



اسم المقال: استراتيجيات تعزيز الاعلام الاقتصادي في ضوء تطور تكنولوجيا المعلومات: العراق أنموذجاً

اسم الكاتب: أ.د. وسن احسان عبد المنعم

رابط ثابت: <https://political-encyclopedia.org/library/7969>

تاريخ الاسترداد: 2025/06/09 01:14 +03

الموسوعة السياسية 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 الإنترنط.

لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political – يرجى التواصل على

info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام

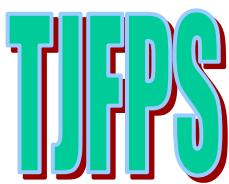
<https://political-encyclopedia.org/terms-of-use>

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة تكريت للعلوم السياسية جامعة تكريت ورفده في مكتبة الموسوعة السياسية
مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكرية ومتطلبات رخصة المنشاع الإبداعي التي يتضمن المقال تحتتها.





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



IRAQI
Academic Scientific Journals



العراقية
المجلة الأكاديمية للعلوم

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

38

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

Tikrit Journal For Political Science



Tikrit Journal For Political Science
SINCE 2014

”استراتيجيات تعزيز الاعلام الاقتصادي في ضوء تطور تكنولوجيا المعلومات: العراق أنموذجًا“

” 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 *

جامعة النهرين - كلية العلوم السياسية

Article info.

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](mailto:dr.wsaan@nahrainuniv.edu.iq)

Ehsan

Abdalmunim

,EMail:

dr.wsaan@nahrainuniv.edu.iq, Tel:009647703908176, Affiliation: Nahrain University / College of Political

Science.

معلومات البحث :**تاریخ البحث :**

- الاستلام: 03 أیولو 2024

- بعد التقيق 28 شرین الأول 2024

- التتفق اللغوي 4 شرین الثاني 2024

- القبول: 17 شرین الثاني 2024

- النشر المباشر: 31 اذار 2025

الكلمات المفتاحية :

- الاعلام الاقتصادي، التنمية الشاملة

- المجل الاقتصادي، التطور التكنولوجي

- التقنيات الحديثة

- مديات التأثير

الخلاصة: تعد العلاقة الوثيقة بين الاقتصاد والاعلام من اهم مصادر القوة والتاثير 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 تعاملًا علميًّا وذكيًّا وبما يحقق المنفعة المشتركة للوسيلة والجمهوري ضوء التطورات المتسارعة في عالم التكنولوجيا والتقنيات الحديثة والتي جعلت من بروز الاعلام الاقتصادي متجاوزاً الحدود الزمانية والمكانية حتى اصبح مصدرًا للمعلومات للعديد من القضايا والواقع الراهنة وردود الافعال حيالها ومديات تأثيرها على مختلف الجوانب سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وفي مختلف الدول ومديات تطورها المتقدمة والنامية ومنها بلدنا العراق .

المقدمة :

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

ان مصطلح الاعلام الاقتصادي اضحى مجالاً حيوياً يتعامل معه على اساس الحاجة الضرورية للانسان سواء كان فرداً او مسؤولاً او صاحب مؤسسة باعتباره طرفاً متدخلاً في عملية الانتاج والتوزيع والاستهلاك والاستثمار ، وهو ما يجعل من النشاط الاقتصادي يسير على وفق نظام تكنولوجي معلوماتي متتطور من خلال اجهزة الكمبيوتر وانظمة الشبكات والبرمجيات وحوسبة المعلومات ونقل وتخزين البيانات ، والتي تجعل من مصاديقه امام الجمهور العريض الاولوية ليكونوا على بينة من الوضاع الاقتصادي محلياً ودولياً.

وتعد تجربة العراق في هذا المجال ذات حداثة والتي بدأت بالظهور فعلياً بعد عام 2003، فالاعلام اليوم وبتطوراته التكنولوجية 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

الجانب الحياتية المختلفة ومحاولة التحليل السليم لها والوصول الى حلول ومقترنات تدفع مسيرة النمو والتنمية الاقتصادية وتتمي من الوعي التقافي الاقتصادي لدى شرائح اجتماعية مختلفة.

