

رئيسة البرنامج العام لإعلام المرأة والطفل بوزارة الإعلام -

البرنامج يهدف إلى استثمار وسائل الإعلام لترجمة برامج التنمية المستقبلية في مجال المرأة والطفل نطمح إلى أن يتبنى الإعلام الكثير من قضايا المرأة والطفل



الإعلام الرسمي ملك للمجتمع والرسالة الإعلامية حق من حقوقه



فثية عبد الواسع

الإستراتيجية الوطنية لتنمية المرأة والإستراتيجية الوطنية للطفولة والشباب والإستراتيجية الوطنية للإعلام والتثقيف والاتصال السكاني وإستراتيجية التنمية الصحية.
صحيفة 14 أكتوبر ولتسليط مزيد من الضوء على البرنامج وأنشطته والعديد من القضايا والجوانب المرتبطة به التقت بالأخت/ فثية عبد الواسع - الوكيل المساعد لوزارة الإعلام لقطاع الشؤون القانونية والمرأة والطفل

رئيسة البرنامج العام لإعلام المرأة والطفل بوزارة الإعلام

انطلاقاً من أهمية الإعلام ودوره في رفع وتعزيز الوعي في أوساط المجتمع بمختلف القضايا، وإدراكاً من قيادة وزارة الإعلام بمثلة بمعالى الأستاذ/ حسن أحمد اللوزي بأهمية هذا الدور التنويري للإعلام في المجتمع وخاصة ما يتعلق بقضايا المرأة والطفولة باعتبارها من القضايا الملحة التي تحتاج إلى مزيد من الوعي وتكثيف الرسائل الإعلامية التوعوية حول مختلف جوانبها، تم إنشاء البرنامج العام لإعلام المرأة والطفل بوزارة الإعلام بهدف توعية أفراد المجتمع بقضايا المرأة والطفولة وبما يتلاءم مع

وأجرت معها هذا اللقاء:

أجرى اللقاء/ بشير الحزمي

بداية نود أن تعطينا فكرة مقتضبة عن البرنامج العام لإعلام المرأة والطفل وأبرز الاختصاصات والمهام الموكلة إليه؟

طبعاً هذا البرنامج أنشئ حديثاً في العام الجاري 2009م بقرار وزير الإعلام الأستاذ/ حسن أحمد اللوزي رقم (10) لعام 2009م كبرنامج يتبع قطاع الشؤون القانونية والمرأة والطفل ، هذا البرنامج يهدف إلى استثمار وسائل الإعلام الاستثمار الأمثل في ما يترجم مضامين السياسة الإعلامية وعلاقتها ببرامج التنمية المستقبلية في مجال المرأة والطفل، وهناك الكثير من الأهداف المحددة للبرنامج تتمثل أيضاً في توعية أفراد المجتمع بشكل عام بقضايا الطفولة وفقاً للاستراتيجيات القطاعية لكل من هذه الجهات، إضافة إلى الهدف الأخر وهو تنمية مهارات وقدرات ومعارف الإعلاميين من خلال تلقيهم للمعلومات والمعارف ذات العلاقة بقضايا المرأة والطفل، وأيضاً يتوخى البرنامج كأحد أهدافه الرئيسية اعتماد والمساهمة في توسيع اعتماد مساحات في وسائل الإعلام المختلفة لتوضيح قضايا المرأة والطفل والتوعية بها وأيضاً التواصل مع وسائل الإعلام من خلال تعزيز هذه المنهجية في التنسيق والتواصل سواء كان مع الجهات ذات العلاقة بقضايا الطفولة وقضايا المرأة وعكس خططها وأعمالها وأنشطتها من خلال البرامج التوعوية أو من خلال إنتاج بعض الرسائل الإعلامية من خلال فلاشات وحواريات في وسائل الإعلام وتغطية القضايا التي تعنى بقضايا الطفولة والمرأة في هذه الوسائل الإعلامية الرسمية، أيضاً تتطلع إلى شراكة منظمات المجتمع المدني والمنظمات العربية والإقليمية والدولية التي تدعم أنشطة المرأة والطفل، نحن طبعاً من خلال البرنامج نسعى إلى إيجاد تنسيق وتواصل وأيضاً نتمنى لهذا البرنامج أن يحقق المهام والأهداف من خلال إجراء بحوث ودراسات ميدانية وأيضاً إعطاء أولوية لتنمية مهارات القائمين على وسائل الإعلام أوسائل الاتصال من حيث أن يسهموا في تنمية قدراتهم الذاتية حتى يستطيعوا أن يوجهوا رسائل إعلامية هادفة تحقق الغرض الأساسي من رفع الوعي المجتمعي بالقضايا التي يستهدفها هذا البرنامج.

