



منظمة المرأة العربية
Arab Women Organization

واقع الأنشطة الإتصالية الموجهة للمرأة في الجمهورية اللبنانية

د/حسانة رشيد

أستاذ في ملك الجامعة اللبنانية كلية الاعلام

1. مقدمة

ان الإعلام وسيلة حية لتغيير السلوك والمواقف والرؤية. ومن الضروري أن يساهم في تكوين مواقف وآراء مؤيدة لقضايا المرأة وحقوقها. وذا كان موضوع دراستنا المسحية يتمحور حول رصد الأنشطة الاتصالية التي تستهدف المرأة. لابد من مقدمة تاريخية وباختصار حول تاريخ الصحافة النسائية وتطورها. ان لبنان بلد رائد في مجال الصحافة المقروءة وقد ترك صحافيوه الرواد تراثا نهضويا ومرجعيا مهما.

صدرت أول صحيفة لبنانية سنة 1928 وهي "حديقة الأخبار" لخليل الخوري شعارها الحقيقة والحرية. وقبل خليل الخوري أصدر الراحل اسكندر حسون في اسطنبول جريدة "مرآة الأحوال" وكان شعارها الحرية والأستقلال. والجدير بالذكر أن أكثر الصحف في العالم العربي أصدرها لبنانيون تحت شعار "النضال والتقدم".

كان اللبناني أول سفير للكلمة الى البلاد العربية والى العالم أجمع وقد امتاز لبنان بين عامي 1928 و 1929 بأنه ثاني بلد في العالم العربي بعد مصر في اصدار الصحف. ومنذ هذا التاريخ والمرأة تسعى الى صنع تاريخها الصحافي العريق والى القيام بدورها الفعال والمميز في هذا الحقل الاعلامي.

لقد صدرت في مصر أول مجلة نسائية وكانت محرراتها صحافيات لبنانيات وفي طليعتهن "هند نوفل" وهي أول صحافية لبنانية في دنيا العرب. وبقي الاقبال على اصدار المجلات النسائية قويا مع بداية القرن العشرين الذي أبرز الى الواجهة الاعلامية مجلات رائدات وصحافيات رائدات.

وفي لبنان عشرات المجلات التي تعنى بشؤون المرأة والأسرة. وتدور معظم مواضيعها حول الجمال والأزياء والتجميل وقليلة هي المجلات أو المقالات التي تبحث بالعمق في قضايا المرأة ومشاكلها وخصوصا المرأة العاملة.

أما في الصحافة السياسية فللمرأة وجود بارز في تحرير صفحاتها وتشيير الاحصاءات الى وجود غير متدن للمرأة اللبنانية كمحررة في الصفحات السياسية.

بالنسبة لوزارة الاعلام فالمرأة غائبة عن مراكز الفئة الأولى وهي موجودة بكثافة في مراكز الفئة الثالثة والرابعة.

في الاعلام الاذاعي: نسبة وجود المرأة في الاعلام الاذاعي الرسمي تشكل 35% وهي غائبة أيضا عن مراكز الفئة الأولى كما أن نسبة وجودها في المراكز الفنية متدنية جدا. أما في الاذاعات الخاصة فنسبة الاذاعات مرتفعة وتتراوح بين 35 و 50%

في الاعلام التلفزيوني: تحتل المرأة في الاعلام التلفزيوني مواقع ادارية مسؤولة بنسبة جيدة في بعض المحطات بينما تغيب عن غيرها. (أخذت هذه المعلومات من محاضرة للدكتورة نور سلمان تحت عنوان: دور الاعلام في مشاركة المرأة في الانماء)

2. منهجية عمل الدراسة المسحية:

بناءً على الاهداف التي رسمتها منظمة المرأة العربية والتي تهدف الى تمكين المرأة من خلال اعداد برامج للنهوض بها في كافة المجالات والتي تستهدف أيضاً الرفع من كفاءة البرامج المستقبلية التي تساهم في عملية النهوض، تم التعرف من خلال الدراسة المسحية التي جرت في لبنان في مجال الاعلام على برامج وأنشطة اتصالية نفذت في هذا المجال وبرامج ما زالت مستمرة وأخرى توقفت لأسباب متنوعة. كما وقد سمحت لنا هذه الدراسة من تحديد الصعوبات التي تواجهها بعض البرامج التي تستهدف المرأة.

كذلك تجدر الإشارة إلى أن هذه الدراسة وفرت لنا فرصة التعرف على البرامج والمشاريع التي يمكن ان تشكل في المستقبل اساساً من اجل النهوض بالمرأة والتي تساعد الى تحقيق الاهداف المرسومة.

منهجية العمل:

- تضمنت المنهجية التي تم استخدامها في اجراء الدراسة المسحية ستة مراحل أساسية:
- رصد القطاعات المستهدفة وتحديدها (المرحلة الأولى)
- توزيع الاستمارة والمعوقات (المرحلة الثانية)
- فرز الاستمارات ومعوقات الفرز (المرحلة الثالثة)
- نتائج الاستمارات (المرحلة الرابعة)
- تحليل النتائج (المرحلة الخامسة)
- المقترحات والتوصيات (المرحلة السادسة)

2.1 المرحلة الأولى: رصد القطاعات المستهدفة

بما ان الهدف الرئيسي هو اجراء مسح شامل لكافة النشاطات التي تستهدف المرأة في مجال الاعلام وذلك بهدف تحديد المشاريع المنفذة والمشاريع التي واجهتها بعض الصعوبات، كان لا بد من رصد كافة القطاعات للتعرف على النشاطات التي استهدفت المرأة، كذلك من أجل تحديد دقيق للمؤسسات التي تهتم مباشرة بقضايا المرأة وبما انني اردت ان اجمع بين العمل التوثيقي والعمل الاحصائي، لم اقم باختيار عينة ممثلة، بل اعتمدت اسلوب المسح الشامل لكل المؤسسات من حكومية ودولية واهلية تتعاطى في هذا الشأن.

وتجدر الاشارة الى انه من غيرالممكن اجراء مسحاً شاملاً بالمعنى العلمي للكلمة، لان اي دراسة مسحية تتعرض لبعض الخروقات في أغلب الاحيان لأسباب تقنية وتوثيقية، لذا لا يمكننا ان ندعي الشمولية، بل يمكن ان نؤكد على الدقة التي تمى اعتمادها في رصد وتحديد المؤسسات بناءً على اللوائح التي حصلنا عليها بأسماء هذه المؤسسات على اختلاف انواعها. أما المؤسسات التي تم استطلاعها من أجل تحديد نشاطاتها فهي التالية: المؤسسات الحكومية (وزارات وإدارات عامة)، المنظمات الدولية، وسائل الاعلام على اختلاف انواعها، الجمعيات والمؤسسات الاهلية، مراكز الدراسات والابحاث.

وتجدر الاشارة الى انه تمّ الاتصال ايضاً بالمستشفيات وقد تبين ان ليس لديها نشاطات خاصة اعلامية تتوجه الى المرأة بشكلي مباشر وإنما تعمل دائماً من ضمن وزارة الصحة في لبنان ومنظمة الصحة العالمية، لذلك تم استفتاء وزارة الصحة، اما بالنسبة للبلديات لانه من الصعوبة بمكان الاتصال بكافة البلديات في لبنان نظراً لعددتها الهائل، فقد تم الاتصال بالبلديات التابعة للمحافظات الكبرى وتبين ان ليس لديهم اي نشاط اعلامي واتصالي يستهدف المرأة.

وقد تم الالتزام بالاطار المرجعي الذي تمّ تحديده خلال ورشة العمل وتمّ رصد الانشطة الاتصالية التالية: المؤتمرات - البرامج الاذاعية والتلفزيونية - المقالات الصحافية - الدراسات - المعارض - الدورات التدريبية - ورش العمل - وكل نشاط يرتدي طابعاً اتصالياً واعلامياً.

فبالنسبة للمؤسسات الاعلامية: تمّ استطلاع الصحف اليومية التي يتوفر لديها صفحة حول المرأة او التي تقوم بتغطية نشاطات تستهدف المرأة، كذلك تم رصد المقالات الصحفية التي نشرت في الصحف ومحورها المرأة بغض النظر عن طبيعة الموضوع الذي يتوجه الى المرأة.

- في المجلات الاسبوعية والشهرية هناك نوعين: النوع الاول هو عبارة عن مجلة نسائية تتوجه في كل مواضيعها الى المرأة ، لذلك اعتبرت المجلة بمجملها نشاطاً اعلامياً واحداً، اما النوع الثاني الذي يخصص من خلال صفحاته زاوية خاصة للمرأة وبشكل دائم فقد اعتبرت هذه الزاوية نشاطاً اعلامياً.

- في الاذاعات والتلفزيونات : أعتبر البرنامج الاذاعي أو التلفزيوني بحد ذاته نشاطاً اعلامياً.

- في مراكز الابحاث والدراسات: أعتبر كل بحث او دراسة هو نشاطاً اعلامياً مستقلاً نظراً للتنوع في المواضيع والمضامين.

- في المنظمات الدولية والجمعيات والوزارات: تنوعت المضامين من صحية ، اجتماعية، تربية، فنية، اقتصادية، تنمية، ولكنها اخذت الشكل الاعلامي الاتصالي، لان الوسائل التي اعتمدت لترويجها هي وسائل اتصالية وقد تنوعت هذه الوسائل بين مؤتمر وورشة عمل، وملصق اعلاني ودورة تدريبية ومعرض ومحاضرة الخ... لذلك تم رصدها.

2.2 المرحلة الثانية: توزيع الاستثمار

بناءً على ما تقدم وصل عدد المؤسسات التي تمّ استطلاعها الى 92 مؤسسة بينهم 87 مؤسسة عن طريق الاستثمار و5 مؤسسات عن طريق (Interview) ووصل عدد الأنشطة الى 217 نشاطاً موزعين على الشكل التالي:

- المؤسسات مكتوبة ومرئية : عدد المؤسسات 42 مؤسسة ووصل عدد الأنشطة الى 59 نشاطاً .

- الصحف اليومية: (العدد 12) = < Daly star (باللغة الانكليزية) L'orient le Jour (باللغة الفرنسية)- السفير- النهار- اللواء- الحياة- المستقبل- الشرق الاوسط- البلد- الشرق- الانوار- الديار.

