



منظمة المرأة العربية
Arab Women Organization

واقع الأنشطة الاتصالية الموجهة للمرأة
في سلطنة عمان

د. أنور محمد الرواس
أستاذ الإعلام المساعد بجامعة السلطان قابوس

1. المقدمة:

تمثل المرأة في أي مجتمع أحد أهم المعايير الأساسية لقياس درجة تقدمه، ولا يمكن لأحد أن يتصور تقدم المجتمعات في عصرنا الحالي بخطى منتظمة دون مشاركة المرأة في الأطر التنموية فهي نصف الطاقة الإنتاجية ولا يستطيع أي مجتمع التقدم بنصفه ويترك نصفه الآخر عرضة للتخلف، ولهذا يجب أن ينظر للمرأة كشريك حقيقي في بناء المستقبل باعتبارها المؤثر الرئيسي في التنشئة الاجتماعية.

وفي سلطنة عمان بدأت المرأة العمانية مسيرتها الحياتية إلى جانب شقيقها الرجل منذ تولي جلالة السلطان قابوس بن سعيد سلطان عمان في الثالث والعشرين من يوليو عام 1970، وبالتحديد في الثلاثين من سبتمبر من نفس العام بعد افتتاح الإذاعة العمانية. واستمرت مسيرتها منذ ذلك الوقت حتى تولت مناصب قيادية في القطاعين العام والخاص في سلطنة عمان. ويمكن القول أن مسيرتها في هذا الشأن قد ووجهت بمصاعب ناجمة من طبيعتها التي تنشئ بشكل عام الهدوء والاستقرار اللذين يتيحان لها الوقت الكافي لأداء واجباتها الأخرى كأم وربة بيت بالإضافة إلى طبيعة المهام العملية التي تقوم بها، فضلاً عن دور التقاليد الاجتماعية التي لا تحيد في الغالب عمل المرأة في بعض المجالات. وعندما قامت الدولة بتشجيع اشتراك المرأة في الأدوار الاجتماعية والثقافية والسياسية كان لهذا الأمر صدى ملموس لدى أفراد المجتمع العماني وكانت هذه البداية لتجاوز دور المرأة الطابع التقليدي التي كانت تعيش تحت ضلالة وخرجت إلى مواقع العمل وساهمت بدورها في تنمية قدرات المجتمع في كافة الأصعدة. وما كان يتحقق ذلك بدون التأهيل العلمي والتدريب اللذين أتاحتهم الدولة للمرأة العمانية على قدم المساواة مع الرجل.

ولم يميز النظام الأساسي للدولة في سلطنة عمان بين الرجل والمرأة فيما يخص الحقوق والواجبات العامة، وتولي الوظائف العامة، بل انه نص صراحة في الباب الثالث -الحقوق والواجبات العامة- في المادة 17 على مساواة جميع المواطنين أمام القانون، وعلى أنهم سواسية في الحقوق والواجبات العامة ولا تمييز بينهم في ذلك بسبب الجنس أو اللون أو اللغة أو الدين أو المذهب أو الموطن أو المركز الاجتماعي. وتضمن قانون العمل الصادر عام 1973م، والذي ينظم العلاقة بين العامل ورب العمل في القطاع الخاص أحكاماً تكفل المرأة حق العمل، وجاءت الأحكام المتعلقة بالعمل عامة دون تمييز بين الرجل والمرأة، ونص قانون الخدمة المدنية الصادر عام 1980م على تكافل الفرص للمرأة والرجل في مجالات التشغيل والأجور، وذلك عند تساوي المؤهلات والخبرات. وأجاز قانون التأمينات الاجتماعية الصادر في عام 1991م وتعديلاته للمرأة أن تحصل على معاش الشيخوخة مبكراً عند بلوغ الخامسة والخمسين، وهو ما لا يتيسر للرجل إلا عند بلوغه الستين¹.

ولقد جاءت مشاركة المرأة العمانية في تنمية المجتمع العماني ضرورة ملحة، أبرز دورها في هذا المجال، ويرجع ذلك إلى عدد من العناصر التي ساهمت في دمج المرأة العمانية بعد عام 1970م في عملية التنمية أهمها²:

- تغير الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية بعد عام 1970م خاصة وبشكل عام بعد حدوث الطفرة النفطية في دول الخليج عامة.
- انفتاح السلطنة على دول العالم من خلال علاقاتها الدولية المتوازنة ودور وسائل الإعلام في تحقيق هذا الانفتاح .
- زيادة وتوسع مجالات التنمية التي تتطلب مشاركة المرأة للرجل في تنفيذها.
- إصدار قوانين وتشريعات شجعت المرأة للمساهمة في التنمية ضمنها لحقوقها.

وتشير نتائج العديد من الدراسات الميدانية إلى ارتباط المرأة بوسائل الإعلام مقارنة بالرجل، ويرجع ذلك بالطبع لأسباب عديدة يرتبط بعضها بحاجة المرأة إلى هذه الوسائل والإشباع التي تحققها نتيجة تعرضها لهذه الوسائل، فضلاً عن طريقة العمل المنزلية

المفروضة على كثير من نساء مجتمعاتنا النامية، ونتيجة لهذه الأهمية التي تتميز بها وسائل الاتصال بمستوياتها الشخصية والجمعية والجماعية فقد حرصت مختلف المؤسسات والهيئات العمانية الحكومية والخاصة على الاستفادة من هذه الوسائل في توجيه رسالة اتصالية لتدعيم مكانة المرأة ومساندتها في المجالات المتعددة.

ويبدو من دراسة واقع المجتمع العماني أن هناك تنوعاً في الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة العمانية؛ إذ توجد المؤسسات الإعلامية الحكومية منها والخاصة ووزارات الصحة والتنمية الاجتماعية والزراعة والثروة السمكية. وقد تباينت نوعية هذه الأنشطة تبعاً للجهات المقدمة إليها. فقد وجدت البرامج الإذاعية والتلفزيونية والموضوعات الصحفية المتنوعة وكذلك مواقع الإنترنت. ووجدت أيضاً الدورات التدريبية والندوات والبرامج التدريبية، وكذلك المحاضرات والمسابقات والمطويات والملصقات. وبالنسبة لدورية هذه الأنشطة فقد تنوعت مواعيد الصدور بين يومية وأسبوعية ونصف شهرية وشهرية ونصف سنوية.

أما عن الجمهور المستهدف من النساء بالنسبة للأنشطة الاتصالية المقدمة، فقد توزعت فئات الجمهور على ربة المنزل والمرأة العاملة والمرأة الريفية والطالبات اللائي في مرحلة البلوغ والمرأة والأسرة عموماً. وبالنسبة للتغطية الجغرافية لهذه الأنشطة فقد تركزت على الدولة بأكملها باستثناء نشاط وحيد تركز في العاصمة.

