



الإستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة في دولة الإمارات العربية المتحدة
2013-2017

مسودة
التقرير المرجعي والدراسة التحليلية
محور الإعلام

إعداد

د. محمد عايش
خبير وباحث إعلامي
جامعة أوتاوا
أوتawa، كندا

**دراسة الإستراتيجية الحالية لتقدير المرأة في دولة الإمارات العربية بشكل دقيق للإلمام بمركزاتها
ومحاورها وآليات عملها**

بعد الاطلاع على الإستراتيجية الحالية لتقدير المرأة في دولة الإمارات العربية المتحدة (2011-2013)،
أرجو الإحاطة باللاحظات التالية في **المحور الإعلامي**:

1. المراجع والدراسات التي تم الاستناد إليها محدودة وقديمة ولا تعكس حجم ونوعية البحث
والدراسات التي تم إنجازها حول قضية المرأة والإعلام في دولة الإمارات والمنطقة العربية،
وبخاصة بعد انعقاد ملتقى المرأة العربية والإعلام في أبوظبي عام 2002 وما تمخض عنه من
دراسات ونفاذات حول الموضوع. وفي واقع الأمر، فقد تم الاستناد إلى دراسة واحدة حول صورة
المرأة في صحفة الإمارات (بدران عبد الرزاق بدران . "صورة المرأة في صحفة الإمارات،"
الرافد . - س4، ع 13 (أكتوبر 1996 ، ص-ص 40-47)، بينما أن هناك دراسات أخرى حديثة
وتغطي جميع أدوات الطيف الإعلامي من صحفة وراديو وتلفزيون وإعلانات تجارية وإعلام
الكتروني. وفي هذا السياق، نقترح الدراسات التالية في التعريف بواقع الإعلام والمرأة في الإمارات
بشكل شامل:

• دراسة مشروع الرصد الإعلامي العالمي (GMMP) التي تناولت حضور النساء في وسائل الإعلام
الإخبارية في دولة الإمارات العربية المتحدة دلائل مهمة حول دور النساء الصحفيات، ومقدار إبراز
وسائل الإعلام الإماراتية للنساء المميزات، في الوقت الذي أكدت فيه عدم رصد أي مواد إعلامية محلية
تحط من شأن المرأة أو تتعامل مع مشاكل التمييز والمساواة بين الجنسين بشكل نمطي. وشملت الدراسة
بشأن حضور النساء في وسائل الإعلام الإخبارية في دولة الإمارات تحليل وتصنيف وقراءة المحتويات
الإخبارية يوم 10 نوفمبر 2009 في كل من صحيفتي "الاتحاد"، و"الخليج"، وبرنامج إخباري تلفزيوني
(الإمارات اليوم في تلفزيون دبي)، وثلاث صحف ناطقة بالإنجليزية (جلف نيوز، ذي ناشيونال، وخليج
تايمز). والدراسة جزء من دراسة عالمية شملت 108 دول بينها دول عربية.

• دراسة فوزية العلي (2009) حول "صورة المرأة في إعلانات التلفزيون في دولة الإمارات (دراسة
ميدانية)". بحث مقدم للمؤتمر السنوي للجمعية العربية الأمريكية لاستاذة الاتصال، (7-10 نوفمبر،
2009)، الكويت، حيث استنتجت الباحثة أن المرأة تقدم بصورة سلبية من خلال الإعلانات التلفزيونية،
ونظراً لأهمية المرأة ودورها في المجتمع، وما يمكن أن تحدثه هذه الصورة السلبية عن المرأة نفسها
ودورها ونظرة المجتمع لها، يتعدى هذا البحث دراسة آراء المرأة الإماراتية حول صورة المرأة في

إعلانات التلفزيون في دولة الإمارات وانعكاساتها عليها ومقترناتها لتحميسها على تقديم هذه المعلومات لمتخذلي القرار في محطات التلفزيون.

- دراسة هنادي عبيد السويدي (2009) حول صورة المرأة في المجالات الإماراتية، وهي رسالة ماجستير من جامعة الشارقة وتناولت تناول موضوع الرسالة توصيف وتحليل الصورة الإعلامية للمرأة في المجالات الإماراتية وتصورات واتجاهات القائمين بالاتصال في هذه المجالات إزاء صورة المرأة والعوامل المؤثرة في تشكيلها. وتعتبر الدراسة هي الأولى من نوعها على المستوى المحلي التي تحل محتوى المجالات النسائية الإماراتية وتوضح الصورة التي تعكسها هذه المجالات عن المرأة بتحليل كيفي وكمي لسنة كاملة من أعداد هذه المجالات، حيث توضح ما جاء فيها من تصوير للمرأة وقضاياها، والآفكار التي تنشرها، وهل تمثل هذه الآفكار والتوجهات واقع المرأة المستهدفة في هذه المجالات، وهل تتفق مع واقع واهتمامات المرأة الإماراتية المسلمة العربية وغيرها من التساؤلات.
- الاستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية التي أطلقها سمو الشيخة فاطمة بنت مبارك، رئيسة الاتحاد النساني العام عام 2008 خلال ترؤس سموها لمنظمة المرأة العربية، وهي تتضمن أفكاراً ومبادرات تهم المرأة الإعلامية في الإمارات.
- إعلان أبوظبي (2002) حول المرأة والإعلام والذي تضمن بنوداً مهمة لتعزيز صورة المرأة العربية في الإعلام ورفع مستوى مشاركتها في القطاع الإعلامي.
- دراسة سامية محمد إبراهيم (2010) وهي عبارة عن رسالة ماجستير من جامعة الشارقة حول صورة المرأة العربية والإماراتية في المدونات الإلكترونية.
- دراسة محمد عايش حول مشاركة المرأة العربية والإماراتية في القطاع الإعلامي والعوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تعيق مشاركة المرأة في صناعة القرار الإعلامي من خلال منظور التمكين، والدراسة هي باللغة الإنجليزية:

