دور قادة الإعلام ووسائله في توعية المواطن بقضايا السوق والقضايا الاقتصادية عموماً

لا شك في أن الإعلام بوسائله المختلفة يلعب يؤديً كبيراً في تعزيز أنماط وقيم ومفاهيم معينة وهو في ذاتة الوقت يضيف الجديد ومن ضمنها المتغيرات التي يشهدها العالم اليوم، وهذه المتغيرات قد تكون نتاجاً لتداخل ثقافي واقتصادي أو (في بعض الأحيان) نتاجاً لإحلال ثقافي معرفي واقتصادي محل الثقافة التقليدية وعلى هذا الأساس فإن الإعلام ومن منطلق الضرورة يجب البدء بتقديم ثقافة تبشيرية لإطار ثقافي واقتصادي جديد. نحن قطعاً جزء منه نتأثر به بغض النظر عن إمكانية تأثيرنا فيه.

د. علي البريهي □

وهذا الأمر يغيب إلى حد ما عن إعلامنا حتى هذه اللحظة إذ يعتمد إعلامنا اليمني على قوالب جاهزة بعضها لا تلبي احتياجات الواقع المعاش بكل إرهاصاته وتفاعلاته والبعض الآخر يشوبه قصور أو أن الواقع قد سبق المضامين التقليدية التي تتعامل مع الحاضر وفقاً لسيق الزمن الماضي وهنا يتطلب الأمر :-

□ رفع معدل الوعي للقيادات الإعلامية ولاسيما في قضايا الاقتصاد والسوق بل تخصيص بعض الكوادر للعمل في حقل الإعلام الاقتصادي والإعلام المعولم.

□ التعامل مع القضايا الاقتصادية من منطلق المسؤولية والمشاركة وليس النقد عن بعد أو الوصف غير العلمي والمعرفي.

□ توسيع ذهنيات الإعلاميين لاستيعاب واقع السوق اليمني والمتغيرات المؤثرة عليه والتعامل معها كقضايا يومية.

□ ترشيد الخطاب المعالج لقضايا الاقتصاد والسوق بمنطق العلم والحقائق الرقمية والابتعاد عن الشائعات واختزال القضايا والتقليل غير المدروس من أهمية المشكلة الاقتصادية والتعامل معها بالتعتيم والارتجال. ونحن إذ نركز على أهمية الإعلام بقاداته ووسائله وآلياته وكل إمكاناته فإننا نسلم بأنه إذا وظف توظيفاً فاعلاً في تبصير المتلقي وتوعيته بأبجديات الحياة العصرية ولاسيما الاقتصادية منها فإنه سيحدث الاستجابة المطلوبة والتأثير المنشود الذي يدفع المواطن (المتلقي) إلى تقبل واقع المتغيرات الاقتصادية وتقلبات السوق المحكومة بعلاقتها بمحيطنا الكوني شريطة أن تكون هذه المتغيرات كما هي دون إضافة خصوصياتنا اليمنية وعموماً فإن المشاكل الاقتصادية وقضايا السوق ليس شأناً يهم المختصين وحدهم بل يهم الجميع ويستدعي بالنتيجة تضافر الجهود الوطنية وفي مقدمتها واجبات الإعلام بوسائلها المختلفة اتجاه هذا الهم الوطني الكبير فالمسألة تحتاج إلى وعي فعلي وعميق من كل المعنيين والقائمين على وزارة الصناعة ووزارة الإعلام وكل المؤسسات الإعلامية الوطنية فهذه قضيتنا جميعاً واحتياجاتنا جميعاً وأولوياتنا جميعاً وبدونها قد تتوقف عملية التطور بمعناها الشامل.

