



منظمة المرأة العربية  
Arab Women Organization

## واقع الأنشطة الاتصالية الموجهة للمرأة في الجمهورية اليمنية

د/ رؤوفة حسن  
(أمة الرؤوف الشرقي)

## 1. المقدمة

ارتبطت التنمية في اليمن أساساً بالخلاص في البداية من الحكم الإمامي التي كانت المحافظات الشمالية ترزح تحت سيطرته الانعزالية هذا الخلاص كلف حرباً أهلية طالت حتى إطلالة السبعينات حيث منح السلام و الإستقرار وقتها فرصة للتخطيط و الدخول في برامج التنمية و التحديث .

والوضع متشابه الى حد كبير في المحافظات الجنوبية والشرقية قبل الوحدة التي مرت بفترة حرب طويلة ضد الاستعمار البريطاني سواء في مستعمرة عدن أو في المناطق التي كانت تسمى المحميات طبقاً لإتفاقيات الحماية الاستعمارية والتي كان جوهرها يصب في تحييد قدرة هذه المناطق على التغيير أو الارتباط بالعالم وفي نفس الوقت حرمانها من أي مشاريع للتنمية بسبب قلة المصادر وتعذر الحصول على الدعم الدولي.

و لا يختلف حال الوسائل الإعلامية عن غيرها من وسائل الحياة المختلفة .. فقد كانت الوسائل الإعلامية المسموعة و المرئية و ما تزال ملكية كاملة للدولة قبل الوحدة وبعدها و تقع وكالة الأنباء أيضاً في هذا المجال. ولا تخضع للملكية الخاصة أو الحزبية الا بعض من الوسائل المكتوبة وهي الصحف و دور النشر التي قد يملكها قطاع خاص أو حزبي. حيث أن القانون قد سمح ونظم في إطار الكلمة المكتوبة وجود الملكية الخاصة والحق في تعددها طبقاً للنصوص التي تتحدث عن الديمقراطية والتعددية السياسية .

و تقع وسائل الإعلام الإذاعية و التلفزيونية و بعض الصحف و وكالة الأنباء تحت إشراف وزارة الإعلام و ضمن إدارات مؤسساته، من ذلك مؤسسة الإذاعة و التلفزيون و مؤسسة الثورة و مؤسسة الجمهورية و مؤسسة 14 أكتوبر للصحافة و وكالة سبأ للأنباء .

و خلال السنوات الأولى للوحدة تم تحقيق عملية دمج المؤسسات الإعلامية المختلفة للدولتين السابقتين للوحدة و خلال هذه الفترة حدث تنوع غير عادي في الصحافة المكتوبة و تزايد لم يكن متوقفاً في عدد الصحف و المجلات اليمينية اليومية و الأسبوعية و الشهرية فمن خمس صحف يومية قبل الوحدة إلى ما يزيد عن 117 صحيفة يومية و أسبوعية .

و لم يحدث تغير يذكر في إطار الإذاعة و التلفزيون التي استمرت محصورة الملكية على الدولة و مؤسساتها و إن كانت قد حدثت محاولات متعددة لاستصدار تراخيص بإنشاء قنوات إذاعية أو تلفزيونية لكنها لم تتم حتى الآن لعدد من الأسباب أغلبها مرتبطة بالقوانين وبعضها مرتبطة في شك الجهات الرسمية بقدرة الجهات الطالبة للترخيص على تسيير العمل في هذه القنوات وبالذات تغطية تكاليفها ونفقات تشغيلها الكبيرة.

## 2. التعريفات والمفاهيم:

في البداية لا يمكن الدخول في التفاصيل للحديث عن شيء دون تحديد المقصود به والتأكد من وضوح خط التفكير تجاهه. لهذا يتم هنا التعرض أولاً للمعاني والاستخدامات القائمة في اليمن للكلمات التي يحملها هذا التقرير.

ففي الواقع نجد أن الإعلام Information or Communication ( أو الاتصال أو التواصل) ممكن الفهم اصطلاحاً وتنفيذاً -بغض النظر عن أي كلمة يتم استخدامها من هذه الكلمات ، حيث تتم صناعة سياسات إعلامية متعددة في اليمن، طبقاً لخبرات الجهات المختصة بها و خلفياتهم.

إلا أن الدفاع والمناصرة Advocacy و نشر المعلومات أو التعريف بها Dissemination ، قد صارت أيضاً مصطلحات جديدة مضافة جرى دخولها إلى اللغة العربية والفكر في اليمن في السنوات العشر الأخيرة ويدور حولها كثير من الخلط واللغظ وبالتالي التضارب في التطبيق.

فبرامج الاعلام او الاتصال التي تقوم بها اللجنة الوطنية للمرأة في اليمن تسمى برامج الدعوة لمناصرة المرأة ويدخل فيها المطبوعات والانشطة الاتصالية المختلفة التي تستهدف الحشد والتأييد والتعريف بقضايا النساء المختلفة.

ويعود ذلك إلى حقيقة أن المعاني السائدة لهاتين الكلمتين في العالم وما تحملانه بالعربية من مضامين وأغراض متعددة قد جعلنا نجدتها مستخدمة في عدد من المنظمات غير الحكومية في اليمن بوصفها البرامج أو الحملات الاعلامية المتخصصة والتي تهتم بقضايا النساء والدفاع عنها. وهي لغة اصطلاحية سائدة في اليمن على نحو خاص في كل عمليات التوعية والاعلام المناهضة للعنف ضد النساء.

ومع ذلك فإن الترجمة من الإنجليزية تجعلنا نجد أن المعنى القاموسي لكلمة (Dissemination) هو بث أو نشر أو إشاعة. وطبقا للقاموس أيضا فإن الفعل للقائم بهذه العملية (Disseminate) في اللغة العربية هو بذر أو نشر أو إشاعة. وهي كلمات في الاستخدام اليومي بالعربية تحمل معاني محددة بأنشطة قائمة يصعب استخدامها لغرض جديد دون أن تسبب لبسا للمستخدمين لها ناتج عن معناه السائد الذي ليس له صلة بالمعنى الجديد الذي يحتاج إلى اشتقاق لغوي وليس الترجمة الحرفية.

ففي الحقيقة أن هذا المصطلح أساسا في اللغة الإنجليزية هو نفسه اشتقاق. فقد اشتق من (Disseminule) التي تعني فسخه أي جزء يؤخذ من شيء حي (كالنبات أو الحيوان) ويكون الجزء قادر على النمو أو التكاثر بنفسه كالبذرة. وتتضارب الاستخدامات لهذه الكلمة في الساحة اليمنية بين من يستخدم كلمة التعريف ومن يستخدم كلمة النشر. وبسبب شيوع استخدام كلمة النشر وارتباطه بعملية الطباعة فإنه يندر باللغة العربية ترجمة كلمة Dissemination على أنها النشر بمفردها بل أنه في حالة استخدامها كذلك يتم إردافها بالكلمة الأجنبية أو يتم القول "نشر المعلومات" كما في وثائق الأمم المتحدة باللغة العربية.

بينما تقال الكلمة أيضا بالأجنبية في كثير من الحالات مع قصد عملية النشر والتوزيع معا. وتستخدم بعض الأدبيات في اليمن كلمة "التعريف" بحيث تجعل العملية غير قائمة على فعل نشر المعلومة بل التعريف بالمعلومة باستخدام كل تقنيات النشر والتوزيع والاستيعاب والتأكد من التعرف عليها. وبما أن هذا هو واقع الحال فإن التقرير هذا سوف يورد الكلمة مضيغا إليها الكلمة الانجليزية حينما ترد. حتى تقوم لجنة الخبراء في المنظمة بتحديد المعنى الاتصالي الأفضل لها.

وتقوم هذه الدراسة بتبني المصطلحات التي اتفق عليها مجموع الخبراء الاتصاليين من العالم العربي الذي يعملون في هذه الدراسة لمنظمة المرأة العربية وهو أن المسح الذي يتم في اليمن هو للنشاط الاتصالي، حتى لو كانت تسميته دفاع ومناصرة Advocacy، أو كانت تسميته تعريف وبث Dissemination.

و بذلك فإن النشاط الاتصالي الذي نقدم هذا التقرير عنه هنا هو النشاط (الاعلامى - المجموعة الصغيرة - الوجهى - الوسائط المتعددة) المنتظم و المتكرر أو الموسمى، الذي تقوم به المؤسسات والافراد والمنظمات والجمعيات واللجان بما يشمل الأبحاث والدراسات التي تهتم بالمرأة وقضاياها فى الدول العربية.

### 3. الاستراتيجيات الإعلامية فى الدولة المخصصة للمرأة وقضاياها:

بالرغم أن برنامج عمل مشترك لمتابعة منهج العمل الصادر عن بيجين قد تم إقراره من قبل مجلس وزراء الشؤون الاجتماعية العرب التابع لجامعة الدول العربية، والتزمت به كل من وزارة الشؤون الاجتماعية والتأمينات في اليمن وكذلك اللجنة الوطنية للمرأة التابع للمجلس الأعلى للمرأة الذي يرأسه رئيس مجلس الوزراء، إلا أن هذا البرنامج قد ركز على

ثلاث أولويات هي الفقر (كبعد اقتصادي ) والمشاركة في صنع القرار (كبعد سياسي ) والمرأة والعائلة (كبعد اجتماعي ) فقط .

أما ما يخص الجزء من البرنامج المتعلق بالنقطة التاسعة لمنهاج العمل وهي استخدام وسائل الاتصال لتغيير الأدوار الاجتماعية وتحقيق المساواة بين النساء والرجال فلم يتم التركيز عليه وبالتالي فإن وزراء الإعلام العرب ووسائل الإعلام الرسمية حتى الآن لم يتم العمل فيما بينها ضمن برنامج عمل أو حتى اتفاقيات مشتركة تضع المعايير والمنطلقات التي تهدي على الأقل، هذه الوسائل إلى السير في الطريق الأقل ضررا بالنسبة للنساء. ولهذا السبب لا نجد أي استراتيجية إعلامية مخصصة للنساء وقضاياهن، بل نجد إشارة هنا وهناك في الاستراتيجيات المختلفة التي تشمل النساء ككل أو التي تتوجه نحو ادماجهن في التنمية.

يتركز العمل في مجال الإعلام الذي يتعلق بالنساء في اليمن من خلال نافذة رئيسة واحدة هي الحلقات أو ما يسمى بالبرامج الإذاعية والتلفزيونية الموجهة للنساء أو للأسرة، وأحيانا للنساء والطفل. وهي شبه يومية في الإذاعات، وأسبوعية في القنوات المرئية. وتظهر على شكل صفحات موجهة للنساء أو للأطفال أو تسمى موجهة للأسرة في الصحف الحكومية أو الحزبية أو الخاصة. وهذه الجهود في الغالب تنحو إلى مخاطبة النساء كشريحة واحدة لا تميز بين ساكنات المدن عن الريف ولا بين المتعلقات عن الأميات ولا الصغار منهن عن الكبار.. الخ. وهي في الصحف والمجلات موجهة بحكم الوسيلة وامكانياتها للمتعلقات حصرا.

ورغم الجهود التي تبذلها جهات مختلفة ومتعددة في اليمن وبالذات المرتبطة بالأمم المتحدة لتوسيع دائرة الفهم الصحيح للقضايا المرتبطة بالنساء يمكن معه التركيز على هذه القضايا بتوازن مع قضايا الرجال والمجتمع ككل، إلا أن الواقع الراهن في اليمن يثبت أنها لا تزال واحدة من أكثر المناطق حاجة إلى الجهود في هذا المجال.

وقد حدد منهاج العمل الصادر عن بيجين سلسلة من الإجراءات التي يتعين التزام الحكومات العربية بتنفيذها كطرف أول وكذلك من جانب شبكات وسائط الإعلام الوطنية والدولية كطرف ثان إضافة إلى المنظمات غير الحكومية والرابطات المهنية لوسائط الإعلام. وتشتمل المواد 239 على ثمان نقاط يتعين على الحكومات الالتزام بها، في هذه النقاط ما يمكن للحكومات العربية تنفيذه دون إبطاء ودون صعوبات من ذلك ما يلي:

- دعم البحث في جميع الجوانب المتعلقة بالنساء والوسائط الإعلامية بقصد تحديد المجالات التي تحتاج إلى اهتمام وعمل ، واستعراض سياسات وسائط الإعلام العربية القائمة لكي يدمج فيها منظور يراعي الفروق بين الجنسين.
- السعي التي تحقيق التوازن بين الجنسين في مجال التعليم والتدريب الإعلامي وفي مجال التعيين الوظيفي في جميع الهيئات الاستشارية أو الإدارية أو التنظيمية أو الهيئات المتصلة بوسائط الإعلام الخاصة والحكومية والعامه.
- تشجيع وسائط الإعلام على الامتناع عن تصوير النساء على أنهن مخلوقات أدنى منزلة من الرجال واستغلالهن كمادة وسلعة بدلا من إظهارهن كعناصر بشرية خلاقة وأساسية ومساهمة في عملية التنمية ومستفيدة منها.