- المجلات الاسبوعية والشهريّة: (العدد 19 مجلة) وعدد الأنشطة 20 نشاطاً.
- المجلات التي تم استطلاعها هي التالية: لمسات- الهديل- Look décor- مجلة snob- Mariage en vue- سيدتي- المرأة- عيون- ألوان- الحساء- الطب الطبيعي.
- أما بالنسبة للمجلات المتبقية لم يتم استطلاعها نظراً لابتعادها عن موضوع الدراسة.

- الإذاعات: (العدد 6 إذاعات) ووصل عدد الأنشطة الى 7 نشاطات وهي كالتالي: نورسات- إذاعة صوت لبنان- إذاعة البشائر- صوت الشعب- إذاعة لبنان- إذاعة الشرق.

- اما الاذاعات الاخرى فهي متنوعة وتعمل على موجة FM وتخصص كل برامجها للموسيقى والمنوعات والالعاب ومعظمها ناطق باللغة الاجنبية.

- التلفزيونات: وصل العدد الى (11 محطة تلفزيونية) وعدد الأنشطة الاعلامية 25 أما المحطات التي تم استطلاعها فهي التالية: المنار- تلفزيون لبنان- المستقبل- الجزيرة تلفزيون الحرة- تلفزيون هي- Te'le' lumiere-Orbit-NBN-Mbc- التلفزيون الجديد INTV اما بالنسبة لمحطة LBC أي المؤسسة اللبنانية للأرسال ليس لديها اي برنامج يتوجه للمرأة بشكل خاص.

- الوزارات: هناك 16 وزارة في لبنان، وبعد الاتصال بهم جميعاً تبين لنا أن هناك ثلاث وزارات فقط، قامت بمشاريع تتوجه للمرأة وترتدي طابعاً اتصالياً وإعلامياً وهي: وزارة الصحة- وزارة الاعلام- ووزارة الشؤون الاجتماعية، والملفت ان وزارة الشؤون الاجتماعية تختصر كل الوزارات من خلال وحدة الاعلام التنموي التابع لوزارة الشؤون والتي تخصص الجزء الاكبر من نشاطاتها ومشاريعها للمرأة وقد وصل عدد الأنشطة في هذه الوزارات الى 24 نشاطاً.

- المنظمات الدولية: وصل عدد المنظمات الدولية الى 5 منظمات، وعدد الأنشطة الى 15 نشاطاً، أما المنظمات التي تم استطلاعها فهي التالية:
الاتحاد الأوروبي- منظمة الأونيسكو- Escwa-Unifap-Unisef.
أما المؤسسات المتبقية فليس لديها أي نشاط إستهدف المرأة خلال عامي 2003 و2004.

- الدراسات والأبحاث: وصل عدد مراكز الأدراسات والأبحاث الى 6 مراكز وعدد الأنشطة الى 21 نشاطاً، مع العلم أن هناك مراكز دراسات عديد، ولكن تبين بعد زيارتها أنها تركز على الدراسات العلمية والأدبية وغيرها ولا تستهدف المرأة بشكل مباشر. أما المراكز التي تم استطلاعها فهي التالية: المركز الاسلامي الثقافي- معهد العلوم الاجتماعية- مركز دراسات الوحدة العربية- مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث- كلية الاعلام والتوثيق- باحثات- ودراسات متفرقة لا تتبع لأي مركز.

• الجمعيات والمؤسسات الأهلية: هناك عدد هائل من المؤسسات والجمعيات المتوفرة في لبنان، وبعد الاتصال بهم جميعاً، تبين أن الأكثرية منهم بعيدة عن مجال دراستنا، وقد تم التركيز على الجمعيات التي تهتم بشؤون المرأة، وعددهم حوالي 150 جمعية ينضون تحت لواء المجلس النسائي اللبناني، أما الذين قاموا بأنشطة اتصالية ترتبط مباشرة بموضوع الدراسة المسحية فقد وصل عددهم الى 29 جمعية ووصل عدد الأنشطة الى 98 نشاطاً، وتوزعوا على الشكل التالي:

- هيئة مناهضة العنف ضد المرأة- الجمعية النسائية الخيرية- جمعية الإنماء الاجتماعي والثقافي- مؤسسة رنيه معوض- المجلس النسائي اللبناني- جمعية سيدات المحبة- جمعية اللبنانيات الجامعيات- الحركة الاجتماعية- مؤسسة فريد ريتش ايبيرت- الجمعية اللبنانية لمكافحة أمراض الغذاء- مؤسسة عامل- مؤسسات الإمام الصدر- جمعية الخدمات الإنسانية والاجتماعية في الشمال- جمعية المواصاة والخدمات الاجتماعية- اللجنة الأهلية لمتابعة قضايا المرأة- إتحاد المعوقين اللبنانيين- المكتب الصحي الاجتماعي المقاصدي- رابطة الجمعيات الخيرية النسائية- الجمعية الخيرية للتوعية الاجتماعية- رابطة المرأة العاملة في لبنان- مؤسسة المفتي حسن خالد- لجنة حقوق المرأة- الصليب الأحمر اللبناني- تجمع النهضة النسائية- التجمع النسائي الديمقراطي اللبناني- الأتحاد النسائي الوطني- جمعية تضامن المرأة العربية- إتحاد الجمعيات اللبنانية- جمعية تنظيم الأسرة.

فيما يلي جدولاً يبين المؤسسات مع عدد الأنشطة التي قامت بها:

جدول (2.1) عدد المؤسسات وعدد الأنشطة التي قامت بها

الإذاعات: (6)

الصحف اليومية: (8)

اسم المؤسسة	عدد النشاطات	أسم المؤسسة	عدد النشاطات
Daily star	1	نورسات	1
السفير	1	إذاعة صوت لبنان	1
اللواء	1	إذاعة البشائر	1
الحياة	1	صوت الشعب	1
النهار	1	إذاعة لبنان	1
المستقبل	1	إذاعة الشرق	2
الشرق الأوسط	1		
البلد	1		
المجموع	8	المجموع	7

المجلات الأسبوعية والشهرية (19)

لمسات	1	نادين	1
الهديل	2	لها	1
Look Decor	1	الحسناء	1
مجلة سوب	1	الطب الطبيعي	1
مجلة الأم	1	المجموع	19
Mariage en vue	1		
سيدتي	1		
المرأة	1		
عيون	1		
ألوان	1		
نادين الأم والطفل	1		
نورا	1		
Prestige	1		
وفاء	1		
أمواج	2		

التلفزيونات: (11)

1	Te'le' lumière	عدد النشاطات	أسم المؤسسة
4	تلفزيون هي	3	المنار
1	تلفزيون المستقبل	3	Orbit
2	تلفزيون NBC	3	تلفزيون لبنان
5	تلفزيون NTV	1	Mbc
		1	الجزيرة
25	المجموع	1	تلفزيون الحرة

	المنظمات الدولية(5)		الوزارات(3)
2	الاتحاد الأوروبي	العدد	الأسم
2	Unesco	3	وزارة الصحة
1	Unicef	1	وزارة الإعلام
1	Unifap	20	وزارة الشؤون الاجتماعية
9	Escwa	24	المجموع
15	المجموع		

	الدراسات والأبحاث(6)
العدد	أسم المركز
1	المركز الإسلامي الثقافي
8	معهد العلوم الاجتماعية
3	مركز دراسات الوحدة العربية
1	مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث
2	الجامعة اللبنانية-كلية الإعلام
5	باحثات
1	دراسة منفردة
21	المجموع

الجمعيات والمؤسسات الأهلية: (29)

العدد	الأسم	العدد	الأسم
2	رابطة المرأة العاملة في لبنان	4	هيئة مناهضة العنف ضد المرأة
2	مؤسسة المفتي حسن خالد	1	الجمعية النسائية الخيرية
3	لجنة حقوق المرأة	1	جمعية الإنماء الثقافي والاجتماعي
7	تجمع النهضة النسائية	1	مؤسسة رنيه معوض
2	التجمع النسائي الديمقراطي اللبناني	1	المجلس النسائي اللبناني
3	الإتحاد النسائي الوطني	1	جمعية سيدات المحبة
4	جمعية تضامن المرأة العربية	1	جمعية اللبنانيات الجامعيات
4	إتحاد الجامعيات اللبنانيات	2	الحركة الاجتماعية
15	جمعية تنظيم الأسرة	4	مؤسسة فريد رتش أيبيرت
4	الصليب الأحمر اللبناني	5	الجمعية اللبنانية لمكافحة

		أمراض الغذاء	
98	المجموع	4	مؤسسة عامل
217	المجموع العام للنشاطات المرصودة	4	مؤسسة الإمام الصدر
		7	جمعية الخدمات الإنسانية في الشمال
		2	جمعية المواسة والخدمات الاجتماعية
		7	اللجنة الأهلية لمتابعة قضايا المرأة
		4	إتحاد المعوقين اللبنانيين
		1	المكتب الصحي الاجتماعي المقاصدي
		1	رابطة الجمعيات الخيرية النسائية
		1	الجمعية الخيرية للتوعية الاجتماعية

تجدر الإشارة الى أن كل المؤسسات الأنفة الذكر تم استخدام أسلوب المقابلة الشخصية لملاً الاستمارة. وقد سبق المقابلة الشخصية اتصالاً هاتفياً مع كل واحدة من أجل شرح الهدف من ملاً الاستمارة ولتحديد الموعد. (وقد ذكرت طريقة العمل التي سبقت توزيع الاستمارة في التقرير الأولي الذي تم إرساله في منتصف شهر شباط). وقد تم أيضاً اعتماد الـ Interview بدلاً من الاستمارة لخمس مؤسسات إعلامية نظراً لعدم توفر أنشطة إعلامية محورها المرأة، وذلك حرصاً منا لمعرفة السبب.

2.2.1 أهم معوقات إجراء البحث:

- لم يكن من السهل الاتصال باصحاب العلاقة مباشرة لتأمين موعد ولاقناعهم بملاً الاستمارة وفي كثير من الأحيان كنا نتصل بما يفوق الخمس مرات لتأمين الموعد خصوصاً مع الجمعيات والمؤسسات الأهلية باستثناء جمعية تنظيم الأسرة وهيئة مناهضة العنف ضد المرأة وتجمع النهضة النسائي وتضامن المرأة العربية ورابطة المرأة العاملة. الذين أبدوا اهتماماً كبيراً لموضوع الدراسة.