ولما كانت عمليات تمويل الأنشطة الاتصالية تعد عاملاً أساسياً في استمرارها؛ فقد لوحظ حرص الجهات الحكومية والخاصة في سلطنة عمان على دعم هذه الأنشطة بينما جاء دور الجهات القطاعية الأهلية محدوداً، وانعدم دور الجهات الدولية تماماً. أما عن نوعية التمويل المقدم لهذه الأنشطة فقد تركز بصفة أساسية في عمليات التمويل المادي والتمويل المادي العيني، بينما كان التمويل العيني ضعيفاً في حين انعدم التمويل غير المادي العيني بالمرءة.

وبالنسبة لاستمرارية الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان فيبدو أن هناك توجهاً أساسياً لاستمرارها؛ إذ بلغت نسبة الأنشطة المستمرة 92,3% بينما بلغت نسبة الأنشطة غير المستمرة 7,7% فقط. أما عن تقييم الأنشطة فقد أشارت النتائج إلى تقييم أكثر من ثلثي مجموع هذه الأنشطة.

وإذا حاولنا إلقاء الضوء على أهداف الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة العمانية فقد أشارت نتائج التحليل الكيفي إلى تباين هذه الأهداف تبعاً للجهة المقدمة، وينطبق الوضع ذاته على المضامين المقدمة. فقد حرصت بعض المؤسسات على الاهتمام بالوصول إلى المرأة وتوعيتها، بينما ركزت بعض المؤسسات على تدعيم المشروعات الإنتاجية الخاصة بالمرأة وتدريب الكوادر الفنية من النساء لإدارتها. أما عن المضامين الاتصالية المقدمة فقد جاءت متباينة أيضاً؛ إذ حرصت المؤسسات الإعلامية على تقديم كل ما يهم المرأة من خلال الموضوعات الصحفية والبرامج الإذاعية والتلفزيونية. بينما سعت المؤسسات الاجتماعية الأخرى على تنفيذ ورش العمل وإقامة الندوات والمحاضرات وتقديم الكتيبات وشرائط الفيديو.

ولما كانت الإنجازات التي تحققتها الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة العمانية تعد عاملاً أساسياً يشير إلى نجاحها فقد ذكرت النتائج تحقيق العديد من الإنجازات في هذا الصدد، ولعل أبرزها تحقيق التواصل بين هذه المؤسسات وجمهور المرأة، فضلاً عن زيادة الوعي واكتساب المهارات لدى المرأة العمانية.

أما عن تقييم الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة العمانية فقد أشارت النتائج إلى وجود حوالي أكثر من ثلث الأنشطة الاتصالية غير مقيمة، وقد يرجع ذلك إلى أسباب كثيرة منها حداثة بعض الأنشطة وانعدام الخبرة فضلاً عن عدم توفر الميزانية. أما الأنشطة التي تم تقييمها فيتم ذلك بشكل دوري من خلال أنماط متعددة أهمها الاستبيانات الميدانية.

وأخيراً وبالنسبة للتحديات التي تواجهها الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة العمانية فقد أشارت النتائج إلى وجود العديد من التحديات، تركز بعضها في العادات والتقاليد السيئة والمعتقدات الخاطئة، فضلاً عن قلة عدد الكوادر الفنية اللازمة التي تقوم على تنفيذ هذه الأنشطة.

وفي الصفحات القادمة من هذا التقرير نتعرض لتوضيح النتائج الكمية الخاصة بالدراسة المسحية ثم نتناول بالتحليل النتائج الكيفية، ثم نشير إلى التحديات التي واجهت فريق البحث أثناء إجراء الدراسة، وأخيراً نختم الدراسة بعرض لأهم التوصيات التي خرجت بها الدراسة.

2. نتائج التحليل الإحصائي

2.1. أنواع الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان.

توضح نتائج الدراسة الكمية في الجدول رقم (2.1) إلى أن الأنشطة الاتصالية جاءت متنوعة، حيث حصل النشاط الصحفي المتضمن تحقيقات وأحاديث صحفية على المرتبة الأولى بنسبة 32.5%، وربما يرجع السبب في ذلك إلى تخصيص الصحف والمجلات صفحات متخصصة ثابتة عن المرأة والأسرة بشكل عام بشكل يومي أو نصف أسبوعي أو أسبوعي أو نصف شهري أو شهري. حيث تساهم المؤسسات الصحفية -إلى جانب بقية المؤسسات التي تقدم نشاطا اتصاليا للمرأة في سلطنة عمان- في توعية المرأة العمانية بحقوقها وواجباتها تجاه نفسها ومجتمعها، ويتجلى ذلك من خلال الكتابات الموجهة من المرأة نفسها لشقيقتها المرأة للارتقاء بقدراتها وإخراج طاقاتها الكامنة لتكون شريكا حقيقيا إلى جانب الرجل في شتى المجالات الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية. فيما حصلت البرامج الإذاعية والتلفزيونية على المرتبة الثانية بنسبة 32.4% توزعت على (البرامج الإذاعية 14.7%، والبرامج التلفزيونية 17.7%)، وقد تركزت تلك البرامج على تقديم ما هو جديد في عالم الأزياء والموضة وكذلك الديكور والمطبخ العربي والعالمية بشكل مستمر لكي تكون المرأة العمانية على إطلاع على الجديد والمفيد لها ولأسرتها. وإذا ما تم دمج المؤسسات الإعلامية (صحف ومجلات وإذاعة وتلفزيون) من خلال أنشطتها الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان فإنها تصدر الترتيب بنسبة 64.9% من إجمالي المؤسسات التي تقدم أنشطة اتصالية للمرأة في سلطنة عمان. وحصلت المطويات والملصقات على نسبة متساوية حيث بلغت 8.8%، ويعتبر هذا النشاط الاتصالي عاملا مساعدا لتوعية المرأة من خلال إتباع المرأة العمانية للإرشادات التوعوية الموضحة التي تأتي في شكل صور متسقة ومتجانسة توضح الأهداف المرجوة من هذا النشاط. فيما حصل النشاط الاتصالي المتعلق بالتدريس على المرتبة السادسة بنسبة 5.9% ويتركز هذا النشاط في معهد عمان للصحة العامة التابع لوزارة الصحة العمانية من خلال تقديم برامج علمية في علوم الاتصال والإعلام للمثقفات الصحيات لتمكينهن من القيام بدورهن في توعية المرأة في المجتمع. فيما جاءت الأنشطة التالية والتي كانت على شكل ندوة، أو إنترنت، أو دورات تدريبية، أو مسابقات في المرتبة الأخيرة بنسبة 2.9% لكل منهم، حيث تساهم هذه الأنشطة في الارتقاء بدور المرأة العمانية شكلا ومضمونا من خلال طرح القضايا المتعلقة بالمرأة ودورها في خدمة مجتمعها.

