مجلة تكريت للعلوم السياسية

اسم المقال: استراتيجيات تعزيز الاعلام الاقتصادي في ضوء تطور تكنلوجيا المعلومات: العراق أنموذجاً
اسم الكاتب: أ.د. وسن احسان عبد المنعم
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/7969
تاريخ الاسترداد: 2026/11/02 11:04 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة تكريت للعلوم السياسية جامعة تكريت ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

: https://doi.org/10.25130/tjfps.v1i38.501

TJFPS

38

IRAQI Academic Scientific Journals

العراقية المجلات الاكاديمية العلمية

ISSN: 2663-9203 (Electronic)
ISSN: 2312-6639 (print)

Contents lists available at:
http://tjfps.tu.edu.iq/index.php/poiltic

Tikrit Journal For Political Science

Tikrit Journal For Political Science
SINCE 2014

"إستراتيجيات تعزيز الاعلام الاقتصادي في ضوء تطور تكنلوجيا المعلومات:العراق أنموذجا"

" Strategies for enhancing economic media in light of the development of information technology: Iraq as a model"

Prof Dr. Wsaan Ehsan Abdalmunim [a]
Nahrain University - College of Political Sciences[a]
0009-0003-9484-9039

ا.د. وسن احسان عبد المنعم * [a]
جامعة النهرين – كلية العلوم السياسية

A r t i c l e i n f o.

Article history:
- Received 03. September.2024
-Received in revised form 28. Oct .2024
- Final Proofreading 4 November. 2024
- Accepted 17. November. 2024
- Available online: 31. March .2025

Keywords:
- economic media , comprehensive
- development , economic field
- technological development
- modern technologies
- scope of influence

©2025. THIS IS AN OPEN ACCESS ARTICLE UNDER THE CC BY LICENSE
http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

Abstract: The close relationship between the economy and the media is one of the most important sources of power in contemporary societies. Today, economic media has become a decisive factor in achieving comprehensive development in various societies. Economic information has become the basis for the movement of media institutions in every move and achievement, supporting the building of national economies and strengthening their relationship with others.

As is known, the media is a mirror of society ,and the economic field expresses the extent of the states strength ,which makes the media move towards possessing the ability and great opportunity to deal with this situation scientifically and intelligently, achieving the common benefit of the medium and the public. With the rapid developments in the world of technology and modern techniques, the emergence of economic media has transcended time and space boundaries and has become a source of information for many current issues and facts ,reactions to them, and the extent of their impact on various political, economic, and social aspects in various developed and developing countries, including our country, Iraq.

*Corresponding Author: Wsaan Ehsan Abdalmunim ,EMail: dr.wsaan@nahrainuniv.edu.iq,Tel:009647703908176, Affiliation: Nahrain University / College of Political Science.

معلومات البحث :

تواريخ البحث:
- الاستلام: 03 أيلول 2024
- بعد التنقيح 28 تشرين الأول 2024
- التدقيق اللغوي 4 تشرين الثاني 2024
- القبول: 17 تشرين الثاني 2024
- النشر المباشر: 31 اذار 2025

الكلمات المفتاحية :
- الاعلام الاقتصادي،التنمية الشاملة
- المجل الاقتصادي،التطور التكنلوجي
-التقنيات الحديثة
-مديات التأثير

الخلاصة: تعد العلاقة الوثيقة بين الاقتصاد والاعلام من اهم مصادر القوة والتأثير في احداث التنمية الشاملة في مختلف المجتمعات،اذ اصبحت المعلومات الاقتصادية اليوم اساسا في حركة المؤسسات الاعلامية في كل خطواتها وانجازاتها وبما يدعم بناء الاقتصادات الوطنية وتقوية علاقتها مع الاخرين.وكما هو معروف،فأن الاعلام يعد مرآة المجتمع ،كما ان المجال الاقتصادي يعبر عن مدى قوة الدولة وهو ما يجعل من وسائل الاعلام في حالة تحرك دائم نحوامتلاك القابلية والفرصة الكبيرة في التعامل مع هذه الحالة تعاملا علميا وذكيا وبما يحقق المنفعة المشتركة للوسيلة والجمهورفي ضوء التطورات المتسارعة في عالم التكنلوجيا والتقنيات الحديثة والتي جعلت من بروز الاعلام الاقتصادي متجاوزا الحدود الزمانية والمكانية حتى اصبح مصدرا للمعلومات للعديد من القضايا والوقائع الراهنة وردود الافعال حيالها ومديات تأثيرها على مختلف الجوانب سياسيا واقتصاديا واجتماعيا وفي مختلف الدول ومديات تطورها المتقدمة والنامية ومنها بلدنا العراق .

المقدمة:

يعد مفهوم الاعلام الاقتصادي وتكنلوجيا المعلومات من المفاهيم التي حظيت باهتمام العديد من الباحثين في مجال السياسات الاقتصادية والعلاقات التفاعلية بين الحكومات والشعوب،كونه يعد من المفاهيم الصعبة التي يتناولها التحليل والتي تجعل من المفكرين الاقتصاديين و المواطنين ومؤسسات المجتمع المدني لهم دوركبير في المشاركة في صناعة الافكار والسياسات والقرارات الاقتصادية للدول والمجتمعات ، لانه ذو اثر ملموس في المديين القريب والبعيد لاسيما في مسارات الخطط التنموية الشاملة للدول وفي اوقات الازمات التي تواجهها.

ان مصطلح الاعلام الاقتصادي اضحى مجالا حيويا يتعامل معه على اساس الحاجة الضرورية للانسان سواء كان فردا او مسؤولا او صاحب مؤسسة باعتباره طرفا متدخلا في عملية الانتاج والتوزيع والاستهلاك والاستثمار ،وهو ما يجعل من النشاط الاقتصادي يسير على وفق نظام تكنلوجي معلوماتي متطور من خلال اجهزة الكمبيوتر وانظمة الشبكات والبرمجيات وحوسبة المعلومات ونقل وتخزين البيانات ،والتي تجعل من مصداقيته امام الجمهور العريض الاولوية ليكونوا على بينة من الاوضاع الاقتصادية محليا ودوليا.

وتعد تجربة العراق في هذا المجال ذات حداثة والتي بدأت بالظهور فعليا بعد عام 2003، فالاعلام اليوم وبتطوراته التكنلوجية والمعلوماتية الهائلة اصبح يسير باتجاهات متعددة وبشكل مؤثر في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية ،واصبح الصحفي او المحرر الاقتصادي يقع عليه مسؤولية تغطية الاخبار الاقتصادية والاعلام عن القضايا المتعددة في المجال الاقتصادي والازمات الاقتصادية ومديات تأثيراتها على

الجوانب الحياتية المختلفة ومحاولة التحليل السليم لها والوصول الى حلول ومقترحات تدفع مسيرة النمو والتنمية الاقتصادية وتنمي من الوعي الثقافي الاقتصادي لدى شرائح اجتماعية مختلفة.

أهمية البحث:

تكمن اهمية البحث في حداثته النسبية خاصة لدى دول العالم النامي ومنها بلدنا العراق، وتزايد ابعاده في التأثير على المجالات الاقتصادية والاعلامية،والتي من شأنها ان تؤثر على الامن القومي للدول في اطارالتطور التكنلوجي والفضاء المعلوماتي وما يتصل بها من محددات تعيق مسارات التطور والتاثير ،فضلا عن اهمية تحديد الفرص والاستراتيجيات التي يمكن من خلالها للدولة ان توفر اعلام اقتصادي امن لمجتمعاتها وبما يحفظ ممكناتها وطاقاتها الاقتصادية والاعلامية.