لكننا نجد أن هذه النقاط متبعثرة ومتوزعة في استراتيجيات متعددة وبشكل لا يمكن القول ان له طابع التخصص أو إمكانية المتابعة أو ضمان التقييم. حيث نجد الجزء الاعلامي الذي يمكن توقع ارتباطه بالنساء في **الاستراتيجية الوطنية للتخفيف من الفقر** على النحو التالي:

## البرامج والمشاريع ذات الأولوية طبقا للاستراتيجية:

- **مشروع التوعية الإعلامية للسكان:** تعزيز دور الإعلام وتطوير البرامج والجهود المبذولة لنشر الوعي السكاني حول تنظيم الأسرة وتشجيع تناول كافة القضايا السكانية من خلال وسائل الإعلام.
- **مشروع التوعية الدينية:** توعية علماء الدين والخطباء والموجهين بالقضايا السكانية وخلق وعي إيجابي بينهم حول هذه القضايا ووضع دليل للخطباء والمرشدين.
- **مشروع التوعية السكانية في أوساط الشباب والكشافة والمرشديات:** تنمية الوعي لدى الشباب وتعزيز دور الكشافة والمرشديات في التوعية بأهمية تنظيم الأسرة من خلال تضمين القضايا السكانية في أنشطة واهتمامات الكشافة والمرشديات.
- **مشروع التوعية السكانية لأفراد القوات المسلحة والأمن:** تضمين القضايا السكانية في خطة التوعية للقوات المسلحة وتدريب وتأهيل أفراد التوجيه المعنوي للقيام بالتوعية السكانية.

وكما هو واضح في النص فإن النساء يقعن ضمن الشريحة المقصودة إجمالاً ولا يوجد برامج توعية إعلامية سكانية أو دينية مذكورة، موجهة اليهن خصيصاً بل نجد ذكرهن محدد في فئة المرشديات الكشفيات، كما نجد استبعادهن واضحاً في النص على علماء الدين والخطباء والمرشدين الذين هم في الغالب من الذكور في اليمن. والحال نفسه بشأن القوات المسلحة والأمن الذي لا توجد به سوى وحدات قليلة من النساء في مجال الشرطة.

وبحسب استمارات المسح الاتصالي التي تمت لكل من المجلس الوطني للسكان ولوزارة الأوقاف ولوزارة الشباب والرياضة التي تشمل المشاريع التوعوية الثلاثة الأولى التي أشارت إليها الاستراتيجية الوطنية للتخفيف من الفقر فقد وجدنا نتائج نوردتها في القسم الخاص بالمشروعات والبرامج الإعلامية وبرامج الاتصال المباشر(الوجهي) التي تبناها الوزارات ومخصصة للمرأة وقضاياها.

**الاستراتيجية الوطنية لعمل المرأة** كثمرة من ثمار التعاون بين وزارة العمل والتدريب المهني والوزارات المختلفة والقطاع الأهلي من جهة ومنظمة العمل الدولية وصندوق الأمم المتحدة الإنمائي للمرأة والاتحاد الأوروبي من جهة أخرى لتصب في مجرى الجهود المستمرة لتطوير المرأة وتحسين مستوى معيشة كافة شرائح المجتمع اليمني. وقد استندت الاستراتيجية في صيغتها النهائية على مسودة الاستراتيجية المقدمة من فريق العمل الوطني بدعم من منظمة العمل الدولية وصندوق الأمم المتحدة الإنمائي للمرأة ونتائج نقاش اللقاء الموسع المنعقد في فبراير 2000، وكذا الدراسات والأبحاث والتوصيات المقدمة في عدد من ورش العمل والندوات الخاصة بالمرأة.

وفي الهدف الرابع الذي يتجه نحو رفع الوعي تجاه عمل المرأة يضع النقاط الخمس التالية كأهداف فرعية لازمة لتحقيق هذا الوعي :

- تحسين نظرة المجتمع نحو عمل المرأة وأهمية مشاركتها في الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية.
- زيادة وعي المرأة بحقوقها الاقتصادية والقانونية وسبل تحقيقها.

- تفعيل دور وسائل الإعلام المختلفة في التوعية بقضايا المرأة وتبصيرها بحقوقها وبالتشريعات والقوانين التي تخدمها.
- التوعية بأهمية الصحة والسلامة المهنية للمرأة العاملة.
- تعزيز دور منظمات المجتمع المدني في خلق بيئة مناسبة لعمل المرأة.

### **وتكون البرامج والإجراءات التالية هي ما تتم النية لتحقيقه:**

- وضع خطة توعية إعلامية لتشجيع إقبال المرأة على العمل والتدريب المهني وتغيير النظرة السلبية إزاءهما.
- تصميم برامج تلفزيونية وإذاعية موجهة للمرأة العاملة بمشاركة الجهات الحكومية وغير الحكومية.
- تعميم وشرح معايير العمل العربية والدولية بشأن المرأة العاملة وذلك بمختلف الوسائل المتاحة.
- تبصير المرأة العاملة بالمخاطر التي قد تواجهها في بيئة العمل وأثناء ممارستها لبعض المهن وتعليمها كيفية الوقاية من هذه المخاطر.
- توعية أصحاب العمل وممثليهم بكافة الحقوق المنصوص عليها في الوثائق والأدبيات المحلية والعربية والدولية الخاصة بالمرأة العاملة.
- إعداد برامج تلفزيونية وإذاعية خاصة بمحو الأمية (الأبجدية والقانونية) وبنها وإذاعتها في أوقات مناسبة.
- إصدار نشرة دورية خاصة بعمل المرأة في اليمن.
- توعية أصحاب العمل بمشاركة المرأة المعاقة وإدماجها في المجتمع.

### **كما تم تحديد الفئات المستهدفة بطموح كبير على النحو التالي:**

- المجتمع بكافة قطاعاته وشرائحه.
- المرأة العاملة.
- المرأة المعاقة.
- أصحاب العمل.

### **ولمزيد من الدقة فإن الجهات المعنية هنا هي:**

- وزارة العمل والتدريب المهني.
- وزارة التأمينات والشئون الاجتماعية.
- المنظمات غير الحكومية المعنية بتنمية المرأة وخاصة المعاقة.
- الاتحاد العام لنقابات عمال الجمهورية.
- وزارة الإعلام.
- المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون.
- الصحف والمجلات الحكومية.
- وسائل الإعلام الجماهيرية وأجهزة المجتمع المدني.
- الاتحاد التعاوني الزراعي.

لكن هذه الاستراتيجية حالها حال الكثير من الاستراتيجيات اليمنية التي تفتقد الأنشطة التنفيذية الواضحة والآليات الدقيقة التي تترجم والتمويل اللازم لتطبيقها وهكذا تكون مجموعة من الافكار الجيدة التي تدل على حالة من الوعي بالمشكلة وفصور في آليات

التنفيذ، وهو ما سوف يلمسه هذا التقرير عندما لا يجد لهذه الاستراتيجية أثراً في الواقع العملي لدى أي من الجهات التي تم تحديدها كجهات تنفيذية أو لدى أي من القطاعات التي تم القول انها مستهدفة.

وبنفس الحال يمكن القول أن الحكومة اليمنية قد وضعت عدداً من الخطط الوطنية التي تستهدف المرأة وتهدف بشكل خاص إلى سد الفجوة بين الجنسين في مختلف قطاعات التنمية منها:

- الاستراتيجية الوطنية لتنمية المرأة
- الاستراتيجية الوطنية لتعليم الفتاة
- الاستراتيجية الوطنية حول عمالة المرأة
- استراتيجية النوع الاجتماعي في المجال الاجتماعي
- الاستراتيجية الوطنية حول إدماج النوع الاجتماعي في التيار الرئيسي في الزراعة والأمن الغذائي
- وثمة استراتيجيات وطنية أخرى ذات تأثيرات مهمة على المرأة والعلاقات بين الجنسين، منها:
- الاستراتيجية الوطنية للتنمية البشرية
- الاستراتيجية الوطنية لإدماج الشباب في التنمية
- السياسة السكانية الوطنية 2001 – 2020م.

#### **4. الممارسات الاعلامية ( الصحافة والإذاعة والتلفزيون والاتصال المباشر/الوجاهي) المخصصة للمرأة:**

يعتمد العمل في مجال الإعلام الحكومي المرتبط بالنساء من ناحية واقعية داخل اليمن على المؤسسات الاعلامية التابعة لوزارة الاعلام، فالإذاعة بكل قنواتها ملك للحكومة، وكذلك التلفزيون، وهي قنوات اعلامية تعتمد فقط على ميزانيات الدولة وليس على الاعلان.

ومجال العمل الإعلامي المسموع والمرئي في اليمن الموجه نحو النساء يعاني من نقص كبير في الكفاءات و القدرات المتخصصة لقضاياهن. فالعمل في الاعلام بشكل عام لا يتم طبقاً لاستراتيجيات واضحة بل طبقاً لتقاليد معتادة منذ نشأة الوسائل كلها في اليمن. وهناك برامج عادة موجهة نحو النساء كجمهور لكنها لاتخضع لأي دراسات تحليلية أو دراسات للأثر. ولا يخضع استمرارها لنجاحها مع الجمهور أو تقبله لها بل لعوامل سياسية بالدرجة الأولى. وحتى في حالة وجود دراسات مسبقه فإن ذلك لايعكس نفسه على خطط الاذاعة أو التلفزيون.

وقد شاركت بعض العاملات في الاذاعة والتلفزيون اليمني في عدد من الدورات التابعة للأمانة العامة لجامعة الدول العربية من خلال لجنة المرأة العربية وأماناتها الفنية (إدارة شؤون المرأة والأسرة) ضمن البرنامج التدريبي لتنمية القيادات العاملة في مجال المرأة لإدماج قضايا النوع الاجتماعي والذي اشتمل على ندوة علمية لمناقشة القضايا المتعلقة بالمرأة والأسرة ودور وسائل الإعلام.

كما تلقت بعض الاعلاميات اليمنيات بعض التدريبات في الدورات التي قامت بها اليونيسكو في مجال النوع الاجتماعي. وكذلك بعض الدورات التدريبية التي قامت بالتنسيق لها اللجنة الوطنية للمرأة. لكن التوجه ليس ملزماً لأحد في هذه الوسائل لتأدية العمل الاعلامي الموجه نحو النساء بفهم معين تجاه قضية النساء ، ولا توجد ضوابط تلزم أحداً بالعمل في البرامج المخصصة للنساء.

والضوابط المتوافرة هي تلك التي تبعدهن عن العمل في برامج معينة مثل البرامج الدينية مثلا رغم انها في الغالب موجهة نحو النساء وقائمة على نظام توفير الفتاوي للمشكلات التي تواجهها المستمعات او المشاهدات ويقوم رجال بتوفير الرد لهن إما باجتهادهم المباشر أو عبر تواصلهم نيابة عنهن مع العلماء الدينيين من الرجال.<sup>1</sup>

واللجنة الوطنية للمرأة هي الجهة الوحيدة ذات الرؤية الحكومية الملزمة نحو اتخاذ مواقف ايجابية من النساء، طبقا لمنهاج بيجين وبحسب اتفاقية السيداو. وهذه اللجنة بدورها تملك موارد بشرية محدودة في مجال الإعلام، وتعتمد على جهود الإدارة العامة للمرأة في وزارة الاعلام التي لا تزال ناشئة، وعلى فريقها الاعلامي الصغير داخل اللجنة ومكاتبها المختلفة في الجمهورية.

و لا تملك اللجنة وحدات إنتاج لصور بديلة عن النساء ولا حتى وحدات رصد أو متابعة تراقب أو تنتقد الرسائل التي تبثها القنوات الرسمية أو الشعبية وتضرب بصورة النساء. و برنامج إعلامها الرسمي الموجه للنساء أو للتعريف بأنشطتها إعلاميا قائم بشكل رئيس على الصحيفة التي تصدرها، وهي صحيفة "اليمانية".

كما تقوم اللجنة الوطنية للمرأة منذ نشأتها بعدد من الأنشطة التي تأخذ طابعا إعلاميا، مثال ذلك قيامها بعقد الحلقات النقاشية حول قضايا النوع لاجتماعي الحقوق القانونية وحقوق الصحة الإنجابية في محافظات عدن ، تعز ، حضرموت ، لحج ، البيضاء ، الحديدة ، حجة ، ذمار. تم تغطيتها إعلاميا عبر القنوات الحكومية المختلفة. ويتم تنفيذ هذه الحلقات من خلال الاستعانة بطبيبة، محامية، ومتخصصة في النوع الاجتماعي.

وتتجه كثير من الجهات اليمنية الحكومية وغير الحكومية الى عقد الحلقات النقاشية المختلفة ودعوة الاعلاميين والقنوات الاذاعية والتلفزيونية لتغطيتها لضمان التعريف بها على اوسع نطاق.

