3.0	32.8
مناقشة القضايا التربوية وحلولها بأسلوب علمي والتوعية الأسرية	2	3.0	3.0	35.8
إظهار الفعاليات النسائية والتعريف بالنشاطات التي تقدمها	1	1.5	1.5	37.3
17/21	1	1.5	1.5	38.8
خدمة فئات المجتمع وتأهيلهم للحصول على وظائف والتواصل بالإنترنت	3	4.5	4.5	43.3
2/10/28	1	1.5	1.5	44.8

2/12	1	1.5	1.5	46.3
2/3	2	3.0	3.0	49.3
2/3/12	1	1.5	1.5	50.7
مشاركة وسائل الإعلام وتوظيف أجهزته لغرض توضيح ونشر دور المركز	1	1.5	1.5	52.2
22/24/25	1	1.5	1.5	53.7
تنمية ذاتية للمرأة وتحسين أدائها ومعاونتها لإنجاز أعمالها	1	1.5	1.5	55.2
عرض أنشطة الجمعية بصفة دورية وتنمية مهارات الدارسات وموهبهن	1	1.5	1.5	56.7
غرس قيم ومعاني تسهم في وتوثيق العلاقات الأسرية بطرق مميزة	1	1.5	1.5	58.2
29/31/32	1	1.5	1.5	59.7
التعرف على أدوات التكنولوجيات الحديثة واستخداماتها المختلفة	1	1.5	1.5	61.2
3/10	2	3.0	3.0	64.2
3/28	1	1.5	1.5	65.7
توثيق أنشطة الجمعية واكتشاف المواهب وعرض نتائجها	1	1.5	1.5	67.2
تسويق نشاطات النادي ونشر معلومات عنه	1	1.5	1.5	68.7
4/15	1	1.5	1.5	70.1
4/5	1	1.5	1.5	71.6
4/5/7	1	1.5	1.5	73.1
4/5/9	1	1.5	1.5	74.6
4/6/9	1	1.5	1.5	76.1
4/9	1	1.5	1.5	77.6
متابعة ما يوجه للمرأة في مجالات الصحة والجمال والأزياء	1	1.5	1.5	79.1
5/22/23	1	1.5	1.5	80.6
6/31	1	1.5	1.5	82.1
6/7	1	1.5	1.5	83.6
توفير المعرفة والتسلية والإمتاع	1	1.5	1.5	85.1
التوعية والتعرف على مشاكل السيدات والطلاق والعنوسة	2	3.0	3.0	88.1
تنمية الوعي النسائي وثقافة المرأة وتغطية قضايا المرأة	3	4.5	4.5	92.5
9/10	1	1.5	1.5	94.0
9/14	1	1.5	1.5	95.5
9/15	1	1.5	1.5	97.0
9/17	1	1.5	1.5	98.5
9/17/18	1	1.5	1.5	100.0
Total	67	100.0	100.0	

وفي طبيعة هذه النشاطات نرى من خلال الجدول رقم (4.9) أن دورات الحاسب الآلى تصدر هذه النشاطات بنسبة (35,8%) من المجموع الكلى ثم تأتي بعد ذلك البرامج الإذاعية المسموعة بنسبة (17,9%) وتأتى المجلات المطبوعة بعد ذلك بنسبة (16,4%).

الجدول رقم (4.9): الخاص بطبيعة ونوعية الأنشطة

طبيعة النشاط / النوع	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	1	1.5	1.5	1.5
برنامج تلفزيوني	8	11.9	11.9	13.4
نشرة مطبوعة	1	1.5	1.5	14.9
دورات تدريب حاسب آلى	24	35.8	35.8	50.7
مجلة مطبوعة	11	16.4	16.4	67.2
برنامج إذاعي	12	17.9	17.9	85.1
صفحة في جريدة يومية	2	3.0	3.0	88.1
محاضرات ودورات تدريبية وورش عمل وحوار	4	6.0	6.0	94.0
توعية إعلامية	1	1.5	1.5	95.5
ندوة	1	1.5	1.5	97.0
ملحق في جريدة مطبوعة	2	3.0	3.0	100.0
Total	67	100.0	100.0	

و يوضح الجدول الذي يليه (4.10) مضمون هذه الأنشطة والذي تركزت حول إعطاء دورات شاملة في مجال برامج الحاسب الآلى وقد شكلت نسبة (25,4%) من المجموع الكلى وهذه نتيجة طبيعية لكون برامج الحاسوب هى البرامج الأكثر تقدما للمرأة من بين الأنشطة الأخرى .