إشكالية البحث:

تقف اشكالية البحث على تساؤل رئيسي مفاده:هل العالم النامي ومنه العراق يمتلك القاعدة التكنلوجية والمعلوماتية اللازمة للدخول في مضمار الاعلام الاقتصادي اسوة بالدول الرائدة في هذا المجال؟

ومن هذا التساؤل تنطلق التساؤلات الفرعية الاتية:

1. هل غيرت التكنلوجيا الحديثة في تطور الوسائل الاعلامية للدول؟
2. ما هو الاعلام الاقتصادي وما هو دوره في تحقيق التنمية الشاملة وتطوير العلاقات الاقتصادية بين الدول؟
3. كيف تؤثرتكنلوجيا المعلومات على تطويرالنظام الاعلامي ومديات الحرية الممنوحة لوسائلها داخل حدود الدولة وبما يحاكي تطور الاخرين ؟
4. مدى التطور التكنلوجي والمعلوماتي لوسائل الاعلام المتنوعة ومدى توفر الامكانيات المادية والبشرية والتقانية معززة للاعلام العراقي؟
5. ما هي الاستراتيجيات الوطنية وسبل العلاج الي يجب ان تعتمدها الدول ومنها العراق في مواجهة المشاكل في مجال الاعلام الاقتصادي ؟

فرضية البحث:

يركز البحث على فرضية مفادها " ان هناك علاقة دالية موجبة بين تقدم الدولة في مجال الاعلام الاقتصادي وتكنلوجيا المعلومات،وتحقيق السبق في مختلف مجالات القوة الشاملة للدولة وتحديدا العراق

وخاصة جوانبها الاقتصادية والاعلامية وبما يعطيها القدرة على امتلاك الدور والمكانه الفاعلة والمؤثرة في منظومة الاعلام الاقتصادي مع الاخرين".

مناهج البحث:

اعتمد الباحث على المنهجين الاستنباطي والاستقرائي ومابينهما من اساليب منهجية للبحث العلمي منها الاسلوب التاريخي والاسلوب الوصفي التحليلي في تحليل العلاقة بين الاعلام الاقتصادي وتطورات تكنلوجيا المعلومات وتفسيرها ومن ثم التوصل الى الاستنتاجات التي تخدم هدف البحث وافاقه المستقبلية.

هيكلية البحث:

تضمنت هيكلية البحث ثلاثة مباحث بمطاليبها، ركز المبحث الاول على الاعلام الاقتصادي وتكنلوجيا المعلومات:الاطار المفاهيمي والنظري من خلال مطلبين تناول الاول الاعلام الاقتصادي:المفهوم والاهمية والاهداف.في حين تناول المطلب الثاني على انماط الاعلام الاقتصادي .اما المبحث الثاني تناول تكنلوجيا المعلومات:المفهوم والمراحل،المكونات والخصائص من خلال ثلاثة مطالب ركزالاول منها على تكنلوجيا المعلومات: المفهوم والمراحل، اما المطلب الثاني فقد تناول مكونات تكنلوجيا المعلومات ، وركز الثالث على خصائص تكنلوجيا المعلومات .في حين ركز المبحث الثالث على العراق وستراتيجيات تدعيم تكنلوجيا المعلومات للاعلام الاقتصادي وفق ثلاثة مطالب ايضا تناول المطلب الاول منها على الطبيعة العامة لمجال الاعلام الاقتصادي في العراق ، اما المطلب الثاني تناول الاطار التكنلوجي للاعلام الاقتصادي في العراق، اما المطلب الثالث فقد ركز على تناول اهم المشكلات التي يعاني منها الاعلام الاقتصادي في العراق و الاستراتيجيات المعتمدة لمعالجتها ، وينتهي البحث بالخاتمة والاستنتاجات والتوصيات.

<u>المبحث الاول/ الاعلام الاقتصادي وتكنلوجيا المعلومات:الاطار المفاهيمي والنظري</u>

يعد الاعلام الاقتصادي اليوم احد اهم المجالات الحيوية التي تهتم بها الدول نظرا لما له من تأثير واسع وشامل على الصعيدين الداخلي والخارجي.وبتزايد اهمية الوجود الالكتروني والقوة المعلوماتية ارتأت الدول الى البحث عن تعزيز وتدعيم المنظومة الاعلامية بشكل يضمن حماية امنها القومي ومصلحتها الاقتصادية الوطنية.

المطلب الاول/الاعلام الاقتصادي:المفهوم والاهمية والاهداف

اولا/مفهوم الاعلام الاقتصادي:

تؤدي وسائل الاعلام على اختلاف انواعها دورا اجتماعيا هاما في نقل وتقديم الاخبار والتعليقات ونشر الفكر والثقافة والعلوم في عصر يمتاز بالتقدم التكنلوجي والتداخل الفكري والتاثير الاعلامي والارشادي من خلال ثورة معلوماتية واتصالاتية سريعة اتاحت للقنوات التلفازية الفضائية وشبكات المعلومات الالكترونية الاخبار والتقارير التي لايمكن حجبها او ايقاف تدفقها. ويمثل الوعي الاقتصادي والثقافة الاقتصادية الركائز الاساسية للاعلام الاقتصادي ولنجاح التوجهات الاقتصادية في تحقيق التنمية الشاملة والمستدامة داخل المجتمع[1].

وبالرغم من ان مكونات الاعلام واليات عمله واحدة،الا ان الباحثين قد اجتهدوا في اطلاق مسميات متخصصة على الانشطة الاعلامية التي تهتم بتغطية قطاع او مجال معين من مجالات العمل المختلفة والتي توجه رسائلها لمخاطبة جمهور متخصص ومحدد من المهتمين بهذا المجال.وسرعان ما ظهرت مصطلحات تعبر عن هذا النوع الجديد من الاعلام المتخصص مثل (الاعلام الاقتصادي،الاعلام الديني، الاعلام الامني،الاعلام الرياضي) وغيرها مما يعكس توجها معاصرا يتسق مع شيوع مفاهيم التخصص والتخصص الدقيق والتي اصبحت سائدة في مختلف مجالات العلوم الطبيعية والانسانية على حد سواء [2].

ويعرف الاعلام الاقتصادي بأنه معالجة الموضوعات الاقتصادية في وسائل الاعلام المناسبة لتطوير وعي الافراد تجاه موضوعات الترشيد والوعي الاقتصادي بما يدخل في تنمية المجتمع وتدريبه ليكون ضمن الموضوعات الاقتصادية بحيث يشكل وعي الافراد سببا رئيسا في تجاوز الازمات والمحن الاقتصادية ويدفع بالاقتصاد نحو التطوير والتنمية[3].

ويرى الدكتورعبدالرزاق الدليمي في كتابه عن الاعلام المتخصص بأن " الاعلام الاقتصادي اداة لنقل الاخبار الاقتصادية وهو عملية اساسية وحيوية للمساهمة الفكرية في اقتصاديات المجتمعات والدول باعتبارها

---

[1] بدر ناصر حسين، دور الاعلام الاقتصادي في تنمية الوعي تجاه المشكلات الاقتصادية،**مجلة ديالى للبحوث الانسانية،** العدد(93)،جامعة ديالى،كلية التربية للعلوم الإنسانية ، (العراق : 2022) ، ص387.

[2] سامي الشريف، الاعلام الاقتصادي وتكنلوجيا الاتصال ..الفرص والتحديات، ورقة عمل مقدمة للندوة القومية حول **(تقرير الاهتمام بالبعد الاقتصادي لوسائل الاعلام العربي)**، (منظمة العمل العربية،: 2014) ، ص 5.

[3] سامي الشريف، المصدر السابق،ص392.

الاقتصادعلما للبدائل والخيرات" [1] ،كماو يعرف الاعلام الاقتصادي ايضا بانه نشاط شامل ومخطط ومتعدد الابعاد يخاطب الرأي العام بهدف اقناعه بضرورة المشاركة الايجابية في عمليات التنمية والاصلاح الاقتصادي عن طريق تقديم صورة حقيقية عن طبيعة التوجهات المستقبلية للاقتصاد والتعريف بالانشطة الاقتصادية المتنوعة في ضوءالطاقات والقدرات المتاحة لدعم و تشجيع حركة التبادل الاقتصادي والاستثماري بشتى مجالاته المختلفة.

ان هذا النوع من الاعلام يعرف ب "**الاعلام المعزز للتنمية**" اذ يرتبط تطور اداء الاعلام الاقتصادي بشكل وثيق برغبة الدول في تعزيز الاستقرارفي المناخ الاقتصادي وتحسينه مع توسيع دائرة الوعي في المشاركة الشعبية وبدور واضح في عملية صنع القرار الاقتصادي. [2]

ثانيا/ اهمية دور الاعلام في المجال الاقتصادي:

تأتي اهمية دور الاعلام في كيفية توظيف المجال الاقتصادي الذي يعبر عن مدى قوة الدولة وبما يخدم مصلحة الوسيلة الاعلامية والدولة التي يعمل بها ،وكما هو معروف،ان الاعلام يمثل مرآة المجتمع،فاذا كان اقتصاد دولة ما قويا فيكون هذا الامر فرصة كبيرة لوسائل الاعلام بأن تتعامل مع هذه الحالة تعاملا علميا وذكيا لتحقق المنفعة المشتركة للوسيلة وجمهورها [3] .لقد ادركت مختلف المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء على اهمية وضرورة التعاون في تحقيق التكامل بين السياسات والاجراءات الاعلامية والاقتصادية والاجتماعية اللازمة لوضع الخطط الدافعة لتحقيق التنمية الشاملة والعمل على تنفيذها [4]، وهو ماتضطلع به وسائل الاتصال الجماهيري والتطور المعلوماتي من وظيفة هامة تتمثل في خدمة قضايا التنمية خاصة في الدول النامية التي تسعى جاهدة مواكبة التحولات التكنلوجية العصرية تقف عليها من خلال: [5]

1.الانفتاح وتبني الافكار الايجابية.