وتتجه بعض المنتديات الى عقد لقاء اسبوعي غير رسمي يكون من شأنه فتح باب الحضور للمهتمات من النساء للمشاركة في الحوارات والمواضيع المطروحة للنقاش في إطار التقليد اليمني لجلسات بعد الظهر المسماة "المقبل" وهي تشبه نظام الديوانيات في دول الخليج.

## **5. البرامج الإذاعية والتلفزيونية (أرضية، فضائية) و الصحافية والوسائطية المتعددة:**

### **5.1 نظام البرامج الإذاعية والتلفزيونية اليمنية:**

يقوم نظام بث البرامج في المحطات الاذاعية وفي التلفزيون اليمني بقناتييه الفضائية والأرضية على خرائط اسبوعية تتراوح فترتها ما بين أربعة أشهر الى ثلاثة أشهر. وتكون هناك دائما خريطة مختلفة خاصة بشهر رمضان. ويكون هناك غالبا برنامج يتوجه نحو النساء بمفردهن أو نحو النساء وأطفالهن أو نحوهن عبر الأسرة ككل.

ويمكن استخدام نموذجين مدروسين من هذه البرامج الأول برامج المرأة والطفولة في إذاعة وتلفزيون عدن، وهي برامج عن المرأة واليهما وتعددها وتقدمها في الغالب مذيوعات من النساء. والنموذج الثاني هو البرامج الدينية في القناة الفضائية الأولى وهي برامج موجهة في الغالب الى النساء وترد على أسئلة تصل من النساء لكن معديها ومقدميها من الرجال.



### 5.1.1 برامج المرأة والطفولة: -

وهي برامج يومية واسبوعية تحتل ما نسبته 2،2% من مجمل ساعات البث الاسبوعية. وعلى الرغم أن نسب التوزيع البرامجي في كل دورة برامجية ليست ثابتة فهي خاضعة للتنوع وللخطة الإعلامية العامة ، إلا أنها قد استقرت بشكل متفاوت في العامين الأخيرين. وهي طبقا لدراسة تحليل مضمون برامج المرأة في الاذاعة والتلفزيون اليمني، التي قام بها كل عبدالرحمن عبدالوهاب أخصائي نفساني والمحاضر في كلية الآداب، جامعة عدن، و د. حسن حامد الحداد، نائب عميد كلية الآداب لشئون التطبيق العملي وتنمية المجتمع، فإن العينات من برامج المرأة والأسرة التي وقع اختيارهما عليها في كل من البرنامج الثاني إذاعة عدن (- مع الأسرة ، مجلة الأسرة )، وفي القناة الثانية تلفزيون عدن ( دنيا الأسرة ، الغذاء قبل الدواء ، الأسرة ) وهي برامج أسبوعية زمنها الإذاعي 30 دقيقة وزمنها التلفزيوني 45-50 دقيقة .

- وقد تبين لهما من خلال تحليل مضمون البرامج وبعض فقراتها بأنها احتوت على :  
إرشادات التوعية للتغذية السليمة وللأمومة والطفولة أثناء الحمل والولادة  
وغطت الجزء الأكبر من مساحة زمن عينات البرامج بنسبة 37% فضلا عن رفع الوعي الصحي والوقائي والتفاعل مع الحملات الوطنية الإرشادية بنسبة 36% .
- وفيما يتعلق بقضايا ومشكلات التعليم وتشجيع الفتيات على التعليم وابرار مخاطر الأمية أظهرت في محتويات البرامج وفقراتها المختلفة بسبة 17% .
- وان ما يتعلق بالمشكلات الاجتماعية ، المشكلات الأسرية ، المشكلات التربوية ، ومشكلة الاندماج ، والتكيف ، والاقتصاد المنزلي وقضايا الفوارق بين الذكور والإناث والتمييز في معاملة المرأة أو الفتاة ، وسلطة القرار في الأسرة وقضايا المرأة العاملة... الخ استأثرت بنسبة 5.8% والتعريف بدور ومكانة المرأة اليمنية في العملية التنموية المستدامة بنسبة 4.2% .

### 5.1.2 البرامج الدينية:

تشكل الدراسة التي قامت بها رضا قرحش عن البرامج الدينية في التلفزيون اليمني للفترة من 1991 الى 1994م الدراسة الوحيدة من نوعها التي تتبع هذه البرامج من وجهة نظر نسوية، وقد توصلت الى مجموعة من النتائج نورد أهمها:

- تمثل البرامج الدينية نسبة 11% من مواد البث والتلفزيوني في القناة الفضائية الأولى في اليمن خلال فترة البحث وتزيد هذه النسبة خلال شهر رمضان.

- أهم البرامج الدينية هما برنامج فتاوى وبرنامج المجلة الدينية ويقوم على هذين البرنامجين طاقم من الرجال المتخصصين يعكسون في البرنامجين توجهاتهم الدينية والمذهبية الخاصة في ظل عدم وجود موانع رسمية او استراتيجيات واضحة بهذا الشأن في ذلك الحين. وقد عكس هذا التوجه نفسه على هذه البرامج من خلال قائمة الضيوف الكبيرة التي اسضافها كل برنامج وعبرت عن اتجاهات المعدين والمقدمين بوضوح.

- رغم توجه البرنامجين الى النساء والى الرد عن اسئلتهن فإن عوامل انتمائتهن الدينية أو المذهبية لم ترد في الاجابات بل توجه العلماء المختصين للإجابة طبقا لمذاهبهم هم وليس لمذاهبهن هن.

- غابت المعدات والمقدمات لهذه البرامج رغم تزايد عدد الخريجات من الأقسام الإسلامية المختلفة لكن التلفزيون اليمني لا يستقطب من النساء إلا في النادر.

- لا يقوم هذا النوع من البرامج بمناقشة القضايا الجديدة التي تتعلق بتشريعات العمل وتسهيلات أو قضايا المشاركة السياسية أو غيرها بل يتركز على مسائل العبادات أو على قضايا العلاقات الزوجية دون عودة لقانون الأحوال الشخصية بل فقط إلى اجتهاد العالم الذي يرد على السؤال وطبيعة المذهب الديني الذي يمثله.

## 5.2 نظام العمل الصحفي والوسائط الإلكترونية اليمنية:

بحسب التقرير الذي قدمته منال محمد الكندي حول واقع المرأة الإعلامية في اليمن<sup>2</sup>، "فإن العقد الأخير من القرن العشرين قد شهد تطوراً إيجابياً تجاه عمل النساء وخصوصاً في مجال الإعلام، مما أدى إلى تضاعف نسبة الملتحقات فيه عدة مرات عما كانت عليه قبل الوحدة.

ولكن "هذا التحسن الإيجابي نحو عمل النساء الإعلاميات مازال يعاني الكثير من العوائق التي تحصر الوجود النسائي في الإعلام على مهام عرض البرامج وتقديمها فقط أو السماح المحدود بإعداد البرامج الخاصة بالأسرة والأطفال بعد عرضها على المسؤولين في قطاع البرامج في كل من الإذاعة والتلفزيون، أو تحرير صفحة واحدة أو صفحتين في الصحف الرسمية أو المستقلة أسبوعياً تعني بشئون المرأة والطفل في كل من صنعاء وعدن على السواء".

وطبقاً للدراسة التي قام بها كل من رجاء المصعبي وخالد الشعبي عن الحضور النسوي في وسائل الإعلام، فإن أثر التواجد للمذيعات أو الصحفيات غير فاعل بشأن نوعية المواد التي يتم بثها أو نشرها.

ثم تضيف منال بعد ذلك " أن موقع المرأة اليمنية في سلم الوظيفة العامة، في المجال الإعلامي مازال بعيداً عن مركز القرار، الأمر الذي يجعلها تبذل المزيد من الجهد في نشاطها الإعلامي الدؤوب حتى تتبوأ المكان اللائق بها، فأعلى درجة وظيفية قيادية في الإعلام شغلها امرأة عام 1991 هي وكيل الوزارة المساعد لوزارة الإعلام، رقيت منها، عام 1997 إلى وكيل الوزارة بدرجة وزير"

وهناك امرأتين في وزارة الإعلام حاصلات على درجة مدير عام إحداهما مدير عام الشؤون القانونية والأخرى مدير عام المرأة والتي يرتبط وجودها بجهود اللجنة الوطنية للمرأة.

## 6. قنوات تلفزيونية أو إذاعية مخصصة للمرأة (ملكية حكومية أو خاصة):

لا توجد قنوات إذاعية أو تلفزيونية مخصصة للمرأة في اليمن، ولكن توجد صحف مكتوبة مخصصة للنساء. هذه الصحف هي كما يلي:

### 6.1 اليمانية:

وهي صحيفة صادرة عن اللجنة الوطنية للمرأة وتهدف الى التوعية بحقوق النساء. عملت اللجنة على مواصلة إصدار صحيفة اليمانية منذ نشأتها عام 1996م، حتى في الظروف الصعبة التي تمر بها من حين لآخر حيث تم مثلا في عام 2000م إصدار 11 عدد مع ارتفاع في عدد الصفحات من 8 الى 20 صفحة ( صفحتين ملونتين ). وتمت عملية طباعتها ذلك العام بتمويل من قبل صندوق الأمم المتحدة للسكان. وتتم التوعية للنساء من خلال نشر بعض المواضيع الخاصة بحقوق المرأة في الصفحة القانونية وبعض التحقيقات. وفي نفس الوقت تخدم هذه الصحيفة في عملية التعريف بأهداف اللجنة الوطنية وأنشطتها المختلفة.

وقد تعددت رئاسات التحرير لهذه الصحيفة من قبل صحفيات مختلفات ثم أصبحت رئاسة التحرير بصفة دائمة لنانبة رئيسة اللجنة الوطنية ويعاونها كادر متخصص من خريجي الدراسات الاعلامية المختلفة.

### 6.2 ملحق الأسرة بصحيفة الثورة الحكومية:

وهي تابعة للصحيفة الأم (الثورة) ويأتي الملحق أسبوعيا وترأس تحريره امرأة صحفية متخصصة من خريجات كلية الاعلام بجامعة صنعاء. ويهدف الملحق للتوعية بقضايا النساء والأطفال ككل. وتحمل مجمل تكاليف الملحق مؤسسة الثورة للطباعة والنشر كحال مجمل المطبوعات التابعة للمؤسسة.

### 6.3 المرأة:

وهي صحيفة أسسها في عام 1994م الصحفي أحمد السياغي بدعم من وحدة البحوث الاجتماعية ودراسات المرأة التي نشأت في جامعة صنعاء في ذلك العام، ثم لصعوبات مالية باع حقوق الامتياز للأستاذة سيدة الهيلمة خريجة العلوم السياسية والحاصلة على الدبلوم العالي في الدراسات الاعلامية من جامعة صنعاء، وقامت برئاسة تحرير الصحيفة وطورتها الى دار للنشر تقوم بنشر بعض المطبوعات الأخرى وخاصة المتعلقة بالأطفال. والصحيفة مستقلة تعتمد على الاعلان بصفة رئيسة لتمويلها وبالإشتراكات واسعار المبيعات. وهي صحيفة تتسم بطابع ايجابي يبرز النساء في كل الانشطة المختلفة في اليمن.

### 6.4 آدم وحواء:

وهي صحيفة تأسست عام 1999م، مستقلة ، وتعتمد علي الاعلان والاشتراكات وتواجه كثيرا من الانقطاعات الناتجة عن مشكلات التمويل. وترأس تحريرها امرأة هي نفسها صاحبة الامتياز. وهي صحيفة شهرية تتسم بالعمومية أكثر من التخصص في قضايا النساء.

### 6.5 صحيفة 8 مارس:

وصاحبة الامتياز هي الصحفية رجاء المصعبي ورئيسة التحرير هي الصحفية محاسن الحواتي، وتصدر الصحيفة احيانا وتغيب احيانا أخرى لعوامل مادية. وكانت رئيسة التحرير هي الحالة الوحيدة التي رأست مجلة حكومية هي مجلة الوطن الصادرة عن وزارة المغتربين ، لكن سرعان ما تسببت الصراعات مع زملائها الذكور وخاصة رئيس التحرير السابق للمجلة الى إعادته لرئاسة التحرير ولا تزال قضيته معها تصدر الصحف وتأخذ حيزا كبيرا في مداولات نقابة الصحفيين اليمنيين بسبب المنشورات والمقالات العنيفة التي يتم تسريبها في هذه المعركة الثنائية.

وقد ظهرت منذ عام 2000م صحيفتان شهريتان ترأس تحريرهما امرأتان وتمتلكان حق الامتياز هما صحيفة الرؤية وصحيفة ضؤ النهار لكنهما صحيفتان عامتان وغير متخصصتان بقضايا النساء، وتعاني ضؤ النهار من توقف في فترة صدور هذا التقرير لأسباب مالية.

كما أن هناك مجلة نسائية تسمى الشقائق كانت ترأسها السيدة رقية الحجري صادرة عن جامعة الايمان تهتم بمجال الدعوة ولكنها توقفت عن الصدور مؤخرا.