جدول رقم (4.10): يوضح مضمون الأنشطة

طبيعة النشاط / المضمون	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
لا يوجد	1	1.5	1.5	1.5
استضافة الشخصيات النسائية المعروفة بإسهاماتها في مجال الأسرة	2	3.0	3.0	4.5
فكرة واضحة عن برنامج الحاسوب وكيفية الاستفادة منه	2	3.0	3.0	7.5
استضافة خبراء ومختصين بالقضايا التربوية المختلفة	1	1.5	1.5	9.0

مهارات أعمال السكرتارية عالية المستوى	3	4.5	4.5	13.4
التواصل مع الفعاليات النسائية بالدولة	1	1.5	1.5	14.9
دور مراكز التنمية الاجتماعية وتعريف بخدماتها عن طريق الإعلام	1	1.5	1.5	16.4
عرض نماذج ناجحة في المجتمع من السيدات في مختلف مناحي الحياة	1	1.5	1.5	17.9
اهتمامات المرأة بالجمال والأناقة والديكور والتجميل والموضة	1	1.5	1.5	19.4
17/18	1	1.5	1.5	20.9
برنامج فن مهارات العرض والتقديم والإعلام والخطابة	2	3.0	3.0	23.9
دورة شاملة في برامج الكمبيوتر	17	25.4	25.4	49.3
2/10	1	1.5	1.5	50.7
رسائل اجتماعية أسرية توضح حاجة كل فرد في الأسرة للآخرين	1	1.5	1.5	52.2
مجلة تشمل نشاطات فرع جمعية المرأة الطيبانية	1	1.5	1.5	53.7
دورة متخصصة في الكمبيوتر	1	1.5	1.5	55.2
نشر أخبار النادي ونشاطات كافة أقسامه	1	1.5	1.5	56.7
الخبر والموضوع والحوار والتحقيق والدراسة العلمية والإبداع	1	1.5	1.5	58.2
3/4/6	1	1.5	1.5	59.7
4/5/6	1	1.5	1.5	61.2
4/8	1	1.5	1.5	62.7
اهتمامات المرأة والأسرة: الأزياء والتجميل والفنون والصحة	1	1.5	1.5	64.2
5/16	1	1.5	1.5	65.7
5/6/8/11	1	1.5	1.5	67.2
5/8	1	1.5	1.5	68.7
5/8/11	1	1.5	1.5	70.1
العلاقات الأسرية والاجتماعية والتربوية والعلمية	4	6.0	6.0	76.1
6/11	1	1.5	1.5	77.6
6/20	1	1.5	1.5	79.1
6/8	2	3.0	3.0	82.1
التعريف بالدورات العلمية والترفيهية والتعليمية	1	1.5	1.5	83.6
كافة القضايا التي تخص المرأة	8	11.9	11.9	95.5
8/11	1	1.5	1.5	97.0
8/23	1	1.5	1.5	98.5
الإلقاء والكتابة الإذاعية وفنون الإلقاء والنطق والتمثيل	1	1.5	1.5	100.0
Total	67	100.0	100.0	

الجدول رقم (4.11) يوضح طبيعة الجهة المنفذة لهذه الأنشطة و هي في غالبية ذات طبيعة حكومية إذا شكلت المؤسسات الحكومية المنفذة لهذه الأنشطة النسبة العظمى وهي (88,1%) بينما جاءت المؤسسات الخاصة بنسبة (11,9%) من المجموع الكلى. إن هذه النتيجة طبيعية في مجتمع كمجتمع دولة الإمارات العربية المتحدة تقل فيه مؤسسات المجتمع المدني وتتولى المؤسسات الحكومية فيه الأشراف على معظم الخدمات والأنشطة.

جدول رقم (4.11): الخاص بطبيعة الجهة المنفذة

طبيعة الجهة / المنفذة	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
حكومي	59	88.1	88.1	88.1
خاص	8	11.9	11.9	100.0
Total	67	100.0	100.0	

جدول طبيعة الجهة الممولة رقم (4.12) ويتضح من الجدول هذا أن الجهات الحكومية هي الجهة الأكثر تمويلا لهذه الأنشطة إذ بلغت نسبتها (58,2%) مقارنة بالجهات الخاصة التي بلغت نسبتها (41,8%). وهذه نتيجة طبيعية لكون هذه المؤسسات المنفذة للنشاطات حكومية أو تحت إشراف حكومي.

الجدول رقم (4.12): الخاص بطبيعة الجهة الممولة

طبيعة الجهة / الممولة	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
حكومية	39	58.2	58.2	58.2
خاصة	28	41.8	41.8	100.0
Total	67	100.0	100.0	

الجدول رقم (4.13) يوضح نوع التمويل التي تقدمه هذه المؤسسات لخدمة هذه الأنشطة. فنجد أن التمويل في غالبيته تمويل مادي وقد شكل نسبة (79,1%) من مجموع الدعم الكلى في مقابل (10,4%) من الدعم المعنوي. وبالرغم من أن هذه دلالة جيدة لأن هذه الأنشطة بحاجة إلى دعم مادي حتى تنفذ وتستمر لإنه لا غنى أبدا عن الدعم المعنوي الذي يساهم هو بشكل آخر في استمرارية الأنشطة هذه.

