



منظمة المرأة العربية
Arab Women Organization

واقع الأنشطة الاتصالية الموجهة للمرأة في المملكة الأردنية الهاشمية

أ.د. عصام سليمان موسى
قسم الاتصال الجماهيري
جامعة الدراسات العليا الأردنية
عمان-الأردن

1. مقدمة:

إن الاعتراف بدور المرأة في بناء المجتمع يستدعي التعرف على موقعها من أنشطة المجتمع في المجالات الحيوية المختلفة، سواء كانت ثقافية أو سياسية أو اجتماعية. من هذا المنطلق تسعى الدراسة الحالية إلى تبيان الأنشطة الاتصالية/الإعلامية للمرأة في المجتمع الأردني. وفي هذا المجال، جرى تعريف النشاط الاتصالي بأنه "ذلك النشاط المنتظم والمتكرر أو الموسمي الذي تقوم به المؤسسات والأفراد والمنظمات والجمعيات واللجان بما يشمل الأبحاث والدراسات التي تهتم بالمرأة وقضاياها". وقصد بالنشاط الاتصالي أي من الأنشطة التالية: الإعلام/الاتصال الجماهيري، المجموعة الصغيرة، الاتصال الوجيهي، والوسائط المتعددة.¹

2. المنهجية:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الأنشطة الاتصالية للمرأة الأردنية. ولأنها الدراسة الأولى في مجالها، فستكون قاعدية تعمل على تقديم صورة عامة للوضع. وعليه فإن الدراسة الحالية ستكون وصفية تقتصر فقط على تقديم النشاطات الاتصالية/الإعلامية للمرأة في المجتمع الأردني. ولتحقيق هذا الهدف تم مسح المؤسسات والمنظمات والنشاطات المختلفة ذات الصلة بالموضوع، بموجب استمارة موحدة مقرة، واعتمد فريق بحث تألف من خمس صحفيات، قام بالاتصال بالقائمين على هذه الأنشطة، وعمل على توثيقها في استمارات خاصة أعدت لهذا الغرض.² وتمكن الفريق من ملء 113 استمارة مثلت مجموع النشاطات الاتصالية المتعلقة بالمرأة التي نفذت في الأردن للفترة الممتدة على مدار عامين، بين يناير/كانون الثاني 2003 - ديسمبر/كانون الأول 2004. وقد تم ملء الاستمارات بالمقابلة الشخصية.

فيما يتلو سيتم تحليل الاستمارات التي مثلت في مجموعها مجتمع الدراسة، للوصول الى نتائج المسح. ويعقب ذلك عرض لبعض التوصيات ولمعوقات إجراء المسح.

3. الأنشطة الاتصالية المتعلقة بالمرأة الأردنية

يبين الجدول رقم (3.1) تنوع النشاطات الاتصالية ذات الصلة بالمرأة الأردنية، وقوة وضعف بعضها. ويتضح أن المشروعات الاتصالية، التي تقوم بها منظمات ذات صبغة مدنية، والمخصصة للمرأة قاربت ربع مجمل النتاج الاتصالي/الإعلامي (24.16%) الذي تم في الأردن، تليها مباشرة المشروعات الرسمية والحكومية (15.83%) التي تتبناها الوزارات والمؤسسات الرسمية وشبه الرسمية. والدلالة بينة هنا عن قوة نشاطات المجتمعات المدنية في الأردن خلال العامين الماضيين. ويبين الجدول أيضا ضعف وجود الأنشطة التي تقل نسبتها عن 10%، وعددها سبع، يبرز من بينها قلة الاستراتيجيات الإعلامية (4.16%) المخصصة للمرأة. وكما ذكرت معدة برامج إذاعية وتلفزيونية أن بعض الدورات الإذاعية قد تخلو من برامج مخصصة للمرأة تبعاً لغياب سياسة واضحة بهذا الخصوص. والاستراتيجيات أساسية في أي عمل كان، كما هو معروف. ومثل ذلك قلة الدراسات الاتصالية المتعلقة بالمرأة، واللافت قلة الدورات التدريبية للمرأة لتدريبها اتصالياً للمناخ عن قضاياها.

1

2

جدول (3.1): النشاطات الاتصالية للمرأة الأردنية*

النسبة المئوية	التكرار	اسم النشاط الاتصالي
24.16	29	المشروعات التي يقوم بها المجتمع المدني
15.83	19	المشروعات الرسمية
13.33	16	البرامج الإذاعية والتلفزيونية والصحافية والوسائطية
16.66	20	اللجان الإعلامية الحكومية وغير الحكومية للمرأة
7.05	9	الإنتاج الإعلامي المخصص للمرأة
5.83	7	الوسائل والدعائم الاتصالية التي تتناول المرأة
5.00	6	الدورات التدريبية الإعلامية للمرأة
4.16	5	الاستراتيجيات الإعلامية
3.33	4	البحوث والدراسات
2.05	3	الممارسات الإعلامية المخصصة للمرأة
1.66	2	حصر لتواجد المرأة الإعلامية في المجالس التشريعية
%99.06	120	المجموع

* اشتمل الجدول على تكرارات متعددة (Multiple coding).

