

الأسابيع الإعلامية فشلت في أن تكون بديلاً للمحققين وحجم إنفاقها أرهق كاهل الميزانية

مركز اتجاهات يصدر تقريراً عن قطاع الإعلام الخارجي الملفى منذ 2007:

هيكل دائم بدوام المصالح الكويتية وليس وسيلة تهمل بحجة غياب الإعلام المعادي

- ◆ كويت الدولة بحاجة إلى امتلاك مواقع متقدمة إعلامياً في عواصم القرار العربي والأجنبي
- ◆ مايلف أجواء الوزارة من مشاكل يقف حجر عثرة أمام تطوير الإعلام الخارجي منذ سنوات
- ◆ استخدام ورقة التعيينات للترقيات أثر سلباً في الرسالة الإعلامية الخارجية



خالد المشاكة



د.أنس الرشيد

- ◆ يجب ألا يكون الإعلام الخارجي مختبر تجارب يضع الأمن الوطني الإعلامي في مهب الريح
- ◆ مثل نافذة على الخارج لشرح السياسات الوطنية في العقد الماضي
- ◆ إعادة النظر في أساليب تعيين الملحقيين الإعلاميين وتفصيل ضوابط الاختيار ضرورة ملحة

والتقنية الاتصالية في تعزيز مساراتها الاقتصادية والسياسية في الخارج، طرح مسؤولو وزارة الإعلام الأسابيع الإعلامية كبديل للمكاتب الخارجية منذ إغلاقها وحتى الآن غير أن هذه الأسابيع فشلت في أن تكون بديلاً ناجحاً للمكاتب لعدة اعتبارات من أهمها: عدم وجود إستراتيجية إعلامية واضحة لهذه الأسابيع، إقامتها عادة ما تتم من دون تخطيط جيد وعناوين واضحة وبطريقة فوضوية في كثير من الأحيان، يتم استخدامها للتفويض من خلال المهتمات الخارجية، أثرها محدود لا يتجاوز يوم الافتتاح، والسؤال هنا هل قامت الجهات المختصة في الإعلام والخارجية باستقراء عميق وباستنتاجات لغتري ما قبل وما بعد الإغلاق؟ ولماذا لم يتم النظر لتجارب الملحقيين الناجحة؟ والعقبات التي واجهت بعض سفراء الكويت في الخارج خلال الفترة الأخيرة على المستوى الإعلامي؟ وهل وفقنا في نقل صورتنا إلى العالم كما نطمح في التعبير عن الرغبة السامية لصاحب السمو الأمير الشيخ صباح الأحمد في تحويل الكويت إلى مركز مالي وتجاري؟

مشروع الرشيد

الإعلام بشقيه الداخلي والخارجي وسيلة الدولة لتحقيق أهدافها، وترويج برامجها وأهدافها المختلفة خصوصاً السياسية والاقتصادية العليا، إذ تبدو مهمة الإعلام الخارجي أدق وأهم في شرح سياسات الدولة والدفاع عنها ومواجهة الحملات الإعلامية والسياسية المضادة. من هذا المنطلق، طرح وزير الإعلام الأسبق د.أنس الرشيد مشروعاً طموحاً لتفكيك وزارة الإعلام وتحويلها إلى هيئات مستقلة باركة صاحب السمو الأمير الشيخ صباح الأحمد عندما كان رئيساً للوزراء آنذاك ووصفه بمشروع دولة، وأوصت اللجنة المكلفة التي شكلها د.الرشيد بإعادة تنظيم القطاعات التابعة لوزارة الإعلام بإنشاء هيئة إعلامية مستقلة باسم «هيئة الإعلام والمعلومات»، وترتكز هذه الهيئة على الجمع بين كونا وقطاع الإعلام الخارجي تحت مظلة واحدة بجناتين مختلفتين، لتكون مكاتب الإعلام الخارجي ومكاتب وكالة الأنباء الكويتية في الخارج موحدة خارجياً غير أن المضي في مشروع التفكيك توقف بعد تولي وزير الإعلام الأسبق محمد السنعوسي حقيبة الإعلام خلفاً للرشيد، وكان القرار يهدف إلى دفع أسلوب عمل كونا والرفع من مستوى الإعلام الخارجي بهدف خدمة قضايا المجتمع الكويتي داخلياً وخارجياً.