جدول رقم (4.13): الخاص بنوع التمويل

نوع التمويل	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	1	1.5	1.5	1.5
مادي	53	79.1	79.1	80.6
½	6	9.0	9.0	89.6
عيني	7	10.4	10.4	100.0
Total	67	100.0	100.0	

بالنسبة لتقييم هذه الأنشطة فإن الجدول رقم (4.14) يوضح أن غالبية هذه الأنشطة تم تقييمها حيث بلغت نسبة البرامج والأنشطة التي تم تقييمها (82,1%) حين بلغت نسبة الأنشطة التي لم يتم تقييمها (9,17%) من المجموع الكلي. وهذه دلالة جيدة إذ أن التقييم عملية مطلوبة تؤدي بالضرورة إلى نتائج إيجابية إذا ما تمت بطريقة صحيحة. فالتقييم يوضح للفائمين على هذه الأنشطة الإيجابيات والسلبيات وما يمكن بالتالي تجاوزه أو تكراره لمصلحة المرأة المستهدفة والمؤسسة القائمة على هذا النشاط.

جدول رقم (4.14): الخاص بتقييم الأنشطة

تقييم النشاط / هل تم	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
نعم	55	82.1	82.1	82.1
لا	12	17.9	17.9	100.0
Total	67	100.0	100.0	

[

يلاحظ الجدول رقم (4.15) أن هناك أساليب متعددة استخدمت لتقييم هذه الأنشطة بالرغم من أن أساليب التقييم لم تكن أساليب علمية يعتمد عليها فقد شكلت مثلا الطرق العلمية التي تعتمد على الخبراء في مجال الإعلام نسبة بسيطة جدا إذ بلغت نسبتها (1,5%) من المجموع الكلي.

جدول رقم (4.15): الخاص بتقييم الأنشطة

تقييم النشاط / ما نوع التقييم	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
لا يوجد	12	17.9	17.9	17.9
الحصول على جوائز محلية وإشادة المسؤولين	4	6.0	6.0	23.9
تقييم من قبل إدارة المراكز الاجتماعية بالوزارة	1	1.5	1.5	25.4
اختبارات لمعرفة مدى التحصيل بعد كل دورة تدريبية	12	17.9	17.9	43.3
2/5	2	3.0	3.0	46.3
2/7	3	4.5	4.5	50.7
ردود فعل القارئ عبر التوزيع والنشر والخبرة المهنية	1	1.5	1.5	52.2
3/4	1	1.5	1.5	53.7
3/5	1	1.5	1.5	55.2
دراسات تقوم بها مؤسسات خاصة بأبحاث الرأي والانتشار	2	3.0	3.0	58.2
داخلي ومن خلال استطلاعات الرأي	12	17.9	17.9	76.1
5/9	1	1.5	1.5	77.6
لجنة خبراء في مجال الإعلام لتقييم النشاط والمردود والنتائج	1	1.5	1.5	79.1
تطبيق استبيانات على المشاركين	11	16.4	16.4	95.5
تطابق مواصفاته مع متطلبات المرأة العصرية	1	1.5	1.5	97.0
استحسان وقبول الجمهور للبرنامج ومشاركة الجمهور فيه	2	3.0	3.0	100.0
Total	67	100.0	100.0	

أما بالنسبة لإستمرارية النشاط فإن الجدول رقم (4.16) يوضح أن معظم هذه النشاطات مستمرة إذ شكلت نسبة 80,6(%) من مجموع الأنشطة بينما كانت نسبة النشاطات التي توقفت (19,4%).

الجدول رقم (4.16) الخاص بإستمرارية النشاط

نتائج / هل النشاط مستمر	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
نعم	54	80.6	80.6	80.6
لا	13	19.4	19.4	100.0
Total	67	100.0	100.0	

الجدول رقم (4.17) يوضح الإنجازات التي يري القائمين على هذه النشاطات أنها تحققت. فنجد أن أكثر الإنجازات التي تحققت هي انتشار استخدام الحاسوب ومحو أمية المرأة المشاركة في مجال الحاسب الآلي والتكنولوجيا إذ شكلت هذه الإجابة نسبة (17,4%) بينما جاءت نسبة عدم ذكر أية إنجازات (16,45%) ثم بعد ذلك تأهيل المرأة وتفاعل الجمهور مع الأنشطة بنسبة (6,0%). وقد تكون هذه نتيجة طبيعية إذ تركز جمعيات المرأة والمؤسسات المهمة بقضايا المرأة على دورات الحاسب الآلي وبالتالي تكون محو أمية المرأة في هذا المجال نتيجة طبيعية لهذا التركيز.