ويبين الجدول رقم (3.2) للجهة المنفذة للنشاط الاتصالي أن ما يقارب ثلث الأنشطة (30.97%) تنفذها لجان وطنية للمرأة في الأردن، في حين تنفذ المؤسسات الرسمية ربع الأنشطة ومثلها المنظمات المدنية. وتخفض مساهمة المؤسسات الإعلامية (كالتلفزيون والصحافة والإذاعة) في هذا المجال (15.04%) إلى حدود قليلة قابلة للزيادة. أما المؤسسات الأكاديمية فمساھماتهما محدودة جدا-ومثل ذلك المؤسسات الدولية التي تقدم عادة نشاطا إقليميا.

جدول (3.2): الجهة المنفذة للنشاط الاتصالي

النسبة المئوية	التكرار	اسم الجهة
30.97	35	لجنة وطنية للمرأة
25.66	29	وزارة/ مؤسسة رسمية وشبه رسمية
24.77	28	منظمات مدنية غير حكومية (كمركز أو جمعية أو حزب)
15.04	17	مؤسسات إعلامية (كالإذاعة أو الصحف)
1.76	2	جهات دولية (كاليونيسيف)
1.76	2	مؤسسات علمية
%99.96	113	المجموع

ويبين الجدول رقم (3.3) بداية النشاط الاتصالي، ويظهر فيه زخم النشاط في العامين قيد الدراسة، عام 2003 وعام 2004، إذ حظي كل منهما بثلث النشاط (32.74%) الممارس. ويوضح الجدول أيضا أن ثلث النشاط الاتصالي الكلي الممارس يرجع في أصوله لأعوام سابقة. لكن الجدول يبين بصورة جلية تزايد النشاط الاتصالي المتعلق بالمرأة الأردنية بشكل ملموس إلى الضعفين في العامين الأخيرين، دلالة ازدياد الاهتمام بشأنها على صعيد صانعي القرار في المملكة.

جدول (3.3): تاريخ بداية النشاط الاتصالي/الإعلامي

سنة التنفيذ	التكرار	النسبة المئوية
عام 2004	37	32.74
عام 2003	37	32.74
عام 2002	12	10.61
عام 2001	7	6.19
عام 2000 وقبله	20	17.69
المجموع	113	%99.97

وبين الجدول رقم(3.4) المتعلق بدورية النشاط الاتصالي المخصص للمرأة أن سدسه فقط (15.9) غير منتظم، بمعنى أنه يحدث في أوقات غير محددة سلفاً، في حين أن البقية من الأنشطة تحدث في أوقات منتظمة، لكنما متفاوتة. وأبرزها الأنشطة المنتظمة بدون تحديد وتصل نسبتها إلى الربع؛ تليها الشهرية (1-2 شهر)، ومثلها الأسبوعية-النصف شهرية (بنسبة الثلث لكليهما). أما البرامج اليومية فقليلة جداً مما يستدعي زيادتها. وأهمية النشاط الاتصالي اليومي لا تخفى على أحد لأن ممارسته في فترات أقصر أدعى للرسوخ في الذاكرة.

جدول (3.4): دورية النشاط الاتصالي المخصص للمرأة

النسبة المئوية	التكرار	دورية النشاط
15.9	18	غير منتظم
25.6	29	منتظم بشكل عام بدون تحديد
7.1	8	منتظم : 1-3 أيام
14.2	16	منتظم: 1-2 أسبوع
16.8	19	منتظم: 1-2 شهر
2.6	3	منتظم : نصف سنوي
17.7	20	منتظم: سنوي
99.9%	113	المجموع

وبين الجدول رقم(3.5) الذي يحدد تاريخ نهاية النشاط الاتصالي المخصص للمرأة أن ثلثي (65%) النشاطات مستمرة، وأن قلة من هذا النشاط (6.2%) ستتوقف عام 2005.

جدول (3.5): تاريخ نهاية النشاط الاتصالي المخصص للمرأة

النسبة المئوية	التكرار	دورية النشاط
65.0	74	نشاط مستمر
6.2	7	نشاط ينتهي في عام 2005
20.3	23	نشاط انتهى في عام 2004
7.9	9	نشاط انتهى في عام 2003
99.4%	113	المجموع

وهذا يعني أن النشاط الاتصالي الذي سيستمر في عطائه يقارب حوالي 60% من النشاط الكلي. وهو يقارب النشاط الاتصالي الذي استحدث في عامي 2003 و2004 (أنظر الجدول رقم 3.3).