بالنسبة لوسائل الإعلام وللتنظمات الدولية وللوزارات فقد تجاوزوا بشكل سريع مع الاستمارة. خصوصاً المسؤول الإعلامي في منظمة اليونيسكو والمسؤولة في الاتحاد الأوروبي كذلك في الأسكوا.

- بالنسبة لمراكز الأبحاث من المعوقات الأساسية أن هناك أشخاصاً غير متواجدين داخل لبنان وكان من الصعوبة الاتصال بهم، لذا تم الأطلاع على الدراسة التي قاموا بها وتم ملاً الاستمارة بالتعاون مع المسؤولين عن المركز.

- من المعوقات الأساسية أيضاً الظروف التي طرأت على لبنان في منتصف شهر شباط حيث تعطل عمل المؤسسات وكان من الصعب توزيع الأستمارات بمواعيدها المحددة، وهذا ما رتب علينا عملاً مضاعفاً ووقتاً أطول من أجل إتمام المسح الميداني. كذلك بالنسبة لفرز النتائج فإن معظم المؤسسات الإحصائية منكبة في هذه الفترة على العمل بقانون الانتخابات وهذا ما تطلب أيضاً جهداً إضافياً في العمل ، وذلك حرصاً منا أن تكون الدراسة المسحية شاملة وعملية ودقيقة.

2.2.2 أهم معوقات اجراء المسح:

• مراحل جمع المعلومات والصعوبات التي واجهناها :
ان الصعوبات كانت تكمن في مراكز التوثيق والجمعيات والمؤسسات وفي كيفية الحصول على اللوائح، فقد تم الاتصال باكثر من مصدر من اجل الحصول على اللوائح النهائية بأسماء المؤسسات، كما ان التعاون بين الخبراء الاربعة داخل لبنان كان مستمرا من اجل تجاوز الصعوبات الاولى، كذلك الاجتماعات من اجل التنسيق وتبادل المعلومات فيما بيننا.

• صعوبات مصدرها الاستمارة: وجهت انتقادات عدة من قبل المجيبين على الاستمارة على طريقة تركيب الاسئلة، والافكار المتشابهة في داخلها، وقد تجاوزنا هذه المسألة عن طريق الشرح لكل سؤال والى ما يهدف حتى يتمكن المجيب من اعطاء الاجوبة المرتقبة.

تجدد الاشارة أخيرا الى أن الفرق الحاصل بين عدد المؤسسات التي شملها المسح وبين عدد المؤسسات التي اجابت على الاستمارة يكمن في عدم توافر أنشطة إعلامية تستهدف المرأة لدى الكثير منها، بمعنى آخر تم الاتصال بالذين يتعاونون عملياً ويقومون بنشاطات اتصالية محورها المرأة وهذا ما أوضحناه في الجداول.

2.3 المرحلة الثالثة: فرز الاستمارات ومعوقات الفرز.

بعد الانتهاء من توزيع الاستمارة، تم تحديد المركز الذي سيتولى فرز الاستمارات وقد قررت الاستعانة بالمركز الاحصائي "ماء - داتا" المتخصص في الدراسات والاستطلاع والتدريب والاستعلام ويستخدم مركز "ماء - داتا" المنهج العملائي الذي يقوم على تطبيق تقنيات متعددة متصلة بالموضوع مثل: التقنيات الاحصائية والمعلوماتية وطرق البحث الميداني الإجتماعي إضافة الى التوثيق والإعلام والعلاقات العامة التي استخدمته في هذا البحث، ولاسيما في جمع المعلومات وتحليل المعطيات . وقد تم اتخاذ قرار الإستعانة بهذا المركز على مسؤوليتي العلمية من حيث حاجة البحث ، وقد سبق للمركز الاحصائي الاستشاري ان قدم العديد من الاستشارات والدراسات ونظم المؤتمرات العلمية وشارك في مثيلاتها.

2.3.1 مراحل تحليل الاستمارة:

- حصر الاستمارات جميعها وعددها وترتيبها وتدقيق المحتوى.
- الترميز Codage : تم تناول كل متغير لوحده وحصر الاجوبة الواردة جميعاً بالتعاون مع الخبيرين الاحصائي والسوسولوجي الاجتماعي لتقرير تقسيم الفئات الواردة في الاجوبة واعطاء رمز رقمي لكل فئة، (وكما هو واضح في لوائح الترميز). وقد كانت هناك ثلاثة محاولات تجريبية للترميز قبل أن يستقر القرار على هذا الشكل الذي اعتمدناه.
- ادخال المعلومات بناءً على الترميز على برنامج Excel .
- فرز المعطيات أولاً على برنامج Excel .
- اعادة التدقيق في نتائج الترميز والفرز.
- استعمال برنامج SPSS لانتاج التحاليل النهائية.
- بعد استلام النتائج تمت صياغة التقرير.

2.3.2 الصعوبات التي واجهت الترميز الاحصائي وتحضير المعلومات:

- الاسئلة المركبة من أكثر من جزء : فقد تم اعتماد كل جزء كمتغير مستقل أحياناً مثلاً: الصفحة الثالثة السؤال السادس رقم 2 . حيث ورد السؤال على الشكل التالي:
إذا كانت الاجابة بنعم: ما هو نوع التقييم؟ تاريخ اجرائه \ الجهة التي قامت به، المعايير المستخدمة في التقييم أهم نتائج التقييم.
وقد نتج عن هذا السؤال اجابات أحياناً عامة وأحياناً مفصلة وأحياناً مختصرة من قبل المجيبين.

- السطر الذي يحتوي أكثر من سؤال (في الطباعة والاخراج) مثلاً: الصفحة الثالثة من الاستمارة السؤال رابعاً: الجهة المنفذة والممولة. فقد احتوى السؤال على ثلاث فئات مع كلمة وغيرها، اذكرها... ان ذكر الجهة هو مختلف، فقد تم استثماره وادخاله كمتغير

مستقل، وقد كان عملاً صعباً من الناحية الاحصائية مما اضطرنا لربطه بالسؤال اولاً رقم 2 في الصفحة واحد.

• المشكلة الثالثة تكمن في التعابير والمصطلحات: في الصفحة رقم واحد وفي السؤال الاول رقم 3 فقد ورد تعبير (النشاط) - (البرنامج الاتصالي) وكان قد ورد في السؤال الاول رقم 1 تعبير النشاط فقط، هذا التعبير الاضافي شكل صعوبة احصائية ايضاً مع العلم انه تم تجاوزها.

• المشكلة الرابعة: هناك اسئلة ارتدت طابعاً انشائياً مثل: الانجازات المحققة أو أسباب أو تحديات التي تواجه النشاط حيث كثر الاقناع وزاد الكلام. وقد عمدنا تباعاً من خلال الترميز الى قراءة الاجوبة والنصوص واستثمار المعلومات الواردة بتقرير صيغة محددة للترميز اثبتها في لائحة الترميز المرفقة. وتجنبنا من خلالها تكرار التقسيم الى فئات بين متغير وآخر، باعتمادنا على تغيير زاوية النظر الى المضمون الوارد. كما ورد في اهداف النشاط ومضمون النشاط.

وتجدر الاشارة انه بالمقابل كان من المفيد منهجياً ترك الاسئلة مفتوحة من غير خيارات مسبقة للوصول الى المعلومة المتوفرة في الميدان دون اسقاط أو ابقاء وقد تضمن فرز الاستمارة جداول تحتوي على لائحة الترميز من أسئلة وفئات ومتغيرات، وجدولاً كاملاً للمعلومات من عناوين ورموز، حيث تجدون نسخة من جداول الترميز مرفقة مع التقرير.

2.4 المرحلة الرابعة: نتائج المسح

تم إلحاق الجداول النهائية والتي تظهر نتائج المسح مع التقرير، وقد وصل عددها الى 52 جدولاً، حيث يتضمن كل جدول النسب المئوية المرتبطة بكل سؤال من الاسئلة الواردة في الاستمارة، وقد عمدت الى تلخيص هذه الجداول حسب الاسئلة، تسهيلاً على حضرتكم مهمة قرائتها، وقد أتت النتائج المسحية على الشكل التالي:

• الجدول (2.1):تضمن أنواع المؤسسات سبق وذكرتها بالتفصيل في المرحلة الثانية.

• الجدول (2.2) (الجهة المنفذة): تظهر من خلاله اسم المؤسسة مع عدد المرات التي شاركت هذه الجهة في التنفيذ، وقد تفاوتت النسب المئوية بين مؤسسة وأخرى، وقد احتلت وزارة الشؤون الاجتماعية المرتبة الاولى، حيث ساهمت في تنفيذ 20 نشاطاً أي بنسبة 9.2% وتنوعت مضامين هذه النشاطات من صحية الى اجتماعية الى تربية مثلاً: كالصحة الانجابية ومحو الامية والمشاكل التي تواجه المرأة قبل وبعد الزواج، أما أنواع هذه الانشطة فقد تنوعت من ملصق الى فيلم وثائقي الى دورة تدريبية الى منشور كذلك حلقات عمل. وأتت جمعية تنظيم الاسرة في المرتبة الثانية حيث شاركت في تنفيذ 15 نشاطاً أي بنسبة 6.9% وأتت معظم المضامين حول أيضاً الصحة الانجابية ورفع الكفاءة الانتاجية عند المرأة والمشاكل الاجتماعية، أما نوع النشاط فقد ركز على الدورات التدريبية والحلقات الدراسية والمنشورات، وأتت منظمة الأسكوا في المرتبة الثالثة فقد شاركت في تنفيذ 10 نشاطات بنسبة 4.6% وتركزت المضامين على واقع المرأة العربية أما نوع النشاطات فقد ركز على المؤتمرات والكتب والأبحاث.