Ayish, Muhammad (2010). 'Understanding Arab Women's Role in Media Industries - An Empowerment-based Perspective,' Journal of Arab and Muslim Media Research. Intellect Press, London.

- هناك أنشطة مجتمعية وثقافية متنوعة تركز على المرأة والإعلام في دولة الإمارات وبعض هذه الأنشطةنظمتها الجامعات (جامعة الإمارات، جامعة عجمان، كليات التقنية العليا، جامعة زايد، جامعة الشارقة) وناقشت وضع المرأة في الإعلام كصورة وكمشاركة مهنية من أجل رفع مستوى الوعي بهذه القضية. وقد

قامت بعض المؤسسات الإعلامية ذاتها مثل دار الخليج ومؤسسة الإمارات للإعلام وبعض المحطات التلفزيونية والإذاعية بطرح هذا الموضوع للنقاش العام.

2. هناك غياب شبه تام لوسائل الإعلام الجديدة بما فيها الشبكات الاجتماعية والمدونات ودورها في تشكيل صورة المرأة وتحديد اتجاهات المجتمع نحوها.
3. تمت صياغة الأهداف المتعلقة بالمحور الإعلامي بشكل عام ولا بد من تحديدها حتى تكون قابلة للتطبيق في أطر زمنية محددة وبمعدلات واضحة قابلة للقياس.
4. آليات التنفيذ أيضاً تشوبها العمومية ونحن هنا بحاجة إلى مبادرات وبرامج واضحة المعالم بدل أنشطة مغلفة في أطر ضبابية.
5. لم توضع الإستراتيجية في الإطار المناسب الذي توضع فيها الاستراتيجيات، وبخاصة وفق المعايير المعتمدة من الحكومة الاتحادية في دولة الإمارات حيث يجب صياغة رؤية ورسالة وأهداف استراتيجية ومؤشرات محددة للقياس خلال السنوات الثلاث القادمة.

بيان المعلومات والبيانات المطلوبة لتقدير تحليل واقع السياسات، والبرامج/الخدمات، والتشريعات الداعمة للمرأة في القطاع المتفق عليه بدولة الإمارات العربية المتحدة

1. يحتاج إعداد الإستراتيجية لتمكين المرأة في دولة الإمارات (2013-2017) إلى إعداد تحليل SWOT المتعلق بالبيئة الداخلية والخارجية للمرأة في المؤسسات الإعلامية، وهذا التحليل يشمل نقاط القوة ونقاط الضعف في البيئة الداخلية (أي المؤسسات الإعلامية في حال المحور الإعلامي) والتهديدات والفرص في حال البيئة الخارجية، أي العوامل التي تشكل تحد أو فرصة لتقدير المرأة في المجتمع. ويمكن أيضاً عمل تحليل PESTEL أي تحليل البيئة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتكنولوجية لمجتمع الإمارات باعتبارها تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر في صورة المرأة في وسائل الإعلام أو في دقة المرأة على الوصول لموقع مهنية في المؤسسات الإعلامية.

2. وفي حال القيام بتحليل SWOT في المؤسسات الإعلامية والبيئة الخارجية المحيطة، فإننا نبحث عن العوامل التالية المؤثرة في المرأة في المحور الإعلامي:



أولاً: نقاط القوة Strengths: وهي تشمل سياسات المؤسسات الإعلامية التي تشجع على إبراز صورة المرأة إعلامياً في وسائل الإعلام والسياسات المتعلقة باستقطاب وتوظيف العنصر النسائي في المؤسسات الإعلامية، واللوائح والقوانين الداخلية التي تسمح للمرأة بارتقاء السلم الوظيفي للوصول إلى أعلى المراتب التنفيذية والتحريرية في المؤسسة، إضافة إلى لوائح الحوافز المادية في المؤسسة والتي تساوي بين الجنسين في الرواتب والكافات وفرص العمل والتطوير والتدريب. ويمكن أيضاً النظر في حجم الميزانيات المتعلقة بصفحات قضايا المرأة وعدد الصحفيين المخصصين لتغطية هذه الموضوعات.

ثانياً: نقاط الضعف Weaknesses : وهي تشمل غياب السياسات واللوائح والتقاليد المؤسسية التي تشجع المرأة على الانضمام للمهنة الإعلامية، وتدني مستوى الحوافز، وعدم وجود إعلاميين متخصصين في قضايا المرأة والجند وعدم تأهيل النساء العاملات في المؤسسات الإعلامية في التعامل مع قضايا المرأة والطفل وفي أتقان أدوات الإعلام والإلكترونية، وعدم وجود تشجيع من الإدارة العليا لمشاركة المرأة في العمل وفي تغطية القضايا النسوية.