جدول (2.1): أنواع الأنشطة الاتصالية

نوع النشاط	التكرارات والنسبة	ك	%
1-ندوة		1	2.9
2-برنامج إذاعي		5	14.7

3-برنامج تليفزيوني	6	17.7
4-تحقيقات وأحاديث صحفية	11	32.5
5-مطويات	3	8.8
6-ملصقات	3	8.8
7-إنترنت	1	2.9
8-دورات تدريبية	1	2.9
9-تدريس	2	5.9
10-مسابقات	1	2.9
المجموع	34	100

2.2. المؤسسات التي تقدم أنشطة اتصالية للمرأة في سلطنة عمان.

يوضح الجدول التالي رقم (2.2) أن المؤسسات الصحية التابعة لوزارة الصحة العمانية حصلت على المرتبة الأولى بنسبة 19.2%، مما يدل على زيادة عدد الأنشطة الاتصالية التي تقدمها وزارة الصحة من برامج صحية تتركز حول توعية المرأة العمانية بالجوانب الصحية حفاظاً على سلامتها وسلامة أطفالها وأسرتها. فيما جاءت كل من الأنشطة الاتصالية التي تقدمها الصحف ووزارة الزراعة والثروة السمكية في المرتبة الثانية بنسبة 15.4%، حيث تركزت على تقديم صفحات متخصصة يومية ونصف أسبوعية وأسبوعية تعنى بشؤون المرأة، فيما كانت الأنشطة المقدمة من وزارة الزراعة والثروة السمكية تحتوي على نشرات إرشادية وبرامج إذاعية وتليفزيونية ومحاضرات وورش عمل مقدمة للمرأة الريفية. وحصلت الأنشطة الاتصالية التي يقدمها تليفزيون سلطنة عمان على المرتبة الرابعة بنسبة 11.5%، حيث تركزت هذه الأنشطة على تقديم برامج متخصصة حول الطبخ والديكور وغيرها من القضايا التي تهتم بها المرأة بشكل عام. بينما جاءت الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في كل من إذاعة سلطنة عمان التابعة لوزارة الإعلام ووزارة التنمية الاجتماعية في المرتبة الخامسة بنسبة 7.7% في كل منهما، وقد تركزت البرامج التي تقدمها الإذاعة على تقديم كل ما هو جديد ومفيد للمرأة العصرية، بينما تضمنت الأنشطة الاتصالية المقدمة من وزارة التنمية الاجتماعية تقديم المحاضرات والندوات وورش العمل للارتقاء بقدرات المرأة الذاتية والقيادية وتدريبها على الدخول في مشروعات ذات جدوى اقتصادية. فيما حصلت الشبكة العمانية للمعلومات على المرتبة الأخيرة بنسبة 3.9% من خلال موقع حوارتي تشارك فيه المرأة بطرح قضاياها ومشاكلها لإيجاد الحلول المناسبة لها.

جدول (2.2): المؤسسات التي تقدم أنشطة الاتصالية

المؤسسات	التكرارات والنسبة	ك	%
1-الصحف	4	15.4	
2-المجلات	1	3.9	
3-إذاعة سلطنة عمان	2	7.7	
4-تليفزيون سلطنة عمان	3	11.5	
5-الشبكة العمانية للمعلومات	1	3.9	
6-وزارة الصحة	5	19.2	
7-وزارة التنمية الاجتماعية	2	7.7	
8-وزارة الزراعة والثروة السمكية	4	15.4	
المجموع	26	100	

2.3. دورية الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان.

توضح بيانات الجدول رقم (2.3) الخاص بدورية الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان إلى حصول دوريات الأنشطة الأسبوعية على المرتبة الأولى بنسبة 27.9%، بينما جاءت كل من دورية الأنشطة اليومية والسنوية في المرتبة الثانية بنسبة 23.0%، فيما حصلت دورية النشاط الشهرية المقدمة للمرأة العمانية في المرتبة الرابعة بنسبة 15.4%، وحصلت كل من دورية أنشطة الأسبوعين، وكل ثلاثة أسابيع، ونصف سنوية على المرتبة الأخيرة بنسبة 3.9%. ويستنتج من كثافة دورية الأنشطة الأسبوعية الذي تقدمه المؤسسات الإعلامية من مواد صحفية وبرامج تعنى بشؤون المرأة لمساعدتها على التعامل مع المتغيرات والمتطلبات المستقبلية لنفسها ولبيتها ولمجتمعها.

جدول (2.3): دورية الأنشطة الاتصالية

التكرارات والنسبة	ك	%
دورية النشاط		
1-يومي	6	23.0
2-أسبوعي	7	26.9
3-كل أسبوعين	1	3.9
4-كل ثلاث أسابيع	1	3.9
5-شهري	4	15.4
6-نصف سنوعي	1	3.9
7-سنوي	6	23.0
المجموع	26	100

2.4. مدى استمرارية الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان.

تشير بيانات الجدول رقم (2.4) إلى أن الأنشطة الاتصالية التي لا تزال مستمرة والمقدمة للمرأة في سلطنة عمان بلغت نسبتها 92.3%، فيما بلغت نسبة الأنشطة الاتصالية التي توقفت 7.7%، وربما يرجع السبب في استمرارية الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة العمانية هو اهتمام نابع من حكومة سلطنة عمان للمضي قدماً في تقديم الدعم للأنشطة الاتصالية وذلك للارتقاء بقدرات المرأة في كافة المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

جدول (2.4): مدى استمرارية الأنشطة الاتصالية

التكرارات والنسبة	ك	%
استمرارية الأنشطة		
1-الأنشطة المستمرة	24	92.3
2-الأنشطة غير المستمرة	2	7.7
المجموع	26	100

2.5. التغطية الجغرافية للأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان.

وتوضح بيانات الجدول رقم (2.5) الخاص بالتغطية الجغرافية للأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان إلى أن نسبة الأنشطة الموجهة لكافة محافظات ومناطق السلطنة بلغت 96.1%، فيما كان نشاطا اتصاليا واحد في العاصمة بلغت نسبته 3.9%. وربما يعود السبب في ذلك إلى أن السياسات التي تنتهجها حكومة السلطنة من خلال المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الأخرى التي تقدم أنشطة اتصالية للمرأة تخاطب المرأة العمانية حيثما وجدت من أجل توعيتها بحقوقها وواجباتها تجاه نفسها وأسرته ومجتمعها، ولذلك فإن المؤسسات حريصة على إيصال رسائلها إلى أكبر قدر ممكن من النساء في سلطنة عمان.