2. استخدام تكنلوجيا المعلومات ووسائل الاتصال المتطورة مع الجماهير ومواكبة الاخرين

---

[1] عبد الرزاق الدليمي،**الاعلام المتخصص**، ط1 ، (عمان : دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع ،2015) ، ص209.

[2] سامي الشريف، مصدر سبق ذكره، ص6.

[3] عبد العزيز بن سعيد الخياط، دور الاعلام في التنمية الاقتصادية،**ورقة علمية مقدمة الى المنتدى الاعلامي السنوي السابع**، الجمعية السعودية للاعلام والاتصال،مدينة الملك عبد العزيز، (الرياض : 2023) ، ص 3.

[4] سامي الشريف، مصدر سبق ذكره، ص 3.

[5] عبد العزيز بن سعيد الخياط،مصدر سبق ذكره،ص 5

3. الانفتاح على العالم الخارجي ومحاكاة تطور الاخرين .

4. الادراك السياسي لاهمية التطوير والتغيير.

ان العلاقة الوثيقة بين الاعلام والاقتصاد اليوم تعد من اهم و ابرزمصادر القوة والدعم في داخل المجتمعات المعاصرة،حتى اصبح الاعلام قوة اقتصادية فاعلة لايستهان بها وعاملا حاسما من عوامل احداث التنمية النوعية الشاملة في مختلف الدول و المجتمعات،واصبحت المعلومات والبيانات الاقتصادية اساس كل تحرك وانجاز، ذلك ان كل دولة تحتاج لبناء اقتصادها بفاعلية الى قدر مهم من المعلومات الاقتصادية التي تمثل وسائل الاعلام وتحديدا في الجانب الاقتصادي المصدر الرئيسي لها.

وتسهم التغطية في مجال الاعلام للشؤون الاقتصادية في التعريف بالنشاطات الاقتصادية من خلال نشر الاخبار والاراء ودقة التحليل لها فضلا عن شرح توضيحي لاهم المصطلحات الاقتصادية المختلف عليها، مع نشرصحيح للمعلومات التي تشمل الحقائق والارقام والاحصائيات ذات العلاقة بالجوانب والانشطة الاقتصادية،وهو مايجعل من الاعلام الاقتصادي يركز على انشطة اقتصادية رئيسية مؤثرة كنشاط الاسواق المالية والتجارية والصناعية والسياحية والعقارية والاستثمارية ومايتصل بها من شركات مهمة وبنوك فاعلة ومؤسسات تمويل متعددة [1] ،وله اساليب متعددة منها: [2]

أ . المجلات والصحف

ب . البث الاذاعي والتلفزيوني الارضي منها والفضائي.

ت . شبكة الانترنت والحملات الدعائية متعددة اللغات.

ث . المحاضرات والندوات الترويجية والاعلامية.

كما تعد طروحات (القيمة الاقتصادية) لحدث اوقضية ما قيمة اخبارية مهمة ،فالتأثيرات في الجانب الاقتصادي تحديدا تحظى باهتمام كبير من جانب الجمهور لما لها من علاقة مباشرة باموره الحياتيه،ومن ثم

[1] سامح الشريف،**رجال الاعمال واعلامهم واقع الاعلام الاقتصادي**، ط1 ، (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع، 2017) ، ص16.

[2] ناظم خالد الشمري،**الاعلام الاقتصادي**، ط1 ، (عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع ،2012) ،ص105.

فقد اصبحت (أطر وقواعد الاقتصاد) احد اهم أطر التغطية الاعلامية لمختلف الاخبار و الاحداث. والتي تعني" **التركيز على الاعتبارات والقيمةالاقتصادية للحدث والتأثيرات الاقتصادية القائمة و المتوقعة على الفرد والجماعات والدول وربما على العالم اجمع**". [1]

ثالثا/اهداف الاعلام الاقتصادي:

1. توفير الدعم الاساسي المعززلخطوات تنمية القطاعات المنتجة.
2. رفع الوعي الثقافي و المجتمعي بالقضايا الاقتصادية القائمة والمطروحة.
3. تشجيع ودعم الادخار والاكتتاب في القروض الداخلية.
4. دعم وتسهيل تصريف البضائع والسلع.
5. خلق ثقة المواطن بالمنتجات والصناعات الوطنية والتشجيع على الحصول عليها و اقتنائها.
6. العمل على ترويج البضائع المختلفة والسلع المحلية على نطاق اقليمي و دولي.
7. تشجيع التبادل التجاري بين الدولة وغيرها من دول العالم.
8. الكشف عن مختلف اوجه الفساد المالي والاداري في داخل المؤسسات الاقتصادية.
9. محاربة الانشطة الاقتصادية حصرا غير المشروعة.
10. العمل على التصدي للمشكلات المجتمعية ذات البعد والتأثير الاقتصادي وفي مقدمتها البطالة فضلا عن ارتفاع الاسعار والاغراق واساليب الغش التجاري.

وتتحدد مصادر قوة الاعلام الاقتصادي من ارتباطها القوي بالبناء السياسي والاجتماعي للدولة ،فضلا عن الاحداث والقضايا السياسية والاقتصادية التي تشكل الواقع الموضوعي في حركة واطار عمل هذا النوع من الاعلام والتي تتحدد قوته في: [2]

1. السياسة الاقتصادية و طبيعة النظام الاقتصادي السائد في الدولة.
2. خطط التنمية الوطنية الشاملة.
3. العلاقات الاقتصادية السائدة بين الدولة والدول الاخرى.
4. التشريعات والقوانين والاجراءات التي تحكم الية عمل النشاط الاقتصادي.

[1] سامي الشريف،مصدر سبق ذكره،ص ص 6.5.

[2] المصدر نفسه،ص 7.

5. طبيعة النظام الاعلامي السائد في الدولة ومديات الحرية الممنوحة لمختلف وسائل الاعلام.

6. مدى التطور التكنلوجي والمعلوماتي لوسائل الاعلام ومدى توفر القدرات التقانية و الامكانيات المادية والبشرية لقطاع الاعلام.

ومن هنا فأن نجاح وبروز الاعلام الاقتصادي يتطلب وجود رؤية استراتيجية واضحة له الى جانب الاستفادة من التطورات التكنلوجية المعلوماتية والاتصالاتية لبناء قاعدة مهمة من المعلومات والبيانات وسلسلة من الاتصالات والتحليلات التي يستفاد منها في وضع الاستراتيجيات وتحليل السياسات. [1]

المطلب الثاني/انماط الاعلام الاقتصادي:

هناك عدة انماط واشكال للاعلام الاقتصادي،هي:

اولا/ في مجال الصحافة المقروئة:

يستمد الخطاب الصحفي المقروء من اهمية كونه خطابا اجتماعيا يرتبط بالمجتمع ،ولقدرته على التأثير في الراي العام واقناعهم من خلال امتلاكه العناصر الاتية: [2]

1. ارتباط الخطاب بواقع ملموس سواء كان حدثا او وقائع ذات صلة بالشأن العام.
2. القدرة على اقناع الجمهور بالاتجاهات والمواقف والافكار والاحداث وتداعياتها.
3. التأكيد بالحجج والبراهين والبيانات في الخطاب الاقتصادي المقروء.

يظهر الاعلام الاقتصادي في مجال الصحافة من خلال: [3]

أ. نشر ابواب مختلفة في الصفحات المختلفة للصحف العامة،كأن تخصص الصحيفة مساحة محددة للاخبار الاقتصادية او عمود ثابت يعالج قضايا بالشأن الاقتصادي داخل هذه الصفحات .

ب . وجود الصفحات المتخصصة في مختلف الصحف العامة اليومية او المجلات الاسبوعية لعرض القضايا والموضوعات الاقتصادية.

ت . اصدار ملاحق متخصصة للصحف العامة تعنى بالقضايا الاقتصادية.

---

[1] سامي الشريف ،ص 7.