وبين الجدول رقم (3.6) الأمكنة التي نفذ فيها النشاط الاتصالي، وواضح أن العاصمة قد حظيت بنصيب الأسد (63.8%): أي حوالي ثلثي النشاط الإجمالي، في حين كان نصيب الأطراف ضئيلاً لم يزد عن الثلث تقريباً. وهي نسبة طبيعية بالنسبة لدول العالم الثالث التي يكون فيها التركيز عادة على العاصمة فقط. صحيح أن الجدول رقم(3.7) يبين أن الهم الأول في التغطية الجغرافية للنشاط الاتصالي في الأردن كان موجهاً نحو الوطن ككل، فهدفت غالبية النشاطات الاتصالية (75.2%) إلى تغطية الوطن ككل، وما شمل المحافظات (7.7%) والمدن (1.5%) كان ضئيل جداً. لكن هذا فيه سوء توزيع بين. وقد ورد على لسان إحدى المسؤولين في البرامج الاتصالية ما يلي: "القائمون

على تمويلنا لا يعون طبيعة عملنا". الأصح أن يتم تصميم النشاطات لتناسب وتوزيع السكان، لكي يتم تفصيل البرنامج الاتصالي بما يتلاءم والمنطقة والعدادات السائدة فيها. ويبين الجدول (3.7) أيضا أن بعض البرامج والنشاطات امتدت لتشمل الوطن العربي والعالم الخارجي، مثل نشاطات جماعة الإعلاميات العربيات، وبرامج الإذاعة والتلفاز التي بطبيعة تقنياتها تخترق الحدود.

جدول (3.6): مكان تنفيذ النشاط الاتصالي المخصص للمرأة

النسبة المئوية	التكرار	مكان تنفيذ النشاط
62.8	71	العاصمة
37.2	42	خارج العاصمة (محافظات ومدن وقرى)
100.00	113	المجموع

جدول (3.7): التغطية الجغرافية للنشاط الاتصالي*

النسبة المئوية	التكرار	التغطية الجغرافية للنشاط
75.2	97	الوطن ككل
0.8	1	العاصمة
7.7	10	المحافظات
1.5	2	المدن
14.0	18	العالم العربي
0.8	1	العالم الخارجي
100.00	129	المجموع

*اشتمل الجدول على تكرارات متعددة (Multiple coding).

ويبين الجدول رقم (3.8) أن أعداد العاملين في النشاطات الاتصالية الموجهة للمرأة لا يزيد في ربعها (26.5%) عن شخص أو شخصين، و يوازي هذا برامج بنسبة الربع تقريبا (23%) عمل بها 9 أشخاص فأكثر. وهناك ربع ثالث تقريبا تراوح عدد العاملين في برامج بين 3- 8 أشخاص. ان العدد القليل للعاملين قد يؤثر لإمكانات محدودة لنشاط هو في الأساس معقد وبحاجة لاختصاصيين مدربين تدريباً جيداً. وقد ذكرت معدة برنامج إذاعي بأنه على كاهلها وحدها يقع عبء إعداد برنامجها الأسبوعي في وقت تشكو فيه مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، حيث تعمل هذه السيدة، باستمرار من ترهل بالموظفين مما يؤثر لأزمة إدارية في تلك المؤسسة - ومؤسسات شبيهة بها.

جدول (3.8): أعداد العاملين في النشاطات الاتصالية

النسبة المئوية	التكرار	أعداد العاملين
26.5	30	1-2 شخص
10.6	12	3-4 أشخاص
11.5	13	5-6 أشخاص
2.6	3	7-8 أشخاص
25.6	29	9-أكثر
23.0	26	غير محدد
99.8%	113	المجموع

ويبين الجدول رقم (3.9) حول جنس العاملين في النشاطات الاتصالية أن للمرأة في هذه البرامج دورا كبيرا سواء من حيث إشرافها الكامل على ما يزيد عن ثلث (36.3%) هذه النشاطات، أو بالاشتراك مع شقيقها الرجل في غالبية النتائج (60.1%). واقتصر وجود الرجل بنسبة ضئيلة للغاية (3.4%) في برامج تدريبية ذات طبيعة فنية.

جدول (3.9): جنس العاملين في تنفيذ النشاط الاتصالي

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
أنثى	41	36.3
ذكر	4	3.6
مختلط	68	60.1
المجموع	113	100.00

ويبين الجدول رقم (3.10) تصنيف الجمهور الذي استهدفته النشاطات الاتصالية الموجهة للمرأة. وقد ركز أكثر من نصف هذه البرامج على مخاطبة المرأة سواء بشكل عام (23.9%)، أو كقطاع نسائي معين - كجمهور مجلة نسائية متخصصة - (12.5%)، أو كشابات أو حدثات ممن هن بحاجة للتوجيه والإرشاد (10%). هذه النتائج تبين ضعف البرامج الموجهة للشابات اللواتي دون سن 18 واللواتي تبلغ نسبتهم في أي مجتمع عربي لا أقل من 50% من إجمالي نسبة النساء في ذلك المجتمع، كما ويستحسن إيلاء الشرائح النسوية الأخرى اهتماما خاصا، كالكبار بالسن مثلا.

