



منتدى الإمارات السعودية الثاني

مركز المعلومة السعودية العامة

F A 9 G 0 A 3 2 K V 8 7 A D 9 0 1 N A D F 8 9 7 L K 1 8 7 0 9 8 2 4 F 7 6 A S D 0 9 8 7 F K 9 2 S F D

مركز المعلومات السعودية الثاني

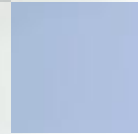
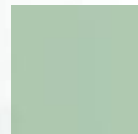


رؤية إعلامية لأفاق اقتصادية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تہذیب و تربیت کا جامعہ اور جامعہ کی تہذیب

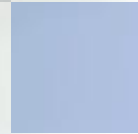
F A 3 G 0 A 3 2 R V 8 7 A D 2 0 1 N A D 8 9 7 L K 4 B 7 0 9 7 7 5 8 A 5 0 0 9 2 7 1 3 K 9 2 2 A 3 5 7



المحتويات

مقدمة	5
منتدى الإعلاميات السعوديات الأول	6
رؤية إعلامية لأفاق اقتصادية	7
برنامج جلسات منتدى الإعلاميات السعوديات الثاني	8
برنامج ورش العمل لمنتدى الإعلاميات السعوديات الثاني	10
كلمة صاحبة السمو الملكي الأميرة عاذلة بنت عبد الله ابن عبدالعزيز آل سعود	12
تاريخ المرأة في الإعلام السعودي	14
دليل الإعلاميات العاملات في السعودية	15
أوراق العمل	16
ورش العمل	44
سيرة ذاتية	50

F A 3 G 0 A 3 2 R V 8 7 A D 2 0 1 N A D 8 9 7 L K 4 B 7 0 9 7 7 5 8 A 5 0 0 0 2 1 1 3 K 9 2 2 A 3 5 7



مقدمة



هذا المنتدى رؤية استشرافية.. وحلم باللقاء.. والالتقاء.. ودعوة لارتقاء، كما هو دعوة للتواصل والتطوير. وهو تكملة لمشوار ابتدأناه في عامنا الماضي من خلال منتدى الإعلاميات الأول الذي نظمه مركز المرأة السعودية الإعلامي بموافقة وزارة الثقافة والإعلام، وحظي برعاية كريمة من صاحبة السمو الملكي الأميرة عادلة بنت عبد الله ابن عبد العزيز آل سعود، وكان خطوة البداية للتغيير والتطوير. فكان من أهم أهدافه تحسين الصورة الذهنية عن الإعلامية في المجتمع، وتعزيز دورها الثقافي والاجتماعي.

منتدى الإعلاميات الثاني إطلالة أخرى، ومحطة جديدة تتواصل فيها الرعاية الكريمة من صاحبة السمو الملكي الأميرة عادلة بنت عبد الله بن عبد العزيز آل سعود، وورثاسة صاحبة السمو الملكي الأميرة حصة بنت سلمان بن عبد العزيز آل سعود، ليتواصل العطاء خلال مسيرة طويلة ابتدأتها رائدات في الإعلام السعودي منذ الخمسينيات الميلادية، وحققن فيها الإعلامية السعودية مكاسب جيدة. وهي الآن تتطلع من خلال هذا المنتدى إلى الريادة والانسجام مع العصر، ومعطيات التغيير في عالم اليوم وفق ثوابتنا الأصيلة.

نأمل أن يمثل المنتدى حراكاً ثقافياً جامعاً لكل قطاعات المرأة للمشاركة في إثراء النقاش للقضايا المطروحة حول الرؤية الاقتصادية الإعلامية، ونطرح من خلالها العديد من الرؤى والأفكار التي تتحسس، وتتمسك بمشاركة المرأة الاقتصادية في مجال الإعلام، ودور الإعلامية في التعاطي مع هذه القضايا والرؤية.

يشترك في تقديم أوراق العمل عدد من الإعلاميين والإعلاميات الخبيرات في الإعلام من داخل المملكة وخارجها، إضافة إلى نخبة مميزة من المهتمات بالإعلام.

تعد ورش العمل المجانية التي تصاحب جلسات المنتدى خلال يومي الثاني والثالث من مايو ٢٠٠٧، إضافة ثرة لفعاليات المنتدى، ومجهوداً كبيراً في إطار تطوير الإعلاميات.

نشكر كل من شارك في رعاية هذا المنتدى، ونخص بالشكر شركة المملكة القابضة، الراعي الماسي لهذا المنتدى، والشركة السعودية للأبحاث والتسويق الداعمة، والرعاة الإعلاميين (جريدة الشرق الأوسط، وجريدة الاقتصادية، ومجلة سيدتي)، ونشيد بالخطوط الجوية السعودية، الناقل الجوي لضيوف المنتدى، والراعي الإلكتروني «مجلة العروس زفافي»، والراعي التقني شركة الاتصالات المتكاملة.

أخيراً
هذا الكتيب يحمل لكن بعضاً من جهدنا المبذول لاستشرافكنا حملنا الإعلامي الكبير، نرجو أن يلقي هذا الجهد استحسانك.. والسلام عليكم.

ناهد باشطح
رئيسة مركز المرأة السعودية الإعلامي

منتدى الإعلاميات السعوديات الأول

أبريل 2006

الفكرة والأهداف

يشكل الإعلام أحد المعطيات الرئيسة التي تشكل حضارة الأمة وثقافتها، والسلاح الذي يدافع عن قضاياها. ولجت المرأة السعودية هذا الباب منذ زمن طويل، وما زالت تجتهد لتبرز إسهاماتها في ظل العديد من المعوقات.

واستشعاراً منا لدور مركز المرأة السعودية الإعلامي في تأهيل الإعلاميات والارتقاء بهن، وسعيًا إلى إبراز دورهن للمجتمع، ينظم مركز المرأة السعودية الإعلامي منتدى إعلامياً سنوياً للإعلاميات في ظل موافقة وزارة الإعلام وتوصيتها بدعمه من قبل وسائل الإعلام المحلي.

الأهداف

- تعزيز التواصل بين الإعلاميات السعوديات.
- مناقشة العديد من قضايا الإعلام والمتعلقة بدور المرأة وأثرها المجتمعي.
- إبراز دور الإعلامية السعودية، وتحسين الصورة الذهنية لها في المجتمع.
- توعية الجيل الجديد من الإعلاميات بتاريخ الإعلام السعودي، وتنويره بقضايا مجتمعه.
- تدريب وتأهيل الإعلامية السعودية وتطوير مهاراتها.
- تكريم الرائدات في مجال الإعلام.

المحاور الرئيسة

- الإعلام ودوره في تنوير المجتمع.
- إعلام الفئسيات «واقع صورة المرأة في وسائل الإعلام».
- دور الإعلامية في تاريخ الإعلام المحلي.
- معوقات العمل الإعلامي.

برنامج العمل

- جلسة رئيسة.
- الكلمات الافتتاحية.
- كلمة المركز.
- كلمة وكيل وزارة الثقافة والإعلام للشؤون الإذاعية الدكتور عبدالله الجاسر.
- كلمة صاحبة السمو الملكي الأميرة عاذلة بنت عبدالله بن عبدالعزيز آل سعود.
- تكريم رائدة الإعلام المسموع السيدة أسماء زعزوع.

يحتوي المنتدى جلسة بعنوان: «الإعلام وقضايا المجتمع»

تحتوي ورقتي عمل كالآتي:

- الورقة الأولى بعنوان: «دور وسائل الإعلام في التنوير بقضايا المجتمع»، مقدمة الورقة: «سمر فطاني».
- الورقة الثانية بعنوان: «صورة المرأة في إعلام الفضائيات»، مقدمة الورقة: «دلال عزيز ضياء».
- رئيسة الجلسة: «ريم الشامخ».

الجلسة الثانية

- بعنوان: «المرأة السعودية وإشكاليات الكتابة».
- الورقة الأولى: «قراءة في التباس موقع المرأة في الصحافة السعودية بين الكتابة والإعلام.. تجربة حية»، «د. فوزية أبو خالد».
- الورقة الثانية: «واقع المرأة السعودية في الصحافة الإلكترونية»، «هدى الدغفق»، رئيسة الجلسة: «الأستاذة منى أبو سليمان».

ورش العمل

- يحتوي المنتدى على ورشتي عمل مجانية، استقطب لها مدربات متمكنات يتناولن الموضوعات التالية:
- فن إدارة الأزمات في الإعلام، «د. عزة عبدالعزيز».
- أخلاقيات مهنة الإعلام، «لمى الحمودي».

تمتاز الإعلامية السعودية بكفاحها للوصول إلى النجاح رغم تغييبها عن مواقع صنع القرار الإعلامي، حيث تحرص على الاستمرارية، وتحدي الصعوبات للقيام بدورها الإعلامي، وتأدية رسالتها المهنية على أكمل وجه، وبذلك استطاعت بدعم من المجتمع مواصلة التقدم في الساحة الإعلامية السعودية. ولما كانت وسائل الإعلام والاتصال في تقدم مستمر، وما لهذا من تأثير مباشر على اتساع دور التأثير للإعلاميات على تنمية المجتمع كان لا بد من منتدى سنوي للإعلاميات السعوديات لدعم مسيرتهن، والمساهمة في نجاحهن، وزيادة تأثيرهن الإيجابي على دور المرأة السعودية في دفع عجلة التقدم، والمشاركة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية.

أهداف المنتدى

يهدف المنتدى هذا العام إلى:

- المساهمة في تبادل التجارب العربية، وتقاسم الرؤى والأفكار، فيما يتعلق بالعلاقة التبادلية بين الإعلام والاقتصاد.
- الخروج بتوصيات تتعلق بتحسين وضع الإعلام في علاقته بكوادره بشكل عام.
- تدارس تحسين وضع الإعلاميات بشكل خاص.
- تركيز الضوء على الإعلامية عامة، والإعلامية السعودية خاصة كمستهلكة، وكمنتجة للمواد الإعلامية.
- تحسين صورة الإعلامية العربية في الإعلام العالمي والعربي والمحلي.
- الخلوص إلى توصيات موجهة إلى جهات معلومة ومسؤولة لترجم التوصيات إلى استراتيجيات محددة، وقابلة للتنفيذ.

العمل على مواصلة النجاح وكسب مزيد من الاهتمام بالمنتدى

المنتدى في دورته الأولى ٢٠٠٦ حقق نجاحاً مميزاً، وحظي بتغطية إعلامية كبيرة، واهتمام جماهيري واسع. كما تميز بمتابعة عالية المستوى من خلال العديد من خطابات الشكر والتقدير أبرزها خطاب من صاحب السمو الملكي الأمير سلمان بن عبدالعزيز آل سعود يثمن تأسيس المنتدى، وبيبارك خطوة الإعلامية السعودية باتجاه التطوير، وكذلك خطاب شكر وثناء من الدكتور صالح النملة، وكيل وزارة الثقافة والإعلام للخارجي، وعدد من كبار الشخصيات التي تابعت الحدث، وأدركت مدى الأثر الإيجابي الذي يحققه المنتدى على الصعيد الاجتماعي والاقتصادي والسياسي من خلال تطوير الإعلاميات السعوديات، وتسليط الضوء على إنجازاتهن. ولهذا الاحتفاء، وتماشياً مع الهدف العام لمنتدى الإعلاميات بالاهتمام بالقضايا المجتمعية الهادفة، حرص مركز المرأة السعودية الإعلامي في دورة المنتدى الثانية لهذا العام ٢٠٠٧ على استقطاب شخصيات إعلامية عربية، وعالمية بارزة إلى جانب الشخصيات الإعلامية والاقتصادية والسياسية داخل المملكة لحضور فعاليات المنتدى. كما تتضمن قائمة المتحدثين نخبة من الشخصيات الإعلامية والأكاديمية والاجتماعية، وكبار سيدات الأعمال والاقتصاديات.

الموضوع العام لسنة 2007

المرأة واتجاهات التأثير الإعلامي على التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

منتدى الإعلاميات السعوديات

رؤية إعلامية

لأفاق اقتصادية

2-3 مايو 2007 بفندق الفيصلية

برنامج جلسات منتدى الإعلاميات السعوديات الثاني

2-3 مايو 2007

المتحدثون	الوقت	البرنامج
	٦:٣٠ - ٦:٠٠	التسجيل
	٧:١٥ - ٦:٣٠	الجلسة الافتتاحية
		كلمة رئيسة المنتدى سمو الأميرة حصة بنت سلمان آل سعود
		كلمة راعية المنتدى سمو الأميرة عادلة بنت عبدالله آل سعود
		(تكريم رائدة في الصحافة المكتوبة (أ.سلطانة السديري
		عرض مشروع دليل الإعلاميات في السعودية ورائدات الإعلام السعودي
		تكريم الرعاية والداعمين
		(الجلسة الأولى: مستقبل الإعلام في عصر الاقتصاد
د.سوزان القليني	٧:٣٠ - ٧:١٥	الإعلام بين مفاهيم الحرية وقيود الاقتصاد والسياسة
أ.علي العلياني	٧:٤٥ - ٧:٣٠	الإعلان ودوره في صناعة المضمون
د.عائشة النعيمي	٨:٠٠ - ٧:٤٥	أخلاقيات الإعلام: المواثيق النظرية وهم الممارسة في الوطن العربي
	٨:٣٠ - ٨:٠٠	المدخلات
		إدارة الجلسة : أ.زيد كمي وأ.فاديا الطويل
		(الجلسة الثانية: المرأة والدور الإعلامي المرتقب
أ.محمد الحارثي	٩:٠٠ - ٨:٤٥	التدريب واحترافية الإعلامية السعودية
أ.مها عقيل	٩:١٥ - ٩:٠٠	معوقات الإعلام المتخصص
أ.صبرية جوهر	٩:٣٠ - ٩:١٥	حقوق الصحافية في المؤسسات الإعلامية
	١٠:٠٠ - ٩:٣٠	المدخلات
		إدارة الجلسة : أ.جميل الذيابي، أ.سمر المقرن
	١٠:٠٠	العشاء

اليوم الأول

برنامج جلسات منتدى الإعلاميات السعوديات الثاني

2-3 مايو 2007

المتحدثون	الوقت	البرنامج
	٦:٣٠ - ٦:٠٠	التسجيل
		(الجلسة الثالثة: الإعلام وقنوات الاستثمار
أ.إيمان مرهون	٦:٤٥ - ٦:٣٠	الفضائيات العربية استثمار المال أم الانسان؟
د.هيام الكيلاني	٧:٠٠ - ٦:٤٥	المرأة في الإعلام المرئي استثمار أم استغلال؟
أ.منى أبو سليمان	٧:١٥ - ٧:٠٠	دور الإعلام في إبراز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاستثمارية
	٧:٤٥ - ٧:١٥	المدخلات
		إدارة الجلسة: أ.وفاء بكر يونس
		الجلسة الرابعة: قصص نجاح الإعلاميات في الساحة الاقتصادية
أ.اعتدال المجبري	٨:٠٠ - ٧:٤٥	ملخص دراسة عن سيدات الأعمال بجهود الصحافيات
أ.دنيا بكر يونس	٨:١٥ - ٨:٠٠	العمل الإذاعي والاستثماري
أ.نادية الشيخ	٨:٣٠ - ٨:١٥	الإعلام وتعزيز الفرص الاستثمارية للمرأة
أ.قبول الهاجري	٨:٤٥ - ٨:٣٠	موقوفات الإعلام المتخصص
	٩:١٥ - ٨:٤٥	المدخلات
		إدارة الجلسة: أ.إيمان العقيل
	١٠:١٥ - ٩:١٥	جلسة التوصيات
		إدارة الجلسة: أ.دلال ضياء
	١٠:٣٠	حفلة العشاء

اليوم الثاني

برنامج ورش العمل لمنتدى الإعلاميات السعوديات الثاني

2-3 مايو 2007

القاعة	المتحدثون	الوقت صباحاً	البرنامج	اليوم الأول
		٩:٠٠	التسجيل	
مجلس ١	أ.اعتدال المجبري	١١ - ٩	(ورشة عمل: إدماج النوع الاجتماعي في العمل الإعلامي)	
مجلس ٢	أ.نادية الجويلي	١١ - ٩	(ورشة عمل: مهارات الإعلام المتخصص)	
		١١:٣٠ - ١١	استراحة	
		١:٣٠ - ١١:٣٠	متابعة أعمال ورشتي العمل	

القاعة	المتحدثون	الوقت صباحاً	البرنامج	اليوم الثاني
		٩:٠٠ - ٨:٣٠	التسجيل	
مجلس ١	أ.اعتدال المجبري	١١ - ٩	(ورشة عمل: إدماج النوع الاجتماعي في العمل الإعلامي)	
مجلس ٢	أ.نادية الجويلي	١١ - ٩	(ورشة عمل: مهارات الإعلام المتخصص)	
		١١:٣٠ - ١١:٠٠	استراحة	
		١:٣٠ - ١١:٣٠	متابعة أعمال ورشتي العمل	

المجموعة السعودية للأبحاث و التسويق



المجموعة الإعلامية الأولى في الشرق الأوسط



كلمة صاحبة السمو الملكي
الأميرة عادلة بنت عبدالله
ابن عبدالعزيز آل سعود

في محاولة لتوثيق مسيرة المرأة الإعلامية السعودية بخطواتها المميزة لإرساء الفاعلية المهنية في مجال بحجم أهمية الإعلام قام مركز المرأة السعودية الإعلامي بمشروع إصدار فريد حرص على أن يضم رائدات مجال الإعلام من الكاتبات، والصحفيات، ورائدات الإعلام المسموع والمرئي، ممّن حملن راية الفكر والتطوير في بدايات نشاط الإعلام السعودي. فبالرغم من أن مسيرة المرأة السعودية في هذا المجال لم تكن سهلة، إلا أنها شقت طريقها بجدارة، وخلقت لنفسها مكانة في مجال الإعلام السعودي والعربي سبقت فيها مجتمعات أخرى تميزت أوساطها بتفتّح أكبر، وتقبّل للجديد بكل يسر. وحول المادة التي يضمها الكتاب نجده يستعرض تجارب الرائدات منذ بداياتهن، بمعلومات أثر فريق عمل الإصدار أن تكون مستفاعة من الرائدات أنفسهن، عن طريق الاتصال المباشر بهن، والاستعانة ببعض المعاجم التي أرخت لإنجازات المرأة السعودية.

المشروع منذ الفكرة حتى طور التطبيق

وجد أن ما يميز مشروع كتاب الرائدات عن غيره من الكتب التي أرخت للمرأة السعودية في مجال الإعلام، هو تخصصه في التوثيق للإعلاميات، والرائدات في هذا المجال على وجه الخصوص وفق استمارة موحدة. وهو مشروع غير ربحي بدأ في حصر الرائدات في منتصف نوفمبر من عام ٢٠٠٥، ويتوقع إصداره عام ٢٠٠٨.

كانت البداية باتباع جميع وسائل الاتصال بمصادر مختلفة لحصر جميع الرائدات التي تشملهن الفترة المستهدفة للتوثيق، والتي حددها المركز بجميع من التحقت بالإعلام منذ الخمسينيات الميلادية، ذلك أن البحث أسفر عن أن أول من كتب في الإعلام كانت السيدة ثريا قابل، والسيدة لطيفة الخطيب، بينما بدأت الإعلام المسموع قبل ذلك السيدة أسماء زعزوع ولكن في إذاعة الهند في أواخر الأربعينيات الميلادية.

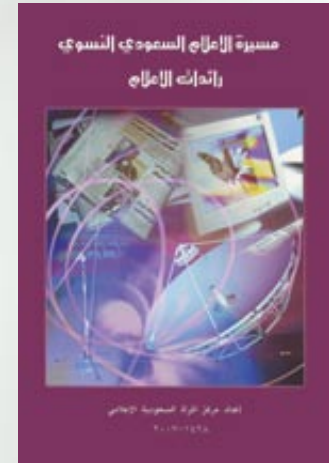
أما عن آلية التنفيذ فقد حددت الوسائل التي استخدمها المركز بالآتي:

- الاتصالات الهاتفية بكاتبات وصحفيات لهن علاقة بالجيل الأول.
- معلومات ميدانية من الإعلاميات والإعلاميين.
- البحث في المعاجم والإصدارات التي تناولت الإعلاميات الرائدات كمعجم «أسبار» للنساء السعوديات، ومعجم «الأدباء والكتاب»، وكتب للمؤرخين في الإعلام أمثال الدكتور عبدالرحمن الشبيلي، والدكتور بدر كريم، ودراسات علمية مثل دراسة الأستاذة أمجاد رضا، وكتب مؤلفين اهتموا بالنساء العاملات مثل الأستاذ علي فقندش.
- نشر إعلان يطلب بمن تتوفر لديهن المعلومات التواصل مع مركز المعلومات في مركز المرأة السعودية الإعلامي للانضمام إلى المعجم.

وحول السبيل التي حددت بها معايير ضم الرائدات للمعجم فقد كون المركز لجنة استشارية من كبار الإعلاميات، والأكاديميات، والمثقفات، وذلك لإجازة المعايير التي يتم وفقها تحديد الرائدة، وتم تقسيم مشروع الكتاب إلى جزأين الأول يحوي ثلاثة عقود هي الخمسينيات، والستينيات، والسبعينيات.

والجزء الآخر يحوي ثلاثة عقود أخرى تالية، حيث اتضح نشاط المرأة في الإعلام المكتوب في الثمانينيات.

تاريخ المرأة في الإعلام السعودي



دليل الإعلاميات العاملات في السعودية



يُعد الإعلام في العصر الحالي مرآة حقيقية تعكس ما يدور في واقع حياتنا بجميع مناحيها الثقافية، والسياسية، والاقتصادية، والاجتماعية. ولقد تمكنت المرأة السعودية بنجاح منذ سنوات عدة من عبور العديد من المعوقات التي واجهتها في طريقها نحو إثبات ذاتها، والقيام بدورها في العملية التنموية، بل وسجلت حضوراً لافتاً ومميزاً في مجالات مختلفة من أبرزها المجال الإعلامي، بالرغم من أن إسهامها في هذا المجال كان من أبرز المسائل الاجتماعية التي أثارت جدلاً لازم وسائل الإعلام لفترات طويلة، وأفرز حتى وقت قريب صورة نمطية مخلوطة عن مهنتها وطبيعتها ممارستها. لماذا الدليل؟

لماذا جاءت فكرة دليل يحوي الإعلاميات العاملات في المملكة بمختلف جنسياتهن؟ انطلقت شرارة الفكرة من ضحالة المعلومات على أرض الواقع كانت الإجابات لا تتوفر حينما يُسأل عن عدد الإعلاميات في المملكة، وهو من مؤشرات دور المرأة في التنمية لأن الإعلام مجال حيوي ومهم. وكانت الجهود تتعثر حينما يراد ترشيح الإعلاميات لحضور المؤتمرات والمحافل الدولية فلا توجد مرجعية للتخصصات والتوجهات المهنية. آليات التنفيذ

وإثر قصور المعلومات حول النساء العاملات في المجال الإعلامي في المملكة العربية السعودية، وعدم توفر دليل متخصص يضم كل النساء اللاتي عملن ويعملن بهذا المجال نشأت فكرة إصدار دليل متخصص عن الإعلاميات بالمملكة خاصة. ويأتي هذا العمل كإضافة، وتكملة للجهود السابقة المتمثلة في عدد من الكتابات المعجمية عن الإعلاميات بالمملكة التي نجدها نادرة وغير شاملة للأسف، وبالتالي يجيء هذا الدليل كمرجع أساسي لكل من يرغب في رصد مسيرة الإعلاميات بالمملكة العربية السعودية.

- ولقد تمثلت آليات التنفيذ بعدد من الوسائل منها على سبيل المثال:
- مخاطبة جميع المسؤولين بالأجهزة والمؤسسات الإعلامية لتحديد قائمة منسوباتهن.
 - حصر الأسماء الصحفية والإعلامية بالصحف والمجلات.
 - القيام بعدد كبير من الاتصالات الفردية بالإعلاميات لجمع أكبر قدر من الأسماء والشخصيات الإعلامية.
 - نشر بعض الأخبار الصحفية والإعلانات عن الدليل.
- خلاصة

هذا الجهد الذي تمثل في فريق العمل الذي عمل لعامين متتاليين إنما يعكس فاعلية مميزة من القطاع الأهلي الإعلامي لدعم إنجازات الإعلاميات السعوديات، وتوثيق جهود مسيرتهن المهنية في صورة معلوماتية دقيقة، متجاوزات جميع المعوقات، الأمر الذي يُطمح منه تكوين مرجعية تراكمية توثق الجهود الإعلامية النسوية، وتؤرخ لمسيرتها المهنية الحافلة بأفضل صيغة ممكنة.



د. محمد الحارثي

منتدى الإعلاميات السعوديات

رؤية إعلامية لأفاق اقتصادية

2-3 مايو 2007 بفندق الفيصلية

مقدمة من

المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق



المجموعة السعودية للأبحاث و التسويق
Saudi Research & Marketing Group

يسعدنا في المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق أن نساهم في ندوة الإعلاميات السعوديات، آمين أن تكون هذه المساهمة داعماً لتطوير الأداء الإعلامي والاحترافية لدى الإعلاميات السعوديات. وتهدف هذه الورقة إلى طرح عدد من المحاور الرئيسية في تنمية الإعلاميات السعوديات لتقديم عمل إعلامي في مجالات متعددة بكل اقتدار ومهارة. وإذا نظرنا إلى المؤهلات العلمية أو الإعلامية نجد أن هناك ركائز مهمة لا بد من تغطيتها بشكل علمي لكي تكون المساهمات المهنية في قطاع الإعلام متميزة من حيث المحتوى والإخراج. ولكن عندما نمعن النظر في تأهيل الإعلاميات السعوديات للأداء الاحترافي في هذه المهنة ذات النمط السهل الممتنع، نجد أن الطريق إلى الاحترافية يمر بمراحل تطويرية متلاحقة بما يتعلق بأساسيات الإعلام، وبما يرتبط بالتخصص.

ولتغطية هذا الجانب سوف نطرح ثلاث نقاط رئيسية في مجال احترافية الإعلامية السعودية ودور التدريب للوصول إلى درجة عالية من المهارة والمعرفة، ما يؤثر إيجاباً في الأداء المهني للإعلامية العصرية.

أولاً: الوضع الحالي للإعلامية السعودية من الناحية المهنية والالتزام العملي

من أهم العوامل الاحترافية في مجال الإعلام هو التخصص، والتفرغ للمهنة الإعلامية. ومن المؤثرات التي تؤثر في استمرارية العاملة في قطاع الإعلام بشكل عام هي عدم الاستمرار أو التخصص في مجال معين حتى الإتقان، وذلك لأسباب اجتماعية وشخصية قد تواجه الإعلامية السعودية من تغير الوضع الاجتماعي كالزواج، أو تربية الأطفال، أو أوضاع اجتماعية جديدة في حياة الإعلامية السعودية، ما يؤدي إلى الانسحاب من العمل في أحيان كثيرة. فهذه العوامل غالباً ما تؤثر في ثقة المؤسسات الإعلامية والجهات المتخصصة في مجالات الإعلام في جديّة النظرة إلى احترافية المرأة العاملة.

ومن الأمور التي يجب أن تتوفر في المرأة المتخصصة بالإعلام على اختلاف توجهاتها الإعلامية هي بُعد النظر في التطوير المهني للعاملات الإعلامية. وهذا الجانب يعتمد على مقومات عديدة من أهمها وضوح الرؤية فيما تأمل فيه الإعلامية السعودية من مهنة تكون متميزة ويشار إليها كمتخصصة، وذات ثقة في السوق الإعلامية ولدى المتلقين لإنتاجيتها. وهذا ينطبق على جميع التخصصات الإعلامية من الصحافة المكتوبة، والمسموعة، والمرئية، والإلكترونية. ومتى ما تمتعت الإعلامية السعودية بوضوح الرؤية والبعد الاستراتيجي للتطوير المهني والتخصص فإن هذا سيزيد من العمق المعرفي، والجودة المهنية، والسلوك الاحترافي، ما يرفع من ثقة الجهات الإعلامية في قدرات العاملة في هذا القطاع ومهاراتها، وبالتالي يساعد على استمراريتها على المدى البعيد.

وبما أن هذه الورقة تناقش البعد الاحترافي ودور التدريب في تنمية أداء الإعلاميات بشكل عام فمن الأحرى أن لا نخفل ما تواجهه العاملة في هذا القطاع الحساس من ظروف اجتماعية قد تعصف بطموحها وقدرتها على الاستمرار، أو حتى الدخول في هذا المجال. وذلك لعدة أسباب مثل صعوبة الحركة الميدانية للمرأة العاملة وهو في الغالب يحد من دورها ونشاطها، وبالتالي قد يؤدي إلى إضعاف إنتاجيتها واحترافيتها، وقد يقود إلى عدم نجاحها في مهنتها. وهذا يعد عائقاً كبيراً وعملاً غير مشجع على خوض التجارب الإعلامية الميدانية. ومن الأمور التي يجب أن تعامل بإيجابية هي كيفية تغيير الصورة الذهنية للمجتمع عن أهمية دور الإعلاميات السعوديات

ومدى مساهمتها في خدمة المجتمع عن طريق الرسالة الإعلامية.

وللتعامل مع جانب الاحتراف في مجال الإعلام ودور التدريب يجب أولاً أن يتم اكتشاف الطاقات الموهوبة، والتي تتمتع بإمكانات مستقبلية للعمل في قطاع الإعلام، ومن ثم العمل على إيجاد برامج التطوير المهني المناسبة لتنمية الجانب الاحترافي، والتركيز على أخلاقيات المهنة، ومعارف التخصص الإعلامي. لذلك فإن عملية التطوير الاحترافي للعامل في مجال الإعلام يحتاج إلى عوامل مساعدة كثيرة منها تغيير الصورة الذهنية عن مهنة الإعلام، لتجد قبولاً أكبر من المجتمع لتحويل هذا الجانب إلى عامل جذب لإعلاميات المستقبل بدلاً من أن يكون عاملاً طرد من هذا القطاع.