ثالثاً: التهديدات Threats : وهي تشمل العوامل المرتبطة بالبيئة الخارجية التي لا تشجع على مشاركة المرأة في العمل الإعلامي وعلى عدم إبراز صورة إيجابية للمرأة في وسائل الإعلام، وهي تشمل الاتجاهات الاجتماعية والثقافية السلبية التي لا ترى مهنة الإعلام مناسبة للمرأة والتي ترى أن مكان المرأة في البيت، وبالتالي فهي ليس لها دور في الشأن العام ولا يجب إبراز إنجازاتها في وسائل الإعلام، وهي تشكل أيضاً الخدمات التعليمية والصحية المتوفرة للمرأة من أجل تاهيلها علمياً واجتماعياً لتكون قادرة على المشاركة بفاعلية في العلم الإعلامي.

رابعاً: الفرص Opportunities: وهي تشمل السياسات والتشريعات والتوجهات الرسمية والأهلية التي تمكن المرأة من النهوض والمشاركة في جميع مناحي الحياة الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وهي تترواح ما بين النصوص الدستورية، والخطابات السياسية، والمعاهدات والاتفاقيات الدولية الموقعة والتي تؤكد على حقوق المرأة وعلى المساواة ومحاربة التمييز. وتشمل

الفرص كذلك منافذ التاهيل والتدريب الإعلامي المتاحة أمام المرأة لمتابعة دراستها في حقل الإعلام والاتصال حيث أن جميع جامعات الدولة لديها برامج متخصصة في الإعلام وال العلاقات العامة.

وفي حال استخدام منهجية PESTEL حول العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية التي ، فإننا نحتاج بيانات ربما تكون متوفرة من أعضاء فريق الاستراتيجية الآخرين حول تلك العوامل مثل أنماط ومستويات مشاركة المرأة في سوق العمل، سياسات التوظيف في المؤسسات الحكومية والخاصة، مستويات التحاق الإناث في التعليم الرسمي والعلمي (وبخاصة في تخصصات الإعلام) ومستويات وجود الرعاية الصحية للإناث والأمهات، ومستويات الوعي الصحي إضافة لطبيعة الاتجاهات الاجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع فيما يتعلق بدور المرأة في الحياة العامة، ومستوى مشاركتها في الحياة السياسية على المستويات التشريعية والتنفيذية والقضائية.

تحليل ما تم تنفيذه من استراتيجية الوطنية لتقدير المرأة في دولة الإمارات العربية المتحدة في المحور المحدد أعلاه مع بيان نقاط القوى والضعف فيها.

بناء على ما تم استلامه من بيانات (شححة) من بعض المؤسسات الإعلامية حول مستويات مشاركة المرأة في القطاع الإعلامي، وبناء على نتائج الدراسات المتعلقة بصورتها في وسائل الإعلام ومشاركتها في القطاع الإعلامي، فإنه يمكن استنتاج ما يلي:

1. لا توجد في جميع المؤسسات الإعلامية أية سياسات أو توجهات صريحة متعلقة بال النوع الاجتماعي حيث أن اللوائح السائدة تخاطب فئات الموظفين من الإعلاميين والفنين والإداريين بشكل متساو دون أي تخصيص للعنصر النسائي.
2. يتفاوت عدد النساء العاملات في الوظائف الإعلامية في المؤسسات حيث تتراوح النسبة بين 5% إلى 34% ، ومعظم النساء الإعلاميات في المؤسسات التي غطتها الدراسة يعملن في وظائف صحافية/إعلامية (كاتبات، صحفيات، مترجمات، مقدمات برامج، محررات أخبار، مندوبات) وقليل منهن يعملن في وظائف مخرجات أو مصورات أو مونتيرات أو في الأعمال الحاسوبية أو في الإدارات التنفيذية العليا مع وجود بعض الاستثناءات في بعض المؤسسات مثل

مدينة دبي للإعلام حيث تتولى الدكتورة أمينة الرستماني منصب المديرة التنفيذية بينما تتولى نورة الكعبي مديرية التواصل والتطوير في المنطقة الإعلامية الحرة في أبوظبي ونجلاء العوضي تتولى منصباً قيادياً في مؤسسة دبي للإعلام.

3. لا تزال صورة المرأة في الإعلام تراوح مكانها بحيث لا تحظى بنفس القدر من التغطية الإعلامية التي يحظى بها الرجل، ومعظم التغطيات الخاصة بالمرأة تتعلق بأدوار ثانوية في المجتمع.

4. بينت النتائج أن عدداً متزايداً من المؤسسات الإعلامية بدأ يهتم بموضوع الإعلام والمرأة من خلال بيانات التطوير والتأهيل المهني للنساء الإعلاميات ومن خلال مشاركة تلك المؤسسات في الورش والندوات الإعلامية المحلية والإقليمية والدولية المتعلقة بالمرأة ورعاية الأنشطة الثقافية التي تركز على موضوع الإعلام والمرأة مثل دار الخليج التي تعمل من خلال مركز تريم عمران للتدريب الصحفي بتأهيل إعلاميات من مختلف المؤسسات وكذلك تنظيم ندوات متخصصة حول الإعلام والمرأة لرفع مستوى الوعي الاجتماعي والمهني بهذا الموضوع.