وتصدر نشرات دورية تابعة لمنظمات غير حكومية مختلفة تتجه نحو التوعية السكانية أو المجتمعية. وهي غير منتظمة الصدور أو شاملة كالدورية الشهرية المصغرة لجمعية تنظيم الأسرة، أو بعض الدوريات غير المنتظمة التي تصدر عن بعض فروع الاتحاد العام لنساء اليمن.

## **7. البحوث العلمية التي تتناول المرأة في مجال الاتصال (بحث احصائي: العدد و موضوع البحث و الجهة التي قامت بالبحث):**

### **7.1 البحوث الاحصائية:**

تعتبر الدراسة المسحية التي قام بها منتدى الاعلاميات اليمنيات هي المسح الوحيد المتوافر عن النساء الاعلاميات في اليمن حتى الآن. وتوجد شذرات عن خلاصته في موقع المنتدى على الانترنت، ومن المنتظر أن يصدر هذا المسح قريبا مطبوعا. وهناك دراسة مسحية أخرى قامت بها كلية الاعلام بالتعاون مع صندوق النشاطات السكانية والمجلس الأعلى للاتصال السكاني، لكنه مسح شامل للسلوكيات الخاصة بالجمهور اليمني ولم تتمكن من الحصول على نسخة منه.

### **7.2 البحوث المتخصصة:**

- يحي العزب، المرأة العاملة في التلفزيون اليمني- القناة الأولى ، بحث مقدم للتخرج في دبلوم الدراسات العليا بمركز البحوث التطبيقية والدراسات النسوية، جامعة صنعاء، 1997م.

- رضا قرحش ، صورة النساء في التلفزيون: دراسة تحليلية للبرامج الدينية في تلفزيون القناة الأولى بصنعاء، من الفترة 1991-1994م، رسالة غير منشورة لنيل الماجستير، جامعة صنعاء، 1999م.

- رجاء المصعبي وخالد الشعبي، الحضور النسوي في وسائل الاعلام اليمنية: الفضائية اليمنية وإذاعة صنعاء، مركز البحوث التطبيقية والدراسات النسوية، جامعة صنعاء. غير منشور، 1999م.

- عبد الرحمن عبد الوهاب أخصائي نفساني، دور وسائل الإعلام في تنمية المرأة وتطوير الوعي بحقوقها ومسئولياتها المجتمعية، جامعة عدن . 2004م.

- د/ حسن حامد الحداد و عبدالرحمن عبدالوهاب، تحليل مضمون برامج المرأة في الإذاعة والتلفزيون اليمني، جامعة عدن، 2004م.

- د/ نوريه علي حمد وآخرون، المسألة السكانية في الجمهورية اليمنية، جامعة صنعاء، 1996م .

- د/ محمد عبد الجبار، الصحافة والمرأة والعنف، ( صحيفة اليمانية )، العدد 59، نوفمبر 2001م

### 7.3 بحوث عامة ذات علاقة:

- منال محمد الكندي، تقرير قطري حول واقع المرأة الإعلاميه في اليمن، منتدى الاعلاميات اليمنيات، موقع على الانترنت، [www.yfmf.org](http://www.yfmf.org) ، 07-06-2005.

## 8. المشروعات والبرامج الإعلامية وبرامج الاتصال المباشر(الوجهي) التي تبناها الوزارات ومخصصة للمرأة وقضاياها.

### 8.1 وزارة الاعلام:

يقع على وزارة الاعلام مسئولية برنامج الاتصال السكاني الذي يتجه الى الأسرة والى النساء بشكل خاص ببرامج التوعية بشأن الصحة الانجابية منذ تبني الحكومة اليمنية لاستراتيجية الوطنية للسكان.

كما تقوم المؤسسات التابعة للوزارة كمؤسسة الأذاعة والتلفزيون ومؤسسات الصحافة الثلاث وهي مؤسسة الثورة، ومؤسسة الجمهورية، ومؤسسة 14 أكتوبر، وكذلك مؤسسات النشر والطباعة التابعة للوزارة كمؤسسة باكثر للطباعة والنشر وأيضاً وكالة الأنباء اليمنية سبأ، بأغلب البرامج السمعية والبصرية الموجهة الى النساء أو التي تقدمها أو تعدها نساء، وكذلك بنسبة عالية من مواد الصحف والاعلام التي ترتبط بالنساء في اليمن.

كما يبلغ نسبة النساء العاملات في هذه الوزارة ومؤسساتها المختلفة أعلى معدلات التوظيف للاعلاميات الـ360 الموجودات في اليمن حسب المسح الذي قام به منتدى الاعلاميات اليمنيات.

حيث تعمل 60% منهن في مجال الاعلام المرئي والمسموع وتعمل 30% في مجال الصحافة المكتوبة حيث يتركز في الوكالة اليمنية للأنباء سبأ وفي صحيفة 14 أكتوبر، وفي صحيفتي الثورة والجمهورية.

### 8.2 وزارة التربية والتعليم:

لدى وزارة التربية والتعليم قطاع كبير للاعلام التربوي يستهدف بالدرجة الأساسية التعليم عبر القنوات التلفزيونية، والاذاعات المدرسية، وليس لديه اعلام موجه نحو النساء رغم أن أكبر قطاع عامل من النساء في اليمن يعمل مع هذه الوزارة في مجال التدريس. حيث يبلغ عدد النساء الموظفات في الوزارة وفروعها والمدارس التابعة لها 36 الف امرأة.

وتضع الوزارة مشكلة التوعية وأهميتها على رأس قائمة الحلول للفجوة العالية بين الذكور والاناث في عمليات الالتحاق بالتعليم و التسرب منه. ومع ذلك فإن الجهود المبذولة في هذا المجال لا تزيد عن مجموعة من المقالات تظهر هنا وهناك في المجلات الشهرية أو الدورية التي تصدر عن الوزارة. كما أن الوزارة تستعين ببعض خريجي كليات الاعلام من الذكور لكنها لا تملك كوادر نسائية اعلامية من الاناث بسبب حصر التوظيف على مخرجات كليات التربية من النساء في الغالب<sup>3</sup>.

### **8.3 وزارة الصحة:**

يتبع لوزارة الصحة برنامج التثقيف والارشاد الصحيين الذي يقوم بين الحين والآخر بانتاج رسائل اتصالية مختلفة يتم بثها عبر القنوات الاذاعية والتلفزيونية وتتركز على القضايا الصحية في الغالب، ومجالات التوعية المختلفة. ومن أهم الرسائل التي قام بها هذا القسم، فيلم غنائى قصير يدعى سلمى يتحدث عن احلامها بالذهاب الى المدرسة. وقد حصل هذا الفيلم على جوائز في المهرجانات العربية المختلفة ويتم بثه بين الحين والآخر من البلدان العربية التي تواجه مشكلان ارتفاع معدلات الأمية في الريف. كما يتبع الوزارة البرنامج الوطني لمكافحة الايدز الذي يقوم بالتوعية بالامراض المنقولة جنسيا. ويتركز عمله في كل من محافظات حضرموت، تعز، عدن، الحديدة، وأمانة العاصمة. ويتجه في تنفيذ برامجه نحو الندوات والمحاضرات والورشات العمل. كما يشارك في بث بعض المواد التوعوية ضمن برامج الصحة من اذاعة عدن.

### **8.4 وزارة الشؤون الاجتماعية والتأمينات:**

كان للوزارة برنامج توعوي تابع للادارة العامة للمرأة في الوزارة مرتبط ببرنامج عن المرأة والتنمية ولكن نشاط هذه الادارة متعثر في الوقت الحالي بسبب عدم توفر قنوات للتمويل.

### **8.5 المجلس الوطني للسكان:**

يعتمد هذا المجلس في حملاته الاعلامية على برنامج الاتصال السكاني القائم في وزارة الاعلام والذي يتم العمل فيه ضمن خطط مشتركة وتنسيق متكامل بين المجلس والبرنامج.

### **8.6 اللجنة الوطنية للمرأة:**

يتركز نشاطها الاعلامي على صحيفة اليمانية وسلسلة الانشطة النقاشية التي يتم تغطيتها على نطاق واسع عبر القنوات المرئية والمسموعة. كما تقوم باصدار النشرات النوعية عبر مكاتبها في الوزارات المختلفة مثل (نشرة المرأة والفقر، المرأة والصحة، المرأة والبيئة، المرأة ومواقع صنع القرار، الخ). كما أصدرت عددين من مجلة شيماء أثناء رئاستها للشبكة اليمنية لمناهضة العنف ضد النساء. كما ان الافلام القصيرة الخمسة التي انتجتها اللجنة يتم عرضها بين الحين والآخر في كل القنوات الممكنة بما في ذلك الندوات والدورات التدريبية.

### **8.7 الهيئة العامة للموارد المائية:**

قامت الهيئة العامة للموارد المائية باعداد مشروع مشترك مع اللجنة الوطنية للمرأة وتم التوقيع علي اتفاق بشأنه في عام 2000م بحيث تقوم اللجنة الوطنية للمرأة على أساسه بعدد من الأنشطة كالندوات وورش العمل في المدارس ومراكز محو الأمية ومراكز التجمعات النسوية بالتوعية الجماهيرية لترشيد واستهلاك المياه وتشكيل جماعات للتوعية المائية في الأحياء السكنية. وقد تم تنفيذ المشروع خلال عام 2002م.

## 8.8 الهيئة العامة لحماية البيئة، وحدة المرأة والبيئة:

وقد نشأت هذه الوحدة بفعل جهود اللجنة الوطنية للمرأة عام 2000م. وتقوم الوحدة باصدار دورية توعوية وتعريفية بالقضايا البيئية المختلفة، وقضايا النساء ذات العلاقة بالبيئة. وقد حفل الاعداد الاربعة من هذه الدورية بتعريفات توضيحية لمفاهيم النوع الاجتماعي وطرق التحليل التي يقوم عليها.

## 9. المشروعات والبرامج الإعلامية التي تقوم بها مؤسسات المجتمع المدني والتي تستهدف المرأة:

### 9.1 منتدى الاعلاميات اليمنيات:

برغم حداثة نشأته (2004) الا ان التوجه المركز نحو قضايا الاعلاميات بالذات جعله المركز الوحيد الذي يهتم بالنساء في اليمن العاملات في مجال الاعلام. ورغم ان حوالي 85 اعلامية منهن هي عضو في نقابة الصحفيين اليمنيين الا ان هذه النقابة لا توجه اي من جهودها نحو النقابيات من النساء ولم تقم تاريخيا بأي من الانشطة المخصصة لهن. وبينما قام مركز الاعلام التابع لوزارة الاعلام بتخصيص ايام ضمن انشطته اليومية للعاملات في مجال الاعلام للحضور اذا رغبن بمفردهن او مع اطفالهن الا ان جهدا مماثلا لم يقم في النقابة حتى اليوم. بل ان اللقاءات التي تعقد بعد الظهر في النقابة تتم ضمن جلسات القات<sup>4</sup> مما يؤدي الى صعوبات الحضور والمشاركة للعضوات من النساء المنتخبات الأمر الذي يؤدي في النهاية الى اهملهن المجهي حتى توقفهن عن المشاركة. ذلك ان مثل هذه التجمعات "القاتية" بعد العصر لا ينظر اليها باحترام ومشاركة النساء في أنشطة للرجال لا يراعون فيها العادات والتقاليد المجتمعية تؤدي في النهاية الى حملات مضادة للنساء والى نتائج سلبية.

وعند كتابة هذا التقرير كانت رئيسة المنتدى والمؤسسة له السيدة رحمة حجيرة وزوجها السيد حافظ البكاري قد تعرضا لحملة قذف وسب تقوم على أساس مشاركات السيدة رحمة للأنشطة المختلفة التي يتم فيها اقضاء النساء الاعلاميات منها في الغالب. هذا المنتدى هو الوحيد الذي قام بمسح للاعلاميات اليمنيات والتعرف على مشاكلهن. ويهدف الى نشر دليل عنهن. وله في موقعه على الانترنت قائمة طويلة باسماء أغلبهن مع سير ذاتية وتعريفية عنهن.

ويقوم المنتدى بتوفير الدورات التدريبية لهن في مجال الانترنت، وكذلك الحصول على منح لدراسة اللغة الانجليزية للراغبات منهن. ويقوم بالترتيب لزيارات ميدانية لهن الى مواقع مختلفة في الجمهورية، كما يعد دورات تدريبية متخصصة مختلفة بين الحين والآخر في الفنون الاعلامية المختلفة، كالكتابة الحديثة الخيرية، أو الطرق المثلى للاستطلاعات الاعلامية أو التحقيقات وغيرها.

كما يوجد في مبنى المنتدى مكتبة الكترونية ومكتبة متخصصة تستطيع الاعلاميات اللجوء اليها كلما دعت الحاجة.