ثانياً: أدوات التطوير والتدريب للرفع من كفاءة الإعلامية السعودية

إن من أهم الملاحظات التي نراها في سوق الإعلام هي مدى قوة المرأة العاملة في الإعلام وعمقها ثقافياً وعلمياً بما يؤهلها إلى الاحتراف في تخصصات الإعلام المتعددة. ومن نقاط الضعف في هذا الجانب عدم وجود برامج تعليمية نسائية تؤهل الراغبات في الدخول في مجال الإعلام. وأيضاً هناك ضعف للدور التطويري للشركات العاملة في مجال الإعلام بما يتعلق بتدريب المرأة. هذا مع وجود ثغرة في الأساسيات التعليمية والمهارية المطلوبة في مهنة الإعلام مقابل احتياجات العمل الميداني. وبذلك قد تفتقد العاملات في هذا المجال الفرص التطويرية المناسبة، والتي تساعد على رسم المسار الوظيفي المناسب لعدم معرفة المجالات المتعددة في تخصص الإعلام. والآثار السلبية في هذه النقطة تكمن في بناء خبرات متراكمة لدى الإعلامية بدون إتاحة الفرصة للاطلاع على مجالات قد تكون أكثر مواءمة لتطلعاتها وقدراتها. وهذا يحدث خلاً وفجوة مهنية بين ما تعمل فيه الإعلامية وما كان مفترضاً أن تحترفه لو أُتيحت لها فرصة التعلم والتطوير المقنن من البدايات. وبالتالي قد تكتشف بعض الإعلاميات أن هناك مجالات قد تُبدع فيها أكثر، ولكن عن طريق المحاولة والخطأ، أو التدوير الوظيفي غير المخطط. وهنا تندفع أهمية العمل على الاهتمام في توظيف القدرات البشرية النسائية الموهوبة بأسلوب علمي، وباستخدام مقاييس للقدرات، واكتشاف المواهب في المجالات الإعلامية المتعددة.

وفي هذا المجال يجب على المؤسسات الإعلامية التي تستقطب الطاقات البشرية النسائية أن تتخذ إجراءات استراتيجية في مجال التطوير البشري النسائي كما هو الحال للعنصر الرجالي. ومن أهم أساسيات التدريب والتطوير بهدف الاحترافية أن تركز الشركات على تطوير برامج تلبي الاحتياجات التدريبية المراد إشباعها، معتمدة على الأركان الأساسية للعملية التدريبية من المعرفة، والمهارة، والسلوك المهني لتطوير تلك الطاقات البشرية النسائية مهنيًا، للاندماج في البيئة العملية الإعلامية بثقة وتأهيل مناسب لاحتياجات التخصص الإعلامي الذي ستعمل فيه الإعلامية السعودية.

ويستوجب العمل على تهيئة العاملات في الإعلام بالمعارف العامة والمتخصصة في المجال الإعلامي الذي ستوجه إليه المتقدمة للعمل في هذا المجال، وذلك بتغطية جميع العلوم والمعلومات اللازمة لتخريج إعلاميات سعوديات مؤهلات بالمعارف المتعلقة بمهنة إعلامية معينة. وهذا التدريب يغطي الجوانب النظرية للمهنة لتنمية قدرات العاملة الاحترافية في هذا المجال وتأهيلها علمياً للتعامل مع الأحداث والتقارير الإعلامية بكل اقتدار، وثقافة راقية تقنع المتلقي بالاستمرار في استقطاب المعلومة أو الموضوع من الإعلامية. وهنا يجب أن تكون هناك برامج تطويرية وعلمية إعلامية مرتبطة بتخصصات ذات علاقة بعمل الإعلامية. وأيضاً، هناك دور رئيس في التغذية العلمية والثقافية للشركات الإعلامية المستقطبة، وللإعلاميات أنفسهن من حيث الاطلاع على أحدث ما توصلت إليه الأبحاث والدراسات العلمية في مجالات ذات علاقة في مهنة الإعلام، والعمل الموكل إليها حتى ينعكس ذلك على التخطيط والإعداد والتنفيذ للمهمة الإعلامية من ناحية العمق المعرفي، والثقافة المرتبطة بالموضوع. وإذا ما أعطي هذا الجانب قدراً كبيراً من الاهتمام من قبل الشركات فإن التطوير المعرفي للإعلامية السعودية سيرتقي على طموحات المتلقي، ويكون هناك استمرارية في الأداء المتميز، ما يكون ركناً أساسياً من أركان مهنية الإعلامية السعودية واحترافها.

عنصر المهارة الإعلامية السعودية:

وفي ظل السعي إلى الاحتراف والمهنية للإعلامية السعودية يجب التطرق إلى أهمية التدريب في صقل المهارات اللازمة، سواء على رأس العمل أو عن طريق حلقات التدريب، والمشاريع التدريبية. ويعد عنصر المهارات من العناصر الأساسية ذات الأهمية القصوى. ويعد العنصر المهاري في الإعلام من نقاط الضعف المهني في سوق الإعلام السعودية، سواء على مستوى الإعلاميين، أو الإعلاميات. وبما أن هذه الورقة موجهة للإعلاميات السعوديات فإن اقتتاد الخريجة الأكاديمية، في مختلف التخصصات في جامعاتنا، العنصر المهاري في الجانب المهني أثر بشكل كبير في أداء العاملات في هذه المجالات الإعلامية بالنسبة للمخرج الصحفي أو الإعلامي بشكل عام.

ولتوضيح هذه النقطة نعني بالمهارات القدرات الناتجة من تدريب معين موجه، ومركز على مهارات إعلامية محددة لدعم جهود الإعلامية السعودية لمواجهة التحديات المهنية والعمل بكل احترافية. واحتراف المهنة الإعلامية لابد أن يكون مدعوماً بمهارات المهنة والمهارات الإنسانية، والاتصالات، والتعامل مع الآخرين، والفصل بين الجانب الشخصي والعملي في أثناء تأدية العمل. وتدعم المهارات التدريبية نتائج التأهيل الأكاديمي والسلوكي لتنفيذ مهامها الإعلامية المتعددة. وهنا يأتي دور التدريب الاحترافي لتنمية المهارات واكتشاف المواهب الإعلامية في المتقدمات للعمل الإعلامي. وهذا الجانب يتطلب العمل المستمر والمتواصل من قبل الجهة التي تعمل لها الإعلامية ومن جهة الموظفة نفسها كمسؤولة عن تطوير ذاتها مهنيًا.

ويجب أن تكون الجهود التدريبية للعاملات في مجال الإعلام متواصلة ومرتبطة بالمسار الوظيفي والمهني للموظفة التي على رأس العمل أو المستجدة. وتجدر الإشارة هنا إلى التأكيد بأن هذا الجهد إذا ما خطط له ونفذ تنفيذًا متقنًا فسوف يؤثر في الأداء والنمو الاستراتيجي للمؤسسات التي تؤهل العاملات معها في تخصصات الإعلام المختلفة.

ومن الضروري أن يكون هناك غرس لسلوك المهنة عند الإعلاميات. وهذا سوف يزيد من احترافية الموظفة، ويشجع على الأداء المتميز، والمنافسة على المادة الإعلامية بشكل مهني. ويجب أن يدرج الجانب السلوكي المهني في أي برامج تدريبية، وذلك لأهميته في إعداد إعلاميات احترافيات. ومن أمثلة ذلك، التركيز على مهارات المهنة وسلوكياتها وأخلاقياتها وأعرافها، وسيضيف التدريب في هذا المجال عنصر الثقة بالنفس لدى الإعلامية السعودية، والاعتزاز بمهنة الإعلام كمجال تخصص، ومدخل للاستقرار الوظيفي.

ثالثًا: مسارات التدريب ونماذج التطوير الاحترافي في الإعلامية

التدريب استثمار مستقبلي للفرد والشركة إذا استطاعت الشركة أن تحافظ على المتدرب أو المتدربة. وفي هذا السياق نركز على أن التدريب المتميز والمخطط للعاملات في مجال الإعلام سيوجد مؤهلات متخصصة في مجالات الإعلام المتعددة. ولكي تطور المؤسسات الإعلامية من قدرات منسوباتها يجب أن يكون هناك دور رئيسي للتطوير والتدريب في نواح عديدة مثل ما يلي:

التدريب المتخصص لتطوير الموظفة في تخصص صحفي معين. وهذا يتطلب إعداد البرامج المتخصصة في قطاع معين مثل:

- صحافة الطفل: تكاد تكون معدومة في الصحافة المحلية.
- الصحافة المتخصصة بالأسرة: تحتاج إلى أبحاث وعمق من الصحفية لفهم هذا الجانب.
- الصحافة المتخصصة بالشؤون الاقتصادية: اقتصاديات الأعمال حسب القطاع.
- الصحافية المتخصصة بشؤون المجتمع. وغيرها من المجالات التي تفرد لها بعض الصحف ملاحق خاصة، ولكن تفتقد العمق المعرفي والمهارة الخبرية أو التحليلية.
- أما فيما يتعلق بالتدريب فيمكن أن يكون من خلال برامج قصيرة أو شهادات متخصصة في مجال معين.
- ويفترض أن يكون هناك ربط بين ما يستجد في مجالات الإعلام وما يستحدث من برامج تدريبية في المؤسسات الإعلامية. وهذا يكون من خلال الخطط الاستراتيجية للمؤسسات الإعلامية في تطوير الأعمال، وتطوير العاملين والعاملات في المجالات المتعددة ذات العلاقة. علمًا بأن الصحافة الاحترافية تركز على التخصص بالنسبة للعاملين في مجالات معينة، وهذا بدعم مستوى الطرح للخبر ومستوى التحليل والاستنتاج. علمًا بأن هذا المجال يعد ضعيفًا جدًا في صحافتنا المحلية.

الخاتمة

ركزت هذه الورقة على جوانب مهمة وحساسة في تنمية الإعلاميات السعوديات بشكل احترافي. وأبرزت الورقة ربط العناصر الأساسية للعملية التدريبية من معارف، ومهارات، وسلوكيات مهنية باحترافية الإعلامية بغض النظر عن التخصص. ونادت هذه الورقة بأهمية اختيار الموهوبات من إعلاميات المستقبل من قبل الجهات العاملة في حقل الإعلام. وأيضًا أبرزت أهمية الربط بين تطوير الأعمال في الشركات، وتدريب العاملين وتأهيلهم لشغل مناصب متخصصة، والمساهمة الاستراتيجية في رفع مستوى الأداء في المؤسسات الإعلامية. ومن الأهمية بمكان في احترافية الإعلامية أن يكون هناك تأهيل متميز من حيث التوازن بين المعارف الإعلامية والمختصة، والمهارات المهنية، والسلوك الاحترافي عند أداء الإعلامية دورها، وهذا يساعد على التميز والاحتراف في هذه المهنة المتطورة. وفي الختام نأمل أن تتلاءم جهود القائمين على التنمية الإعلامية مع متطلبات المرحلة القادمة من إعداد الطاقات البشرية المؤهلة لمواجهة المتغيرات الثقافية والتقنية التي تؤثر في العمل الإعلامي والمحتوى الخبيري، وذلك ببرامج وأنشطة إعلامية متميزة لتأهيل الطاقات البشرية النسائية والرجالية المحترفة.

وتتقدم المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق بالشكر والتقدير للقائمت على إعداد هذا المنتدى وإدارته ورعايته.. آملي أن يساهم في تنمية الدور الإعلامي للمؤسسات الإعلامية والعاملين فيها.

للاستفسار: الاتصال على
د. . عبد الله بن حمد الدليقان

مدير إدارة التطوير التنظيمي بالمجموعة

هاتف: ٤٤١٩٩٣٣ تحويلة: ١٥٩٩، فاكس: ٤٤١٩٩٣٣ تحويلة: ١٣١٢

الإيميل: Aldlaigan@srmg.com



دور الإعلام العربي في إطار القيود السياسية والاقتصادية والثقافية

أ.د. سوزان القليني

رئيس قسم الإعلام - كلية الآداب
مدير مركز بحوث الشرق الأوسط
جامعة عين شمس
المستشار الإعلامي لمجلس
الشعب المصري

يعد الإعلام سلاحاً خطيراً إذا أحسن استخدامه وتوجيهه لخدمة أهداف المجتمع وأغراضه، حيث يساعد على دفع عملية التنمية والتطور، واللاحاق بركب التقدم العالمي.

ويلاحظ أن البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الإعلام هي بيئة عامة ودولية، حيث إننا نعيش في عصر العولمة بسبب ما أحدثته ثورة الاتصال من تقدم هائل في الطرق التي يتعامل بها الناس مع العالم الذي يسهل فيه على المجتمع التعرف على كل ما يحدث في أي موقع من المواقع. وقد أسفرت البيئة العالمية الجديدة للإعلام عن مجموعة من المظاهر منها:

- تضائل الخلافات والفوارق بين الشعوب التي أصبحت أكثر تجانساً من النواحي الثقافية.
- انحسار سلطة الدولة والحكومة على وسائل الإعلام.
- تعدد وسائل الإعلام وانتشارها، بحيث أصبحت في متناول الجميع دون قيود أو شروط.
- سيادة ثقافة عالمية أو كونية واحدة في معظم المناطق الحضارية.
- أفرزت هذه البيئة نوعاً جديداً من الثقافة الكونية هي ثقافة المخاطر التي نجحت في توعية جميع الشعوب بالمخاطر التي تواجه العالم مثل تلوث البيئة، انتشار أسلحة الدمار الشامل، انتشار الأوبئة والأمراض، وغير ذلك من المشاكل التي لا تستطيع أي دولة من الدول التعامل معها بمفردها.
- أصبح المبدأ السائد هو مبدأ فتح الأبواب للمعلومات والآراء وليس إغلاقها.
- قبول تعددية التيارات السياسية والاجتماعية وليس حصرها.
- الاعتراف بالآخر وليس رفضه.

بحيث أصبح السائد من خلال وسائل الإعلام عدم عزز المجتمع عن مجتمعات الدنيا. لذا أصبح تدفق المعلومات وانسيابها والحصول عليها من قبل الناس جميعاً ممكناً، وصار للفرد والجماعة الحق في الحصول على هذه المعلومات والحرية في امتلاكها، وتشكيل موقف في ضوء ذلك. كما صار من المتعذر على أي سلطة حكومية أو غيرها منع هذه المعلومات عن الأفراد، أو وضع سور حولهم لعدم التأثر بها.

ولذا أدت ثورة الإعلام والمعلومات إلى تغيرات جديفة في عالمنا المعاصر خلال العقدين الأخيرين، وخلق عالم جديد على أسس ومعطيات تختلف عما كان عليه الحال فيهما، ما أصبح يفرض قيوداً من نوع آخر على الإعلام غير القيود المحلية التقليدية.

وتمثلت هذه القيود فيما يلي:

أولاً: القيود السياسية

التي تعني نشر مفاهيم ومصطلحات جديدة للديمقراطية والتعددية السياسية، ورفض الشمولية في الحكم، ونشر حقوق الإنسان، وحماية الأقليات، وإحياء المجتمع المدني.. وهي بلا شك ظواهر إيجابية، لكن خطورتها تكمن في استغلال ذلك للتدخل في الشؤون الداخلية لبعض الدول باسم الشرعية الدولية،

وخصوصاً بعد انهيار التوازنات الدولية السابقة، سواء الاقتصادية، أو الاجتماعية، أو السياسية، أو الثقافية.

وفي إطار القيود السياسية ظهر ما يعرف بظاهرة التخطي المعلوماتي للحدود القومية، وهي ظاهرة تؤدي إلى تهميش الثقافات القومية، فضلاً عن تداخل التخطي المعلوماتي مع التخطي الاقتصادي والتجاري، الأمر الذي أتاح للشركات متعددة الجنسية، بصفها تمثل خط الاختراق الأول للحدود السياسية والاقتصادية، فرصاً غير مسبوقه لتوظيف وسائل الإعلام المتزاوجة مع المعلومات لإكمال مهمتها باختراق الحدود الاجتماعية والثقافية.

عن طريق آليات هي اللغة الإنجليزية، ووكالات الأنباء والأخبار، والثقافة الشعبية، وثقافة البوب الأمريكية، وتقنية المعلومات تم انبعاث الثقافات القائمة على الدين والعرق وفي الوقت الذي تتم فيه الدعوة لثقافة كونية سائدة.

الترويج لأيدولوجية العولمة وهي عولمة مؤتمكة في كل أنحاء العالم ضمن استراتيجيات فكرية وثقافية محكمة، وكما قال الرئيس الأمريكي الأسبق روزفلت بعد الحرب العالمية الثانية إن قدرنا هو أمركة العالم

• It's our air Fate To Americanize the world

ظهرت في إطار القيود السياسية ما يسمى بحرب المصطلحات، بحيث استخدمت وسائل الإعلام الدولية عدة وسائل لإبراز صورة سيئة للإسلام والمسلمين من قبيل العناوين المثيرة التي تبعث الخوف والقلق لدى الرأي العام العالمي، ومن اختراع مصطلحات إعلامية ونقدية جديدة يتم تداولها في جميع وسائل الإعلام بحيث تصبح نغمة غالبية أو سائدة.

ومنها مصطلح الإرهابيين، النوع Gender، الاضطهاد الديني وغيرها من المصطلحات.

ثانياً: القيود الاقتصادية

إن التحول إلى السوق الحرة واقتصاديات السوق منع العديد من الدول من التدخل في النشاط الاقتصادي، حيث ظهرت التكتلات الاقتصادية، وزيادة التبادل التجاري بين الدول، وتماتك السلع

الاستهلاكية، وأهم ما فيها هو رفع الحواجز من أمام الشركات متعددة الجنسيات أحد أهم مؤسسات رأس المال العالمي، وتشجيع النزعة الاستهلاكية.. وكل ذلك يشكل خطورة على اقتصاد الدول النامية، ويمثل سلسلة من القيود الاقتصادية على الإعلام العربي تتمثل في:

• دخول القطاع الخاص والشركات متعددة الجنسيات غير ذات الصلة بمجال الإعلام في هذا المجال بدافع النجاح والربح وينشأ التخوف، حيث ربما تكون هذه الشركات لها اليد العليا على وسائل الإعلام مستقبلاً.

• إن الغالبية العظمى من القنوات الفضائية العربية أنشئت بغرض تحقيق الربح كهدف رئيس، فقد دخل ميدان البث النهائي رجال أعمال ومستثمرون وشركات من أصحاب رؤوس الأموال من غير ذوي التخصص والخبرة في مجال الإعلام، وبالتالي تحمل هذه القنوات بمنطق العرض والطلب لتحقيق أكبر قدر من الأرباح، بعيداً عن حماية الثقافة أو الذوق العام للمجتمع العربي.

• طغيان الإعلانات على المساحة التحريرية في الصحف وعلى المساحة الزمنية للبرامج التثقيفية في وسائل الإعلام، ما أدى إلى انتقاص الخدمات الإعلامية المقدمة إلى الجمهور المتلقي والمتمثلة في الإعلام والتعليم والتثقيف، وارتفعت نسبة المواد الترفيهية وطغت على خريطة القنوات الأرضية والفضائية.

• سيطرة المعلن على المضامين الإعلامية، خصوصاً في البرامج المكفولة التي يقوم بإنتاجها وتمويلها بعض المعلنين التي ترتبط أحياناً بالمستوى العام لذوق المتلقي بصفته مستهلكاً لوسائل الإعلام.

• تقوية النزعة الاستهلاكية لدى الجمهور المتلقي بما نشأ عنه أحياناً ثورة التطلعات والإحباط فضلاً عن التخلخل القيمي.

• إدخال أنماط استهلاكية جديدة على المجتمع العربي، حيث تدعم الإعلانات السلوك الاستهلاكي غير المرشد لدى المتلقي، حيث تدعم الاتجاهات الاستهلاكية لاقتناء كثير من السلع غير الضرورية أو الترفيهية.

فضلاً عن إدخال أنماط استهلاكية جديدة وغربية على المجتمع مثل: «عيش حياتك مع كوكاكولا، صباح النسكافيه، ماكدونالز».

• تفتت الجمهور العربي نتيجة تعدد القنوات، فبعد أن كان لدينا ما يسمى Mass com أصبح Demassification of Mass، وذلك نتيجة لكثرة وسائل الإعلام المحلية والعربية والدولية بما ينتج عنه مظاهر «اختراق الرأي العام».

ثالثاً: القيود الثقافية

إن انتشار ثقافات الغرب الصناعي، واكتساب الطابع الفردي، وزيادة التعصب القومي، وتوحيد الآراء في المسائل العالمية، وفرض أنماط وأذواق واحدة هو الهدف الأساسي من العولمة الثقافية. وقد كان من أبرز القيود الثقافية لعولمة الإعلام انتشار التغريب، وتحيز الثقافات والمجتمعات إلى الغرب، والميل نحوه والإعجاب به وتقليده، وعده نموذجاً للثقافة العالمية، ونمطاً للحدثة وإهمال المحلية والفلكلور والأساطير الشعبية، وانتشرت قيم الغرب في العنف والجريمة، والجنس، والشهرة، والثورة، والقوة. وانتشرت قيم الاستهلاك والعزلة الفردية والأنانية، وعزت قيم الإنتاج والتعسف، وروح الجماعة والتضحية.

ولأسف قد وقعت العديد من المجتمعات العربية في وهم الحدثة وهي لم تطور بعد تراثها القديم. ويكمن مأزق الدول العربية في أن قدرتها على المقاومة ما زالت هشة، ما يعرضها لاستقطاب الحاد ما بين التبعية الكاملة والانعزال الكامل. وقد نجحت الدول الغربية الصناعية المتقدمة في تصنيع الثقافة وتعليبها في معلبات براقة ذات جاذبية هائلة سريعة التأثير قوية الانتشار، مستفيدة من ثورة التقنية الحديثة، ما أدى إلى تعميم ثقافتها ونشرها، وكلها معلبات

تعتمد على الإبهار الفني الجذاب أكثر مما تعتمد على العمق الثقافي الأصيل.. ولعل في أفلام هوليوود خير مثال على هذه المعلبات.

ولم يعد ممكناً مع ثورة الاتصالات في ظل الأقمار الصناعية وشبكة التلفاز، والإنترنت أن يعيش المرء بعيداً عن مؤثرات العولمة، ولا يمكن أن ينأى عنها حتى قيل إذا أغلق الباب أمام العولمة دخلت من النافذة، وإذا أغلقت النافذة دخلت من شاشة التلفاز، وإذا انقطع سلك الهاتف دخلت عن طريق الإنترنت، يقال إنها تدخل إلى المعدة في شكل مؤثرات غذاء وشراب، ونمط استهلاكي غذائي مستورد حتى أصبحت تعرف الثقافة على أنها «ثقافة الهمبورجر». وفي مقولة مثيرة لـ«بيك جيتس»، مدير شركة مايكروسوفت، في منتدى ديفوس الاقتصادي ١٩٩٧ تكلم عن رؤيته التي صاغها في كتاب «The world ahead» «مستقبل العالم» بأن العالم يقف على أعتاب مرحلة جديدة غير مسبوقة تغير فيها التقنية وجه الحياة... وحياة الناس وعلى العالم أن يجني ثمار هذه الثورة بقبول أفكارها.. أما منظومات القيم الأخلاقية والمعايير العلمية في إطار مختلف الحضارات والأديان والأنظمة.. فلا بد من الإطاحة بها لو أراد الإنسان الجديد أن يدخل إلى عالم الجنة الجديد بشرط أن يرضى بدوره تابعاً ومنفذاً وأداة، لا معكراً أو صاحب قرار في عملية صياغة العالم الجديد.

وتتضح القيود الثقافية للإعلام في إطار

- تزايد عدد القنوات الأجنبية وسهولة استقبالها في العالم النامي.

- تزايد نسبة المواد الأجنبية الإعلامية المصدرة إلى الوطن العربي التي تصل من ١٠٠ إلى ٢٠٠ ألف ساعة سنوياً.
- معظم المواد ترفيهية وأغلبها أمريكية، ما يعني الاتجاه نحو أمركة العالم.

- المشاهدة العالية لهذه المواد في العالم النامي.
- تفوقها شكلاً وموضوعاً عن المواد المحلية.
- إن معظم تجهيزات الصناعة التقليدية والإعلامية تقع في يد الدول المصنعة وفي مقدمتها الولايات المتحدة.
- إن جميع التجهيزات الخاصة بالمعلومات وغزو الفضاء وبنوك المعلومات في يد الولايات المتحدة.
- إن معظم مصادر البث الإعلامي، والأقمار الصناعية ومواد تصنيفها، وطرق تجاربها، والأشكال القانونية التي تنظمها في يد الولايات المتحدة، ما يجعلها تمارس العولمة والهيمنة الإعلامية.
- وهناك أسباب عديدة سهلت ظاهرة الإذاعات عابرة القوميات، خصوصاً أن منتجها يتميز بانخفاض سعره وارتفاع جاذبيته، وفي الوقت ذاته قدرته على ملاءمة الأذواق الشعبية، إضافة إلى القدرة على استيعاب العملية الاتصالية، خصوصاً في مجال التلفاز، ما أدى إلى سيادة المنتج الأجنبي.
- وانطلاقاً من هذا الواقع الإعلامي العربي والقيم التي فرضتها عليه العولمة من المهم أن يعاد النظر في دور الإعلام العربي في هذا الإطار على أن يتسم بما يلي:
- الدخول بقوة في مجتمع المعلومات حتى يمكن اللحاق بكل منجزات العصر العلمية والتقنية بما تفرضه من أنماط ثقافية مثل: تقديس قيم العمل، والحرية الفردية، وحق الاجتهاد، وحق الاختلاف.
- تأكيد منظومة القيم التي تشكل الخصوصية الثقافية للمجتمع العربي مثل الدين، والعادات والتقاليد، والموروثات الشعبية عبر سبعة آلاف عام من تاريخ الحضارة العربية المتصل منذ العصر الفرعوني، مروراً

- بالثقافات الإفريقية والرومانية والقبطية والإسلامية في بوتقة ثقافية واحدة متماسكة ومتجانسة.
- التحاور مع الثقافات الأخرى من موقع الندية لا التبعية.
- التنسيق والتكامل بين المؤسسات الإعلامية العربية وبينها وبين المؤسسات التعليمية والتربوية، وكذلك المؤسسات الثقافية من أجل النهوض بوعي المواطن المصري.
- الاستفادة من تقنية عصر الإعلام والمعلومات في الانفتاح الواعي والمنظم على العالم، بحيث نأخذ ما تراه مناسباً ونبتعد عما يتنافى مع عاداتنا وتقاليدنا وأنماط حياتنا المصرية.
- استخدام تقنية الإنتاج الحديثة في تطور شك ما يقدم ومضمونه، بحيث تتوفر عناصر الجذب والإبهار التي تجعل الجمهور أكثر ارتباطاً بوسائل إعلامية محلية.
- التعمق في المحلية، لأنها السبيل الوحيدة إلى العالمية.
- الوصول إلى الفئات المحرومة من الاتصال كالمعاقين، وذوي الاحتياجات الخاصة اجتماعياً وذهنياً، والاهتمام بالفئات ذات الطبيعة الخاصة مثل المرأة والشباب وغيرهم من الفئات التي لا توليهم وسائل الإعلام الأهمية الكافية.
- التزاوج بين المؤسسات الإعلامية العربية، والمؤسسات التعليمية والأكاديمية، لجعل العلوم والتفكير العلمي والتخطيط السليم هو وسيلتنا في القرن الحادي والعشرين.
- وبعد، فإن الطريق لا يزال طويلاً، وما زال أمام الإعلامي العربي الكثير من التحديات العالمية، وعليه أن يواجهها بقوة وتحد في إطار مجتمع عربي متكامل.



محاورة ورقة عمل

دور الإعلان في صناعة المضمون الإعلامي

علي العلياني

- أهمية الإعلان في الصحافة والتلفاز والإذاعة.
- تأثير الإعلان الإيجابي على الصحافة السعودية والفضائيات العربية.
- تأثير الإعلان سلبياً على الصحافة السعودية والفضائيات العربية أيضاً.
- حجم سوق الإعلان العربي والسعودي.
- كيف يزيد حجم الإعلانات في الوسائل الإعلامية دون التخلي عن دورها النقدي والاجتماعي؟

المحاور الأساسية

يعد مجال «أخلاقيات الإعلام» أحد أهم المجالات التي استقطبت اهتمام كل من الباحثين الأكاديميين والمهنيين الإعلاميين، خصوصاً بعد أن فرضت التحولات الجذرية، التي طرأت على المشهد السياسي والإعلامي الدولي، تحولا في حدود الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام وأبعاده ونوعيته في التأثير، متجاوزة في ذلك حدود المكان والجغرافيا، ومستندة على مرجعية مرتبطة بأهداف كل من أصحاب رؤوس الأموال والشركات الدولية العابرة للقارات أكثر من ارتباطها بالأخلاقيات المهنية.

لقد أدى تطور تقنية الاتصال إلى إيجاد صيغة أكثر تفاعلية بين الأدوات الاتصالية على المستوى التقني (multimedia)، وصيغة أكثر تفاعلية بين أدوات الاتصال، والجمهور المتلقي بعد أن كسر التطور الاتصالي حاجز المجال المغلق والرقيب ومحدودية التدفق المعلوماتي.