المشاركة في المجتمعات وورش العمل ذات العلاقة بمناقشة محاور الإستراتيجية والتي يدعى إليها من قبل الاتحاد النسائي العام، والتي تتضمن اجتماعات الخبراء العاملين في المحاور الثمانية إضافة إلى ورش العمل التي تستهدف الشركاء

سيتم تنظيم ورشة عمل حول واقع صورة ومشاركة المرأة في الإعلام الإماراتي خلال السنوات الثلاث الماضية تشارك فيها إعلاميات والإعلاميون من مختلف المؤسسات الإعلامية وكذلك الباحثون وأساتذة الجامعات بهدف مناقشة نتائج تحليل الوضع المتعلق بمشاركة المرأة في العمل الإعلامي في الدولة. وستتطرق الورشة المقترحة للمحاور الآتية:

• محور التأهيل والتدريب الإعلامي للمرأة: يتناول دور الجامعات ومعاهد التدريب الإعلامي في الدولة في إعداد المرأة الإعلامية وكذلك مساهمة المؤسسات الإعلامية ذاتها في التطوير المهني للمرأة الإعلامية.



- محور المؤثرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي تؤثر في مشاركة المرأة في القطاع الإعلامي سلباً أو إيجاباً، وهي تشمل الاتجاهات العامة نحو المرأة الإعلامية والمعوقات الاقتصادية والاجتماعية.
- محور مشاركة المرأة في المؤسسات الإعلامية، وهو يشمل الواقع المهني للمؤسسات الإعلامية من حيث تشجيعه أو عدم تشجيعه لمشاركة المرأة في العمل الإعلامي من والحوافر المتاحة أمام المرأة الإعلامية، كما يتضمن المحور شهادات (3) من إعلاميات مواطنات حول تجاربهن الإعلامية في العمل والدروس وال عبر المستفادة من تلك التجارب.
- محور الدروس وال عبر والتوصيات، وهو يتضمن الخروج بتوصيات حول كيفية ترقية مشاركة المرأة في سوق العمل الإعلامي بهدف تضمينها في الاستراتيجية الجديدة (2013-2017).

اقتراح ملامح الإستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة في الفترة (2013-2017) في ضوء الآتي:

مراجعة خطاب التمكين لصاحب السمو الشيخ خليفة بن زايد آل نهيان، رئيس الدولة (حفظه الله) خلال الاحتفال باليوم الوطني الرابع والثلاثين لدولة الإمارات (2005) حول انتخابات نصف أعضاء المجلس الوطني الاتحادي بمشاركة واسعة من المرأة.

- لا شك أن خطاب التمكين لصاحب السمو رئيس الدولة قد تضمن جوانب مهمة تتعلق بدور المرأة في الدولة من حيث تعظيم مشاركتها في الحياة العامة كعنصر فاعل في مختلف الميادين، وقد تضمنت استراتيجية التمكين التي أطلقها صاحب السمو رئيس الدولة تعيين 6 سيدات في "المجلس الوطني الاتحادي" ليصبح العدد الكلي للسيدات داخله 7 يمثلن نحو 17 في المئة من إجمالي عدد أعضائه، كما تم تعيين الدكتورة أمل القبيسي في منصب النائب الأول لرئيس المجلس، لتصبح بذلك أول امرأة في دول الخليج العربية تشغل هذا المنصب، وولعل هذا يؤشر إلى تزايد الوعي لدى صانعي القرار بأهمية تفعيل دور السياسي للمرأة باعتبارها مشاركاً أساسياً في مسيرة التنمية المستدامة التي تتبعها الدولة. وفي انتخابات عام 2011، حصلت المرأة على عدد مماثل من مقاعد المجلس إضافة للمناصب الوزارية التي خصصت للمرأة في مجلس الوزراء.
- كما أن خطاب التمكين تضمن ابعاداً تتخطى مجالات المشاركة السياسية للمشاركة في جميع مناحي الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية لمجتمع الإمارات باعتبار أن المرأة تمثل نصف المجتمع وتعقد عليها الكثير من الآمال بأن تساهم في بنائه بكل ثقة واقتدار.
- كان لقرار صاحب السمو رئيس الدولة (حفظه الله) خلال الاحتفال باليوم الوطني الأربعين للإمارات بأحقية أبناء النساء الإماراتيات المتزوجات من أجانب في الحصول على الجنسية الإماراتية لأنبائهن أثر مهم على تمكين المرأة الإماراتية من المشاركة الفاعلة في البناء والتنمية في ضوء ما يوفره القرار من شعور بالانتماء للوطن والحرص على خدمته بكل السبل الممكنة.

الدرس المستخلص في المحور الإعلامي

التوجهات السياسية والمجتمعية في الدولة تشجع المرأة على المشاركة في مختلف قطاعات العمل بما فيها القطاع الإعلامي وبالتالي فإنه لا توجد تأثيرات سلبية تعيق تلك المشاركة.