[2] مروان حمي،لغة الخطاب في الصحافة الاقتصادية:مقارنة وظيفية،**مجلة الدراسات الاعلامية**،العدد 13،المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية(،برلين: 2020) ،ص61.

[3] سامي الشريف،مصدر سبق ذكره،ص10

ث . اهمية اصدار صحف متخصصة في مجالات الاقتصاد المتنوعة بشكل يومي او اسبوعي او شهري والتي تستهدف الجمهور المهتم بقضايا الاقتصاد والاستثمار.

ج . اصدار مجلات علمية متخصصة من قبل المؤسسات والهيئات الاقتصادية او المؤسسات التعليمية كالجامعات ومراكز البحوث تتضمن نشر احدث البحوث والدراسات والتطبيقات العلمية في مجال الاقتصاد.

ح . اصدار صحف في مجال تخصص التخصص في مجال الاقتصاد مثل الاستثمار العقاري . البورصة . المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر وغيرها

ثانيا/في مجال الاذاعة والتلفزيون:

ويظهر الاعلام الاقتصادي المتخصص في الاذاعة والتلفزيون من خلال: [1]

1. تخصيص فقرات اقتصادية داخل البرامج ذات التوجه العام لمناقشة قضايا اقتصادية محددة.
2. تخصيص فقرات اوبرامج متخصصة في الخدمات الاذاعية والتلفزيونية العامة تعنى بالشان الاقتصادي.
3. انشاء اذاعات وقنوات متخصصة تهتم بتقديم مضمون اقتصادي ومعالجته بعمق.

ثالثا/ في مجال الانترنت:

لقد اتاحت تطورات الثورة التكنلوجية في مجال المعلومات والاتصالات حالة متفردة من التطور النوعي للاعلام بشكل عام والاعلام المتخصص بشكل خاص وقدمت شبكة الانترنت فضاءا بلاحدود تغلبت على القيود التي فرضت على الاعلام التقليدي وبما حقق تفاعلية غير مسبوقة تجعل المرسل والمتلقي على نفس الدرجة من التفاعلية واتاحت فرصا اكبر للمستخدمين المشاركة والتفاعل والاتصال المتبادل.

لقد دفعت هذه التقنيات الجديدة نحو استخدام المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت في تقديم المضامين الاعلامية واتاحة الفرصة للجمهور المتلقي من المشاركة فيها والتعليق عليها ووجدت تطبيقات متميزة للاعلام الاقتصادي من خلال المواقع الاقتصادية المتخصصة فضلا عن مواقع الصحف والاذاعات والقنوات الاقتصادية.ويعتبر الاعلام الرقمي اليوم احد اوجه الاعلام الجديد والاكثر تطورا على الصعيد التقني،وكل ما اضافه من مزايا وعوائد قائمة على استغلال التطور التقني والمعلوماتي في اتاحة المعلومة والرأي على نطاق

[1] سامي الشريف،مصدر سبق ذكره،ص11

واسع وبكفاءة عالية باستثمار الوسائل الاتصالية الحديثة وشبكة الانترنت كوسيط للاتصال ونقل الرسالة الاعلامية بدلا من الورق في الصحافة والاقمار الصناعية في التلفزيون والراديو.[1]

المبحث الثاني/ تكنلوجيا المعلومات:المفهوم والمراحل ،المكونات و الخصائص

المطلب الاول/ تكنلوجيا المعلومات: المفهوم والمراحل:

اذا كانت التكنلوجيا هي علم تطور المهارات، وكانت المعلومات هي ترتيب البيانات بصورة معينة لتصبح ذات معنى وفائدة ،فأن تكنلوجيا المعلومات هي ادخال التكنلوجيا في نطاق عمل المعلومات.والهدف من ذلك تكوين خدمات جديدة تتسم بالدقة والسرعة وقلة التكلفة من الناحية العملية،ومن الملاحظ ان تكنلوجيا المعلومات عندما تدخل في اجهزة المعلومات فأنها تساعد على نمو خدماتها بشكل ملحوظ . [2]

لقد برز مصطلح تكنلوجيا المعلومات في بداية الخمسينات [3] ،اشارة الى استخدام الحاسبات الالكترونية في ميدان الاعمال الحكومية والخاصة على حد سواء [4] ، وقد مرت تكنلوجيا المعلومات بمراحل عديدة اثناء تطورها،تعد كل مرحلة بمثابة ثورة تكنلوجية غيرت العالم ومجرياته اثناء حدوثها،ويمكن تحديدها بالاتي: [5]

1. **المرحلة الاولى:**ثورة الحاسوب:كانت بوادر هذه المرحلة خلال الحرب العالمية الاولى بظهور اول حاسبة عملاقة كهروميكانيكية (حاسبة هارفرد مارك1)بوزن خمسين طنا وتطوير نماذج للحاسوب بعدها اصغر حجما واقل وزنا واكثر كفاءة.

2. **المرحلة الثانية:**ثورة الحاسوب الشخصي:وترجع هذه الثورة الى سبعينات القرن الماضي ،عندما تم انتاج المعالجات على رقائق وانتجت الاقراص الكهرومغناطيسية لاول مرة،اصبح الحاسوب الشخصي اداة مهمة في

---

[1] ياسر بكر،**الاعلام البديل**، ط1 (بغداد : منتدى المعارف، 2015) ، ص16.

[2] سماح عبد الصبور،الصراع السيبراني :طبيعة المفهوم وملامح الفاعلين،ملحق **مجلة السياسة الدولية**،العدد 208، المجلد 52، (القاهرة :2017) ، ص39 .40

[3] احمد انور بدر، **تكنلوجيا المعلومات واساسيات استرجاع المعلومات**، ط 1 ، (الإسكندرية : دار الثقافة العلمية ،2000) ، ص 10.

[4] محمود حسن جمعة، تكنلوجيا المعلومات ودورها في تطوير الاداء الاستراتيجي :دراسة تطبيقية في وزارة الاعمار والاسكان والبلديات والاشغال العامة، **المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية و الإنسانية** ، المجلد 6، العدد 2 ، جامعة الجزائر 3 ، (الجزائر : 2018) ، ص44.

[5] ميثم حميد ناصر واخرون، **تكنلوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع السياحي والفندقي**، ط 1 ، (بغداد : دار الذاكرة للنشر والتوزيع ،2021) ص ص 15 –20.

معالجة النصوص والحسابات والصور في الثمانينات عندما تم انتاج الحاسوب الشخصي التي لاتزال ثورته مستمرة ومتسارعة الى اليوم.

3. **المرحلة الثالثة:**ثورة المعالجات الدقيقة: وهي المعالجات الصغيرة الحجم التي دخلت في كل جوانب حياتنا اليومية ،من ادارة رحلات الطائرات وانظمة السير والاشارات المرورية الى بطاقات الائتمان والكاميرات والبيانات الذكية وغيرها.

4. **المرحلة الرابعة:ثورة الانترنت:**ترجع جذورها الى اواخر ستينات القرن الماضي عندما وضعت وزارة الدفاع الامريكية اول مظاهر الانترنت كما نعرفه اليوم،من خلال شبكة اتصال بين مجموعة من الحاسبات قام البعض باستعمالها في ارسال الرسائل عندما انتشرت وربطت ببعض الجامعات في الولايات المتحدة الامريكية .وبعد تطوير نظم اتصالات متعددة في العقود اللاحقة ،تم تطوير الشبكة الدولية للمعلومات التي حصلت على هذا الاسم عام (1990)،وبعد سنتين بدأت عملية التصفح على الشبكة وبدأت اعداد المنظمين الى الشبكة بالتزايد بصورة هائلة ومستمرة على الرغم من ان بدايات استخدامها كان في اوروبا وامريكا

5. **المرحلة الخامسة:ثورة الربط اللاسلكي:**وتعتبر هذه المرحلة قمة التطورات المتلاحقة في تكنلوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة،وتتمثل بالربط بدون خطوط (اللاسلكي) والتي جاءت بالهاتف الجوال الذي تطور من جهاز كبير الحجم ثقيل الوزن،الى جهاز صغير الحجم خفيف الوزن.واتسع استخدام الهاتف اليوم بشكل كبير ،فالهاتف يحدد الموقع ويرسل الرسائل حول العالم ويتصل بالانترنت ويلتقط الصور مما جعله احد ضروريات هذا العصر بلادنى شك.