- على مستوى الدراسات البحثية التي تناولت المرأة فقد نفذت الجامعة اللبنانية (معهد العلوم الاجتماعية في قسم الدراسات العليا) 8 أبحاث أي 3.7% تمحورت حول المرأة وتنوعت في مضامينها من وضع المرأة في الاسلام الى موقعها الاجتماعي والاقتصادي الى مشاكلها الاجتماعية وكان نوع النشاط المعتمد هو الدراسة البحثية.

- على مستوى وسائل الاتصال، فقد احتلت مؤسسة تلفزيون NTV المرتبة الاولى حيث نفذت 4 نشاطات اعلامية أي بنسبة 1.8% ركزت على الصحة والجمال والأزياء ومواضيع ثقافية، أما نوع النشاط المعتمد "البرنامج التلفزيوني"، بالنسبة لباقي المؤسسات فقد تراوح عدد الأنشطة من واحد الى 4 مرات.

- الجدول (2.3) : يُظهر عدد الأنشطة حسب أشهر السنة، هناك 80 نشاطاً تمّ ذكر الشهر الذي بدأ فيه النشاط و137 لم يذكروا الشهر. ونلاحظ أنه خلال شهر 3 أي شهر آذار ارتفعت نسبة النشاطات.
- - الجدول (2.4) (السنة التي بدأ فيها النشاط): وصل عدد النشاطات عام 2003 الى 72 وعام 2004 الى 70 نشاطاً، وهناك نشاطاً واحداً بدأ عام 1964 ومازال مستمراً.
- الجدول (2.5) (دورية النشاط): هناك 84 نشاطاً من اصل 207 كانوا لمرة واحدة و 11 نشاطاً بشكل يومي وتقاربت النسب بين شهري وفصلي وأسبوعي، وهناك 10 نشاطات لم يذكر فيها أي شيء.
- الجدول (2.6) (نهاية النشاط): هناك 149 نشاطاً انتهوا عام 2003 و 68 نشاطاً عام 2004.
- الجدول (2.7) (مكان النشاط): 140 نشاطاً من أصل 212 تمت تنفيذها في العاصمة ومن ثم 27 نشاطاً في الاقليم و 24 في الوطن وتوزعت النسب المتبقية بين المحافظة والمدينة والخارج، كما ان هناك نشاطات لم تذكر مكان التنفيذ.
- الجدول (2.8) (التغطية أي الجغرافية): هناك 110 أنشطة غطوا الوطن ككل وهي النسبة الأكبر ومن ثم العاصمة بنسبة 34 كذلك الوطن العربي بنسبة 34 والنسب المتبقية بين الاقليم والمحافظة والمدن.
- الجدول (2.9) (عدد العاملين): هناك 186 نشاطاً ذكر فيها عدد العاملين و 31 نشاطاً لم يذكروا عدد العاملين وقد وصل عدد العاملين الى 350 شخصاً وقد تفاوت عدد العاملين من نشاط الى آخر. وقد وصل عدد الاناث الى 300 شخصاً وعدد الذكور 50 شخصاً.
- الجدول (2.12) (الجمهور المستهدف): وصل عدد الانشطة التي تستهدف المرأة بشكل عام الى 132 من أصل 217 نشاطاً و 36 يستهدفون فئات خاصة من النساء واحتلت النشاطات التي تستهدف الأم النسبة الأقل وهناك نشاطين لم يذكر فيهما الجمهور المستهدف.
- الجداول (2.13) و(2.14) و(2.15) (الأهداف): لقد تم تصنيف الأهداف في جدولين لأن هناك نشاطات كان لديها أكثر من هدف وهذا ما تظهره نتائج التحليل.
- ففي الجدول "هدف 1" يتضمن الأهداف التي احتلت المرتبة الأولى، والجدول "هدف 2" يظهر من خلاله الهدف الذي احتل المرتبة الثانية. والجدول "هدف 3" يظهر من خلاله الهدف الذي احتل المرتبة الثالثة ضمن النشاط الواحد. فقد وصل عدد الأنشطة التي احتل فيها الهدف الاجتماعي المرتبة الأولى الى 118 نشاطاً، ومن ثم 40 نشاطاً احتل فيها الهدف التنموي المرتبة الأولى و27 نشاطاً كان الهدف السياسي هو الأول و25 نشاطاً الهدف الأساسي صحي و7 أنشطة الهدف الأساسي و فني. حيث وصل عدد الأنشطة الى 217. كذلك احتل الهدف الاجتماعي المرتبة الأولى كهدف ثانوي في 41 نشاطاً ومن ثم الهدف الصحي وبعدها التنموي و ثم السياسي والمرتبة الأخيرة الهدف الفني ووصل عدد الأنشطة التي تضمنت هدفين الى 97 نشاطاً من أصل 217.
- وهناك 9 أنشطة فقط توفر فيها 3 أهداف ضمن النشاط الواحد وأتت النتائج على الشكل التالي: أتى الهدف الاجتماعي في المرتبة الثالثة في نشاط واحد والفني ايضاً. وأتى الهدف الصحي في المرتبة الثالثة من ضمن 3 أنشطة والصحي من خلال 4 أنشطة.
- الجدول (2.19) (طبيعة النشاط): لقد تم تصنيف طبيعة النشاط ضمن 3 فئات وقد أتت على الشكل التالي:

- الفئة الأولى "تفاعل مباشر" وتضمنت ورش عمل - مؤتمر - ندوة - محاضرة - حفل تكريم - لقاء - حلقة حوار - تقرير - معرض - مهرجان - تدريب - دورة تثقيفية - وتعليم مهنة.
- أما الفئة الثانية "مطبوعات" فقد تضمنت سلسلة كتب - دراسة - مطبوعات - صحيفة - نشرة بحث.
- والفئة الثالثة صنفت ضمن الرئي والمسموع وتضمنت برنامج - فيلم وثائقي - فيلم اعلاني - حوار تلفزيوني او اذاعي.
- فقد وصل عدد الأنشطة من ضمن فئة "تفاعل مباشر" الى 100 نشاطا وتم 74 نشاطاً من ضمن فئة مطبوعات و43 من ضمن فئة مرئي ومسموع.

- الجداول (2.20) و(2.21) و(2.22) (مضمون النشاط):
لقد تم تصنيف المضامين ضمن 5 فئات أساسية الفئة الأولى "مشاكل" وتضمنت عنف جسدي ونفسي - الأمية.
والفئة الثانية "عائلي" وتضمنت الأمومة والزواج.
والفئة الثالثة "اقتصادي" وتضمنت الاقتصاد والعمل.
والفئة الرابعة "سياسي" وتضمنت الحريات والمشاركة القيادية.
والفئة الخامسة "كمائيات وترفيه".

تجدد الإشارة أن هناك 216 استمارة تضمنوا مضمونا أساسيا ورئيسيا ومن ضمنهم 22 استمارة تضمنت مضمونين في آن واحد؛ واستمارتين تضمنت 3 مضامين وتوزعت النتائج على الشكل التالي:

- المضمون الرئيسي (العدد 216)
62 نشاطاً كان المضمون الرئيسي ضمن فئة مشاكل اي 28.7% و63 نشاطاً المضمون عائلي اي 29.2% و38 نشاطاً المضمون اقتصادي اي 17.6% المضمون و44 سياسي اي 20.4% و9 أنشطة المضمون ترفيه وكمائيات اي 4.2% وهناك نشاطاً واحداً غاب عنه المضمون من أصل 217.
ونلاحظ أن فئة "عائلي" وفئة "مشاكل" احتلتا المرتبة الأولى.

- المضمون الثاني:(العدد22)
احتل المضمون "العائلي" المرتبة الثانية من ضمن 12 نشاطا من أصل 22 و"كمائيات وترفيه" من من 4 أنشطة والسياسي في 3 أنشطة والاقتصادي في 3 أنشطة أيضا.

- المضمون الثالث:(العدد2)
احتل المضمون "مشاكل" المرتبة الثالثة في استمارة واحدة والاقتصادي أيضا في استمارة واحدة.

- الجدول (2.28) (المشاركون في التنفيذ): تم تصنيف المشاركين في التنفيذ في ثلاث فئات.
الفئة الأولى: "الجهة الواحدة" وصل عدد الأنشطة التي شارك في تنفيذها جهة واحدة الى 132 أي 60.8% والفئة الثانية "جهتان" وصل عدد الأنشطة التي شارك في تنفيذها جهتان الى 72 أي 33.2% والفئة الثالثة "أكثر من جهتان" وصل عدد الأنشطة التي شارك في تنفيذها ثلاث جهات الى 13 أي 6% .

- الجدول (2.28) (المشاركون في التنفيذ): لقد تم تصنيف المشاركين في التنفيذ في ثلاث فئات:
الفئة الأولى "الجهة الواحدة" وقد وصل عدد الأنشطة فيها إلى 132 أي 60,8% والفئة الثانية "جهتان" وقد وصل عدد الأنشطة فيها إلى 72 أي 33,2% والفئة الثالثة "أكثر من جهتان" وقد وصل عدد الأنشطة إلى 13 أي 6%

• الجدول (2.25) (المنفذ): بناءً على التصنيف الوارد في الاستمارة وصل عدد الأنشطة التي تولت تنفيذها جهة حكومية إلى 29 نشاطاً أي 13,4% و173 نشاطاً كانت الجهة المنفذة خاصة أي 79,7% و 15 نشاطاً كانت الجهة المنفذة خارجية أي 6,9%.

• الجدول (2.26) (التمويل): تنوعت الجهات التي قامت بتمويل هذه النشاطات وتوزعت على الشكل التالي: 37 نشاطاً كان الممول جهة حكومية و127 نشاطاً كان الممول جهة خاصة و41 نشاطاً كان الممول جهة دولية وهناك 12 نشاطاً لم يذكروا مصدر التمويل.

• الجدول (2.30) (نوع التمويل): هناك 79 نشاطاً كان التمويل تمويلاً عينياً و72 تمويلاً مادياً و56 نشاطاً التمويل مختلف حيث وصل المجموع إلى 207 أي 95,4% وغاب ذكر نوع التمويل عن 10 أنشطة..

• الجدول (2.31) (التقييم): هناك 163 نشاطاً تم تقييمهم و44 لم يتم التقييم حيث وصل العدد إلى 207 أي 95,4% وغابت الاجابة عن 10 أنشطة.

