

12 توصية في ختام ملتقى الإعلام البترولي الأول لدول الخليج

شعر ومقطوعات أدبية، بل كذلك في أسلوبها، من حيث الاهتمام بالجماليات اللغوية أكثر من الاهتمام بالمعلومة والفكر.

بالطبع، كان هناك اهتمام بالقضايا السياسية، محلية وإقليمية ودولية، واهتمام آخر بالقضايا الاجتماعية، أو أخبار المجتمع، ولم يكن هناك أي اهتمام يذكر بالاقتصاد بشكل عام، والبتترول بشكل خاص، وكانت الصحافة في دول المجلس صحافة نخوية، موجهة إلى مجموعة صغيرة جدا، ممن يعرفون القراءة، من رجال الدولة، والتجار والمثقفين.

ولخص المهنا ما تناولته ورقة في استنتاج أن اهتمام الإعلام الجماهيري المحلي، وحتى الإقليمي والدولي، بالشأن البترولي، هو اهتمام مؤقت، ناتج عن تطورات كبيرة وهامة، في الأوضاع السياسية أو الاقتصادية أو البترولية، في المنطقة أو عالميا، والذي يعني في النهاية وعند ملاحظته خلال السنتين عاما الماضية، أن هذا الاهتمام، هو نوع من (الرولركوست)، الذي يرتفع بشدة لدرجة أنه يصبح هو القضية الأولى والأكثر أهمية، ثم ينخفض بشدة، لدرجة أنه يختفي كليا. وشدد على ضرورة الواقعية في التعامل مع الأحداث، مبينا أن البتترول ليس موضوعا يحظى باهتمام جماهيري، في ظل الأوضاع العابدة، حتى يعطيه الإعلاميون مساحة مرموقة.

فالاهتمام من قبل وسائل الإعلام هو نتاج رغبات جماهيرية، هذه الرغبات تركز في الغالب على القضايا ذات الطبيعة المشوقة، والمتغيرة والمتعة، والتي تربط بها المثقف مباشرة، إما من خلال المصلحة، أو بسبب الرغبة في المتعة، وعلى رأس هذه الاهتمامات، على سبيل المثال، الرياضة، الموضة، الفن، أحداث وإشاعات المجتمع، الصراعات السياسية، والتطورات الاقتصادية والمالية التي تمس المواطن مباشرة مثل سوق الأسهم وسوق الغار.

وتابع قائلا: انه من غير المتوقع من الإعلام الاهتمام بالشأن البترولي، إذا كانت الأوضاع هادئة وطبيعية، فلن يتحدث مثلا عن قضايا روتينية ليس لها أهمية لدى الغالبية العظمى من القراء أو المستمعين، مثل توقف إنتاج هذه البترول للصيانة، أو كون أسعار البترول ارتفعت دولارا أو دولارين أو حتى خمسة دولارات، في ظل الأسعار الحالية التي تزيد عن مائة دولار للبرميل (أي تغير في حدود 5٪ أو أقل)، ولن يعطي اهتماما خاصا بإنتاج الأوبك، هل هو ثلاثين أم واحد وثلاثين مليون برميل هذا الشهر أو ذاك، أو هل انتجت السعودية مثلا، تسعة ملايين أو أقل أو أكثر بثلاثمائة أو حتى خمسمائة ألف برميل يوميا، وطريقة تسعير أرامكو في تسعير بترولها هذا الشهر أو ذاك.

● **محمود فاروق**

بصفة دورية في دول المجلس يشترك فيه ممثلو مختلف وسائل الإعلام، لتبادل الأفكار والمعلومات، وتذليل المعوقات، وتعزيز التعاون بين الجهات الإعلامية وتنظيم زيارات ميدانية لممثلي وسائل الإعلام المحلية والعالمية للمنشآت البترولية المصرح بها وترتيب مقابلات إعلامية مع بعض المسؤولين وتنظيم دورات تدريبية لتأهيل العاملين في أجهزة الإعلام البترولي للتعامل مع وسائل الإعلام المحلية والعالمية وبناء علاقات وثيقة ومستمرة مع ممثلي وسائل الإعلام المحلية والعالمية وحث وسائل الإعلام بدول المجلس على اعتماد مبدأ التخصص في تناول الموضوعات البترولية، والعمل على تأسيس نواة للإعلام البترولي، وأخيرا تأسيس قاعدة بيانات بترولية لتأمين التواصل الإعلامي وتوفير المعلومات المراد إيصالها إلى الشريحة المستهدفة داخل دول المجلس وخارجها.