جدول (3.10): تصنيف الجمهور المستهدف بالنشاطات الاتصالية*

تصنيف الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة المئوية
الأسرة والمجتمع مع المرأة	38	31.4
المرأة عامة	29	23.9
قطاع نسائي محدد ولجان	26	21.5
المشرعون وأصحاب القرار	16	13.2
الشابات	12	10.0
المجموع	121	100.00

*اشتمل الجدول على تكرارات متعددة (Multiple coding).

ويبين الجدول رقم (3.11) الأهداف التي تسعى النشاطات الاتصالية الموجهة للمرأة من تحقيقها. وقد ركز ثلثها (32.8%) على تقديم التوعية والتعليم والتعريف بالحقوق (مثل خطر زواج الأقارب، وإرشاد القاصرات، أو العنف ضد المرأة). وهذا جانب مهم في العملية الاتصالية عموما إذا ما وضع في القلب المناسب. وهناك ثلث ثان من الرسائل يركز على ثلاثة مفاهيم أكثر وضوحا تتعلق بتمكين المرأة وإدماجها وتغيير اتجاهات سائدة لديها: ويشير مفهوم تمكين المرأة إلى تسليحها بالمعرفة العلمية المتعلقة بحقوق المرأة ومكتسباتها المتحصلة عليها (كما في اتفاقية السيداو مثلا) لمساعدتها في تبوأ مكانة مجتمعية تليق بها باعتبارها شريكة مساوية للرجل في المجتمع الحديث القائم على المساواة بين الأفراد في الحقوق والواجبات (من مثل تدريب النساء المرشحات للانتخابات النيابية). من هنا أهمية الأنشطة الاتصالية لتمكين المرأة - رغم أنها لا تزيد عن عشر (12.6%) أجمالي النشاطات - التي تتوقع لرسائلها أن تزيد مع انتشار وسائل الاتصال الجديدة. ويبرز بشكل مساو لسابقه تلك النشاطات التي تهدف إلى ادماج المرأة في المجتمع. ويقترب من هذين النشاطين (التمكين والإدماج) نشاط ثالث لا يقل عنهما خطورة يتمثل في السعي لترسيخ مفاهيم جديدة (كإلغاء التمييز). وتساهم نشاطات أخرى في تعزيز الجوانب الأربعة السابقة، كتلك المتعلقة بتقديم نماذج نسوية ناجحة ورائدة في مجالات الحياة المختلفة (كالتقويم الذي يشتمل على 12 صورة لامرأة تفوقت الواحدة في مجال محدد). هذا المنحى يدعو للتركيز على نشاطات نالت اهتماما ضئيلا، مثل إيجاد قواعد للمعرفة (7.6%) أو برامج التدريب والتأهيل (5.8%). ومع بدء استخدام الوسائط المتعددة، كالإنترنت، بدأت المرأة الأردنية تسعى لإيجاد شراكات دولية وراء الحدود- نواة ستنمو في المستقبل.

جدول (3.11): أهداف النشاط الاتصالي الموجه للمرأة*

الأهداف	التكرار	النسبة المئوية
التوعية	73	32.8
تمكين المؤسسات النسوية	28	12.6
ادماج المرأة	27	12.2
ترسيخ مفاهيم جديدة	26	11.7
التعرف على الاتجاهات السائدة وتحديد المعوقات	21	9.5
إيجاد قاعدة معرفية	17	7.6
تقديم نماذج نسوية ناجحة	15	6.7
التدريب والتأهيل	13	5.8
شراكات دولية	2	0.9
المجموع	222	99.98

* اشتمل الجدول على تكرارات متعددة (Multiple coding).

ويبين الجدول رقم (3.12) أن نوع النشاط الاتصالي الموجه للمرأة في نصفه تقريبا (46.1%) تألف من محاضرات وندوات واجتماعات. وتوزع النصف الباقي على نشاطات مختلفة: صحفية وتلفزيونية- فلمية وإذاعية ووسائطية بنسب متقاربة، كان أعلاها في المطبوع (صحافة مطبوعة 8.6%+مجلة/كتاب 7.3%= 15.9%) يليها مباشرة الإذاعة والتلفاز معا (7.7% + 5.5%= 13.2%). أن الاهتمام بتوفير المادة المطبوعة من قبل القائمين على الأنشطة الاتصالية النسوية لا يتناسب والواقع باعتبار أن نسبة الأمية بين النساء عموما أعلى منها بين الرجال. ويعتبر استخدام الوسائط الإلكترونية من بعض الجمعيات بادرة عصرية رغم أنها لا تزال متواضعة. ومثل ذلك استحداث خط ساخن في حالات قليلة لمساعدة النساء على طلب المشورة في قضايا تهمهن. لكن الحاجة تبدو واضحة بضرورة زيادة البحوث والدراسات والأنشطة الأكاديمية في مجالات إعلام المرأة.