• الجدول (2.33) (تاريخ التقييم): لقد قمنا بتقسيم سؤال التقييم الى عدة أسئلة من أجل تسهيل عملية فرز الاستمارة فبالنسبة لتاريخ التقييم تضمن ثلاث فئات وهي التالية: "أثناء - بعد- سنوي" وبناءً على هذا التصنيف توزعت الاجابة كما يلي: 88 نشاطاً اي 40,6% أجابوا أن التقييم جرى أثناء القيام بالنشاط السنوي و27 اي 12,4% بعد إنتهاء النشاط و16 اي 7,4% يكون التقييم سنوي و86 اي 39,6% لم يعطوا اجابة.

• الجدول (2.35): (جهة التقييم) وقد تم تصنيف هذا الجزء من سؤال التقييم في فئتين: المنفذ ذاته أو جهة أخرى وأتت الاجابة على الشكل التالي: 114 من أصل 217 أي 52,5% المنفذ نفسه، أي أن الجهة التي نفذت النشاط هي نفسها قامت بتقييمه و26 أي 12% أجابت أن الجهة التي قامت بالتقييم ليست نفس الجهة المنفذة وهناك 77 أي 35,5% لم يجيبوا على هذا الجزء من سؤال التقييم.

• الجدول (2.36) : (المعايير المستخدمة) تم تصنيف هذا الجزء من سؤال التقييم في ثلاث فئات:
الفئة الأولى "معايير إعلامية" وقد تضمنت إعلان + توزيع + إتصالات + مقالات.
الفئة الثانية "معايير إحصائية" وقد تضمنت إحصاء + إستطلاع رأي + استمارة تقييم.
الفئة الثالثة "معايير داخلية" وتضمنت تقييم داخلي.
وتوزعت النتائج ضمن المعايير الثلاث على الشكل التالي: 31 نشاطاً كانت المعايير التي استخدمت في التقييم إعلامية أي 14,3% و38 أعتمدت المعايير الإحصائية اي 17,5% و61 أعتمدت معايير داخلية أي 28,1% ووصل المجموع الى 130 اي 59,9% وقد غابت الاجابة عن 87 استمارة .
ويكون بذلك أعتتماد المعايير الداخلية قد أحتل المرتبة الأولى.

• الجدول (2.38) : (نتائج التقييم) تم تصنيف هذا الجزء من سؤال التقييم في ثلاث فئات: إيجابي - وسط- سلبي- وتوزعت الاجابة كما يلي: 104 كانت الاجابة إيجابي، و11 الاجابة وسط ووصل المجموع الى 115 اي 53% من أصل 217 كما غابت الاجابة عن هذا الجزء عن عدد كبير من الأستمارات.

• الجدول (2.40): (أستمرار النشاط) 130 نشاطاً أجابوا "بنعم" أي أن النشاط ما زال مستمراً أي بنسبة 59,9% و86 أي 39,6% أجابوا "لا" أي أن النشاط توقف لأسباب معينة وغابت الاجابة عن نشاطاً واحداً.

• الجداول (2.41) و(2.42) و(2.43) (الإنجازات): لقد تم تصنيف الإنجازات على الشكل التالي ضمن ثلاث فئات: الفئة الأولى: "إنجازات معنوية" وتضمنت مشاركة + اهتمام +

تعاون + زيادة الوعي + المعرفة + الحضور + حل مشاكل + فوائد عامة + اتصالات + تطوع + ثقافة + تعرف المرأة على الواقع.
الفئة الثانية "إنجازات مادية" تضمنت إعلانات + جوائز + تكريم + زيادة مبيعات.
الفئة الثالثة "إنجازات طبيعية أو تنظيمية" وقد تضمنت استمرار البرامج + تعديلات على القوانين + وصول المرأة الى مراكز + زيادة الطلب على الحملات + التدريب + إعادة التكرار

وقد اضطررنا الى اعتماد هذا التصنيف على ضوء ما ورد من إجابات على هذا السؤال حيث تم قرائتها بدقة ومن ثم تصنيفها. وتوزعت الإجابة على الشكل التالي:
129 حققوا إنجازات ونشاطاً واحداً لم يحقق إنجازاً ويكون عدد الذين أجابوا 130 أي 59.9%
87 تمنعوا عن الإجابة. أما نوع الإنجازات المحققة فكان كالتالي: 71 "معنوية" و23 " مادية" و36 "طبيعية أو تنظيمية" المجموع 130 أي 59.9% من أصل 217. وقد ورد 10 أنشطة أكثر من إنجاز وتوزعت كما يلي: 4 أنشطة كان الإنجاز الثاني "مادي" وفي 6 أنشطة أعتبر الإنجاز الثاني "طبيعي أو تنظيمي".

• الجداول (2.46) و(2.47): (في حال عدم الاستمرار ما هي الأسباب) ؟
لقد تم تصنيف هذا السؤال الى فئتين: الفئة الأولى "مادية" وتضمنت مشاكل مادية + منافسة والفئة الثانية "طبيعية" وتضمنت تجنب التكرار + مرة واحدة حسب المناسبة + طبيعة المناسبة. تم هذا التصنيف بعد الإطلاع على مضمون الإجابات الواردة في الاستمارات . أما النتائج فقد أتت كما يلي: هناك 75 نشاطاً توقفوا لأسباب طبيعية أي 34.6% و8/ توقفوا لأسباب مادية أي بنسبة 3.7% ويكون بذلك عدد الذين أجابوا على هذا السؤال 83 من أصل 217..

• الجداول (2.48) و(2.49): (التحديات)
لقد تم تصنيف التحديات في ثلاث فئات: الفئة الأولى "ثقافية" وتضمنت أسباب إجتماعية وذهنية + دفع المرأة الى القراءة + العامل الثقافي.

الفئة الثانية "تحديات مادية" وتضمنت صعوبة التنقل + العامل التقني .
الفئة الثالثة " تحديات إنعدام الثقة" وتضمنت عدم الثقة + مواضيع جريئة + عدم التجاوب + سياسي وقانوني. وقد تضمنت بعض الاستثمارات نوعين من التحديات : الأول أساسي والثاني ثانوي وتوزعوا على الشكل التالي: 27 نشاطاً اعتبروا "تحديات ثقافية" تحدي أساسي و80 اعتبروا " تحديات مادية" تحدي أساسي وأولي و9 نشاطات اعتبروا " إنعدام الثقة" تحدي أساسي وأولي وبذلك يكون العدد قد وصل الى 116 أي 53.5% وهناك 101 لم يذكروا أي نوع من التحديات . وهناك 16 نشاطاً تضمنوا نوعين من التحديات وتوزعوا على الشكل التالي نشاطين اعتبروا " التحدي الثقافي" تحدي ثان و7 أنشطة " التحدي المادي "أتى في المرتبة الثانية و7 أيضاً "تحدي أنعدام الثقة " أتى في المرتبة الثانية وهذا ما تظهره جداول تحليل النتائج أي " Crosstabulation".

• الجدول (2.51): (مصدر المعلومات)
لقد تم تصنيف مصادر المعلومات في 3 فئات : الأولى "مدير" الثانية " مسؤول" الثالثة "موظف" وقد تم ذكر مصدر المعلومات في 216 نشاطاً باستثناء نشاطاً واحداً وتوزعوا على الشكل التالي: في61 استمارة كان مصدر المعلومات "مدير" وفي 108 إستمارات كان المصدر "مسؤول" وفي 47 كان المصدر موظف.

• الجدول (2.52): (ملاحظات الخبير)
وصل عدد الإستمارات التي تضمنت ملاحظات الخبير الى 101 أي 46.5% وغابت الملاحظات عن 116 استمارة.

2.5 المرحلة الخامسة: تحليل النتائج

لا بد من التركيز في تحليل النتائج على أهداف النشاطات لأنها تشكل المحور الأبرز في آلية عمل المؤسسات التي تقوم بنشاطات تستهدف المرأة وتبرز لنا مدى فعالية هذه النشاطات وانعكاساتها على المرأة بشكل عام. وعلى ضوء فرز النتائج تبين ما يلي:
لقد تفاوت عدد الأهداف ضمن النشاط الواحد، منهم من كان الهدف من النشاط هدفاً واحداً، ومنهم من تضمن النشاط هدفين، وهناك نشاطات وصلت الأهداف الى ثلاثة، كما إن هناك أيضاً تفاوتاً في الأولوية بين الأهداف.

وعلى ضوء نتائج المسح تبين أن هناك 118 نشاطاً كان الهدف الرئيسي إجتماعي، أي بنسبة 54.4% و27 نشاطاً كان الهدف الرئيسي سياسي أي بنسبة 12.4% و40 نشاطاً كان الهدف الرئيسي تنموي أي بنسبة 18.4% و7 نشاطات الهدف الرئيسي فني أي بنسبة 3.2% و25 نشاطاً الهدف الرئيسي صحي أي بنسبة 11.5% وتكون بذلك النسبة المتراكمة 100%.
وأظهرت النتائج أيضاً أن هناك 41 نشاطاً احتل الهدف الإجتماعي المرتبة الثانية من بين الأهداف أي بنسبة 18.9% و21 نشاطاً كان الهدف الثاني صحي أي بنسبة 9.7% و17 نشاطاً كان الهدف تنموي أي بنسبة 7.8% و14 نشاطاً كان الهدف سياسي أي بنسبة 6.5% وأخيراً 4 أنشطة كان الهدف فني أي بنسبة 1.8% وهناك 120 نشاطاً لم يتوفر فيها هدفاً ثانياً من أصل 217 نشاطاً .

أما الهدف الثالث فقد أتت النتائج على الشكل التالي : هناك نشاطاً واحداً أتى الهدف الإجتماعي من خلاله في المرتبة الثالثة أي بنسبة 0.5% و4 نشاطات كان الهدف تنموي بنسبة 1.8 و3 نشاطات الهدف منها صحي بنسبة 1.4% ونشاطاً واحداً الهدف فني أي بنسبة 0.5% كما أن الهدف رقم 3 غاب عن 208 لنشاطات أي بنسبة 95.9% .