أهمية البحث:

تكمّن أهمية 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 اطار التطور التكنولوجي والقضاء المعلوماتي وما يتصل بها من محددات تعيق مسارات التطور والتاثير، فضلا عن أهمية تحديد الفرص والاستراتيجيات التي يمكن من خلالها للدولة ان توفر اعلام اقتصادي امن لمجتمعاتها وبما يحفظ مكانتها وطاقاتها الاقتصادية والاعلامية.

إشكالية البحث:

تقف اشكالية البحث على تساؤل رئيسي مفاده: هل العالم النامي ومنه العراق يمتلك القاعدة التكنولوجية والمعلوماتية اللازمة للدخول في مضمار الاعلام الاقتصادي اسوة بالدول الرائدة في هذا المجال؟ ومن هذا التساؤل تنطلق التساؤلات الفرعية الآتية:

1. هل غيرت التكنولوجيا 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 تؤثركنلوجيا المعلومات على تطويرالنظام الاعلامي ومديات الحرية الممنوحة لوسائلها داخل حدود الدولة وبما يحاكي تطور الاخرين ؟
4. مدى التطور التكنولوجي والمعلوماتي لوسائل الاعلام المتنوعة ومدى توفر الامكانيات المادية والبشرية والتقنية معززة للاعلام العراقي؟
5. ما هي الاستراتيجيات الوطنية وسبل العلاج التي يجب ان تعتمدتها 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 وتقنلوجيا المعلومات، وتحقيق السبق في مختلف مجالات القوة الشاملة للدولة وتحديدا العراق

و خاصة جوانبها الاقتصادية والاعلامية وبما يعطيها القدرة على امتلاك الدور والمكانة الفاعلة والمؤثرة في منظومة الاعلام الاقتصادي مع الاخرين".

مناهج البحث:

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

هيكلية البحث:

تضمنت هيكلية البحث ثلاثة مباحث بمطاليبيها، ركز المبحث الاول على الاعلام الاقتصادي وتقنيات المعلومات:الاطار المفاهيمي والنظري من خلال مطلبين تناول الاول الاعلام الاقتصادي:المفهوم والأهمية والاهداف.في حين تناول المطلب الثاني على انماط الاعلام الاقتصادي .اما المبحث الثاني تناول تكنولوجيا المعلومات:المفهوم والمراحل،المكونات والخصائص من خلال ثلاثة مطالب ركزا الاول منها على تكنولوجيا المعلومات :المفهوم والمراحل،اما المطلب الثاني فقد تناول مكونات تكنولوجيا المعلومات ، وركز الثالث على خصائص تكنولوجيا المعلومات . في حين ركز المبحث الثالث على العراق وستراتيجيات تدعيم تكنولوجيا المعلومات للاعلام الاقتصادي وفق ثلاثة مطالب ايضا تناول المطلب الاول منها على الطبيعة العامة لمجال الاعلام الاقتصادي في العراق ، اما المطلب الثاني تناول الاطار التكنولوجي 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.

المبحث الاول/ الاعلام الاقتصادي وتقنيات المعلومات:الاطار المفاهيمي والنظري

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 وتدعم المنظومة الاعلامية بشكل يضمن حماية امنها القومي ومصلحتها الاقتصادية الوطنية.

المطلب الاول/الاعلام الاقتصادي:المفهوم والأهمية 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 التكنولوجي 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 المجتمع¹.

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 توجهاً معاصرًا يتسم بتنوع مفاهيم التخصص والتخصص الدقيق والتي أصبحت سائدة في مختلف مجالات العلوم الطبيعية والانسانية على حد سواء².

ويعرف الاعلام الاقتصادي بأنه معالجة الموضوعات الاقتصادية في وسائل الاعلام المناسبة لتطوير وعي الأفراد تجاه موضوعات الترشيد والوعي الاقتصادي بما يدخل في تنمية المجتمع وتربیته ليكون ضمن الموضوعات الاقتصادية بحيث يشكل وعي الأفراد سبباً رئيساً في تجاوز الأزمات والمحن الاقتصادية ويدفع بالاقتصاد نحو التطوير والتنمية³.