6. **المرحلة السادسة:ثورة النانوتكنلوجي:** خلال السنوات القليلة الماضية،برز الى العالم مصطلح حديث ألقى بثقله على العالم واصبح محط الاهتمام بشكل واسع،هذا المصطلح هو (تكنلوجيا النانو)،ولقد اجمع الخبراء على ان ابرز واهم تطور تقني في النصف الاخير من القرن الماضي هو اختراع الكترونيات السيليكون او الترانزستور والمعامل الالكتروني،فقد ادى تطويرها الى ظهور ما يسمى بالشرائح الصغيرة والتي ادت بدورها الى ثورة تكنلوجية في جميع المجالات في الحاسوب والاتصالات والطب وغيرها.

ان كل ما ذكر اعلاه يعني، ان تكنلوجيا المعلومات هي كل التقنيات المتطورة التي تستخدم في تحويل البيانات بمختلف اشكالها الى معلومات بمختلف انواعها والتي تستخدم من قبل المستفيدين منها في كافة مجالات الحياة. [1]

المطلب الثاني/ مكونات تكنلوجيا المعلومات:

تتكون تكنلوجيا المعلومات من مزيج معقد من الافراد والتقانة تعتمد على مشاركة المعلومات بغية تحقيق الاهداف المنشودة وكالاتي: [2]

1. **المكونات المادية والبرمجيات:**فالمكونات الماديةهي الادوات التي تشترك في معالجة البيانات مثل الحواسيب بانواعها،الى جانب الاجهزة الملحقة بهذه الادوات مثل ادوات النقل ومخزن البيانات وشبكات الاتصال وغيرها.اما المكونات البرمجية،فهي التعليمات الرمزية التي يضعها المبرمجون او المستخدمون لابلاغ النظام الحاسوبي عن العمليات المراد القيام بها.

2. **الموارد البشرية:**وتتمثل بالافراد الذين يعدون اهم عنصر بنائي في نظام تقانة المعلومات،وهم على صنفين:

الاول/ المستخدم النهائي الذي يتعامل مع برامج التطبيقات كمستفيد ولايدخل في التفاصيل الدقيقة لعملية برمجتها.

الثاني/ هو الاختصاصي الذي يصمم الحواسب ويضع البرامج المختلفة سواء كانت برامج تطبيقية ام برامج النظام.

3. **شبكات الاتصال:**وهي الوسيلة التي يتم عبرها ارسال وتلقي البيانات والمعلومات،تتألف من مجموعة من المحطات المرتبطة تتواجد في مواقع مختلفة تتيح اجراء عملية الارسال والتلقي.وتتمثل شبكات الاتصال بمجموعة مترابطة وهائلة من وثائق النص على الانترنت،وتسمح شبكة الويب العالمية (الشبكة العنكبوتية) عن طريق برامج متصفح الويب بنقل كافة انواع المعلومات من برامج واصوات وصور فديوية ونصوص باستخدام الماوس او لوحة المفاتيح.

---

[1] علاء عبد الرزاق السالمي، **تكنلوجيا المعلومات** ، ط2 ، (عمان : دار المنهاج ،2002) ، ص20

[2] محمود حسن جمعة، مصدر سبق ذكره،ص45

4. **قواعد البيانات:** هي عبارة عن مستودع يحتوي على البيانات والملفات المنظمة والمترابطة التي تحفظ في اوعية حاسوبية ممغنطة بصورة مستقلة عن البرامج التي تقوم بتشغيلها واستخدامها،وتشكل البيانات المحفوظة في هذه القواعد المادة الخام او الاولية التي تستخرج منها المعلومات والمعارف.

بمجموع هذه المكونات تتكون تكنلوجيا المعلومات،التي يمكن استخدامها في مجالات ومديات واسعة ،ابرزها:[1]

أ- الاستنساخ والمصغرات الفيلمية التي تعنى باعادة انتاج المعلومات بغية تخزينها او نشرها،والتي يطلق عليها (اعادة انتاج الاشكال المسجلة).

ب . تطبيقات الكمبيوتر التي تغطي استخدامات عديدة وواسعة في كل النواحي، عن طريق معالجة الكلمات والنصوص وقواعد البيانات التي تستخدم المعلومات الشفوية والسردية والرقمية.

ت . نقل الاصوات والاشكال المبنية على تطبيقات الاتصالات عن بعد.

المطلب الثالث/ خصائص تكنلوجيا المعلومات:

هناك عدة خصائص ومميزات لتكنلوجيا المعلومات ،تتمثل ب: [2]

1. **التفاعلية:** وتعني خاصية الاسال والاستقبال في الوقت نفسه،فالمشاركون في عملية الاتصال يمكنهم تبادل الادوار وهو ما يخلق التفاعل بين الانشطة.
2. **اللاتزامنية:**وتتمثل بامكانية استقبال الرسائل في اي وقت يناسب المستخدم،فأنه غير مطالب باستخدام النظام في نفس الوقت.
3. **اللامركزية:**وهي خاصية تمنح استقلالية لتكنلوجيا المعلومات، فالانترنت مثلا يتسم باستمرارية العمل في كل الاحوال والاوقات ولايمكن لأي جهة ان تعطله على مستوى العالم بأكمله.
4. **قابلية التوصيل:**وهي امكانية الربط بين الاجهزة والخوادم الاتصالية المتنوعة،بغض النظر عن الشركة او البلد الذي تم فيه الصنع او الانشاء.

---

[1] محمد محمد الهادي،**تكنلوجيا المعلومات وتطبيقاتها** ، ط1 ، (القاهرة : دار الشروق، ،1989) ، ص33

[2] نورهان قرون واخرون،تكنلوجيا المعلومات والاتصال كركيزة اساسية لعملية التدريب الالكتروني،**مجلة التعليم عن بعد والتعليم المفتوح**،العدد 15،المجلد8،جامعة بسكرة،(الجزائر: 2020) ،ص45 . 46

5. **قابلية التحرك والحركية:**وتعني المرونة وامكانية الاستخدام اثناء التنقلات من مكان الى اخر،وعن طريق وسائل اتصال متعددة مثل الحاسوب والهاتف النقال وغيرها.

6. **قابلية التحويل:**وتتمثل بامكانية نقل المعلومات من وسيط الى اخر،كتحويل الرسالة المسموعة الى مكتوبة او الرسائل المكتوبة الى مطبوعة او مقروءة.

7. **الجماهيرية:**وتعني امكانية التحكم في الاتصال والرسائل،مما يعني امكانية توجيه الرسالة الاتصالية الى جماهير كبيرة او جماهير معينة وحتى فرد واحد.وتعني ايضا الجمع بين الانواع المختلفة من الاتصالات،سواء من شخص الى شخص،او من كل الى كل وبوسائل متعددة.

8. **الشيوع والانتشار:**حيث تكتسب الشبكة المعلوماتية لتكنلوجيا المعلومات قوتها من هذه الخاصية،وهي قابلية التوسع لهذه الشبكة لتشمل مساحات غير محدودة من العالم.

9. **العالمية والكونية:**وبهذا تتخطى هذه التكنلوجيا عائق المكان والانتقال عبر الحدود الدولية، وهو المحيط الاساسي الذي تنشط فيه هذه التكنلوجيا حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومتنوعة ومعقدة تنتشر عبرمختلف مناطق العالم،فهي تسمح لرأس المال مثلا بأن يتدفق الكترونيا،خاصة بالنظر الى سهولة المعاملات التجارية التي يحركها رأس المال المعلوماتي ،وهي تسمح بمعلومات المطارات والجوازات والمعلومات الحكومية والامنية بالانتقال عبر الحدود الدولية.

المبحث الثالث/ العراق وستراتيجيات تدعيم تكنلوجيا المعلومات للاعلام الاقتصادي:

يعد الاعلام الاقتصادي اليوم اهم الجوانب المهمة للدول ويركز الجانب المعلوماتي على فكرة البحث عن مقومات تطوير استراتيجية اعلام اقتصادي أمن، وذلك باستخدام تطبيقات تكنلوجيا المعلومات والاستفادة من الخبرات البشرية التي يمكن بواسطتها تفعيل وتشغيل هذه الاليات والتطبيقات.فتطوير الجانب المعلوماتي يعد من المقومات المهمة لحفظ سلامة وامن الاعلام و الفضاء المعلوماتي لاي دولة في العالم ومنها العراق والذي يمكنها من تطوير استراتيجيات بالنسبة لاعلامها الاقتصادي الوطني ومن اجل تحقيق التطور اللازم فيه وتعزيزه.