رفع معدل الوعي للقيادات الإعلامية ولاسيما في قضايا الاقتصاد والسوق بل تخصيص بعض الكوادر للعمل في حقل الإعلام الاقتصادي والإعلام المعولم

التعامل مع القضايا الاقتصادية من منطلق المسؤوليةوالمشاركة وليس النقد عن بعد أو الوصف غير العلمي والمعرفي

توسيع ذهنيات الإعلاميين لاستيعاب واقع السوق اليمني والمتغيرات المؤثرة عليه والتعامل معها كقضايا يومية

وفي هذا الصدد نقترح عملياً ما يلي :-

أولاً : ما يتعلق بوزارة الصناعة

1) تجهيز خطة عملية لمعالجات قضايا السوق والتأثيرات الاقتصادية وتزويد وسائل الإعلام بها.

2) تحديد العوائق والعقبات بموضوعية واقتراح البدائل اللازمة للحل.

3) إنشاء وحدة أو إدارة إعلام (فعلية وليست شكلية) داخل وزارة الصناعة تتولى تجميع المعلومات والبيانات والمسوحات والدراسات والإحصائيات والزيادات والتدابير المتخذة وتنظمها وتزود وسائل الإعلام بها على أن تكون هذه الدراسات والبيانات حقيقية وموضوعية.

4) على وزارة الصناعة أن توضح للمواطن (المستهلك) إجراءات الحماية المتبعة من أجل حماية أمنه الغذائي سواء من حيث المادة أو من حيث الجودة والمواصفات.

5) توضيح طبيعة العلاقة بين وزارة الصناعة وبين التجار في اليمن وإشراكهم في تحمل المسؤولية الوطنية المنوطة بهم.

ثانياً : ما يتعلق بوزارة الإعلام

1) تخصيص مساحة مناسبة ضمن الخارطة البرامجية في وسائل الإعلام المختلفة لمعالجة القضايا الاقتصادية.

2) نشر المعلومات والبيانات والإحصائيات والخطة المعدة من وزارة الصناعة.

3) تكثيف الحوار والنقاش حول القضايا الاقتصادية وطبيعة السوق في اليمن.

المنطقة الحرة

4) إبراز ما تقوم به وزارة الصناعة من إجراءات ونشاطات ومعالجات للأوضاع الاقتصادية.

5) إنشاء خط ساخن بين الوزارتين لتبادل المعلومات ونشرها.

6) إنتاج برامج وفلاشات ومواد إعلامية توعوية تتعلق بالشأن الاقتصادي اليمني وعلاقتها بالمستهلك (المواطن اليمني).

7) توعية المواطن بحقيقة التحول العالمي وتأثرنا به سلباً وإيجاباً.

8) ربط قضايا الاقتصاد والسوق بالإستراتيجية الإعلامية التنموية الشاملة وتعزيز وتضمين الخطة الإعلامية بالمفاهيم الاقتصادية الحديثة وترسيخها كثقافة واقعية يجب تقبلها واستيعابها والتفاعل معها.

□ أستاذ في كلية الإعلام – جامعة صنعاء

الاسماك اليمنية

رؤى اقتصادية

لا .. لتجارة (الطماش)

زكريا السعدي

إن ما تشهده بلادنا من توجه حكومي يقضي بمنع حمل السلاح أو الإتجار به في محافظات الجمهورية لهو أمر يبعث بالسرور والتفاؤل خصوصاً أنّ هذا القرار بدئ تنفيذه في المحافظات الأكثر أهمية مثل العاصمة السياسية أو العاصمة الاقتصادية والتجارية.

لكن ما نحن هنا لمناقشته هو ظاهرة الألعاب النارية وما سيحدث من نشاط لهذا الظاهرة خاصة في شهر رمضان المبارك الذي نحن بصدده وأيام عيد الفطر المبارك حيث ان هناك فتورا من قبل السلطات في الحد من انتشار هذه الظاهرة ونلاحظ ان هناك أنواعاً من الألعاب النارية ذات قوة انفجار عالية بحيث أننا لانستطيع أن نميز هل هي "طماش" أم "قنبلة".