ورأى الصيرفي أن هناك ضرورة للاتصال الدائم بتدويني الصحافة ووكالات الأنباء المعتمدة لتأمين المعلومات والرء على الاستفسارات وتأسيس قاعدة بيانات بترولية لتأمين التواصل الإعلامي وتوفير المعلومات المراد إيصالها إلى الشريحة المستهدفة داخل وخارج دول المجلس والعمل على إزالة أي عوائق تحول دون تنمية العلاقة مع وسائل الإعلام المتخصصة وخارجها. وقال الصيرفي إن هناك مقالات وموضوعات صحافية يسهل التعامل معها من قبل الإعلاميين والجمهور.

ومن جانب آخر استعرض مستشار وزير البترول والثروة المعدنية بالملكة المتلكي السعودية د.إبراهيم بن عبدالعزيز المهنا العلاقة بين وسائل الإعلام والقطاع البترولي وسائل الإعلام وقال: إن بدول مجلس التعاون قائلا: إن القطاع البترولي يعتبر بالنسبة لدول مجلس التعاون أهم قطاع، ليس فقط لقوة اقتصاداتها، بل من أجل رفاه شعبها، وقوة دولها واستقرارها، وأهميتها العالمية. وبالرغم من هذه الأهمية الخاصة، والخاصة جدا، إلا أن العلاقة بين القطاع البترولي، ووسائل الإعلام، والتي من المفروض أن تتور ليس فقط مجمل الشعب، بل كذلك المسؤولين والشعب، الراي - تعتبر علاقة ضعيفة، وهذا يعود إلى عدة أسباب يتحمل مسؤوليتها الطرفان. وتطرق المهنا إلى التطور التاريخي للعلاقة بين وسائل الإعلام والقطاع البترولي، في دول مجلس التعاون، والوضع الحالي للإعلام البترولي وأهميته، مع الإشارة إلى بعض التجارب، التي مرت في قطاع البترول في المملكة، مع وسائل الإعلام المحلية.

وأشار إلى نشأة الصحافة في أغلب دول مجلس التعاون، منذ حوالي مائة عام، التي كانت بواسطة الأبناء الذين قدموا صحافة ذات صبغة أدبية، ليس فقط في محتواها من

«ثقافة» كلمة مطاطة، يمكن أن تمتد وتشمل أمورا عديدة لا تتفق عليها الآراء كما اننا لسنا هنا بصدد التفكير الفكري بقدر ما اننا نبحث عن كلمة محددة المدلولات لنتمكن من المضي قدما في طريقنا للتطور والرقى. أرى كلمة ثقافة بأنها مفاهيم وسلوكيات وقيم اكتسبها أمة من تأثيرها أو تأثرها بالمحيط الذي تعيش فيه.

أما كلمة تنمية، ففي تقديرها انها «الإضافة» التي يقدمها فرد من المجتمع أو المجتمع كله ويكون من شأنها أن تفتح بابا جديدا من أبواب المنفعة للبشرية جمعاء، مقال على ذلك، عندما نقوم بزيادة إنتاج البترول ليصل إلى 2 مليون برميل يوميا بدلا من مليون كنا نفعله، اما ان استطعنا ان نحول مليون برميل يوميا إلى منتجات بترولية تستخدم في مناجي الحياة، فإن في ذلك إضافة كبيرة للبشرية، وهنا تكون التنمية.

الجلسة الرابعة

وتناول مدير التخطيط والعلاقات الدولية في وزارة النفط بالكويت أحمد الصيرفي ورقة عمل خلال الجلسة الرابعة والأخيرة من ملتقى الإعلام البترولي الأول حملت عنوان مجالات التعاون بين وسائل الإعلام والقطاع البترولي في دول مجلس التعاون، حيث استعرض الصيرفي الخطاب الإعلامي البترولي الذي يعبر عن توجهات دول المجلس تجاه قضاياها ومصالحها البترولية محليا وإقليميا وعالميا وتوعية وتثقيف الراي العام في دول المجلس بالصور التتموي للبتترول، وإبراز أهميته كمصدر رئيس للطاقة عالميا فضلا عن تعزيز الثقافة البترولية في دول مجلس التعاون والتعاون بين أجهزة الإعلام البترولي في دول المجلس ووسائل الإعلام المحلية والعالمية للدفاع عن المصالح والمواقف البترولية.