### 9.2 صحافيات بلا حدود:

ما زال هذا التجمع حديث النشأة (2005) ولم يصدر عنه بعد سوى سلسلة من بيانات المساندة والتضامن مع صحفيين أو صحفيات متضررين في أي مكان من العالم. وقد أسسته الاعلامية توكل كرمان وبعض من زميلاتها الصحفيات.

### 9.3 اتحاد نساء اليمن وشبكة شيماء ضد العنف:

تشكلت شبكة شيماء بدعم من منظمة اوكسفام في اواخر عام 2000م ، وأغلب المنظمين اليها هم من فروع الاتحاد العام لنساء اليمن في مختلف مناطق الجمهورية. وقد أنشأ هذا التجمع سلسلة من حملات التوعية التي يشترك فيها الاعلاميين تسمى حملات المناصرة (أي الدفاع والمساندة Advocacy). ومن بين أنشطة هذه المجموعة الاعلامية المضادة للعنف موقعا تعريفيا على الانترنت وضعها مركز مساندة قضايا المرأة / مؤسسة دعم التوجه المدني الديمقراطي المنظم الى الشبكة. وهناك سلسلة من الأنشطة الاعلامية والحملات التوعوية وحلقات النقاش، والملصقات المناهضة للعنف، والدراسات والابحاث التي يتم فيما بعد التعريف بها على نطاق واسع ضمن أنشطة الشبكة. واللجنة الوطنية عضو فاعل في هذه الشبكة وقد قامت برئاستها الدورية للشبكة لمدة عام كامل، وتم عقد المؤتمر الوطني الأول لمناهضة العنف ضد النساء أثناء رئاسة اللجنة للشبكة خلال الفترة 8-10 مارس 2004م.

### 9.4 ملتقى المرأة للتدريب والدراسات:

أسست هذا الملتقى السيدة سعاد القدسي عام 1999م في تعز. ويعقد هذا الملتقى على نحو دوري لقاءات ودورات تدريبية وتشاورية ونقاشية مع العاملين في مجالات الاعلام المختلفة للتبصير بقضايا النساء وبالذات ما يرتبط منها باتفاقية القضاء على أشكال التمييز ضد النساء. و يصدر الملتقى مجلة دورية عن الحريات والحقوق، كما يصدر الدراسات المختلفة التي تستقي معطياتها من الحلقات النقاشية التي يعقدها ومن البرامج الدائمة والتوعوية التي يشارك فيها أو يتبناها. وللملتقى موقع تعريفى وتوعوي على الانترنت عنوانه ( www.wfirt.com )

### 9.5 منتدى الشقائق العربي لحقوق الانسان:

تأسس هذا المنتدى أيضا عام 1999م. ويسعى المنتدى في مختلف برامج الى التوعية بقضايا النساء وحشد التأييد من أجلها. وتتركز جهوده على التعريف باتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد النساء، والتوعية القانونية بمختلف عهود واتفاقيات حقوق الانسان. وينشط المنتدى على المستوى المحلي والعربي، كما ينسق للمحكمة الجنائية الدولية في المنطقة. وللمنتدى موقع توعوي وتعريفى على الانترنت عنوانه ( www.saf.org ).

### 9.6 مؤسسة برامج التنمية الثقافية:

تأسست عام 1989م وحصلت على الترخيص للعمل عام 1995م من وزارة الثقافة حيث لم يكن القانون حينها بعد واضحا بشأن المؤسسات غير الحكومية، التي ينشئها أشخاص. ويقوم معظم عمل المؤسسة على التشبيك والانشطة التي تخدم منظمات المجتمع المدني وبالذات في مجالات التدريب والتوعية والحريات والتراث السياسي ومواجهة العنف ضد النساء. وهي عضو مؤسس للمحكمة العربية لمناهضة العنف ضد النساء، وعضو منتخب في هيئتها التنسيقية منذ عام 1997م وحتى الآن.



وللمؤسسة موقع خبري يومي على الانترنت ينشر اخبار المنظمات التي تواجه صعوبات في بث اخبارها او صياغتها بنفسها كما يقوم بالتعريف بانشطة النساء ويفعل قضايا الحركة النسائية وانشطتها في اليمن.

وتقوم برامج المؤسسة على المبادرات التي تنشط التفكير حول القضايا غير المعهودة في الساحة اليمنية حتى تصبح جزء من السياق العام ثم تنطلق الى مشاريع أخرى. فقد كانت قضايا التاصيل لايجاد قانون للمنظمات غير الحكومية هي اول مبادراتها حتى صدر القانون، وكان الحشد للتحصير لمؤتمر بيجين هو مبادرتها الثانية حتى وجدت اللجنة الوطنية للمرأة. كما كان عملها للتعريف بقضايا العنف العائلي في اليمن ضد النساء هو اول المبادرات والان صار جزء من السياق العام.

كما كان التاصيل لتحويل عملية قيام النساء بالانتخاب الى جزء من التقاليد المعتادة والمقبولة في انتخابات عام 1993م وعام 1997م هو سبب في عملها الحالي في اتجاه تحريك النشاط النسوي نحو

مساندة الجهود القائمة لانجاح النساء في الانتخابات المحلية.

وموقع المؤسسة الخبري على الانترنت هو موقع مجتمع نت وعنوانه (www.mugtama.net).

### **9.7 المؤسسة العربية لحقوق الانسان:**

تأسست عام 2001م وهي المؤسسة الوحيدة في اليمن التي تهتم بحقوق الانسان وحقوق النساء مع تركيز خاص على تحديات الاعاقة المختلفة. وهي عضو مؤسس وفاعل ضمن شبكة شيما المناهضة للعنف. وترأس المؤسسة إعلامية متخصصة هي السيدة رجاء المصعبي.

### **9.8 التحالف الوطني الطوعي لزيادة مشاركة النساء في الانتخابات "وطن":**

نشأ حديثا (2005)، ويبدو انه سيسير نحو تحويل المساندة والمناصرة والحشد والتأييد وارتصال والتواصل والحصول على الحلفاء وبناء طرق الدعم لغة للتنسيق بين الجهود المشتركة القائمة في اليمن حتى اليوم بشأن النساء والانتخابات. ويعتمد التحالف في نشر اخباره حتى الآن على موقع المجتمع نت، وينوي ان تصبح اخباره منشورة على كل مواقع الانشطة المهمة بمجال المشاركة السياسية للنساء. وفي عضويته عدد كبير من الاعلاميات المتطوعات والاعلاميين.

### **10. اللجان الإعلامية المشكلة من الجهات الحكومية وغير الحكومية والتي تخصص جزءا من نشاطها للمرأة:**

جميع الأنشطة التي تتم في اليمن تقوم على أساس تشكيل لجان اعلامية تابعة لها. ولا تكون هذه اللجان موجهة جزء من نشاطها نحو النساء الا في حالة كانت القضية واضحة الملامح في علاقتها بالنساء كمواضيع الصحة الانجابية أو قضايا تعليم البنات، او المرشدات أو العنف ضد النساء، أما ما يرد من أنشطة بشكله العام فيندر ان يتم الادراك لعلاقته بالنساء ولعل النص الذي تورده السيدة رحمة حجيرة بشأن الطريقة التي يتم بها التعامل الاعلامي مع الاعلاميات وبالتالي يمكن اعتباره سياقاً مناسباً لقضايا النساء ككل في دراسة لها بعنوان "الإعلاميات اليمنيات أرقام خجولة ومحاولات جريئة" هو قولها " لم يحدث في كل زيارات رئيس الجمهورية ولا رئيس الوزراء الهامة التي يدعى لها أغلب الإعلاميين و مراسلي القنوات الهامة وغير الهامة أن استدعيت إعلامية واحدة بدون إلقاء الأسباب " وتضيف دعى مجلس النقابة السابق إلى اجتماع الصحفيين اليمنيين لمناقشة قانون

الصحافة ولم تدع صحفية واحدة !!! و 99.8% هي نسبة فرص التدريب والمشاركة الخارجية التي منحها مجلس نقابة الصحفيين السابق للصحفيين الذكور وما تبقى وهي نسبة لا تذكر للصحفيات اليمنيات. وحتى على مستوى الدورات التدريبية غالبا ما تمنح للإعلاميين وإن طلبت الجهة المدربة إناث فيتم تجاهل طلبها ويرسل الذكور !! " .

وقد لوحظ الوضع نفسه في شأن اللجان الاعلامية لمختلف الانشطة، ليس هناك شعور بضرورة وجود نساء في اللجان حتى بدأت مؤخرا اللجنة الوطنية للمرأة وبعض قيادات النساء يتحدثن عن الحصاص (الكوتا) لكل الانشطة، ولا يزال الموضوع في اطار النقاش، والمفاوضات.

## 11. برامج تطبيق اتفاقية "القضاء على كل أشكال التمييز ضد المرأة" "سيداو":

لا تزال أوضاع النساء في اليمن في مجال الاعلام مشابهة للحال الذي يشير اليه المحور المتعلق بالنساء ووسائل الاعلام في منهاج العمل الصادر عن بيجين والمتعلق بوسائل الاتصال في العالم أجمع. ويمكن النظر إلى الوضع تماما وكأنه ما تصفه النقاط من 234 إلى 238 من منهاج العمل الصادر عن بيجين التي يمكن تلخيصها كما يلي:

" سهل التقدم الذي أحرز خلال العقد الماضي في تكنولوجيا المعلومات قيام شبكة اتصال عالمية تتخطى الحدود الوطنية وتؤثر في السياسة العامة ، والمواقف والسلوكيات الخاصة. وازداد عدد النساء العاملات في قطاع الاتصال ، ولكن قلة منهن وصلن إلى مناصب على مستوى صنع القرارات أو يعملن في مجالس وهيئات الإدارة التي تؤثر في سياسة وسائل الاعلام. ويتجلى عدم مراعاة الفروق بين الجنسين في وسائل الاعلام في التقاعس عن إزالة القولية النمطية القائمة على أساس الانتماء الجنسي. فوسائل الاعلام المطبوعة والإلكترونية في معظم البلدان لا توفر صورة متوازنة عن تنوع حياة النساء ومساهماتهن في المجتمع في عالم متغير. بالإضافة إلى هذا ، فإن منتجات وسائل الاعلام العنيفة والمهينة أو الإباحية تؤثر أيضا بشكل سلبي على النساء وعلى مشاركتهن في المجتمع. والبرامج التي تعزز أدوار النساء التقليدية يمكن أن تكون مقيدة بنفس الدرجة. كما أن الاتجاه السائد في العالم أجمع نحو الاستهلاكية خلق جوا غالبا ما تصور فيه الإعلانات والدعايات التجارية النساء بشكل غير لائق".

ربما لا تكون معاناة النساء الاعلاميات في اليمن هي منتجات وسائل الاعلام الإباحية لكنها واضحة في كل أشكال التمييز الذي تكشفه عمليات استقراء واقع الاعلام اليمني الحكومي والخاص، حيث لم يتم تعيين امرأة واحد على رأس أي من المؤسسات الاعلامية الحكومية المتعددة. كما لم يتم تعيين رئيسة تحرير واحدة لصحيفة من صحف الدولة. وحسب التقرير القطري الذي قدمته منال الكندي الى لقاء الاعلاميات العرب عام 2002 م فإن عدد الاعلاميات العاملات في الصحافة الحكومية هن (11) من بين (243) اعلاميا من الذكور وعدد الاعلاميات العاملات في الصحف الحزبية هن (12) مقارنة بعدد (75) من العاملين الاعلاميين الذكور.

وفي قائمة دليل الاعلاميات المنشور على موقع منتدى الاعلاميات اليمنيات نجد ان هناك 81 إعلامية ينتمين الى نقابة الصحفيين اليمنيين من بينهن 29 اعلامية تابعة لوكالة الانباء اليمنية سبأ يتوزعن في الغالب بين مدينتي صنعاء وعدن، و 12 منهن يعملن في صحيفة 14 أكتوبر الواقعة في مدينة عدن.

وبرغم الجهود التي تقوم بها اللجنة الوطنية للمرأة لمتابعة أنشطة ما بعد بيجين على مراحل فإننا نجد تقريرها عن " المرحلة الثانية لعام 2000" الذي يهدف إلى دعم البناء المؤسسي وبناء القدرات وإدماج قضايا النوع الاجتماعي ضمن التيار الرئيسي

للتنمية ويستهدف جميع الآليات الوطنية العاملة في مجال المرأة والنوع الاجتماعي الحكومي وغير الحكومي، أنه يشمل عددا كبيرا من مكونات التدريب ولكن المكون الخاص بتدريب الاعلاميات او التوجه نحوهن غير قائم.

ولا تزال اتفاقية القضاء على أشكال التمييز ضد النساء نفسها غير معروفة في كثير من الاوساط الاعلامية اليمنية وخاصة تلك المعنية بصناعة القرار والتعيينات والترقية والمناصب.