جدول (2.5): التغطية الجغرافية للأنشطة الاتصالية

نوع التغطية	التكرارات والنسبة	ك	%
1-الوطن ككل	25	25	96.1
2-العاصمة	1	1	3.9
3-المحافظة/ المنطقة	-	-	-
4-المدينة/القرية	-	-	-
المجموع	26	26	100

2.6. عدد العاملين القائمين على تنفيذ الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان.

ويشير الجدول رقم (2.6) إلى أن نسبة عدد العاملين من الذكور القائمين على تنفيذ الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان بلغت نسبتهم 54.8%، بينما بلغت نسبة الإناث 45.2%. وربما يعود السبب في ذلك إلى ارتفاع عدد الموظفين العمانيين من الذكور العاملين في القطاع العام حيث بلغت نسبتهم 65.6%، بينما بلغت نسبة النساء العاملات في القطاع نفسه 34.4%³. وهو أمر طبيعي في أي مجتمع شرقي حيث يعتبر فيه الرجل المعيل الأول للأسرة. وعلى الرغم من ارتفاع عدد الذكور القائمين على تنفيذ الأنشطة الاتصالية فهذا لا يعني أن الرجل يستطيع بمفرده القيام بهذه المهام، وربما يكون المسؤول عن هذه الأنشطة بعض النساء اللاتي يوجهن الرجال للقيام بدور مكمل للمرأة وذلك من أجل توسيع قاعدة المشاركة بين الجنسين.

جدول (2.6): عدد العاملين على تنفيذ الأنشطة الاتصالية

الفئات	ك	%
1- ذكور	102	54.8
2- إناث	84	45.2
المجموع	186	100

2.7. الجمهور المستهدف من الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان.

تباين نوعية الجمهور المستهدف من النساء اللاتي توجه إليهن الأنشطة الاتصالية، وتشير بيانات الجدول رقم (2.7) إلى أن جمهور المرأة والأسرة عموماً حصل على أعلى نسبة من فئات الجمهور المستهدف بنسبة 52.9%، وربما يرجع السبب في ذلك إلى أن المجتمع العماني لا زال مترابطاً من خلال ما يعرف بالأسرة الممتدة، ولهذا نجد أن النشاطات الاتصالية تصب في هذا الإطار وإن كانت الرسالة موجهة للمرأة للقيام بدورها في العمل أو المنزل. بينما جاءت الأنشطة الاتصالية الموجهة للمرأة العاملة في المرتبة الثانية بنسبة 17.7%. وحصلت المرأة الريفية على المرتبة الثالثة بنسبة 14.7%. فيما حصلت ربة المنزل على المرتبة الرابعة بنسبة 11.8%. بينما جاء النشاط الاتصالي الموجه لطالبات في مرحلة البلوغ في المرتبة الأخيرة بنسبة 2.9%، إذ يتركز هدف يتركز هذا البرنامج - الذي تقدمه وزارة الصحة مع بداية كل عام دراسي - على توعية الفتيات اللاتي يدخلن مرحلة البلوغ من خلال توجيه النصح والإرشاد لهن عبر المحاضرات والمطويات وأشرطة الفيديو.

جدول (2.7): نوعية الجمهور المستهدف من الأنشطة الاتصالية

نوع الجمهور	التكرارات والنسبة	ك	%
1- ربة منزل		4	11.8
2- المرأة العاملة		6	17.7
3- المرأة الريفية		5	14.7
4- المرأة والأسرة عموما		18	52.9
5- طالبات في مرحلة البلوغ		1	2.9
المجموع		34	100

2.8. الجهات المنفذة للأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان

ويوضح الجدول رقم (2.8) أن الجهات المنفذة للأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان تركزت في الجهات الحكومية وحصلت بذلك على المرتبة الأولى بنسبة 65.3%، وربما يعود السبب في ذلك إلى التوجيهات المباشرة من قبل جلالة السلطان قابوس بن سعيد سلطان عمان شخصيا للارتقاء بالمرأة شكلا ومضمونا من خلال الدعم المادي والمعنوي للبرامج الموجهة إليها وتكثيفها، باعتبارها شريك فاعل ومؤثر في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية. بينما جاءت الجهات الخاصة المتمثلة في القطاع الخاص في المرتبة الثانية بنسبة 30.8%، وهي نسبة إيجابية لهذا القطاع الذي دخل هو الآخر شريكا مع الجهات الحكومية من خلال تقديم الدعم المادي والمعنوي للارتقاء بالمرأة العمانية. فيما جاءت الشراكة بين القطاعين الحكومي والأهلي في المرتبة الأخيرة بنسبة 3.9%، وبالرغم من ضآلة هذه النسبة لكنها تعطي مؤشرا إيجابيا على قيام القطاع الأهلي بدوره في تنمية قدرات المرأة العمانية جنبا إلى جنب مع القطاعين الحكومي والخاص.

جدول (2.8): الجهات المنفذة للمشروعات الاتصالية

اسم الجهة	التكرارات والنسبة	ك	%
1- حكومية		17	65.3
2- خاصة		8	30.8
3- حكومية/ خاصة		-	-
4- حكومي/ أهلي		1	3.9
المجموع		26	100

2.9. الجهات الممولة للأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان

وتشير بيانات الجدول رقم (2.9) إلى أن الجهات الحكومية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 53.7% من إجمالي الجهات الممولة للأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان، وربما يعود السبب في ذلك إلى قدرة الدولة من خلال توفير ميزانيات خاصة للمرأة عبر المؤسسات الحكومية التي تقدم برامج اتصالية للمرأة العمانية، كما أن الدولة هي الجهة الوحيدة التي تستطيع أن ترتقي بالقطاع النسوي عبر توجيه تلك المؤسسات للقيام بأنشطة اتصالية مستمرة تقدم للمرأة العمانية في سلطنة عمان. بينما جاءت الجهات الخاصة الممولة للأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة العمانية في المرتبة الثانية بنسبة 34.6%، ويتركز هذا الدعم من خلال الرعاية للنشاطات الاتصالية سواء كانت ندوات أو محاضرات أو ورش عمل كمساهمة منها في تنمية قدرات المجتمع. بينما تساوت النسبة في كل من الجهات الممولة الحكومية/الخاصة، وحكومية/أهلية، وحكومية/دولية حيث بلغت 3.9%. وربما يعد هذا الأمر عاملا إيجابيا في تنوع الجهات الممولة للأنشطة

الاتصالية المقدمة للمرأة العمانية وبالتالي طرح برامج اتصالية متنوعة تخدم المرأة العمانية وتنمية قدراتها الذاتية خدمة لمجتمعها وبلدها.