المطلب الاول/ الطبيعة العامة لمجال الاعلام الاقتصادي في العراق:

يواجه العراق اليوم كحال بقية دول العالم خروج متسارع من هيمنة وسائل الاعلام التقليدية امام وسائل الاعلام الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعية كالفيسبوك وتويتر وغيرها والتي اصبحت توفر للمواطنين منابر جديدة لتبادل المعلومات والتعبير عن ارائهم سواء لبعضهم البعض ومباشرة الى حكوماتهم من خلال المدونات وافلام الفديو المعروضة على اليوتيوب والرسائل المنشورة على مواقع الكترونية مختلفة .واليوم

توفرت للمواطنين فرصا لاسابق لها لمساعدة وسائل الاعلام التقليدية من خلال تزويد المراسلين بصور وافلام فديو لاحداث ومعلومات اخبارية وتقديم الحلول حول المشاكل القائمة،اذ لم تتوفر قبل اليوم للمراسلين والمواطنين والحكومات خدمات امكانية الاتصال المباشر في بيئات تتوفر فيها حقا شبكات الانترنت والحرية الرقمية والحرية الصحفية وحرية التعبير ومن ضمنها الاتصال المباشر على الانترنت.وتعتبر تجربة العراق في هذا المجال حديثة والتي بدأت فعليا بعد عام 2003،فقبل ذلك كان الاعلام بيد الدولة ويوجه مركزيا،اما الاعلام اليوم وبتطوراته المتلاحقة اصبح يسير باتجاهات متعددة وبشكل مؤثر في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية [1].ان الاعلام اليوم اصبح يرتبط بالاقتصاد بشكل وثيق وبعلاقة متعددة الوجوه وتتصف بالدوام،وهو ماجعل من الاعلام الاقتصادي احد اركان نجاح المؤسسة الاعلامية مع توافر الكفاءات الاقتصادية المتخصصة والواعية لدور الاعلام الوطني في العراق.

ذلك ان الصحفي او المحرر الاقتصادي يقع عليه مسؤولية تغطية الاخبار الاقتصادية ومناقشة القضايا الاقتصادية والازمات الاقتصادية ومدى تأثيرها على جوانب الحياة المختلفة ومحاولة التحليل لها والوصول الى حلول ومقترحات تدفع مسيرة التنمية الاقتصادية وتنمي من الوعي الاقتصادي لدى شرائح اجتماعية مختلفة .ومن الامور التي يجب ان يتمتع بها الصحفي الاقتصادي هي: [2]

1المعرفة والالمام باساسيات الاقتصاد ومصطلحاته والقدرة على التحليل وقراءة الارقام الاقتصادية بشكل صحيح.

2الاطلاع على السياسات الاقتصادية وخطط التنمية وتطوراتها.

3. الاستعانة بذوي الاختصاص والخبرة في الامور والقضايا الاقتصادية المعقدة.

4. القدرة على توصيل الرسالة الاعلامية الاقتصادية الى الجمهور بوضوح وسلاسة.

5. التمتع باخلاقية المهنة الاعلامية واللغات المتعددة في نقل الاحداث والمؤتمرات ذات الطابع الدولي.

6. ان يكون على دراية بطبيعة الاقتصاد ومؤشراته وانشطته المتنوعة.

المطلب الثاني/ الاطار التكنلوجي للاعلام الاقتصادي في العراق:

---

[1] سمير عباس النصيري،دور الاعلام الاقتصادي العراقي في الاصلاح الاقتصادي،مقال منشور في شبكة الاقتصاديين العراقيين ،2015/7/9 تاريخ الزيارة:2024/8/5:

https://iraqieconomists.net/ar/2015/07/09/%D8 %D8%B5/

(2024/8/5)

[2] محمد شحدة علي،" معالجة الصحافة السعودية اليومية للشان الاقتصادي:دراسة تحليل مضمون"،رسالة ماجستير،جامعة الشرق الاوسط، كلية الاعلام،2011 . 2012،ص24. وايضا:اسماعيل ابراهيم،**الصحفي المتخصص**،(القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2001) ، ص 278.

ان الاقتصاد العراقي بحاجة الى دعم واسناد كبيرين في الاعلان والترويج والتحليل والتخطيط الصحيح للمادة الاعلامية في سبيل ايصال الرسالة الاعلامية بصورة مميزة للجمهور المتلقي وبكافة القنوات الاعلامية من الصحافة او التلفزيون او الاذاعة او من خلال قنوات التواصل الاجتماعي الحديثة عبر تويتر والفيسبوك واليوتيوب [1]،اذ يقوم الاعلام الاقتصادي على تناول الموضوع الاقتصادي كمادة صحفية او اذاعية اومادة منشورة عبر المواقع الالكترونية او مختلف البرامج الاخرى التي ينتجها المستخدمون ولها اهمية كبيرة في العمل الاعلامي،فهي تزود المؤسسات الاعلامية بمصدر ثري من المعلومات والاخبار الاقتصادية والتي تفيد في تشكيل رأي عام جماعي اقتصادي فاعل ونشط وتزود المؤسسات الاعلامية بامكانية تنويع مصادر موضوعاتها الصحفية الاقتصادية،والتي تبرز بشكل واضح في اوقات الازمات والكوارث والاحداث الكبرى.اما البيانات التي تحتاجها فئات الجمهور فهي تتطلب ارتباط المعلومات والبيانات الاقتصادية وتطوراتها ارتباطا وثيقا بقدرة الافراد وثقافتهم على ادارتهاوالتحكم بها من اجل المنفعة العامة وبما يسمى بالاقتصاد التشاركي التعاوني الجديد القائم على تطور وسائل الاتصالات وتكنلوجيا المعلومات [2]،وهو نظام اجتماعي اقتصادي يقوم على مشاركة الموارد والاصول البشرية والمادية بين الافراد والمؤسسات الخاصة والعامة،ويشمل الابداع والانتاج والتوزيع والاستهلاك التشاركي للبضائع والخدمات بين مختلف الافراد والمؤسسات التجارية *

المطلب الثالث/ اهم المشكلات التي يعاني منها الاعلام الاقتصادي في العراق و الاستراتيجيات المعتمدة لمعالجتها :

يذهب مجموعة من الخبراء الى ملاحظات مهنية على العاملين في الاعلام الاقتصادي واوضحوا ان عدم الكفاءة وضعف الخبرات جعل العديد من الصحافيين لايملكون القدرة على ايصال المعلومات بدقة الى الرأي العام،وهو مايتطلب حرص الجهات الاعلامية على الارتقاء بمستوى ملاكاتها وتأهيلها في الجانب الاقتصادي الذي مازال ضعيفا فضلا عن غياب المعلومات والافتقار للشفافية.[3]

---

[1] سمير عباس النصيري،دور الاعلام الاقتصادي العراقي في الاصلاح الاقتصادي، مصدر سبق ذكره

[2] بدر ناصر حسين،دور الاعلام الاقتصادي في تنمية الوعي تجاه المشكلات الاقتصادية،مصدر سبق ذكره،ص396.

* تتكون فكرة الاقتصاد التشاركي من طرفين الاول لديه منتج اوفكرة ويريد تقديم مجموعة من الخدمات ولكنه لايمتلك الفريق اللازم او الموارد اللازمة لتقديم هذه الخدمات التي يحتاجها الجمهور،فيلجأالى الطرف الثاني وهم اصحاب المهنة او اصحاب الموارد لتسجيل بياناتهم والتمكن من التواصل مع الجمهور لتقديم الخدمة مباشرة مقابل عمولة للشركة او الفرد صاحب الخدمة.وتعتبر الصين من الدول الرائدة في مجال الاقتصاد التشاركي من حيث عدد مستخدمي الخدمات وحجم التجارة الاجمالي للاقتصاد التشاركي ومساهمته في اجمالي الناتج المحلي للصين.

[3] Jawad Kazem Al-Khalisi. 2023. “Partisan Media Discourse and Its Impact on Community Security”. *Tikrit Journal For Political Science* 3 (pic4) 2023:467-88. https://doi.org/10.25130/tjfps.v3ipic4.245.