بلورة أهداف البرامج

كيف سيتم بلورة أهداف البرنامج والزام مختلف وسائل الإعلام وتقييم تنفيذ ما سيوكل إليها.. وهل سيكون هناك متابعة وتقييم لإداء هذه الوسائل؟
باعتباره جزءاً من الكيان الهيكلي والتنظيمي والقانوني لوزارة الإعلام ومؤسساتها الإعلامية، سيعمل البرنامج على تنفيذ أنشطة وخططه بالتواصل والتنسيق والتعاون مع وسائل الإعلام سواء كان مع الجهات ذات العلاقة خارج هذه المؤسسات الإعلامية أو الجهات التي لها علاقة من خلال المؤسسات الإعلامية وسيتم ترجمة هذه الأهداف والأنشطة من خلال ما قامت به قيادة الوزارة من التعميم لهذه الوسائل الإعلامية للتعاطي مع كافة القضايا المناطة وفقاً لأهداف هذا البرنامج وعكس كل الأعمال بواسطة البرنامج وإنتاج العديد من الأعمال التي تمثل رسائل إعلامية لجهات تعنى بقضايا الطفولة وقضايا المرأة وعلاقتها بوسائل الإعلام علاقة تنسيق وتعاون من خلال جوانب تنظيمية وقانونية نظماً القرار الوزاري ونظمتها أيضاً اللائحة التنظيمية لوزارة الإعلام والمؤسسات الإعلامية.

شراكة مع المجتمع المدني

وهل سيكون للبرنامج أي دور في حث وتفعيل نشاط الصحف الأهلية والحزبية لتقوم بدورها في التوعية بقضايا

المرأة والطفل وفق أهداف البرنامج؟
وزارة الإعلام تسعى دائماً من خلال أهدافها العامة واختصاصاتها إلى خلق شراكة حقيقية مع منظمات المجتمع المدني سواء كانت علاقة الشراكة هذه من خلال علاقة التعاون والتنسيق من خلال الإعلام أو من خلال علاقات الشراكة التي تقيمها وزارة الإعلام مع منظمات المجتمع المدني ويتجلى ذلك التشاور المستمر مع منظمات المجتمع المدني وأيضاً من خلال إطار بعض الأنظمة القانونية لبعض هذه الوسائل الإعلامية التي تنص صراحة على إيلاء اهتمام وعباية لقضية الشراكة مع منظمات المجتمع المدني وأيضاً هذا البرنامج من الأوعية أو الكيانات التي من أولوياتها وأهمياتها هي خلق شراكة مع منظمات المجتمع المدني سواء كانت هذه الشراكة دعم البرنامج لتبني قضايا المرأة والطفل في برامج التوعية وبناء مهارات الإعلاميين من خلال تقديم المعارف أو أيضاً من خلال استهداف البرامج والأنشطة التي تقوم بها للإعلاميين الذين يمثلون الجهاز الرسمي وأيضاً الإعلام الأهلي والحزبي من خلال تكاتف الجهود جميعاً حتى يستطيع البرنامج تحقيق أهدافه المرجوة ولعلكم طبعاً قد لاحظتم أنه في البرامج التدريبية التي نفذناها خلال الفترة الماضية واستهدفتها فيها ما يفوق (150) إعلامية بعضهم من الإعلام الرسمي والبعض الآخر من الإعلام الحزبي والأهلي.

الإعلام الرسمي ملك للمجتمع

ما لاشك فيه أن هناك مساحة معينة لدى مختلف وسائل الإعلام الرسمية تتناول من خلالها قضايا المرأة والطفل .. ومن خلال موقعك في وزارة الإعلام كيف تقيم أداء الإعلام الرسمي في هذا الجانب .. وماهي المتطلبات الأساسية لتقوم وسائل الإعلام الرسمية بدورها المطلوب؟
لدينا سياسة إعلامية تعتبر الإعلام الرسمي ملكاً للمجتمع وبالتالي صار هذا الإعلام من واجباته الأساسية تبني قضايا وهموم المجتمع بشكل عام انطلاقاً من الإيمان الراسخ لدى قيادة الإعلام سواء كان في الوزارة أو في المؤسسات الإعلامية بأن الرسالة الإعلامية هي حق من حقوق الإنسان وهذه الرسالة لا بد أن تعكس متطلبات المجتمع وتعبير عن همومه وتطلعاته في مختلف المجالات سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية أو سياسية وهذه الوسائل كما نجدها تبنت العديد من القضايا المرتبطة بالمرأة والطفل ولكننا مازلنا نطمح إلى الكثير من زيادة نسبة هذه البرامج حتى يتم تبنيها بشكل كامل وأيضاً هذه الوسائل الإعلامية تقوم أيضاً بتبني خطط الكثير من الأجهزة والمؤسسات الحكومية وبعض الأجهزة الأهلية ومن خلال الجمعيات الأهلية تبني خطط هذه الجهات وأفراد مساحات لبرامج ومواضيع سواء كانت في الوسائل الإعلامية المسموعة أو المرئية أو المكتوبة ، ومتطلبات التغطية الإعلامية طبعاً تفرضها التوجهات العامة وتفرضها السياسة الإعلامية للجمهورية اليمنية التي فعلاً تحقق الهدف ونحن راوضون عما قدم لكن ما زال طموحنا أن يتبنى الإعلام الكثير من قضايا المرأة والطفل حتى يتنصر الإعلام لقضايا الطفل في المستقبل إن شاء الله وينشكّل ساجاً وحماية قانونية من خلال ما يقوم به في دور في رفع الثقافة المجتمعية لدى أفراد المجتمع ولدى أجهزة الدولة بشكل عام حتى يقوموا بواجبهم تجاه المرأة وتجاه الطفل.