كما أدى إلى تعزيز مفهوم عولمة السوق الإعلامية لصالح نموذج محدد يفرض أجندته السياسية والثقافية على الرأي العام الدولي، ما أنتج ما يمكن تسميته بـ«أزمة المصادقية»، بحيث أصبح السؤال مشروعا عن مدى الالتزام الذي تبديه المؤسسات الإعلامية تجاه أخلاقيات الإعلام ومدى وجود «دليل قيمي» يستند عليه الإعلاميون في سياق التدويل المعلوماتي، وفي سياق المنافسة الامتوازنة في السوق الإعلامية.

في الوطن العربي يبدو المشهد الإعلامي أكثر تعقيدا، فبخلاف الضغوطات الدولية التي يتعرض لها الإعلام العربي تقنياً ومهنياً، تأتي خصوصية المعطيات السياسية والمهنية لتشكّل تحدياً أساسياً يواجه بيئة العمل الإعلامي، ويواجه الإعلاميين العرب الذين يستهدفون الاستقلالية والنزاهة والشفافية الإعلامية. هذه الخصوصية تجعل وجود ميثاق أخلاقية تضبط العلاقة بين الإعلامي والمؤسسة الإعلامية

والمجتمع والحكومة ضرورة يجب البحث عن صيغة تمكن من ترجمتها إلى واقع تتم ممارسته، وليس إلى موائيق نظرية لا تجد سبيلها إلى التطبيق.

تهدف هذه الورقة إلى رصد أهم المحاور وتحليلها، والتي تناولتها بعض الموائيق الأخلاقية في التجربة الإعلامية العربية، ودورها في ضبط العلاقة بين كل من الإعلامي العربي وأطراف العملية الاتصالية الأخرى في المجتمع. كما تناقش الورقة الضغوطات التي يتعرض لها الإعلاميون، ومدى تأثيرها على موضوعية الدور الذي يقومون به وشفافيته تجاه كل من الدولة والمجتمع والرأي العام.

كما تطرح الورقة أهمية وجود «ميثاق أخلاقي» تستند عليه المؤسسات الإعلامية العربية لتحديد حقوق الطرف الأهم وواجباته في العملية الاتصالية، وهو «الإعلامي»، فقياساً بحجم الضغوطات ونوعيتها التي يعانيها الكثير من الإعلاميين العرب، يأتي وجود مرجعية أخلاقية يلتزم بها جميع أطراف العملية الاتصالية، لتكون بمنزلة «الإطار الجمعي» الذي يمكن أن يشكل أحد أدوات الضغط الأساسية التي يمكن أن يستخدمها الإعلاميون في الدفاع عن استقلاليتهم المهنية.

وسوف تعرض الورقة لكل ذلك من خلال المحاور

الأساسية الآتية:

- المتغير السياسي العربي والممارسة الإعلامية، وأزمة المصادقية في الخطاب الإعلامي العربي كنتاج لأزمة الديمقراطية في الوطن العربي.
- الموائيق الأخلاقية في بعض المؤسسات الإعلامية العربية، وواقع الالتزام تجاه: الحكومة، والمجتمع والرأي العام.
- الإعلامي العربي بين ضغوطات المهنة، وغياب موائيق أخلاقيات الإعلام.

ورقة حول:

أخلاقيات الإعلام في الوطن العربي الموائيق النظرية وسلطة

الواقع

منتدى الإعلاميات

السعوديات

2- 3 مايو 2007

د. عائشة عبد الله النعيمي

سأستعرض في هذه الورقة أهمية التخصص الإعلامي للرجل والمرأة، والمعوقات أمام الإعلام المتخصص في السعودية، وكيفية تخطي هذه المعوقات. ولكن أود أولاً التركيز على وجود المرأة في الإعلام وعلاقة ذلك بالمحتوى الإعلامي. كيف تؤثر علاقات السلطة وتقسيم العمل بين الرجل والمرأة في الإعلام على مكانة المرأة وصورتها في الإعلام؟ هناك نظرية تقول: إن إهمال إظهار المرأة أو تقديمها بشكل تقليدي أو متحيز يعزز قيم المجتمع التي تسيّد الرجل وتقلل من شأن المرأة. وهناك نظرية تقول: إن سيادة الرجل كمذيع وصحفي ومدير ورئيس تحرير.. إلخ يعطيه السلطة لتعريف قيم المجتمع وتفسيرها تبعاً لمعايير الرجال، وكأنهم هم الأساس الذي يقاس عليه، بينما المرأة هامشية ليس لها تأثير. إلى جانب هذه النظريات عن تأثير غياب المرأة عن مراكز السلطة هناك أسباب أخرى بديهية ومنطقية للمطالبة بالتساوي في الحقوق بين الرجل والمرأة أهمها أنه من حق المرأة أن تكافأ على عملها بالمعايير نفسها التي يكافأ بها الرجل. فلا الدين، ولا العدل، ولا متطلبات الحياة الاقتصادية اليوم تبرر عدم المساواة في الفرص، والراتب، والمجالات.

قد تستغربون عندما أقول لكم إن واقع المرأة في الإعلام السعودي لا يختلف كثيراً عن واقع المرأة في الإعلام العالمي إلا باختلاف طبيعة مجتمعنا. في بحث قدم عام ١٩٨٧ لليونسكو عن وجود المرأة في الإعلام في العديد من الدول المتقدمة وغير المتقدمة وجد أن المرأة، تقريباً، غائبة تماماً عن الوظائف التقنية، وعن الإدارة العليا للإعلام، بينما هناك حضور كبير للمرأة في تقديم البرامج التلفازية والإذاعية، وهذا يشار إليه كتفرقة رأسية. هناك، أيضاً، تفرقة أفقية في أنواع البرامج التي تقدمها المرأة والمواضيع التي تكتب عنها. في عام ١٩٩٥ تمت دراسة للأمم المتحدة عن توظيف المرأة في الإعلام في دول مختلفة من العالم. ومن ضمن النتائج الآتي..

- وقد تلاحظون أوجه الشبه والاختلاف مع واقع المرأة في الإعلام السعودي:
- للمرأة حضور ملحوظ على الشاشة وعلى الهواء في الإعلام الإذاعي.
- نطاق الوظائف الإعلامية التي تشغلها المرأة محدود للغاية.
- البديل للإحالة من صفحة المرأة هو أن تقبل الصحفية بآراء الرجل وأولوياته لتصبح واحدة منهم.
- النسبة المئوية للمرأة في كليات الصحافة والإعلام في ارتفاع.
- نسبة النساء الاتي وجدن فرصة عمل في الإعلام لا تتناسب مع نصيبهن من التدريب.
- الرجال أكثر احتمالاً للدخول في مجال الإعلام من أبواب أخرى غير تلك التي تفتح عن طريق التعليم والتدريب.
- في الغالب الرجال الذين يعملون في الإعلام يكونون أقل تأهيلاً من الناحية التعليمية من نظرائهم من النساء.
- ما بين الخريجين المتساويين في المؤهل تكون فرص النساء أقل من فرص الرجال في إيجاد عمل في الإعلام.
- هناك تفرقة وتمييز ضد النساء في مرحلة التوظيف.
- توجّه المرأة للعمل في أنواع معينة من العمل الإعلامي.
- المواقف والمعتقدات عن ميول المرأة وطبيعتها تلعب دوراً في تحديد القضايا والمجالات التي تعمل بها.

معوقات الإعلام المتخصص

مها مصطفى عقيل

- تلعب الحواجز الثقافية والمعتقدات الخاصة بالتقاليد دوراً في المستقبل الوظيفي للمرأة في الإعلام.
- احتمال وجود المرأة في العمل المؤقت أو بدوام جزئي أكثر من وجودها في نظام العمل بدوام كامل.
- نقص التدريب المناسب يعيق المرأة في الإعلام.
- هناك عدد قليل من المديرات في الإعلام.
- هذه الدراسة كانت منذ أكثر من عشر سنوات، والوضع اليوم لم يختلف كثيراً. الدراسات التي أجريت عن المرأة في الإعلام العربي أظهرت أن هناك مواقف سلبية للرجل تجاه المرأة تحول دون وصولها إلى مراكز قيادية أو وجودها في مجالات معينة مثل التقنية. أما العقبة الرئيسية في طريق التنمية المهنية للمرأة العربية هو غيابها عن العمل بسبب إجازات الوضع أو لأسباب عائلية. فالالتزامات العائلية وتربية الأطفال هي أكبر العقبات للنساء حسب الدراسات، لأن الأزواج لا يساهمون في الأعمال المنزلية.
- في الدراسة التي أجريتها قبل أكثر من ثلاث سنوات عن المرأة السعودية في الإعلام وجدت أن نسبة الموظفات في أي صحيفة سعودية أقل من ٨٪ من المجموع الكلي للموظفين. ولا توجد نساء في الأقسام الإدارية، أو الفنية والإنتاجية.. فكلهن إما صحفيات أو محررات باستثناء سكرتيرة ومصورة، وأعلى منصب يمكن أن تطمح في الوصول إليه هو رئيسة قسم المرأة، أو مديرة تحرير في قسم المرأة. وتشكل نسبة المتعاونات أكثر من الثبنيات إن لم يكن كلهن متعاونات في بعض الصحف. أما بالنسبة للتلفاز فنسبة وجود المرأة حوالي ٥٪، ولكنهن يتبوأن مناصب عليا على المستوى المحلي في المدينة، ولكن ليس على مستوى الأقسام الإدارية والتنفيذية في وزارة الإعلام التي لا يعمل في فروعها الإدارية أي نساء. لقد برزت في البحث ثلاثة محاور رئيسة تدرج تحتها العديد من القضايا المتعلقة بالعوائق والمشكلات التي تواجهها الإعلامية السعودية في حياتها المهنية. لن أخوض كثيراً في هذه المعوقات لضيق الوقت، ولأن هناك أوراق عمل أخرى ستطرق لهذا الموضوع ولكن باختصار، المحاور الثلاثة هي: العوامل الثقافية والاجتماعية، البنية التنظيمية، والتمييز بين الرجل والمرأة في المعاملة.
- كان من الضروري استعراض النقاط السابقة لفهم أهمية الإعلام المتخصص، ووضع الموضوع في إطاره العام بالنسبة للإعلام، وإطاره الخاص بالنسبة للمرأة في الإعلام السعودي.

لماذا نحتاج إلى التخصص في الإعلام؟

- للتمكن من الموضوع «سياسة داخلية وخارجية، اقتصاد وأعمال، تعليم، صحة، بيئة، دين.. إلخ» أو المجال «تحرير، إخراج، إنتاج، فني، تقني، إدارة، الخ»، وبالتالي إيجاد التغطية الإعلامية والأداء، وزيادة المصداقية.
- هناك توجه نحو الإعلام المتخصص في المطبوعات والإذاعة والتلفاز. كلما كان الإعلامي متخصصاً، مع ضرورة الإلمام بمختلف المواضيع، كانت الفرصة أكبر في إيجاد عمل والتطور مهنيًا. ومع وجود الصحافة الإلكترونية ونموها أصبحت الصحافة المحترفة مطلباً، والبقاء الأفضل.
- لخدمة المتلقي بطريقة أفضل.
- وجود إعلاميات متخصصات في كل المواضيع والمجالات يعزز من تأثيرهن في المحتوى الإعلامي والإدارة.

أمثلة على تأثير عدم كفاءة الصحفيين في تغطية مواضيع

تحتاج إلى متخصصين:

سوق الأسهم، الأخطاء الطبية.

معلومات الإعلام المتخصص:

- ضعف الدراسة والتدريب العملي أو عدم وجودهما.
- قلة الوعي والاهتمام من الإدارة، وعدم التخطيط والرؤية المستقبلية.
- ضعف الشفافية وتجارب المسؤولين و توفر المعلومة.

التوصيات:

- فتح كليات إعلام للبنات في جميع التخصصات الإعلامية، وتطوير المناهج في كليات الإعلام.
- وضع برامج تدريبية في المؤسسات الإعلامية.
- تحديد المهام الإعلامية وتعريفها، وتقسيم المواضيع بين الصحفيين، والحرص على التخصص.
- وضع سلم لارتقاء الوظيفي في المؤسسات الإعلامية يعتمد على النجاح في التدريب، والتحسين في الأداء.



المرأة في الإعلام المرئي.. استثمار أم استغلال؟

المخرجة

د. فهيم محمد أحمد الكيلاني

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

شرفت أن أشارك في هذا التجمع الطيب بورقة عمل بعنوان: «المرأة في الإعلام المرئي.. استثمار أم استغلال؟».

السؤال الكبير غير محدد بهوية المرأة المقصودة داخل هذا العنوان: هل هي المرأة الغربية، أم العربية، أم السعودية بشكل خاص؟

معظم النظريات الإعلامية نشأت في المجتمعات الغربية وترعرعت فيها وتنطبق جميع النتائج البحثية على تلك المجتمعات دون غيرها، ولا يمكن أن تعمم على جميع أفراد المجتمع البشري. وقد تحدثت منغيرات داخل تلك المجتمعات الغربية قد تؤدي إلى تغيير نتائج الدراسات السابقة بعد انتشار عدد هائل من القنوات الفضائية و«ثورة الاتصالات»، وشبكات تبادل المعلومات، لا شك أن المتغيرات على الساحة العلمية والعربية قد بلورت الكثير من المفاهيم على جميع المستويات والمجالات الاجتماعية والسياسية والإعلامية دون استثناء، وإن كان بشكل متفاوت من مجتمع إلى آخر. المرأة منذ القدم «هي مشروع للاستثمار.. وهي، أيضًا، مشروع للاستغلال».

كرمت المرأة من رب العالمين. ثم كُرمت منذ عهد الرسول، صلى الله عليه وسلم، بداية من أهل بيته. وبدأت صورة المرأة داخل إطار العصور المتعاقبة تختلف وتتبدل، نراها على جدران المعابد عبر فنون النحت، والرسم والتصوير ثم توالفت صورة المرأة وتطورت، وتغيرت لأسباب ومتغيرات تخضع لنواحي بيئية، واجتماعية، ونفسية، وسياسية، ودينية.

وأقصد هنا المرأة في كل مكان، ونجد هذه الصورة للمرأة داخل البيت، وعلى الطرقات، وعلى مقاعد الدراسة بجميع مراحلها وتخصصاتها داخل أروقة العمل بجميع مجالاتها عبر حروف شاعر متأزم ولهان.. نقرأ عنها على صفحات الجرائد والروايات القصيرة منها والطويلة.

ثم جاءت الطفرة، طفرة انطلاقة المرأة داخل الإطار الإعلامي المرئي عبر حُقب مختلفة عالمياً، وعربياً، وخليجياً ثم سعودياً، والأخيرة ليست صدفة، بل بشكل متدرج.. كمذبذبة، وممثلة، ومطربة، وفنّانة إعلان، «إذاعياً خاصة»، وكاتبة، وشاعرة، وفنّانة تشكيكية، والقائمة طويلة تستوعب المجالات المختلفة الأخرى. ولا ننسى أن نذكر جوقة أخرى من النساء في المجال المرئي والإذاعي «معدات، مصورات، مونتيرات، مخرجات» والتصنيف هنا يتحمل ما يُراد منها وبها من استثمار أو استغلال.

سأبدأ بالتحدث عن المرأة في الإعلام المرئي.. استثمار أم استغلال؟ المرأة داخل الإعلام المرئي الغربي موجودة منذ سنوات طوال. والشكل الذي تظهر به المرأة الغربية يخضع لاعتبارات مجتمعية كثيرة تختلف عن مجتمعاتنا العربية، والخليجية بالذات.

كيف ظهرت المرأة الغربية في الإعلام المرئي؟ تظهر.. ستظهر مستقبلاً، هذا خاضع لمتطلبات

المرأة في الإعلام العربي بشكل عام والسعودي بشكل خاص

هل للأسلوب الذي ترسم به ملامح المرأة داخل الإعلام المرئي هذا الزخم من الاستعدادات لاستقطاب جيوب المشاهد وعيونه.. إن كانت بشكل استثماري.. أو استغلالي؟! مفهوم تعزيز المشاهدة في الصناعة التلفزيونية غير السينمائية بالطبع في ثقافة الإعلام العربي سببه تذبذب الحراك الفني بمفهومه الشامل التقني والاحترافي، بمعنى:

ندرة الإبداع.. ندرة الأكاديميات الفنية، هرولة كثير من المحطات التلفزيونية العربية إلى استيراد فورمات «format» وبرامج أجنبية ثم اختيارها جماهيرياً بحثاً عن تنافسية أكبر في السوق الإعلامية مثل: برامج «ستار أكاديمي، سوبر ستار، الوادي، ملكات الجمال، عارضات الأزياء، من سيربح المليون، من سيربح المليونين».

بينما أنتجت فضائيات عربية أخرى أساليب جديدة لتعزيز المشاهدة التلفزيونية بعضها بالجانب الفني المبهر، وبرامج السهرات «أغان، موسيقا، كوميديا، الأبراج»، وبرامج استحوذت على نفسية المشاهد المتشوق لمعرفة الغيب، هذا واقع عربي معروف دون خجل، أي بافتتاح قنوات متخصصة مختلفة تزدهم داخلها النساء، والتي يتم التقاطها وانتقاؤها بعناية بشكل استثماري والأمثلة كثيرة منها، ليس على سبيل الحصر: برامج «كلام نواعم» عبر أربع سيدات عربيات تم تقديمهن بشكل لائق راق، ومحطة «mbc» «مكسرات» عبر أربع سيدات تم تقديمهن بشكل لائق راق، ومحطة القناة السعودية الأولى «من الرياض» عبر إعلامية سعودية، وقناة أوربت «المرأة والمجتمع»، «بلا رتوش» عبر إعلامية سعودية، ومحطة ق 1 السعودية «تويو» to you القناة السعودية الثانية.

«برسم الصحافة» الإعلامية السعودية ربما الشاخر، شفاها الله.. القناة الإخبارية.. ولا ننسى مراسلات عربيات على خط النار من قضت نحبا كشهيدة، ومن تستكمل المشوار عبر الكثير من الفضائيات العربية وبرامج لم تعد تقتصر على برامج المرأة والطفل فقط، بل وجودها ملاحظ ومتابع في برامج مختلفة، مثل: السياسية «الحوارية، الاقتصادية، الاجتماعية، الرياضية، الدينية»، ونماذج

العصر الذي تحياه، والمتغيرات الاجتماعية «الحياتية بشكل عام» والتقنية. والصورة التي تظهر بها المرأة في المجتمعات الغربية لا تخضع لقوانين وعادات وتقاليد مثل مجتمعاتنا العربية المسلمة، ولكن هذا لا ينفي أن هناك البرامج التي ظهرت عبرها المرأة الغربية بشكل استثماري رائع، اتفق مع ذوقنا العربي، أيضا ليس بشكل مطلق مثل: برنامج "op" والذي يُعد من أكثر البرامج المشاهدة على خارطة العالم. يقدم داخله فقرات متنوعة، تتفق مع مناخ المجتمع الذي صُنعت من أجله. برنامج آخر ناني "nany" تلك المرأة المتخصصة في إعادة تهذيب سلوكيات الأطفال شديدي الغضب والتمرد داخل أسرهم الصغيرة.

نجد أن بعض المحطات العربية والخليجية مثل «هالة شو»، و«مع نشوى» في محاولة لمحاكاة برنامج أوبرا بالذات، مع الفروقات في الشكل والمضمون داخل تلك البرامج العربية المقلدة.

«تري كيف هي آراء المشاهد العربي، تجاه تلك البرامج المقلدة؟»، أقصد من منظور استثماري أو استغلالي، رغم ذلك يقال عبر مصادر عربية، وأيضاً عربية: إن المرأة الغربية ما زالت تعاني ظلماً كثيراً رغم مساحة الحرية التي نعتقدها تنعم بها. ويجد بعضهم الآخر أنه واقع المرأة حيث كانت، ويؤيد هذا الكلام المؤتمرات والندوات الدولية التي تعقد باسمها ومن أجلها. كما يسعى منظمو تلك المؤتمرات إلى إنصاف المرأة وإدخالها خيمة العدالة الإنسانية.

إذن.. هل يمكن أن نطلق العنان لرأي يدعي أن المرأة الغربية في الإعلام المرئي تم توظيفها فقط بشكل استثماري، أو بشكل استغلالي؟

أقول: هذا مجتمع غربي، له خصوصيته من عادات وتقاليد وتقييم، بل ومتطلبات فيما يشاهده ويفضله من برامج.. والصورة التي يجب أن يرى المرأة داخلها.

إجابتي إذا كانت المرأة الغربية داخل الإطار المرئي تم استثمارها.. أم استغلالها، ليست لدي إجابة حاسمة فأنا بنت البيئة العربية المسلمة، ولم تقع تحت يدي أي دراسة بحثية إعلامية عربية تحسم هذا الجدل.

من برامج عربية، وأجنبية، وحتى مدبلجة مختلفة، ألا يتم عبر إدارة الرقابة، مراقبتها وانتقاء بعضها، وما يتفق مع عاداتنا وتقاليدنا.

• وأيضاً، ماذا يقدم من أفلام وبرامج عبر القنوات الفضائية السعودية الخاصة؟ هنا.. قد نقف لنأمل نوعية البرامج الخاصة بالنساء: أزياء، مكياج، قضايا تخص المرأة خاصة «بتفاصيلها وخصوصيتها»، أي كيف تظهر المرأة داخل هذا الإطار المرئي كمذبة عربية أو سعودية داخل القنوات المحلية، وداخل القنوات المتخصصة الخاصة السعودية.

والمناقشة المثارة الآن تدور حول تحفظ بعض أعضاء مجلس الشورى تجاه الإعلامية السعودية، كمذبة خاصة. ليس تحيزاً أن أقول: إن الإعلام السعودي عندما أعطى الفرصة للإعلامية السعودية أن تقدم نفسها، ومن ثم تقدم غيرها من بنات جنسها داخل الإعلام المرئي الداخلي، كان مستوعباً تماماً أهمية هذا الدور. وأعتقد أن المقارنة بالكيفية التي تظهر بها الإعلامية السعودية داخل الإطار الإعلامي المرئي الشامل يختلف عما نراه عبر الكثير من المحطات الفضائية الخاصة الممولة من رجال أعمال سعوديين، وداخل أروقة القنوات المحلية الأربعة السعودية «كاستثمار أو استغلال».

إن حصر ظهور المرأة العربية أو الخليجية داخل الإطار الإعلامي المرئي من الظلم اعتماد نتيجة نهائية له هل هو استثمار أم استغلال؟! نرى المرأة العربية داخل المشهد الإعلامي المرئي يختلف من بلد إلى آخر، ويخضع لاعتبارات كثيرة، نختصرها بالعادات والتقاليد والمناخ، أي مساحة الحرية المعطاة لها عبر نوعية البرامج «الشكل، العمر، الملابس، الماكياج، والأداء»، والمشاركة في برامج مختلفة. «المثلة، الماكياج، فتاة الإعلانات» نجد ظهورها في الإعلام

لبرامج نسائية تناولت بعض القضايا التي تخص المرأة في المجتمعات العربية، ولكن داخل المجتمع السعودي تعد جديدة، بل تعدت إلى قضايا أشمل تهم المجتمع ككل عبر إعلاميات سعوديات وعربيات تشرف عليها إدارات نسائية متكاملة.

في الآونة الأخيرة، لوحظ عبر بعض الأعلام الغربية السعودية «رجل ونساء» مقولة: «المرأة السعودية بدأت ترى صورتها داخل عيون الغرب»، وإن كان هذا لا يعني أنها نجحت بمقدار ١٠٠٪. وهذا أعده جانباً سياسياً واستثمارياً. ومن العناوين التي أطلقتها إحدى الإعلاميات، قولها: الإعلام العربي يتناول قضايا العنف ضد المرأة بشكل سيئ، خيالي، كما في المسلسلات، والأفلام الطويلة الروائية، كما في التقارير، والمقالات، والأفلام الوثائقية، وركزت في توصياتها على وضع استراتيجية إعلامية تنبثق من القيم المجتمعية الرصينة، وتهتم بالإحصاءات، وتحدد الجمهور وترصد له أهل الرأي والدين للتأثير فيه.

التعميم في موضوع يهم المجتمعات عامة، ومجتمعنا السعودي خاصة لن يتحمل أي رأي مطلق، دون دراسة وإحصاءات، وهذا ما ينقصنا، وهو عدم وجود مراكز بحثية تهتم بالإعلام.

هذا التعميم سيخضع لسياسة كل إعلامي على حدة مثال:

- كيف تم توظيف ظهور المرأة الإعلامية السعودية داخل القنوات السعودية الأربعة؟
- كيف نرى الإعلامية السعودية داخل بعض القنوات الفضائية الخاصة «الممولة» من رجال أعمال سعوديين؟ هل تعدت الخطوط الحمراء المتعارف والمتفق عليها ضمناً؟
- أما من الجانب الآخر فماذا نرى عبر قنواتنا الأربعة المحلية

الخليجي بشكل منضبط، أما داخل الإعلام السعودي، فهو بشكل نادر.

إذن مفهوم «الاستثمار أو الاستغلال» محير لإعطاء رأي قاطع عنه. إن الإعلام يعتمد على استثمار كل الكفاءات الإعلامية لديه من الجنسين لتوصيل رسالته. أما الكيفية في توظيف هؤلاء فهو يندرج تحت اعتبارات «سبق الحديث عنها»، وأن الصورة التي تظهر داخلها المرأة في المشهد الإعلامي السعودي الحكومي تغلفها الضبابية.. للاستمرار أو التوقف.. نحن نحتاج كإعلاميات سعوديات إلى الحوار الهادئ مع الجميع دون إخضاع المنطق لرأي أحادي فقط.

فالمرأة الإعلامية السعودية ظهرت منذ ٤٠ سنة مضت داخل الإعلام المرئي.. وأراني لا أبالغ إن قلت: إن نسبة ظهورها سابقاً كانت عالية رغم وجود قنواتين أرضيتين فقط وقتها.

مع مساحة من الحرية المقننة وتحفظات أقل مما نجده في وقتنا الحاضر.. قد لا يتفق معي الكثير عندما أقول: إن تعميم رؤية.. خصوصاً في مسألة فنية دون دراسة تستند إلى الأسلوب العلمي للوصول إلى نتائج.. هو نوع من العبث الورقي لملئه.. بل قد أزيد برأي آخر.. المسائل الفنية ربما تختلف عندي عندما أتناولها كدراسة وتحليل ومحاولة للوصول إلى نتائج نهائية تكون قريبة من الواقع المتغير في عصرنا هذا. فمعظم النظريات الإعلامية لها جانبها العلمي.. غير أننا لا نستطيع أن نسقط اعتبارات أخرى... ربما شخصية... قد تفتح آفاقاً أخرى غير منتظرة.. إذن، العملية ليست بهذا التصنيف المطلق لعنوان: «المرأة في الإعلام المرئي.. استثمار أم استغلال؟»، فهناك سياسات إعلامية مختلفة تحددها اعتبارات لأصحاب رؤوس الأموال على مستوى العالم... وأصبحت الناحية الاقتصادية، التجارية هي من يقودها.. وعلى الطرف الآخر... مجموعة الآراء المختلفة من رافض بشكل قاطع، أو صامت مستمتع، أو قابل مع بعض التحفظات.

وأخيراً:

أصبح الفرد ليس بمقدوره أن يعيش بمنأى عما يراه يومياً في وسائل الإعلام المختلفة، وكذلك في صفحات الإنترنت، نحن نشهد نقلة نوعية حديثة من حولنا.. أرجو أن نواكبها في جميع وسائل الإعلام والأجهزة الإلكترونية.. لذا علينا أن نعيش هذا الواقع بكل ما فيه من التقنية والثورة المعلوماتية، وبكل ما تحمله هذه التقنيات من إيجابيات وسلبيات. ولكن مع التقاط ما نحتاج إليه وانتقائه. وهذا، أيضاً، سيختلف ليس من منطقة لأخرى، ولا من مجتمع لآخر، بل داخل الأسرة الواحدة، والتي سنرى، أيضاً، الاختلاف البين بين أفرادها.

إذن.. ربما هي نقطة انطلاق لباحث شاب جديد.. مهتم بالبحوث الإعلامية... القيام بالكثير من الجهد والمثابرة للوصول إلى نتائج وتوصيات جديدة تخدم وتنهض بإعلامنا بداية.. دون إغفال الآخر...

والله المستعان

النساء صاحبات الأعمال

الخصائص والإسهامات والتحديات

تجربة بحثية لكوثر بمشاركة صحفيات عربيات



ملخص مداخلة الأستاذة
إعتدال مجبري
مركز المرأة العربية
للتدريب والبحوث «كوثر»

منتدى الإعلاميات
السعوديات..

رؤية إعلامية

لأفاق

اقتصادية

2-3 مايو 2007

اهتمّ مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث «كوثر» بموضوع مشاركة المرأة في المجال الاقتصادي، حيث نشر منذ سنة ٢٠٠١ التقرير الأول حول «النوع الاجتماعي والعولمة: المشاركة الاقتصادية للمرأة العربية»، وتوصل التقرير آنذاك إلى نتيجة مفادها النقص الكبير في المعطيات والإحصاءات وفق مقارنة النوع الاجتماعي في المجال الاقتصادي عامة، وتداعيات العولمة، وانعكاساتها خاصة. ومنذ ذلك الوقت، عمل «كوثر» على محاولة سد الفجوة المعرفية حول مساهمة المرأة الاقتصادية، خصوصاً في القطاعات التي تعرف تحولات سريعة تفرضها متطلبات العولمة والأسواق الجديدة المنبثقة عنها، من ذلك قيامه بإنجاز دراسات حول النوع الاجتماعي والتجارة، والنوع الاجتماعي وصنع القرار، بما في ذلك الاقتصادي، والمرأة، والقروض الصغرى، والقضاء على الفقر والنساء العربيات في الاقتصاد غير الرسمي، والنساء المستثمرات، وكذلك إدماج مقارنة النوع الاجتماعي في البحوث والدراسات الاقتصادية العربية.