ولاً يبدو الوضع الحالي للإعلام الخارجي مطمئناً في ظل محدوديته، حيث يفترض البعد الاستراتيجي بالحكومة اليوم أن تسعى لإحياء هذا الهيكل الإعلامي وإعداد الكفاءات والمختصين وتدريبهم لمواجهة القضايا والمشاكل التي تمس الكويت في الخارج وتنفيذ تحدي تحويل الكويت إلى مركز مالي وتجاري، إذ إن هناك العديد من القضايا بحاجة إلى المتابعة والتفسير والشرح مثل قضية الاتجار بالبشر وقضية غير محددتي الجنسية والعمالة الوافدة وقضية المرأة. وهناك من القنوات والصحف الأجنبية من يتناولها وفق بيانات ومعلومات مغلوطة قد تستوجب التصحيح والتدليل، لكن هذا التردد الإعلامي، بل لنقل التذبذب في الاختيارات والقرارات، يبدو أنه سترك العديد من القضايا معلقة في انتظار إعادة تفعيل جهاز الإعلام الخارجي وتحديد المواصفات والمعايير التي تتطلبها الأنشطة والكوادر المعنية بهذا الجهاز.

مستقبل التطوير

لعل ما يلف أجواء الوزارة من مشاكل وضغوطات راهنة يقف حجر عثرة أمام إعادة مثل هذا الهيكل الحيوي وتطويره ليواكب حاجاتنا الأنية والطموحات المستقبلية لبلد يسعي لبناء مركز اقتصادي وتجاري في ظل المنافسة الإقليمية والخليجية التي لا تبدو هيبة بالمره.

وبالإشارة إلى مشروع الكويت الأهم وهو تحويلها إلى مركز مالي وتجاري، فإن وجود إعلام خارجي فاعل، قادر على ترسيخ فكرة هذا التحول، وشرح ما تقدمه الكويت في هذا المجال، لتحويل الكويت إلى مركز جاذب لرجال المال والأعمال، هو أمر على قدر كبير من الأهمية، فضلاً عن طرق جديدة بالتعاون مع وزارة التجارة وغرفة التجارة والصناعة، لاستقطاب الفعاليات الاقتصادية، وتبيان ما يتوافر في الكويت من بنية اقتصادية وتشريعية وتحية لاستقبال المشاريع والأفكار البناءة.

كما أن كويت الدولة حددت أولوياتها ومشاريعها التنموية، وهنا لا خيار دون امتلاك موقع متقدم وفعال لشرح القضايا والأفكار والمشاريع إعلامياً، وإذا لم تحرص الحكومة على تغيير واقع الوزارة ومؤسساتها فإن النتائج لن تكون كما هو مأمول.

إن بناء المشاريع المستقبلية وتطوير قطاع الإعلام الخارجي لا بد أن يكون وفق إستراتيجية تعتمد التواصل والنقد الذاتي للتجارب الحالية والسابقة، إذ لا يخلو أي جهد من إنجازات وإخفاقات لأن كل تصور أو رؤيا مستقبلية لتطوير أداء أجهزة الإعلام يحتمل الخطأ.

وبالنظر لهذه المسألة، تبدو مسألة مراجعة الأداء الإعلامي الكويتي الخارجي جهداً جماعياً يستدعي تقاطع أفكار الساسة والإعلاميين والخبراء من القطاع ومن خارجه، لمراجعة مجمل المراحل التي مر بها والتطورات التي شهدتها على امتداد تاريخه، لأن الإعلام الخارجي لم ولن يكون حالة مبنية على ردود الأفعال والتسرع بل منظومة يتم بناؤها وفق آليات وبرامج مدروسة، عندئذ يمكن أن تكون هناك إستراتيجية إعلامية، وتكون لنا أيضاً رؤية حقيقية في قضية إبراز الخطاب الإعلامي الكويتي والتركيز عليه في المراحل المقبلة.

لذلك، فإن إعادة تقييم دور الإعلام الخارجي تحتاج إلى أشخاص مهنيين ومستقلين يستوعبون تشابك الديبلوماسية مع الإعلام، مع ضرورة أن يكونوا من البعد بمكان عن بيروقراطية الوزارة وتجانبات مراكز القوى والأقطاب السياسية والأيديولوجية المختلفة، حينها لا يكون الإعلام الخارجي مختبر تجارب تضع الأمن الوطني الإعلامي والمصالح العليا للبلاد في مهب التقاطعات الإدارية والشخصية بل هيكل متكامل أجزاءه وعناصره بعضها مع البعض.