وهذا يفسر القسم الكامل الذي كتبه السيدة فاطمة مشهور في تقرير اللجنة الوطنية للمرأة لعام 1999م من تفاصيل تخص ضرورة وضع آلية لنشر الاتفاقية في وسائل الاعلام حيث كتبت " إن نشر نصوص ومواد اتفاقية القضاء على كافة أشكال التمييز ضد المرأة في وسائل الاعلام الرسمية وغير الرسمية يكاد يكون مفقودا رغم أهمية ما تحمله هذه الاتفاقية من مضامين هامة تمس قضايا المرأة الحساسة؛ وذلك من أجل:

- إحداث تغيير في العقلية والواقع الاجتماعي للمرأة لتصبح هذه الاتفاقية جزءاً من الثقافة لوطنية في المجتمع .
- ايجاد آلية مناسبة للتعريف بها عبر برامج وخطط ومشروعات المرأة.
- نشر هذه الاتفاقية من خلال المناهج والاستراتيجيات الاعلامية لإعلام الرأي العام والجمهور بمضمون ونصوص هذه الاتفاقية وكذلك أهمية نشرها
- الانتقال بأساليب ووسائل نشر الاتفاقية من الدور الاعلامي الى الدور الاقناعي الذي يدفع الجمهور الى قبول نصوص هذه الاتفاقية وترجمتها الى برامج وأنشطة ملموسة لتعكس في كل مجالات الحياة لتزيد الأفراد والجماعات والمجتمع معرفة بقضايا المرأة وحقوقها الواردة في هذه الاتفاقية ومنع ممارسة أي تمييز ضدها ودفعم الى قبول وتبني هذه الاتجاهات .
- زيادة درجة المعرفة ( وبخاصة الوعي ) حول أهداف الإتفاقية وموادها لتغيير الاتجاهات نحو تطبيق نصوص هذه الاتفاقية في كل السياسات والبرامج والأنشطة والاستمرار في الترويج والتوعية بها .
- توفير المعلومات حول بنود ونصوص هذه الاتفاقية ، لنشرها عبر النشرات الاعلامية والملصقات وتوزيعها على الآليات والبرامج النسوية الحكومية وغير الحكومية والقطاع الخاص وفي مختلف الأنشطة والفعاليات.
- استخدام وسائل الاعلام المرئية والمقروءة والمسموعة كوسائل منفردة في الحملات الاعلامية عند التغطية الاعلامية المتكاملة لهذه الاتفاقية .
- انتاج مواد تربوية وثقافية واعلامية لنشر نصوص الاتفاقية واستخدام وحدات متحركة للمعلومات وعقد الندوات والورش واللقاءات المفتوحة وغيرها .
- الاستعانة بالفنانات المؤسسية التابعة للقطاع الخاص وللمنظمات غير الحكومية .
- الاستفادة من وسائل الإعلام والإتصال السكاني للتأثير في الإطار المرجعي عند المتلقي (المستهدف ) لإحداث تغييرات ايجابية في مخزونهم المعرفي لزيادة رصيدهم من الوعي بقضايا المرأة وباحتياجاتها وحقوقها لمنع كافة أشكال التمييز الموجه ضدها لتغير أنماط السلوك .
- استخدام وسائل الاتصال الرسمية الجماهيرية التي يمكن أن تخدم مجال نشر نصوص ومواد الاتفاقية الدولية للقضاء على كافة أشكال التمييز ضد المرأة من خلال توجهات عامة للجمهور العام لكافة فئاته وتوجهات خاصة لفئات محدودة للجمهور .

### 11.1 الأهداف العامة والمرحلية لبرامج التغطية الاعلامية لآلية نشر الاتفاقية :-

- تزويد العاملين في الإعلام بمعلومات كافية حول الاتفاقية .
- تحديد الأهداف المرحلية ( قصيرة المدى ) التي يجب أن تتركز في تحقيق الآتي :-
- زيادة درجة معرفة الجمهور بأهداف هذه الاتفاقية ومضامينها الإنسانية والاجتماعية والتنمية .
- تشجيع الجمهور على تقبل مضمون الاتفاقية وما ترمي إليه من مقاصد عن طريق إعداد رسائل تسعى الى إثارة اهتمامه بالقضية وبأبعادها المختلفة .
- تعزيز وتدعيم كل البرامج والخطط والمشروعات الخاصة بالمرأة بإيجاد مكون في أنشطتها تعنى بالية نشر الاتفاقية .
- إعداد خطة إعلامية تتعلق باختيار الرسائل والوسائل الإعلامية المناسبة لنشر الاتفاقية .

كما أضافت أن المطلوب من وسائل الاعلام المختلفة وعبر القنوات المتعددة والوظائف الكثيرة التي يمكن استخدامها في مجال آلية ونشر الاتفاقية و تفعيلها، القيام بهذه المهام والمسؤوليات وأن تتوافر لديها مقومات هامة لتنفيذ هذه الجهود التي تتركز في<sup>5</sup>:-

- تأهيل وتدريب الكوادر الاعلامية المتخصصة في مجال شؤون المرأة لإعداد برامج ورسائل إعلامية مختلفة لنشر وترويج هذه الاتفاقية .
  - اعتماد الموازنات الخاصة المرصودة لضمان توسيع قاعدة وآلية نشر الاتفاقية في أوساط الرأي العام المحلي وعلى مستوى الجنسين .
  - توفير الخبرات الفنية المؤهلة للمساهمة في وضع برامج وطنية تأهيلية وتدريبية ، استشارية ، فنية تعنى بتنفيذ وتفعيل نشر نصوص هذه الاتفاقية .
  - إعداد دليل تدريبي للتوعية بأهداف ونصوص هذه الاتفاقية وفق معايير ومواصفات علمية وعملية وفنية ليستفيد منه المعلمون والمربون والمدرسون في المدارس في كافة المراحل وفي الجامعات ، والقضاة ، والعاملون في أجهزة الأمن والبحث الجنائي وغيرهم ."
- وفي الأخير تضع السيدة فاطمة مشهور الصعوبات التي تمنع من تنفيذ هذه الآلية نفسها التي تقترحها وذلك على النحو التالي:

### 11.2 الصعوبات :-

- ضعف الوعي بأهمية مضمون هذه الاتفاقية وبأساليب وطرق نشرها لترجمتها الى خطط وبرامج عمل .
- انعدام الوعي بالاتفاقية لدى كثير من القضاة والمحامين والعاملين بصورة عامة في المجال العدلي والقضائي الذين يمكن أن يكون لهم دور واضح في تطبيق نصوص الاتفاقية و نشرها.
- عدم رصد موازنات حكومية للمساهمة بوضع آلية تنفيذ للاتفاقية .
- انعدام تأهيل وتدريب الكوادر الفنية العاملة في المجال الإعلامي المؤهلة لإعداد برامج ورسائل إعلامية موجهة تستهدف تفعيل آلية نشر بنود ونصوص هذه الاتفاقية .
- عدم وجود أدلة تدريبية للتوعية بأهداف ومضمون ونصوص هذه الاتفاقية وفق مواصفات ومعايير علمية لتحقيق النتائج المثمرة . "

ونجد أن اللجنة الوطنية للمرأة قد قامت بسلسلة من الورش والندوات للتعريف بالسيداو تحديداً، وقامت عام 99/98 باعداد التقرير الرابع ثم عام 2002م باعداد التقرير الخامس حول مستوى تنفيذ الاتفاقية في اليمن. كما أصدرت هذا العام ملصقا خاصا حول الاتفاقية.

وهكذا من المسح الميداني نجد ان الصعوبات لا تزال قائمة وإن الجهات الوحيدة التي تسعى للتوعية بالاتفاقية هي اللجنة الوطنية للمرأة، وزارة حقوق الانسان، وملتقى المرأة للتدريب والدراسات، ومنتدى الشقائق العربي لحقوق الانسان، وبعض فروع اتحاد نساء اليمن المنخرطة في شبكة مواجهة العنف ضد النساء المسماة "شيماء".

ومع ذلك و في إطار السياسات العامة المرسومة لها حققت اللجنة الوطنية للمرأة باعتبارها مؤسسة حكومية ناشطة عدد من الانجازات تمثلت في مناقشات عملية تطبيق منهجية عمل بيجين و"السيداو"، حيث شاركت اللجنة الوطنية للمرأة في خطة ما بعد بيجين في اعداد تقرير بيجين +5 . كما قامت بإعداد تقارير سنوية حول وضع المرأة في اليمن تم فيها رصد وتسجيل عملية التقدم التي تمر بها المرأة اليمنية في كافة الميادين . كما تم كذلك عقد اجتماعات المجلس الأعلى لشئون المرأة، وحضور الملتقيات والمؤتمرات العربية والدولية ذات الصلة بوثيقة منهاج بيجين والمشاركة في الخطة العربية لما بعد بيجين.

وبعد القيام باعداد دراسات لتقويم الوضع الحالي للقوانين والتشريعات اليمنية تقدمت اللجنة الوطنية على إثرها باقتراح لتعديل القوانين العامة التي تتضمن نصوصاً تمييزية، حيث تم تقويم 57 قانوناً و11 اتفاقية دولية ومراجعتها. ونتج عن ذلك إصدار دليل قانوني ليوضع في متناول المهتمين والمعنيين من النساء والرجال العاملين في مجال العمل التنموي ومجال العمل القضائي.

## **12. الوسائل والدعائم الاتصالية التي تناول المرأة (على سبيل المثال: المطويات والملصقات والمطبوعات وشرائط الفيديو والأفلام التسجيلية التلفزيونية والوسائط المتعددة):**

### **12.1 المطويات:**

عدد من الوزارات و المؤسسات والمنظمات غير الحكومية صارت تستخدم عدد من الوسائل التوضيحية والتعريفية بانشطتها في اليمن. فقد صار البروشور التوضيحي أو المطويات القائم على ورقة واحدة مطبوعة من الجانبين، متعارفاً عليه حتى أصبح احد بديهيات التعريف اكثر من البطاقات الخاصة بالافراد. بل ان بعض المنظمات صارت تقوم بطباعة ملخص قصير عنها ضمن ورقة بطاقة التعريف المعتادة. وقد قامت اللجنة الوطنية بعمل مطوية ونشرة تعريفية وقد شملت نبذة عن تأسيس اللجنة ومهامها واختصاصات المجلس الأعلى لشئون المرأة والأمانة العامة وعضويتها وقد نشرت النشرة باللغتين العربية والإنجليزية. وجميع منظمات المجتمع المدني في اليمن النشيطة تملك مطويات او نشرات تعريفية عنها.

## 12.2 العروض باستخدام الكمبيوتر (الوسائط المتعددة):

صار ممكنا تقديم العروض عن المؤسسات او القضايا باستخدام أجهزة الكمبيوتر المحمول وعلى شاشة دائمة للعرض خلال فترة النشاط، بحيث يتمكن المشاركون من متابعة النصوص أو الافكار المطروحة. واحد وسائل الاعلان عن مهنية وحرفية الجهة القائمة بالنشاط هي استخدامها للكاميرات الرقمية مع الشاشات التي تعكس ذلك بحيث يمكن رؤوية المتحدثين عن بعد. وصار ايضا ممكنا ان يترك المشاركون القادمين من مناطق مختلفة انفسهم احرار لتعبئة حقائبهم بأشياء أخرى دون خشية ان يفوتهم شيء فالجهة التي تستضيفهم قد توفر اسطوانات رقمية تحوي الوثائق او تحوي الصور او تحوي التسجيل الكامل للفعالية.

## 12.3 الأفلام القصيرة وشرائط الفيديو:

لا يزال الفيلم القصير سينمائيا او على الفيديو هو الاكثر انتشارا وتكرارا. وسوف نقدم هنا معلومات عن ما توافر لدينا من امثلة قدمته استمارات المسح والمقابلات مع الجهات المعنية، لكن المعلومات غير مكتملة حسب علمنا حتى الآن لأسباب كثيرة منها تغير الأشخاص المسؤولين عن الانشطة وعدم علم الجدد بما سبق تنفيذه. ومنها غياب المسؤولين او رد غير المختصين على الاستمارة المطلوبة.

- قامت اللجنة الوطنية للمرأة بإعداد خمسة أفلام توعوية مرئية ، ثلاثة منها تمت بدعم من صندوق الأمم المتحدة للسكان وهي التي تناولت المواضيع التالية :-
    - الحق الضائع : - حول حرمان الفتيات من الإرث في بعض المناطق خلافاً للشريعة الإسلامية .
    - الخطأ القاتل :- تناول أهمية تعليم الفتاة إذ أن حرمانهن من التعليم يؤدي إلى ارتكاب أخطاء يمكن تفاديها مثل إعطاء أدوية خاطئة لأطفالها.
    - زواج طفلة :- ويوضح خطورة الزواج المبكر الذي يؤدي إلى حرمان الفتيات من التعليم والى تعرضهن إلى الأضرار الصحية بسبب خطورة الحمل والولادة عليهن في المرحلة المبكرة من عمرهن.وتناولت الافلام الأخرى أهمية المهر و كذلك حلقة حول حقوق السجينات. و قد تم عرض هذه الأفلام خلال الدورات البرمجية المختلفة في تلفزيون القناة الفضائية بصنعاء.
- ولم ترد في الاستمارة هذه الافلام أو معلومات عنها لكننا استقينا المعلومات من التقارير الدورية التي تنشرها اللجنة عن انشطتها. و يضاف الى ما سبق فيلم قصير آخر عن الأمينة العامة للمجلس المحلي في مدينة صنعاء السيدة فاطمة الحريبي، وفيلم آخر يسمى الملكان، قامت اللجنة بانتاجهما بالتعاون مع السفارة البريطانية.