وستتناول هذه الورقة التجربة البحثية لكوثر حول «النساء صاحبات الأعمال في ٥ بلدان عربية: الخصائص والإسهامات والتحديات» التي تعد تجربة بحثية غير مسبوقة يجمعها في فريق البحث، جمعيات سيدات أعمال، ومراكز بحوث، وصحافيات من الأردن، والبحرين، وتونس، والإمارات العربية المتحدة.. كما أنها تعد ثمرة أول تعاون بين «كوثر» ومؤسسة التمويل الدولية.

إن الاهتمام المتزايد بالنساء صاحبات الأعمال يمكن أن يُفسر بالتحديات التي يواجهها في مجال بحث مشاريعهن وتوسيعها. ومن هذا المنطلق، ونظراً للنقص الحاصل في المعطيات على أساس النوع الاجتماعي في المنطقة العربية، فإن المشروع البحثي الرائد لكوثر ومؤسسة التمويل الدولية يعمل على تحقيق هدفين رئيسيين: أولاً: تنمية قدرات منظمات جميع شركاء المشروع «من مراكز بحث ومنظمات مهنية نسائية وصحفيين».

وثانياً: تقوية التشبيك الإقليمي للأطراف الفاعلة الرئيسة من أجل الاتصال والمناصرة الفعلية لفائدة النساء صاحبات الأعمال كمحرك رئيسي للتنمية الاقتصادية على الصعيد الوطني والإقليمي.

وعمل مركز «كوثر» كل ما في وسعه لزيادة حرفية شبكة الإعلاميين المنضوية تحت شبكته العربية للنوع الاجتماعي والتنمية «أنجد»، وذلك تجسيدا لمبدأ عمله المتمثل في اعتبار الإعلام شريكا أساسيا في تحقيق أهدافه التنموية. وهذه الغاية، ساهمت صحفيات شبكة أنجد من خلال إنجاز برتريجات تعبر عن «أصوات» صاحبات الأعمال لتوعية الجمهور بأهمية مسألة قيادة المرأة الاقتصادية في العالم العربي. ولئن أدرجت البرتريجات وعددها ١٠ ضمن التقرير الإقليمي، فإن التجربة شكلت حافزا للصحفيات المساهمات في هذا العمل على أفراد مساحات للنساء صاحبات الأعمال في صحفهن.

وتهدف هذه الرؤية إلى تعزيز الصورة الصحيحة والمتوازنة لقيادة المرأة في وسائل الإعلام، وكان دعم وشراكة صحفيات شبكة أنجد حاسمين في هذا المجال. وقد تم إصدار التقرير الإقليمي بهدف زيادة فهم النساء صاحبات الأعمال وتلبية احتياجاتهن في الخمس دول المشمولة بالدراسة، بالإضافة إلى تحديد الحلول الاستراتيجية لمجابهة التحديات التي تواجههن قصد تأمين نجاح مشاريعهن.

وأُنجز التقرير في ٥ بلدان عربية بالاعتماد على دراسات وطنية في كل من هذه الدول لعينة كلية شملت ١٢٢٨ امرأة. وتم تناول المسائل التالية:

- خصائص صاحبات الأعمال ومؤسساتهن في الدول الخمس.
- مساهمة المؤسسات التي تملكها سيدات أعمال في النمو الاقتصادي، وخلق فرص العمل.
- التحديات التي تواجهها صاحبات الأعمال في إدارة مؤسساتهن وتنميتها.
- توصيات أولية حول ما يجب أن يقوم به القطاع الخاص والحكومي لمؤازرة صاحبات الأعمال.

ويُحدو كوثر الأمل في أن يساهم هذا المشروع الفريد في توعية الشركاء بضرورة إنجاز دراسات أخرى تتعلق بالاستثمارات النسائية، وعلى تغطية النقص الحاصل في المعطيات والمعلومات في المجالات التي لم يشملها هذا التقرير بالدراسة. وقد استجاب برنامج الخليج العربي لدعم منظمات الأمم المتحدة الإنمائية «الأجفند» لدعم دراسة مماثلة في المملكة العربية السعودية للوقوف على واقع النساء صاحبات الأعمال وحاجياتهن، وتطلعاتهن، والفرص التي يمكن أن تتاح لهن لولوج النساء الشابات عالم الاستثمار.

وتجدر الإشارة إلى أن نتائج التقرير الأولية أبرزت أنه لا يجب اعتبار العالم العربي كتلة متجانسة في مجال الاستثمار رغم ما تفرضه العولمة من تحديات مشتركة ومتشابهة إلى حد كبير. فقد أكدت نتائج الدراسات الاختلافات بين الدول الخمس المشمولة بالدراسة. فالخدمات الخاصة والحاجة إلى تنمية قدرات النساء من أجل تجاوز حاجياتهن، ومجابهة المشاكل التي تعترضهن في حياتهن اليومية، ولئن شكلت قاسماً مشتركاً بين النساء المشمولات بالدراسة، إلا أن تلبيتها تبقى رهينة واقع كل بلد على حدة حسب خصائصه.

وجاءت أبرز نتائج التقرير الأولية، أيضاً، مؤكدة أن مؤسسات صاحبات الأعمال في الدول العربية المشمولة بالدراسة هي مؤسسات متقدمة عن نظيراتها في أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية، من حيث متوسط حجم ودخل المؤسسات. كما أن أغلب صاحبات الأعمال المستجوبات يخططن لتوسيع أعمالهن عوضاً على المحافظة على المستوى الحالي لنشاط مؤسساتهن، ما يعني مساهمة أكبر منهن في النمو الاقتصادي وتوفير فرص العمل والتشغيل.



الإعلام والاستثمار في حياتي

دنيا بكر يونس

أحْيُ الجميع بتحية الإسلام
السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته، والصلاة والسلام على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

أحياتي: في صغري كانت أمنيّتي أن أصبح إعلامية مشهورة، وحرابت بيني وبين نفسي لأثبت لمجتمعي أن المرأة السعودية في تلك الفترة بإمكانها أن تكون مديعة تقدم ما يتناسب مع تقاليد مجتمعها، وتعرف حدود الخطوط الحمراء التي يجب عليها ألا تتخطاها وتتوافق مع الشريعة الإسلامية السمحة، وتكون ملتزمة في شكلها وملبسها، حتى في حوارها مع ضيوفها.. والحمد لله تحققت أمنيّتي وأصبحت ماما دنيا التي تعرفونها.

وفي الكبر تمنيت أن يكون لدينا مركز إعلامي يهتم بتثقيف المرأة السعودية السعودية، وتوسيع مداركها، وتدريبها تدريباً أكاديمياً وهو ما كنا نفتقده في أيامنا.. وها هي أمنيّتي تحققت من خلال هذا المركز السعودي الإعلامي، والذي يضم صاحبات خبرة كبيرة، والذي رعته صاحبة السمو الملكي الأميرة عادلة بنت عبد الله، حفظها الله، والتي بحق خصصت الكثير من وقتها لرعاية العديد من المنتديات والاجتماعات بمختلف نشاطاتها، واختلاف توجهاتها: إنسانية، واجتماعية، واقتصادية في بلدنا الحبيب، وهدفها الأهم هو النهوض بجميع الخدمات، والوقوف إلى جانب سيدات الأعمال، إيماناً بهنّ وبدور المرأة في التنمية الاقتصادية، حتى أصبح وجودها هي بالذات يعطي إثراء وشرعية لأي تجمع نسائي. ولو كان بيدي يا صاحبة السمو لكنت منحتك جائزة «شخصية عام ٢٠٠٧».

والشكر موصول للأخت ناهد باشطح المسؤولة عن المركز الإعلامي، والتي دعّنتني لهذه الأمسية.

واليوم أنا سعيدة بوجودي هنا للتحدث عن دخول المرأة السعودية للإذاعة والتلفزيون. إنما أنا زعلائة شوية على الأخت ناهد لأنها وضعتني على هذه المنصة لتكشف للجميع عن عمري الحقيقي بشكل غير مباشر من خلال سنوات خبرتي الإعلامية.. على العموم الله يسامحك.

أخواتي: بدأت العمل الإذاعي والتلفازي مع بدايات الإعلام حينما كان عمري ١٣ سنة، وعملت ما بين الإذاعة والتلفاز.

كنت أرافق الوالد أكثر من إخواني الأولاد لحبي وشغفي بمعرفة تفاصيل هذه المهنة وكواليسها، لارتباطي وحبي وأنبھاري بوالدي الذي كان من المؤسسين للإذاعة، والذي تشربت منه هذا الحب للعمل.

بدأت بالمشاركة في برامج الأطفال في إذاعة جدة، بعد أن استلمت تقديم برامج الأطفال عند افتتاح التلفاز مدة ١٥ عاماً إلى جانب برامج الأسرة والمنوعات.

أصبح القطاع الإعلامي من القطاعات التي تجذب المرأة السعودية للعمل فيه في السنوات العشر الأخيرة. وبالرغم من عدم وجود كليات وفصول دراسية للإعلام في الجامعات والمعاهد المخصصة للنساء في السعودية، إلا أن الإقبال النسائي يعد كبيراً على المؤسسات والشركات الإعلامية المختلفة، مثل المؤسسات الصحافية والإعلامية، أو شركات العلاقات العامة والخدمات والاستشارات الإعلامية وغيرها.

وباتت تلك الجهات تمتلئ بالإعلاميات اللواتي تقلدن مناصب جيدة، وبلغن مستويات عالية من التدرج الوظيفي فيها، وصار لقب إعلامية مفخرة لكل امرأة ترغب في الالتحاق بعمل مرموق يعطيها اسماً وسمعة جيدة ويحقق لها طموحاتها العريضة في المستقبل. هذا كله لم يجعل الإعلام من القطاعات التي تجذب المرأة السعودية للاستثمار فيها وتأسيس عمل خاص يدر عليها أرباحاً لا بأس بها، فنجد أن أكثر الجهات الإعلامية الخاصة في السعودية يملكها رجال. فلا نكاد نرى نساء يستثمرن في القطاع الإعلامي إلا عدداً قليلاً وفي نوعيات محددة منه.

وربما كانت أكثر العقبات التي تعترض دخول المرأة هذا النوع من الاستثمار الشروط التي تفرضها وزارة الإعلام السعودية «الجهة المانحة للتراخيص الإعلامية» أمام المرأة على نحو خاص، وأهمها ضرورة وجود مدير رجل تعيينه المرأة دون الاستفادة من خدماته، لأنها وبلا شك ستدير عملها بنفسها.

ولا تجد أكثر النساء الراغبات في تأسيس أعمالهن الخاصة جدوى اقتصادية للاستثمار في القطاع الإعلامي لإيمانها بأنه يكلفها تكاليف باهظة للغاية ولا يدر أرباحاً مناسبة لتلك التكاليف. كما أن عوائده الربحية طويلة المدى، أي أن على الراغبة في الاستثمار في هذا القطاع الانتظار لفترة طويلة جداً حتى تبدأ في جني أرباحه.

وربما تكون هذه الحقيقة هي الأمر الذي يفصل العديد من صاحبات رؤوس الأموال الكبيرة من وضع استثماراتهن في مشاريع إعلامية مهمة، مثل دور النشر، وبيوت الصحافة، والقنوات الفضائية، وما إلى ذلك من المؤسسات الإعلامية التي تحتاج إلى رؤوس أموال ضخمة.

ولكن هناك بعض المشاريع الإعلامية التي لا تحتاج إلى استثمارات كبيرة وتتطلب فقط، إلى جانب بعض المدخرات طبعاً، الخبرة والمثابرة والجهد، أي أن العلامات في القطاع الإعلامي يمكنهن تأسيس أعمالهن الخاصة في المجال نفسه، ولا يتطلب الأمر منهن سوى وضع ما يمكنهن ادخاره من دخولهن التي اكتسبها خلال سنوات عملهن التي تعطينهن الخبرة في المجال أيضاً.

ومن المجالات التي يمكن للإعلاميات الاستثمار فيها: المجلات، والصحف الإلكترونية،

الإعلام هل هو قطاع استثمار مغرٍ للنساء؟

إعداد:

نادية محمد رفعت شيخ

والخدمات الإعلامية، والعلاقات العامة، وبنك للمعلومات الإعلامية، والتدريب الإعلامي للتنفيذيين، والاستشارات الإعلامية.

تجربتي الشخصية

في مطلع عام ٢٠٠٠ وبعد نحو ثمانية أعوام من العمل الصحفي، تقلدت منصباً مهماً في حياتي المهنية وهو: مسؤولة تحرير مجلة «لها» في السعودية، الأمر الذي جعلني ممثلة لرئيس التحرير في السوق السعودية التي تعد السوق المهمة للمجلة كونها تابعة لمؤسسة سعودية.

وخلال عملي الإداري ذلك أشرفت على تكوين فريق صحفي وتدريبه غالبه من النساء. كما أنني قمت بعمل اتصالات مع العديد من الجهات للترويج والتسويق للمجلة، وبالطبع أصبحت محور اهتمام كثير من الشركات الاستهلاكية المتنوعة وشركات العلاقات العامة التي رغبت في تكوين علاقة مع مكتب المجلة في السعودية للترويج لمنتجات عملاتها وخدماتهم من خلالها.

وفي تلك الفترة التي امتدت حتى مطلع عام ٢٠٠٣، بدأت بعض شركات العلاقات العامة التي تعاملت معها (وهي تزيد عن عشر شركات) في عرض فرص وظيفية عليّ، ولأنني لم أر نفسي في ذلك القطاع، رفضت تلك الفرص.

وفي النصف الثاني من ٢٠٠٢، كنت في العاصمة البريطانية، والتقيت صديقة بريطانية لي هناك، وكانت قد أسست شركة علاقات عامة في لندن في عام ١٩٩٩، وتبحث عن شريك خليجي لفتح مكتب للشركة في المنطقة.

وعرضت صديقتي عليّ الفكرة التي راقتني، ولكنني طلبت مهلة للتفكير، وعندما عدت بدأت في السؤال عن طريقة تأسيس شركة للعلاقات العامة في السعودية،

وفي الوقت نفسه درست بعض العروض التي قدمتها لي شركات العلاقات العامة آنذاك، وقبلت أفضلها، وكان منصب مستشار إعلامي لشركة علاقات عامة بريطانية مهمة في مكتبها في جدة.

وبالفعل بدأت العمل مع الشركة في مطلع عام ٢٠٠٣، وعكفت على جمع المعلومات والوثائق التي تؤهلني للتقدم للحصول على رخصة إعلامية من وزارة الإعلام السعودية في مجال العلاقات العامة والخدمات الإعلامية.

وفي نهاية العام نفسه، استخرجت الترخيص بعد انتظار طال سبعة أشهر لكوني المرأة السعودية الأولى التي تحصل على ترخيص مماثل، وبالتالي وجد المسؤولون في الوزارة صعوبة في القيام بذلك، لأنه كما وضحا لي «لم تكن هناك سابقة يستندوا إليها». كما أصبحت شريكة في الشركة البريطانية الأم حتى أتمكّن من فتح فرع لها دون عناء يوصف.

ومنذ يناير عام ٢٠٠٤، قمت بفتح المكتب الإقليمي لشركة «إنتلكت ميديا» البريطانية في جدة، وكان ذلك بعميلتين صغيرتين وموظفتين حديثتين التخرج، قمت بتدريبهما بنفسني.

وفي الوقت الحاضر، وبعد مرور أكثر من ثلاث سنوات على تأسيس مكتب جدة، لدي خمسة عملاء كبار، واحد منهم في دولة الإمارات، والآخر شركة أميركية لديها زبائن في المنطقة، وثلاثة عملاء صغار، إضافة إلى عدد جيد من المشاريع المنفصلة، وإذاعة على الإنترنت وسبع موظفات، وأكثر من عشرة من المتعاونين والمتعاونات في مجالات مختلفة.

• نادية محمد رفعت شيخ، شريكة ومدير إقليمي لشركة «إنتلكت ميديا» البريطانية المتخصصة في العلاقات العامة.

واقع الإعلام الاقتصادي وجبهة نظر مهنية

قبول الهاجري

لن أتحدث عن الاقتصاد في السعودية، فأهمية السعودية كدولة اقتصادية لا تخفى على الجميع، لكن لندع الأخبار تتحدث، هذه مجموعة أخبار اقتصادية يعود تاريخها إلى قرابة ثلاثة الأشهر.

• أعلنت السعودية عن وجود فائض قياسي في موازنة عام ٢٠٠٦ بقيمة ٧٠ مليار دولار بفضل الارتفاع الكبير في أسعار النفط الخام، وتوقعت تحقيق فائض بقيمة ٥,٣ مليار دولار في موازنة ٢٠٠٧. ووافقت الحكومة خلال اجتماعها الأسبوعي برئاسة العاهل السعودي الملك عبدالله بن عبدالعزيز، على مشروع موازنة ٢٠٠٧ التي تتوقع نفقات بقيمة ٣٨٠ مليار ريال (١٠١,٣ مليار دولار)، وإيرادات بقيمة ٤٠٠ مليار ريال (١٠٦,٦ مليارات دولار).

• أغلق المؤشر العام للسوق المالية السعودية «تداول» في نهاية عام ٢٠٠٦ على مستوى ٧٩٣٣,٢٩ نقطة، مقارنة مع ١٦٧١٢,٦٤ نقطة في نهاية عام ٢٠٠٥، متراجعاً بنسبة ٢٣,٥٢٪. وبلغت القيمة الإجمالية للأسهم المتداولة خلال عام ٢٠٠٦ نحو ٥,٢٦ تريليون ريال (١,٤٠ تريليون دولار) مقابل ٤,١٤ تريليون ريال (١,١٠ تريليون دولار) لعام ٢٠٠٥ محققة ارتفاعاً بلغت نسبته ٢٧,١٤٪.

• حققت السعودية المرتبة السابعة عشرة عالمياً في محصلات الاكتتابات الأولية عام ٢٠٠٦. وبلغت حصتها في الاكتتابات الأولية خلال العام الماضي، أكثر من ثلاثة مليارات دولار (١١,٢٥ مليار ريال)، ويشكل هذا المعدل ١,٣٪ من إجمالي الاكتتابات على مستوى العالم.

• تصدرت المملكة العربية السعودية دول الخليج العربي، واحتلت المركز الثاني عالمياً في حجم تحويلات الوافدين، حيث تم تحويل ١٤ مليار دولار من المملكة وحدها خلال عام ٢٠٠٦، بينما بلغت تحويلات دول الخليج الست مجتمعة نحو ٢٥,٧ مليار دولار، وذلك من ١٦١,٢ مليار دولار، إجمالي التحويلات المرسلة عالمياً بواقع ١٠٥,٣ مليار دولار من الدول المتقدمة و٣١,٨ مليار دولار من الدول العربية، الخليجية.

• ارتفع إجمالي السيولة المحلية في السعودية بنسبة ١٨,٤٪، بواقع ١٠٢,٢ مليار ريال خلال عام، ليصل إلى ٦٥٧,٩١ مليار ريال في يناير الماضي مقابل ٥٥٥,٦٧ مليار ريال في الشهر نفسه من عام ٢٠٠٦. في حين انخفضت السيولة نفسها بنسبة طفيفة ٠,٤٪، وبقيمة ٢,٦٧ مليار ريال خلال شهر مقارنة بديسمبر ٢٠٠٦.

لا يخفى على الجميع أهمية هذه الأخبار وضخامتها ومدى تأثيرها، فتخييلي لو كنت مصدر أحد هذه الأخبار.

إن الاهتمام بالأخبار الاقتصادية يتنامى يوماً بعد يوم مع تطور الحياة الاقتصادية. فالتحولات الاقتصادية العالمية وأثرها على التحولات الاقتصادية المحلية التي قضت بمزيد من مشاركة الأفراد في المنظومة الاقتصادية على حساب الدور الحكومي الذي بدأ يتنازل عن عدد من نشاطاته واستثماراته الاقتصادية لصالح الفرد «كخصخصة قطاع الاتصالات».

كما أن هناك العديد من العوامل التي تدفعنا إلى النهوض بالإعلام الاقتصادي بشكل أكبر ومن تلك

نحوماً يحظون بقاعدة جماهيرية عريضة.

وبالنظر إلى واقع الصحافة الاقتصادية في الإعلام السعودي نجد أن صحيفة واحدة فقط هي صحفية اقتصادية متخصصة، فيما تفرد بقية الصحف بضع عشرة صفحة تعد محققاً اقتصادياً يتضمن شتى مجالات الاقتصاد من اقتصاد محلي أو عالمي، سواء في الصيرفة، أو أسواق المال، أو العقار... إلخ.

كما أن هناك ما يزيد على عشرين مجلة متخصصة في الاقتصاد ما بين مجلات تصدرها جهات خاصة أو دوائر حكومية، إضافة إلى عدد آخر من المجلات الاقتصادية التي تعنى بالشأن الاقتصادي، خصوصاً أسواق المال والتي ظهرت، مؤخراً، بشكل لافت.

الدور الذي يلعبه الإعلام في الاقتصاد.

بعد كل هذه الأرقام، وهذا الاقتصاد المشرف، هل نعقد شراكة بين الاقتصاد والإعلام فمن يعمل لخدمة الآخر؟ ومن يحتاج إلى الآخر أكثر. فالمتابع للإعلام في الفترة الأخيرة يجد أن الإعلام الاقتصادي متمثل بالصفحات الاقتصادية التي أخذت تمتد على رقاع الصحف اليومية وهي في ازدياد وتطور دائم. ويعود ذلك لحجم الحركة الاقتصادية في البلد وبوادر انتقال الاقتصاد إلى اقتصاديات السوق الجديد، المتناغم من أطروحات العولمة، الذي ألقى بظلاله على البيئة الاقتصادية وأهمية تطويرها، ودعمها بالاستثمارات المحلية والأجنبية.

إن الإعلام يلعب دوراً مهماً في إيصال الأصوات، معتمداً الصدق والشفافية والجرأة، والمنافسة بين المؤسسات الإعلامية ويضيف أبعاداً للعملية الاقتصادية، وينقل واقعها بأكثر من وجهة وطريقة. كما أن الإعلام يلعب دوراً كبيراً في التأثير على الشركات وعملها، ما يؤثر سلباً أو إيجاباً على أداء الشركات.

مميزات الإعلام الاقتصادي

إن الإعلام الاقتصادي معني أساساً بمعالجة الأحداث والظواهر والتطورات الاقتصادية بجوانبها المختلفة، ويهدف إلى التأثير في مسارات التطور والتغيير في الحياة الاقتصادية، بما يعبر عن أفكار القوى التي تملك هذا الإعلام وتوجهه، ويخدم مصالحها.

ويمتاز الإعلام الاقتصادي بالآتي:

- الخبر الاقتصادي خبر مثير على كل المستويات بضمونه، ولا يحتاج إلى الإثارة كبقية الأخبار الأخرى.
- الإعلام الاقتصادي منطقي وعلمي، يصاغ في قوالب جادة ومدققة، خصوصاً حينما يتضمن الخبر أرقاماً. فزيادة صفر، أو تغيير فاصلة تغيير الكثير في مضمون الخبر.
- اعتماده على الأرقام والإحصائيات بشكل أساسي.
- ربط المتغيرات «سياسية، اقتصادية، تنظيمية... إلخ» ببعضها بعضاً وبحث مدى تأثيرها على البيئة الاقتصادية.
- تحليل الأحداث والأنظمة الاقتصادية.
- وظائف الصحافة الاقتصادية
- زيادة وعي المستهلك بالمنتجات والسلع المطروحة.
- تعميق البيئة الاستثمارية وزيادة جدواها الاقتصادية.
- استفتاء المتخصصين في التنظيمات والأحداث الاقتصادية.
- تقديم التفسيرات المنطقية لكل حدث وتحول اقتصادي.
- تثقيف المجتمع بالمتغيرات الاقتصادية وآثارها.
- دعم القضايا الاقتصادية، والكشف عن الفساد الاقتصادي والإداري.
- صفات الإعلامي الاقتصادي المتخصص
- ليس بالضرورة أن يكون الإعلامي الاقتصادي متخصصاً

بالاقتصاد، أو حتى متخصصًا بالإعلام. فكثير من التجارب الإعلامية المطروحة على أرض الواقع لم تتخصص أكاديمياً. فدراسة الإعلام وحده لا تكفي، ليكون الإعلامي متخصصاً، وقسم الإعلام لا يمكن أن يعطي كل قسم من أقسام الإعلام، سواء الصحافة الرياضية، أو السياسية، أو الاقتصادية... إلخ حقها خلال سنوات الدراسة. لكن الإصرار والعزيمة والصبر هي أكثر ما يحتاج إليه الإعلامي الاقتصادي في بداية طريقه.

- دراسة الاقتصاد بصورة عامة كأساسيات ومعلومات عامة لا متعمقة، تمنح الإعلامي مفاتيح النقاشات، وتسهل له بناء تحقيقات متخصصة شاملة.
- المتابعة والاطلاع على كل مستجدات الشأن الاقتصادي وربط كل التنظيمات والقرارات مع بعضها بعضاً لمعرفة أثرها وتأثيرها على البيئة الاقتصادية في البلد.
- التنسيق مع الجهات الاقتصادية ذات العلاقة والإلمام بخطتها وتوجهاتها الاستثمارية.
- إدراك نظم المؤسسات الاقتصادية وأنظمتها، والعوامل المؤثرة في البيئة الاقتصادية.
- الوصول للفرد المستثمر ذي العلاقة بالمتغيرات الاقتصادية، والتعرف على مشكلاته واحتياجاته، وإضفاء الطابع الإنساني.
- صنع الخبر بالبحث خلف الأرقام ومضمون الأحداث.
- تبسيط الأخبار والمتابعات الاقتصادية بشرح المفردات الاقتصادية البحتة لنقلها بسهولة للقارئ.
- المقترحات لتفعيل الوجود الإعلامي في الصفحات الاقتصادية
- إنشاء شبكة معلوماتية بشراكة المؤسسات

الاقتصادية في البلد، تعمل على نشر الوعي بالقضايا الاقتصادية وتطويره على المستوى الداخلي، وترصد كل المستجدات على الساحة الاقتصادية، ويتابعها خبراء اقتصاديون. وتختصر تعدد مصادر المعلومات من الجهات الاقتصادية. كما تستند تلك الشبكة على أقسام العلاقات العامة والشؤون الإعلامية في المؤسسات والمنظمات الاقتصادية. وتعقد مؤتمرات وندوات دورية تعزز التواصل بين تلك المؤسسات، ليظهر للجمهور مدى ترابط الاقتصاد بكل مؤسساته ورجالاته، وأثر كل قرار اقتصادي، أو سياسي على اقتصاد البلد.

• شراكة المؤسسات الاقتصادية مع المؤسسات الإعلامية، وتعد هذه الشراكة استثمار الاقتصاد في الإعلام عن طريق إنشاء مراكز متخصصة تدريب الإعلاميين في مجال الاقتصاد، وتشرح آلياته وتفصل مفرداته، ليدرك الإعلامي ماهية البيئة التي تحيط به.

- الخروج بالصحافة الاقتصادية من إطار النخبوية، بتسهيّل لغة الأرقام وتقديمها لشريحة واسعة من المواطنين الذين أصبحوا معنيين بالشأن الاقتصادي على اختلاف مداخلهم. وكسر الحاجز بين جمهور القراء والإعلام الاقتصادي.
- التحرر من ضغط الاقتصاد على الإعلام، والمتمثل في صورة الإعلانات.
- البحث عن الكفاءات الحقيقية من الأكاديميين والمراقبين ذوي الطرح الاقتصادي المتمكن واستقطابهم. فيجب على الإعلام الاقتصادي فرز الكفاءات الحقيقية. فأفضل إعلام اقتصادي هو الذي يتمخض عن نخبة اقتصاديين الموجودين في البلد.



الفضائيات استثمار في المال أم في الإنسان؟

إيمان مرهون

بادئ ذي بدء أتقدم بالشكر الجزيل للأخت ناهد باشطح والقائمت على هذا المنتدى على دعوتهن لي حضور مثل هذا المنتدى القيم، وأنا على يقين بأن المنتدى سيضيف لي أكثر مما سأضيفه أنا من خلال هذه الورقة المتواضعة، متمنية النجاح لأعمال المنتدى والاستفادة لجميع الحاضرات.

أود بداية أن أسجل إعجابي لما وصلت إليه الإعلامية السعودية من تقدم لافت في الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب، وخير دليل على ذلك إقامة هذا المنتدى في المملكة العربية السعودية، ما يؤكد سطوع نجم المرأة السعودية في الإعلام العربي، ويعكس التطور الذي تشهده المملكة العربية السعودية منذ تولي خادم الحرمين الشريفين الملك عبدالله بن عبدالعزيز آل سعود الحكم في البلاد.

وأستغرب هنا وبعد مضي العقود من عمر الإعلام العربي أن تجربته لا تتوازي والتجربة الغربية، أو أن كنا نملك ما لا يملكون على الأقل على المستوى المادي، أسلنا نحن مصنعي النفط ومصدره إلى العالم ونحن من نملك أكبر احتياطي نفطي؟ ما يثير تساؤلي في هذا المقام هل وصل الإعلام العربي في القرن الواحد والعشرين لما ننشده حقًا وحقق ما نريده سواء كعاملين أو مشاهدين؟

لا أريد أن أبذو متشائمة كثيرًا، لكن واقع الحال يحمل الإجابة عن هذه التساؤلات: فما معنى أن العالم العربي ما زال يبرز تحت نار الأمية والفقر، وما زلنا نتحدث عن رفع الوعي لدى المواطن، وبخاصة المرأة، ناهيك من الدور الذي لعبه الإعلام في أثناء الأزمات التي مرت بها المنطقة؟ وليس أدل على ذلك من أزمة الحادي عشر من سبتمبر التي شكلت منعطفًا خطيرًا لأمتنا العربية، لكن وجدنا إعلامنا يرفع شعار الإذاعي المصري المعروف أحمد سعيد «لا صوت يعلو فوق صوت المعركة».