جدول (12): نوع النشاط الاتصالي الموجه للمرأة*

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ندوة/ محاضرة/ مؤتمر	59	46.1
زاوية صحفية	11	8.6
برنامج مصور (تلفازي أو سينمائي)	10	7.7
كتاب/ مجلة	9	7.3
وسائط إلكترونية	8	6.2
برنامج إذاعي	7	5.5
برنامج أكاديمي/ دراسي	7	5.5
نشاط عام (حفل)	5	3.9
اتصال وجاهي	3	2.3
خط ساخن	2	1.5
استراتيجية	2	1.5
المجموع	128	100.00

* اشتمل الجدول على تكرارات متعددة (Multiple coding).

ويبين الجدول رقم (3.13) مضمون النشاط الاتصالي الموجه للمرأة. وقد خصص أكثر من ثلثه (37.3) للتحقيق والإعلام بأمور مختلفة تهم المرأة تتراوح بين التوعية بالغذاء والصحة وطرق لزيادة الدخل. وهذه نسبة معقولة. وخصص نصف إجمالي النشاط لخمس مواضيع محددة، وينسب متساوية تقريبا، هي: الدراسات، ومواجهة الحيف الواقع على المرأة، والنشاط القانوني (كإرشاد الجانحات لإمكان الدفاع عنهن

في المحاكم)، ومتابعة خطة (كالسيداو)، ومواد شاملة (كزاوية صحفية، أ وبرنامج إذاعي، يشتمل كلا منها على عدة أفكار وموضوعات). ويأتي ذلك مضمون بالغ الأهمية يبرز في النشاط الاتصالي بنسبة أقل قليلا من الموضوعات الخمس السابقة، وهو: الاعتماد على الذات (7.5%) - الذي يعتبر محورا رئيسا بالغ الأهمية - كالتعلم على مهن جديدة مدرة للدخل. وقد حظيت النشاطات الدينية ووضع استراتيجيات وخطط بنسب قليلة.

جدول (3.13): مضمون النشاط الاتصالي الموجه للمرأة*

المضمون	التكرار	النسبة المئوية
تثقيف وإعلام	69	37.3
دراسة/ملخصات	21	11.3
مواجهة الحيف على المرأة	19	10.3
مادة شاملة (كزاوية صحفية)	19	10.3
نشاط قانوني	19	10.3
متابعة خطة	16	11.3
الاعتماد على الذات	14	7.5
نشاط ديني	4	2.2
وضع استراتيجيات وخطط	4	2.2
المجموع	185	100.00

* اشتمل الجدول على تكرارات متعددة (Multiple coding).

وعلى العموم، فإن جميع الموضوعات التي ظهرت في جدول النشاط الاتصالي دقيقة ومفيدة، غير أنه لا بد من ملاحظة أن مسحا شاملا مثل هذا الذي بين أيدينا لا يكشف عن موضوعات النشاطات الاتصالية الموجهة للمرأة بدقة مثل تحليل مضمون هذه النشاطات تحليلا كميا علميا.

ويبين الجدول رقم (3.14) طبيعة الجهة المنفذة للنشاط الاتصالي. ويتضح أن الجهات الخاصة (كالمنظمات غير الحكومية والسفارات والمؤسسات الأجنبية الناشطة مثل فردريك ايبير والاتحاد الأوروبي وجامعة هوبكنز وباكس كرستي الهولندية وانترنيوز وغيرها) قد أسهمت في تنفيذ ما يزيد عن ثلث (36.4%) النشاط الاتصالي. وهذا ربما أكثر قليلا من النشاطات الاتصالية (31%) التي مولت من جهات رسمية حكومية. واقتصرت النشاطات الاتصالية التي مولتها منظمات دولية (كاليونيسيف) على نسبة صغيرة (2.6%). ويرجع السبب أن هذه المنظمات تمول نشاطات على نطاق إقليمي أو دولي. غير أن التعاون المختلط بين الجهات المختلفة: الخاصة والحكومية، قد نجم عنه نشاط أقل قليلا في الحجم (30%) من النشاط الذي قدمته هاتين الجهتين منفردتين. لكن الجدول يكشف بصورة جلية نشاط الجهات الخاصة في دعم النشاط الاتصالي الموجه للمرأة الأردنية.

جدول (3.14): طبيعة الجهة المنفذة للنشاط الاتصالي

الجهة	التكرار	النسبة المئوية
خاصة	41	36.4
حكومية	35	31.0
دولية	3	2.46
مختلطة	34	30.0
المجموع	113	130.00

ويبين الجدول رقم (3.15) أن أكثر جهة بين الجهات الثلاث المعنية بالتمويل كانت حكومية وقد غطت مصاريف ما يقارب الثلث (29.2%) من اجمالي النشاطات الاتصالية التي وجهت للمرأة، مقابل الربع (26.5%) الذي مولته جهات دولية، ويعادل ضعف ما مولته جهات خاصة تقريبا (16.8%). وزادت النشاطات المختلطة التمويل عن الربع (27.5%) قليلا. لكن الجدول يبين بوضوح اهتمام الجهات الدولية، وبروز جهات خاصة ذاتية، بتمويل برامج الاتصال النسوي.