هذا ما يدفعنا الى التأكيد أن النسبة الأكبر من النشاطات كان هدفها إجتماعي مع إختلاف الأولوية وقد وصل عدد النشاطات ذات الطابع الإجتماعي الى 160، وعدد النشاطات ذات الطابع التنموي الى 68 والطابع الصحي الى 49، والطابع السياسي الى 41 والفني الى 12.

2.5.1 تقابل أو تقاطع الأهداف مجتمعة: (الهدف الاجتماعي)

تقاطعت الأهداف مجتمعة وقد احتل الهدف الاجتماعي كهدف أولي المرتبة الأولى مقارنة مع غيره من الأهداف.

لقد توفر الهدف الإجتماعي مع الهدف الفني في 4 نشاطات بنسبة 4.1% ومع الهدف السياسي في 10 نشاطات بنسبة 10.3% ومع الهدف التنموي في 13 نشاطاً أي بنسبة 13.4% ومع الهدف الصحي في 17 نشاطاً أي بنسبة 17.5% وقد وصل المجموع الى 44 نشاطاً أي 45.4%

الهدف الفني: عندما كان الهدف الرئيسي من النشاط هدفاً فنياً تقابل مع الاجتماعي من خلال نشاطين أي 2.1% ومع الهدف الصحي من خلال نشاطين أي بنسبة 2.1% وصل المجموع الى 4 نشاطات أي 4.1%.

الهدف السياسي: عندما كان الهدف الرئيسي من النشاط هدفاً سياسياً تقاطع مع الإجتماعي 9 نشاطات أي 9.3% ومع هدف التنمية في 3 نشاطات أي 3.1% ومع الهدف الصحي في نشاط واحد أي 1.0% وصل المجموع الى 13 نشاطاً أي 13.4%.

الهدف التنموي: عندما كان الهدف الرئيسي من النشاط تنموياً تقاطع مع الاجتماعي في 15 نشاطاً أي 15.5% ومع السياسي في 4 نشاطات أي 4.1% ومع الصحي في نشاط واحد أي 1% وصل المجموع الى 20 نشاطاً أي بنسبة 20.6%.

الهدف الصحي: لقد تقاطع الهدف الصحي كهدف رئيسي مع الاجتماعي في 15 نشاطاً أي 15.5% ومع الهدف التنموي في نشاط واحد أي 1% ووصل المجموع الى 16 نشاطاً أي

16.5%. وهكذا يمكن القول إن تقاطع الهدف الاجتماعي مع كل من الأهداف الأخرى احتل المرتبة الأولى حيث وصلت النسبة إلى 41 أي 42.3% أما الهدف الفني فقد تقاطع مع الهدف الاجتماعي والصحي وصل العدد إلى 4 أي 4.1% والهدف السياسي وصل إلى العدد 14 أي 14.4% والتنموي إلى 17 أي 17.5% وأخيراً الصحي إلى 21 أي 21.6%. وهذا ما يبرر تكرار معظم الأنشطة الاتصالية التي تم رصدها من خلال المؤسسات لأنها أعطت الأولوية إلى الأهداف الاجتماعية. وقد لاحظنا من خلال الاستطلاع أن نفس النشاط الاتصالي قد تكرر في أكثر من مؤسسة.

2.5.2 تقاطع الهدف مع الجغرافية :

- احتلت التغطية الجغرافية من حيث النشاطات للوطن ككل المرتبة الأولى ، فعلى صعيد النشاطات الاتصالية التي أرتدت هدفاً إجتماعياً وغطت الوطن ككل وصل عدد النشاطات إلى 61 أي 28.1% وأتى بالمرتبة الثانية الوطن العربي حيث وصل عدد النشاطات ذات الطابع الاجتماعي والتي غطت الوطن العربي إلى 26 أي 12% أما المحافظات فقد احتلت المرتبة الأخيرة ووصل العدد إلى نشاطين أي بنسبة 2% أما المجموع العام للتغطية الجغرافية فقد وصل العدد إلى 118 نشاطاً ذو أهداف إجتماعية أي 54.4%

- أما التغطية الجغرافية للنشاطات الاتصالية ذات الطابع الفني ، احتل الوطن المرتبة الأولى فقد وصل العدد إلى 4 نشاطات أي 1.8% واحتلت المدن المرتبة الأخيرة أي 0.5% أما المجموع فقد وصل إلى 7 أي 3.2%.

- التغطية الجغرافية بالنسبة للهدف السياسي ، كذلك احتل الوطن المرتبة الأولى حيث وصل العدد إلى 17 أي 7.8% والمرتبة الأخيرة الوطن العربي حيث كان هناك نشاطاً واحداً أي 0.5% أما المجموع العام فهو 27 أي 12.4% .

- التغطية الجغرافية بالنسبة للهدف التنموي فقد احتلت العاصمة المرتبة الأولى وقد وصل عدد الأنشطة إلى 14 أي 6.5% والوطن العربي نشاطاً واحداً أي 0.5% ووصل المجموع العام إلى 40 نشاطاً أي 18.4%.

- التغطية بالنسبة للهدف الصحي احتل الوطن المرتبة الأولى حيث وصل عدد الأنشطة الاتصالية ذات الطابع الصحي إلى 15 أي 6.9% وكل من العاصمة والأقليم 3 نشاطات أي 1.4% ووصل المجموع إلى 25 أي 11.5%.

ويكون مجموع الأنشطة الاتصالية مع كافة الأهداف والتي تغطي الوطن ككل قد وصلت إلى 110 أنشطة أي بنسبة 50.7% وبذلك تكون الأنشطة التي تغطي الوطن تفوق بنسبة كبيرة التي تغطي الأقاليم والمدن والمحافظات وغيرها ...

2.5.3 تقاطع الجمهور مع الهدف :

لقد وصل عدد الأنشطة الاتصالية ذات الأهداف الاجتماعية والتي تستهدف المرأة بشكل مباشر إلى 79 أي 36.7% والأم بأقل نسبة حيث وصل عدد الأنشطة إلى 5 أي 2.3% وتوزعت النسب المئوية الأخرى على المرأة العاملة والمرأة من خلال العائلة وفئات خاصة من النساء ووصل العدد الإجمالي إلى 117 نشاطاً أي 54.4% أما عدد الأنشطة ذات الطابع الفني والتي تطال المرأة ككل إلى 7 أي 3.3% والأنشطة ذات الطابع السياسي والتي تستهدف المرأة ككل وصل إلى 16 أي 7.4% وفي المرتبة الثانية المرأة العاملة وذلك من خلال 9 أنشطة أي بنسبة 3% ومن ثم فئات خاصة من النساء حيث وصل المجموع إلى 27 أي 12.6%.

أما الأنشطة ذات الأهداف التنموية استهدفت بالمرتبة الأولى الفئات الخاصة ووصل العدد إلى 17 أي 7.9% أما المجموع العام فقد وصل إلى 40 نشاطاً أي 18.6%.
أخيراً الأنشطة ذات الأهداف الصحية ، احتلت المرتبة الأولى المرأة ككل ووصل العدد إلى 16 أي 7.4% والمجموع العام إلى 24 أي 11.4%.

بناءً على ما تقدم يمكن القول أن عدد الأنشطة مع الأهداف المختلفة والتي تطال المرأة ككل احتلت المرتبة الأولى ووصل عددها الى 132 أي 61.4%، واحتلت الأنشطة التي تستهدف المرأة كأهم النسبة الأقل حيث وصل العدد الى 13 أي 6%.

وهذا ما يؤكد بأن معظم النشاطات تستهدف المرأة بشكل عام وليس فئات خاصة في المجتمع.

2.5.4 تقاطع أو تقارب بين المضامين :

تم تصنيف المضامين وفقاً لخمسة فئات أساسية وقد أتى التصنيف على الشكل التالي :

مشاكل عائلية- إقتصادية- سياسية- كماليات وترفيه .

وقد لاحظنا أثناء قرائتنا للاستمارات وأثناء الفرز أن هناك تقاطع بين مضمونين أو أكثر في بعض الأنشطة ، أي أن هناك مضمون أساسي وآخر ثانوي .

- المضامين التي تمحورت حول المشاكل وصل عددها الى 62 من أصل 217 أي 28.7% وقد تبين أن هناك 12 نشاطاً من بينها أجمع مع المضمون "فئة عائلي" أي بنسبة 54.5% وهناك نشاطاً واحداً تقارب مع المضمون " فئة إقتصادية" أي 4.5% حيث وصل المجموع الى 13 أي 59.1%
- المضامين التي تمحورت حول الفئة " عائلي" وصل عددها الى 63 أي 29.2% من أصل 217 نشاطاً وقد تقاربت في مضمونها مع نشاطين من فئة "إقتصادي" أي 9.1% ونشاطين من ضمن فئة "سياسي" أي 9.1% و4 أنشطة من فئة " كماليات وترفيه" أي 18.2% حيث وصل المجموع على مستوى التقارب الى 36.4%.
- المضامين التي تمحورت حول كماليات وترفيه وصل عددها الى 9 من أصل 217 وقد تقاربت في مضمونها مع نشاط واحد فقط من فئة سياسي أي 4.5%.

2.5.5 التقارب بين الهدف والمضمون:

- عندما كان الهدف إجتماعي تقارب مع المضمون "فئة مشاكل" في 40 نشاط أي 18.5% وتقارب مع المضمون " عائلي" في 34 نشاطاً أي 15.4% ومع المضمون " إقتصادي" في 19 نشاطاً أي 8.8% ومع المضمون " سياسي" في 21 نشاطاً أي 9.7% ومع الكماليات والترفيه في 4 أنشطة أي 1.9% حيث وصل العدد الى 118 أي 54.6%. أما بالنسبة للأهداف الأخرى فقد تقاربت مع المضامين ولكن بنسب متفاوتة وأقل من الهدف الإجتماعي.
- عندما كان الهدف فني تقارب مع المضمون "فئة عائلي" من خلال 3 أنشطة أي 1.4% ومع المضمون كماليات وترفيه في 4 أنشطة أي 1.9% ووصل المجموع الى 7 أنشطة أي 3.2%
- عندما كان الهدف سياسي تقارب مع المضمون من فئة "مشاكل" في 8 أنشطة أي 3.7% ومع المضمون "فئة عائلي" في 3 أنشطة أي 1.4% ومع المضمون "إقتصادي" في نشاطين أي 0.9% ومع المضمون " فئة سياسي" في 14 نشاطاً أي 6.5% حيث وصل المجموع الى 27 أي 12.5%
- عندما كان الهدف تنموي تقارب مع المضمون " فئة مشاكل" في 11 نشاطاً أي 5.1% ومع المضمون "فئة عائلي" في 5 نشاطات أي 2.3% مع المضمون " إقتصادي" في 16 نشاطاً أي 7.4% ومع المضمون "فئة سياسي" في 8 نشاطات أي 3.7% حيث وصل المجموع الى 40 أي 18.5%.
- الهدف الصحي تقارب مع المضمون فئة "مشاكل" في 3 نشاطات أي 1.4% ومع "عائلي" في 18 نشاطاً أي 8.3% ومع الإقتصادي في نشاط واحد أي 0.5% ومع السياسي في نشاط واحد أي 0.5% ومع الكماليات والترفيه في نشاط واحد أيضاً أي 0.5% حيث وصل المجموع الى 24 أي 11.1%.

