



## ورقة عمل حول صورة الحركة الكشفية

### الإعلام والاتصال والتسويق

#### توطئة:

تشرف اللجنة التحضيرية للمؤتمر الوطني الحادي العاشر للكشافة الحسنية المغربية أن تضع بين أيديكم ورقة عمل حول: "صورة الحركة الكشفية الإعلام والاتصال والتسويق" باعتبارها دعم واقتراح إطار مرجعي لأهداف المخطط الرباعي 2025-2022 التي تتماشى مع رؤية الاستراتيجية الكشفية العالمية واستراتيجية المنظمة الكشفية العربية. الورقة سلسلة أولويات ومبادئ توجيهية حول صورة الحركة الكشفية الإعلام والاتصال والتسويق وفق سياقات تاريخية ودراسة لواقع الممارسة الإعلامية ومقترحات للنهوض بمجال الإعلام والاتصال.

#### مقدمة:

ان اهتمام الكشفية الحسنية المغربية بمجال الإعلام والاتصال ليس وليد اليوم بل هو متجذر في ممارستها التربوية الكشفية منذ نشأتها ويظهر ذلك من خلال مستوى الإنتاجات الإعلامية.

وقد جعلت جائحة كورونا الجمعية ملزمة بمواكبة التغيرات التي عرفها المجتمع المغربي والعالمي باستخدام التكنولوجيات الحديثة ومنها مواقع التواصل الاجتماعي ومنصات التناظر المرئي والأنشطة والدورات التكوينية عن بعد

إن ما راكمته الجمعية من رصيد متميز في هذا المجال يجعل إطلاق أي مشروع لتنمية وتأهيل الإعلام الكشفي قابل للتحقق أضف على ذلك التوفر على رصيد بشري مؤهل من القيادات التربوية الكشفية.

اليوم، الإعلام الكشفي مطالب من أي وقت مضى بمواكبة مختلف التطورات الحاصلة وبالتالي العمل على إثراء التجارب السابقة محليا وجهويا ووطنيا كل هذا أصبح رهينا بالعملية



التدريبية باعتبارها صيرورة دائمة تجعل من فريق الإعلام الكشفي وطنيا أو جهويا منفتحا على مختلف المستجدات حتى يؤدي الدور المناط به بحرفية وتميز.

إن تأثير الكشافية ومقدرتها على النمو بكل أسف محدود إلى حد ما بالنسبة إلى الكثير من الجماهير إما غير معروفة جيداً أو غير مفهومه أو أن صورتها سيئة، وبالتالي تعوق هذه العوامل عملية الجذب والاحتفاظ بالأعضاء بالإضافة إلى الدعم المالي والمساعدات المختلفة التي تعد ضرورية وهامة.

## الكشافية والصورة الذهنية

والاتصال الكشفي أو بمسماها المتعارف عليه العلاقات العامة والإعلام يبدو متداخلاً بدرجة كبيرة مع القضايا الأخرى التي تواجهها الكشافية وبخاصة مع قضايا الشباب. وعليه فإن الارتقاء الفعّال بالكشافية يتطلب بالدرجة الأولى اتباع برنامج كشفي يلبي احتياجات وانتظارات الشباب .... إن الجهود المبذولة لتحسين فهم وإدراك الكشافية تستهدف غالباً احتياجات الجمهور أكثر من المجموعات الخاصة من ذوي الأهمية مثل الشباب وأولياء الأمور ويبلغ هذا الهدف أهمية قصوى، حيث تعاني مصادر الاتصالات من قصور في هذا الشأن.

وعلى الرغم من إدراك ما يُسمى بمشكلة (صورة الكشافية) والتي وجدت اهتماماً ضعيفاً بإجراء بحوث لتحديد موضع المشكلة وما هي أسبابها وكيف يمكن تغيير الصورة عن الضرورة، فإنه لا يزال لدى شرائح المجتمع قصور في ماهية الكشافية حتى أن وضوح تلك الماهية في بعض الأحيان قد يسبب مزيداً من تأكيد نمطيتها ويساهم في مزيد من الإساءة إليها. إن إلقاء اللوم دائماً في حالة (الصورة السيئة) يوجه إلى الآخر

وخصوصاً وسائل الإعلام المختلفة وهو أمر قد يكون فيه شيء من المصادقية لكن الإعلام يعتبر بالضرورة شريكا في إبراز الرسالة التربوية النبيلة للحركة الكشافية.

## الوضع الحالي:

- انتاجات سمعية بصرية: راك فالبال / صورة وذكرى / منصة الكشف / رمضانيات كشفية
- استخدام المنصات التواصلية: فيسبوك / انستغرام / تويتر / يوتيوب
- تحديث وتطوير الموقع الالكتروني للجمعية.
- وجود قيادات كشفية قادرة على مواكبة التجديد الإعلامي.

## الاكراهات

- يحد من المردودية:
- الاعتماد على المتطوعين فقط،
- غياب ميزانية لتنفيذ الرؤية الإعلامية،
- عدم مشاركة باقي المؤسسات في تنفيذ الرؤية الإعلامية.