توفر البنية الأساسية للبرنامج

بما أن البرنامج لا يزال في سنة الأولى إلا أنه من الملاحظ أنه قد استطاع خلال فترة وجيزة أن يقطع شوطاً لا بأس به في تنفيذ العديد من الأنشطة في العديد من محافظات الجمهورية .. هل توفرت لديكم في البرنامج الأرضية الملائمة لتتمكنوا



السكان ومستوى الفقر



تبين الدراسات أن هناك ارتباطاً قوياً بين المتغيرات والخصائص السكانية ومستوى الفقر، وقد قدمت الإستراتيجية الوطنية للتخفيف من الفقر بعض هذه المؤشرات التي تشير إلى أن (41.8%) من إجمالي سكان اليمن عام 1998م يعانون من الفقر العام، أي لا يستطيعون توفير احتياجات الأفراد من المأكل والمشرب والسكن والتعليم والصحة وإن (17%) من إجمالي السكان تحت خط الفقر المطلق، أي أنهم غير قادرين على توفير احتياجاتهم الأساسية من مأكل أو مشرب ومسكن، وترتفع نسبة الواقعين تحت خط الفقر العام إلى (45%) من إجمالي سكان الريف وهم الغالبية العظمى من سكان اليمن، و(83%) من إجمالي عدد الفقراء يحتضنهم الريف، ويتركز نصف عدد الفقراء في أربع محافظات ذات حجم سكاني كبير (تعز واب وسعاء والحديدة).

كما تبين المؤشرات ارتفاع نسبة الفقر مع كبر حجم الأسرة حيث تبلغ نسبة الفقر (50%) بين الأسر التي أعضاؤها أكثر من عشرة أفراد، وتنخفض هذه النسبة إلى أقل من (10%) بين الأسر التي يكون عدد أفرادها شخصين أو أقل، كما ترتفع نسبة الفقر مع ارتفاع نسبة الأطفال إلى البالغين في الأسرة، كما يرتبط الفقر ببعض الخصائص السكانية المكتسبة للأسرة، حيث ترتفع نسبة الفقر بين الأسر التي يرأسها أمي بالمقارنة مع الأسر التي يرأسها شخص متعلم، وتبين الإستراتيجية أن أهم عوامل وأسباب الفقر تعود إلى انخفاض الدخل المتوسط في تراجع نصيب الفرد من الناتج القومي الإجمالي من (701) دولار عام 1990م إلى (367) دولار عام 1994م، وكذلك نتيجة للأثر السلبية المصاحبة لتطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي والمالي والإداري، وكذلك بسبب رفع الدعم عن بعض السلع الأساسية، وارتفاع النمو السكاني، وتدني مستوى تنمية الموارد البشرية، واستمرار الاختلاف في التوزيع الجغرافي للسكان المتمثل في كثافة الهجرة الداخلية إلى الحضر، وضعف مشاركة المرأة في عملية التنمية، حيث ترتفع نسبة الفقر بين الأسر التي يرأسها امرأة.

مشروع التسويق الاجتماعي لخدمات الصحة الإنجابية.. قصة نجاح



مشروع التسويق الاجتماعي هو أحد مكونات البرنامج اليمني الإنجابي للصحة الإنجابية والذي تم التعاقد من قبل الصحة على تنفيذه مع منظمة ماري ستوبس الدولية والتي لديها خبرة واسعة في مجال التسويق الاجتماعي في العديد من دول العالم. يمول المشروع من قبل بنك الإعمار الألماني (KfW) ويهدف إلى تعزيز قدرة القطاع الخاص (منظمات غير حكومية، قطاع تجاري) لزيادة استخدام وسائل تنظيم الأسرة في جميع محافظات الجمهورية اليمنية.