ان قوة الاعلام الاقتصادي ينطلق من اهمية الرسالة الاعلامية التي يؤديها في دفع عملية التنمية والاستقرار وتزويد الجمهور بكل مايحتاجه من معلومات تأخذ نطاقا ايجابيا للعمل،اذ ان الاعلام والاقتصاد في شراكة متعددة الوجوه ودائمة العلاقة.فكما ان الاقتصاد يمكن ان يصنع اعلاما ناجحا ،فأن الاعلام يمكن ايضا ان يصنع اقتصادا ناجحا،وهذا مايسفر عن نجاح المؤسسة الاعلامية اذا توافرت لها قيادات وكفاءات اقتصادية متخصصة وواعية لدور الاعلام الوطني. [1]

وتحتل القضية الاقتصادية المرتبة الاولى في القضايا المناقشة عبر الاف الرسائل اليومية لانها تتعلق بمصير وحياة الناس وان مايبعث على القلق بشان العديد من الرسائل غير التأثيرية يكون بسبب الاتي: [2]

اولا. غلبة الخطاب الشكلي على المنهج العقلي التحليلي.

ثانيا. قلة انتاج البرامج النوعية التي تجسد الموضوع الاقتصادي.

ثالثا. ضعف عام في البرامج التسجيلية او الوثائقية.

رابعا. غياب الاعلام الاخباري الاقتصادي وفقر المادة الاقتصادية المبثوثة على مستويات النشر الاعلامي.

خامسا. غياب تحديد اولويات الجمهور المستهدف من خلال غياب شرائح الشباب واستمالتهم عن طريق استحداث برامج متخصصة تبرز فيهم القدرات التفاعلية على المشاركة والاقتراحات الثقافية وتعزيز قدرة المعلومات بينهم على خلق ثقافة المسؤولية الاجتماعية.[3]

والتساؤل الذي يطرح نفسه هنا: هو مادور الاعلام الاقتصادي في معالجة المشكلات في ضوء تطور الجانب التكنلوجي في نقل الرسالة الاعلامية؟وما هي الاستراتيجيات الجديدة المعتمدة في ذلك؟

ان الاجابه هنا تتمثل ان الاعلام الاقتصادي القادرعلى ايصال صوته برسالة اعلامية هادفة نحو خدمة الاقتصاد والمؤسسات الاقتصادية بوسائل تقانية ومعلوماتية متطورة تواكب وتحاكي الاخرين هو ذاته تكون لديه القدرة على استقطاب واقناع شرائح مهمة من المجتمع تدعم تحقيق الاهداف الاستراتيجية نحو تطوير عمل المؤسسات الانتاجية والمالية والمصرفية والاستثمارية والتجارية داخل الاقتصاد الوطني.ان ذلك يتطلب:[4]

---

[1] بدر ناصر حسين،المصدر السابق،ص398.

[2] المصدر نفسه،ص399

[3] dr.maad asi ali. 2024. “The Role of New Visual Media in Shaping the Knowledge and Attitudes of Iraqi Youth towards Political Parties After 2003”. *Tikrit Journal For Political Science* 2 (24) 2024 :197-218. https://tjfps.tu.edu.iq/index.php/politic/article/view/439.

[4] بدر ناصر حسين،مصدر سبق ذكره،ص 400 . 402.وايضا:سمير عباس النصيري،مصدر سبق ذكره

1. تعزيز الجانب التثقيفي لدى المواطنين نحوالتفاعل مع الاعلام الاقتصادي في تبادل الافكار والاراء الاقتصادية والمعالجات الواقعية لمشاكل الواقع الاقتصادي وتحليل تحدياته.

2. توافق السياق الاعلامي للدولة ومؤسسات الاعلام مع التشريعات المناسبة بتحسين المناخ الاقتصادي واستقراره وتوسيع دائرة المشاركة في عملية صنع القرار الاقتصادي لخلق وعي اعلامي مميز في ادائه وظيفته وقواعده بكل مهنية ومصداقية واقناع .

3. الاهتمام بالمستوى الادائي لوسائل الاعلام في ضوء التطورات التكنلوجية مع تطويروتدريب اساليب العمل المهني الاحترافي خاصة في الجانب الاقتصادي وبما يحقق اكبر قدر من المعلومات والبيانات والمسوحات واستطلاعات الرأي العام واستعمال للمواقع الالكترونية لمختلف الوسائل الاعلامية وبشكل تفاعلي ايجابي مع الجمهور.

4. اعتماد المصادر الخارجية في تطويرستراتيجيات عمل الاعلام الاقتصادي والذي يتضمن علاقة الاقتصاد العراقي بالعالم الخارجي من حيث الانفتاح الاقتصادي والاتفاقيات التجارية الثنائية والمتعددة الاطراف مع الاستفادة من الترجمة للمواضيع الاقتصادية ومتابعة النشر الاعلامي الاقتصادي وبما يحمله من تحليلات ومعلومات وبيانات ومؤشرات لقضايا اقتصادية مختلفة تجعل الوثوق بالمصادر الداخلية اكثررؤية وتفهما واقناعا.[1]

الخاتمة (باللغة العربية):

تبرز العلاقة الوثيقة بين الاعلام والاقتصاد بوصفهماوجهان لمرآة واحدة ولانهما من اكثر مصادر القوة في المجتمعات المعاصرة،فلقد اصبح الاعلام قوة اقتصادية مهيمنة وعاملا حاسما من عوامل احداث التنمية الشاملة في مختلف المجتمعات.بالمقابل،فان المعلومات الاقتصادية اصبحت اساس كل تحرك وانجاز،فكل دولة تحتاج لبناء اقتصادها الوطني وساستها الاقتصادية الى الرفد بالمعلومات الاقتصادية التي تمثل وسائل الاعلام وعلاقتها بالمجتمع ومؤسساته المصدر الرئيسي لها.

ان هناك مجموعة من الخطوات الهامة التي يمكن الشروع بها واستنتاجها لتنظيم العمل في الاعلام الاقتصادي ولمعالجة المشكلات ودعم الاستراتيجيات ، تتمثل ب:

[1] Mousa, Yaseen Taha., "The Rumor and Its Negative Effects on University Youth - an Applied Study"". *Tikrit Journal For Political Science* 3 (7) 2016:121-46. https://doi.org/10.25130/tjfps.v3i7.82.

اولا. مدى توافر البيانات والمسوح والعينات الاقتصادية التي يمكن العمل عليها وتطويرمعارف الجمهور.

ثانيا. مدى توافر الكفاءات الادارية والفنية الاعلامية المتخصصة بالموضوعات الاقتصاديةاعلاميا.

ثالثا. مدى توافر التقنيات والبنى والهياكل المعلوماتية المتطورة في المجال الاعلامي.

رابعا. مدى قناعة المؤسسات والرأي العام بوجود اعلامكفوء ومتخصص بالموضوع الاقتصادي.

وفقا لذلك،تتمثل المقترحات اوالتوصيات هنا ب:

1.العمل على اعداد وتأهيل الصحافيين والاعلاميين الاقتصاديين وبمهنية عالية تحاكي التطورات التكنلوجية والمعلوماتية الراهنة بالتعاون مع المراكزالتدريبية المتخصصة داخل البلد وخارجه مع توفير الدعم والاسناد المادي اللازم للمؤسسات الاعلامية في تهيئة هذه الكوادرالمتخصصة وتطويرها.

2. ضرورة تعزيز افاق التعاون المشترك بين وسائل الاعلام المختلفة مع الجهات الحكومية وبالذات المؤسسات والوزارات التي تمتلك الاحصائيات والمعلومات الاقتصادية والاستشارات المهمة وبما يدعم العمل الاعلامي ويعزز من مصداقيته.

3. استقطاب خريجي الكليات التي تبحث في الاعلام وتخصصاته وعلوم الادارة والاقتصاد للعمل مع المؤسسات الاعلامية والحكومية والتي تتعلق بالانشطة الاقتصادية المتنوعة.

Conclusion:

The close relationship between the media and the economy emerges as the most important sources of power in contemporary societies. The media has become a dominant economic force and a decisive factor in the events of comprehensive development in various societies. In contrast, economic information has become the basis of every movement and achievement. Every country needs economic information to build its national economy, of which the media is the main source.

There are a set of important steps that can be initiated and concluded to organize work in the economic media and to address problems and support strategies, which are:

1. The availability of economic data that can be worked on and the development of the publics knowledge.
2. The availability of administrative and media competencies specialized in economic topics in the media.

3. The extent of the availability of advanced information quantities and structures in the field of media.
4. The extent of the institutions conviction that has an expert media on the economic subject.

Accordingly, the suggestions or recommendations here are:

1. Working on preparing and qualifying journalists and economic media professionals with high professionalism that keeps pace with current technological developments in cooperation with specialized training centers inside and outside the country, while providing the necessary financial support to media institutions in preparing these specialized cadres.
2. The necessity of enhancing the prospects of joint cooperation between the various media outlets and government agencies, especially institutions and ministries that possess economic statistics and information, in away that supports media work.
3. Attracting graduates of colleges that study economics and media management to work with media and governmental institutions related to various economic activities.