ولعل من الضروري اليوم بعد مختلف هذه التجارب أن يتم التركيز على إعادة النظر في تكديس العشرات من الموظفين في قطاع الإعلام الخارجي، وأساليب تعيين الملحقيين الإعلاميين من جديد وتفصيل الضوابط واللوائح المنظمة للاختيار، والنظر في منهجية تناول القضايا الكويتية شكلاً ومضموناً، وطبعاً قبل ذلك لا بد من إعادة رسم الملامح الإدارية والهيكل التابعة لهذا القطاع بحيث يرتكز على أسس إدارية متينة وخطط عمل ناجحة.

الخارجي وفي عدد من مكاتبه الخارجية، إلا أن المتخصصين يعززون فشله في خدمة المصالح الكويتية الخارجية خلال تلك الفترة لسببين رئيسيين: الأول عدم استقرار وزراء الإعلام بسبب الاستجوابات والأزمات المتتالية على الساحة البرلمانية واستخدام ورقة التعيينات في المكاتب الخارجية للترقيات السياسية بشكل لا يلائم لتجاوزت معه قرارات التسكين كل اللوائح والضوابط المرعية في مثل هذه الحالات، ما أوجد أشخاصاً غير قادرين على إدارة العمل الإعلامي في بعض العواصم العربية والأجنبية بسبب محدودية كفاءتهم وخبرتهم وعدم تخصصهم في علوم الاتصال والإعلام الأمر الذي انعكس على الرسالة الإعلامية للبلاد سلباً، وأصبح دورهم داخل المكاتب والمكاتب محصوراً في مسؤولية كشف الغياب والحضور للموظفين المحليين والأمور المالية الداخلية المتعلقة بمقر الملحقي، بالإضافة إلى استقبال الوفود الزائرة، كما أن ظهورهم في وسائل الإعلام المرئية والمسموعة في تلك العواصم للحديث عن قضايا الكويت يكاد يكون معدوماً وحضورهم يكون عبر تصريحات صحافية نادرة مدة سلفاً وفي مناسبات محددة.

في الوقت الذي تسعى فيه دول العالم إلى توظيف الطفرة الإعلامية

بشكل مفاجئ تحت قائمة طويلة من الأسباب الوجيهة وذرائع أخرى لم تكن صحيحة، منها تضخم ميزانية تلك المكاتب، غياب الكوادر الإعلامية المؤهلة في بعض المواقع، محدودة قدرات وجه مسؤولي قطاع الإعلام الخارجي في رسم خطط وإستراتيجيات إعلامية طموحة، فشل اللجنة المشتركة بين وزارتي الإعلام والإعلام في إيجاد صيغة لحد التنازل بين الوزارتين، والحق بالقرار قرار آخر بتكثيف الأسابيع والمعارض الإعلامية كبديل لهذه المكاتب والمكاتب. والسؤال الذي يطرح نفسه ألم يكن بالإمكان إعادة تأهيل وهيكل المكاتب بحسب الحاجات والمراحل والتطورات ودراسة كل حالة على حدة وإعادة النظر وتصحيح الرؤية من أجل تفعيل رسالة الكويت الإعلامية بالصورة المطلوبة والمتوازنة مع إنجازاتها الديبلوماسية والإنسانية في العالم؟ أم أن قرار الإغلاق كان اعتباطياً وجاء نتيجة طبيعية لمشاكل متركمة وخلافات سابقة بين بعض المسؤولين في وزارة الإعلام؟

عدم استقرار

بالرغم من وجود عدد لا بأس به من الكفاءات في قطاع الإعلام



الإعلام بشقيه الداخلي والخارجي وسيلة الدولة لتحقيق أهدافها

في سياق اهتمامه المتواصل بقضايا السياسات العامة وإشكالات التنمية في الكويت اصدر مركز اتجاهات للدراسات والبحوث الذي يرأسه عضو غرفة تجارة وصناعة الكويت خالد عبدالرحمن المشاكة تقريراً عن ملف قطاع «الإعلام الخارجي» الذي تم إغلاقه في عام 2007 وأشار التقرير إلى أن الإعلام الخارجي يعتبر من الملفات الاستراتيجية في خطط الحكومات والدول.

