افتتح مقره الانتخابي في ندوة جماهيرية كبيرة في الدائرة الرابعة

عسكر العنزي: الخطاب السامي يؤكد العهد الوثيق بين الأسرة والشعب الكويتي وندعو للالتفاف حول قيادتنا

عسكر العنزي متحدثا

عسكر مستقبلا مؤيديه (تصوير: صالح محمد)

افتتح مرشح الدائرة الرابعة النائب السابق عسكر العنزي مقره الانتخابي في ندوة جماهيرية كبيرة في الدائرة الرابعة، وأكد في تصريح صحافي أن الخطاب السامي، يؤكد العهد الوثيق بين الأسرة والشعب الكويتي وأدعو الجميع للالتفاف حول قيادتنا الحكيمة.

وكان العنزي قد تحدث في ندوته، عن برنامجه الانتخابي واهم القضايا التي سيتبناها في حال وصوله للمجلس القادم، منوها بعدم جواز التقشف على مستوى مستحقي العلاج بالخارج.

وتطرق العنزي لغلاء الاسعار وضرورة زيادة الرواتب بسبب تحمل المواطنين أعباء كبيرة بسبب الزيادة في أسعار السلع الاستهلاكية، داعيا إلى تمليك أصحاب بيوت "من باع بيته".

كما تطرق لقضايا الإسكان والتعليم والصحة، مبينا ضرورة وجود تشريعات وقوانين لتطوير هذه الخدمات، ودعا سمو رئيس الوزراء لاختيار وزير كفؤ وجاد ورجل دولة لحقيبة الإسكان، مؤكداً أنه كان أول من طالب بنقل معسكرات الجيش بعيداً عن الجهراء في 2011، وقد استجابت الحكومة بفضل الله أخيراً لهذا الطلب المستحق.

ودعا العنزي، لإنصاف الطلبة والعاملين في هذه القطاعات، وأبدى اهتمامه بملف التجنيس وتشريع قوانين لتجنيس المستحقين من غير محددي الجنسية وإنصاف المرأة الكويتية المتزوجة من غير كويتي، ومن لديها ظروف قهرية.

وشدد مرشح الرابعة، على تسهيل وتوفير الحياة الكريمة، لأبناء الكويتيات وتوفير الخدمات لهم ومنها توفير الرعاية الصحية لأبناء الكويتية من المقيمين، وتسريع مشروع النعايم المخصص للكويتيات، منادياً بتجنيس أبنائها وتوظيفهم، ومساعدة الكويتية المتزوجة من غير كويتي وإن كانت موظفة، لضعف راتبها الذي لا يتجاوز 600 او 700 دينار.

وختم مرشح الدائره الرابعة عسكر العنزي بأنه سيكون حاضرا مع أي قانون فيه مصلحة الوطن والمواطن، وخصوصا تجنيس 4000 سنوياً، والتوسع في ابتعاث الطلبة، وتحمل الدولة نصف تكاليف الموفد على نفقته، ومحاربة احتكار الوظائف ذات الامتيازات بشكل طبقي، مشدداً على ضرورة عدم تحميل المواطنين أعباء مالية تساهم في إرهاق ميزانية الأسر في ظل الوفرة المالية.

الديوان غص بالحضور

جانب من الحضور

الإعلانات في الحملات الانتخابية لـ «أمة 2022» .. انحسار الورقية مقابل ارتفاع الإلكترونية والمرئية

ما إن تحاول تصفح هاتفك النقال أو الولوج إلى حسابك الشخصي في صفحات التواصل الاجتماعي أو حتى محركات البحث عن المواقع الإخبارية أو العادية إلا وتطالعك صور مختلفة لمرشحين إلى انتخابات مجلس الأمة 2022 المقررة 29 سبتمبر الجاري سعيا منهم إلى استقطاب الناخبين قدر الإمكان والتعريف بأنفسهم وبرامجهم الانتخابية.

فالإعلان عامل مؤثر في نجاح الحملات الانتخابية عموما ولأهل الاختصاص دراية كاملة بأهمية دوره وترسيخ صورة أو اسم ما لدى مختلف شرائح الرأي العام إلى جانب اعتبارات أخرى طبعا تتعلق بالتجربة الشخصية والخبرات والمؤهلات وغيرها لدى المرشح وطبيعة تفكير الناخب بحد ذاته ونظرته المحددة لخياره الانتخابي وقراره بالتصويت.