ويرى الدكتور عبد الرزاق 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 ديالي للبحوث الإنسانية، العدد(93)،جامعة ديالي،كلية التربية للعلوم الإنسانية ، (العراق : 2022) ، ص387.

² سامي الشريف، الاعلام الاقتصادي وتكنولوجيا 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

الاقتصاد اعلاماً للبدائل والخيارات" ¹، كما يعرف الاعلام الاقتصادي ايضاً بأنه نشاط شامل ومحظوظ ومتنوع
الابعاد يخاطب الرأي العام بهدف اقناعه بضرورة المشاركة الايجابية في عمليات التنمية والاصلاح
الاقتصادي عن طريق تقديم صورة حقيقة عن طبيعة التوجهات المستقبلية للاقتصاد والتعريف بالأنشطة
الاقتصادية المتنوعة في ضوء الطاقات والقدرات المتاحة لدعم و تشجيع حركة التبادل الاقتصادي والاستثماري
بشتى مجالاته المختلفة.

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

ثانياً/ 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،فإذا كان
اقتصاد دولة ما قوياً فيكون هذا الامر فرصة كبيرة لوسائل الاعلام بأن تتعامل مع هذه الحالة تعاملًا علميًّا
ونكيًا لتحقيق المنفعة المشتركة للوسيلة وجمهورها ³. لقد ادركت مختلف المجتمعات المتقدمة والنامية على حد
سواء على اهمية وضرورة التعاون في تحقيق التكامل بين السياسات والإجراءات الاعلامية والاقتصادية
والاجتماعية الازمة لوضع الخطط الدافعة لتحقيق التنمية الشاملة والعمل على تنفيذها ⁴، وهو ماضٌ على
وسائل الاتصال الجماهيري والتطور المعلوماتي من وظيفة هامة تمثل في خدمة قضايا التنمية خاصة في
الدول النامية التي تسعى جاهدةً لمواكبة التحولات التكنولوجية العصرية تتفق عليها من خلال: ⁵

1. الانفتاح وتبني الافكار الايجابية.
2. استخدام تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال المتطرفة مع الجماهير ومواكبة الآخرين

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

² سامي الشريف، مصدر سبق ذكره، ص.6.

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 الآخرين .

4. الادراك السياسي لأهمية التطوير والتغيير .

ان العلاقة الوثيقة بين الاعلام والاقتصاد اليوم تعد من اهم و ابرز مصادر القوة والدعم في داخل المجتمعات المعاصرة، حتى اصبح الاعلام قوة اقتصادية فاعلة لا يستهان بها و عاملا 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.

وتسمم التغطية في مجال الاعلام للشؤون الاقتصادية في التعريف بالنشاطات الاقتصادية من خلال نشر الاخبار والاراء ودقة التحليل لها فضلا عن شرح توضيحي لفهم المصطلحات الاقتصادية المختلفة عليها، مع نشر صحيح للمعلومات التي تشمل الحقائق والارقام والاحصائيات ذات العلاقة بالجوانب والأنشطة الاقتصادية، وهو ما يجعل من الاعلام الاقتصادي يركز على انشطة اقتصادية رئيسية مؤثرة كنشاط الاسواق المالية والتجارية والصناعية والسياحية والعقارات والاستثمارية وما يتصل بها من شركات مهمة وبنوك فاعلة ومؤسسات تمويل متعددة ¹ ، وله اساليب متعددة منها:

أ . المجالات والصحف

ب . البث الاعذاعي والتلفزيوني الارضي منها والفضائي .

ت . شبكة الانترنت والحملات الدعائية متعددة اللغات.

ث . المحاضرات والندوات الترويجية والاعلامية .

كما تعد طروحات (القيمة الاقتصادية) لحدث او قضية ما قيمة اخبارية مهمة ، فالتأثيرات في الجانب الاقتصادي تحديدا تحظى باهتمام كبير من جانب الجمهور لما لها من علاقة مباشرة باموره الحياتية، 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 اسامه النشر والتوزيع ،2012) ،ص105.