مشروع التسويق الاجتماعي يعالج قضيتين من قضايا الصحة الإنجابية التي تواجه المجتمع اليمني - تنظيم الأسرة - مرض نقص المناعة المكتسبة بالنسبة لقضية تنظيم الأسرة، يهدف المشروع إلى تعزيز خلق الإحتياج لوسائل تنظيم الأسرة وتوزيع الوسائل وتعزيز زيادة عدد منافذ التوزيع التقليدية وغير التقليدية في مناطق تواجد ذوي الدخل المحدود وسيقوم بتعزيز خلق الإحتياج بواسطة زيادة التوعية والمعرفة وتغيير السلوك نحو استخدام الوسائل الحديثة.

من تنفيذ جملة الأنشطة الموكلة إليه؟
نحن ننطلق من الإمكانيات الداعمة لقيادة الوزارة التي فعلاً تقدم العون الأساسي والقوى لهذا البرنامج، وستلاحظ هذا رعاية ودعم وزير الإعلام لفعاليات وأنشطة البرنامج، ونحن طبعاً قد وفرت البنية الأساسية لهذا البرنامج ولازال البرنامج في طور الإنشاء الحديث، لكننا نحن طبعاً سنعمل جاهدين على توفير كل متطلبات العمل ولن تألوا بقيادة وزارة الإعلام عن تقديم الدعم والعون للبرنامج سواء كان هذا الدعم المادي أو المعنوي حتى يقوم البرنامج بتنفيذ أنشطته وتحقيق أهدافه الذي من أجله أنشئ هذا البرنامج.

خراط برامجية

قضايا المرأة والطفل هي قضايا عديدة ومتنوعة .. هل لدى البرنامج أولويات في التركيز على قضايا ملحة خاصة بالمرأة والطفل وتحتاج إلى عناية وتركيز من خلال تكثيف الوعي ونشر الثقافة حولها؟
البرنامج حديث جداً ، لكن نحن لنا صوت مسموع من خلال اللجنة العليا للتخطيط البرامجي التي تقرر الخراط البرامجية ويعطي لصوتنا ولأرائنا وأفكارنا صدى جيد، ولازال الوقت فيه الكثير حتى نستطيع أيضاً أن نسهم في الكثير من البرامج التي تقرأها هذه الخراط والتي تعنى بقضايا المرأة والطفل وسنسعى أيضاً جاهدين إلى جانب قيادة الوزارة ومؤسساتها الإعلامية وقضايا المرأة والطفل جزء كبير من اهتمامها وتوليها اهتمامها كبيراً سواء كان في السياسات الإعلامية أو من خلال ما يتم تنفيذه وإقراره من خطط وأعمال للوزارة ومؤسساتها وللبرنامج العام لإعلام المرأة والطفل.

حشد المناصرة لإصدار قانون الطفل المعدل

بصفتك وكيالة الوزارة لقطاع الشؤون القانونية والمرأة والطفل ورئيسة البرنامج العام لإعلام المرأة والطفل .. هل وضعتهم ضمن خططكم موضوع حشد المناصرة والتأييد لاستكمال وإقرار القوانين المتعلقة بحقوق الطفل المقدمة للبرلمان للمناقشة والإقرار؟
عندنا اهتمام خاص بموضوع التوعية القانونية وهذه ستلحظها من خلال البرامج والمقالات التي تتم في هذه الوسائل الإعلامية المختلفة، ونحن من جانبنا سنسهم في دعم ومناصرة هذه المشروعات سواء كان من خلال التوعية الإعلامية أو من خلال برامج وأنشطة ومقالات وقضايا ودوات وفلاشات وحواريات تدعم وتساند التعديلات القانونية لصالح طفولة أحسن وطفولة مستقرة وأمنة في اليمن.

رسالة موجهة

هل من كلمة أخيرة أو رسالة محددة تودين توجيهها في ختام حديثك معنا؟
أتمنى من الإعلاميين الذين سبق قد أن قدموا إسهاماتهم في دعم قضايا المرأة والطفل أن يستمروا وأن يكثفوا هذا النشاط والتعاونات الإعلامية التي تعبر فعلاً عن إحساسهم العميق وإيمانهم بقضايا المرأة والطفولة وأيضاً أن تكون تناولاتهم بمصداقية وبيداية وبأن لا تكون هذه المقالات مقالات كيدية أو مقالات نضر بالمصالح الفضلى للطفل أو بمصالح المرأة بل تكون تناولاتهم على قدر كبير من الجدية ومن الحرص وحتى يتم مناقشة هذه القضايا في وسائلهم الإعلامية وتناولها بشكل يسهم في معالجة القضايا ويقدم الحلول ويساعد الجهات على تبني رؤى واضحة حتى تحقق كافة الحقوق المأمولة سواء كانت للمرأة أو للطفل.

أفراحنا بالثورة الخالدة هي أفراح امتلاك إرادتنا الوطنية الحرة وحياتنا العزيزة والكريمة