- كما قامت مؤسسة برامج التنمية الثقافية بانتاج فيلم توعوي قصير يحفز النساء للمشاركة في الانتخاب يتم الاستعانة به في فترات الانتخابات المختلفة ويبث بين الحين والآخر من تلفزيون صنعاء. وقد تم انتاج ذلك الفيلم ضمن البرنامج الواسع الذي استهدف زيادة مشاركة النساء في الانتخابات خلال الفترة من عام 1996م وحتى عام 1997م .

- وقد انتج مركز البحوث التطبيقية والدراسات النسوية فيلماً وثائقياً عن وحدة الدراسات الاجتماعية ودراسات المرأة تم عرضه في مؤتمر بيجين ضمن فعاليات المنظمات غير الحكومية في هوايرو بالصين. ولا يزال هذا الفيلم يشكل الوثيقة الوحيدة عن تلك الوحدة بعد اغلاق المركز الذي نشأ على أساسها. ومدة الفيلم 20 دقيقة.
- كما انتجت بعض فروع الاتحاد العام لنساء اليمن عدد من الافلام الوثائقية المختلفة لكننا لم نجد توثيقاً لها، ولم يتم تضمينها في الاستثمارات. أحدها فيلم وثائقي يلخص فعاليات المؤتمر الثاني للاتحاد، كان قد سبق للباحثة رؤيته لكنني لم اجد في الوثائق.
- وهناك سلسلة من الافلام الوثائقية عن النساء والديموقراطية موثقة في ملتقى المرأة للتدريب والدراسات. نعرف بوجودها لكنها لم ترد في الاستثمار.

#### 12.4 التقويم:

- رغم انها ليست جهة مختصة بقضايا النساء او مهتمة بالعمل من أجلهن الا انها انتجت تقويماً سياحياً مركزاً على أهم الشخصيات النسائية في اليمن وواجه مشاركتهن المختلفة. والجهة المنفذة هي الجمعية السياحية اليمنية.
- قامت اللجنة الوطنية بطباعة تقويم العام الميلادي لعام 2000م بعدد 5000 نسخة وقدمت توزيعه على أجهزة الدولة المختلفة وعلى المنظمات غير الحكومية والسفارات وقد شمل التقويم 12 صورة من الرسوم التي توضح حقوق المرأة في كافة المجالات. ويأتي هذا التقويم ضمن ما يسمى مشروع الدعوة لمناصرة المرأة أي الدفاع والمناصرة Advocacy. وهو ممول من قبل صندوق الأمم المتحدة للسكان.
- وتنتج جمعية رعاية الاسرة تقويماً سنوياً عن قضايا النساء أو الاطفال، وكذلك تفعل بعض فروع الاتحاد العام لنساء اليمن.

#### 12.5 الملصقات:

تتنوع الملصقات وتتعدد وترتبط بالحملات المختلفة، فقد انتجت مؤسسة برامج التنمية الثقافية ملصقا عن الطلاق التعسفي بالتعاون مع المحكمة العربية لمواجهة العنف ضد النساء، وانتجت ملصقا عن النساء والانتخابات بالمشاركة مع صندوق دعم المرشحات. كما انتج اتحاد نساء اليمن ملصقا تعريفيًا بجوانب انشطته المختلفة يشمل تفسيراً لمفاهيمه عن تمكين النساء بالصور التوضيحية والرسوم. وانتجت اللجنة الوطنية للمرأة ملصقا كبيراً يحمل شعارها يتم توزيعه في المناسبات المختلفة. وانتجت شبكة مواجهة العنف ضد النساء "شيماء" عدد من الملصقات ضد العنف، أشهرها يمثل يد عليها شارة ممنوع.

## 12.6 وسائل أخرى:

حاليا أصبح موقع الانترنت احد وسائل المؤسسات المختلفة حكومية وغير حكومية. كما ان بعض المنظمات تستخدم الشهادات وبطاقات المعايدات او التهنية، و دبابيس الصدر او رباط الرقبة، والقبعات، والاقلام المكتوب عليها اسم الجهة، وغيرها من ادوات التعريف او ضمن برامج الحملات للمساندة او المناصرة. كما تقوم بعض الجهات بانتاج اغاني يتم توزيعها على الاشرطة، واشهر الجهات التي تقوم بذلك الجمعيات الدينية عبر الاناشيد او مؤسسة برامج التنمية الثقافية عبر الاغاني التشجيعية والثقافية وبالذات للدعوة الى المساواة او للتحفيز على الانتخاب.

## 13. الدورات التدريبية في مجال الإعلام المخصصة للمرأة:

يقوم فقط كل من مركز التدريب والتأهيل الاعلامي التابع لوزارة الاعلام، ومنتدى الاعلاميات اليمنيات بتنظيم الدورات التدريبية المتخصصة والمخصصة للنساء كل منهما يقوم بذلك بمفرده أو بالتعاون مع الآخر. وتقوم عدد من الجهات المهتمة بقضايا النساء بتدريب الاعلاميين على فهم واستيعاب القضايا ذات العلاقة بالنساء وبالذات ما يتعلق بالعنف ضد النساء.

ويقوم كل من الاتحاد العام لنساء اليمن واللجنة الوطنية للمرأة بارسال موظفاتهن الى الدورات التدريبية المخصصة للاعلاميات والتي تتم بين الحين والآخر في مناطق مختلفة من العالم. مثال ذلك الدورة التدريبية التي تمت في البحرين والتي خصصت لتدريب الاعلاميين العرب حول قضايا النساء بدعم من منظمة المرأة العربية.

## 14. الانتاج الإعلامي المخصص للمرأة (على سبيل المثال: حلقات التحوار، المؤتمرات، الندوات، ورش العمل).

عدد قليل من الفعاليات في اليمن حتى الآن تم تخصيصه للحوار بشأن أوضاع النساء في الاعلام، وما يتكرر الى حد ما هو ذلك الذي يتعلق بصورة النساء في وسائل الاعلام المختلفة. وهناك عدد من الندوات والمحاضرات بهذا الشأن التي استضافتها مؤسسة العفيف الثقافية.

و فقط منذ نشأة منتدى الاعلاميات اليمنيات بدت مشكلات النساء في الاعلام تظهر بوضوح. وكانت عادة هذه القضايا تثار في الفترة من 1993 وحتى 1999م في مواد البحث والتدريس بمركز البحوث التطبيقية والدراسات النسوية بجامعة صنعاء. لكن المركز منذ تعرضه لحملة ادت الى اغلاقه. تم فتح مركز جديد على انقاضه ليقوم بالبحث بعد في هذا المجال كما لا يقوم بالتدريس لقضايا النساء والاعلام.

وكانت آخر فعالية يمنية كبرى تتم فيها مناقشة قضايا النساء في الاعلام هي ضمن المحاور الستة التي وضعت على بساط البحث في مؤتمر تحديات القرن الواحد والعشرين عام 1999م في الفترة من 12- 14 سبتمبر، الذي كان آخر الانشطة لمركز البحوث التطبيقية والدراسات النسوية، بجامعة صنعاء.

بينما ساهمت بعد ذلك اليمن بتقديم تقارير عن اليمن والاعلام في منتدى المرأة والاعلام الذي نظمته منظمة المرأة العربية في البحرين وشاركت فيه ممثلات عن اللجنة الوطنية للمرأة.



## 15. التقارير السنوية عن المرأة في مجال الإعلام.

لا توجد تقارير سنوية عن المرأة في مجال الاعلام حتى العام الماضي. ومن المتوقع من عام 2005 ان يصدر تقرير سنوي عن اوضاع المرأة في الاعلام من قبل منتدى الاعلاميات اليمنيات بالتعاون مع عدد آخر من المنظمات الحكومية وغير الحكومية. وتصدر اللجنة الوطنية للمرأة تقارير مكتملة كل خمس سنوات تشمل اوضاع المرأة في مجال الاعلام. كما تصدر تقارير سنوية عامة. وقد جاء في تقرير اللجنة المقدم الى بيجين + 5 ما يلي:

- تنامت المحاولات خلال السنوات الثلاث الماضية لإدماج بعد النوع الاجتماعي في السياسة الإعلامية والاستراتيجية الوطنية للإعلام السكاني، كما تأسست ادارة عامة للمرأة في وزارة الاعلام ، وتزايدت اعداد النساء اللواتي يشغلن وظائف ادارية وفنية مختلفة فيها، ومع ذلك فلا تزال فجوة النوع الاجتماعي كبيرة بين العاملين من الرجال والنساء، بما في ذلك العاملين في محطات البث التلفزيوني والإذاعي، كما أن ما يمارس في الواقع ما يزال بعيداً عما تتبناه السياسات.
- لا تزال المرأة اليمنية نتيجة جملة من المعوقات، المادية والثقافية والاجتماعية غير مهيأة للاستفادة من مصادر المعرفة والمعلوماتية التي تتيحها تقنيات العصر: فحوالي 67,5% من النساء لا يستفدن من الإعلام المقرؤ بسبب الأمية، والغالبية العظمى من الريفيات لا يستفدن بسبب اقتصار توزيع الصحف على المراكز الحضرية، كما أن محدودية توفر الكهرباء في الريف يحرم فئات كثيرة من الرجال والنساء من الاستفادة من خدمات الاعلام المرئي. ومع ان الارسال الاذاعي المسموع يبقى أهم مصادر حصول النساء على المعلومات، فلسن جميعهن قدرات على الاستفادة الكافية من هذا المصدر لتراكم انشغالاتهن بالاعمال المنزلية والزراعية والرعي وغيرها.<sup>6</sup>

## 16. وحدات الرصد الإعلامي للمرأة:

لا توجد في اليمن حتى لحظة كتابة هذا التقرير وحدات رصد إعلامية للمرأة. وتعرض النساء بكثير من الاساءات و التنميط والتجاوزات دون وجود أي شكل من الرقابة او الرفض او الرصد المعلن.

## 17. حصر لتواجد المرأة الاعلامية فى المجالس التشريعية

تقدم تقارير منتدى الاعلاميات اليمنيات مجموعة من الحقائق والارقام عن اوضاع الاعلاميات ككل. وتظهر في النهاية أن هناك إستثناءات ومحاولات فردية متميزة وجريئة للإعلاميات اليمنيات برغم ظروف المرأة الاجتماعية في بلد محافظ كاليمن منها :-

- أن أول إعلامية في الجزيرة العربية كانت يمنية وهي ماهية نجيب صاحبة امتياز ورئيسة تحرير مجلة شهرية فتاة شمسان وصدرت في يناير 1960 م .
- أول من أسس قسم الإعلام في اليمن كانت الإعلامية المعروفة رؤفة حسن 1990 وكانت عضوة أول مجلس نقابي يشكل في اليمن، كما كانت أول من أسس مركز للبحوث التطبيقية والدراسات النسوية وتحمل مهام عمادته، ثم كانت أول امرأة يمنية ترأس مؤتمراً اقليمياً تموله اليونسكو في اليمن من أجل

- صحافة متعددة وحررة وديموقراطية عام 1996م، وكذلك أول امرأة ترأس مؤتمرا عاما للصحفيين اليمنيين عام 2004م.
- أعلى منصب قيادي حكومي للمرأة كان للإعلامية المتميزة أمة العليم السوسوة وكانت وكيل وزارة ( نائب وزير )
- أول سفيرة في اليمن كانت الإعلامية نفسها أمة العليم أيضا.
- لا توجد رؤية إسلامية أو موقف اجتماعي معين من عمل المرأة في مجال الصحافة خاصة ومغامراتها في هذا المجال الدليل 18 زيجة ناجحة وقيام الصحفيات الإسلاميات برغم خمارهن الطويل من إجراء العديد من التحقيقات الميدانية الجريئة وتعرض البعض للمخاطر مثل الاشتباك مع رجال الأمن .. المطاردة .. محاولة القبض عليهن .
- في المواجهات الخطيرة دائما ما توجد صحفيات يمنيات وكان هذا واقع الحال خلال فترة النضال ضد الاستعمار البريطاني أو في فترة الحرب الجمهورية ضد الملكية، وهي الآن ظاهرة مرتبطة بالتعددية السياسية والديموقراطية اليمنية وخاصة في السنوات الخمس الأخيرة.
- إحدى الشخصيتين العضو من النساء في مجلس الشورى اليمني ناشطة سياسية وكاتبة معروفة هي الاعلامية فاطمة محمد.