الجدول رقم (4.17): الخاص بالإنجازات التي تحققت للأنشطة المستمرة

نتائج / نعم / الإنجازات التي تحققت	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	11	16.4	16.4	16.4
انتشار استخدام الكمبيوتر وكيفية التعامل معه ومحو الأمية	12	17.9	17.9	34.3
1/15	1	1.5	1.5	35.8
1/2	1	1.5	1.5	37.3
1/21	1	1.5	1.5	38.8
التوعية والاستفادة من البرنامج	3	4.5	4.5	43.3
10/11	2	3.0	3.0	46.3
تفاعل الجمهور والمشاهدين مع البرنامج	4	6.0	6.0	52.2
تغيير بعض القوانين التي كانت ضد المرأة	1	1.5	1.5	53.7
إبراز دور المركز ونشر أنشطته بالتعاون مع وسائل الإعلام	1	1.5	1.5	55.2
متابعة القراء للصفحة والمشاركة فيها	1	1.5	1.5	56.7
16/17	1	1.5	1.5	58.2
استمرار تقديم البرنامج وتقليد محطات كثيرة له	1	1.5	1.5	59.7
تطور نوع المواضيع والإخراج والقضايا المطروحة	1	1.5	1.5	61.2
زيادة عدد المستفيدات من ربات المنازل والطلبات	2	3.0	3.0	64.2
2/6	1	1.5	1.5	65.7
تطور العملية التعليمية وتنمية مواهب الدارسات	1	1.5	1.5	67.2
تأهيل العاملين في الشرطة	4	6.0	6.0	73.1
الاستمرار في إصدار المجلة بأعداد جديدة	1	1.5	1.5	74.6
24/25	1	1.5	1.5	76.1
معرفة الأعضاء لكل ما هو جديد في النادي	1	1.5	1.5	77.6

تدريب أعداد كبيرة من المشاركات في فترة زمنية قصيرة	2	3.0	3.0	80.6
زيادة الانتشار والتوزيع والإعلان والاشتراكات والاتصالات	3	4.5	4.5	85.1
3/5	2	3.0	3.0	88.1
مناقشة المرأة العاملة وربة البيت	1	1.5	1.5	89.6
توعية المرأة بقضاياها ومناقشة شؤونها	2	3.0	3.0	92.5
استحداث فقرات جديدة نزولا عند رغبة المستمعين	1	1.5	1.5	94.0
6/11	1	1.5	1.5	95.5
اكتشاف مواهب إعلامية وتوجيهها إلى المؤسسات الإعلامية	1	1.5	1.5	97.0
تزويد المتدربات بمهارات ترتقي بأدائهم ومواكبة التقدم والرقمي	1	1.5	1.5	98.5
الإسهام في تعريف الأسرة بآليات التربية الحديثة والتعامل معها	1	1.5	1.5	100.0
Total	67	100.0	100.0	

أما بالنسبة للأسباب التي توقفت فيها الأنشطة فإن الجدول رقم (4.18) الخاص بأسباب عدم الاستمرار يوضح إنه في بعض المؤسسات غالبية القائمين على هذه الأنشطة لم يذكروا أسباب وهي نسبة (89,6%) بينما ذكر الآخرون أسباب مختلفة يأتي في مقدمتها الاستعداد لدورة جديدة وشكلت (4,5%) من النسبة الكلية ثم جاءت الأسباب الأخرى بنسب متعادلة شكلت (1,5%).

الجدول رقم (4.18): الخاص بأسباب عدم استمرار النشاط

نتائج / لا	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	58	86.6	86.6	86.6
استعداد لدورة برامجية جديدة	3	4.5	4.5	91.0
توقف النشاط وعلق النادي	1	1.5	1.5	92.5
لم تأخذ الوقت الكافي في الإعداد والإخراج وبما يحقق الأهداف	1	1.5	1.5	94.0
كفاية المدة الزمنية وتحقيق البرنامج لأهدافه	1	1.5	1.5	95.5
تغير إدارة المحطة الإذاعية	1	1.5	1.5	97.0
خلو الإذاعة من المعدين للبرامج التي تخص المرأة	1	1.5	1.5	98.5
التغيرات الإدارية وسياسة التجديد وعدم استقرار التمويل المالي	1	1.5	1.5	100.0
Total	67	100.0	100.0	

وحول السؤال الأخير لإستمارة الدراسة وهو سؤال التحديات كانت إجابة المبحوثين كالتالي حسب ما هو موضح الجدول رقم (4.19) الغالبية لا ترى وجود أية تحديات حيث شكلت هذه النسبة (49,3%) بينما شكل الدعم المادي والمعنوي وعزوف المرأة الإماراتية عن المشاركة في الظهور في وسائل الاتصال المرئي نسبة (7,5 %) لكل منهما من النسبة المئوية.