فقد أصبحت (أطر وقواعد الاقتصاد) أحد أهم أطر التغطية الإعلامية لمختلف الأخبار والحوادث. والتي تعني " التركيز على الاعتبارات والقيمة الاقتصادية للحدث والتأثيرات الاقتصادية القائمة و المتوقعة على

الفرد والجماعات والدول وربما على العالم اجمع".¹

ثالثا/ اهداف الاعلام الاقتصادي:

1. توفير الدعم الاساسي المعزز لخطوات تنمية القطاعات المنتجة.
 2. رفع الوعي الثقافي و المجتمعى 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 حسرا 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 الأخرى.
4. التشريعات والقوانين والاجراءات التي تحكم آلية عمل النشاط الاقتصادي.

¹ سامي الشريف، مصدر سبق ذكره، ص ص 65.

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 والامكانيات 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 المقرئية:

يستمد الخطاب الصحفي المقرئ من اهمية كونه خطابا اجتماعيا يرتبط بالمجتمع ،ولقدرته على التأثير في

الرأي العام واقناعهم من خلال امتلاكه العناصر الآتية:²

1. ارتباط الخطاب بواقع ملموس سواء كان حدثا او وقائع ذات صلة بالشأن العام.

2. القدرة على اقناع الجمهور بالاتجاهات والمواقوف والافكار والاحاديث وتدعيماتها.

3. التأكيد بالحجج والبراهين والبيانات في الخطاب الاقتصادي المقرئ.

يظهر الاعلام الاقتصادي في مجال الصحافة من خلال:³

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

ب . وجود الصفحات المتخصصة في مختلف الصحف العامة اليومية او المجلات الاسيوية 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) ،ص 61.

³ سامي الشريف، مصدر سبق ذكره،ص 10

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

ج . اصدار مجلات علمية متخصصة من قبل المؤسسات والهيئات الاقتصادية او المؤسسات التعليمية

كالجامعات ومراكز البحث 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 والمتأهية الصغر وغيرها

ثانياً/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 او برامج متخصصة في الخدمات الاذاعية والتلفزيونية العامة تعنى بالشأن الاقتصادي.

3. انشاء اذاعات وقنوات متخصصة تهتم بتقديم مضمون اقتصادي ومعالجته بعمق.

ثالثاً/ في مجال الانترنت:

لقد اتاحت تطورات الثورة التكنولوجية في مجال المعلومات والاتصالات حالة متقدمة من التطور النوعي

للإعلام بشكل عام والاعلام المتخصص بشكل خاص وقدمت شبكة الانترنت فضاءً بلا حدود تغلبت على

القيود التي فرضت على الاعلام التقليدي وبما حقق تفاعلاً غير مسبوق تجعل المرسل والمتلقي على نفس

الدرجة من التفاعلية واتاحت فرصاً 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 المتلقى من المشاركة فيها والتعليق عليها ووجدت تطبيقات متميزة للإعلام

الاقتصادي من خلال المواقع الاقتصادية المتخصصة فضلاً عن موقع الصحف والاذاعات والقنوات

الاقتصادية. ويعتبر الاعلام الرقمي اليوم احد اوجه الاعلام الجديد والاكثر تطوراً 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، ص 11

واسع وبفاءة عالية باستثمار الوسائل الاتصالية الحديثة وشبكة الانترنت ك وسيط للاتصال ونقل الرسالة

¹ الاعلامية بدلا من الورق في الصحافة والاقمار الصناعية في التلفزيون والراديو.

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

المطلب الأول/ تكنولوجيا المعلومات: المفهوم والمراحل:

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

لقد برز مصطلح تكنولوجيا المعلومات في بداية الخمسينات³ ،اشارة الى استخدام الحاسوبات الالكترونية في ميدان الاعمال الحكومية والخاصة على حد سواء⁴ ، وقد مررت تكنولوجيا المعلومات بمراحل عديدة اثناء تطورها،تعد كل مرحلة بمثابة ثورة تكنولوجية 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 مارك 1)بوزن خمسين طنا وتطویر نماذج للحاسوب بعدها اصغر حجما واقل وزنا واكثر كفاءة.