• **مراجعة رؤية وإستراتيجية حكومة الإمارات.**

1. تضع إستراتيجية حكومة دولة الإمارات للأعوام 2011-2013، الأسس لتحقيق رؤية الإمارات 2021 التي أطلقها صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة، رئيس مجلس الوزراء، حاكم دبي، وتشكل المادة الرئيسية التي تقوم على أساسها الجهات الاتحادية بتطوير خططها الاستراتيجية والتشغيلية. وتحتوي على سبعة مبادئ عامة وسبع أولويات استراتيجية وسبعة ممكّنات استراتيجية، وتنقسم الأولويات والممكّنات الاستراتيجية بالتركيز على المجالات الأساسية التي ستعمل الحكومة على تحقيقها ضمن الدورة الاستراتيجية 2011-2013، وتتضمن تلك الأولويات والممكّنات توجهات رئيسية عامة بالإضافة إلى توجهات فرعية محددة تؤدي مجتمعة إلى تحقيق التوجه الرئيسي الذي تدرج تحته.

2. تسعى إستراتيجية حكومة دولة الإمارات للأعوام 2011-2013 إلى ضمان أن يتم إنجاز كافة أعمال الحكومة بما يتوافق مع مجموعة من المبادئ التوجيهية للوصول إلى حكومة تركز على المواطن أولاً وتكون مسؤولة وفعالة تنسق بالمرونة والإبداع، وتنطلع إلى المستقبل. وعليه، جاءت المبادئ العامة السبعة التي ستوجه عمل الحكومة في الفترة المقبلة كالتالي:

1. تقوية دور الحكومة الاتحادية في وضع التشريعات الفعالة والسياسات المتكاملة عبر النجاح في التخطيط والإنفاذ.

2. تعزيز التنسيق والتكميل الفعال بين الحكومة الاتحادية والحكومات المحلية، وفيما بين الجهات الاتحادية.

3. تقديم خدمات حكومية متميزة ومتکاملة تلبي احتياجات المتعاملين

4. الاستثمار في بناء القدرات البشرية وتطوير القيادات

5. إدارة الموارد الحكومية بكفاءة والاستفادة من الشراكات الفعالة

6. تبني ثقافة التميز والتركيز على منهجيات التخطيط الاستراتيجي والتطوير المستمر للأداء والتفوق في النتائج

7. تعزيز الشفافية ونظم الحكومة الرشيدة في الجهات الاتحادية.

3. تمثل الأولويات الاستراتيجية السبع المحاور الأساسية التي تغطيها أولويات حكومة دولة الإمارات على مدى الأعوام الثلاثة القادمة:

1. مجتمع متلاحم محافظ على هويته
2. نظام تعليمي رفيع المستوى
3. نظام صحي بمعايير عالمية
4. اقتصاد معرفي تنافسي
5. مجتمع آمن وقضاء عادل
6. بيئة مستدامة وبنية تحتية متكاملة
7. مكانة عالمية متميزة

● تمثل الممكّنات الاستراتيجية السبعة الأدوات المتاحة للجهاز الحكومي والتي تهدف إلى تمكين الحكومة من تحقيق الأولويات الاستراتيجية:

1. موارد بشرية مؤهلة
2. خدمات تتمحور حول المتعاملين
3. إدارة مالية كفؤة
4. حوكمة مؤسسية رشيدة
5. شبكات حكومية تفاعلية
6. تشريعات فعالة وسياسات متكاملة
7. اتصال حكومي مؤثر

الدرس المستخلص في المحور الإعلامي

الاستراتيجية التي أعلنتها الدولة لتحقيق رؤية 2021 تؤكد على المشاركة وتعزيز الهوية وتأهيل الموارد البشرية وتحقيق الاتصال الفاعل والاقتصاد المعرفي التنافسي في مختلف المجالات والمكانة العالمية المتميزة، وهي جميعها تتطلب مشاركة المرأة في القطاعات المختلفة بما فيها القطاع الإعلامي.

مراجعة اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة والقرير الوطني لدولة الإمارات العربية المتحدة المتعلق بالاتفاقية وكذلك توصيات لجنة الأمم المتحدة المختصة في هذا المجال

1. وقعت دولة الإمارات العربية المتحدة على اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد

المرأة في عام 2009 حيث تضمن تقريرها العناصر التالية:

2. تعمل الدولة وفق خططها الإستراتيجية على مواصلة تطوير التشريعات الوطنية والعمل على تأكيد الحقوق لصالح المرأة في المجتمع ومشاركتها الإيجابية في البناء والتطور وتأتي تلك الخطط تمشياً مع مبادئها في إعلاء شأن المرأة وعدم التمييز ضدها و كجزء من التزاماتها بتنفيذ أحكام هذه الاتفاقية التي يمنحها دستور الدولة قوة القانون الداخلي فضلاً عن الاتفاقيات الأخرى المماثلة التي تدعم حقوق المرأة والتي

انضمت إليها الدولة كاتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز العنصري لعام 1965 واتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الجريمة المنظمة العابرة للحدود الوطنية وبروتوكولها الخاص بمنع الاتجار بالأشخاص وخاصة النساء والأطفال واتفاقيات منظمة العمل الدولية التي تحظر كافة أشكال التمييز بشكل عام والتمييز ضد المرأة بشكل خاص ومنها اتفاقية المساواة في الأجور لعام 1957 واتفاقية منع التمييز في العمل وشغل الوظائف لعام 1958 واتفاقية حظر العمل ليلاً على النساء /المعدلة/ لعام 1948.