الجدول رقم (4.19):الخاص بالتحديات التي تواجه النشاط

نتائج / تحديات	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
لا يوجد	33	49.3	49.3	49.3
عزوف الإماراتيات المختصات عن المشاركة أو الظهور في التلفزيون	5	7.5	7.5	56.7
1/6	1	1.5	1.5	58.2
الدعم المادي والمعنوي	5	7.5	7.5	65.7
11/12	1	1.5	1.5	67.2
الحفاظ على مستوى عالي من الإنتاج والتجدد والتنوع والمعاصرة	1	1.5	1.5	68.7
عدم استمرار بعض القيادات النسائية في العضوية	1	1.5	1.5	70.1
ارتباط وسائل الإعلام بأنشطة خارجية فيصعب عليها تغطية الحدث	1	1.5	1.5	71.6
عدم وجود قسم يعنى ببرامج المرأة والطفل والأسرة	1	1.5	1.5	73.1
ساعات العمل تكون عائق في بعض الأحيان	1	1.5	1.5	74.6
الاستمرارية بنفس مستوى النجاح للبرنامج	1	1.5	1.5	76.1
18/19	1	1.5	1.5	77.6
2/3	1	1.5	1.5	79.1
توقيت عرض البرنامج	1	1.5	1.5	80.6
صعوبة التواصل مع المؤسسات النسائية لمعرفة أخبارها ونشاطاتها	1	1.5	1.5	82.1
تنوع الأنشطة وجودة الأداء تحتاج إلى إمكانيات	2	3.0	3.0	85.1
قلة الصور الاجتماعية والجهد والوقت الذي يتطلبه إعداد المادة	1	1.5	1.5	86.6
24/25	1	1.5	1.5	88.1
صعوبة تجميع الأنشطة من الميدان التربوي	1	1.5	1.5	89.6
3/4	1	1.5	1.5	91.0
3/6	1	1.5	1.5	92.5
إثبات الوجود بين الكم السائد الذي يعتمد	1	1.5	1.5	94.0

الإثارة دون الموضوع				
5/10/12	1	1.5	1.5	95.5
أن تكون النشرة على مستوى الطموح والأهداف وتعبر عن واقع المرأة	1	1.5	1.5	97.0
البرامج التلفزيونية المماثلة تكون أكثر حضوراً ومصداقية	1	1.5	1.5	98.5
الإمكانيات المادية وعدم افتتاع الأهالي بدور المرأة في الإعلام	1	1.5	1.5	100.0
Total	67	100.0	100.0	

أما بالنسبة للدراسات والبحوث التي ناقشت وضع المرأة الإماراتية والإعلام فالجدول رقم (4.20) يوضح أن هناك أثنى عشر دراسة أجريت جميعها عن المرأة والإعلام. فنجد هناك نقص في الدراسات التي ناقشت وضع المرأة الإماراتية والاتصال بشكل عام.

الجدول رقم (4.20): الخاص بالبحوث والدراسات الخاصة بالمرأة والاتصال

المجموع	السنة	أسم الباحث	عنوان الدراسة أو البحث أو ورقة العمل
1	1995	د. فوزية عبدالله آل على	برامج المرأة في محطات الراديو في دولة الإمارات العربية المتحدة
1	2002	د. فوزية عبدالله آل على	علاقة المرأة بوسائل الإعلام (دراسة ميدانية)
1	2002	الاتحاد النسائي - المكتب الإعلامي	صورة المرأة المسنة في وسائل الإعلام
1	1999	جمعية الدراسات الإنسانية/ رواق عوشة بنت حسين	أثر الإعلام على الجريمة النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة
1	1994	د. أمينة خميس الظاهري	صورة المرأة في الدراما المحلية لتلفزيونات الإمارات العربية المتحدة
1	1998	د. أمينة خميس الظاهري	صورة المرأة في أغاني الفيديو كليب الخليجية
1	1999	د. مي عبدالواحد الخاجة	المرأة الإماراتية: الإنجازات والمسئوليات المستقبلية

			والإعلام
1	1998	د. مي عبدالواحد الخاجة	ورقة عمل عن الصحافة النسائية الإماراتية: نموذج زهرة الخليج
1	2001	د.مي عبدالواحد الخاجة	ورقة عمل "الإعلام والتنمية: نموذج الصحافة النسائية في دولة الإمارات العربية المتحدة"
1	2003	د. مي عبالواحد الخاجة	ورقة عمل حول المعوقات الاجتماعية والثقافية أمام مسيرة المرأة الإعلامية الإماراتية
	2003	د. عائشة عبدالله النعيمي د. أمينة خميس الظاهري	دوري الإعلام في تشكيل الوعي السياسى لدى المرأة الإماراتية
12			المجموع