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

¹ ياسر بكر،الاعلام البديل، ط 1 (بغداد : منتدى المعرف، 2015) ، ص 16.

² سماح عبد الصبور،الصراع السيريري: طبيعة المفهوم وملامح الفاعلين،ملحق مجلة السياسة الدولية،العدد 208 ،المجلد 52 ،(القاهرة: 2017) ، ص 39-40.

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

⁴ محمود حسن جمعة، تكنولوجيا 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) ، ص 44.

⁵ ميثم حميد ناصر وآخرون، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع السياحي وال الفندقي، 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 ومتسرعة 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 والاسارات المروية الى بطاقات الائتمان والكاميرات والبيانات الذكية وغيرها.

4. **المرحلة الرابعة: ثورة الانترنت:** ترجع جذورها الى اواخر ستينيات القرن الماضي عندما وضعت وزارة الدفاع الامريكية اول مظاهر الانترنت كما نعرفه اليوم، من خلال شبكة اتصال بين مجموعة من الحاسوبات قام البعض باستعمالها في ارسال الرسائل عندما انتشرت وربطت بعض 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 تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، وتمثل 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 النانوتكنولوجي:** خلال السنوات القليلة الماضية، بُرِزَ إلى العالم مصطلح حديث ألقى بثقله على العالم وأصبح محط الاهتمام بشكل واسع، هذا المصطلح هو (تكنولوجيا النانو)، ولقد أجمع الخبراء على أن ابرز واهم تطور تقني في النصف الأخير من القرن الماضي هو اختراع الكترونيات السيليكون أو الترانزistor والمعالج الالكتروني، فقد أدى تطويرها إلى ظهور ما يسمى بالشريحة الصغيرة والتي أدت بدورها إلى ثورة تكنولوجية في جميع المجالات في الحاسوب والاتصالات والطب وغيرها.

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

المطلب الثاني/ مكونات تكنولوجيا المعلومات:

ت تكون تكنولوجيا المعلومات من مزيج معقد من الافراد والتقارنة تعتمد على مشاركة المعلومات بغية تحقيق الاهداف المنشودة وكالاتي:²

1. **المكونات المادية والبرمجيات:** فالمكونات المادية هي الادوات التي تشتراك في معالجة البيانات مثل الحواسيب بانواعها، الى جانب الاجهزة الملحة 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:** وتمثل بالافراد الذين يعدون اهم عنصر بنائي في نظام تقانة المعلومات، وهم على صنفين:

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

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

3. **شبكات الاتصال:** وهي الوسيلة التي يتم عبرها ارسال وتلقي البيانات والمعلومات، تتتألف من مجموعة من المحطات المرتبطة تتواجد في موقع مختلفة تتيح اجراء عملية الارسال والتلقي. وتمثل 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، **تكنولوجيا المعلومات ، ط2 ،** (عمان : دار المناهج ، 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 أوعية حاسوبية ممعنطة بصورة مستقلة عن البرامج التي تقوم بتشغيلها واستخدامها، وتشكل البيانات المحفوظة في هذه القواعد المادة الخام أو الأولية التي تستخرج منها المعلومات والمعارف.

بمجموع هذه المكونات تكون تكنولوجيا المعلومات، التي يمكن استخدامها في مجالات ومديات واسعة، ابرزها:¹

أ. الاستساخ 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 تكنولوجيا المعلومات:

هناك عدة خصائص ومهارات لتكنولوجيا 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 لتكنولوجيا المعلومات، فالانترنت مثلا يتسم باستمرارية العمل في كل الاحوال والوقات ولا يمكن لأي جهة ان تعطله على مستوى العالم بأكمله.

4. قابلية التوصيل: وهي امكانيةربط بين الاجهزه والخواجم الاتصالية المتعددة، بغض النظر عن الشركة او البلد الذي تم فيه الصنع او الانتاج.