جدول (2.9): الجهات الممولة للمشروعات الاتصالية

الاسم الجهة	التكرارات والنسبة	ك	%
1-حكومية	14	53.7	
2-خاصة	9	34.6	
3-حكومية/ خاصة	1	3.9	
4-دولية	-	-	
5-أهلية	-	-	
6-حكومية/ أهلية	1	3.9	
7-حكومية/ دولية	1	3.9	
المجموع	26	100	

2.10. نوع تمويل الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان.

تشير بيانات الجدول رقم (2.10) أن تمويل الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة العمانية تركزت على الجانب المادي حيث بلغت النسبة 53.9%، وربما يرجع السبب في ذلك إلى أن هذه الأنشطة تخاطب الشريحة النسوية على مستوى السلطنة، ولذلك فإن البرامج التي تقدمها المؤسسات تتركز حول وجود محاضرين يقدمون خبراتهم للنهوض بالمرأة في ميادين العمل، أو من خلال ورش تخصصية تعقد على مدار يوم أو يومين مما يتطلب وجود موازنة مالية لتغطية التكاليف. كما أن هذه البرامج تندرج تحت إطار طباعة مطويات وملصقات إيضاحية تساهم في توعية المرأة العمانية. فيما جاء التمويل مشتركاً بين المادي والعيني في المرتبة الثانية بنسبة 42.3%، وربما يكون سبب الشراكة هو مساهمة بعض المؤسسات الأخرى في تقديم تسهيلات عينية من حيث القاعة أو توزيع المرطبات على الحاضرين أو المشاركين في الندوات والمحاضرات وورش العمل. بينما كانت النسبة في الجانب العيني 3.9%.

جدول (2.10): تمويل الأنشطة الاتصالية

نوع التمويل	التكرارات والنسبة	ك	%
1-مادي	14	53.9	
2-عيني	1	3.9	
3-غير مادي/ عيني	-	-	
4-مادي عيني	11	42.3	
المجموع	26	100	

2.11. تقييم الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان

توضح بيانات الجدول رقم (2.11) إلى أن الأنشطة التي تم تقييمها بلغت نسبتها 65.4%، بينما بلغت نسبة الأنشطة الاتصالية التي لم يتم تقييمها 34.6%. وربما يرجع السبب في تقييم الأنشطة الاتصالية من قبل المؤسسات التي تقدم أنشطة اتصالية للمرأة في سلطنة عمان هو أمر نابع من اهتمامها بالمرأة، إضافة إلى اهتمامها بمعرفة رجع الصدى حول البرامج المقدمة من خلال استمارة استبيان توزع على النساء لتقييمها ومن ثم تدارك السلبيات في البرامج المستقبلية. ومن خلال تواصلنا مع الجهات التي تقدم أنشطة

اتصالية اكتشفنا أن التقييم نابغ من المؤسسة نفسها لمعرفة جوانب القصور والعمل على تصويبه، ولا توجد جهات استشارية خارجية تقوم بهذا التقييم وربما يرجع السبب إلى التكلفة العالية لهذه النوعية من التقييم المبني على أسس علمية مدروسة.

جدول (2.11): مدى تقييم الأنشطة الاتصالية

التكرارات والنسبة	ك	%
تقييم النشاط		
1-الأنشطة التي تم تقييمها	17	65.4
2-الأنشطة التي لم يتم تقييمها	9	34.6
المجموع	26	100

2.12. تحديات استمرار الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان.

يستدل من البيانات الواردة في الجدول رقم (2.12) أن هناك تحديات تواجه المؤسسات التي تقدم أنشطة اتصالية للمرأة العمانية حيث بلغت نسبتها 73%، فيما كانت النسبة الموضحة بعدم وجود تحديات تواجه تلك المؤسسات 27%. وربما يعود السبب في وجود تحديات كثيرة إلى انعدام الكوادر البشرية المؤهلة للقيام بهذه الأنشطة، إضافة إلى قلة عدد الكاتبات العمانيات، والعادات والتقاليد التي لا زالت تحد من تقدم المرأة على الرغم من الطفرة التي شهدتها السلطنة في تمكين المرأة للقيام بدورها في كافة المجالات، وبناء ثقافتها من خلال التأهيل والتدريب والتعليم بهدف ممارسة دورها الطبيعي في المجتمع.

دول (2.12) : مدى وجود تحديات تواجه الأنشطة الاتصالية

التكرارات	ك	%
الفئات		
1- توجد تحديات	19	23
2- لا توجد تحديات	7	27
المجموع	26	100

3. نتائج التحليل الكيفي:

3.1. أهداف الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان

تباينت أهداف الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان بتباين المؤسسات المقدمة أو الداعمة لهذه الأنشطة. فبينما ركزت المؤسسات الإعلامية (متمثلة في الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون والإنترنت) على الاهتمام بالوصول إلى المرأة وتوعيتها وتنقيفها بشكل عام؛ اهتمت الهيئات والمؤسسات الاجتماعية الأخرى بتقديم خدمة تخصصية متميزة للمرأة العمانية، وعلى سبيل المثال حرصت برامج وزارة التنمية الاجتماعية على الاهتمام بمساعدة المرأة لإقامة مشروعات إنتاجية مصغرة، بالإضافة إلى خلق قيادات نسائية في المجتمع العماني. أما الأنشطة الاتصالية التي تدعمها وزارة الصحة فقد هدفت إلى تعزيز صحة المرأة ورعايتها صحيا. وأخيرا ركزت الأنشطة الاتصالية التي تقدمها وزارة الزراعة والثروة السمكية على تدريب وتأهيل المرأة الريفية وتعزيز دورها في الأنشطة الزراعية والحيوانية والسمكية.