جدول (3.15): طبيعة الجهة الممولة للنشاط الاتصالي

الجهة	التكرار	النسبة المئوية
حكومية	33	29.2
دولية	30	26.5
خاصة	19	16.8
مختلطة	31	27.5
المجموع	113	%100.00

ويبين الجدول رقم (3.16) أن أكثر من نصف النشاط الاتصالي (51.3%) قد خضع لتقييم من نوع ما. لكن الجدول رقم (3.17) يبين أنواع التقييم التي تمت. وقد استخدمت خمسة أساليب للتقويم، كانت على النحو التالي: ما يزيد على ربع الأنشطة بقليل (27.6%) تم تقويمه بوساطة الاستمارة، ومثله تماما اعتمد اسلوب رصد ردود الفعل الآنية أو المتأخرة. وقد تم تقويم ربع الأنشطة عن طريق دراسات . أم الخمس المتبقي من النشاطات فقد قوم بطريقتين: اجتماع أو ورشة (12.1%)، ومراجعة (8.6%).

جدول (3.16): تقييم النشاط الاتصالي

التقييم	التكرار	النسبة المئوية
قيم النشاط	58	51.3
لم يقيم النشاط	55	48.7
المجموع	113	%100.00

الجدول رقم (3.17): أنواع تقييم النشاط الاتصالي

نوع التقييم	التكرار	النسبة المئوية
استمارة	16	27.6
رصد ردود الفعل	16	27.6
تقرير/دراسة	14	24.1
اجتماع/ورشة	7	12.1
مراجعة	5	8.6
المجموع	58	100.00

وعن الوقت الذي اجري فيه التقويم، فقد حصل في أغلب النشاطات بعد إجراء النشاط مباشرة، وأحيانا قليلة كان التقويم متأخرا. ويبين الجدول رقم(3.18) الجهات التي قومت النشاط الاتصالي، وكانت الغالبية العظمى من التقويم قد أجريت على يد الجهة المنفذة نفسها (84.5%)، وقلّة تقارب السدس أجريت على يد جهات أخرى: أكاديمية أو لجنة أو شركة. وقد يستدعي هذا دراسة أساليب التقويم للمشاريع قيد التنفيذ الآن أو المستقبلية.

جدول (3.18): الجهات التي قومت النشاط

الجهة	التكرار	النسبة المئوية
الجهة نفسها	49	84.5
جهة أكاديمية	4	6.9
لجنة	3	5.2
شركة	2	3.4
المجموع	58	100.00%

وبشأن معايير التقييم، فربما كان السؤال غير واضح لمعظم الذين أجابوا على استمارة المسح، لذا فإن الذين أجابوا عليه بلغ عددهم 23 شخصا فقط، بنسبة تمثل خمسي (2/5) النشاطات الاتصالية التي قومت تقريبا. وقد أفاد ثلاثة أرباع (17 نشاطا=74%) هؤلاء أن المعيار الذي استخدم في التقييم كان أخذ آراء المشاركين، أما البقية فتراوحت إجاباتهم بين إجراء اختبار (5 نشاطات=21.7%)، ودراسة (نشاط واحد=4.3%).

ويبين الجدول رقم (3.19) نتائج التقييم للنشاط الاتصالي. ونتج عن التقييم أن ما يقارب الثلثين (63.8%) من الأنشطة الاتصالية المستخدمة قد ثبتت نجاعتها فتواصل عملها، غير أن ما يقارب السدس من هذه المشاريع (13.8%) كان نجاحها ملحوظا فزاد الإقبال عليها. أما الربع المتبقي من النشاطات فقد واجهت بعضه عقبات أمكن تجاوزها فصح مساره نتيجة نقد وجه له، وبعض آخر تبين عدم فعالية أسلوب التطبيق فيه، وثالث لم يكتمل فلم ينجز التقييم بعد.

جدول (3.19): نتائج تقييم النشاط الاتصالي

النتائج	التكرار	النسبة المئوية
نجاح ومواصلة	37	36.8
نجاح وتوسيع النشاط	8	13.8
توجيه نقد و تصحيح مسار	6	10.4
عدم فعالية الأسلوب المتبع	5	8.6
لم ينجز العمل والتقييم لم يحصل	2	3.4
المجموع	58	100.00

وحول ما إذا كان النشاط الاتصالي ما يزال مستمرا، تبين أن غالبية النشاط (93=82.3%) ما يزال متواصلا، في حين أنه لم يتوقف من الأنشطة المنفذة خلال عامي الدراسة 2003 و 2004 سوى السدس تقريبا (20=17.7%).