¹ محمد محمد الهادي،تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها ، ط1 ، (القاهرة : دار الشروق، 1989) ، ص33

² نورهان قرون واخرون،تكنولوجيا المعلومات والاتصال كركيزة اساسية لعملية التدريب الالكتروني،مجلة التعليم عن بعد والتعليم المفتوح، العدد 15، المجلد 8، جامعة بسكرة،(الجزائر: 2020) ، ص45 . 46

5. **قابلية التحرك والحركة:** 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 وسیط الى اخر، كتحويل الرسالة المسموعة الى مكتوبة او الرسائل المكتوبة الى مطبوعة او مقروءة.
7. **الجماهیرية:** وتعني امكانية التحكم في الاتصال والرسائل، مما يعني امكانية توجيه الرسالة الاتصالية الى جماهير كبيرة او جماهير معينة وحتى فرد واحد. وتعني ايضاً الجمع بين الانواع المختلفة من الاتصالات، سواء من شخص الى شخص، او من كل الى كل وبوسائل متعددة.
8. **الشیوخ والانتشار:** حيث تكتسب الشبكة المعلوماتية لـ تكنولوجيا المعلومات قوتها من هذه الخاصية، وهي قابلية التوسيع لهذه الشبكة لتشمل مساحات غير محدودة من العالم.
9. **العالمية والكونية:** وبهذا تتخطى هذه التكنولوجيا عائق المكان والانتقال عبر الحدود الدولية، وهو المحيط الاساسي الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيا حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومتعددة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم، فهي تسمح لرأس المال مثلاً بأن يتافق الكترونياً، خاصة بالنظر إلى سهولة المعاملات التجارية التي يحركها رأس المال المعلوماتي، وهي تسمح ببيانات المطارات والجوازات والمعلومات الحكومية والأمنية بالانتقال عبر الحدود الدولية.

المبحث الثالث/ العراق وستراتيجيات تدعيم تكنولوجيا المعلومات للاعلام الاقتصادي:

بعد الاعلام الاقتصادي اليوم اهم الجوانب المهمة للدول ويركز الجانب المعلوماتي على فكرة البحث عن مقومات تطوير استراتيجية اعلام اقتصادي امن، وذلك باستخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الخبرات البشرية التي يمكن بواسطتها تفعيل وتشغيل هذه الاليات والتطبيقات. فتطوير الجانب المعلوماتي يعد من المقومات المهمة لحفظ سلامة وامن الاعلام وفضاء 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 متتسارع من هيمنة وسائل الاعلام التقليدية امام وسائل الاعلام الجديدة وموقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر وغيرها والتي اصبحت توفر للمواطنين منابر جديدة لتبادل المعلومات والتعبير عن ارائهم سواء لبعضهم البعض و المباشرة الى حكوماتهم من خلال المدونات وافلام الفيديو المعروضة على اليوتيوب والرسائل المنشورة على موقع الكترونية مختلفة . واليوم

توفرت للمواطنين فرصاً لاسابق لها لمساعدة وسائل الاعلام التقليدية من خلال تزويد المراسلين بصور وافلام فديو لاحادث ومعلومات اخبارية وتقديم الحلول حول المشاكل القائمة،اذ لم تتوفر قبل اليوم للمراسلين والمواطنين والحكومات خدمات امكانية الاتصال المباشر في بيئات توفر فيها حقاً شبكات الانترنت والحرية الرقمية والحرية الصحفية وحرية التعبير ومن ضمنها الاتصال المباشر على الانترنت. وتعتبر تجربة العراق في هذا المجال حديثة والتي بدأت فعلياً بعد عام 2003، فقبل ذلك كان الاعلام بيد الدولة ويوجه مركزياً،اما الاعلام اليوم وبتطوراته المتلاحقة اصبح يسير باتجاهات متعددة وبشكل مؤثر في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية¹. ان الاعلام اليوم اصبح يرتبط بالاقتصاد بشكل وثيق وبعلاقة متعددة الوجوه وتتصف بالدؤام، 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 ومقترنات تدفع مسيرة التنمية الاقتصادية وتنمي منوعي الاقتصادي لدى شرائح اجتماعية مختلفة . ومن الامور التي يجب ان يتمتع بها الصحفي الاقتصادي هي:

1.المعرفة واللامام بأساسيات الاقتصاد ومصطلحاته والقدرة على التحليل وقراءة الارقام الاقتصادية بشكل صحيح.