5. التحليل الكيفي

إن الثورة التكنولوجية المتسارعة التى بدأت في الربع الأخير من القرن العشرين قادت إلى تطور سريع في ميادين الاتصالات والمعلومات ووسائل الاتصال الجماهيري والوسائطي والتي تجتاح العالم اليوم كله دافعة إياه نحو العولمة حيث قلصت الحدود بمعناها التقليدي ولم تعد ظاهرة أبدا. كما لم تعد الحكومات قادرة على منع هذا الاختراق القادم من الخارج بجميع أشكاله الاقتصادية ، الثقافية ، الاجتماعية والأخلاقية و باتت كل الخطط التي وضعت في حاجة إلى مراجعة دقيقة في ضوء هذه المتغيرات العالمية وخاصة في مجال الاتصال بكل أنواعه إذ أنه أحد أهم الوسائل الذي يتم بها غزو الدول وكسر خصوصياتها وقيمها ونحن فى هذا البحث نتحدث عن الاتصال والمرأة بحاجة شديدة إلى تغيير خططنا وإستراتيجيتنا وإيجاد رؤية واضحة لدى العاملين في مجال الاتصال والعاملين في مجال المرأة تجاه قضايا المرأة العربية، حتى يمكننا دمج هذه المرأة في قضايا أكبر وأعم وقضايا التنمية الشاملة والتي تقوم على أساس أن المرأة والرجل وجهان لعملة واحدة قوامها الانسانية والحرية ، والعمل نحو مجتمع إنساني أفضل. في هذه الجزئية نهدف إلى استطلاع الأنشطة الاتصالية التي استهدفت المرأة في دولة الإمارات العربية المتحدة كجزء من بحث متكامل يشمل المنظومة العربية ، يقوم أساسا على تحليل هذه الأنشطة مناقشتها ، مراجعتها ،وتقييمها وبالتالي تقديم إقتراحات تسهم في دفع هذه الأنشطة إلى خدمة المرأة

العربية بشكل عام والمرأة الإماراتية بشكل خاص في جميع قضاياها وهمومها ودفعها نحو المشاركة الفعالة في تنمية مجتمعها والإرتقاء به ، من خلال قيامها بالدور المطلوب منها في كل جوانب الحياة العامة ، ومنها مجال الاتصال كركن أساسي ومجال حيوي وفعال يدخل اليوم في كل جوانب حياتنا.

وقد أسفرت النتائج التي رصدناها في هذه الدراسة عن التالي:

5.1 قلة الأنشطة بشكل عام وندرة الأنشطة الحيوية والفاعلة والتي تستهدف قضايا المرأة والاتصال الحقيقية مثل صورة المرأة الإماراتية في الإعلام أو وضع المرأة الإماراتية العاملة في مجال الاتصال أو التمييز في المناصب الإدارية الاتصالية بين المرأة والرجل وغيرها من قضايا مهمة. وانحصرت المسألة في دورات الحاسب الآلى إذ شكلت هذه الدورات غالبية الأنشطة المتواجدة في المؤسسات النسوية مثل الاتحاد النسائي جمعيات المرأة ومراكز التنمية الاجتماعية ونوادي السيدات ويؤخذ على هذه الدورات أنها دورات عامة لا تؤهل المرأة في مجال الاتصال والإعلام حيث يمكن لأى معهد تعليمي أن يقدمها وبأسعار معقولة. إن دور هذه المؤسسات النسوية يفترض أن يكون أعمق بكثير مما نرى بحيث يواكب التطور الحاصل في العالم ، خارجا من طور النشاطات التقليدية إلى نشاطات أكثر فعالية لحياة المرأة وقضاياها ، وتأهيل المرأة الإماراتية للحاق بركب التطورات العصرية والتي تخطو بقفزات سريعة نحو عالم متجدد في كل المجالات. أما بالنسبة لمواقع الإنترنت فبعض المؤسسات التي دخلت في عينة الدراسة كالاتحاد النسائي وبعض الجمعيات والنوادي والمؤسسات الإعلامية المرئية والمسموعة والمطبوعة فلها مواقع على شبكة الإنترنت وهى مواقع دعائية لهذه المؤسسات وتقدم معلومات عامة عن المؤسسة ونشاطاتها ولا توجد على هذه المواقع أبواب لمناقشة قضايا المرأة .

5.2 نشاطات مؤسسات الإتصال الجماهيري الإماراتية (المرئية ،المسموعة والمطبوعة) بالنسبة لقضايا المرأة فهذه المؤسسات مازالت تصر على انتهاج النمط التقليدي في معالجة هموم المرأة الإماراتية إذ لم تخرج معظم البرامج التى تقدم من خلال المؤسسة المرئية والمسموعة عن المواضيع التقليدية التي حصرت المرأة في قضايا مساحيق التجميل والموضة العالمية وعروض الأزياء والطبخ وتقديم النصائح حول رعاية الأسرة وكيفية إرضاء الزوج. كما لم تتعد المجلات الأسبوعية عن هذا الخط التقليدي ، بل زادت عليه في التوجه إلى الإثارة والإغراء. حيث تنصدر النساء أغلفة المجلات هذه بملابس فاضحة وتعليقات مثيرة . وابتعدت هذه البرامج والمجلات عن مناقشة قضايا أساسية تعالج هموم المرأة الإماراتية ، إذ نجد من النادر ما تناقش مشاكل المرأة العاملة أو المرأة المتزوجة من غير إماراتي ومعاناة أبنائها أو قانون الأحوال الشخصية الذي لم يقر حتى الآن في دولة الإمارات العربية المتحدة. أما المرأة الريفية والقروية فهي امرأة منسية في وسائل الاتصال الجماهيري الإماراتية ولا تجد