3. في مجال التعاون الإقليمي في المسائل التي تُعنى بالمرأة أفاد التقرير أن دولة الإمارات تستضيف مقر منظمة الأسرة العربية والتي تأسست عام 1977 و تضم في عضويتها غالبية الدول العربية كما أن الدولة عضو فاعل في منظمة المرأة العربية التي تأسست في عام 2000 والتي تعمل في إطار جامعة الدول العربية على تمكين المرأة العربية وتعزيز قدرتها في كافة الميادين كركيزة أساسية لتقدير المجتمع.

4. يؤكد التقرير الخاص ببرنامج الأمم المتحدة الإنمائي للتنمية البشرية لعام 2007 و2008 أن المرأة في دولة الإمارات احتلت المرتبة 43 بين 177 دولة والمرتبة 29 عالمياً في مقياس تمكين المرأة كما تعدد في المرتبة الأولى خليجياً وعربياً.

5. على صعيد تعزيز دور المرأة الإماراتية في المجال الاقتصادي أشار التقرير إلى حرص الدولة على إطلاق مجموعة من المبادرات الهدافة إلى تفعيل دور المرأة في قطاع الأعمال وتعزيز مكانة المرأة في كافة المجالات الاقتصادية وذلك من خلال تنمية وتأهيل الكوادر النسائية لتفعيل مساهمنهن في دعم المسيرة الاقتصادية وإنشاء مجالس سيدات الأعمال وإطلاق جائزة سيدات الأعمال في الإمارات.

6. في مجال التعليم، أشار التقرير إلى وجود زيادة مطردة في عدد الإناث الملتحقات بالتعليم العام والفنى حيث ارتفع عددهن من 15,696 طالبة عام 1972/1973 إلى 956 طالبة عام 2004 / 2005 ووصل عدد مدارس الإناث الحكومية إلى 318 مدرسة موزعة على مختلف إمارات الدولة .. كما تعتبر نسبة مشاركة المرأة في التعليم العالي في دولة الإمارات العربية من أعلى النسب عالمياً حيث تبلغ 95 بالمائة

للطالبات و 80 بالمائة للطلاب وذلك من خريجي الثانوية العامة سواء الذين يودون الالتحاق بمؤسسات التعليم العالي في الدولة أو الملتحقين ببعثة دراسية في الخارج إذ بلغ عدد الإناث المسجلات في مؤسسات التعليم العالي الحكومية 880 طالبة خلال العام الدراسي 2005/2006.

7. وفيما يتعلق بالرعاية الإنسانية والصحية للأم والطفل.. أكد التقرير أن دولة الإمارات تحرص على توفير كافة الخدمات التي من شأنها رعاية الأئمة والطفلة من خلال مراكز الرعاية الصحية الأولية التابعة لوزارة الصحة بالإضافة إلى قيام الجمعيات النسائية بنشر الوعي الصحي، مؤكداً أن الفترة المقبلة ستشهد تأسيس المجلس الأعلى للأئمة والطفلة الذي حصل على موافقة مجلس الوزراء حيث يتم إعداد الهيكل التنظيمي والإداري للمجلس كما صدر قرار رئيس المجلس الأعلى للأئمة والطفلة لتشكيل اللجنة العليا لإعداد الإستراتيجية الوطنية للأئمة والطفلة.

8. فيما يخص الرعاية الاجتماعية، أكد التقرير أن هذا الأمر يدخل في صلب الإستراتيجية الحكومية للدولة منذ نشأتها حيث اهتمت ب توفير السكن الملائم وكذلك منح الدولة المساعدات المالية الشهرية إلى 16 فئة تتصدرها فئات كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة والأيتام والأرامل والمطلقات ويستفيد من هذا البرنامج / 37848 / أسرة وتنتهي الدولة كذلك سياسة تضمن للمسنين الرعاية وتوفير الخدمات الاجتماعية في محيط الأسرة عن طريق الوحدات المتنقلة للرعاية المنزلية التي تقدم الرعاية والمتابعة الطبية ومن ضمن الخدمات الاجتماعية التي تحظى بها المرأة في ظل القوانين الوطنية توفير دور الحضانة بالوزارات والمؤسسات العامة وتخصيص السكن للأرامل والمطلقات والمتزوجات من أجنبى حيث تمنح لهم الدولة السكن الملائم بالمجان أو قطعة ارض مجانية مجهزة بالبنية الأساسية من طرق و مياه و كهرباء و صرف صحي مع التمويل اللازم لبناء السكن.

9. أبرز التقرير مدى حرص الدولة على الاهتمام بالمرأة في المناطق النائية من خلال خطة برامجها التنموية حيث عملت وزارة الشؤون الاجتماعية على فتح مراكز للتنمية

الاجتماعية في عدد من المناطق النائية لضمان وصول خدماتها لأكبر شريحة ممكنة حيث تعمل هذه المكاتب على توفير الرعاية والضمان الاجتماعي كما تعمل الجمعيات النسائية وفروعها في دعم هذا النشاط من خلال الاهتمام بتنمية وتنمية ورعاية المرأة في تلك المناطق كما حرصت وزارة التربية والتعليم على فتح مدارس في هذه المناطق للذكور والإناث إلى جانب تعليم الكبار ومحو الأمية الذي تساهم فيه الجمعيات النسائية.