وبالطبع لا تقتصر الحملات الانتخابية على ما يتعلق بالانتشار عبر مواقع التواصل الاجتماعي "السوشيال ميديا" أو حتى المرئية والمسموعة وغيرها من المنصات هنا أو هناك أو الإعلانات الطرقية وعلى حافلات النقل العام إذ يخوض الإعلان الورقي عبر الصحف اليومية والدوريات مثلا معركة صعبة من نوع آخر تتعلق بالمحافظة على دوره أو حتى بقائه.

فحقيقة انحسار الإعلانات الورقية مقابل الإلكترونية ليست وليدة اللحظة أو مرتبطة بالانتخابات بشكل عام بل لها علاقة عضوية بطبيعة الصحافة الورقية ككل التي تصارع بدورها للبقاء وسط قوة الإعلام الجديد ذي الانتشار السريع حول العالم في ثوان معدودة وتأثيره الهائل ومرونة استخدامه وتداوله بشكل عام.

ويمكن لأي متصفح ومتابع للصحافة الورقية اليومية الكويتية أن يلاحظ مقارنة بالصحافة الإلكترونية أو المرئية والمسموعة تراجع الإعلانات الورقية عموما لأسباب ربما معروفة تتعلق بالتكلفة أو مدى تأثير هذا الإعلان الورقي ولا تتوقف عند الشريحة المستهدفة التي يريد المرشح الوصول إلى أكبر نسبة ممكنة فيها والتي ربما لاتغطيها الإعلانات الورقية.

وبهذا الشأن التقت وكالة الأنباء الكويتية "كونا" اليوم السبت عددا من أهل الاختصاص وتباينت آراؤهم حول فكرة انحسار الإعلانات الورقية بشكل عام وسط انتشار الإعلام الجديد واختلاف الشريحة المستهدفة لكنهم اتفقوا على أهمية الإعلان الورقي وخصوصيته على الرغم من كل العوامل التي تدفع باتجاه نزوع المرشحين او المعلنين إلى الإعلانات الإلكترونية أو ما شابهها.

وقال مدير تحرير صحيفة "الأنباء" المحلية محمد الحسيني إن الحملات الانتخابية الأخيرة بالفعل شهدت تراجعا في حجم الإعلان الورقي بسبب التكلفة العالية لهذا النوع من الإعلان مقارنة بالإعلانات الإلكترونية الأقل ثمنا موضحا أن 85 في المئة من الإعلانات في الصحف حاليا تذهب إلى المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل حيث للصحف الكويتية حضور بارز وقوي أيضا في المجالين معا.

وأضاف الحسيني أن الإعلانات الورقية عادة تستهدف فئة المتقاعدين ورؤساء الشركات والإدارات والموظفين في الدوائر الحكومية أما الإلكترونية فتوجهها الرئيسي نحو شريحة الشباب.

من جانبه رأى ناشر "النخبة نيوز" الإلكترونية عبدالله العليان أن الإعلان الورقي لم ينحسر لأنه هو الأساس وما زالت الصحف الورقية تستقطب الاعلانات الانتخابية فهي عنوان للثقة والجمهور يثق بها كثيرا لكن استحدثت تواصلها مع الجمهور بطرق كثيرة من ضمنها نظام أعداد "pdf" التي ترسل عبر موقعها الإلكتروني أو الواتس أب أو التلغرام وغيرها.

وأضاف العليان أن الصحف كذلك استحدثت طرقا عديدة منها إنشاء قنوات عبر اليوتيوب وتبث برامج خاصة لها وكذلك عبر منصة تويتر فمازالت تستقطب العديد من المرشحين لأن الجمهور لا يزال يثق بمصدر الصحف الورقية ويراها عنوانا للثقة والمصداقية.

ولفت إلى أن الصحف الورقية لديها أيضا الإمكانيات الكبيرة من أقسام التحرير والإخراج والتسويق عكس بعض الصحف الالكترونية التي يكون عدد العاملين فيها أقل من عشرة أشخاص "ولعل أبرز مشكلات الصحف الورقية اليوم أن الكثيرين لا يقرأون الصحيفة الورقية بذاتها إنما عبر منصاتها ونسخها الإلكترونية".