لها مكان هناك ويتم التركيز على إمراة المدن وهي صورة لإمراة مرفهة عصرية وموظفة ناجحة جميلة وتتمتع بالوجهة الاجتماعية كما يراها الإعلام الإماراتي . ولا توجد مرادف إعلامية ترصد هذه الصورة السلبية للمراة في وسائل الإتصال الجماهيري وتنتقدها كما اوصت على إنشائها المؤتمرات والمنتديات النسائية التى أقيمت في أنحاء الوطن العربي.

أما بالنسبة للصحافة اليومية فلا توجد أبواب يومية ثابتة للمراة وقضاياها حيث وضحت نتائج هذه الدراسة أن هناك صحيفتين من بين ست صحف يومية تصدر داخل دولة الإمارات تخصص صفحة أسبوعية أو ملحق أسبوعي للمراة. وإذ جئنا لمحتوي هذه الصفحات فنركز هي الأخرى على الموضة والأزياء والطبخ والجريمة النسائية وكل ماهو نمطي في موضوع المراة أو تستعرض وجوه نسائية مغمورة لا أحد يعرف عنها شئ، وجوه غير فاعلة وليس لها حضور اجتماعي أو ثقافي أو اقتصادي ولا حتى فنى بحيث لا تضى تجربتها أى شئ يذكر للمراة الإماراتية أو المراة الأخرى.

5.3 الندوات والمنتديات والمؤتمرات العلمية بإعتبارها إحدى أهم وسائل الاتصال المباشر ووسيلة مهمة لتبادل الخبرات والاستفادة من تجارب الشعوب بعضها البعض. فهذه المؤتمرات والمنتديات لا تأتي ضمن خطط واستراتيجيات موضوعة بقدر ما هي إستجابة لدعوات دولية أو مناسبة عالمية للمراة. لذلك نجد أن عدد المؤتمرات والمنتديات التي اهتمت بالمراة الإماراتية والاتصال لا تكاد تذكر.

5.4 الدراسات والبحوث في مجال المراة والاتصال هي دراسات محدودة وقليلة وتتحصر كلها في مجال المراة والاتصال الجماهيري فقط كصورة المراة في الإعلام ولا توجد دراسة ناقشت وضع المراة والاتصال بفروعه المختلفة. وهي نوعا ما دراسات غير حديثة. فالأمر يحتاج إلى دراسات حديثة ومختلفة تشمل كل مجالات الاتصال.

5.5 وبالنسبة لدور الجامعات والكليات والمعاهد في وضع برنامج دراسي يهتم بالدراسات النسوية، فهناك الجامعة الأم وهي جامعة الإمارات العربية المتحدة وجامعة زايد وهي جامعة جديدة ومخصصة للإناث ثم كليات التقنيات العليا بفروعها الخمس المنتشرة في دولة الإمارات العربية المتحدة كما توجد بالدولة حوالي سبع جامعات خاصة . لا يوجد من بين هذه الجامعات أو الكليات برنامج واحد يختص بالدراسات النسوية وهذا راجع إلى تهميش قضايا المراة وإعتبارها من القضايا الثانوية كما هو الأمر بالنسبة للدراسات النسوية التى تعتبر في نظرالمجتمعات العربية دراسات ليست ذات جدوى .

5.6 التشريعات والقوانين: لا توجد تشريعات مخصصة للمرأة والاتصال. إن دستور دولة الإمارات العربية المتحدة الذي هو المصدر الأساسي للتشريع في الدولة يتعامل مع المرأة باعتبارها مواطن مثل الرجل لها نفس الحقوق وعليها نفس الواجبات. ولا يوجد تشريع محدد أو قانون معين يتحدث عن وضعية خاصة للمرأة العاملة في مجال الاتصال كقانون النشر والمطبوعات الإماراتي. أما إذا جئنا لقانون المؤسسات الاتصالية فهي الأخرى لا يوجد فيها تشريع يتعامل بوضعية مختلفة مع المرأة العاملة في هذه المؤسسات وإن كان في بعض الأحيان هناك حاجة لذلك .