المصادر:

الكتب:

1. عبد الرزاق الدليمي،**الاعلام المتخصص**، ط1 ، (عمان : دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع ،2015).
2. سامح الشريف،**رجال الاعمال واعلامهم واقع الاعلام الاقتصادي**، ط1 ، (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع، 2017) .
3. ناظم خالد الشمري،**الاعلام الاقتصادي**، ط1 ، (عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع ،2012) .
4. ياسر بكر،**الاعلام البديل**، ط1 (بغداد : منتدى المعارف، 2015) .
5. احمد انور بدر، **تكنلوجيا المعلومات واساسيات استرجاع المعلومات**، ط 1 ، (الإسكندرية : دار الثقافة العلمية ،2000) ، ص 10.
6. اسماعيل ابراهيم،**الصحفي المتخصص**،(القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2001).
7. ميثم حميد ناصر واخرون، **تكنلوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع السياحي والفندقي**، ط 1 ، (بغداد : دار الذاكرة للنشر والتوزيع ،2021).
8. علاء عبد الرزاق السالمي، **تكنلوجيا المعلومات** ، ط2 ، (عمان : دار المنهاج ،2002) .
9. محمد محمد الهادي،**تكنلوجيا المعلومات وتطبيقاتها** ، ط1 ، (القاهرة : دار الشروق، ،1989) .

البحوث والدراسات :

1. بدر ناصر حسين، دور الاعلام الاقتصادي في تنمية الوعي تجاه المشكلات الاقتصادية،**مجلة ديالى للبحوث الانسانية**، العدد(93)،جامعة ديالى،كلية التربية للعلوم الإنسانية ، (العراق : 2022).
2. سامي الشريف، الاعلام الاقتصادي وتكنلوجيا الاتصال ..الفرص والتحديات، ورقة عمل مقدمة للندوة القومية حول **(تقرير الاهتمام بالبعد الاقتصادي لوسائل الاعلام العربي)**، (منظمة العمل العربية،: 2014).
3. عبد العزيز بن سعيد الخياط، دور الاعلام في التنمية الاقتصادية،**ورقة علمية مقدمة الى المنتدى الاعلامي السنوي السابع**، الجمعية السعودية للاعلام والاتصال،مدينة الملك عبد العزيز، (الرياض : 2023) .
4. مروان حمي،لغة الخطاب في الصحافة الاقتصادية:مقارنة وظيفية،**مجلة الدراسات الاعلامية**،العدد 13،المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية(،برلين: 2020).
5. سماح عبد الصبور،الصراع السيبراني :طبيعة المفهوم وملامح الفاعلين،ملحق **مجلة السياسة الدولية**،العدد 208، المجلد 52، (القاهرة :2017) .
6. محمود حسن جمعة، تكنلوجيا المعلومات ودورها في تطوير الاداء الاستراتيجي :دراسة تطبيقية في وزارة الاعمار والاسكان والبلديات والاشغال العامة، **المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية و الإنسانية** ، المجلد 6، العدد 2 ، جامعة الجزائر 3 ، (الجزائر : 2018) .
7. نورهان قرون واخرون،تكنلوجيا المعلومات والاتصال كركيزة اساسية لعملية التدريب الالكتروني،**مجلة التعليم عن بعد والتعليم المفتوح**،العدد 15،المجلد8،جامعة بسكرة،(الجزائر: 2020) .

الرسائل والاطاريح

1. محمد شحدة علي،" معالجة الصحافة السعودية اليومية للشان الاقتصادي:دراسة تحليل مضمون"،رسالة ماجستير،جامعة الشرق الاوسط، كلية الاعلام،2011 . 2012.

الانترنيت

سمير عباس النصيري،دور الاعلام الاقتصادي العراقي في الاصلاح الاقتصادي،مقال منشور في شبكة الاقتصاديين العراقيين ،2015/7/9 تاريخ الزيارة:2024/8/5:

https://iraqieconomists.net/ar/2015/07/09/%D8 %D8%B5/

References :

Books :

1 .Abdul Razzaq Al-Dulaimi, Specialized Media, 1st ed., (Amman: Dar Al-Yazurdi Scientific Publishing and Distribution, 2015).
2 .Sameh Al-Sharif, Businessmen and Their Media: The Reality of Economic Media, 1st ed., (Cairo: Al-Arabi Publishing and Distribution, 2017).
3 .Nazim Khaled Al-Shammari, Economic Media, 1st ed., (Amman: Dar Osama Publishing and Distribution, 2012).
4 .Yasser Bakr, Alternative Media, 1st ed. (Baghdad: Maaref Forum, 2015).
5 .Ahmed Anwar Badr, Information Technology and the Basics of Information Retrieval, 1st ed., (Alexandria: Dar Al-Thaqafa Al-Ilmiyyah, 2000), p. 10.
6 .Ismail Ibrahim, The Specialized Journalist, (Cairo: Dar Al-Fajr Publishing and Distribution, 2001).
7 .Maitham Hamid Nasser and others, Information and Communication Technology in the Tourism and Hotel Sector, 1st ed., (Baghdad: Dar Al-Dhakira for Publishing and Distribution, 2021).
8 .Alaa Abdul Razzaq Al-Salmi, Information Technology, 2nd ed., (Amman: Dar Al-Minhaj, 2002).
9 .Muhammad Muhammad Al-Hadi, Information Technology and Its Applications, 1st ed., (Cairo: Dar Al-Shorouk, 1989).

Articles and Studies:

1. .Abdulaziz bin Saeed Al-Khayat, The Role of Media in Economic Development, a scientific paper presented to the Seventh Annual Media Forum, Saudi Media and Communication Association, King Abdulaziz City, (Riyadh: 2023).
2. .Nourhan Qurun et al., Information and Communication Technology as a Fundamental Pillar of the E-Learning Process, Journal of Distance and Open Education, Issue 15, Volume 8, University of Biskra (Algeria: 2020).
3. .Samah Abdel Sabour, Cyber Conflict: The Nature of the Concept and Characteristics of Actors, Supplement to the Journal of International Politics, Issue 208, Volume 52, (Cairo: 2017).
4. Badr Nasser Hussein, The Role of Economic Media in Raising Awareness of Economic Problems, Diyala Journal of Humanities Research, Issue (93), University of Diyala, College of Education for the Humanities, (Iraq: 2022).
5. dr.maad asi ali "The Role of New Visual Media in Shaping the Knowledge and Attitudes of Iraqi Youth towards Political Parties After 2003". *Tikrit Journal For Political Science* 2 (24) 2024 :197-218. https://tjfps.tu.edu.iq/index.php/politic/article/view/439.

6. Jawad Kazem Al-Khalisi., “Partisan Media Discourse and Its Impact on Community Security”. *Tikrit Journal For Political Science* 3 (pic4) 2023:467-88. https://doi.org/10.25130/tjfps.v3ipic4.245.
7. Mahmoud Hassan Juma, Information Technology and Its Role in Developing Strategic Performance: An Applied Study in the Ministry of Construction, Housing, Municipalities, and Public Works, Algerian Journal of Social and Human Sciences, Volume 6, Issue 2, University of Algiers 3, (Algeria: 2018).
8. Marwan Hami, The Language of Discourse in Economic Journalism: A Functional Comparison, Journal of Media Studies, Issue 13, Arab Democratic Center for Strategic, Political, and Economic Studies (Berlin: 2020).
9. Mousa, Yaseen Taha., “The Rumor and Its Negative Effects on University Youth - an Applied Study"”. *Tikrit Journal For Political Science* 3 (7) 2016:121-46. https://doi.org/10.25130/tjfps.v3i7.82
10. Sami Al-Sharif, Economic Media and Communication Technology: Opportunities and Challenges, a working paper submitted to the National Symposium on (Report on the Interest in the Economic Dimension of Arab Media), (Arab Labor Organization, 2014).

Thesis :

1 .Muhammad Shahdah Ali, "The Saudi Daily Press' Treatment of Economic Affairs: A Content Analysis Study," Master's Thesis, Middle East University, College of Media, 2011-2012.

Internet

Samir Abbas Al-Nusairi, "The Role of Iraqi Economic Media in Economic Reform," an article published in the Iraqi Economists Network, July 9, 2015. Visited August 5, 2024:
https://iraqieconomists.net/ar/2015/07/09/%D8 %D8%