## تساؤلات لا تزال عالقة:

ما السبيل الى دعم العلاقات وتقوية الاتصالات بين الكشافة الحسنية المغربية والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية ذات الاهتمام المشترك. وتقوية قدرات قيادات الجمعية في التواصل ومهارات الاتصال والتسويق لتعزيز الصورة الذهنية للحركة وحشد التأييد لها من أجل لإبراز الأثر الاجتماعي وجذب أعضاء جدد؟

1. ما السبيل الى دعم الجهات والفروع في مجالات العلاقات العامة والإعلام والاتصال والتسويق الكشفي؟
2. ما السبيل الى تقوية وتنمية وتقييم صورة الحركة الكشفية على جميع المستويات لحشد وكسب دعم مشاريع وبرامج الجمعية؟
3. ما السبيل الى تنمية التربية الإعلامية للمسؤولين الجهويين والمحليين والمتحدثين الشباب؟

## الإعلام الكشفي في الوطن العربي: مبارك بن عوض الدوسري

يُعاني الإعلام الكشفي في الوطن العربي كغيره من المؤسسات التطوعية والاجتماعية، في ظل الانفجار المعلوماتي، وتعدد وسائل التواصل الاجتماعي، ممن نصب نفسه «إعلامياً كشافياً» فاختلط الحابل بالنابل، واجتمع الغث بالسمين بحثاً عن الشهرة، وهوس بحب الظهور، ومنحوا أنفسهم لقب الإعلامي حتى وإن كانوا لا يملكون تلك الصفة من أية مؤسسة إعلامية، أو شهادة معتمدة، لتحقيق هدفهم المظهري دون هدف مخبري، وقد يكون للجمعيات الكشافية الوطنية ورابطات الرواد والمرشديات دور فيما يحصل بإتاحة الفرصة لهؤلاء، رغم أن الإقليم الكشفي العربي على مدى عشر سنوات عمل على تأهيل قيادات كشافية من كل الوطن العربي على أيدي خبراء إعلاميين في مؤسسة إعلامية لها ثقلها الدولي، لكن خريجها يعانون من توجيه الفرصة لغيرهم دون اهتمام بمهنتهم التي تفوق من جاءت بهم الواسطات أو التحزبات، أو حتى من يمارسون الدور وهم لا ينتسبون لإعلام جمعية أو رابطة، حتى لنكاد نقول كما يقول غيرنا مهنة الإعلام الكشفي أصبحت مهنة من لا مهنة له.

إن المسؤولين الكشفيين عربياً وعالمياً يُدركون أهمية الإعلام والنشر الكشفي، والذي قد دعت السياسة العالمية السابقة لتنمية القيادات إلى الاهتمام به وتوفير كافة السبل لإنجاح هذه المهمة، وقد عمل الإقليم الكشفي العربي منذ أكثر من عشرين عاماً على تأطير ذلك العمل خلال اللقاء الثالث لمسؤولي العلاقات العامة والنشر الذي عقد بالمركز الكشفي العربي الدولي 1999، وكان من ذلك التأطير وضع الصفات المثالية الشخصية لمسؤولي الإعلام والنشر، والتي وزعها إلى صفات أساسية وثانوية وغير مرغوب فيها، ومن تلك الصفات التأثير على الآخرين من خلال القدرة على بناء علاقات مع الأفراد والمؤسسات، وقوة الشخصية والجادبية ومرونتها، وإدارة الإعلام والنشر في هيئته، وحسن المظهر والهيئة، وأن تكون لديه القدرة على إنجاز المهمة بحيث تكون لديه خلفية ثقافية وتاريخية جيدة عن الحركة الكشافية محلياً وعربياً وعالمياً، وله علاقات متميزة مع أجهزة الإعلام الحكومية وغير الحكومية، كما يجب أن يتصف بمجموعة من الدوافع، من أهمها الإيمان بمبادئ الحركة الكشافية، والرغبة في تنمية الإعلام والنشر عن الحركة الكشافية، وقدرته على استثمار طاقاته وتوظيفها للتعريف





بالدور التربوي للحركة الكشفية، وأن يكون قادرا على التكيف مع الآخرين ومعرفته بأدوار ومهام الهياكل القيادية المختلفة وطنياً وعربياً وعالمياً.

ومن الصفات غير المرغوب فيها الأسلوب الجاف في التعامل مع الآخرين، والأناية وحب النفس، وممارسة السلطوية على الآخرين، ومحاولة الاستفادة من عمله الكشفي في تحقيق مصالح شخصية، وأن يبدد منه سلوك شخصي يتنافى مع التقاليد الكشفية.

من هذا المنبر أرفع صوتي إلى كل مسؤول كشفي «أعيدوا الأمور إلى نصابها»، العمل الإعلامي الكشفي ليس مكانا لإبراز صوركم الشخصية، وصور من يقوم بالمهمة، الإعلام الكشفي يجب أن يكون للأفراد الذين نحن قادة لهم، أبرزوا أعمالهم ومواهبهم وقدراتهم، وأنتم يا رواد الكشافة والمرشدين يا من يفترض أن تكونوا قدوات، الإعلام رسالة وأمانة، جيل القادة والجوالة والكشافة والأشبال وكذا القائدات والمرشيدات والزهرات ينظرون إليكم على أنكم المثل الأعلى، فحسنوا الصورة بما تنشرون، تأكدوا من صلاحية الصور وأن ما فيها هو «الصحيح» الذي يجب أن يقتدوا به!! وأن ما تكتبون من تغطية لأعمالكم هو نتاج خبرة سنين في العمل الكشفي، عليهم أن ينظروا إليها ويستفيدوا منها ويطوروها وفق معطيات عصرهم.