المشكلة التي تسببها هذه الظاهرة هي الإزعاج الدائم والمتواصل حتى في منتصف الليل حيث دأبت بعض الأعراس على عمل "معركة" بالطماش في الشوارع دون حسيب أو رقيب وكأن الأمر لايعني أحداً إننا هنا ندعو السلطات المحلية إلى الحد من هذه الظاهرة والقضاء عليها فكما يطبق قانون منع حمل السلاح والاتجار به فإننا نريد أن يطبق قانون منع استخدام الألعاب النارية والاتجار بها.

تقييم المشاريع المنفذة والمتعثرات في الجوف

□ الجوف / سبأ:

ناقش اجتماع عقد بمحافظة الجوف برئاسة محافظ المحافظة فضل يحيى القوسي وضم مدراء عموم المديريات وأمناء عموم المجالس المحلية التقارير المقدمة من المديريات عن مستوى الخدمات والمشاريع المنجزة والمشاريع المتعثرة وأسبابها.

كما استعرض الاجتماع الوضع التعليمي في المديريات والمنشآت التعليمية وأساليب تفعيلها للعام الدراسي الجديد، بالإضافة إلى الآراء والمقترحات حول تنمية الإيرادات والوضع الصحي والتربوي.

وشدد محافظ الجوف على ضرورة الاهتمام بإيرادات المحافظة وتنميتها والربط المالي لكل مديرية .

حضر الاجتماع وكيل المحافظة منصور سالم عبدان ومدير أمن المحافظة عبد ربه الحليسي .

إتلاف طنان من المواد المنتهية الصلاحية في المهرة

□ المهرة / سبأ:

أتلفت إدارة صحة البيئة بمكتب الأشغال العامة والطرق محافظة المهرة أمس طنين من المواد منتهية الصلاحية ما بين تمر وأناناس وبسكويت.

وقال مدير إدارة صحة البيئة بالمحافظة المهندس منصور عبده ردمان لوكالة الأنباء اليمنية / سبأ / ان المواد المنتهية تم ضبطها خلال حملة التفتيش التي تم تنفيذها بمدينة الغيظة واستهدفت مخازن لحفظ المواد الغذائية وبقالات البيع بالجملة والتجزئة.

الناس .. في مجتمع يستعد لاستقبال شهر رمضان

رغم الغلاء إلاّ أنّ البضائع والسلع تجد لها زبوناً في هذا الشهر

انفاقنا على الحلو والسكريات ما يزيد بكثير عن المتطلبات الضرورية

شهر رمضان .. شهر الخير والمغفرة والطاعة، لكنه إلى جانب هذا فهو شهر "الاقتصاد" من حيث زيادة الطلب على السلع الغذائية والاستهلاكية التي أصبحت في هذا الشهر من الضروريات وليس من الكماليات.

فشهر رمضان توزع فيه الرحمة والتسامح وحتى الرزق والبركة فيه، وكما قال أحدهم لي وهو يشتري لوازم شهر رمضان حينما سألته أيكفيك الراتب؟! أجابني قائلاً: "رمضان يجي رزقه معه".

وعلى الرغم من أنَّ الأسواق خلال هذا العام لم تشهد ذلك الإقبال الهائل كما في الأعوام السابقة إلاَّ أننا لانستطيع أن نغفل عن الحركة التي تنشط أحياناً وتفتر أحياناً اخرى، فالأسواق تكدست بالبضائع ورغم الغلاء الفاحش إلاَّ أنَّها مازالت - هذه البضائع - تجد لها مشترياً ومازال الزبون يركض وراءها.

استطلاع/ زكريا السعدي

بعض المواطنين لايملكون دخلا ثابتا ويجدون صعوبة في استيفاء متطلباتهم

مواد استهلاكيه رمضانية

متطلبات الشهر الكريم .. هم لابد منه

قمنا بجولة صغيرة في بعض الأسواق وتحدثنا مع بعض المواطنين واصحاب المحلات حول الحركة الاقتصادية والقدرة الشرائية للمواطن وكما هو معتاد كان أكثر رواد هذه الأسواق هم من النساء.