5.7 الاتفاقيات الدولية ، فقد وقعت دولة الإمارات العربية المتحدة على اتفاقية (سيداو) حول إزالة كل أنواع أشكال التمييز العنصري ضد المرأة، إلا أن هذه الاتفاقية لم يتم تفعيل بعض بنودها مثل البند الذي ينص على أحقية المرأة الإماراتية منح جنسيتها لأبنائها من زوجها غير الحامل لجنسيتها. فقد طبقت دولة الإمارات جزء من هذا البند بحيث سمحت للمرأة المطلقة والأرملة بمنح جنسيتها لأبنائها واستثنت المرأة التي مازالت متزوجة من غير الإماراتي.

إن محدودية الأنشطة التي تستهدف المرأة في مجال الاتصال لا يسهم في دفع مسيرة المرأة الإماراتية التنموية ونقصد هنا التنمية الشاملة التي تتناول كل جوانب الحياة. لذا وجب كما ذكرنا سابقا مراجعة خططنا و مشاريعنا و أنشطتنا التي نهدف من خلالها خدمة قضايا المرأة الإماراتية ودفعها نحو المشاركة المجتمعية الفاعلة والقائمة على قناعة أكيدة بأهمية العنصر النسائي في خدمة المجتمع الإنساني والإماراتي على وجه الخصوص لما لهذا المجتمع الصغير من خصوصية تدفعه دفعا إلى إشراك المرأة الإماراتية فى مسيرة التنمية الشاملة بقوة. ولن يتأتى هذا إلا فى ظل رؤية واضحة واستراتيجية سليمة تضع ضمن أولوياتها حقوق المرأة الإنسانية و منح حق العدالة الاجتماعية كحق أساسي وإنساني للمرأة الإماراتية و العربية بشكل عام .

6. التوصيات

- إجراء بحوث استطلاعية للوقوف حول القضايا الأساسية والإحتياجات الأولية للمرأة الإماراتية في مجال الاتصال بحيث تناقش وتفعّل من قبل المؤسسات المعنية بقضايا المرأة.
- استقطاب الشخصيات النسوية الإماراتية خاصة الأكاديميات والعاملين في مجال المرأة والاتصال للإستفادة من خبراتهم في هذا المجال ودفّعهم للعمل مع المؤسسات المعنية بقضايا المرأة الإماراتية.
- تدريب وتأهيل المرأة العاملة في مجال الاتصال وتوفير فرص التدريب الميداني لخريجات كليات الإعلام ضمن برامج علمية تقنية.
- تفعيل دور المؤسسات النسوية الإماراتية من أجل خدمة قضايا المرأة بشكل أعمق وخاصة في تفعيل القوانين والتشريعات التي تمس حقوق المرأة في المجالات المختلفة.
- إقامة الندوات والمنتديات والمؤتمرات التي تسهم في فهم وضعية المرأة في الاتصال وتثري الساحة النسائية عن طريق تبادل الخبرات مع المهتمين بنفس الشأن سواء على المستوى المحلي، العربي والعالمى.
- إيجاد برامج مختلفة عن برامج الإذاعة المرئية والمسموعة النمطية والتقليدية والتي لا تفضى لقضايا المرأة شئ يذكر.
- إيجاد صحافة نسائية تهتم بهوموم المرأة الإماراتية الحقيقية وتناقشها بشكل بعيد عن النمطية والإثارة والإغراء. وتستعرض تجارب النساء بواقعية.
- إعطاء المرأة القروية والريفية حظها من الاهتمام الإعلامي وتبسيط الضؤ على قضاياها ومشاكلها.
- وضع خطط استراتيجية واضحة ذات رؤية بعيدة المدى للإرتقاء بالمرأة في مجال الاتصال حتى تواكب مسيرة التطور الذي يشهده العالم اليوم في هذا الجانب.
- بناء قنوات اتصال وتنسيق مع الهيئات والمؤسسات والمنظمات العربية والدولية المعنية بقضايا المرأة والاتصال.
- بناء قاعدة بيانات ومعلومات حول المؤسسات والمنظمات والهيئات والأفراد المهتمين بقضايا المرأة والاتصال.
- تشجيع إجراء البحوث والدراسات حول قضايا المرأة والاتصال.
- تشجيع إقامة مؤسسات أهلية خارج إطار المؤسسة الرسمية تهتم بالشأن النسوي والتي قد يفضى وجودها في مجتمع الإمارات رؤية ومعالجة أخرى لقضايا المرأة بشكل عام مما قد يثري الساحة النسوية في دولة الإمارات العربية المتحدة.

- إنشاء أقسام تهتم بالدراسات النسوية في الجامعات والمعاهد تتضمن منهج دراسي علمي متكامل. ويمكن في هذا الجانب الاستفادة من تجارب الجامعات الأجنبية والعربية التي سبقتنا في هذا المجال.
- تقديم منح دراسية للراغبات في تخصص الدراسات النسوية كنوع من التشجيع لهذه البرامج الدراسية.

هوامش

١- د. على عبد المعطى على و د. محمد السرياقوسى، أساليب البحث العلمى (الكويت: مكتبة الفلاح، 1988)