2.الاطلاع 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 وسلامة.

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

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

المطلب الثاني/ الاطار التكنولوجي للاعلام الاقتصادي في العراق:

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

<https://iraqieconomists.net/ar/2015/07/09/%D8%D8%D8B5/>

(2024/8/5)

² محمد شحادة علي، "معالجة الصحافة السعودية اليومية للشأن الاقتصادي: دراسة تحليل مضمون"، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، 2011 . 2012، ص24. وايضاً: 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 المتلقى وبكافة القنوات الاعلامية من الصحف او التلفزيون او الاذاعة او من خلال قنوات التواصل الاجتماعي الحديثة عبر تويتر والفيسبوك واليوتيوب¹،اذ يقوم الاعلام الاقتصادي على تناول الموضوع الاقتصادي كمادة صحفية او اذاعية او مادة منشورة عبر الواقع الالكتروني او مختلف البرامج الاخرى التي ينتجهما المستخدمون ولها اهمية كبيرة في العمل الاعلامي،فهي تزود المؤسسات الاعلامية بمصدر ثري من المعلومات والاخبار الاقتصادية والتي تزيد 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 والاحاديث الكبرى.اما البيانات التي تحتاجها فئات الجمهور فهي تتطلب ارتباط المعلومات والبيانات الاقتصادية وتطوراتها ارتباطا وثيقا بقدرة الافراد وثقافتهم على ادارتها والتحكم بها من اجل المنفعة العامة وبما يسمى بالاقتصاد التشاركي التعاوني الجديد القائم على تطور وسائل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات²،وهو نظام اجتماعي اقتصادي يقوم على مشاركة الموارد والاصول البشرية والمادية بين الافراد والمؤسسات الخاصة وال العامة،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 :

يدهب مجموعة من الخبراء الى ملاحظات مهنية على العاملين في الاعلام الاقتصادي ولوضحوا ان عدم الكفاءة وضعف الخبرات جعل العديد من الصحافيين لايملكون القدرة على ايصال المعلومات بدقة الى الرأي العام،وهو ما يتطلب حرص الجهات الاعلامية على الارقاء 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 ولكن لا يمتلك الفريق اللازم او الموارد اللازمة لتقديم هذه الخدمات التي يحتاجها الجمهور،فيلجأ الى الطرف الثاني وهو 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 الاجمالية 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 ما يحتاجه 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 ووعية لدور الاعلام الوطني.¹

وتحتل القضية الاقتصادية المرتبة الاولى في القضايا المناقشة عبر الاف الرسائل اليومية لأنها تتعلق بمصير وحياة الناس وان مايبعث على القلق بشأن 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 وفق الماده 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 مادر الاعلام الاقتصادي في معالجة المشكلات في ضوء تطور الجانب التكنولوجي في نقل الرسالة الاعلامية؟وما هي الاستراتيجيات الجديدة المعتمدة في ذلك؟

ان الاجابه هنا تمثل ان الاعلام الاقتصادي القادر على ايصال صوته برسالة اعلامية هادفة نحو خدمة الاقتصاد والمؤسسات الاقتصادية بوسائل تقنية ومعلوماتية متقدمة توافق 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،ص 399

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 . وايضا:سمير عباس التصري، مصدر سبق ذكره