وأوضح أن الصحف الإلكترونية تستقطب الإعلانات الانتخابية لأن أسعار الإعلان أقل من سعر الصحف الورقية بسبب قلة تكاليفها مقارنة بتكاليف الصحف الورقية وهناك صحف إلكترونية مختصة ولها فئة محددة مثل صحف مرتبطة باختصاص ما وصحف للعنصر النسائي وسناب او حسابات مختصة بفئة معينة عكس الصحف الورقية التي تستهدف الجميع.

وذكر العليان أن الصحف الإلكترونية مثلما جاء في قانون الإعلام الإلكتروني هي لترسيخ روافد الإعلام الكويتي وتكون بجانب الصحف الورقية "فلا أتوقع أن الإلكتروني يزيح الورقي أو العكس فلكل منهم جمهور وعشاق له".

وبين أن الإعلام الإلكتروني يشهد تطورا كبيرا ومتسارعا بسبب تسارع وتيرة تطور وسائل التواصل وانتشار التطبيقات المتنوعة عند معظم شرائح المجتمع وسهولة استخدامها من الجميع ونستطيع ان نقول إنه منافس للإعلام التقليدي الذي لم يطور من نفسه في وقت أثبتت صحف وقنوات قدرتها على مواكبة التطورات وأصبحت مواقعها الإلكترونية متميزة جدا واستمرت بالنجاح والتواجد بجدارة.

من ناحيته قال أستاذ الاعلام في جامعة الكويت الدكتور محمد العتيبي إن انحسار الإعلانات في الصحف لم يطرأ في فترة الانتخابات الحالية فقط بل هذا الانحسار والعزوف كان ملاحظا بالنسبة للمختصين والمعلنين على حد سواء مع الانتشار الواسع والاستخدام الكبير لوسائل الإعلام الإلكترونية.

وأضاف العتيبي أنه يمكن ايعاز هذا الأمر كذلك للحضور والتواجد الطاغي الذي حازته وسائل التواصل الاجتماعي في الكويت والعالم ككل وجذبها للمعلنين إذ تتحقق بها أقصى فائدة ممكن أن تجنى من إعلان لأنها تتيح للمعلنين معرفة مدى تأثير الإعلان فيها من خلال توضيح المدى الجغرافي المتوقع أن يصل له الإعلان الإلكتروني والفئة المستهدفة والفئة العمرية بشكل أكبر من الإعلان الورقي.

ولفت إلى تركيز أغلب المرشحين والقائمين على حملاتهم الانتخابية في هذه الانتخابات والأهمية التي يولونها للحضور في وسائل التواصل الاجتماعي والإعلان فيها ومن الملاحظ كذلك في هذه الانتخابات تحديدا هو تأثر حصة الإعلانات الطرقية للمرشحين إلى جانب التركيز على الإعلان في وسائل التواصل الاجتماعي وقد يكون ذلك متعلقا بالتكلفة والقوانين المنظمة لذلك.

«نزاهة»: تشريعات مكافحة الفساد المدرجة على جدول أعمال مجلس الأمة المقبل استحقاقات دولية مهمة

الهيئة العامة لمكافحة الفساد

حذرت الهيئة العامة لمكافحة الفساد "نزاهة" من التأخر أو التراخي في مناقشة وإقرار التشريعات المتعلقة بالفساد المدرجة على جدول أعمال اللجنة التشريعية بمجلس الأمة المقبل.

وقالت الهيئة في موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" أول أمس الجمعة ان تلك القوانين والتشريعات تتمثل في تجريم الرشوة في القطاع الخاص ورشوة الموظف العام الأجنبي وتوسيع نطاق مسؤولية الأشخاص الاعتبارية في جرائم الفساد وتقرير عقوبات تتناسب مع طبيعة الشخص الاعتباري.

واكدت أن التشريعات المشار إليها تشكل التزامات دولية على عاتق دولة الكويت في مجال مكافحة الفساد وتعزيز النزاهة والشفافية محذرة من التأخر أو التراخي في إقرارها لما في ذلك من تأثير سلبي مباشر على موقف الكويت على المؤشرات الدولية ذات العلاقة بمكافحة الفساد.

واعربت مع قرب موعد الحدث الانتخابي الديمقراطي "أمة 2022" المقرر في الـ29 من سبتمبر الجاري عن تمنياتها للجميع بالتوفيق وأن يخرج المشهد الانتخابي بشكل يليق بسمعة دولة الكويت ويحقق آمال وطموحات شعبها الكريم.