وقال الصيرفي خلال كلمته التي ألقاها أمس خلال الجلسة الرابعة ان الهدف من ملتقى الإعلام البترولي العمل على تعزيز الثقافة البترولية داخل القطاع البترولي في مختلف وسائل الإعلام المتاحة لنشر وتعزيز الثقافة البترولية بين أوساط المجتمع، وتزويد وسائل الإعلام في دول المجلس بالمعلومات المتاحة للنشر عن الصناعة والسياسة البترولية لدول المجلس وصحيح ما يرد من معلومات مغلوطة في وسائل الإعلام عن الصناعة والسياسة البترولية لدول المجلس، وأخيرا تنظيم الأنشطة الموجهة إلى طلبة المدارس والجامعات بدول المجلس من خلال التنسيق مع الجهات المعنية بالتربية والتعليم العالي لنشر الثقافة البترولية.

وأشار إلى ضرورة توثيق التعاون بين أجهزة الإعلام البترولي التابعة لوزارات البترول والشركات الوطنية في دول المجلس مع وسائل الإعلام المحلية والعالمية عبر تنظيم ملتقى إعلامي بترولي



جانب من جلسات اليوم الأخير للملتقى

البترولية، أوضح الخالدي انه وبعد البحث في المصادر الاعلامية والأكاديمية لوحظ عدم وجود اتفاق على تعريف مصطلح الثقافة البترولية الا ان هناك اوجه ارتباط متقفا عليها فيما يخص مفهوم الثقافة البترولية بشكله العام ويمكن ايجازه في تكوين معرفي حول الصناعة البترولية للوصول الى فكر مستنير لأهم مكونات الصناعة البترولية وذلك من اجل خلق التوعية بين اوساط المجتمع.

واكد الخالدي الحاجة الى الثقافة البترولية، مبينا ان للاعلام دورا بارزا في التأثير على الراي العام والنوعية بالصناعة البترولية وخلق صورة ذهنية ايجابية لدى مجتمعنا والعالم وأن البترول محرر رئيس للاقتصاد العالمي والتنمية الاجتماعية.

وعدد الخالدي وسائل أخرى لتحقيق الثقافة البترولية، مشيرا الى ان مشروع الثقافة البترولية له نجاح وفائدة في اوساط المجتمع الكويتي لنشر المعرفة المتخصصة بالصناعة البترولية بالكويت من خلال توعية المجتمع بتطورات الصناعة النفطية في البلاد بالتعاون مع وسائل الاعلام المحلية ويجاد صورة ايجابية في الاذهان عن الوزارة ودورها في المجتمع الكويتي من خلال التعامل المهني الصحيح مع وسائل الاعلام المختلفة والتواجد الدائم في المناسبات العامة والوطنية والاجتماعية لابراز حرص الوزارة على التفاعل مع النشاطات الكويتية المختلفة وغيرها من الطرق الأخرى.

وتناول الخبير النقطي وصاحب فكرة ومبادرة الكويت عاصمة النفط م.أحمد العريبد ورقة عمل حول دور وسائل الإعلام في نشر وتعزيز الثقافة البترولية في اوساط المجتمع، وأشار العريبد الى استراتيجية الاعلام البترولي لدول مجلس التعاون الخليجي التي تعد خطوة في الطريق الصحيح لتوحيد الخطاب الاعلامي البترولي بين دول المجلس تجاه قضاياها ومصالحها البترولية.

وأضاف: «أعلم ان كلمة

إشراف ومتابعة لجنة الاعلام البترولي. وقد وجهه وزير البترول والثروة المعدنية بالملكة العربية السعودية م.علي بن إبراهيم النعيمي الدعوة لاستضافة ملتقى الإعلام البترولي الثاني لدول المجلس في مدينة الرياض بالسعودية في 2015.

وكانت جلسات اليوم الثاني قد شهدت نقاشا حول العديد من النقاط المحورية لصناعة النفط حيث شهدت الجلسة الثالثة التي عقدت تحت عنوان أهمية وسائل الاعلام في نشر وتعزيز الثقافة البترولية بين اوساط المجتمع وتحدث خلالها مدير ادارة الاعلام البترولي في وزارة النفط الكويتية انور الخالدي حول مصلحة دول مجلس التعاون الخليجي التي تقتضي التعاون الشامل في مجال الاعلام البترولي بهدف تحقيق اهداف محددة وحماية مصالح تلك الدول الاقتصادية والبترولية.