## 18. الصعوبات التي واجهتنا عند القيام بالمسح

كثير من الصعوبات التي واجهتنا حتى الآن مرتبط بالاختفاء أولا التي كان يقع فيها فريق المسح اثناء النزول الميداني والخلط بين مشاريع قائمة ومشاريع سابقة من جهة، ومن جهة ثانية كان هناك توجه من قبل الجهات المعنية المختلفة الى التعميم وعدم الدقة وتقديم معلومات عائمة. فقد تم توزيع 112 استمارة وقد استعدنا، 102 منها. ووجدنا أن ما يرتبط بالاتصال الموجه للنساء او عن النساء هي 38 استمارة، لكنها لم تكن مكتوبة على النحو الذي يغطي الأسئلة المطلوبة، الأمر الذي كان يستدعي عودة أعضاء الفريق ثانية الى الجهة والقيام بملء الاستمارة بشكل أدق. ولم تكن هناك أي امكانية للحصول على ارقام واضحة بشأن التمويل، وخاصة في الجهات الحكومية التي يصب التمويل عبر قنوات متعددة المسارات داخل اجهزتها.

وكانت اكثر الصعوبات التي واجهها فريق البحث هي تلك التي تمت في مؤسسات الاعلام الحكومية المختلفة التي تعاملت مع المعلومات وكأنها سر مع ان اغلبها منشور على القنوات المختلفة.

وقد قمنا بكتابة مسودة التقرير اعتمادا على الوثائق المتوفرة أكثر من الاعتماد على النتائج الواردة في الاستمارات، وارسلنا التقرير الى كل الجهات التي رأينا أنها لم تقدم المعلومات المطلوبة على النحو الكامل وقد ادى حصولها على التقرير الى طلبها لاستمارة جديدة وإعادة ملئها.

## 19. التوصيات

بالعودة الى الواقع الذي تكشف لنا في اليمن واتضح انه من غير المعقول ان تكون هذه الدراسة هي الاولى من نوعها لواقع النشاط الاعلامي الموجه الى النساء او عنه او بهن .  
**وبالتالي فإننا نوصي بما يلي:**

- ضرورة إيجاد استراتيجية وطنية للعمل الاعلامي-الاتصالي الموجه الى النساء او المتحدث باسمهن تنطلق من مرجعيات حقوق الإنسان ومن اتفاقية القضاء على كل أشكال التمييز ضد النساء ومن النقطة التاسعة في منهاج العمل الصادر عن المؤتمر العالمي للنساء الذي انعقد في بيجين وشاركت في اعماله اليمن.
- تدراس الاستراتيجية في لقاء عام مع المنظمات الحكومية وغير الحكومية المعنية بقضايا النساء وأخذ إطروحاتها بعين الاعتبار، لكي تمثل عملية الحوار بشأن هذه الاستراتيجية مجال للنقاش والحوار ومن ثم الالتزام من قبل كل الذين يقرونها.
- ضرورة وضع الخطط التنفيذية التي من شأن وزارة الاعلام ومؤسساتها من الاذاعة والتلفزيون والصحافة ان تتبناها وتقوم بتنفيذها.
- لا بد وان تتولى وزارة الاعلام مسؤولياتها السياسية في وضع الخطوط العامة الملزمة لوسائلها التي تمتلكها تجاه النساء مع آلية واضحة لقياس البرامج التي تهمش النساء او تنسب في الاضرار بصورتهن كمواطنات متساويات مع المواطنين.
- ضرورة وضع نظام مشترك مع اللجنة الوطنية للمرأة ومع اتحاد نساء اليمن ومع المنظمات غير الحكومية المهتمة بصورة النساء في وسائل الاعلام يتم علي أساسه وضع معايير لتقييم البرامج والانشطة الاعلامية الموجهة نحو النساء أو عنهن.
- مطالبة مراكز البحوث الخاصة بالنساء وكلية الاعلام على توسيع قاعدة البحث الاعلامي بشأن المجال الاعلامي وصورة النساء في وسائل الاعلام ورصد الانتهاكات التي تحدث بشأنهن وخاصة خلال فترات الانتخابات.

## الملحق الإحصائي : جداول البيانات عن استثمارات المسح

جدول (1) الجهات المنفذة للمشاريع التي تم اعتماد استثماراتها للتحليل

الرقم	اسم الجهة المنفذة	عدد الاستثمارات	نوعية الجهة
1	اللجنة الوطنية للمرأة- اليمنية	1	حكومية-
2	اللجنة الوطنية للمرأة- الادارة الاعلامية	1	للمرأة
3	اللجنة الوطنية للمرأة- شيماء	1	=
4	اللجنة الوطنية للمرأة- مشروع الهيئة العامة للموارد	1	=
5	المائية	1	=
6	وزارة الإعلام- الادارة العامة للمرأة	1	=
7	وزارة الإعلام- برنامج الاتصال السكاني	1	حكومية -عامة
8	وزارة الاعلام- إذاعة صنعاء	1	=
9	وزارة الاعلام- إذاعة عدن	1	=
10	وزارة الاعلام- إذاعة تعز	1	=
11	وزارة الاعلام- اذاعة الحديدة	1	=
12	وزارة الاعلام- إذاعة حجة	1	=
13	وزارة الاعلام- الوكالة اليمنية للأنباء " سباء "	1	=
14	وزارة الاعلام- القناة الفضائية	1	=
15	وزارة الاعلام- قناة 22 مايو	1	=
16	وزارة الاعلام- ملحق الاسرة بصحيفة الثورة	1	=
17	وزارة الاعلام- صفحة المرأة بصحيفة الجمهورية	1	=
18	وزارة الاعلام- معهد التأهيل والتدريب والدراسات	1	=
19	الاعلامية	1	مجتمع مدني
20	حزب التجمع اليمني للإصلاح- صفحة المرأة في صحيفة	1	حكومية-
21	الصحة	1	للمرأة
22	وزارة الشؤون الاجتماعية والتأمينات- الادارة العامة	1	حكومية- عامة
23	للمرأة	1	حكومية- عامة
24	وزارة الصحة- البرنامج الوطني لمكافحة الايدز	1	حكومية-
25	وزارة الأوقاف- برنامج التوعية الدينية	1	للمرأة
26	وزارة الأوقاف- ادارة توعية المرأة	1	حكومية-
27	الهيئة العامة لحماية البيئة- وحدة المرأة والبيئة	1	للمرأة
28	اتحاد نساء اليمن- المكتب التنفيذي	1	مجتمع مدني
29	اتحاد نساء اليمن – فرع عدن	1	مجتمع مدني
30	اتحاد نساء اليمن- فرع تعز	1	مجتمع مدني
31	منتدى الاعلاميات اليمنيات- موقع الانترنت	1	مجتمع مدني
32	منتدى الاعلاميات اليمنيات- مسح المعلومات عن	1	مجتمع مدني
33	الاعلاميات	1	مجتمع مدني
34	منتدى الاعلاميات اليمنيات- تحسين تناول قضايا النساء	1	مجتمع مدني
35	في الاعلام اليمني	1	مجتمع مدني
36	ملتقى المرأة للتدريب والدراسات	1	مجتمع مدني

مجتمع مدني	1	منتدى الشقائق العربي لحقوق الانسان	37
مجتمع مدني خاصة خاصة	1	مؤسسة برامج التنمية الثقافية- موقع مجتمع نت مؤسسة برامج التنمية الثقافية- التحالف للنساء في الانتخابات "وطن" المؤسسة العربية لحقوق الانسان صحيفة المرأة صحيفة آدم وحواء صحيفة 8 مارس حزب التجمع اليمني للإصلاح- جامعة الإيمان- مجلة الشقائق	38
مجتمع مدني			
	38		المجموع

جدول (2) التغطية الجغرافية

عدد المشاريع التي تغطي اليمن ككل	عدد المشاريع التي تغطي العاصمة	عدد المشاريع التي تغطي محافظة	عدد المشاريع التي تغطي مدن	أخرى
23	1	4	7	3
ملاحظات				من الواضح ان الجهات تقصد بالتغطية الجغرافية ما تنوي الوصول اليه لا ما تصل اليه فعلا. فالصحيفة مثلا التي تقول انها تغطي كل اليمن لا تتنبه الى أن أغلبية النساء في الريف اميات وليس هناك قنوات لتوزيع الصحف والمجلات على الريف في ظل عدم وجود قراء كافيين لتغطية تكاليف التوزيع.

جدول ( 3 ) العاملين في المشاريع

عدد العاملين ككل	الذكور في المشاريع	الإناث في المشاريع	في
318	68	250	المجموع
<p>* بعض الاستثمارات لم يرد في الردود عدد العاملين                  * في بعض الاستثمارات قصد المستجيبون ذكر الذين تقاضوا مرتبا                  * في استثمارات أخرى تم ذكر المتطوعين والمشاركين كعاملين                  ** بناء على ما سبق لا يمكن جعل مجموع العاملين المذكورين في                  الاستثمارات واقع حقيقي عن مجموع العاملين فعلا طالما ان 6 استثمارات                  لم ترد فيها أعداد رغم جهودنا المتكررة للحصول على المعلومة</p>			ملاحظا ت

جدول (4) الجمهور المستهدف

جمهور عام	نساء عاملات	ربات منازل	غير ذلك	غير مذكور
10	21	17	5	3
<p>* بعض الاجابات كانت تقول ان الجمهور هو كل النساء، وهذا يعني هدف التوجه الى هذا الجمهور ولا يعني الوصول الفعلي الى هذا الجمهور.                  * اوردنا في غير ذلك الجهات التي اعتبرت المهمشين شريحة اجتماعية مستهدفة                  * ورد في استمارة ان الجمهور المستهدف تلميذات المدارس واماكن تجمعات النساء، وقد اوردنا ذلك في غير ذلك                  * تم ايراد المعافات حركيا ضمن غير ذلك                  * تم ايراد الواعظات الدينيات في غير ذلك                  * تم ايراد المستهدفات الاعلاميات في غير ذلك</p>				ملاحظات

جدول (5) نوع النشاط ومضامينه

نوع النشاط						
ندوات	برامج اذاعية	برامج تلفزيونية	مواقع على الانترنت	دوريات	مطبوعات	أفلام
10	8	4	8	8	6	2
مضمون النشاط أو محتواه						
ديني	توعية	تدريبي	صحي	أخبار	تثقيف سياسي	صحة وطبخ
5	15	6	8	7	5	13
ملاحظات	<p>* كلما وردت عبارة تقارير أو نشرات في توصيف النشاط او مضامينه وضعناها مع المطبوعات</p> <p>* اعتبرنا حلقات النقاش والمؤتمرات ضمن فقرة الندوات</p> <p>* تم اعتبار المجلات الشهرية والدوريات والصحف جميعها في بند دوريات</p> <p>* دخلت الملصقات والمطويات ضمن بند المطبوعات</p> <p>* كثير من الاستثمارات اوردت شكل ما تقدمه كوصف للمضمون وكانت النتيجة اننا لم نعتمد في التحليل على هذا الرد بل على وثائق اخرى للجهة بما في ذلك مواقعها على الانترنت</p> <p>* جاء استخدام خط ساخن وهو هاتف خدمات نفسي مرة واحدة ولم يذكر في فقرة مستقلة</p> <p>* برنامج التدريب لتحسين اداء الاعلاميات هو سلسلة ورش تدريسية اوردناها في نوع النشاط كندوات وفي مضمون النشاط كتدريب</p>					

جدول ( 6 ) طبيعة الجهة المنفذة والممولة

خاصة	دولية	غير حكومية	حكومية	
7	1	8	23	الجهة المنفذة
8	15	3	19	الجهة الممولة
<p>* بالرغم من أن عدد الجهات الحكومية التي اشتملتها العينة هي 23 فإن التمويل الدولي يسير اليها كما يسير الى الجهات غير الحكومية * ويلاحظ ايضا ان عدد من المنظمات غير الحكومية تستند في تمويلها على جهات مختلفة والحكومة هي احد المصادر</p>				ملاحظات

جدول ( 7 ) نوع التمويل

غير ممول	عيني (فني)	مادي	
2	21	30	
			ملاحظات



جدول ( 8 ) تقييم النشاط

هل تم تقييم النشاط؟		
لا	نعم	
21	16	العدد

جدول ( 9 ) الأنشطة المستمرة

استمرار النشاط؟		
متوقف 6	مستمر 31	العدد
* جهة واحدة لم تشير الى الاستمرار او التوقف	* بعض الجهات كتبت اشارة على استمرار النشاط رقم توقفه وذلك حرص من تلك الجهات على القول ان هناك منجزات تحققت خلال فترة المشروع وقد وضعناها في التقييم ضمن الجهات المتوقف نشاطها	ملاحظات

## الهوامش:

---

1	:	1994-1991
2	:	1999
3	:	www.yfmf.org
4	:	2005
5	:	1999
6	:	2004