وأكد التقرير أن الدول الغربية وروسيا والصين والهند واليابان وبعض الدول العربية تركز على بناء منظومة إعلامية تتجه للخارج، تبني على تماسك مكوناتها ومضامينها، على اعتبار أن هذا الهيكل يمثل نافذة مفصلة على الخارج لشرح الأفكار والخطط والتصورات الوطنية تجاه القضايا المختلفة.

من هذا المنطلق تبدو الكويت مثلها في ذلك مثل محيطها القريب والبعيد بحاجة لهيكل وكوادر إعلامية خارجية متكاملة البناء تعبر عن توجهاتها وإستراتيجياتها وهنا لا يمكن اعتبار الإعلام الخارجي أداة ووسيلة ظرفية توظف لفترة ثم تهمل بحجة غياب الإعلام المعادي أو انحصاره مثلما كان عليه الحال على عهد النظام البعثي السابق في العراق، بل إن الإعلام الخارجي هيكل دائم بدوام المصالح الكويتية وبالتالي لا يجب أن يبقى هذا الجهاز تحت تأثير التجاذبات السياسية والمشاكل الإدارية أو الإهواء الشخصية والتغييرات الوزارية التي تتعرض لها حقيبة وزارة الإعلام بين الحين والآخر.

البدليات الصعبة

المكاتب الإعلامية التابعة لوزارة الإعلام تجربة حديثة نسبياً مقارنة بانطلاق مسيرة الكويت الإعلامية، حيث كانت النشأة الفعلية لها خلال الاحتلال العراقي للكويت عام 1990.

حيث أنشأت الوزارة عدة ملحقات ومكاتب إعلامية موزعة على عدد من العواصم العربية والأجنبية، ومن المهام الأساسية لهذه المراكز تنفيذ سياسة الكويت الإعلامية في الدول المضيفة من خلال إقامة علاقات قوية مع المؤسسات والأنشطة الإعلامية المؤثرة في هذه الدول بالإضافة إلى إعادة بناء وتشكيل القنوات الإعلامية والتأثير في الرأي العام هناك لخدمة مصلحة الكويت وتوجهاتها وقضاياها العادلة، فضلاً عن الاتصال مع قادة الرأي العام بين أوساط الشعوب المستهدفة، لشرح وجهة النظر الكويتية في عدد من القضايا الهامة ومحاولة إقناع تلك الشخصيات المؤثرة بما تتبناه السياسة الكويتية.

وقد كان عمل هذه المراكز مجدداً إلى حد كبير في إيصال الموقف الكويتي حتى نهاية العقد الماضي، من خلال فتح قنوات الاتصال الإيجابية مع وسائل الإعلام في تلك العواصم، كما سعت هذه المكاتب إلى إبراز المسار الديموقراطي الكويتي والأنشطة الكويتية في مجال العمل الخيري والإنساني. وفي مسح عام لما تم تناوله من قبل مكاتب الإعلام الخارجي الكويتي منذ 1990 هيمن تناول المسألة العراقية وإبراز الموقف الكويتي إلى غاية تحرير العراق من براثن البعث السابق في 2003، كما اهتم الإعلام الخارجي بقضية الاسرى الكويتيين والمسألة الإنسانية التي وقعت نتيجة لذلك، إضافة إلى شرح الحقائق البشرية من الشهداء والمادية من إحقاق آبار النفط، وسرقة الأرشيف الكويتي، والتعريف بذلك مع ما تعرضت له الجاليات العربية والأجنبية التي كانت تعتمد على عملها في الكويت كمصدر للرزق، والتعريف بها عربياً ودولياً.

يلاحظ بشكل عام عند تقييم عمل الإعلام الخارجي، أن هناك نوعاً من تذبذب الخطاب الإعلامي منذ عام 1999 وحتى صدور قرار إغلاق المكاتب الإعلامية الخارجية والغاء قطاع الإعلام الخارجي عام 2007

0% فوائد

لمدة 5 سنوات

الكمية محدودة

الجوهرة 2010

الشويخ - نهاية شارع الغرالي
24610834/5
فرع الشويخ 24397743

شركة الديبوس العالمية
AL-DABBOUS INTERNATIONAL CO.
www.w-kd.com

سانغ يونغ
SSANGYONG Motor
موتور