وأوضح الخالدي في كلمته ان هناك حاجة للتخطيط ووضع اولويات تحدد وتقتن الطريق للوصول الى اهداف متشودة، مضيفا ان من تلك الاولويات نشر الثقافة البترولية التي تحقق التوعية لدى اقرار المجتمع مما يؤمن حقيقة التعامل مع هذه الثروة في المستقبل. مشيرا الى ان العوائد البترولية لها دور في رفع مستوى المعيشة والرفاه في مجتمعنا ويستوعب الفرد حقيقة التحديات التي تواجه الصناعة البترولية على المدى البعيد.

ولفت الخالدي الى ان رسالة وزارة النفط المحافظة على الثروة البترولية واستغلالها وتطويرها وفق افضل السبل وبما يكفل تنمية موارد الدولة وزيادة دخلها القومي وتأمين سلامة العاملين والبيئة والمنشآت، موضحا ان الهدف العاشر من استراتيجية وزارة النفط المساهمة في عقد الندوات والمؤتمرات المتخصصة في النفط والطاقة وانشاء مركز للمعلومات النفطية والعمل على نشر الثقافة والتوعية بالصناعة النفطية داخل البلاد ودعم العمل البحثي. وفي شرحه لتعريف الثقافة

المجلس في تأمين الامدادات البترولية في الظروف العادية والاستثنائية. ● تنظيم حملات اعلامية بالتعاون مع المنظمات البترولية الدولية للتصدي لما تنهه بعض وسائل الإعلام العالمية ضد المصالح البترولية لدول المتحجة.

● التعاون بين اجهزة الإعلام والطاقة لرجال الإعلام ولجنة المختصين بالإعلام البترولي بدول المجلس لتبادل الخبرات في كافة مجالات الإعلام البترولي. ● عقد حلقات نقاشية متخصصة بقضايا البترول في المنظمات البترولية الدولية ولجنة المختصين بالإعلام البترولي بدول المجلس لتسلط الضوء على مساهماتها الطوعية في الجهود الدولية في المحافظة على البيئة وتأكيد حرصها على دعم البرامج والمشاريع التنموية في الدول النامية الفقيرة، كما تطرق الوزير إلى أنشطة الإعلام البترولي التي يضطلع بها القطاع النفطي بالكويت، معتبرا

الملتقى تشدينا لمرحلة جديدة من التعاون والعمل المشترك بين دول المجلس في مجال الإعلام البترولي.

وقد ناقش الملتقى على مدى يومين الموضوعات التالية: دور أجهزة الإعلام البترولي بدول المجلس في تحقيق استراتيجية الاعلام البترولي لدول المجلس.

● استنقار التطور الإلكتروني في ابراز دور العوائد البترولية في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية لدول المجلس والمحافظة على البيئة.

● دور وسائل الإعلام في نشر وتعزيز الثقافة البترولية بين أوساط مجتمعات دول المجلس.

● تقييم طبيعة العلاقة بين وسائل اعلام والقطاع البترولي بدول مجلس التعاون.

● تنفيذ وإنتاج برامج إعلامية تسهم في نشر الثقافة البترولية بالتعاون مع وزارات الإعلام ودول المجلس وتوظيف أحدث التقنيات الاعلامية والإلكترونية لهذا الغرض.

● اعداد اصدارات ووثائق اعلامية متعلقة بالصناعة البترولية بدول المجلس باللغتين العربية والانجليزية وتوزيعها داخل وخارج دول المجلس.