يمكن القول إنه في مقارنة الهدف مع الجغرافية وفي مقارنة الجمهور باتجاه الهدف وبتقارب الهدف إتجاه المضمون إن الهدف الاجتماعي احتل المرتبة الأولى واحتلت المرأة ككل المرتبة الأولى كذلك احتل المضمون "فئة عائلي" وفئة مشاكل المرتبة الأولى وهذا ما يبرر تقاطع الهدف الاجتماعي مع الأهداف الأخرى.

2.5.6 مقارنة المنفذ باتجاه الممول :

وصل عدد الأنشطة التي نفذتها جهات حكومية الى 29 نشاطاً أي 13.4% وقد شارك في تمويلهم جهات حكومية ودولية، الجهات الحكومية قامت بتمويل 23 نشاطاً والجهات الدولية مولت 6 أنشطة، المجموع 29 أي 14.1% .

- أما عدد الأنشطة التي نفذتها جهات خاصة وصل عددها الى 173 نشاطاً وساهم في التمويل جهات حكومية وخاصة ودولية، وقد غطت الجهات الحكومية مالياً 14 نشاطاً والخاصة 127 أي 62% والدولية 20 نشاطاً ووصل المجموع الى 161 أي 78.5%.
 - أما عدد الأنشطة التي نفذتها جهات خارجية فقد وصل العدد الى 15 من أصل 217 وقامت بتمويلها جهات خارجية أي بنسبة 7.3%.
- نلاحظ ان عدد النشاطات التي مولتها ونفذتها جهات خاصة تفوق بنسبة كبيرة الجهات الحكومية والخارجية والخاصة. وهذا يؤكد غياب القطاع الرسمي بنسبة كبيرة عن تمويل وتنفيذ المشاريع التي تستهدف المرأة. أما القطاع الخاص فهو الأبرز في هذا المجال.

2.5.7 مقارنة المنفذ باتجاه المشاركين:

- المنفذ حكومي (العدد 29) وصل عدد الأنشطة التي شاركت فيها جهة واحدة الى 22 نشاطاً وجهتين الى 7 أنشطة أي 13.4%.
- المنفذ جهة خاصة (العدد 173) وصل عدد الأنشطة التي شاركت فيها جهة واحدة الى 106 وجهتان الى 59 نشاطاً وأكثر من جهتان الى 8 أنشطة أي بنسبة 79.7% .
- المنفذ جهة خارجية (العدد 15) وصل عدد الأنشطة التي شاركت فيها جهة واحدة الى 4 أنشطة وجهتان الى 6 أنشطة وأكثر من جهتان الى 5 أنشطة أي بنسبة 6.9%. نلاحظ أن الجهة الواحدة كمشاركة احتلت المرتبة الأولى ووصل العدد الى 132 أي 60.8%.

2.5.8 مقارنة المنفذ باتجاه التقييم:

- المنفذ جهة حكومية (29 نشاطاً) من بينهم 22 نشاطاً تم تقييمهم و 5 أنشطة لم يتم التقييم المجموع 27 أي 13%.
 - المنفذ جهة خاصة (173 نشاطاً) من بينهم 129 نشاطاً تم تقييمهم و37 نشاطاً لم يتم التقييم المجموع 166 أي 80.2%.
 - المنفذ جهة خارجية (العدد 15) من بينهم 12 تم تقييمهم ونشاطين لم يتم تقييمهم. المجموع 14 أي 6.8%.
- مجموع النشاطات التي تم تقييمها 163 أي 78.7% و44 لم يخضعوا للتقييم أي 21.3% ولكن لا يمكننا الجزم بأن التقييم الذي قامت به المؤسسات هو تقييم فعلي ففي كثير من الأحيان يخضع التقييم لمعايير استنسابية وشخصية بسبب المنافسة.

2.5.9 مقارنة نوع النشاط باتجاه تاريخه:

- على ضوء نتائج المسح، تبين انه عندما كان نوع النشاط المعتمد "تفاعل مباشر" أي بمعنى آخر اتصال مباشر ووجهي، وصل عدد الأنشطة التي تم تقييمها أثناء القيام بالنشاط الى 46، وبعد انتهاء النشاط الى 11 وتقييم سنوي الى 3 ويكون المجموع 60 نشاطاً أي بنسبة 45.8%.
- وعندما كان نوع النشاط المعتمد "مطبوعات" وصل عدد الأنشطة التي تم تقييمها اثناء القيام بالنشاط الى 27 وبعد الانتهاء من النشاط الى 8 والتقييم السنوي الى 11 ويكون المجموع قد وصل الى 46 أي 35.1%.

- وعندما كان نوع النشاط المعتمد "مرئي ومسموع" وصل عدد الأنشطة التي تم تقييمها أثناء النشاط الى 15 وبعد الانتهاء من النشاط وصل العدد الى 8 والتقييم السنوي الى اثنين اما المجموع فقد وصل الى 25 أي 19.1%.

تجدر الإشارة الى ان عدد الأنشطة التي تم تقييمها هي 163 نشاطاً من اصل 217 اما عدد النشاطات التي خضعت للتقييم وذكرت تاريخ التقييم فقد وصل عددها الى 131 ، والملاحظ ايضاً ان عدد الأنشطة التي تم تقييمها اثناء القيام بالنشاط احتلت المرتبة الاولى حيث وصل العدد الى 88 أي بنسبة 67.2% من أصل 131 نشاطاً.

2.5.10 مقارنة تاريخ التقييم باتجاه المعايير:

- أثناء القيام بالنشاط (العدد 76) تقاطع هذا التاريخ في 14 نشاطاً مع معايير إعلامية وفي 25 نشاطاً حيث كانت المعايير إحصائية وفي 37 نشاطاً حيث كانت المعايير المعتمدة للتقييم داخلية. المجموع 76 أي 65%.
- بعد الانتهاء من النشاط (العدد 26) تقاطع هذا التاريخ في 9 نشاطات مع معايير إعلامية، وفي 4 نشاطات حيث كانت المعايير إحصائية وفي 13 نشاطاً حيث كانت المعايير داخلية. المجموع 26 أي 22.2%.
- التقييم السنوي (العدد 15) تقاطع هذا التاريخ في 4 نشاطات مع معايير إعلامية وفي 6 أنشطة مع معايير إحصائية وفي 5 أنشطة مع معايير داخلية. المجموع 15 أي 12.8%.
- يمكن القول أنه من ضمن 117 نشاطاً، هناك 55 نشاطاً أي بنسبة 47% اعتمدت في التقييم على معايير داخلية و35 على معايير إحصائية و 27 على معايير إعلامية. وهنا نطرح السؤال أن هذه المعايير الداخلية المعتمدة كانت أيضاً متفاوتة لأنها ارتبطت بطبيعة المؤسسة والقيمين عليها.

2.5.11 مقارنة المعايير باتجاه النتائج:

- عندما كانت المعايير إعلامية (العدد 20) توزعوا كالتالي: 17 نشاطاً كانت الاجابة ايجابية و3 أنشطة الاجابة وسط. أما المجموع فهو 20 أي 19.4%.
- المعايير إحصائية (العدد 35) توزعوا على 31 نشاطاً كانت الاجابة ايجابية و 4 أنشطة الاجابة وسط. المجموع 35 أي بنسبة 34%.
- المعايير داخلية (العدد 48) توزعوا على 44 نشاطاً حيث كانت الاجابة ايجابية و 4 أنشطة حيث كانت الاجابة وسط. % ويكون بذلك المجموع العام للنشاطات التي كانت النتائج ايجابية من خلالها ومن ضمن المعايير الثلاث وصل الى 92 أي 89.3%، وعدد الأنشطة التي كانت النتائج وسط 11 أي 10.7% حيث وصل مجموع النشاطات التي تم تقييمها بين ايجابي ووسط الى 103 من أصل 217 بناءً على هذه النتائج يمكن الجزم بأن النتائج ترتبط ارتباطاً مباشراً بالمعايير المعتمدة. لذلك لا ندري الى أي مدى كانت هذه النتائج ايجابية. وإذا ما كانت المعايير المعتمدة علمية وموضوعية.

2.5.12 مقارنة بين أنواع الانجازات:

بناءً على نتائج المسح تبين لنا أن نوع الانجازات كانت متنوعة من ضمن 130 نشاطاً حققوا انجازات من خلال نشاطاتهم، هناك 10 نشاطات تضمنت أكثر من نوع من الانجازات واتت نتائجها على الشكل التالي:

9 نشاطات كان الإنجاز المعنوي هو الأساس تقاطعت مع الإنجاز المادي في أربع نشاطات ومع الإنجاز الذي صنف ضمن فئة "طبيعية" في 5 نشاطات ويكون المجموع 9 أنشطة أي بنسبة 90% .

أما عندما كانت الإنجازات المادية هي الأساس فقد تقاطعت مع الإنجازات التي صنفت "طبيعية" في نشاط واحد أي بنسبة 10% .
ونضيف الي ان الانجازات المعنوية احتلت المرتبة الاولى فقد وصل عددها الى 71 من أصل 131 نشاطاً.