أما بشأن الانجازات التي تحققت من النشاطات الاتصالية، فبين الجدول رقم (3.20) أن أكثر من الربع بقليل (28.6%) قد أفاد بأن البرامج قد أسهمت في تحسين وضع المرأة عموما. وقال الخمس (21.5%) أن الأنشطة الاتصالية ساهمت في زيادة الوعي المجتمعي بحقوق المرأة. وينسب متواضعة لثلاثة إنجازات (حوالي 13% لكل واحدة منها) عملت الأنشطة على تغيير اتجاهات سائدة تقف حجر عثرة في وجه تقدم المرأة، وحفزت المرأة

بالمنافسة للنهوض وبناء صورة إيجابية لها تتصف بمصادقية، ووضع برامج متابعة لتطوير أمور أحدثت استجابات محددة. بعض الأنشطة (1 و7%) سعى للتعرف على الثغرات التي تعيق تقدم المرأة، وقليل منها كان إنجازها المزيد من التدريب. بهذه الإنجازات السبعة، تكون النشاطات الاتصالية الموجهة للمرأة قد حققت فارقا مفيدا. لكن لتكتمل الصورة، لا بد من التعرف على أسباب وقف جانب من الأنشطة. ورغم قلة الأنشطة التي توقفت (عددها 17) فإن الجدول رقم (3.21) قد يحمل مؤشرات مفيدة في دلالاتها. فنصف الأنشطة توقفت لأنه تم

إنجازها بموجب الخطة المقررة. لكن النصف الآخر توقف لأسباب ذات صلة بتغير الإدارة ومن ثم سياسة المؤسسة ، أو بسبب انتهاء الدورة البرمجية في ظل غياب استراتيجية ملزمة لمواصلة النشاط (كما في الإذاعة والتلفزيون-كما أفادت معدات برامج)، أو بسبب إعادة تقييم النشاط ربما لإنتاجه في قالب جديد، أو لقلة التمويل.

جدول (3.20): الانجازات المتحققة من النشاط الاتصالي*

الإنجازات	التكرار	النسبة المئوية
تحسين وضع المرأة عموماً	40	28.6
زيادة الوعي المجتمعي	30	21.5
تغيير اتجاهات سائدة	19	13.6
وضع خطة متابعة	18	12.8
الحفز بالمنافسة وبناء المصداقية	18	12.8
التعرف على الثغرات المعيقة	10	7.1
مزيد من التدريب	3	2.1
غير محدد	2	1.5
المجموع	140	100.00

*اشتمل الجدول على تكرارات متعددة (Multiple coding).

جدول (3.21): لماذا توقف النشاط؟*

أسباب التوقف	التكرار	النسبة المئوية
أنجز بموجب الخطة	11	50.0
تغير الإدارة/الدورة البرمجية	7	31.8
إعادة تقييم النشاط	3	13.6
قلة التمويل	1	4.6
المجموع	22	100.00

*اشتمل الجدول على تكرارات متعددة (Multiple coding).

يبين الجدول رقم (3.22) ، المتعلق بالتحديات، أن ثلث النشاطات (30.3%) الاتصالية تقريبا لم تواجه مشكلة في تنفيذ برنامجها، مما يترك الثلثين الباقين بتحديات واجهتها. فأكثر من الربع قليلا (28%) عانى من نقص التمويل. بقية التحديات لم تكن على

نطاق واسع، فقد كان من أبرزها : عدم الالتزام، هذه المشكلة التي واجهت سبع الأنشطة (14.4%)، كأن لا يشارك في النشاط الجمهور المنتظر أو لا ينفذ المتلقي ما تعلم (أو تأتي الأمهات للاجتماعات مع أطفالهن في الريف). ومن التحديات الأخرى الأقل نسبة (6.1%- أقل) ، برز المعوق الروتيني الإداري (الحكومي) واحدا منها، وضعف التجاوب الشعبي(خاصة في الريف)، وعدم توفر المكان المناسب للنشاط، أو بعده (خاصة في المناطق النائية)، واشتكت قلة من عدم وضوح الطروحات. مجموعة النقاط التي شكلت التحديات يمكن أن تدرس كل على حدة وتوضع لها الحلول المناسبة. لكن المؤكد أن الأرياف والبادية يجب أن تحظى برعاية أكبر.

جدول (3.22): التحديات التي واجهت النشاط الاتصالي*

التحديات	التكرار	النسبة المئوية
التمويل	37	28.0
عدم الالتزام	19	14.4
عدم القدرة على التسويق	11	8.3
مخوقات روتينية	8	6.1
ضعف التجاوب	8	6.1

3.0	4	عدم توفر مكان مناسب
2.3	3	عدم وضوح الرؤية
1.5	2	البعد المكاني
30.3	40	لا يوجد
100.00	132	المجموع

*اشتمل الجدول على تكرارات متعددة (Multiple coding).