الدرس المستخلص في المحور الإعلامي

انضم دولة الإمارات لاتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة يشير بوضوح إلى المجالات التمكينية التي يتوفّر لها الدولة للمرأة في مختلف المجالات، وهو ما يتّجسّد في القوانين والتشريعات والإنجازات المؤسّسية على أرض الواقع، مما يعطّي دفعّة قوية لمشاركة المرأة في القطاع الإعلامي ويسهم في تصزيّب الصور النمطية التقليدية حول المرأة ودورها، وهو على قدر عالٍ من الأهمية عندما يتعلق ب بصورة المرأة الإعلامية ومشاركتها المهنية في القطاع الإعلامي.

مراجعة التقرير الوطني لدولة الإمارات، بيجين +15

منذ أن وافقت دولة الإمارات العربية المتحدة على توصيات المؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة الذي عُقد في بيجين في عام 1995، عملت الإمارات على وضع الاستراتيجيات والخطط وبرامج العمل الوطنية لتنفيذ منهاج عمل بيجين. وقدّمت الدولة تقارير وطنية في إطار الدورة الاستثنائية الثالثة والعشرين للجمعية العامة 2000 عن الانجازات التي حققتها والعقبات الرئيسية التي واجهتها في عملية التنفيذ منذ عام 1995م. وخلال تلك الفترة أيضًا، قامت الإمارات العربية المتحدة ، التي صادقت على اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة في عام 2004 ، بتقدیم تقاريرها إلى اللجنة المعنية بالقضاء على التمييز ضد المرأة من خلال:

1. دعم برامج التوطين الاتحادية والمحلية وجهود التوطين في القطاعات الاقتصادية كافة.
2. إنشاء قاعدة بيانات للقوى العاملة المواطننة في الدولة.
3. إصدار التشريعات والنظم الخاصة بدمج المعاقين وبعض الفئات الأخرى المستفيدة من المساعدات الاجتماعية في العملية التنموية وزيادة برامج تأهيلهم وتدريبهم بالشراكة مع الجهات المحلية والقطاع الخاص

4. تأهيل المستفيدين من نظام الضمان الاجتماعي والقادرين على العمل من خلال عقد دورات تدريبية لتهيئتهم لدخول سوق العمل.
5. إطلاق مبادرات مشتركة بين الجهات الاتحادية والمحلية المعنية بالرعاية الاجتماعية لضمان تكامل الخدمات المقدمة للمستفيدين.
6. زيادة وتفعيل برامج التوعية والارشاد الأسري ووضع نظم لمساعدات مادية ومعنوية للأسر التي تمر بمشكلات.
7. سن تشريعات ونظم تشجع على مشاركة المؤسسات الأهلية والأفراد والقطاع الخاص في تقديم الخدمات الاجتماعية.
8. تحديث قانون الخدمة المدنية وفقاً لأفضل الممارسات العالمية.
9. منح قروض تمويلية وعقد دورات تدريبية خاصة بإدارة المشاريع الصغيرة والمتوسطة وممارسة الأعمال من المنازل لسكان المناطق النائية.
10. القطاع الخاص شريك أساسي للدولة في خططها للنهوض بالمجتمع والارتقاء بحياة المواطنين ومواجهة التحديات الجدية التي تطرحها التطورات العالمية على مختلف الأصعدة وهو مطالب بإنشاء المشروعات الصغيرة القادرة على توفير المزيد من فرص العمل ودفع عجلة الإنتاج.
11. تنمية القوى العاملة وتوسيع في برامج التعليم التقني والفني والتدريب المهني.
12. تمكين القوى المواطنات المدربة من العمل في مختلف القطاعات الاقتصادية.
13. المواعنة بين نظام التأمينات الاجتماعية ونظام التقاعد المدني لجعل العمل بالقطاع الخاص أكثر جاذبية للمواطنين.
14. النهوض بالمرأة وتمكينها لتضطلع بدورها الطبيعي كمشاركة فاعل في عملية التنمية الشاملة.
15. الالتزام بالقوانين والمواثيق والمعاهدات الدولية.

الدرس المستخلص في المحور الإعلامي

تأكيد أهمية مشاركة المرأة في الحياة الإعلامية والثقافية وتعزيز مسيرة التطوير الفكري والثقافي للمرأة لتكون قادرة على التعبير عن ذاتها في مختلف المجالات من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

مراجعة التزامات الدولة في اتفاقية حقوق الإنسان، التمييز العنصري، حقوق الطفل في الجوانب التي تتعلق بالمرأة فيها، ووصيات لجنة الأمم المتحدة المختصة في هذا المجال.