● تنظيم حملات اعلامية على المستوى العالمي تبرز دور دول

الخالدي: الثقافة

البترولية تؤمن

حقيقة التعامل

مع الثروة النفطية

العريبد: التنمية

التي يقدمها الفرد

للمجتمع تفتح باباً

جديداً من أبواب

التنمية

الصيرفي: استخدام

الوسائل الإعلامية

في تأمين الإمدادات

البترولية

المهنا: العلاقة بين

القطاع البترولي

ووسائل الإعلام

المحلية ضعيفة

شركة الخليج للكابلات والصناعات الكهربائية ش.م.ك
Gulf Cable & Electrical Industries Co. k.s.c

توزيع أرباح

يسر إدارة شركة الخليج للكابلات والصناعات الكهربائية (ش.م.ك) أن تعلن للمساهمين الكرام بأن توزيعات الأرباح النقدية (٢٥ ٪) من القيمة الاسمية للسهم الواحد أي بواقع خمسة وعشرون فلسا للسهم الواحد) التي تم إقرارها من قبل الجمعية العامة العادية للمساهمين المسجلين بتاريخ انعقاد الجمعية ٢٠١٣/٣/١٧

للسنة المالية المنتهية في ٢٠١٢/١٢/٣١ ، ستتم اعتبارا من يوم الاربعاء الموافق ٢٠١٣/٣/٢٧ بمقر الشركة الكويتية للمقاصة - الكائن في برج أحمد -الدور الخامس-وحدة سجلات المساهمين - شارع الخليج العربي - بجانب مستشفى الأميري .

الرجاء احضار البطاقة المدنية الأصلية .

مجلس الإدارة

«الدولي» اختتم مشاركته في مهرجان الأم

الشيخة فريحة الأحمد تكرم ممثلة بنك الكويت الدولي عقاب عبدالسلام

اختتم بنك الكويت الدولي مشاركته في مهرجان الأم «I Love You Mum» ، والذي اقيم تحت رعاية الشیخة فريحة الأحمد الجابر الصباح في فندق سفير في منطقة الفنتاس. وقالت مدير عام الإدارة المصرية للأفراد انتصار السويدي ان مشاركة بنك الكويت الدولي في هذا المهرجان جاءت انطلاقا من ايمانه بأهمية المرأة وكونها جزءا مهما من المجتمع والوطن مشيرة إلى حرص بنك الكويت الدولي على اظهار دعمه وتقديره للمرأة في كل مناسبة ممكنة. وأضافت السويدي: «أن المرأة عصب المجتمع وأساسه، فهي تقدم لأسرتها ومجتمعها دون حساب، وتشارك الرجل في ميادين العمل المختلفة وتنهض بواجبها الوظيفي على قدم المساواة مع الرجل في كافة المجالات العملية»، مشيرة إلى أن بنك الكويت الدولي قام بتصميم حساب «رياس» بشكل خاص للنسيدات، حيث يوفر هذا الحساب مزايا ذات قيمة مضافة وفق متطلبات واحتياجات المرأة المصرية، وبأسلوب يتناسب مع أسلوب حياتها.

يذكر أن مشاركة بنك الكويت الدولي الذي يعمل وفق أحكام الشريعة الإسلامية في تعاملاته المصرفية في هذه الفعاليات تأتي توافقا مع الدين الإسلامي الحنيف الذي دعم المرأة ومنحها مكانة عالية كونها الأم والأخت والزوجة، وكونها اللبنة الأساسية التي يرتبط صلاح المجتمع بصالحها.

شركة الإتحاد العقارية
UNION REAL ESTATE COMPANY
شركة مساهمة كويتية (مقفلة)

إعلان تذكيري

لحضور اجتماع الجمعية العمومية العادية
للسنة المالية المنتهية في 2012/12/31

يسر مجلس إدارة شركة الاتحاد العقارية ش.م.ك (مقفلة) دعوة السادة المساهمين الكرام لحضور اجتماع الجمعية العامة العادية والمقرر عقده يوم الأربعاء الموافق 2013/4/3 الساعة العاشرة صباحاً في مجمع الوزارات - وزارة التجارة والصناعة - بلوك 2 - الدور الأول - قاعة الاجتماعات (ب) وذلك للنظر في البنود الواردة على جدول الأعمال.

لذا يرجى من السادة المساهمين الكرام الراغبين في الحضور أو من ينوب عنهم مراجعة

السادة/ الشركة الكويتية للمقاصة

إدارة حفظ الأوراق المالية - الكائن في منطقة الشرق - شارع الخليج العربي - برج أحمد - الدور الخامس - هاتف، 22464579 - 22464565 لاستلام بطاقات الحضور وجدول الأعمال خلال ساعات العمل الرسمية مصطحبين معهم مستندات ملكية الأسهم وذلك قبل انعقاد اجتماع الجمعية العمومية بأربع وعشرون ساعة على الأقل.

والله ولي التوفيق

مجلس الإدارة