ما أسباب ذلك؟

في رأيي المتواضع وسأضع عنواناً رئيساً للأسباب مجتمعة وهو: «الإنسان».

لنفرق في حديثنا هذا بين القنوات الحكومية التي خرجت إلى الفضاء لا لشيء سوى أنه كانت يجب أن تواكب موضة ذلك الوقت، وبين الفضائيات الخاصة إن صح التعبير، أي تلك التي يملكها رأس مال خاص وإن كانت تعبر عن توجهات أصحابها.

وبالرغم من أن حديثنا لا صلة له بالفرق بين كلا النوعين إلا أن معرفة نجاح الفضائيات في الاستثمار بالإنسان أم في المال توجب علينا أن نحلك الرسالة الإعلامية لكك منهما:

الأولى: «الفضائيات الحكومية» شكلت، وما زالت، وسيلة من وسائل الدولة للتعبير عن توجهاتها وقناعاتها حتى أصبحت تغني خارج السرب، فلا أحد يكلف نفسه عناء متابعتها إلا في حال حدوث خطب جلك في هذه الدولة أو تلك.. ولهذا أسباب بالطبع أوجزها فيما يلي:

محدودية الموارد بشكل خاص والزامها بحدود معينة في التعاطي مع الأحداث المحلية والعالمية فأصبحت هذه القنوات لا تبحث فيما يريده الجمهور، إنما تفرض ما تريده هي على الجمهور، وتفترض سلفاً ما يجب أن يتلقاه الجمهور وهو المعنى الأساسي من هذا الجهد الإعلامي. أقول هذا الكلام وأنا أعمل في قناة حكومية فضائية، ولهذه الأسباب مجتمعة، بالإضافة إلى الخوف من الحرية الإعلامية، لم تفكر هذه القنوات في تطوير كفاءاتها العاملة لديها. إذا، فاقد الشيء لا يعطيه، فكيف نتوقع من هذه الفضائيات أن تصل إلى الإنسان، وأن تنجح في استثمار الأموال، «لا طالت عنب الشام ولا بلح اليمف» فاستثيت من المعادلة وخرجت من دائرة المنافسة.

على المستوى الآخر نعيش طفرة إعلامية فضائية بكل ما تحمله هذه الكلمة «طفرة» من دلالات وشوائب ووعود مستقبلية. وتتشكل هذه الطفرة في القنوات الفضائية الخاصة التي نشهد لها ولادة شبه يومية، وأضرب مثلاً هنا: العراق. فأبي متابع لمتغيرات المشهد التلفزيوني العربي ألا يتوقف عن الانفجار التلفزيوني الذي يشهده العراق، فلا يكاد يمر أسبوع حتى تضاف قناة عراقية جديدة حتى بلغت ٢٦ قناة عراقية!

قد يعتقد بعضنا أن الرسالة الإعلامية للقنوات الخاصة غير ملزمة بخطوط محددة، فهي لم ولن تبرا من شيء من الذاتية أو الخصوصية، فهي خاضعة لشروط الممول أو المنتج أو المؤسسين.

ورغم أن هذه القنوات تحكمها لغة المال المتمثل في كمية الإعلانات والرسائل النصية التي يمكن أن تحصل عليه هذه القنوات، إلا أن التنافس فيما بينها يجعلها أميل إلى الموضوعية والتعاطي المفتوح مع الأحداث.

وبينما تاهت بعضها في تقديم الموسيقى، والطرب، وبرامج الواقع التي لا تمت للواقع بصلة بحثاً عن الربحية فقط والترفيه، نجح بعضها الآخر في تقديم الأفكار وعرضها بكثير من الموضوعية.

وبناء عليه سعت القنوات الخاصة إلى جذب الكفاءات وخلق إعلاميين نجوم، كما سعت إلى تحقيق ما يرغب فيه الإنسان «الجمهور» عملاً بمبدأ «الجمهور عايز كده» فأصبحت أكثر جذباً للمشاهد الذي تتوافق اتجاهاته مع اتجاهاتها.

ما الذي حققته القناة الخاصة بتابعها هذه السياسة؟

صحيح أنه من المبكر إصدار أحكام موضوعية وواقعية على التنافس الشديد، لاسيما في ظل غياب بحوث ودراسات أكاديمية، لكننا يمكن أن نلاحظ نجاح بعضها في المعادلة الإعلامية باكتسابها جمهوراً عريضاً، وانتشاراً واسعاً، كون بعضها يبث اللغة الإنجليزية ويصل بثها إلى أوروبا وأمريكا «قناة الجزيرة مثلاً» وإن لم تصل إلى مستوى التجربة الغربية.

التحديات

تواجه الفضائيات الآن مجموعة من التحديات حتى يتحقق لها الاستمرارية، وعلى رأسها مواكبة التطورات الحاصلة في تقنية الاتصال، فبعد أن كنا نتحدث عن سرقة الفضائيات وقبيلها التلفاز لجمهور الكتاب، وتحسرتنا كثيراً عليه فإن السؤال الآن هو: هل ستستطيع الفضائيات أن تواجه منافسها الأكبر المتمثل في الإنترنت الملقب بسارق القرن

الواحد والعشرين؟

أطرح هذا السؤال عليك، آملة أن نصل إلى إجابة عنه قبل أن يفوت الأوان.

منتدى الإعلاميات السعوديات- رؤياً إعلامية لأفاق اقتصادية

2-3 مايو 2007

تصميم ورشة النوع الاجتماعي



إدماج النوع الاجتماعي في العمل الإعلامي

الأستاذة اعتدال مجبري

الهدف	الطرق التدريبية	الموضوع	الجلسات
<ul style="list-style-type: none"> - رفع كل لبس على المفهوم - التوصل إلى اعتماد النوع الاجتماعي كمقاربة 	<ul style="list-style-type: none"> - عصف ذهني - عرض Power Point - نقاش 	<ul style="list-style-type: none"> - التعريف بالنوع الاجتماعي 	<p><u>الأولى</u></p> <p>مقاربة النوع الاجتماعي</p>
<ul style="list-style-type: none"> - الوقوف على أهمية المقاربة في العمل الإعلامي - تبين إضافات المقاربة في العمل الإعلامي 	<ul style="list-style-type: none"> - تمرين حول مفهوم النوع الاجتماعي - إعادة صياغة مقطع من مقال بإدماج النوع الاجتماعي 	<ul style="list-style-type: none"> - إبراز أهمية المصطلحات - الكتابة الصحفية من منظور النوع الاجتماعي - تبيان الفرق بين إنتاج إعلامي لا يراعي النوع الاجتماعي وإنتاج حسب النوع الاجتماعي 	<p><u>الثانية</u></p> <p>الإنتاج الصحفي بإدماج النوع الاجتماعي</p>
<ul style="list-style-type: none"> - تلمس حاجيات الإعلاميات في التدريب - صياغة حاجيات دقيقة في المجال 	<ul style="list-style-type: none"> - عصف ذهني - نقاش للخروج بمقترحات ملموسة 	<ul style="list-style-type: none"> - معوقات اعتماد مقاربة النوع الاجتماعي - الحاجة إلى تدريب في مجال النوع الاجتماعي - مصادر المعلومات في مجال النوع الاجتماعي 	<p><u>الثالثة</u></p> <p>بناء القدرات</p>

مهارات الإعلام الاقتصادي

بناء الخبر

- المبادئ
- ما الجديد الذي يستحق أن يكون خبراً؟
- لماذا يهم هذا الجديد؟
- عناصر التغير والمفاجآت غير المتوقعة.
- الدقة قبل السرعة قبل الأسلوب. فسمعة الصحفي تقوم على الدقة.
- تأكد أكثر من مرة من الحقائق والأرقام والأسماء والبيانات، واحذر الأخطاء الطباعية.
- تأكد من توازن الخبر فلا بد من سؤال صاحب الشأن إذا كان الخبر عنه، وإذا رفض الحديث فقل في الخبر إنه رفض التعليق.
- لا تحاول إخفاء الأخطاء. الخطأ خطأ ويستحق التصحيح.



أ.نادية الجويلي

الهرم المقلوب

- تسلسل تدريجي من الأهم فالأقل أهمية حتى يتسنى للقارئ التوقف في أثناء القراءة، ويظل ملماً بمضمون الخبر.
- العنوان يجب أن يكون قصيراً وواضحاً ومعبراً عن مضمون الخبر.
- مدخل الخبر في الفقرة الأولى يجب أن يكون ملخصاً للخبر يتضمن الإجابة عن أسئلة ماذا، ومن، وأين، ومتى، ولماذا.
- الفقرة الثانية تتضمن تفاصيل أكثر وتوضح السياق الذي يمنح الخبر أهميته.
- «الاعتباس الذهبي» ويذكر مع مصدره الواضح، ثم بقية الخبر مع الخلفيات الضرورية.
- يرجى عدم الإكثار في استخدام الأرقام في البداية. استخدم رقمًا رئيسًا أولاً، ثم اذكر بقية تفاصيل الأرقام فيما بعد.

الاعتباسات

- تثبت أنك اتصلت بمصدر على دراية بالأمر.
- الاعتباس المباشر يضمن ألا يحاول آخرون تأويل الخبر.
- الاعتباسات تؤكد ما ورد في الخبر.
- تنقل الأسلوب الخاص لكل متحدث إلى القارئ فتعطيه نكهة مختلفة.
- تجعل قراءة التقرير الإخباري أسهل.

ماذا ومن وأين ومتى ولماذا

تفاصيل أكثر والسياق

الاعتباس الذهبي

تفاصيل

التعامل مع الاقتباسات

- حاول الحصول على «الاقتباس الذهبي» الذي يتمثل في أفضل ما قاله المتحدث عن الموضوع.
- لا تحاول تخمين ما قاله المصدر. فإما أنه قال الشيء أو لم يقله.
- احذر الكلمات التي قد تضيفي بعداً آخر على الخبر، أو التي توحي بالشك، أو تميل لصالح جهة على جهة أخرى. من أمثلتها: ادعى، وزعم، وألمح... الكلمات: قال، وذكر، وأضاف، وأوضح أكثر فائدة في إضفاء الموضوعية على الخبر.

أساليب إجراء المقابلات

قبل أن تبدأ

- حدد مجال الحديث مسبقاً واسأل عن الوقت الذي سيتيح لك المتحدث.
- اذكر أين سينشر الموضوع، لكن لا توافق على عرضه على المتحدث قبل النشر. يمكن الاتفاق على إرسال نسخة إليه بعد النشر.
- اسأل عما إذا كان يقبل تسجيل المقابلة وضع المسجل على المكتب.

خلال المقابلة

- لا تسأل الأسئلة الصعبة المهمة أولاً.
- اجعل أسئلتك قصيرة وواضحة.
- لتكن المقابلة حواراً بينكما.
- انصت جيداً لما يقوله المتحدث، وتابع ما يقول بأسئلة أخرى. فربما يجيب عن سؤال ستسأله فيما بعد.
- كن مستعداً للخروج على ترتيب الأسئلة التي أعدتها إذا وجدت فيما يقوله نقاطاً أهم.

- تأكد من الأرقام التي يرد ذكرها في أثناء المقابلة.
- السكوت من ذهب. اترك المتحدث يفكر كما يشاء حتى لا تضيع معلومة قد تحصل عليها منه.

أساليب مهمة مجربة

- عند انتقاده لا تضع له النقد مباشراً، بل قل له إن بعض المحللين أو المتعاملين يقولون إن شركتكم كذا... إذا كان لديك مصدر واضح بالاسم عن هذه المعلومات فاذكره له لأنه سيضطر إلى الرد.
- إذا قال شيئاً غامضاً فلا تقل له إن كلامه غير واضح، بل اطلب منه أن يشرح هذا الكلام للرجل العادي مثلاً.
- في النهاية أسأله إذا كان يريد إضافة شيء آخر.

في النهاية

- تأكد مرة أخرى من أي أرقام أو هجاء أسماء إذا لم تكن واثقاً منها.
- احصل على بطاقته فربما تحتاج إليه مرة أخرى.

بعد المقابلة

- لا تتأخر في الكتابة، فالأفكار التي تدور في رأسك ساعنها هي مضمون التقرير الذي ستكتبه عن المقابلة.
- إذا كان الحديث عبر الهاتف فأعد الاتصال بعامل التليفونات، واسأله عن كنت تحدثه قبل قليل إذا كنت تشك في أن المتحدث هو من تقصد.
- أرسل رسالة شكر بالبريد الإلكتروني للمتحدث، فقد تحتاج إليه مرة أخرى.
- لا بد من الوفاء بالوعد، فإذا وعدت بإرسال نسخة مثلاً فعليك أن تفعل ذلك.

المؤتمرات الصحفية

قبل أن تبدأ

- استعد جيداً بالخلفيات، واقرأ البيانات الصحفية بالكامل. ويمكن الرجوع إلى الإنترنت للتزود بالخلفيات اللازمة حتى لا تسأل أسئلة لا داعي لها.
- تأكد من كل الحسابات والنسب المئوية التي صدرت في البيانات.
- إذا كنت تستخدم مسجلاً فتأكد من سلامته وكفاية الشرائط والبطاريات.
- اذهب مبكراً، واختبر جهاز التسجيل حتى تجلس في مكان واضح وتستطيع تبادل الحديث مع الزملاء والمنظمين، فربما تحتاج إليهم.

خلال المؤتمر الصحفي

- لا تسأل أكثر من سؤالين منفصلين.
- تحدث بوضوح وليكن سؤالك بسيطاً وواضحاً.
- لا تجعل المتحدث ينهرب من الإجابة بالحديث عن عموميات، وإذا تطلب الأمر فتابع السؤال بسؤال آخر.
- لا تحنكر الحديث، ولا تعبر عن آرائك الشخصية في صورة سؤال.
- تذكر أنك موجود للحصول على معلومات.
- لا تخرج عن الموضوع.
- إذا كنت تريد الحصول على إجابات أكثر فاطلب مقابلة خاصة، أو اذهب إلى صاحب الشأن بعد المؤتمر الصحفي.

في نهاية المؤتمر

- تأكد من صحة الأسماء من المنظمين والصحفيين إذا كنت تشك فيها.
- تأكد من الحصول على بطاقات المنظمين.
- لا تنس جهاز التسجيل.

بعد المؤتمر

- لا تتأخر في الكتابة، لأن الموضوع سيكون حاضراً في ذهنك.

- لا تتوان عن إعادة الاتصال بالمنظمين لاستيضاح نقطة ما، وبخاصة الأرقام والأسماء.

عناصر الدقة

- المضمون: يتمثل في صحة الوقائع والتفاصيل والخلفية.
- السياق: يوضح أهمية الخبر.
- الوضوح في الصياغة: يسمح للقارئ بفهم الخبر وأبعاده.
- التوازن: بعرض جميع الجوانب والمواقف.
- البناء السليم للخبر.
- المصادر: قوة المصدر تمنح الخبر مصداقية.
- المراجعة: لا بد من وجود من يقرأ الخبر مرة أخرى قبل وصوله للقارئ.

الوضوح

- الجمل القصيرة وعدم الإكثار من الجمل الاعتراضية.
- الصياغة المحكمة.
- الاستغناء عن التفاصيل غير الضرورية.
- إذا كان بالإمكان نقل المعنى بكلمة واحدة فلا تستخدم كلمتين.
- اقرأ الخبر بعد كتابته.
- إذا استخدمت مصطلحاً فلا بد من شرحه أو تفسيره.

عناصر التوازن

- الاستناد إلى مصدرين على الأقل.
- التشكك (الإيجابي) في دقة المعلومة.
- الحذر ممن يحاولون تمرير رسالة أو موقف عبر الخبر.
- إذا تطلب الأمر فاطلب المشورة من الزملاء.
- سعة الاطلاع مطلوبة.

نصائح وإرشادات في تغطية أسواق المال

- التقرير المنتظم لا يجب التعامل معه كأمر روتيني.

- لا تنس أن تسأل عن «سبب» تحرك السوق أو السهم.
- تحدث إلى عدة مصادر.
- كيف كان أداء السوق ككل؟ وكيف كان أداء القطاعات؟
- ما أهم ملامح أداء السوق؟
- لا تضخم الأمور.

• حاول أن تتجنب كلمات مثل «تحسنت»، أو «تدهورت» الأسعار فما يعني تحسناً لأحد قد يكون تدهوراً لآخر.

• استخدم النسب المئوية في تسليط الضوء على حركة السهم أو السوق.

• حذار عند الكتابة عن أرقام قياسية، فما تقول إنه قياسي يجب أن يكون كذلك.

- كن جاهزاً بالمعلومات والخلفيات التي توضح حركة السوق.
- لا بد أن تكون على دراية بما يتوقع الناس في السوق حدوثه.
- ابحث عن التعليقات الخاصة بالمستقبل والتوقعات المستقبلية.
- احذر التراخي في يوم هادئ.
- طبق المعايير السليمة التي تسري على جميع الأخبار.

• التقرير المنتظم لا يجب التعامل معه كأمر روتيني

تقارير أسواق المال تكتب بانتظام، سواء أكانت حركة التداول نشطة أم لا. لكن هذا لا يعني أن تصبح مسألة روتينية. وهي فرصة للصحفي المعني للاطلاع على أحدث ما يتردد في السوق. وربما يفودك شيء مما تسمعه إلى أهم أخبار اليوم. هذه التقارير فرصة للصحفي لكي يسبق الأحداث، ويجب التعامل معها بكل جدية.

• لا تنس أن تسأل عن «سبب» تحرك السوق أو السهم

حاول أن تحمل مصادرك على الحديث عن أسباب تحرك السوق. ربما تكرر المصادر عبارة مستهلكة مثل «زادت عروض البيع على طلبات الشراء...» دورك هنا أن تسأل لماذا كان البائعون أكثر من المشترين. وهنا يكمن الخبر.

• تحدث إلى عدة مصادر

يريد المتعاملون والمستثمرون أن ترتفع السوق أو تنخفض لكي يحققوا ربحاً. وهم يميلون في الغالب إلى التحدث من وجهة نظرهم وقول ما يفيدهم ويساعدهم في تحقيق الربح أو تجنب الخسارة. وإذا كنت كسولاً فقد تساعدهم في تحقيق أغراضهم بكل سهولة. لكن مهمتك هي مساعدة القارئ. لذلك يجب أن تتحدث إلى عدد من المصادر المختلفة في السوق مثل السماسرة، والمتعاملين، والبائعين، والمشترين، والمضاربيين، والمحليلين، سعياً لفهم الصورة الكلية على أفضل نحو ممكن.

• كيف كان أداء السوق ككل؟ وكيف كان أداء القطاعات؟

ما ذا حدث للمؤشر الرئيسي في السوق؟ المؤشرات نوع من المتوسطات، وهو ما يعني أن بعض عناصرها قد يرتفع، في حين تنخفض عناصر أخرى فيها. ولهذا يجب التدقيق في حركة العناصر التي تتحرك في اتجاهات تختلف عن اتجاه المؤشر العام (المتوسط العام) للسوق. ولا تنس أن تسأل عن السبب.

• ما أهم ملامح أداء السوق؟

الأسهم الرئيسية ربما تكون هي الأسهم التي تتجه إليها الأنظار أكثر من غيرها. ويجب عليك أن تتحرى حركتها بعد نشرك خبر قد يؤثر فيها. لكن أسهم الشركات الأصغر والأهدأ حركة قادرة، أيضاً، على مفاجأتك. كن يقظاً وتحلى بالمرونة.

• لا تضخم الأمور

فكلمة «انهيار» مثلاً يجب أن تشير إلى انخفاض غير عادي، ولا يجب أن تستخدم فيما هو أقل من ذلك. واحذر، أيضاً، أفعالاً أخرى مثل «هوى»، و«سقط» أو «قفز» وما إلى ذلك. لا تستخدمها إلا إذا كانت لها مبرراتها في الوقائع. فالقراء لن يكيلوا لك المديح على أسلوبك وجهاله وعباراتك الرنانة إذا تضمن ما كتبتة معلومة غير دقيقة. والمبالغة خروج على مقتضيات الدقة وستجعل قراءك يتشككون في مصداقية ما كتبت ومدى إلمامك بالموضوع. وإذا كانت حركة السوق أشد حدة في اليوم التالي فإنك لن تجد فعلاً مناسباً تصف به ما حدث.

• حاول أن تتجنب كلمات مثل «تحسنت» أو «تدهورت» الأسعار

فما يعني تحسناً لأحد قد يكون تدهوراً الآخر

في كل سوق يوجد البائعون والمشترون. وإذا ارتفعت الأسعار فهذا نياً طيب للبائع، لكنه ليس كذلك للمشتري. والعكس صحيح إذا انخفضت الأسعار. لذلك يجب أن تتحاشى استخدام صفات مثل «أسعار أحسن»، أو «أسعار أسوأ»، أو «تحسنت الأسعار».. إلخ، لأن وصفك في هذه الحالة لا يمثل إلا وجهة نظر جانب واحد في السوق.

وربما يكون لهذه القاعدة استثناء في ارتفاع أسعار النفط مثلاً. فالصحف في بلد منتج ويملك احتياطات كبيرة ستجمع على «تحسن الأسعار» رغم أن الصحف في الدول المستهلكة ستختلف في الرأي معها.

• استخدم النسب المئوية في تسليط الضوء على حركة السهم

أو السوق

ما نسبة ارتفاع مؤشر السوق أو انخفاضه؟ فكثيراً ما تكون النسبة المئوية أوضح في التعبير عن حركة ما من مجرد ذكر النقاط. أرقام الحركة بالنقاط والأسعار يمكن أن ترد في مرحلة لاحقة من كتابة الخبر. وإذا كانت نسبة التغيير عادية مثلما هي في بقية الأيام فلا تستخدم أفعالاً تضخمها مثلما ذكرنا آنفاً.

• حذار عند الكتابة عن أرقام قياسية، فما تقول إنه قياسي يجب

أن يكون كذلك

• لا تستخدم عبارة: «مستوى قياسي منذ كذا» وتذكر تاريخاً ما، بل قل إن «هذا أعلى/أو أدنى مستوى منذ كذا».

• ومن السهل أن تجد مدخلاً للتقرير إذا سجلت السوق مستوى قياسيًّا، أو سجلت أعلى/أو أدنى مستوى منذ تاريخ ما، أو تجاوزت نقطة رئيسية على المؤشر مثل ثلاثة آلاف أو عشرة آلاف أو ٢٠ ألفاً.

• احتفظ بسجل للمستويات القياسية والتواريخ التي تحققت فيها، والمستويات التي كانت عليها السوق قبل عام أو عامين وما إلى ذلك. وسيفيدك الحاسوب بشدة في هذا الصدد.

• أسأل نفسك: هل حركة السوق الأخيرة تمثل استمراراً لاتجاه ما أو تحولاً عنه؟ وكيف كان أداء السوق في الفترة الأخيرة؟ ولا بد من الإشارة إلى التحركات القياسية، سواء بالنسبة المئوية أو بالنقاط.

• كن جاهزاً بالمعلومات والخلفيات التي توضح حركة السوق

لا يقل السياق والخلفية أهمية عنهما في أي تقرير إخباري آخر. ومن ثم فعليك أن تطلع على كل الأخبار التي قد تؤثر في حركة السوق التي تغطيها، سواء كانت سوقاً للأسهم، أو السلع، أو العملات، أو النفط. وسيفيدك ذلك في توجيه أسئلة أفضل، وأن تظهر لمصادرك أنك على دراية بالموضوع، وملم بما هو مهم. وتتمكن بالتالي من إعطائهم حافزاً للكلام إذا كانوا يخفون عنك شيئاً. وكل هذا سيجعلك أقدر على كتابة تقرير واف.

• لا بد أن تكون على دراية بما يتوقع الناس في السوق حدوئه

تترقب الأسواق الأنباء المتوقعة وتتحرك قبل إعلانها. ويمكنك أن تتوقع ما قد يحدث للأسعار عند صدور خبر ما، أو نشر تقرير ما بالاستعداد من خلال معرفة ما تتوقعه السوق من أنباء وتطورات اقتصادية.

• ابحث عن التعليقات الخاصة بالمستقبل والتوقعات المستقبلية

ما الذي يتوقع التجار، والمتعاملون، والساسة، والمحللون حدوئه غداً، أو الأسبوع المقبل، أو الشهر المقبل قبل حدث مهم متوقع؟ فقرأوك ينتظرون مفاتيح تساعدهم في اتخاذ قراراتهم الاستثمارية.

• احذر التراخي في يوم هادئ

• أسأل مصادرك عن سبب هدوء السوق؟ وما الأنباء أو التطورات التي ينتظرها المستثمرون؟ ومتى يتوقع حدوث ذلك؟ وما الاتجاه الذي يتوقع أن تتحرك فيه السوق؟

• الأسواق تتحرك بناء على عوامل أساسية (مثل الأنباء والعرض والطلب) وبناء على مشاعر إنسانية (مثل الخوف والذعر والارتياح). لكن لا تنس العوامل الفنية والرسوم البيانية. ما مستوى الدعم؟ وما مستوى المقاومة؟

• تذكر ضرورة سريان معايير الكتابة الصحفية الأساسية على تقارير البورصات من حيث أهمية الخبر، والإلمام بجوانبه وحسن الصياغة.

الاسم: دلال عزيز ضياء**تاريخ الميلاد: ١٩٥٢/٨/٣١.****المؤهلات**

- دبلوم الدراسات العليا من كلية الإعلام بجامعة القاهرة شعبة راديو وتلفزيون عام ١٩٧٧.
- بكالوريوس آداب شعبة تاريخ جامعة الملك سعود بالرياض عام ١٩٧٤.
- الحالة الاجتماعية: حرم المهندس/مجدي فؤاد صالح، وأم لأربعة أبناء.
- العمل الحالي: مديرة الإدارة النسائية بإذاعة جدة.

الخبرات

- مقدمة برامج متعاونة مع إذاعة جدة عام ١٩٧٢.
- أخصائية اجتماعية بمكتب الإشراف الاجتماعي من عام ١٩٧٥ - ١٩٧٦، بالإضافة إلى التعاون مع الإذاعة.
- مراقبة برامج تعليمية إذاعة جدة عام ١٩٨٠.
- مشرفة على برامج المرأة والطفل عام ١٩٨١ - ١٩٨٦.
- مشرفة برامج الأسرة عام ١٩٨٦.
- مديرة الإدارة النسائية بإذاعة جدة ١٩٩٥، وحتى الآن، وكبير مذيعة إذاعة جدة من نوفمبر ٢٠٠٤ حتى الآن.
- مذيعة ومعدة برامج من عام ١٩٨٢ حتى الآن.
- أعدت وقدمت برنامج الليك والكلمة والنغم من عام ١٩٨٢ حتى عام ٢٠٠٢.
- أعدت وقدمت برنامج دنيا الأسرة عام ١٩٨٣ حتى عام ٢٠٠٢.
- رقيت لمنصب كبير مذيعة إذاعة جدة عام ٢٠٠٤.
- أعدت وقدمت برنامج المرأة والبحث العلمي عام ١٩٨٣ حتى الآن.
- أعدت وقدمت برنامج الندوة النسائية عام ١٩٨٣ حتى الآن.
- أعدت وقدمت برنامج أيام وإنجازات بمناسبة مئوية التأسيس لمدة عام.
- قدمت برنامج صباح النور حلقة الأربعاء من إعداد عبدالله راجح عام ١٩٨٦ حتى عام ٢٠٠٢.
- قدمت نشرات أخبار إذاعة صوت مجلس التعاون الخليجي خلال الدورات التي تم فيها البث من إذاعة جدة.
- قرأت موجز الأنباء وأقوال الصحف بإذاعة المملكة العربية السعودية.
- شاركت في مرحلة الطفولة بالتمثيل والتقديم في برنامج الأطفال منذ عام ١٩٦٤.
- أدارت عدة ندوات ثقافية وتوعوية في كل من الجمعية الفيصلية الخيرية النسوية والجمعية الخيرية النسائية بجدة.
- أدارت ندوة عن الإعلام والمخدرات بإدارة الإشراف التربوي بالرتاسة العامة لتعليم البنات بجدة.
- أدارت ندوة عن مئوية التأسيس في إدارة الإشراف التربوي بجدة.
- أدارت ندوة عن الملك عبدالعزيز في مكة المكرمة بجمعية أم القرى بمكة المكرمة.