□ "أم محمود" التقيناها في إحدى المحلات التي يتبع الأدوات المنزلية حدثتنا قائلة: "الاسعار نار لكننا نحاول أن نجاريها وإن نشتري ما نحتاجه فمنازلنا لابد لها من تجديد وهذا يتم قبل وأثناء شهر رمضان فهذه الكماليات أصبحت الآن ضروريات ولايمكن الاستغناء عنها، ثم أن عددنا يكثر وتتبادل الزيارات بيننا وهذا كله يتطلب "تجديداً" لابد منه.

□ أم سميح - رفيقتها تقول مؤيدة: " إن بعض الأواني والاثاث في منازلنا تتلف وتنتهي ولايمكن ان نستغني عنها دون البديل".

وعندما قلت لهم الا يرهق هذا ميزانيتكم الرمضانية؟!

أجابت: "موافقة ولكن هم لابد منه" ..

مواطن .. انفاقنا على الكماليات على حساب الضروريات

□ الأخ / علي ... عامل في بقالة يقول عن الإقبال في الشراء:

هناك إقبال كبير خاصة في هذه الأيام فنحن ندعم محلاتنا بالبضائع ونجد لها زبوناً هنا وهناك.

□ أما الأخ / سعيد عبدالله الجوفي - اجابنا وهو يشتري "راشن" شهر رمضان من الأخ / علي آنف الذكر يقول الأخ / سعيد: هذا البدنج والفيمتو اصبح مثله مثل الرز والطماط والبطاط في رمضان وأسعاره تزيد عاماً بعد عام لكنه والحق يقال استنزف منا ميزانيتنا فنحن ننفق عليها أكثر مما ننفقه على التمر مثلاً ..

□ الأخ / فتحي عامل في محل للفواكه شاركنا في رأيه وقد سألناه كيف يرى الناس في رمضان وهل يجد لبضاعته زبوناً قال: " الفواكه من أهم الغذاء الذي يترأس الموائد أثناء الافطار وبعده .. صحيح أن سعر الكيلو التفاح أو البرتقال الخارجي غالٍ جداً إلاَّ أنه غالٍ علينا نحن اصحاب المحلات ايضاً فكما نبيعه بالغالي نشتريه نحن باسعار غالية.

لانملك دخلاً .. والغلاء فاحش

□ أما الأخت / أم محمد فلها رأي مختلف تقول ام محمد: " أنا امرأة غير موظفة زوجي لايملك عملاً مستقراً لذا فنحن نواجه مشكلة كبيرة في رمضان فالغلاء "زايد" ولانستطيع ان نلبي متطلباتنا أو متطلبات أبنائنا الذين يرون ماحولهم ويحاولون تقليده وإذا انتهى شهر رمضان فإن عيد الفطر بعده وهو الآخر يحتاج إلى مصاريف وطلبات ناهيك عن موسم الدراسة والفصل الدراسي الآن، لكننا نقول ان شهر رمضان هو شهر الخير والمواساة وأهل الخير كثر والله لايترك عباده والله كبير".

□ في الحقيقة كانت هذه الكلمات مؤثرة وغيرها كثير وكثير ممن لايجدون قوت يومهم فكيف بمتطلبات شهر رمضان وغلاء الأسعار فيه وطرحنا هذا الأمر على الأخ / .... سلام - صاحب محلات وفاعل خير أجاب: الكثير من التجار لايلتزمون بزكاة اموالهم بينما الإسلام دعانا إلى مواساة الفقير والمعدم والبحث عنهم في أي وقت وليس فقط في شهر رمضان فكيف في هذا الشهر الكريم ..؟!

فمثل هذه الحالات كثيرة جداً وأنا ادعو اخواني التجار وعبر صحيفتكم إلى فعل الخير ومواساة الفقراء فهذه الأيام التي تشهد استعداداً لاستقبال شهر رمضان هي أكثر الأيام هم بالنسبة لذوي الدخل المحدود أو معدمي الدخل.