الإقبال على المقار الانتخابية مازال مرتفعا رغم ما يوفره «الإعلام الرقمي» من خدمات انتخابية

أعداد كبيرة من الناخبين والناخبات يتوافدون للمقار الانتخابية

رغم توفير مواقع التواصل الاجتماعي ما يعرف بـ"الإعلام الرقمي" الذي يقدم خدمات متميزة لترويج الحملات الانتخابية فإن الناخبين والناخبات من مختلف الأعمار في الدوائر الخمس مازالوا يتوافدون بأعداد كبيرة إلى المقار الانتخابية في "أمة 2022".

وتعد هذه المقار من المظاهر التقليدية التى جرى العرف عليها في الانتخابات البرلمانية الكويتية بغية تواصل الناخبين مع المرشحين والمرشحات وجها لوجه للتعرف على برامجهم الانتخابية.

صور متنوعة لتوافد أعداد كبيرة من الناخبين والناخبات إلى عدد من المقار الانتخابية

الرغيب: الأزرق هو المكتسح في الإعلانات حاليا

الألوان.. دلالات رمزية وعناصر مؤثرة في تكوين الهوية البصرية والإعلانات الانتخابية لمرشحي أمة 2022

انطلاقا من المغزى الدلالي والنفسي المؤثر للألوان تنبه الكثيرون من المرشحين إلى انتخابات مجلس الأمة 2022 المقررة 29 سبتمبر الجاري في حملاتهم إلى أهمية الألوان وحرصوا على اختيارها بعناية ضمن عناصر تحديد هويتهم الانتخابية ولغتهم البصرية في إعلاناتهم الترويجية.

فلكل لون رمزية ومعنى وتأثير في النفس وله مكانه في اللغة البصرية ومعلوم أن الذاكرة البشرية باختلاف الثقافات والحضارات عبر التاريخ ارتبطت بالألوان ضمن أحداث وحقب زمنية إذ مثل اللون عنصرا تعريفيا ونقطة علام دلالية أشبه بالاسم أو الهوية علاوة على تأثيره النفسي على الآخرين فلكل لون ذبذباته الخاصة المؤثرة والمتأثرة.

وقالت دكتورة الفلسفة في النقد التشكيلي وممارس الطب اللوني ريهام الرغيب لـ"كونا" أمس السبت إن الشارع الكويتي ووسائل التواصل الاجتماعي تغص حاليا بالإعلانات الخاصة بمرشحي مجلس الأمة مضيفة أن الإعلانات عبارة عن صورة تتشكل من مجموعة لونية خاصة يتم اختيارها من المرشح بحسب أهداف ورغبات معينة.

وأوضحت الرغيب أن هذه الإعلانات تستخدم ألوانا ودرجات معينة منها وقد يكون الهدف من اختيار اللون أن يعكس انتماء المرشح لمجموعة أو تيار وأيضا قد يتم اختيار ألوان أخرى لها دلالات أو أهداف أخرى.

وذكرت أن اللون الأزرق هو المكتسح في إعلانات المرشحين ويرجح اختياره لسببين الأول لأن أغلب المرشحين من فئة الذكور وقد ارتبط هذا اللون بالذكر وهو محبب له منذ الصغر أما السبب الثاني لاختيار الأزرق بدرجاته فيعود لما يحمله هذا اللون من دلالات مهمة يريد أن يعكسها المرشح للناخبين فالأزرق حسب الأبحاث والدراسات يبعث على الراحة النفسية ويعزز مشاعر التسامح والتشافي والهدوء مؤكدة أنه من المهم أن يرتاح الناخب نفسيا للمرشح.

وفي معرض إشارتها إلى اختيار بعض المرشحين للون الأحمر في إعلاناتهم أفادت بأنه من الألوان القوية الملفتة للعين وربما يدل اختيار هذا اللون إلى رغبة صاحب هذا الإعلان في أن يعكس مفاهيم ومعاني القوة والشجاعة وخصوصيته المميزة في حواراته وطرحه وأهدافه".

وعن بقية الألوان قالت الرغيب إن البرتقالي يعكس الإبداع والأصفر يدل على السعادة والسرور والتفاؤل والتجديد أما الرمادي فهو لون محايد والأبيض موجود في أغلب الإعلانات بينما اقتصر اللون الأسود على الكتابة.