مديرة جلسة التوصيات

- عضو مجلس إدارة سابق في الجمعية الفيصلية الخيرية النسوية وعضو حالي.
 - عضو بالجمعية الخيرية النسائية.
 - عضو مجلس إدارة بالمؤسسة الخيرية الوطنية للرعاية الصحية المنزلية.
 - حضرت ثلاثة مواسم ثقافية بجمعية الجنوب الخيرية النسائية بأبها وشاركت بالتغطية الإعلامية.
 - حضرت الموسم الثقافي بجمعية الملك عبدالعزيز بالقصيم كممثلة لإذاعة جدة، وشاركت بالتغطية الإعلامية.
 - حضرت مؤتمر أمراض الدم الوراثية المنعقد في جدة عام ٢٠٠١، وشاركت بالتغطية الإعلامية، وأعدت ندوتين إذاعيتين عن أهمية الفحص ما قبل الزواج.
 - حضرت المهرجان الوطني للثقافة وشاركت بالتغطية الإعلامية للفعاليات الثقافية والفعاليات التراثية للموسمين الرابع والخامس عشر.
 - شاركت في المواسم السياحية بمنطقة أبها بدعوة من سمو رئيسة القطاع النسائي لمهرجان أبها على مدى موسمين ١٤٢١ - ١٤٢٢.
 - قامت بالتغطية الإعلامية لجميع الأيام العالمية المقررة من الأمم المتحدة وحضور الفعاليات.
 - شاركت في الحوار الوطني الخامس بأبها كعضو من ضمن خمسة وثلاثين عضواً من ضمن السيدات.
 - شاركت في مؤتمر مهرجان الإذاعة والتلفزيون للخليج العربي خلال الفترة ٢٤ - ٢٦ أبريل عام ٢٠٠٦.
 - شاركت في مؤتمر الإعلام الذي أقيم في دبي، وقد كان بمناسبة إقامة الفكر العربي عام ٢٠٠٥.
 - شاركت في ملتقى الفكر العربي للترجمة لوزارة التربية والتعليم في بيروت.
 - في شعبان عام ١٤٢٧ حصلت على الرتبة العاشرة بإذاعة جدة، ومسمى كبير المذيعين حتى الآن.
 - في عام ١٤٢٧ ما زالت تشغل منصب كبير المذيعين.
- أتاح لها تعيينها، عقب التخرج عام ١٩٧٤، في الشؤون الاجتماعية فرصة التعرف على أهمية العمل الخيري التطوعي، ومدى ما تبذله الدولة من جهود في مجال الخدمة والتنمية، ما ساعدها على تلمس حاجات المجتمع الفعلية، وهي الأرضية التي ساعدتها على النجاح في مجال الإعلام، وخصوصاً إعلام الأسرة.
- تعد نفسها محظوظة لكونها أول عنصر نسائي يتولى مسؤولية قسم خاص لبرامج الأسرة والطفل، ثم البرامج النسائية في الإذاعة، حيث لم يكن قبل عام ١٤٠١ يوجد قسم خاص بالبرامج النسائية. وقد شهدت الفترة من عام ١٤٠١، بفضل الله ثم بدعم المسؤولين بالوزارة وتشجيعهم، تطويراً ملموساً في البرامج المقدمة للأسرة بالإذاعة، من حيث النوع والكم فمن برنامج واحد، كان يقدم للمرأة، إلى أكثر من عشرة برامج موجهة للأسرة والمرأة.
- كما شهدت الفترة نفسها تغييراً إيجابياً في موقف المجتمع من عمل المرأة بالإذاعة يترجم في شكل تجاوب جميع القطاعات لوجود العنصر النسائي الإذاعي معها لتسليط الضوء إعلامياً على أعمال هذه القطاعات، فأصبح المايكروفون الإذاعي، ومندوبة الإعارة شريكين فاعلين في جميع الفعاليات المختلفة، وهذا لم يأت من فراغ، بل من خلال جهد وعمل متواصل على مدى سنوات مشاركة المرأة، والتي تقارب الأربعين عاماً.
- وتدين بالفضل لوزارة الإعلام التي أتاحت لها، من واقع خبراتها بشؤون الأسرة والمرأة، فرصة زيارة أغلب مناطق المملكة، ما ساعدها على التعرف عن قرب على خصائص كل منطقة، واحتياجات الأسرة، ما ساعد على تقديم المادة الإعلامية المناسبة لمختلف المناطق بالمملكة.



الاسم: إعتدال.

اللقب: المجبري.

تاريخ الولادة: ١٢ يونيو ١٩٦٩.

العنوان: ص.ب ١٠٥ حي الخضراء ١٠٠٣ تونس - الجمهورية التونسية.

الهاتف: ٢١٦٧١ ٧٧٣ ٥١١

الفاكس: ٢١٦٧١ ٧٧٣ ٦١١

البريد الإلكتروني: /media.cawtar@planet.tn / atidel@yahoo.com

الشهادات

- ماجستير علوم الإعلام والاتصال - معهد الصحافة وعلوم الإخبار - تونس.
- شهادة التدريب عن بعد: معهد وسائل الإعلام، تونس ١٩٩٣.
- شهادة ملحق صحفي: معهد وسائل الإعلام، تونس ١٩٩٣.
- شهادة الأستاذية في الصحافة، اختصاص سمعي - بصري، شعبة السياسة معهد الصحافة وعلوم الإخبار - تونس.

التجربة المهنية

- مسؤولة الإعلام والاتصال والمناصرة بمركز المرأة العربية للتدريب والبحوث «كوثر»، من ١٩٩٩ حتى الآن.
- منتجة بالإذاعة والتلفزة التونسية، برامج ثقافية واجتماعية، ١٩٨٩ - ١٩٩٧.
- منتجة ومقدمة برامج حوارية تلفزيونية ذات طابع اجتماعي (العنف ضد المرأة، الأمهات العازبات، العلاقة بعد الطلاق، الشباب والإدمان، الأطفال الجانحين، إهمال الوالدين، العلاقة بين المراهقين والأولياء، التدخين، الحياة بعد السجن، العائلات ذات السند الواحد، المعينات المنزليات...)، برامج ثقافية، برامج عن الشباب والطفولة، برامج خدمات... ١٩٩٨ - ٢٠٠٣.
- رئيسة تحرير مجلة للأطفال، ١٩٩٧.
- صحافية بمركز الدراسات والبحوث والتوثيق والإعلام حول المرأة «الكريديف»، ١٩٩٣ - ١٩٩٦.
- صحافية بمؤسسة فريديريش نومان، ١٩٩٢ - ١٩٩٣.

استراتيجيات الإعلام والاتصال

- استراتيجية النوع الاجتماعي والإعلام العربي، اليونيفيم وكوثر، ٢٠٠٤.
- استراتيجية الإعلام والاتصال لمركز المرأة العربية للتدريب والبحوث «كوثر» ٢٠٠٢، (تم اختيارها من أفضل التطبيقات في اتجاه وسائل الإعلام من الشبكة الإلكترونية العالمية للمرأة).
- الإعداد لخطة استراتيجية لفائدة برنامج الأمم المتحدة الإنمائي بمناسبة احتفال الأمم المتحدة بالعيد ٦٠، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تونس - ٢٠٠٥.

التقارير والدراسات

- مراجعة وتدقيق تقريرتي تنمية المرأة العربية ٢٠٠١ و٢٠٠٣، ومنسقة التقرير الثالث لتنمية المرأة العربية حول «النوع الاجتماعي والإعلام» (٢٠٠٦).
- الإعلامية التونسية وصنع القرار، اليونسكو وشرقيات- ٢٠٠٤.
- المراهقات والمراهقون العرب وتلفزيون الواقع، الأكاديمية الدولية للإعلام، مصر ٢٠٠٤.
- التقرير الإقليمي حول «المرأة والإعلام في المنطقة العربية»، الشبكة الإلكترونية العالمية للنساء- ٢٠٠٣.

المحفظات التدريبية

- قراءة نقدية لمحور «المرأة والإعلام» في محفظة الحقوق الإنسانية للمرأة، اليونيفيم- ٢٠٠٣ (اعتماد كل الملاحظات والتوصيات).
- مراجعة وتدقيق الكتاب المرجعي حول «صندوق الابتكار»، الاتحاد الدولي لتنظيم الأسرة، ٢٠٠٥.
- مراجعة وتدقيق المحفظة التدريبية «إدماج مقاربة النوع الاجتماعي في الاقتصاد»، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي- ٢٠٠٤.
- المساهمة في إعداد الكتاب المرجعي للتدريب «أفكار في التعامل مع المراهقات والمراهقين»، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث «كوثر»- ٢٠٠٥.

تصميم الدورات

- تصميم وإنجاز دورة «تعزيز قدرات المرشحات في التعامل مع وسائل الإعلام والمناظرات» بالبحرين، المجلس الأعلى للمرأة، ٢٠٠٦.
- تصميم دورة «إدماج النوع الاجتماعي في الإنتاج الصحفي» لفائدة الصحفيين البحرينيين وتنفيذها كمدربة ومنسقة، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي- ٢٠٠٥.
- تصميم دورة «إدماج النوع الاجتماعي في الإنتاج الصحفي» لفائدة الصحفيين العراقيين وتنفيذها كمدربة ومنسقة، اليونيفيم- ٢٠٠٤.
- المساعدة في تصميم دورة «كسب الحشد والمناصرة» لفائدة منظمات مغربية في مجال النوع الاجتماعي، المركز المصري لحقوق المرأة، تونس- ٢٠٠٤.
- تصميم دورة تعزيز قدرات المرشحات للانتخابات البلدية بالبحرين، المجلس الأعلى للمرأة، فيفري ٢٠٠٢.

التدريب

- دورة القادة الشباب العرب ودورهم في التغيير الاجتماعي والاقتصادي والسياسي، الولايات المتحدة الأمريكية، ٢٠٠٥.

- دورة تغطية الانتخابات النيابية، بيروت ٢٠٠٥.
- دورة تغطية الأخبار بإدماج مقاربة النوع الاجتماعي في وكالات الأنباء، الأردن ٢٠٠٥.
- دورة التوثيق والإعلام في مجال العنف المسلط على المرأة، بيروت ٢٠٠٤.
- دورة «التعامل مع وسائل الإعلام» لفائدة إطارات الأمم المتحدة، تونس ٢٠٠٣.
- دورة حول إدماج مقاربة النوع الاجتماعي في العمل التنموي لفائدة العاملين بمركز المرأة العربية للتدريب والبحوث «كوثر»، تونس ٢٠٠٣.
- دورة «إدماج النوع الاجتماعي في التخطيط» لفائدة إطارات «الكريديف»، تونس ١٩٩٦.
- تربص بمؤسسات تعمل في مجال الاتصال والمرأة بمنربك، كندا ١٩٩٥ (التعامل مع وسائل الإعلام والاتصال النسائي والجمعياتي.....).
- تربص حول «الاتصال المؤسساتي» بالمركز الإفريقي لتدريب الصحفيين والاتصاليين، تونس ١٩٩٥.
- ورشة كتابة صحفية حول «العنف ضد المرأة» تحت إشراف السيدة فطيمة المرنيسي، المغرب ١٩٩٣.

عضوية لجان التحكيم

- عضو لجنة تحكيم نادي دبي للصحافة- جائزة الصحافة العربية لسنتي ٢٠٠٦-٢٠٠٧.
- عضو لجنة تحكيم المسابقة الأولى لأحسن إنتاج إعلامي حول المرأة- منظمة المرأة العربية- ٢٠٠٦.

المشاركة في الملتقيات

أكثر من ٦٠ ملتقى وطنياً وإقليمياً ودولياً، تقديم ورقات في أكثر من ٤٠ مناسبة.

الجوائز

- جائزة الإبداع لأحسن مدير ندوة في الفضايات العربية، مهرجان الإذاعة والتلفزيون بالقاهرة لسنة ٢٠٠٢.
- جائزة صحيفتي الشروق والإعلان لأحسن برنامج تلفزيوني حسب القراء والصحفيين.
- جائزة رئاسية حول أفضل إنتاج سمعي- بصري، تونس ٢٠٠١.
- جائزة جمعية الصحفيين التونسيين حول أفضل إنتاج نسائي (العنف ضد المرأة)، تونس ٢٠٠٠.

اللغات

العربية والفرنسية والإنجليزية.

الاسم: إيمان بنت عبد الله بن عقيل العقيل

تاريخ الميلاد ومكانه: ١٩٦٣ - الكويت. الجنسية: سعودية.

الحالة الاجتماعية: متزوجة، أم لخمسة أطفال.
المستوى التعليمي: دبلوم حاسب آلي.
الوظيفة: رئيس تحرير مجلة حياة للفتيات منذ بداية عام (٢٠٠٧).

مديرة تحرير مجلة حياة للفتيات منذ التأسيس (٢٠٠٠) حتى (٢٠٠٧).
معدة برنامج المرأة في قناة المجد الفضائية منذ (٢٠٠٣) وحتى (٢٠٠٧).
مدربة في مجال تطوير الذات، والصحافة.
خبرات عملية:

كاتبة زاوية أسبوعية في ملحق الرسالة جريدة المدينة (عطاء الخير) من (١٤٢٦ هـ).
نائبة رئيسة اللجنة الإعلامية في مهرجان الجنادرية التراثي (٢٠٠٥).
نائبة رئيسة اللجنة الإعلامية في ملتقى الحوار الوطني الثاني (٢٠٠٤).
نائبة مشرفة المركز الإعلامي في مهرجان الجنادرية الثقافي (١٨) (٢٠٠٣).
المشاركة في تقديم دورة فنون الكتابة الصحفية (٢٠٠٢).
رئيسة اللجنة الإعلامية - الملتقى الأول للمدارس النسائية لتحفيظ القرآن الكريم (٢٠٠٢).
نائبة رئيسة اللجنة الإعلامية بالندوة العالمية للشباب الإسلامي (٢٠٠١).
مسؤولة اللجنة النسائية في جمعية (MAYA) - بولمن بولاية واشنطن خلال (١٩٨٨-١٩٩١).

- المشاركة في الملتقى الثالث لدور الجمعيات الخيرية بالأحساء (٢٠٠٢).
- المشاركة في الملتقى الإداري الأول للجمعية السعودية للإدارة (٢٠٠٢).
- المشاركة في مهرجان الجنادرية الثقافي (١٧-١٦).
- المشاركة في ندوة الإرشاد الاجتماعي والاستشاري الأسرى (٢٠٠١).
- مشاركات في المنتديات النسائية في أمريكا الشمالية خلال (١٩٨٦-١٩٩١).
- مشاركات صحفية متفرقة في الصحف والمجلات.

المحاضرات والندوات:

- إقامة العديد من المحاضرات والدورات في عدد من مناطق المملكة من أبرزها:
- محاضرة: فتياتنا والانحراف - الأحساء (٢٠٠٧).
 - تعريف كتاب (الذكاء الاجتماعي) في مكتبة الملك عبدالعزيز - الرياض (٢٠٠٧).
 - محاضرة: المرأة والدور الإيجابي في المجتمع - مكتب الدعوة والإرشاد - الأحساء (٢٠٠٦).
 - محاضرة: باربي ولفة.. واللعبة الإعلامية - مدارس الكفاح - الأحساء (٢٠٠٦).
 - محاضرة: اللعبة الإعلامية «من يدفع للزمار» جامعة الملك فيصل - الأحساء (٢٠٠٦).
 - محاضرة: دور الأسرة في مواجهة الإعلام جامعة الملك فيصل - الدمام (٢٠٠٥).
 - محاضرة: التوعية بدور الإعلام في تنمية الوعي بخطر المخدرات (الرياض - ٢٠٠٤).
 - محاضرة: المرأة والإعلام (الإحساء - ٢٠٠٤).
 - دورة: «نصرت بالشباب» إعداد الفتيات للقيادة.
 - دورة: «مدخل إلى الصحافة» في الرياض.

- دورة: «ف حل المشكلات» في الأحساء.
- دورة: «كوني زارعة الورد» في الرياض.
- دورة: «نحو الهدف» في المدينة المنورة.
- دورة: «فنون الإلقاء» في الرياض.
- دورة: «التفكير الإيجابي» في الأحساء.
- دورة: «كيف تمتلكين قلمًا مبدعًا» في الرياض.

عضو في الجمعيات التالية:

- عضو هيئة الصحفيين السعودية.
- عضو الجمعية السعودية للإدارة.
- عضو الجمعية السعودية لعلوم الاتصال.
- عضو نادي الفيصلية الإعلامي.
- عضو الندوة العالمية للشباب الإسلامي.
- عضو رابطة الشباب العربي المسلم في أمريكا.

حضور عدد من الدورات أعضوا:

- المرأة القيادية (٢٠٠٦).
- تطوير المسار المهني للإعلاميين (٢٠٠٥).
- الإعلام للمديرين (٢٠٠٥).
- التدريب والتدريب الإبداعي (٢٠٠٥).
- الإدارة بالأخلاق (٢٠٠٥).
- إعداد مدربات (٢٠٠٤).
- الاتجاهات الحديثة في الصحافة العالمية (٢٠٠٣) بيروت.
- فنون التحرير الصحفي (٢٠٠٣).
- القيادة والإدارة (٢٠٠٣).
- الطريق لفهم الذات (٢٠٠٣).
- كيفية التواصل مع المراهق (٢٠٠٣).
- مساعد ممارس في برنامج (NLP) (٢٠٠٣).
- دبلوم البرمجة اللغوية العصبية (٢٠٠٣).
- بوصلة التفكير (٢٠٠٣).

- هندسة التغيير (٢٠٠٣).
- مهارات الإلقاء المستوى المتقدم (٢٠٠٢).
- فنون التحقيق الصحفي (٢٠٠٢).
- فنون الكتابة الصحفية (٢٠٠٢).
- تطوير مهارات الداعيات والعلامات في المجال الدعوي (٢٠٠٢).
- منطلقات تغيير الذات (٢٠٠١).
- فنون التحرير الصحفي (٢٠٠١).
- دبلوم إدخال بيانات ومعالجة نصوص (٢٠٠١).
- المشكلات الأسرية في الرياض (٢٠٠١).
- العادات السبع للأشخاص أكثر فعالية (٢٠٠١).
- فنون العرض التصميم في مجال التدريب (٢٠٠١).
- الاتجاهات الحديثة في الإدارة (٢٠٠٠).
- الإبداع والتفكير الابتكاري (٢٠٠٠).
- التفكير الإيجابي (٢٠٠٠).
- الهندسة النفسية (NLP) - (٢٠٠٠).
- بوصلة التفكير (٢٠٠٠).
- المهارات الأساسية في الإلقاء (٢٠٠٠).
- حاسب آلي (IBM) - بولمن واشنطن (١٩٩١).
- العلوم الشرعية - أوكلاهوماستي (١٩٩٠).
- الاتجاهات الأساسية في الإدارة - أوكلاهوماستي (١٩٩٠).
- طباعة إنجليزية - موسكو أيداهو (١٩٩٠).
- لغة إنجليزية - بولمن واشنطن (١٩٨٩).

الهوايات: القراءة وممارسة رياضة المشي والرحلات العائلية.

العنوان البريدي:

ص.ب (١٠٥٥٣٥) الرياض (١١٦٥٦). الفاكس: ٠١٢٢٦٨٧٢٢٢
البريد الإلكتروني: eokil@yahoo.com
الجوال: ٥٥٠٤٤١٩٩٨٩



الاسم: إيمان منصور مرهون

الجنسية: بحرينية.

الحالة الاجتماعية: متزوجة ولي ولدان.

العمر: ٣٣ عامًا.

الدراسة: بكالوريوس إعلام، جامعة القاهرة، تخصص علاقات عامة وإعلام.

الوظيفة الحالية: مشرف البرامج الثقافية، تلفزيون البحرين.

الدورات التدريبية:

- كتابة التقارير التلفزيونية الإخبارية وإعدادها.
- تقديم البرامج التلفزيونية، سوريا.
- الإلقاء باللغة العربية، البحرين.
- أسس ومهارات تقديم البرامج الحوارية، مركز الجزيرة للتدريب والتطوير، الدوحة.
- دور وسائل الإعلام في مكافحة مرض نقص المناعة المكتسبة الايدز، بيروت.
- دور وسائل الإعلام في مكافحة الأمية في الدول العربية، مركز الجزيرة للتدريب والتطوير، الدوحة.
- البرمجة اللغوية العصبية، البحرين.
- إعداد الحملات الانتخابية، البحرين.
- دور وسائل الإعلام في تغطية الانتخابات النيابية، البحرين.
- دور وسائل الإعلام في تغطية جلسات مجلسي الشورى والنواب، البحرين.
- دور وسائل الإعلام في دعم المرأة في الانتخابات، البحرين.

الخبرات الوظيفية:

- صحفية سابقة في صحيفة أخبار الخليج اليومية ١٩٩٢.
- معدة ومقدمة برامج أولى في تلفزيون البحرين.
- مشرفة لجنة البرامج الثقافية، تلفزيون البحرين.
- عضو رئيس في لجنة التغطية الإعلامية لانتخابات النيابة والبلدية في دورتين متتاليتين مراسل لقناة العربية.
- قارئة لنشرة الأخبار الرئيسية.
- تقديم البرامج الحوارية السياسية والثقافية المباشرة والمسجلة.
- التغطيات المباشرة لأهم الأحداث السياسية والاقتصادية.
- عضو العديد من اللجان التنظيمية في الهيئة.
- عضو لجنة تنفيذ الاستراتيجية الوطنية لذوي الاحتياجات الخاصة.

الاسم: جميل الذيابي

الشهادات العلمية

- ماجستير في العلوم السياسية من جامعة ريدنغ البريطانية.
- ماجستير في الدبلوماسية والإعلام من جامعة وستمنستر - بريطانيا.
- دورات تدريبية في الإعلام في «بي بي سي»، وبعض الأجهزة الإعلامية العربية والعالمية.

الخبرات العملية

- مراسل صحيفة الرياض في لندن.
- صحفي في جريدة الشرق الأوسط.
- مدير مكتب «إل بي سي» في المملكة العربية السعودية.
- مسؤول تحرير صحيفة «الحياة» في مدينة جدة، وممثل المدير الإقليمي في المنطقة الغربية.
- المشرف العام على مدرسة «الحياة» الصحافية في السعودية والخليج العربي.
- مؤسس مشروع الطبقات السعودية لصحيفة «الحياة».
- عضو مجلس إدارة دار الحياة.
- عضو هيئة الصحفيين السعوديين.
- كاتب في عدد من الصحف والمجلات السعودية والعربية.
- مدير قناة الـ(LBC) في السعودية.
- رئيس تحرير «الحياة» في السعودية والخليج.





دنيا بكر يونس

المؤهلات العلمية:

- خريجة كلية التربية.
- دورة مونتاج للإذاعة «لندن».
- دورة لغة إنجليزية.
- دورة تخصصية في التشريعات التابعة للعلاقات العامة.

الوظائف

- عملت في إذاعة الرياض وجدة معدة ومقدمة برامج.
- عملت في التلفزيون السعودي ما يقارب ٢٨ عامًا.
- عملت في إذاعة MBC-FM لمدة ثلاث سنوات.
- شاركت في قناة الواحة في دبي «برنامج المتميزة».
- شاركت في قناة روتانا خليجية «برنامج عوايدنا».
- قامت بتدريب الكوادر الإعلامية وتأهيلها لتأسيس قناة صوت الخليج في قطر وتقديم برامج متنوعة.
- سيدة أعمال، مالكة للمؤسسات التالية:
- النجوم الثلاثة التجارية.
- دعاية وإعلان.
- إنتاج وتوزيع فني.

العضويات

- مستشار إعلامي وعضو في الجمعية الخيرية النسائية.
- مستشار إعلامي وعضو في جمعية النهضة.
- عضوة في الغرفة التجارية بجدة ومن المرشحات لعضوية مجلس الإدارة.

الانتدابات

- انتدبت إلى كندا من قبل وزارة الإعلام لتمثيل المملكة في معرض المملكة «بين الأمس واليوم».
- انتدبت إلى الكويت لتغطية حرب الخليج، وكانت أول مذيعة سعودية تجري لقاء مع سمو الأمير الملكي الأمير سلطان بن عبدالعزيز.

البرامج المعدة والمقدمة

- ماما دنيا للأطفال.
- استوديو ٥ للمنوعات.
- شاطئ نصف القمر للمنوعات.
- مسابقات في رمضان إلى جانب الاشتراك في المهرجانات الثقافية.
- وجهة نظر الإذاعي.
- همس النسيم الإذاعي.
- ألوان الإذاعي.
- من لندن أحدثكم الإذاعي.
- صحتك وجمالك الإذاعي.
- ما يطلبه المستمعون الإذاعي.

شهادات التقدير

- وزارة الإعلام/الإعلام الخارجي للتغطية الإعلامية في تحرير الكويت.
- أمارة منطقة مكة المكرمة للدعم في اللجنة النسائية لمساندة الأسر الكويتية.
- المركز السعودي للفنون التشكيلية للتغطية الإعلامية للمركز لعام ١٤١٨هـ.
- جمعية الأطفال المعاقين للمشاركة في معرض الألباس واللؤلؤ عام ٢٠٠٠.
- كلية عفت للمشاركة بورقة العمل في يوم المهنة عام ٢٠٠٤.
- منتدى جدة الاقتصادي لعام ٢٠٠٤، ٢٠٠٦، و٢٠٠٧.
- الجمعية الفيصلية النسوية الخيرية بجدة.
- جمعية النهضة للمشاركة في التعريف بالسوق الخيرية.
- الجمعية النسائية الخيرية للمساهمة في الإعلانات عن مهرجانات التراث الحجازي.
- شكر من Ara Programming & Distribution Limited على المشاركة في إضافة الصوت على برامجهم الخاصة الموجهة لمنطقة الشرق الأوسط.
- مركز السيدة خديجة بنت خويلد للمشاركة في تقديم منتدى «واقعية مشاركة المرأه في التنمية الوطنية».

الاسم: زيد فيصل نايف الكمي العربي

الجنسية: سعودي.

تاريخ الميلاد: ١٣٩٧هـ.

الحالة الاجتماعية: متزوج.

عدد الأطفال: ١

العمل الحالي: مسؤول تحرير مكتب صحيفة الشرق الأوسط بالرياض.

المؤهلات: بكالوريوس إعلام من جامعة الملك سعود تخصص صحافة ٢٠٠١.

الدورات

- دورة متخصصة في كتابة التقارير الاقتصادية من وكالة رويترز للأنباء بالتعاون مع هيئة سوق المال السعودية.
- دورة في اللغة الإنجليزية لمدة ٤ أشهر من المجلس الثقافي البريطاني.
- دورة في استخدام الإنترنت كمركز معلومات من معهد العالمية.
- دورة حل المشكلات واتخاذ القرارات من مؤسسة دله للتدريب والاستشارات.

الخبرات

- مسؤول تحرير مكتب صحيفة الشرق الأوسط في الرياض منذ ٢٢ مايو ٢٠٠٦، وحتى تاريخه.
- رئيس القسم الاقتصادي في صحيفة الشرق الأوسط بالسعودية من سبتمبر ٢٠٠٥، وحتى ٢١ مايو ٢٠٠٦.
- صحافي اقتصادي في صحيفة الشرق الأوسط منذ ١٨ نوفمبر ٢٠٠٣، وحتى سبتمبر ٢٠٠٥.
- صحافي اقتصادي في صحيفة الوطن كموظف رسمي منذ ١/٧/٢٠٠١، وحتى ١٨/٣/٢٠٠٣.
- صحافي اقتصادي في صحيفة الوطن متعاون منذ شهر أغسطس ٢٠٠٠، حتى تم تعييني بتاريخ ١/٣/٢٠٠٣.
- عضو هيئة تحرير صحيفة رسالة الجامعة - جامعة الملك سعود - منذ ١٩٩٩، وحتى شهر مايو ٢٠٠١.
- صحافي متعاون في القسم المحلي والتحقيقات في صحيفة عكاظ لمدة ٦ أشهر عام ١٩٩٨.
- عضو اللجنة الإعلامية للملتقى الخامس لرجال الأعمال الذي عقد في مدينة الرياض عام ١٩٩٩.

- عضو اللجنة الإعلامية للمؤتمر الخامس لإعداد الموهوبين الذي عقد في أغسطس ٢٠٠٦ بمكة المكرمة.
- عضو اللجنة الإعلامية لمنندى الرياض الاقتصادي في دورته الأولى عام ٢٠٠٣.
- عضو اللجنة الإعلامية للمؤتمر الرابع لمؤسسة التعليم الفني والتدريب المهني عام ٢٠٠٥.
- عضو هيئة تحرير صحيفة المثوية الصادرة بمناسبة مرور ٢٠ عامًا على تولي الملك فهد بن عبد العزيز - رحمه الله - مقاليد الحكم عام ٢٠٠١.
- مثلت الصحافة السعودية في عدد من المؤتمرات الدولية، والتي منها في لندن شهر أبريل عام ٢٠٠٢ بعد أحداث ١١ سبتمبر، والتي نظمتها هيئة السياحة البريطانية.
- مرافقة الفريق الحكومي السعودي الذي زار الأرجنتين والإرغواي عام ٢٠٠٣ للنظر في عودة استيراد المواد الغذائية، بعد الحمى القلاعية.
- مرافقة الوفد الحكومي والتجاري السعودي لإيران عام يناير ٢٠٠٧.
- تغطية فضيحة تسرب حليب أطفال ملوث من أمريكا، وزيارة مصانع الشركة في إيرلندا في أغسطس ٢٠٠٣.
- تغطية العديد من الأحداث الاقتصادية الدولية في عدد من الدول منها المجر، وألمانيا، وأسبانيا، وعدد من الدول العربية والخليجية.

الشهادات

- شهادة شكر من رئيس برلمان جمهورية قرقستان.
- نائب المدير العام للشركة السعودية للأبحاث والنشر.
- شهادة شكر من مدير تحرير صحيفة الشرق الأوسط.
- شهادة شكر من مؤسسة عسير للصحافة والنشر - صحيفة الوطن - للتغطيات المميزة للصحيفة والأخبار الخاصة.
- شهادة شكر من الغرفة التجارية بالرياض.
- شهادة شكر من مجلس الغرف التجارية السعودية.
- شهادة شكر من مؤسسة البريد السعودي.
- شهادة شكر من الاتصالات السعودية.