1. تعزيز الجانب التثقيفي لدى المواطنين نحو التفاعل 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 التكنولوجية مع تطوير وتدريب اساليب العمل المهني الاحترافي خاصة في الجانب الاقتصادي وبما يحقق اكبر قدر من المعلومات والبيانات والمسوحات واستطلاعات الرأي العام واستعمال للموقع الالكتروني لمختلف الوسائل الاعلامية وبشكل تفاعلي ايجابي مع الجمهور .
4. اعتماد المصادر الخارجية في تطوير استراتيجيات 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 ومتتابعة النشر الاعلامي الاقتصادي وبما يحمله من تحليلات ومعلومات وبيانات ومؤشرات لقضايا اقتصادية مختلفة تجعل الوثوق بالمصادر الداخلية اكثر رؤية وتفهما واقناعا.¹

الخاتمة (باللغة العربية) :

تبرز العلاقة الوثيقة بين الاعلام والاقتصاد بوصفهما وجوهان لمرآة واحدة ولأنهما من اكثرب مصادر القوة في المجتمعات المعاصرة، فلقد أصبح الاعلام قوة اقتصادية مهيمنة وعملا حاسما من عوامل احداث التنمية الشاملة في مختلف المجتمعات. بالمقابل، فإن المعلومات الاقتصادية أصبحت أساس كل تحرك وإنجاز، وكل دولة تحتاج لبناء اقتصادها الوطني وساحتها الاقتصادية إلى 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 وتطوير معارف الجمهور.
- ثانيا. مدى توافر الكفاءات الادارية والفنية الاعلامية المتخصصة بالموضوعات الاقتصادية اعلاميا.
- ثالثا. مدى توافر التقنيات والبني وهياكل المعلوماتية المتطرفة في المجال الاعلامي.
- رابعا. مدى قناعة المؤسسات والرأي العام بوجود اعلام مكتفٍ ومتخصص بالموضوع الاقتصادي.
- وفقاً لذلك، تتمثل المقترنات والتوصيات هنا بـ:
1. العمل على اعداد وتأهيل الصحفيين والاعلاميين الاقتصاديين وبمهنية عالية تحاكي التطورات التكنولوجية والمعلوماتية الراهنة بالتعاون مع المراكز التدريبية المتخصصة داخل البلد وخارجها مع توفير الدعم والاسناد المادي اللازم للمؤسسات الاعلامية في تهيئة هذه الكوادر المتخصصة 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 بالأنشطة 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 public's 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 a way 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 المعرفة ، 2015) .
5. احمد انور بدر،**تكنولوجيا المعلومات واساسيات استرجاع المعلومات**، ط 1 ، (الإسكندرية : دار الثقافة العلمية 2000 ، ص 10) .
6. اسماعيل ابراهيم،**الصحفى المتخصص**، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2001) .
7. ميثم حميد ناصر وآخرون،**تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع السياحي والفندقي**، ط 1 ، (بغداد : دار الذاكرة للنشر والتوزيع ، 2021) .
8. علاء عبد الرزاق السالمي،**تكنولوجيا المعلومات** ، ط2 ، (عمان : دار المنهاج ، 2002) .
9. محمد محمد الهادي،**تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها** ، ط 1 ، (القاهرة : دار الشروق ، 1989) .

البحوث والدراسات :

1. بدر ناصر حسين، دور الاعلام الاقتصادي في تنمية الوعي تجاه المشكلات الاقتصادية، مجلة ديالي للبحوث الإنسانية، العدد(93)،جامعة ديالي،كلية التربية للعلوم الإنسانية ، (العراق : 2022).
2. سامي الشريف، الاعلام الاقتصادي وتكنولوجيا 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،المراكز الديمقراطى العربى للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية (برلين: 2020).
5. سماح عبد الصبور،الصراع السiberاني :طبيعة المفهوم وملامح الفاعلين،ملحق مجلة السياسة الدولية،العدد 208 ،المجلد 52 ،(القاهرة: 2017) .
6. محمود حسن جمعة، تكنولوجيا 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،تكنولوجيا المعلومات والاتصال كركيزة اساسية لعملية التدريب الالكتروني،مجلة التعليم عن بعد والتعليم المفتوح،العدد 15،المجلد 8،جامعة بسكرة،(الجزائر: 2020) .

الرسائل والاطارين

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

الانترنت

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

<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/tfps.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/tfps.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%>