وإذا حاولنا حصر أهداف الأنشطة الاتصالية التي تقدمها هذه المؤسسات وفقا لاهتماماتها، فيمكن تقسيمها على النحو الآتي:

3.1.1. أهداف الأنشطة الاتصالية التي تقدمها المؤسسات الإعلامية للمرأة العمانية:

- الارتقاء بوضع المرأة الاجتماعي من خلال ما تطرحه من موضوعات تتعلق بالصحة والتعليم والمشاركة في الحياة العامة.
- دراسة المعوقات الاجتماعية التي تواجه المرأة والبحث عن الحلول المناسبة.
- تثقيف المرأة في كافة النواحي الأسرية.
- رفع الوعي الصحي والتربوي لدى المرأة.
- فتح المجال أمام المرأة للمشاركة بالرأي في الصحف والمجلات.
- تقديم نماذج فاعلة للمرأة العمانية.
- تقديم معلومات تهم المرأة العاملة في عملها ومنزلها.
- تنمية عادات القراءة لدى المرأة.
- التسليية الإيجابية.
- النهوض بالمرأة اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا وسياسيا.
- المساواة بين الرجل والمرأة من خلال طرح قضايا المرأة.
- إبراز مكاسب المرأة العمانية في عصر النهضة الحديثة لسلطنة عمان.
- تقديم الجديد في عالم المرأة من أزياء وديكور ومكياج.
- التركيز على القضايا التربوية التي تخص الأسرة بشكل خاص.
- تقديم الجديد من الدراسات والبحوث التي تفيد الأسرة عموما.
- إيجاد حلول للمشاكل الخاصة التي تصادفها المرأة.

3.1.2. أهداف الأنشطة الاتصالية التي تقدمها وزارة التنمية الاجتماعية إلى المرأة العمانية:

- رفع كفاءة المدربات في المجال الإنتاجي بالشكل الذي يتناسب مع متطلبات السوق الحالية.
- مساعدة المرأة في إقامة مشاريع إنتاجية فردية مصغرة.
- إيجاد كادر مؤهل للتدريب التطوعي في المؤسسات النسوية على مستوى مناطق السلطنة.
- خلق قيادات نسائية وتدريبها على مواجهة الجمهور.
- تنمية مشاريع الشابات العمانيات.
- تعريف المرأة بكيفية إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية المصغرة.
- تنمية الإبداع لدى المرأة.

3.1.3. أهداف الأنشطة الاتصالية التي تقدمها وزارة الصحة إلى المرأة العمانية:

- تعزيز صحة المرأة.
- رفع مستوى معارف المرأة في المجالات الصحية والاجتماعية والنفسية.
- تغيير السلوكيات الصحية الخاطئة في المجالات المختلفة.
- رعاية المرأة الحامل.
- رعاية الطفل من خلال التركيز على الرضاعة الطبيعية والأطعمة المكملة.
- رفع الوعي لدى المرأة العمانية حول فوائد المباشرة بين الولادات.
- تقليل الفجوة بين معرفة المرأة بالمعلومات الجنسية والممارسة.
- توعية الفتاة بالتغيرات التي تحدث في الجسم أثناء البلوغ.
- توعية الفتاة بالأمور التي تهمها مثل النشاط البدني والتغذية والتعامل مع المشاكل النفسية، فضلا عن الاهتمام بالنظافة الشخصية أثناء الدورة الشهرية.

3.1.4. أهداف الأنشطة الاتصالية التي تقدمها وزارة الزراعة والثروة السمكية للمرأة العمانية:

- تدريب وتأهيل المرأة الريفية في المجالات الزراعية.
- تعزيز الحوار بين المرأة الريفية والوزارة المشرفة على الجوانب الزراعية.
- تعزيز دور المرأة الريفية ودعم دورها في الأنشطة الزراعية والحيوانية والسمكية والمحافظة على البيئة المحلية.
- تحقيق التغيير الاجتماعي لدى المرأة الريفية عن طريق الوثائق الإرشادية والتعليمية والإعلامية.
- تحسين الكفاءات الإنتاجية لدى المرأة الريفية.
- توفير المعلومات الزراعية والحيوانية للمرأة الريفية.
- تعزيز قدرات الاتصال لدى المهندسات الزراعيات والمشرفات ومرشدات شؤون المرأة الريفية.
- الارتقاء بمستوى تكنولوجيا الاتصال لخدمة تنمية المجتمع الريفي.
- العمل على تحقيق الأمن الغذائي لدى الأسرة الريفية.

3.2. مضامين الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة العمانية.

تنوعت المضامين الاتصالية التي تقدمها المؤسسات الإعلامية والاجتماعية المختلفة للمرأة في سلطنة عمان، فقد اهتمت الصحف والمجلات بالتركيز على تناول موضوعات صحفية تهتم بتوعية المرأة وإجراء تحقيقات صحفية تركز على المشاكل التي تواجهها. بينما ركزت مضامين البرامج الإذاعية والتلفزيونية على تقديم كل ما يهم المرأة في عالم الأزياء والمكياج والديكور والمطبخ العربي. وبالنسبة للمضامين الاتصالية التي تقدمها المؤسسات الاجتماعية الأخرى، فقد جاءت تخصصية وفق طبيعة الجهة المنفذة. وعلى سبيل المثال اهتمت وزارة التنمية الاجتماعية بالتركيز على إجراء دراسات الجدوى الاقتصادية المصغرة وأساليب الاتصال بقنوات التسويق. أما المضامين الاتصالية التي قدمتها وزارة الصحة فقد تنوعت بين الكتيبات وشرائط الفيديو التي تتعلق بأهمية رعاية المرأة الحامل والطفل، فضلا عن ورش العمل والمحاضرات. وأخيرا وبالنسبة للمضامين الاتصالية التي قدمتها وزارة الزراعة والثروة السمكية للمرأة العمانية فقد جاءت في شكل مواد إذاعية وتلفزيونية تتناول إرشادات ومعلومات للمرأة الريفية. ويمكن حصر المضامين الاتصالية التي تقدمها المؤسسات الاجتماعية المختلفة في النقاط التالية:

3.2.1. مضامين الأنشطة الاتصالية التي تقدمها المؤسسات الإعلامية :

- مادة صحفية متنوعة عن الأسرة.
- أعمدة صحفية ثابتة لعدد من الكاتبات العمانيات.
- مجموعة من القصائد والقصة القصيرة والمسرحيات والنثر وكافة أنواع النشاط الأدبي والثقافي والفني.
- برامج إذاعية وتلفزيونية تقدم كل ما يخص المرأة في عالم الأزياء والمكياج والديكور وتربية الأبناء والعلاقات الأسرية.
- منتدى حوارى يعالج القضايا الأسرية بشكل عام والمرأة بشكل خاص.

3.2.2. مضامين الأنشطة الاتصالية التي تقدمها وزارة التنمية الاجتماعية :

- أوراق عمل تهتم بتنمية مهارات الشابات العمانيات.
- تقديم محاضرات تهتم بتنمية المهارات الذاتية للشابات.
- ورش عمل تتناول عمليات تدريب المرأة على كافة متطلبات رفع مهارات الأعمال الفنية والاجتماعية.