وسائل الاتصال

جوال: ٠٠٩٦٦٥٠٣٨٨٥٥٨٥

هاتف: ٠٠٩٦٦١٤٤١٩٩٣٣ تحويلة ١٨٨٨

بريد إلكتروني: zwww2002@yahoo.com

سمر بنت عبد الله المقرن**صحافية، وكاتبة سعودية.**

- مواليد الرياض عام ١٩٧٢.
- محل الإقامة: الرياض.
- تعمل، حالياً، في وظيفة رئيسة قسم المجتمع بصحيفة الوطن السعودية منذ تاريخ ١٥/١٠/٢٠٠٥ (أول امرأة ترأس قسمًا يوميًا في صحيفة سعودية خارج الأقسام النسائية).
- عملت محررة صحافية بمكتب صحيفة الوطن الإقليمي بالرياض منذ تاريخ ١/١٠/٢٠٠٣.
- لديها، حالياً، زاوية بعنوان: «ضوء» في مجلة بنت الخليج الإماراتية منذ شهر يونيو ٢٠٠٦.
- كاتبة في النشرة النقدية بالصفحة الأخيرة بجريدة الوطن السعودية.
- تعمل معدة لبرنامج «امرأة وأكثر» لقناة LBC والخاص بقضايا المرأة السعودية.

الدرجة العلمية

- بكالوريوس تربية، تخصص تعليم ما قبل المرحلة الابتدائية من جامعة الملك سعود - كلية التربية - عام ١٤٢٢/١٤٢١ الموافق ٢٠٠٠/١/٢٠٠٠.

الدورات الصحفية

- حصلت على دورة صحفية في بريطانيا بعنوان: «النساء في الصحافة» في مؤسسة تمسون بمدينة كارديف خلال الفترة ٢٢ فبراير إلى ٧ مارس ٢٠٠٤.
- شاركت بورشة عمل بعنوان: «حمية الصحفيين في النزاعات المسلحة» في العاصمة الأردنية عمان خلال الفترة ١٤-١٦ ديسمبر ٢٠٠٤.

- حصلت على دورة في الأردن بالإعلام الإلكتروني في ضوء تجربة عمان نت، بواقع ٦٠ ساعة خلال الفترة ١٠/٢٦-٢٠٠٥/١١/٦.

الدورات الحقوقية

- حصلت على دورة في القاهرة خاصة بكتابة التقارير الخاصة بحقوق السجناء وفق الاتفاقيات الدولية في الحد الأدنى لمعاملة السجناء خلال الفترة من ٢٥-٢٧ فبراير ٢٠٠٦.
- حصلت على شهادة مدربة في حقوق الإنسان من مركز التأهيل والدراسات لحقوق الإنسان باليمن في دورة تدريبية خلال الفترة من ٢١-٢٨ يونيو ٢٠٠٦.

الدورات العامة

- حاصلة على العديد من الدورات والبرامج في اللغة الإنجليزية من المجلس الثقافي البريطاني بدولة الإمارات العربية المتحدة.
- حاصلة على العديد من الدورات والبرامج في السكرتارية الشاملة والحاسوب من معهد «أبوظبي التعليمي» بدولة الإمارات العربية المتحدة.
- حصلت على دورة عامة في اللغة الإنجليزية من EF International Language School بمدينة برايتون البريطانية خلال الفترة من ٣١ يوليو، وحتى ٢٥ أغسطس ٢٠٠٦.

الخبرات السابقة

- عملت لدى الشركة السعودية للأبحاث والنشر في جريدة الرياضية من تاريخ ١٣ شعبان ١٤٢٢ الموافق ٢٩ أكتوبر ٢٠٠١، وحتى ١٢ رجب ١٤٢٤ الموافق ٩ سبتمبر ٢٠٠٣.
- قدمت الكثير من الحوارات، والتحقيقات، والمواد الصحافية

عبر صفحة نسائيات في جريدة الرياضية، والتي كانت تعدها وتشرف عليها لمدة عام، وكانت هذه الصفحة تهتم بشؤون المرأة وقضاياها الاجتماعية والأسرة بشكل عام، إضافة إلى أنها كانت تتناول المرأة من الناحية الأدبية والثقافية، تم خلالها استضافة الكثير من الأسماء في مجال الأدب والشعر، وكذلك في المجالات الأكاديمية والاجتماعية المختلفة.

- كان لها زاوية أسبوعية في جريدة «الرياضية» اسمها «حروف وردية».
- كان لها زاوية أسبوعية في مجلة «الجديدة» اسمها «صهيل حروفي»، إضافة إلى بعض التحقيقات الصحافية والحوارات.
- عملت مراسلة مجلة النخبة الكويتية في الرياض، وقدمت خلالها العديد من التحقيقات والتقارير الصحافية، إضافة إلى وجود زاوية لها عنوانها: «همسات».

المشاركات

- قدمت ورقة عمل تتضمن خطة إعلامية متكاملة خلال اللقاء الذي نظمه المتحف الوطني بالرياض تحت عنوان: «رؤية تكاملية بين الإعلام والمتحف الوطني لتعزيز الروح الوطنية في نفوس الناشئة»، وكان ذلك في سبتمبر ٢٠٠٤.
- شاركت بالتغطية الإعلامية لكثير من المناسبات الدولية المهمة مثل: مؤتمر الإرهاب الذي عقد بالرياض خلال الفترة من ٥ - ٨ فبراير ٢٠٠٥، ومؤتمر الفكر العربي بدبي الذي أقيم خلال الفترة من ٥ - ٦ ديسمبر ٢٠٠٥.
- شاركت في الإعداد لبرنامج «المرأة والمجتمع» في التلفاز السعودي - القناة الأولى - عام ٢٠٠٥.
- شاركت في كتاب «وطني... ظل الشمس» ضمن مجموعة

من الكتاب والكاتبات الذين تناولوا قضيتي الإرهاب والوطنية، والصادر عن الإدارة العامة للتربية والتعليم في منطقة عسير الذي صدر عام ٢٠٠٥.

- شاركت في لقاء الصالونات الثقافية الذي نظمه مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني بمكة المكرمة خلال الفترة من ٢٠ - ٢١ مايو ٢٠٠٦.
- شاركت في منتدى وورش عمل عن دور الإعلاميين والإعلاميات السعوديين في تحقيق أهداف التنمية البشرية، الذي عقد في مقر برنامج الأمم المتحدة الإنمائي خلال الفترة من ٢٧ - ٢٨ نوفمبر ٢٠٠٦.
- شاركت في اللقاء الثامن والعشرين لمنتدى التنمية وعنوانه: «الإعلام في دول الخليج: دوره التنموي ومساره المستقبلي» بمدينة دبي، خلال الفترة من ٨ - ٩ فبراير ٢٠٠٧.

العضويات

- عضو في هيئة الصحفيين السعودية.
- عضو في الجمعية السعودية للإعلام والاتصال.
- عضو في اللجنة الإعلامية في جمعية دسكا الخاصة بأطفال متلازمة داون.
- عضو في منظمة الإصلاح الجنائي بالقاهرة.
- عضو شرف في جمعية حقوق الإنسان البحرينية.

أرقام الهواتف

- المكتب: ٠٠٩٦٦١٤٦٤٠٤٩٤ تحويلة ٢٣٠٥
- فاكس: ٠٠٩٦٦١٤٦٢٢٩٩٩
- جوال: ٠٠٩٦٦٥٠٢٩٠٠٤٥
- البريد الإلكتروني:
samara@alwatan.com.sa
Mogn_samar@yahoo.com



الاسم: سوزان يوسف أحمد القليني.

الوظيفة

- رئيس قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة عين شمس.
- مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية جامعة عين شمس.
- المستشار الإعلامي بمجلس الشعب.

تاريخ الميلاد: ١٩٦٠/٢/٩.

المؤهلات العلمية

- بكالوريوس إعلام جامعة القاهرة ١٩٨٢ بتقدير ممتاز.
- ماجستير إعلام جامعة القاهرة ١٩٨٦ بتقدير ممتاز.
- دكتوراه الإعلام جامعة القاهرة ١٩٩٠ بمرتبة الشرف الأولى.

التدرج الوظيفي

- معيدة بقسم الإذاعة كلية الإعلام ١٩٨٢.
- مدرس مساعد بقسم الإذاعة كلية الإعلام ١٩٨٦.
- مدرس بقسم الإذاعة كلية الإعلام ١٩٨٩.
- أستاذ مساعد بقسم الإذاعة كلية الإعلام ١٩٩٥.
- أستاذ بكلية الآداب جامعة عين شمس ٢٠٠٠.
- عنوان العمل: جامعة عين شمس - كلية الآداب - العباسية.
- عنوان المنزل: ٥٨ شارع الحجاز مصر الجديدة.
- تليفون العمل: ٦٣٧٦١٧٤
- فاكس: ٦٣٧٦١٧٤

E-mail : dr_suzan@yahoo.com

المؤلفات العلمية

- الاتصال ووسائله ونظرياته دار النهضة العربية
- علم النفس الإعلامي دار النهضة العربية
- الإعلام والتنمية دار النهضة العربية
- الإعلام وقضايا المجتمع دار النهضة العربية
- تكنولوجيا الاتصال وأنظمة المعلومات دار النهضة العربية
- الإعلام الدولي دار النهضة العربية

- نشأة وسائل الإعلام وتطورها دار النهضة العربية
- مدخل إلى فنون الراديو والتلفزيون دار النهضة العربية
- التوثيق الإعلامي دار النهضة العربية
- الكتابة للراديو والتلفزيون دار النهضة العربية
- التخطيط للحملات الإعلامية والإعلانية دار النهضة العربية
- الإخراج في الراديو والتلفزيون دار النهضة العربية
- الإعلام البيئي بالاشتراك مع «د. صلاح مذكور» دار النهضة العربية
- الإعلام التعاوني.

الأبحاث والدراسات

أكثر من خمس وعشرين دراسة علمية منشورة بمجلات علمية محكمة.

الأنشطة العلمية

أولاً: الإشراف على الرسائل

أشرفت على ما يزيد على عشرين رسالة ماجستير ودكتوراه في كلية الإعلام جامعة القاهرة - كلية الآداب جامعة عين شمس - معهد دراسات الطفولة جامعة عين شمس - معهد الدراسات والبحوث البيئية جامعة عين شمس - كلية الزراعة جامعة عين شمس - معهد البحوث والدراسات العربية - جامعة الدول العربية.

اشتركت في مناقشة ما يزيد على عشرين رسالة في الجامعات والمعاهد المذكورة.

ثانياً: المشاركة في المؤتمرات العلمية

شاركت بالتنظيم أو بالأبحاث في المؤتمرات داخل مصر وخارجها.

أولاً: في مصر

- آفاق الإعلام الإذاعي والتلفاز في القرن الحادي والعشرين ١٩٩٦.
- المؤتمر القومي السادس للدراسات والبحوث البيئية ١٩٩٦.
- منتدى وحوار الحضارات ١٩٩٩.
- الأمن الاجتماعي والتنمية ١٩٩٩.
- الإعلام العربي وقضايا المرأة ٢٠٠١.
- المؤتمر الدولي الثاني عشر عن حماية البيئة ضرورة من ضرورات الحياة ٢٠٠٢.

- الجامعة والإعلام والمجتمع ٢٠٠٣.
- تنمية الوعي لدى الفتاة الجامعية ٢٠٠٣.
- حماية البيئة ضرورة من ضرورات الحياة «الدولي ١٣» ٢٠٠٣.
- الإعلام وتنمية المجتمع العربي ٢٠٠٣.

ثانياً: خارج مصر

- في لبنان: الإعلام ومؤسسات المجتمع المدني.
- تونس: الإعلام وقضايا الطفل العربي.

ثالثاً: المقالات المنشورة في الدوريات التالية:

- مجلة الفن الإذاعي.
- الدراسات الإعلامية.
- مجلة تعاونيات.
- مجلة أون.
- مجلة شؤون الشرق الأوسط.
- مجلة بحوث الإعلام.
- مجلة الطفولة والتنمية في الوطن العربي.

رابعاً: الأبحاث والدراسات الجماعية

- خريجو كلية الإعلام في الإذاعة والتلفزيون «دراسة تقويمية» قسم الإذاعة كلية الإعلام ١٩٩٦.
- تحليل مضمون الإذاعات الإقليمية في مصر كلية الإعلام ومؤسسة فريديش ايبيرت ١٩٩٧.
- تحليل الخطاب الديني في وسائل الإعلام المصرية مركز القرار للاستشارات ١٩٩٩.

خامساً: التدريس في الدورات التدريبية

- دورة قيادات الإدارة المحلية - رئاسة مجلس الوزراء - جهاز شؤون البيئة الفيوم سنة ١٩٩٦.
- دورة الإدارة البيئية - رئاسة مجلس الوزراء - جهاز شؤون البيئة «الزقازيق» سنة ١٩٩٦.
- دورة استطلاعات الرأي العام - كلية الإعلام ١٩٩٧.
- دورة تدريب الإذاعيين ومخططي البرامج - معهد التدريب الإذاعي ٢٠٠٠.
- دورة تدريب العاملين بمجال الأخبار - معهد التدريب الإذاعي ٢٠٠٠.
- دورة إعداد الإذاعيين العاملين في مجال برامج الشباب - مؤسسة هانزك سايدل ٢٠٠٠.
- دورة إعداد الكوادر الإعلامية للفضائيات - مؤسسة هانزك سايدل ٢٠٠٠.

- دورة العلاقات العامة - مركز بحوث الشرق الأوسط ٢٠٠٢.
- دورة إعداد الإذاعيين لتناول قضايا تنظيم الأسرة - هيئة الاستعلامات ٢٠٠٢.
- دورة التخطيط الإذاعي - معهد الإذاعة والتلفاز ٢٠٠٢.

سادساً: الإصدارات

- رئيس تحرير مجلة شؤون الشرق الأوسط مركز بحوث الشرق الأوسط من ٢٠٠٢.
- رئيس تحرير مجلة عين شمس الخد كلية الآداب من ١٩٩٩.
- عضو هيئة التحرير مجلة أون من ٢٠٠٠.
- عضو هيئة تحرير مجلة تعاونيات من ١٩٩٤.
- مستشار تحرير مجلة الفن الإذاعي من ٢٠٠٣.

سابعاً: عضوية الجمعيات واللجان العلمية

- المستشار الإعلامي بمجلس الشعب.
- الأمين العام المساعد لمركز التعاون الأوروبي العربي.
- عضو لجنة الإعلام بالمجلس القومي للمرأة.
- عضو المجالس القومية المتخصصة «لجنة الإعلام».
- عضو هيئة مكتب الأمانة العامة للمرأة بالحزب الوطني.
- عضو الأمانة العامة للسياسات بالحزب الوطني لجنة مصر والعالم.
- عضو لجنة الفضائيات باتحاد الإذاعة والتلفاز.
- عضو لجنة الكوادر الإعلامية باتحاد الإذاعة والتلفاز.
- عضو لجنة الأخبار باتحاد الإذاعة و التلفاز.
- مستشار التحرير لمجلة الفن الإذاعي الصادرة عن اتحاد الإذاعة والتلفاز.
- عضو لجنة قطاع الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات.
- عضو لجنة قطاع المعاهد التجارية بوزارة التعليم العالي.
- عضو لجنة الدراسات النوعية بالمجلس الأعلى للجامعات.
- عضو اللجنة الدولية لحماية المستهلك «الكوبولكو».
- عضو لجنة الكتاب والنشر بالمجلس الأعلى للثقافة.
- عضوية الجمعية العلمية للتعاونيين المصريين.
- عضو هيئة تحرير مجلات أون، وتعاونيات، والفن الإذاعي.
- عضو جمعيات علمية ومجالس ولجان إعلامية مختلفة.

الاسم: د. عائشة عبدالله إبراهيم راشد النعيمي.

الدرجة: أستاذ مساعد.

التخصص الدقيق: صحافة.

التخصص العام: الاتصال الجماهيري.

العنوان: دولة الإمارات العربية المتحدة - دبي - ص.ب: ٢١٠١٨

الهاتف المشترك: ٥٠٦٥٧١٧١١

فاكس: ٤٢٨٧٦٠٧٧

البريد الإلكتروني: aisha99rm@hotmail.com

المؤهلات العلمية

- دكتوراه الصحافة ١٩٩٩ - جامعة القاهرة - جمهورية مصر العربية.
- «التفاعل الاتصالي بين الصحافة والجمهور في دولة الإمارات العربية المتحدة ١٩٩٦-١٩٩٧».
- ماجستير الصحافة ١٩٩٤ - جامعة القاهرة - جمهورية مصر العربية.
- «العلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية في دولة الإمارات العربية المتحدة ١٩٧٠ - ١٩٩٠ دراسة تطبيقية على صفح الاتحاد - البيان - الخليج».
- بكالوريوس الإعلام - جامعة الإمارات العربية المتحدة ١٩٨٤.

الخبرات المهنية

- مدير أول/ إدارة الإعلام والدراسات/ المكتب التنفيذي

- لسمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم حاكم دبي ٢٠٠٦/٨/١٩ - ٢٠٠٧/١/٣٠.
- أستاذ مساعد، برنامج الاتصال الجماهيري، جامعة الإمارات العربية المتحدة ١٩٩٩ - أغسطس ٢٠٠٧.
- معيدة/ برنامج الاتصال الجماهيري/ جامعة الإمارات العربية المتحدة ١٩٩٠ - ١٩٩٩.
- صحفية/ مؤسسة الاتحاد للصحافة والنشر ١٩٨٥ - ١٩٩٠.
- رئيس قسم العلاقات العامة/ وزارة الصحة ١٩٨٤ - ١٩٨٥.

المؤتمرات والندوات

- مؤتمر الاتصال IAMCR - سنغافورة ٢٠٠٠/٢/٢٠٠١م.
- مؤتمر الإعلام في دولة الإمارات العربية المتحدة - جامعة الشارقة بالتعاون مع الدائرة الثقافية بالشارقة ٢٠٠٠/٢٠٠١.
- مؤتمر المرأة والثقافة - نادي الفتيات بالشارقة - دولة الإمارات ٢٠٠٠/٢/٢٠٠١.
- مؤتمر الإعلاميات العربيات - مركز دراسات المرأة العربية - عمّان - الأردن، يونيو ٢٠٠١.
- مؤتمر «المرأة والتمكين الاقتصادي» - شبكة أنجد - مركز دراسات المرأة العربية - كوتر - تونس، ٢٠٠٥.
- المنتدى الإعلامي للمرأة العربية بالتعاون مع جامعة الدول العربية - أبو ظبي - دولة الإمارات، مايو ٢٠٠٢.
- مؤتمر المرأة والإعلام - جمعية الصحفيين التونسية ومركز دراسات المرأة العربية «كوتر» تونس ٢٠٠١.
- مؤتمر الصحافة في عالم متغير/ مركز الدراسات والبحوث - مؤسسة الخليج للصحافة والنشر/ الشارقة ٢٠٠٤.
- مؤتمر البيان «الإعلام المحلي في دولة الإمارات»

- ورقة عمل: المرأة والإعلام في دولة الإمارات العربية المتحدة، مؤتمر المرأة، جمعية الصحفيين التونسية بالتعاون مع مركز كوثر للمرأة العربية، تونس ٢٠٠١.
- ورقة عمل «واقع العمل الصحفي في دولة الإمارات، الصحفيين نموذجاً» دائرة الثقافة والإعلام، المشاركة.
- ورقة عمل «الإعلام الإماراتي بين الإرث الرقابي والتعددية المفروضة» مؤتمر البيان الأول ٢٠٠٥.
- ورقة عمل «اللغة العربية ووسائل الاتصال الجماهيري»، وحدة المتطلبات الجامعية، جامعة الإمارات العربية المتحدة، ١٩٩٩/٢٠٠٠.

- ورقة عمل «الإعلام الإماراتي بين الحكومي والخاص»، مؤتمر البيان الثاني، الإعلام الإماراتي، رؤى مستقبلية ٢٠٠٦.
- ورقة عمل «الهوة الوطنية ومتغيرات المرحلة في دولة الإمارات العربية المتحدة» اللقاء الثقافي الأول، العين، وزارة الثقافة والشباب وتنمية المجتمع ٢٠٠٧.
- مشروع بحث حول: دراسة تفويجية لمساقات التدريب الميداني، دراسة تطبيقية على طلاب الأقسام العلمية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الإمارات العربية المتحدة.

بحوث جار العمل بها

- بحث حول البرامج الإذاعية وأوليات قضايا الجمهور في دولة الإمارات العربية المتحدة: دراسة تطبيقية على برامج البث المباشر في الإذاعة المسموعة بدولة الإمارات ٢٠٠٥-٢٠٠٦.
- كتاب حول الإعلام وسوسيولوجيا المجتمع الإماراتي.
- كتاب دراسي حول تاريخ الصحافة في دولة الإمارات: النشأة والتطور.
- الدورات وورش العمل
- دورة «الصحافة في مجتمع مفتوح»/ دورة تدريب صحفي بمشاركة وزارة الإعلام والثقافة، ووكالة أنباء الإمارات، وهيئة

- ٢٠٠٥.
- مؤتمر مؤسسة الخليج للصحافة والنشر «الإصلاح السياسي والتحول الديمقراطي في الوطن العربي» ٢٠٠٦.
- مؤتمر البيان «الإعلام المحلي في الإمارات- رؤى مستقبلية» ٢٠٠٦.
- ندوة «إعلام الإمارات في زمن متحول»، دائرة الثقافة والإعلام، المشاركة/مارس ٢٠٠١.
- ندوة «المواطنون في الصحافة الإماراتية»، نادي دبي للصحافة، دبي، نوفمبر/٢٠٠٣.

الكتب

- كتاب مدرسي «التربية الوطنية في دولة الإمارات العربية المتحدة»، المرحلة الثانية، تأليف مشترك، الطبعة الأولى وزارة التربية والتعليم، ٢٠٠٤-٢٠٠٥.
- كتاب مدرسي «التربية الوطنية في دولة الإمارات العربية المتحدة»، المرحلة الثالثة، تأليف مشترك، الطبعة الأولى وزارة التربية والتعليم، ٢٠٠٤-٢٠٠٥.
- الدراسات والأوراق البحثية
- بحث حول «الصحافة الاقتصادية في دولة الإمارات العربية المتحدة دراسة مقارنة بين صحف الاتحاد/البيان/الخليج» بحث منشور، مجلة شؤون اجتماعية، دولة الإمارات العربية المتحدة ٢٠٠٧.
- بحث حول «دور الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للمرأة الإماراتية»، بحث منشور، مجلة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٠٦.
- بحث حول «صورة المرأة العربية في الدراسات الإعلامية، دراسة ييبولوجرافيا ١٩٩٩-٢٠٠٤»، بحث منشور بالتعاون مع المكتب الإقليمي للأمم المتحدة بعمان ومركز دراسات المرأة «كوثر» تونس. بحث منشور ٢٠٠٧.

عضوية اللجان في دولة الإمارات العربية المتحدة

- عضو مجلس إدارة جمعية الصحفيين، دولة الإمارات العربية المتحدة ٢٠٠٣.
- رئيس لجنة مقاطعة البضائع الأمريكية بدولة الإمارات العربية المتحدة ٢٠٠٣.
- عضو لجنة الاستراتيجيات بوزارة الثقافة والشباب وتنمية المجتمع بدولة الإمارات العربية المتحدة ٢٠٠٧.
- عضو لجنة تحكيم جائزة الصحافة العربية ٢٠٠٤.
- عضو لجنة تحكيم جائزة المرحوم تريم عمران الصحفية/مؤسسة الخليج للصحافة والنشر/الدورة الأولى/ ٢٠٠٤.
- عضو لجنة تحكيم جائزة المرحوم تريم عمران الصحفية/مؤسسة الخليج للصحافة والنشر/الدورة الثانية/ ٢٠٠٥.
- عضو لجنة تحكيم جائزة المرحوم تريم عمران الصحفية/مؤسسة الخليج للصحافة والنشر/ ٢٠٠٦.
- عضو لجنة تحكيم جائزة المرحوم تريم عمران الصحفية/مؤسسة الخليج للصحافة والنشر/ ٢٠٠٧.
- عضو اللجنة الاستشارية لمجلة آفاق تربوية/إدارة الدراسات التربوية/وزارة التربية والتعليم/دولة الإمارات العربية المتحدة/ ٢٠٠٤.
- عضو اللجنة الثقافية بالنادي الأهلي بدبي/ ٢٠٠٧.
- عضو اللجنة الإعلامية/الدورة الرياضية الرابعة لجامعات دول مجلس التعاون الخليجي/ ١٩٩٩.
- عضو الوفد الرسمي لدولة الإمارات العربية المتحدة/المنتدى الإعلامي للمرأة العربية بالتعاون مع جامعة الدول العربية/أبوظبي/دولة الإمارات/مايو ٢٠٠٢.

عضوية اللجان في جامعة الإمارات العربية المتحدة

- عضو لجنة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لاستقطاب أعضاء هيئة التدريس بالكلية ٢٠٠٣.
- عضو لجنة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لخدمة المجتمع ٢٠٠٤.

- الإذاعة البريطانية/أبوظبي ١٣-١٧ مايو ١٩٩٩.
- دورة «الإعلام البيئي» بمشاركة مكتب الأمم المتحدة الإنمائي/أبوظبي/مارس ٢٠٠٥.
- محاضر في دورة «تقنيات التحرير الصحفي»/لضباط الأركان في القيادة العامة للقوات المسلحة بدولة الإمارات العربية المتحدة، أبوظبي ٢٠٠٢.
- محاضر في دورة «تقنيات التحرير الصحفي»/لضباط الأركان في القيادة العامة للقوات المسلحة، أبوظبي، ٢٠٠٣.
- ورشة عمل حول المرأة والإعلام في الإمارات والخليج بالتعاون مع كرسي اليونيسكو/كليات التقنية العليا طالبات/دبي، ٢٠٠٣.
- محاضر في دورة «فنون الكتابة الصحفية» لإدارات المناطق التعليمية بوزارة التربية والتعليم بدولة الإمارات العربية المتحدة/ ٢٠٠٢.
- محاضر في دورة «أخلاقيات العمل الصحفي» مركز تدريب المرحوم تريم عمران/مؤسسة الخليج للصحافة والنشر. ٢٠٠٧.
- المشاركة كمتحدث في ورشة عمل حول «لبنان ما بعد الحرب، السيناريوهات المحتملة»/المعهد الدبلوماسي/وزارة الخارجية/دولة الإمارات، ٢٠٠٧.
- المشاركة كمتحدث في ورشة عمل حول «الهوة الوطنية لمدينة دبي»/المجلس الثقافي بدبي. ٢٠٠٧.
- المشاركة كمتحدث رئيس في اللقاء الثقافي الأول/وزارة الثقافة والشباب وتنمية المجتمع/دولة الإمارات/العين، ٢٠٠٧.

عضوية اللجان الخارجية

- عضو اتحاد الصحفيين العرب.
- عضو الجمعية الدولية لبحوث الإعلام والاتصال.
- عضو منتدى التنمية الخليجي.
- عضو شبكة أنجد للمرأة العربية/مركز كوثر لدراسات المرأة/تونس.
- عضو رابطة الإعلاميات العربيات/عمان/الأردن.

- رئيس اللجنة الإعلامية لملتقى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الإمارات العربية المتحدة/ ٢٠٠٥ - ٢٠٠٦.
- رئيس تحرير مجلة «الملتقى» تصدر من جامعة الإمارات العربية المتحدة.
- رئيس اللجنة الإعلامية لنادي الإبداع بجامعة الإمارات العربية المتحدة/ ٢٠٠٥ - ٢٠٠٦.
- رئيس لجنة التدريب العملي/برنامج الاتصال الجماهيري، جامعة الإمارات العربية المتحدة.
- رئيس لجنة الحالات الطلابية/برنامج الاتصال الجماهيري/ جامعة الإمارات ٢٠٠٣-٢٠٠٦.

الخبرة الإشرافية

- رئيس لجنة تأليف كتاب التربية الوطنية/ المستوى الثاني، وزارة التربية والتعليم بدولة الإمارات العربية المتحدة.
- رئيس لجنة تأليف كتاب التربية الوطنية/ المستوى الثالث/ وزارة التربية والتعليم بدولة الإمارات العربية المتحدة.
- رئيس لجنة تأليف كتاب التربية الوطنية/ المستوى الرابع/ وزارة التربية والتعليم بدولة الإمارات العربية المتحدة.
- رئيس لجنة تأليف كتاب التربية الوطنية/ المستوى الخامس/ وزارة التربية والتعليم بدولة الإمارات العربية المتحدة.

الخبرات التدريسية

تدريس المساقات الآتية:

- الرأي العام/الاتصال الدولي/أخلاقيات الإعلام/الصحافة المتخصصة/ تحرير صحفي(١)/ تحرير صحفي(٢)/ الصحافة العربية والعالمية/ إدارة المؤسسات الإعلامية/ المراسم والبروتوكول/ المساق التكاملي «مشروع تخرج صحافة»/ مناهج البحوث الإعلامية/ مدخل علم الاتصال، وكالات الأنباء.

الإشراف الأكاديمي

- الإشراف الأكاديمي على إصدار صحيفة إعلامية وتحريرها - تصدر عن قسم الاتصال الجماهيري، جامعة الإمارات العربية المتحدة.

- الإشراف الأكاديمي على مشاريع التخرج/ مسار الصحافة/ جامعة الإمارات العربية المتحدة.
- الإشراف الأكاديمي على برنامج التدريب العملي الميداني/ مسار الصحافة، جامعة الإمارات.
- الإشراف على إصدار صحيفة «ملتقى الشباب العربي»/ الملتقى الأدبي الأول لشباب جامعات الوطن العربي/ جامعة الإمارات- ٢٠٠٦.