2.5.13 مقارنة بين نتائج التقييم باتجاه الانجازات:

- النتائج ايجابية (العدد 61) وصل عدد الأنشطة التي كانت نتائجها ايجابية الى 61 نشاطاً. توزعوا على 26 نشاطاً كان الانجاز معنوي وعلى 14 نشاطاً كان الانجاز مادي و21 نشاطاً الانجاز من ضمن فئة طبيعية. (المجموع 61 أي 89.7%).
- النتائج وسط (العدد 7) توزعوا على نشاطين حيث كان الانجاز معنوي ونشاطين كان الانجاز مادي و3 أنشطة كان الانجاز "طبيعية". (المجموع 7 أي 10.3%).
من هنا نؤكد على ان عدد الانجازات التي كان طابعها معنوي ونتائجها ايجابية احتلت المرتبة الاولى.

2.5.14 مقارنة بين النتائج والتحديات:

- النتائج ايجابية (العدد 42) تقاطعت مع التحديات على الشكل التالي: 4 أنشطة حيث كانت التحديات مادية و38 نشاطاً حيث كانت التحديات طبيعية. (المجموع 42 أي 91.3%).
- النتائج وسط (العدد 4) تقاطعت هذه النتائج من ضمن نشاطين حيث كانت التحديات مادية ومن ضمن نشاطين ايضاً حيث كانت التحديات طبيعية. (المجموع 4 أي 8.6%).
وتجدر الاشارة هنا الى ان التحديات الطبيعية تضمنت تحديات اجتماعية وتحديات سياسية واقتصادية وغيرها. وقد احتلت التحديات المادية في النشاطات المرصودة المرتبة الاولى وقد وصل عدد الانشطة التي تضمنت تحديات مادية الى 80 نشاطاً من أصل 217 .

2.5.15 مقارنة بين التحديات:

بناءً على النتائج المذكورة في التحديات وصل عدد الانشطة التي ورد من خلالها أكثر من تحدي الى 16 نشاطاً هناك 11 نشاطاً حيث اعتبرت التحديات الثقافية كتحدي اساسي وتقاطعت مع التحديات المادية في 7 نشاطات ومع تحديات انعدام الثقة في 4 نشاطات. أما الانشطة التي اعتبرت التحدي المادي كأولوية فقد وصل عددها الى 5 أنشطة من حيث التقاطع والتقابل مع التحديات الاخرى وتوزعت على نشاطين مع التحدي الثقافي و3 أنشطة مع تحدي انعدام الثقة.

2.5.16 خلاصة التحليل:

عمدنا أن نركز في نتائج المسح على نتائج كل متغير لوحده في جداول تحليل النتائج تم التركيز على تقابل وتقاطع كل متغيرين معاً. فمثلاً في الأهداف ان الجدول "هدف 1" هو عبارة عن فرز مفرد والجدول "هدف 2" هو تجميع بين الاهداف والجدول "هدف 3" هو جدول تحليلي وعبارة عن تقابل وتقاطع بين الاهداف مجتمعة. كذلك بالنسبة لسؤال التحديات ففي الجدول "تحديات 1" هو عبارة عن فرز وفي الجدول "تحديات 2" هو عبارة عن عدد المضامين التي اعطيت ضمن الاستمارة الواحدة.

أما الملاحظات التي يمكن أن نسوقها على ضوء نتائج الدراسة فهي التالية:

- تتكثف النشاطات خلال شهر آذار من كل عام نظراً لتعدد المناسبات في عيد الطفل الى عيد الام الى اليوم العالمي لحقوق المرأة. وهذا ما يبرر انتهاء النشاط مع انتهاء المناسبة، حيث وصل عدد الانشطة التي كانت لمرة واحدة الى 84 نشاطاً من أصل 217 نشاطاً. بمعنى آخر ليس هناك متابعة لنفس النشاط.

- بالنسبة لبداية النشاط: تكثفت خلال عامين 2002-2003 حيث وصل العدد الى 142 من أصل 217. وقد لاحظنا تراجعاً في عدد الانشطة عام 2004 وهذا ما تظهره نتائج الدراسة.
- لقد فاق عدد العاملات النساء عدد الرجال حيث وصل عدد الإناث العاملات الى 300 من أصل 350 وهذا أمر طبيعي نظراً لطبيعة العمل الذي يستهدف المرأة أكثر من الرجل.
- في الاهداف: لقد احتل الهدف الاجتماعي المركز الاول حيث وصل عدد الاستثمارات التي توفر فيها الهدف الاجتماعي كهدف أولي وأساسي الى 118 من أصل 217 وقد لاحظنا التكرار في مضامين الانشطة بين كثير من المؤسسات وخاصة على صعيد البرامج التلفزيونية والاذاعية، وايضاً بين الجمعيات والمؤسسات الاهلية.
- في نوع النشاط: لقد وصل عدد الانشطة الذي تضمنتها فئة "تفاعل مباشر" الى 100 نشاطاً من أصل 217 أي بمعنى آخر الاتصال المباشر معرض ودورة تدريبية ومؤتمر وورش عمل ومهرجان الخ... وهذا ما يبرر عدم تكرارية النشاط، حيث نلاحظ الارتباط المباشر بين النتائج المتعلقة بدورية النشاط ونوع النشاط.
- في التنفيذ: نلاحظ ان عدد الانشطة التي قامت بها جهات خاصة وصل عددها الى 173 وتغوق الجهات الحكومية والدولية كذلك الامر بالنسبة للتمويل. حيث وصل عدد الانشطة التي تقوم بتمويلها جهات خاصة الى 127 وهذا ما يبرر ايضاً عدم تكرار او استمرار بعض النشاطات كما ان غياب الدولة عن التمويل يمكن اعتباره مبرراً آخر ولا يمكن معرفة دقة المعلومات حول مصدر التمويل نظراً للتكتم في الاجابة عن هذا السؤال.
- في التقييم: هناك 114 من أصل 217 أجابوا بنعم ويعتمدون في التقييم على نفس الجهة التي قامت بالنشاط ومن بينهم ايضاً 61 يعتمدون على معايير داخلية وهذا ما يدفعنا الى التساؤل حول مدى جدية التقييم وما اذا كان التقييم استثنائياً أم لا ؟ أما الذين لم يعطوا اجابة عن هذا السؤال فإما بسبب طبيعة السؤال المركب أو عمداً.

2.6 المرحلة السادسة: المقترحات والتوصيات

- لاحظنا أن البرامج والمشاريع التي تتوجه وتستهدف المرأة في مجال الاعلام هي في غالبيتها موسمية ومكررة في كثير من الاحيان وكانت اهدافها عامة.
- غياب الخطط والاستراتيجيات عن المشاريع التي تستهدف المرأة.
- الصعوبات المادية كانت في أغلب الاحيان هي العائق الاساسي لاستمرار المشروع وهذا ما دفع بالكثير من المؤسسات الى اعتماد برامج محددة وموسمية.
- لم نلاحظ أي متابعة جدية لأي برنامج أو مشروع يستهدف المرأة باستثناء المشروع التي قامت به منظمة الاونسكو والنشاطات التي قامت بها وزارة الشؤون الاجتماعية وجمعية تنظيم الاسرة.
- غياب الخطط والاستراتيجيات التي تستهدف المرأة في القطاع الحكومي أي من جهة الوزارات.
- عدم توفر المعلومات الدقيقة والكاملة حول مدى نجاح أو فشل أي مشروع ايّ كانت الجهة التي نفذته. لأن الاستثمار التي اعتمدها تشكل مدخلاً للتعرف على نوعية البرامج والمشاريع المتوفرة. خصوصاً ان الاستثمارة توجهت الى المسؤولين عن هذا النشاط وليس الى المرأة بحد ذاتها.
- على مستوى المؤسسات الاعلامية كالصحف والاذاعات والتلفزيون، غابت البرامج التي تستهدف المرأة عن المؤسسات الاعلامية التابعة للدولة نظراً لضعف الامكانيات المادية وهذا ما يؤكد ضعف المؤسسات الاعلامية التابعة للدولة، أما المؤسسات

الاعلامية الخاصة فإن برامجها تخضع لسلطة المال والاعلانات وهذا ما يبرر تشابه البرامج على كافة المحطات التلفزيونية التي تتمحور مضامينها حول الجمال والازياء وغيرها.

- غياب المرأة الأم عن النشاطات الاعلامية باستثناء مجلة الام الحديثة الصدور والوحيدة التي تهتم بشؤون وقضايا المرأة كأم وزوجة وهذا ما يستدعينا للتوقف عند هذه المجلة كمشروع مستقبلي يمكن العمل عليه بشكل جدي وذلك عن طريق اعداد صحافيين في كتابة هذه المواضيع والتي تطال المرأة مباشرة.
- بعدما تم الاتصال بمنظمة الصحة العالمية تبينا لنا انهم بصدد اعداد مشروع متكامل يعنى بمشاكل المرأة كأم وزوجة على ضوء الدراسات التي قاموا بها وهم بصدد التحضير لهذا المشروع مع جمعية Feel وهيئة مناهضة العنف ضد المرأة بالتعاون مع اخصائيين وتقنيين في هذا المجال حيث يودون القيام بحملة اعلامية متكاملة مبنية على دراسات احصائية وهذا مرتقب للعام المقبل وقد أبدوا استعداداً كبيراً للتعاون في أي مجال يطال المرأة.
- تدريب الصحافيين على استيعاب قضايا النساء وأحوالهن الشخصية التي تتطلب صدور قانون مدني بهذا الشأن.
- خلق برامج وأنشطة ذات بعد استراتيجي وهاذف تستهدف فئات خاصة من النساء وليس المرأة بشكل عام.

أخيراً أود القول بأن العمل الذي قمنا به هو عبارة عن حقل توثيقي يمهد لعمل ميداني يخدم اهداف المنظمة خصوصاً اننا نجهل مدى تأثير أي نشاط من النشاطات التي تم رصدها على المرأة الهدف، خصوصاً ان نتائج الاستثمارات لم توضح لنا واقع المرأة الحقيقي داخل المجتمع، لأن الاستثمار كانت لتحديد نوعية النشاطات التي تتوجه للمرأة. لذلك فإن من أهم أهداف العمل المقترحة هو التوجه الى المجتمع نفسه بالسؤال حول الحاجات والتطلعات (أي حاجات وتطلعات المرأة).