1. تضمن تقرير دولة الإمارات حول حقوق الإنسان شرحا واسعا وموثقا بإنجازات الدولة في مجال حماية حقوق الإنسان في مختلف المجالات، وبخاصة المتعلقة بالمرأة وبالإعلام. وقد أشار التقرير إلى أن النصوص الدستورية في دولة الإمارات تؤكد على مبدأ المساواة في الحقوق بين الرجل والمرأة كالحق في العمل والضمان الاجتماعي والمعاش والتملك وإدارة الأعمال والأموال والتمتع بكافة الخدمات التعليمية والصحية والإسكان والمساواة في الإجر إضافة إلى امتيازات إجازة الوضع ورعاية الأطفال التي ضمنها قانون الخدمة المدنية.
2. أشار التقرير إلى الاستراتيجية الوطنية لتقدير المرأة في الإمارات التي يجري تحديثها إضافة لمبادرة 2006 لدمج المرأة في قضايا التنمية في الإمارات، وكافة القطاعات الحكومية وغير الحكومية، وتعزيز مفاهيم المساواة بين الجنسين في السياسات والبرامج والمشاريع والتشريعات لدعم التنمية المستدامة، وتحسين إمكانيات وبناء قدرات المنظمات النسائية، وتطوير شراكتها مع مؤسسات الدولة والمجتمع.
3. في مجال الإعلام، أشار التقرير إلى أن قانون المطبوعات والنشر (15) لعام 1980 كفل حرية الإعلام ، وفرض قيودا على صلاحيات الوزير في ممارسة صلاحياته الإدارية بحيث لا يستغلها في ممارسة حق التعبير المكفول دستوريا.
4. أشار التقرير كذلك إلى إنشاء جمعية الصحفيين عام 2000 بهدف النهوض بالصحافة الإماراتية والدفاع عن حقوق الصحفيين ومصالحهم بما يمكنهم من أداء رسالتهم والعمل على تكريس مبدأ حرية الصحافة والنهوض بالمهنة وصيانته حقوق جميع الأعضاء في حالات الفصل التعسفي أو المرض أو العجز باللجوء إلى الجهات المختصة والتعاون مع الجهات المختصة بما يطور مهنة الصحافة.

5. أشار التقرير إلى إنشاء المجلس الوطني للإعلام عام 2066 للاشراف على شؤون الإعلام في الدولة من خلال تطوير بيئة تنظيمية مناسبة تساهمن في تطوير قطاع الإعلام في الدولة وفق معايير عالمية رفيعة. وأشار التقرير إلى قرار صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة، رئيس مجلس الوزراء، حاكم دبي بمنع حبس الصحفيين مما يعزز دور الإعلام في مسيرة التنمية المستدامة.

6. فيما يتعلق باتفاقية حقوق الطفل، أشار تقرير الإمارات لحقوق الإنسان إلى انضمام الإمارات لاتفاقية حقوق الطفل (1997) وإلى إنشاء مؤسسة التنمية الأسرية (2006) بقرار من رئيس الدولة، لتنفيذ المشاريع الاجتماعية المتعلقة بالمرأة والطفل، وجمعية دبي الخيرية لرعاية النساء والأطفال (2007) لتقديم العون لضحايا العنف المنزلي من النساء والأطفال. وأشار التقرير إلى إنجازات الدولة في مجال تقديم الخدمات الصحية في مجال الأمومة والطفولة مما أدى إلى انخفاض عدد وفيات الأطفال وفي مجال توفير الخدمات التعليمية للأطفال وكذلك خدمات الرعاية للأطفال المعاقين والجانحين.

الدرس المستخلص في المحور الإعلامي

انضمام دولة الإمارات لاتفاقية حقوق الإنسان ومكافحة التمييز العنصري وحماية حقوق الطفل تؤكد بوضوح على المجالات التمكينية التي توفرها الدولة للمرأة في مختلف المجالات، وهو ما يتجسد في القوانين والتشريعات والإنجازات المؤسسية على أرض الواقع، مما يعطي دفعة قوية لمشاركة المرأة في القطاع الإعلامي ويسهم في تصریب الصور النمطية التقليدية حول المرأة ودورها، وهو على قدر عال من الأهمية عندما يتعلق بصورة المرأة الإعلامية ومشاركتها المهنية في القطاع الإعلامي.

أولويات مفترحة في محور الإعلام في الاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة في الإمارات (2013-2017)

إن تحديث الاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة في الإمارات في المجال الإعلامي يتطلب تحديد أولويات تمكينية محددة بناء على تحليل واقع الإنجازات في المرحلة الأولى من الاستراتيجية 2011-2013، وهي تقع في ثلاثة فئات:

- (1) فئة تمكين المرأة كموضوع في وسائل الإعلام، أي تحقيق صورة متوازنة ومنصفة وبناءة للمرأة في الإعلام تتناسب مع إنجازات المرأة في الواقع العملي في مختلف المجالات المهنية والثقافية بعيداً عن الصور النمطية السلبية، وهذه مسؤولية المؤسسات الإعلامية ومؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات التعليمية والثقافية.
- (2) فئة تمكين المرأة كجمهور مستهدف من وسائل الإعلام من خلال تعزيز دور المؤسسات الإعلامية في بناء القدرات الفكرية والثقافية والإبداعية للمرأة في المجتمع عبر تقديم محتوى متتطور يلبي احتياجات المرأة في النهوض والمشاركة وتحقيق الذات، وهذه مسؤولية المؤسسات الإعلامية.
- (3) فئة تمكين المرأة كمشاركة مهنية في العمل الإعلامي من خلال إتاحة الفرصة أمام المرأة الإعلامية للمساهمة في القطاع الإعلامي جنباً إلى جنب مع الرجل في الوظائف الإعلامية والإدارية والفنية والتنفيذية، وهي مسؤولية مشتركة بين المؤسسات الإعلامية (توفير فرصة العمل والتطوير) ومؤسسات التعليم العالي (توفير التأهيل الأكاديمي المناسب) ومؤسسات المجتمعية (توفير التشجيع والتحفيز لمشاركة المرأة في القطاع الإعلامي).