3.2.3. مضامين الأنشطة الاتصالية التي تقدمها وزارة الصحة:

- برامج تدريبية للمثقفات الصحيات تتضمن علوم الاتصال والإعلام والجانب الصحي والأسري.
- برامج إذاعية وتلفزيونية تتناول وسائل المبادعة بين الولادات وتعريف المرأة بالأعراض الجانبية للحمل وكيفية التعامل معها.
- كتيبات وشرائط فيديو تتضمن معلومات تتعلق بأهمية تعليم الفتاة بالتغيرات التي تحدث لها أثناء البلوغ.

3.2.4. مضامين الأنشطة الاتصالية التي تقدمها وزارة الزراعة والثروة السمكية :

- ورش عمل ومحاضرات عن النشاط الاتصالي والإعلامي لتدريب المرأة الريفية وتأهيلها وتغيير اتجاهاتها وسلوكياتها السلبية، فضلا عن تنمية مهارات العاملات في مجال تنمية المرأة الريفية.
- مادة إذاعية وتلفزيونية تتناول إرشادات ومعلومات مقدمة للمرأة الريفية في مجالات الإنتاج الزراعي والحيواني والسمكي.
- ندوات وحوارات تهدف إلى توعية المرأة الريفية.
- تطبيقات سلوكية إيجابية عن الزراعة وتربية الحيوانات والصناعات الحرفية والغذائية.

3.3. الإنجازات التي حققتها الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان.

يبدو أن الإنجازات التي حققتها الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان متنوعة، ويرجع السبب في ذلك إلى تنوع الجهات المقدمة لهذه الأنشطة ودورها في تنمية وصقل مواهب المرأة العمانية حيثما وجدت. وعلى سبيل المثال تمثلت أهم الإنجازات التي حققتها المؤسسات الإعلامية في تحقيق التواصل بين هذه المؤسسات من خلال موادها الصحفية والبرامجية المختلفة وجمهور المرأة. بينما كان اكتساب المهارات لدى المرأة أحد الإنجازات الأساسية للأنشطة الاتصالية التي قدمتها وزارة التنمية الاجتماعية. وبالنسبة لوزارة الصحة فقد تعددت الإنجازات أبرزها زيادة الوعي الصحي بقضايا الأمومة والطفولة. وأخيرا وبالنسبة لوزارة الزراعة والثروة السمكية فيعد زيادة الدخل الأسري ورفع مستوى المعيشة أهم الإنجازات. وفي السطور القادمة يمكن تسليط الضوء على إنجازات هذه المؤسسات بشكل تفصيلي في نقاط محددة.

3.3.1. الإنجازات التي حققتها الأنشطة الاتصالية للمؤسسات الإعلامية:

- تقديم خدمة صحفية متكاملة وشاملة للأسرة.
- إفساح المجال أمام الكاتبات العمانيات للمشاركة في العمل الصحفي.
- الاهتمام بالجانب النسوي في توزيع الصفحات التخصصية للصحف والمجلات العمانية.
- تأكيد التفاعل بين المحررين والجمهور المستهدف من النساء.
- إعداد كوادر محلية ساهمت الصحف والمجلات العمانية في إعدادها.
- ترايد الأقلام النسائية في الصحف والمجلات العمانية.
- مساهمة البرامج الإذاعية والتلفزيونية في حل بعض المشاكل التي تواجه المرأة.
- زيادة وعي المرأة في كافة جوانب الحياة الأسرية بشكل عام.

3.3.2. الإنجازات التي حققتها الأنشطة الاتصالية لوزارة التنمية الاجتماعية

- وجود مساحة واسعة للنقاش أمام المرأة.
- اكتساب مهارات تساعد المرأة على تنمية قدراتها الذاتية.
- تحسين نوعية المنتج العماني الذي تنتجه المؤسسات المعنية بشكل الذي يتناسب مع الواقع.
- وجود فناعة بجودة الإنتاج المقدم للمستهلك من جمهور النساء.

3.3.3. الإنجازات التي حققتها الأنشطة الاتصالية لوزارة الصحة

- تغيير بعض المعتقدات الخاطئة وأنماط السلوك الصحي الخاطئ.
- زيادة الوعي لدى المرأة بالمشكلات الصحية التي تواجهها.
- تعزيز الخدمة المقدمة للأم.
- توفير عدد من المثقفات على دراية كافية بصحة الأم.
- ارتفاع المعرفة حول المباشرة بين الولادات لدى الأسرة.
- انخفاض الخصوبة بسبب البرامج المعنية بتوعية الأم بأهمية المباشرة بين الولادات.
- زيادة الوعي بقضايا الأمومة والطفولة.
- زيادة الوعي الصحي لدى الفتيات البالغات.

3.3.4. الإنجازات التي حققتها الأنشطة الاتصالية لوزارة الزراعة والثروة السمكية

- زيادة الدخل الأسري ورفع مستوى المعيشة لدى الأسرة الريفية.
- تفعيل العمل الجماعي وتشجيع النشاط الإرشادي والاتصالي.
- زيادة قدرة العاملين في مجال تنمية المرأة الريفية من خلال البرامج الاتصالية.
- التحول الفكري والسلوكي نحو إشراك الرجل والمرأة في اتخاذ قراراتهم في المجالات الزراعية.
- زيادة الوعي الإنتاجي للمرأة العاملة بالزراعة.
- توصيل المعلومات الإرشادية إلى جميع المستفيدات من البرامج الإرشادية.
- إثارة النقاش والتفاعل بين المرأة الريفية ووزارة الزراعة والثروة السمكية.
- زيادة المعرفة وتغيير الاتجاهات السلبية للمرأة الريفية.
- إكساب المرأة الريفية القدرة على الإدارة المالية والفنية للمشاريع.

3.4. تقييم الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان.

أشارت نتائج التحليلات الكمية إلى وجود ما يقرب من ثلث الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان لم يتم تقييمها، حيث تباينت أسباب عدم التقييم، وربما كانت حداثة الأنشطة في بعض الأحيان سبباً مباشراً في عدم التقييم، وانعدام الخبرة وعدم توفير الميزانية الكافية أسباباً أخرى. أما الأنشطة الاتصالية التي تم تقييمها، فقد اختلفت فيها أنواع التقييم تبعاً لنوع النشاط الاتصالي. وعلى سبيل المثال يوجد نمط ثابت في تقييم المادة الصحفية المنشورة سواء في الصحف أو المجلات؛ إذ يتم من خلال الاجتماعات الصحفية لهيئة التحرير بشكل يومي أو أسبوعي أو تقييم دوري من خلال استقصاءات الرأي حول المادة المنشورة. وبالنسبة لتقييم المادة الإذاعية والتلفزيونية، فنظراً لتبعية هاتين المؤسساتين لوزارة الإعلام فتقوم عادة دائرة اختيار البرامج في كل من الإذاعة والتلفزيون بعملية تقييم للبرامج قبل بثها وفق قانون المطبوعات والنشر، وهو قانون ينظم العمل الصحفي والطباعي في سلطنة عمان.