المقالات المنشورة

- المجلس الوطني للإعلام والاستحقاقات الوطنية/ صفحة آراء ودراسات/ صحيفة الخليج الإماراتية أكتوبر ٢٠٠٦.
- الحراك الديمقراطي في الإمارات، الفارق بين مشهدين/ صفحة آراء ودراسات/ صحيفة الخليج الإماراتية، فبراير ٢٠٠٥.
- المشاركة الشعبية تحدد صلاحيات المجلس الوطني وليس العكس/ صفحة آراء ودراسات/ صحيفة الخليج الإماراتية ديسمبر ٢٠٠٧.
- الرأي العام في الإمارات ودوامة الصمت/ صفحة آراء ودراسات/ صحيفة الخليج الإماراتية، أبريل ٢٠٠٦.
- الإعلاميون الإماراتيون أداة لغربة الإعلام في وطنه/ صفحة آراء ودراسات/ صحيفة الخليج الإماراتية، يناير ٢٠٠٦.
- التعليم وهاجس الأمن في الخليج/ صفحة آراء ودراسات/ صحيفة الخليج الإماراتية مارس ٢٠٠٦.
- صحافة الإمارات وأزماتها الموسمية/ صفحة وجهات نظر/ صحيفة الاتحاد الإماراتية، ٢٨ فبراير ٢٠٠٢.
- الصحافة الإماراتية: إشكالية الداء المهني/ صفحة وجهات نظر/ صحيفة الاتحاد الإماراتية، ١٩ فبراير ٢٠٠٢.
- الإعلام العربي، وتطور الفكر الرقابي/ صفحة وجهات نظر/ صحيفة الاتحاد الإماراتية، ١٥ يناير ٢٠٠٢.
- «سي. إن. إن» بالعربية: أين حدود الهيمنة/ صفحة وجهات نظر/ صحيفة الاتحاد الإماراتية، ٢٩ يناير ٢٠٠٢.

علي العلياني

- مستشار الشؤون السعودية والخليجية في قناة الـ«ال بي سي» الفضائية.
- معد ومقدم برنامج «عيشوا معنا» على الـ«ال بي سي» بمشاركة زميلتيه منى سراج وغادة مصلي.
- قدم قبل ذلك وخلال حرب لبنان الأخيرة برنامج «كلام في الحرب» على القناة ذاتها.
- عمل مراسلاً لقناة دبي الاقتصادية.
- عمل في صحيفة المدينة السعودية.
- عمل مراسلاً ميدانياً لقناة العربية.
- عمل في مجلة فوربز الأمريكية.
- عمل في صحيفة الحياة.
- أنجز برنامج «إعداد القادة للقرن الواحد والعشرين».
- تخرج في قسم الإعلام بجامعة الملك عبدالعزيز أواخر عام ٢٠٠٢.
- من مواليد ١٩٧٩.



مها مصطفى عقيل

ص.ب. ١٠١٢٩١ جدة ٢١٣١١، جوال ٥٥٠٣٠٠٧٥٣٣

الدراسة

- بكالوريوس إعلام من جامعة فولرنت في كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية «١٩٩٠».
- ماجستير إدارة أعمال تخصص تسويق من جامعة لويولا ماريمونت في كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية «١٩٩٣».
- ماجستير إعلام من جامعة كالغري في كندا «٢٠٠٣».
- قدمت بحثاً عن المرأة السعودية في الإعلام: وضعها والمعوقات التي تواجهها والقضايا التي تناقشها.

العمل

- مديرة تحرير مجلة «ذي جورنال» الصادرة عن منظمة المؤتمر الإسلامي بجدة. وهي أول سعودية تعين في المنظمة، وأول سعودية تدير تحرير مجلة تصدر في السعودية. «٢٠٠٧».
- عملت في جريدة عرب نيوز لمدة ٤ سنوات محررة صحفية تكتب عن المواضيع الاجتماعية والصحية والتعليم، كما أنها أشرفت على الصفحة الاقتصادية. «من ٢٠٠٢ إلى ٢٠٠٦».
- عملت في معهد الإدارة بالرياض كمحاضرة «١٩٩٥».
- عملت في أثناء دراستها في أمريكا مسؤولة العلاقات العامة لجمعية دار الطفل، ومعدة ومقدمة برامج في التلفاز العربي الأمريكي.
- من مواليد الطائف عام ١٩٦٩ لأسرة مكية.
- عضوة في لجنة العلاقات الدولية في غرفة التجارة والصناعة بجدة.

نادية كمال الجويلي

- من مواليد ١٩٦١.
- حصلت عام ١٩٨٣ على ليسانس اللغة الإنجليزية من كلية الألسن بجامعة عين شمس.
- عملت محررة بصحيفة الاجبيشيان جازيت لمدة عام حتى يونيو ١٩٨٤.
- التحقت بالقسم العربي لوكالة رويترز بالقاهرة محررة مترجمة من يونيو ١٩٨٤.
- عينت صحفية بالوكالة في مارس ١٩٨٥.
- شاركت في تغطية العديد من المؤتمرات والأحداث لروترز.
- ساهمت في إعداد مسرد للمصطلحات الاقتصادية والنفطية للنشرة العربية لوكالة رويترز عام ١٩٩٢.
- تولت تدريب مجموعات من الصحفيين العرب في دورات بالأردن، والبحرين، ومصر منذ عام ٢٠٠٤.
- قامت بإعداد عدد من الحلقات الوثائقية التلفزيونية عن شخصيات أجنبية تعمل بالقاهرة لقناة النيل الدولية المصرية.
- عملت بتدريس الترجمة الصحفية لطلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة عامي ٢٠٠٤-٢٠٠٥ و٢٠٠٥-٢٠٠٦.
- في مطلع عام ٢٠٠٦ قامت بتأسيس النشرة الإنجليزية لوكالة أنباء «أصوات العراق» المستقلة التي أنشئت برعاية مؤسسة رويترز، وبتمويل برنامج الأمم المتحدة الإنماء، وتولت مسؤولية تحرير النشرة وتدريب عدد من الصحفيين العراقيين باللغتين العربية والإنجليزية للعمل بأصوات العراق حتى فبراير ٢٠٠٧.
- تعمل حالياً بالقسم الاقتصادي للنشرة العربية لروترز.
- عضو نقابة الصحفيين المصرية.



الاسم: نوال بنت أحمد محمد بخش.

الوظيفة الحالية

مذيعة ومديرة لإدارة النسائية، والمشرفة على برامج الأسرة والطفل من ١٤١٧ - حتى ١٤٢٦.

المؤهلات

- بكالوريوس اجتماع - تخصص خدمة اجتماعية جامعة الملك سعود كلية الآداب عام ١٤٠٨ الرياض.
- شهادة إعداد المعلمات المتوسط بالرياض عام ١٣٩١.
- دبلوم في اللغة الإنجليزية - معهد الدراسات المتقدمة/مانشستر ١٩٧٤.
- شهادة كيمبردج الأولى في اللغة الإنجليزية وأدائها - جامعة كيمبردج ١٩٧٥.
- أتمت تعليمي الابتدائي والمتوسط والثانوي إلى الجامعة بالرياض.

المسيرة العملية وأوليات عملي

- كنت أول من التحق بإذاعة الرياض منذ إنشائها عام ١٣٨٤، كما أنني أول فتاة سعودية تظهر في التلفاز عام ١٣٨٦ - ١٩٦٦، وقد مارست جميع أشكال العمل الإعلامي في مجال الإعداد والتقديم والتمثيل، وتميزت بالعمل الميداني، والحوار، وإلقاء الشعر.
- تخصصت في إعداد وتقديم برامج الطفل والأسرة والمجتمع - إذاعة وتلفزيون، أولها كان برنامج البيت السعيد الإذاعي، استمر ٣٠ عامًا.
- كنت أول العناصر النسائية التي قدمت مفهوم الإعلام التنموي من خلال برامج الإذاعة، والذي يتخصص لمواكبة خطط التنمية لتحقيق أهداف الدولة منذ أول خطة عام ١٩٧٠م/ ١٣٩٠هـ.
- ركزت اهتمامي نحو قضايا وأحداث اجتماعية وإنسانية.
- وجهت الرسالة الإعلامية في المدينة، والقرية، والريف، والبادية، ومارست الكتابة الصحفية، سابقًا، في مجلة اليمامة، والجزيرة، وعكاظ، ومجلات حواء المصرية، واليقظة الكويتية.
- كنت أول امرأة تتصدر عددًا من الأعمال مثل:
- أول مذيعة تقدم فترة على الهواء في تلفاز المملكة العربية السعودية عام ١٣٩٠.
- وجهت اهتمامي في سن مبكرة إلى إعداد برامج خاصة بالطفل والأسرة وتقديمها.
- أول مذيعة تقوم بتجربة الرسائل الصوتية المباشرة عبر الهاتف من مناطق المملكة المختلفة في تغطية للأنشطة الثقافية، والصحية، والتعليمية الخاصة بالمرأة، والتي



- شملت جميع مناطق المملكة ومحافظاتها، منذ بدأت من أباها عام ١٤٠١.
- أول مذيعة سعودية تخوض تجربة الحوار لتحليل المواقف السياسية والاجتماعية يوميًا إبان حرب الخليج في برنامج «مع الأحداث»، وكان لي دور بارز إعلاميًا في تلك الفترة (١٩٩٠ - ١٩٩١) من خلال البرامج الجماهيرية.
- أول صوت نسائي يقدم البرامج الجماهيرية على الهواء من إذاعة الرياض في الفترة المفتوحة لأول أيام عيد الفطر بتاريخ ١٠/١٤١٦، وما زلت.
- أول صوت نسائي يقدم البرامج الإخبارية في إذاعة الرياض عام ١٤١٨.
- أول مذيعة تعد برنامج «الأسرة والمجتمع» وتقدمه، ومباشر على الهواء للطلبة والطالبات تربويًا في إذاعة الرياض عام ١٤٢٠، وما زلت مستمرة.
- ساهمت في العديد من المناسبات الإعلامية والثقافية والاجتماعية داخل المملكة، ودول مجلس التعاون الخليجي، وما زلت مستمرة.
- أول من ساهم في التغطية الإذاعية للأنشطة النسائية لمهرجانات التراث والثقافة بالجنادرية منذ بدايتها عام ١٤٠٥ حتى المهرجان «٢٠» عام ١٤٢٦ وما زلت مستمرة.
- تم اختياري مذيعة الحفل المسؤولة في يوم المرأة العسيرة بالجنادرية ١٤١٧.
- في عام ١٤١٨ تم اختياري من إمارة منطقة القصيم لأكون مذيعة الحفل في يوم افتتاح قرية القصيم في الجنادرية.
- تم اختياري من قبل صاحبات السمو الأميرات كرهبات الملك المؤسس بتاريخ ١٢/١٤١٢ - ١٩٩٩/٢/١٨ لأكون المذيعة المسؤولة، ومعدة ومقدمة احتفالات المئوية - وعدد من المناسبات كاحتفالات الجنادرية.
- **الجوائز التي حصلت عليها والمناسبات التي كرمت فيها**
- نلت العديد من الدروع والجوائز وشهادات التقدير من مختلف المؤسسات الثقافية والاجتماعية والتعليمية والطبية في المملكة ودول الخليج.
- تم تكريمي في دولة الكويت بعد التحرير لجهودتي الإعلامية المؤازرة، ومشاركتي الفاعلة من الجمعية الكويتية التطوعية النسائية لخدمة المجتمع برئاسة الشخة لطيفة الفهد السالم الصباح عام ١٤١٢هـ/ ١٩٩٢م.
- وكرمت من اللجنة التطوعية الكويتية في الرياض من الشخة سلوى صباح الأحمد الصباح - سفارة دولة الكويت بالمملكة.
- كرمت من قبل مكتبة الملك عبدالعزيز لجهودتي المساندة في مجال تثقيف المرأة بحضور حرم ولي العهد سمو الأميرة حصة الشعلان في ١٤١٦/٥.
- كما تم تكريمي من صاحبة السمو الملكي الأميرة سارة الفيصل، رئيسة جمعية

- النهضة النسائية الخيرية بالرياض عام ١٤١٩، وذلك لمساهمتي الفاعلة ومساندتي الإعلامية لأهداف الجمعية ومشاريعها منذ ثلاثين عاماً.
 - تم تكريمي من جامعة الملك سعود في أسبوع الجامعة والمجتمع الثالث عام ١٤٢٠ لجهودي الإعلامية المميزة.
 - تم تكريمي من جمعية الأطفال المعاقين لعملتي الإعلامي التطوعي بحضور حرم خادم الحرمين الشريفين سمو الأميرة الجوهرة البراهيم في عام ١٤٢٥.
 - وكرمت من المتحف الوطني لمشاركتي في اللقاء الخاص «عن الرؤية التكاملية بين الإعلام والمتحف الوطني لتعزيز الروح الوطنية لدى الناشئة» في عام ١٤٢٠.
 - تم تكريمي في لقاء سيدات الأعمال بالعرفة التجاربية بالرياض في عام ١٤٢٥ لجهودي الإعلامية ودعوتي من سنوات لإيجاد قسم نسائي بها.
 - كرمت من حرم الأمير خالد الفيصل، أمير عسير، الأميرة العنود بنت عبد الله، رئيسة القطاع النسائي والطفولة في مهرجان عسير الثقافي السنوي لجهودي المتميزة في عام ١٤٢٠.
 - في عام ١٤٢٥ كرمت من مركز الأمير سلمان الاجتماعي لخدماتي الإعلامية والإنسانية منذ إنشائي.
- اهتمامي بقضايا المرأة**
- اهتمت بقضايا المرأة، وأجريت حوارات في برامجي وعلى مدى أكثر من ثلاثين عاماً مع نخبة الشخصيات النسائية البارزة والفاعلة في مختلف القطاعات والمواقع بالملكة ودول الخليج والدول العربية.
- مشاركاتي في المجال الإعلامي داخليا وخارجيا**
- كنت أول إعلامية إذاعية سعودية يتم انتدابها رسمياً لنقل حدث خارج المملكة، بدعوة خاصة من سفارة المملكة بلندن لتغطية فعاليات «ندوة عن جهود المملكة في مكافحة الإرهاب» في ٢٢ أكتوبر ٢٠٠٣.
 - شاركت بورشة عمل في الأيام الثقافية السعودية في تونس ٣-٧ يونيو ٢٠٠٥، ترغيب الطفل على المطالعة «وجهة نظر إعلامية في مكتبة المعلوماتية بأريانة».

- كنت أول إعلامية إذاعية سعودية تشارك رسمياً في فعاليات الأسبوع الثقافي الأول لوزارة الثقافة والإعلام - بتونس - تغطية إذاعية للحدث ومشاركة في ورشة عمل «ثقافة الطفل العربي» في الفترة ٢٠٠٥/٥/٣١م - ١٤٢٦/٥/٢٣هـ.
- شاركت بورقة عمل عن «أهمية دور الإعلام في تفعيل توصيات مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني» اللقاء الخامس - نحن والآخر ١٣-١٥/٢/٢٠٠٥.
- شاركت في لقاءات تلفزيونية حول قضية المرأة، ودورها الفاعل في التنمية الشاملة.
- شاركت في التغطية بـ «اللجنة الإعلامية النسائية» للحوار الوطني بمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني لعامين متتاليين أهما ١٤٢٦- الجوف ١٤٢٧.

رائدة في مجال العمل الإعلامي إذاعة وتلفاز وورد اسمي في المعاجم التالية:

- أوليات سعودية عبدالرحمن بن علي الدوسري صدر عام ١٤١٦.
- من مشاهير الجزيرة العربية للفترة من ١٤٠٧- ١٤١٧ لعبدالكريم بن حمد بن إبراهيم الحقيق الجزء الأول.
- معجم اسبار نساء سعوديات إصدار اسبار للدراسات والبحوث والإعلام ١٤١٨.
- نشأة وتطور الإذاعة في المجتمع السعودي من عام ١٣٦٨- ١٤١٩هـ/١٩٤٩- ٢٠٠٠م بدر أحمد كريم.

دورات حصلت عليها

الدورات الخارجية

- في بريطانيا ما بين عام ١٩٧٠- ١٩٧٥.
- دورة في العمل التطوعي في المجتمع المحلي.
- دورة في مهارات العلاقات الإنسانية في المجتمع.
- دورة في الاقتصاد والإدارة المنزلية.
- دورة في فنون تنسيق الأزهار واستخدام خامات البيئته.
- دورة إعلامية متخصصة + ورشة عمل في المملكة المغربية- عن أهداف الألفية نظماً مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث «كوثر» ومقره تونس بالتنسيق مع شبكة المنظمات العربية غير الحكومية

للتنمية بالمغرب بإشراف برنامج منظمة الأمم المتحدة الإنمائي ١٥-٢١ ديسمبر ٢٠٠٦.

الدورات الداخلية

- دورة تنمية المهارات الإشرافية من معهد الإدارة عام ١٤٢٠.
- دورة كيفية مواجهة ضغوط العمل ومشكلاته ١٤٢٢.
- دورة تنمية العلاقات الإنسانية في محيط العمل ١٤٢٣.

أبحاث وأعمال نشرت لي

- بحث عن «أهمية دور المرأة الإعلامية في التنمية» إذاعة وتلفاز.
- الإعلام التنموي بحث ميداني تحليلي لما يقدم في الإذاعة من البرامج، وأركان موجة لتحقيق أهداف التنمية تعني بتغيير المفاهيم السلبية وإحلال المفاهيم الإيجابية ضمن عملية التغيير الاجتماعي.
- الإذاعة في خدمة المجتمع دراسة عن برامج الأسرة والطفل في الإذاعة والتلفزيون في التوعية الشاملة والتنشئة الاجتماعية «نظرة تطويرية».

إسهامات أخرى

- شاركت كعضوة في العديد من النشاطات أهمها:
- عضوة بجمعية النهضة النسائية الخيرية- اللجنة الإعلامية والاجتماعية.
- عضوة بجمعية الوفاء النسائية الخيرية- اللجنة الإعلامية والاجتماعية- الرياض.
- عضوة بجمعية الجنوب النسائية الخيرية- أباها.
- عضوة بجمعية الملك عبدالعزيز النسائية الخيرية- القصيم.
- عضوة إعلامية بجمعية الأيتام الخيرية «إنسان».
- عضوة إعلامية باللجنة الاستشارية ببرنامج الخليج العربية برئاسة صاحب السمو الملكي الأمير طلال بن عبدالعزيز.
- مستشارة إعلامية في لجنة التنشيط السياحي بالقطاع النسائي- أباها- برئاسة سمو الأميرة العنود بن عبدالعزيز.
- عضوة بمركز الأمير سلمان الاجتماعي القسم النسائي منذ إنشائه.
- عضوة بجمعية الأطفال المعاقين بالرياض.
- عضوة باللجنة النسائية في المتحف الوطني- الرياض.



الاسم الرباعي: وفاء بكر يونس إبراهيم.

رقم الهوية الشخصية: ١٠٠٨٩٥٩٨٧٤

الخلفية العلمية: بكالوريوس تربية (رياض أطفال) خريجة سنة

١٩٨٣ من كلية: (Weber State Collogue) Ogden in the

(State of Utah

U.S.A

المستوى الخامس - رقم الوظيفي (٨٥٦٧١).

العمل الحالي: مسؤولة وحدة العلاقات العامة والإعلام التربوي

في الإدارة العامة للتربية الخاصة.

الخلفية العملية

• معلمة في رياض الأطفال في جامعة الملك سعود من عام

١٤٠٥ حتى عام ١٤٢٤.

• مشرفة تربوية في الإدارة العامة للتربية الخاصة.

• معدة برامج أسرية أطفال للمعاقين والفاءات في التربية الخاصة

في الإذاعة لمدة ٢٥ سنة.

• الحصول على شهادات تقديرية في عدة مجالات بلغ عددها

١٠٥ منها شهادات حضور، ومشاركات، وأعمال خيرية، وموظفة

مثالية، وجهود شخصية، وتقدير في حفلات معاهد ومؤسسات

خيرية، وإدارة حوارات في ندوات أدبية أو شعرية.

البحوث والدراسات

أصدرت قصة قطرات الحليب و٤ قصص في الطريف للنشر.

المشاركات

• تقديم ورشة عمل للمعلمة غير المتخصصة في صعوبات التعلم

إذا وجد لديها أطفال ذوو صعوبات تعلم في المنطقة الشرقية

في حفل خيربي بحضور حرم أمير المنطقة في عام ١٤١٧.

• أقامت ورشات عمل لمدة ترم كامل لطالبات رياض الأطفال في

جامعة الملك سعود عام ١٤٢٣.

• مشاركة في تقديم ورقة عمل في اللقاء التربوي للتربية الخاصة

في مكة المكرمة بعنوان: «رؤى إعلامية في التربية الخاصة»

عام ١٤٢٤.

الدورات والندوات

• تنمية مهارات الإشراف الفعال التي أقيمت في مدينة الرياض

بتاريخ ١٤٢٦.

• دورة تطوير المسار المهني للإعلاميين التي أقيمت في مدينة

الرياض بتاريخ ١٤٢٦.

• دورة تدريبية لتنمية قدرات المشرفات غير المتخصصات في

التربية الخاصة.

• دورة التعرف بالمعاقين بمركز خدمة المجتمع والتعليم

المستمر في جامعة الملك سعود ١٤١٦.

• دورة تنمية مهارات التعامل مع المكفوفين عام ١٤٢٤ -

١٤٢٥.

• الندوة الدولية للتوحد واضطرابات النمو المماثلة عام ١٤٢٥.

• المؤتمر الأول في الشرق الأوسط حول اضطرابات فرط الحركة،

وتشتت الانتباه في تاريخ ١٤٢٥.

• ندوة الطفولة المبكرة خصائصها واحتياجاتها عام ١٤٢٥.

• ندوة عن العنف الأسري والأسباب والعلاج عام ١٤٢٦.

• ندوة تنمية مهارات المشرفات المستجدات عام ١٤٢٤.

• ندوة أسبوع الأصم التاسع والعشرين عام ١٤٢٥.

• ندوة الرعاية الصحية الأولية في المملكة وسبل تطويرها عام

١٤٢٤.

• ندوة ذوي الاحتياجات الخاصة من التشخيص إلى التوظيف

عام ١٤٢٤.

• ندوة الجمعيات الخيرية في المملكة الإنجازات والمعوقات في

عام ١٤٢٥.

• دورة في تدريب القيادات النسائية في وزارة التربية والتعليم

في التخطيط الاستراتيجي في عام ١٤٢٥.

الاسم: نادية محمد حسين رفعت شيخ.

الجنسية: سعودية.

المؤهل الدراسي الأخير: ماجستير اقتصاديات طاقة- جامعة سري- بريطانيا عام ١٩٩٢.

الخبرات العملية

- مساعدة باحث في وحدة الأبحاث الاقتصادية- السفارة السعودية- لندن «١٩٩٠-١٩٩٢».
- محررة شؤون اقتصادية في صحيفة «الاقتصادية»، والمشرفة على وحدة المسوح والدراسات الميدانية- الشركة السعودية للأبحاث والنشر- جدة «١٩٩٢-١٩٩٦».
- محررة شؤون اقتصادية في صحيفة «الحياة»- دار الحياة الدولية- جدة «١٩٩٧-٢٠٠٠».
- مسؤولة تحرير السعودية لمجلة «لها» الصادرة عن دار الحياة الدولية «٢٠٠٠-٢٠٠٣» مطلع «٢٠٠٣».
- مستشار إعلامي، ومدير علاقات إعلامية في شركة هيل أند نولنت المتخصصة في العلاقات العامة «يناير ٢٠٠٣-يناير ٢٠٠٤».
- مدير إقليمي، وشريكة في شركة إنتلكت ميديا للعلاقات العامة «منذ يناير ٢٠٠٤، حتى الوقت الحاضر».

اللغات المستخدمة العربية والإنجليزية، وبعض الفرنسية.

مهارات عملية

استخدام الحاسوب ببرامج متنوعة مثل: ويندوز، وإكسل، إضافة إلى برامج الماكنتوش الخاصة بالتحرير والنشر الصحفي، ومعرفة جيدة بالإنترنت، واستخداماته المختلفة.

الدورات التدريبية

- ثلاث دورات في الاقتصاد المالي والقياسي من جامعة لندن عام ١٩٩٠.
- تدريب عملي في مجال الكتابة الصحفية، والعمل التحريري في الشركة السعودية للأبحاث والنشر عام ١٩٩٣.
- ورشة عمل في مجال الاستثمار في مركز التدريب النسائي التابع

لغرفة جدة عام ١٩٩٧.

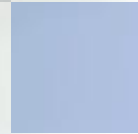
- دورة متقدمة في أخلاقيات المهنة، وحدود العمل الصحفي في القنصلية الأميركية عام ١٩٩٩.
- دورة صحافية متقدمة في أساليب ومهارات العمل الصحفي في عمّان، الأردن بالتعاون مع شبكة إنترنيوز «مارس ٢٠٠٣».
- دورة في الإنتاج الإذاعي على الإنترنت في عمّان، الأردن بالتعاون مع راديو عمّان نت «أغسطس ٢٠٠٦».
- برنامج رواد الأعمال في منطقة الشرق الأوسط، وشمال إفريقيا في سان دييغو، الولايات المتحدة الأميركية «مارس ٢٠٠٧».

العضويات الفخرية والتطوعية

- جمعية الاقتصاد السعودية.
- نادي جدة الأدبي.
- اللجنة النسائية العليا للخدمات الاجتماعية في منطقة مكة المكرمة «عضو مؤسس».
- لجنة صاحبات الأعمال التابعة للغرفة التجارية الصناعية في جدة.
- الملتقى الثقافي النسائي.
- الجمعية السعودية للإعلام والاتصالات.
- هيئة الصحفيين السعوديين.
- الجمعية الدولية للعلاقات العامة «CIPR، بريطانيا».
- جمعية صاحبات الأعمال الآسيويات في بريطانيا "DAWN".
- المشاركة ضمن وفود خارجية
- عدد من المشاركات ضمن وفود إعلامية أهمها:
- المعرض الأول لـ«صنع في الخليج» (مشارك)- لندن- ١٩٩٣.
- معرض ومؤتمر الغاز والنفط في أبردين- إسكتلندا- ١٩٩٩، (المشاركة الوحيدة من الصحافة العربية مندوبة من صحيفة الحياة في لندن).
- الوفد الإعلامي العربي إلى العاصمة البريطانية بدعوة من وزارة الخارجية البريطانية (عضو إعلامي، وكنت المشاركة الوحيدة من السعودية)- ٢٠٠٠.
- مؤتمر الحياة الإعلامي السنوي (عضو دار الحياة)- عمّان- ٢٠٠٠.

- مهرجان الجنادرية للثقافة والفنون (عضو إعلامي)- ٢٠٠١، ضمن اللجنة الإعلامية المخصصة لتغطية الحدث بدعوة من إدارة المهرجان.
- الوفد الإعلامي السعودي النسائي إلى سويسرا بدعوة من الحكومة السويسرية، وشملت عدة مدن سويسرية (عضو الوفد)- ٢٠٠٢.
- مؤتمر سيدات الأعمال (مشارك)- لندن- ٢٠٠٣.
- منتدى الرياض الاقتصادي (مشارك)- الرياض- ٢٠٠٣.
- الملتقى الأول لصاحبات الأعمال الخليجيات (مشارك فاعل)- مسقط- ديسمبر ٢٠٠٣.
- منتدى جدة الاقتصادي (عضو منظم)- جدة- يناير ٢٠٠٤.
- المنتدى العالمي الثالث للمرأة العربية المنعقد في مقر جامعة الدول العربية- القاهرة- يونيو ٢٠٠٤.
- المؤتمر الإقليمي العربي لمنظمة الإسكوا «متحدثة»- بيروت- يوليو ٢٠٠٤.
- معرض عمل المرأة الثاني (ضمن الشركات العارضة)- جدة- سبتمبر ٢٠٠٤.
- منتدى جدة الاقتصادي (مشاركة/ حضور)- جدة- فبراير ٢٠٠٥.
- الندوة الإقليمية لدعم المنشآت الصغيرة في دول مجلس التعاون الخليجي (متحدثة وممثلة عن القطاع النسائي السعودي الخاص)- مسقط- أبريل ٢٠٠٥.
- مؤتمر سيدات الأعمال (مشاركة)- دمشق- مايو ٢٠٠٥.
- اللقاء الثاني لشركات الدعاية والإعلان والعلاقات العامة لدول مجلس التعاون الخليجي (متحدثة)- الكويت- نوفمبر ٢٠٠٥.
- المؤتمر الأول لسيدات الأعمال السعوديات- الإيطاليات (منظمة)- روما/إيطاليا- مارس ٢٠٠٦.
- مؤتمر البرلمانيات العربيات (مشاركة)- عمّان/ الأردن- نوفمبر ٢٠٠٦.
- المنتدى الإعلامي السنوي الرابع (متحدثة)- الرياض/السعودية- أبريل ٢٠٠٧.

F A 3 G 0 A 3 2 R V 8 7 A D 2 0 1 N A D 8 9 7 L K 4 B 7 0 9 7 7 5 8 A 5 0 0 9 2 7 1 3 K 9 2 A 3 5 7



F A 9 G 0 A 3 2 K V 8 7 A D D 9 0 1 N A D F 8 9 7 L K 1 8 7 0 9 8 2 4 F 7 6 A S D 0 9 8 7 F 1 2 K 9 2 A S F D

مؤتمرات مؤتمرات مؤتمرات مؤتمرات مؤتمرات



الراعي
الماسي



الداعمون

الاقتصادية



الشرق الأوسط

الرعاية
الإعلامية



الناقل
الرسمي



الرعاية
الإلكترونية