من عبأ الاستمارات؟ من أجاب على الأسئلة؟ يبين الجدول رقم (3.23) أن ثلثي الذين عبئوا الاستمارة كانوا من المدراء والمسؤولين عن برامجهم؛ وتآلف ربع (24 و8%) من الباحثين ومعدّي البرامج، وكان الباقيون بنسبة العشر (حوالي 9%) أكاديميين ومهنيين وأعضاء في مجالس تشريعية. وهذا يعني أن هؤلاء ثقة وفي موقع المسؤولية من النشاطات الاتصالية التي تعاملوا معها أو أشرفوا عليها وأنهم يعرفون ما يتحدثون عنه. وكانت نسبة الإناث من بين هؤلاء عالية إذ بلغت 80%.

جدول (3.23): من عبأ استمارة النشاط الاتصالي؟

النسبة المئوية	التكرار	المسمى الوظيفي
64.6	73	مدير/مسؤول/منسق
24.8	28	باحث/معد برنامج
7.0	8	مهني (كمحام)
1.8	2	أكاديمي
1.8	2	عضو في مجلس تشريعي
100.00	113	المجموع

4. التوصيات

- إن التمعن في النتائج التي أظهرها البحث يقود إلى وضع التوصيات التالية:
- يوصى بالاهتمام بتوجيه برامج اتصالية تناسب الفئات العمرية المختلفة من القطاعات النسائية، بتركيز على الشباب اللواتي دون سن 18 (واللواتي تبلغ نسبتهن في أي مجتمع عربي لا أقل من 50% من إجمالي نسبة النساء في ذلك المجتمع)، كما ويستحسن إيلاء الشرائح النسوية الأخرى اهتماماً مماثلاً (كالكبار بالسن).
 - ويوصى في مجال أعداد العاملين في النشاطات النسائية اعتماد العمل القائم على الفريق، والمؤسسي، بدل اعتماد فرد واحد أو فردين له، يتخصص بعضهم بالبحث وإعداد المادة بمستوى لائق.
 - ويوصى بالتركيز على النشاطات التي تعمل على تمكين المرأة، وتدريبها وتأهيلها، وإدماجها، مع توفير التقنية الاتصالية الحديثة لها.
 - التوصية بدراسة وتحليل المادة الإذاعية والتلفازية المقدمة للمرأة الأردنية، وتطوير نوعيتها، كأن تستحدث دائرة خاصة تعد نتاجاً مدروساً بالتنسيق مع الجهات المعنية. ويأتي هذا من منطلق أن الأمية أعلى بين النساء، وأيضاً لأن إقبال المجتمعات العربية على وسائل الاتصال الشفوية الإلكترونية أعلى منه للمطبوعة.
 - يوصى بمراجعة مجموعة النقاط التي شكلت التحديات (جدول 22)، وعقد ورش لندارس ما ورد في كل واحدة على حدة، ووضع الحلول المناسبة.
 - يوصى بإيصال النشاط الاتصالي بكثافة للأرياف والبادية، وأن تحظى هذه المناطق برعاية أكبر من المعطاة حالياً.
 - التوصية بقيام رئاسة الهيئات النسائية بالتنسيق فيما بينهن لتحديد عنوانات الموضوعات اللاتي يرين أهمية التركيز عليها في النشاطات الاتصالية

- المستقبلية. كما يوصى أن تتولى هذه الهيئات التنسيق مع مثيلاتها في الوطن العربي للوصول لاتفاق حول هذه العنوانات.
- ولتحديد الرسالة يستدعي الأمر أيضا (بالإضافة إلى ما ورد في النقطة السابقة) إجراء دراسات تحليل مضمون للتعرف على طبيعة البرامج الموجهة للنساء عموما، في الريف والمدينة خصوصا.
 - التوصية بإبداء مزيد من الاهتمام بأساليب التقويم المتبعة في النشاطات، باعتبار أن التقويم نفسه بمثابة رجع (feedback) ضروري لتأكيد نجاح المشاريع قيد التنفيذ حاليا أو المستقبلية.
 - وضع برنامج لدورات اتصالية لتدريب المرأة للمنافحة عن قضاياها. والنشاط الاتصالي هو في الأساس معقد وبحاجة لاختصاصيين مدربين تدريباً جيداً لصنع الرسالة الناجحة.
 - التركيز على إيلاء الاستراتيجيات الاتصالية المخصصة للمرأة في المؤسسات المختلفة أولوية عالية.
 - زيادة جرعة الاتصال الموجه للمرأة يوميا أو في فترات متقاربة.

5. أهم معوقات إجراء المسح

عدم تعاون بعض المسؤولين في المراكز الكبيرة في وسائل الإعلام الرسمية في الأردن حال دون الوصول إلى إجابات مهمة بشأن وجود استراتيجية إعلامية محددة تجاه المرأة. وكانت معدات برامج إذاعية وتلفزيونية قد أكدت عدم وجود مثل هذه الاستراتيجية الاستراتيجية

ومن ناحية أخرى، فإن ترك أسئلة مهمة في الاستمارة مفتوحة (open-ended) لم يساعد في الوصول إلى إجابات واضحة، مثل السؤال المتعلق بأنواع التقويم.