وإذا حاولنا معرفة نوع التقييم بالنسبة للأنشطة الاتصالية التي تقدمها المؤسسات الأخرى، نجد أن النمط الشائع يكاد يكون الاستبيان في معظم المؤسسات، ولكن يوجد بجانب هذه الوسيلة إقامة المعارض الإنتاجية كما هو الحال بالنسبة لأنشطة وزارة التنمية الاجتماعية، أو تقديم تقارير دورية وشهرية ونصف سنوية وسنوية عن النشاط الاتصالي كما هو الحالي بالنسبة للأنشطة الاتصالية التي تنفذها وزارة الصحة العمانية.

3.5. التحديات التي تواجه الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان.

أشارت نتائج التحليلات الإحصائية أن هناك ما يزيد على ربع الأنشطة الاتصالية لا تواجه أية تحديات، بينما كانت هناك 73% من نسبة مجموع الأنشطة تواجه العديد من التحديات في ممارسة أنشطتها. وإذا حاولنا تحليل هذه التحديات نجد أن هناك عاملين أساسيين يتصدران قائمة التحديات هما المعتقدات الخاطئة والعادات السيئة، وضعف الموارد المالية. ويمكن توضيح هذه التحديات بالنسبة للمؤسسات الإعلامية والاجتماعية الأخرى.

3.5.1.التحديات التي تواجه الأنشطة الاتصالية التي تقدمها المؤسسات الإعلامية.

- العادات والتقاليد التي تحد من عطاء المرأة.
- قلة أعداد العاملين في النشاط.
- عزوف المرأة عن الكتابة الصحفية.
- إحصاء بعض المشاركات عن ذكر أسمائهن الحقيقية في الموضوعات الصحفية اللائي يساهمن بها أو عدم رغبتهن في نشر صورهن الشخصية.
- ضعف النشاط النسوي في المجتمع العماني.
- قلة الموارد المالية.
- ضعف سوق الإعلان وانعكاساته السلبية على المجلات النسائية تحديداً.
- تقليص الحكومة لحجم الاشتراكات في المجلات النسائية.
- ثائية اللغة التي تصدر بها بعض المجلات النسائية.
- ضعف القوة الشرائية للمجلات النسائية.
- المنافسة الحادة التي تواجهها الصحافة والمجلات العمانية.
- ضعف الكوادر الفنية العاملة في المؤسسات الصحفية.

3.5.2.التحديات التي تواجه الأنشطة الاتصالية التي تقدمها وزارة التنمية الاجتماعية.

- ضيق الوقت الخاص بالجوانب التطبيقية بالنسبة للورش والتدريبات التي تقيمها الوزارة.
- اختلاف المستوى التعليمي والثقافي بالنسبة للمشاركات في الدورات التدريبية.
- عدم استمرارية بعض المتدربات في استكمال مراحل التدريب.
- تفاوت قدرات المتدربات.
- معاناة المؤسسات المعنية بالمرأة من ضعف تسويق منتجاتها.
- مواصلة تنفيذ دورات في بقية مناطق السلطنة بشكل عبثا على الوزارة.

3.5.3. التحديات التي تواجه الأنشطة الاتصالية التي تقدمها وزارة الصحة.

- استمرارية بعض البرامج وابتكار الجديد في وسائل تنفيذها.
- قلة عدد الكوادر التي تقوم بالأنشطة.
- عدم القيام بتقييم الأنشطة.
- عدم وجود متابعة من قبل المسؤولين.

3.5.4. التحديات التي تواجه الأنشطة الاتصالية التي تقدمها وزارة الزراعة والثروة السمكية.

- أمية المرأة الريفية العاملة في المجال الزراعي والثروة الحيوانية.
- تأخر المطبوعات عن الصدور التي تصدرها الجهات المنفذة للأنشطة الاتصالية.
- عدم تواجد المرأة باستمرار في بعض الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة.

3.6. التحديات التي واجهت الخبير عند القيام بالمسح:

- عمومية الأنشطة الاتصالية وتساؤل أعداد الأنشطة المقدمة للمرأة في سلطنة عمان.
- بطء بعض الجهات في تعبئة استمارة الاستبيان وعدم تسليمها في الموعد المحدد.
- ندرة الدراسات والبحوث المتعلقة بالأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان.
- تداخل الاختصاصات والمهام في الجهات المعنية بتقديم الأنشطة الاتصالية.

3.7. التوصيات

- ضرورة مخاطبة الجهات المسئولة عن الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان بعمل الآتي :
 - توفير الميزانية الكافية للأنشطة الاتصالية.
 - الإشراف المباشر والدوري على القائمين على الأنشطة الاتصالية.
 - وضع معايير ثابتة لتقييم الأنشطة الاتصالية وبصفة دورية.
 - تدريب كوادر فنية من النساء العمانيات للقيام بتنفيذ الأنشطة الاتصالية.
 - وضع استراتيجية وطنية شاملة لإعداد الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة وتخطيطها وتنفيذها.
 - عقد اجتماعات دورية بين المسؤولين المباشرين عن تنفيذ الأنشطة الاتصالية والمسؤولين الحكوميين.
 - توسيع قاعدة الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في جميع قطاعات ومناطق السلطنة وعدم الاقتصار على العاصمة.
- إجراء الدراسات العلمية لتقييم الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان، والعمل على تدعيمها من قبل الجهات الحكومية بالتعاون مع المنظمة العربية للمرأة.
- إنشاء قاعدة بيانات خاصة بكل المعلومات المرتبطة بالمرأة.
- تشجيع القطاع الخاص والأهلي في سلطنة عمان على دعم الأنشطة الاتصالية المقدمة للمرأة في سلطنة عمان.
- عقد اجتماعات دورية لخبراء الإعلام في الدول العربية خاصة المعنيين منهم بقضايا المرأة وذلك لمناقشة سبل تحسين تقديم هذه الأنشطة والعمل على تدعيمها.

- العمل علي إنشاء موقع اليكتروني علي الشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت)
يهتم بالمرأة العربية تشرف عليه المنظمة العربية للمرأة.

هوامش الدراسة :

156 :	(2003	:)	- ¹	
				.157	
				- ²	
	.60	(2002	:)	- ³
)				
		.(2004	:		