

## التأثير الإعلامي على اقتصاد البلدان

م. م أطياف عبد الكريم مهدي صالح

جامعة ذي قار / كلية الاعلام

المقدمة :

انطلاقاً من القاعدة المعاصرة التي تقول بأن الاقتصاد هو القوة الناعمة التي تسير مختلف نواحي حياة الإنسان على هذا الكوكب، فقد أولته الدراسات والأبحاث مجالاً كبيراً من اهتمامها ودرستها، كونه عصب رئيسي في الحياة البشرية، وبالنظر إلى أدوات كل عصر وتطورها بتطورها، فإن وسائل الإعلام الحديثة تعد من أهم أدوات هذا العصر، فقد كان لها دور كبير في خلق استراتيجيات وسياسات الاقتصاد العام للدول، كما باتت للإعلام الاقتصادي دوره الفعال بالتعريف بالنشاط الاقتصادي لدولة من الدول عبر وسائله المرئية والمسموعة والمقروءة، كما له الأثر الكبير في مجال التنمية والتخطيط الاقتصادي للبلدان، وخاصة أن ركيزة الاقتصاد الوطني لأي بلد هو المعلومات الاقتصادية والتي يعد الإعلام أكبر رافد لها، وسنتبع في هذا البحث المنهج الوصفي.

أسئلة البحث:

- ماذا يقصد بالإعلام الاقتصادي؟
- ماهي ماهيته ووسائله، ودوره المؤثر على الاقتصاد العام للبلدان؟
- ماهو دور الإعلام بشكل في المجتمعات وأهدافه؟

أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث من أهمية الاقتصاد عموماً، ومدى تأثيره على الاقتصاد العام للمجتمعات والدول، فالإقتصاد أصبح لعبة نفسية بالإضافة إلى الوجود الفعلي، فأسواق البورصة والشركات أصبحت تعتمد على الإعلام المتنوع الوسائل، وأهمية هذا البحث تأتي من إيضاحه لهذه الفكرة وعرضه لها بشكل واضح ومكثف.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى :

- توضيح معنى الإعلام الاقتصادي.
- توضيح وسائل الإعلام الاقتصادي.
- توضيح التأثير القائم للإعلام على اقتصاد البلدان.

▪ دور الإعلام بشكل في المجتمعات :

بات أثر الإعلام واضحاً في عصرنا هذا، حيث أنه لا يمكن تخيل أن يعيش الإنسان بدون وسائل إعلام، فقد باتت محركاً عاماً لدورة الحياة في المجتمعات، وتتعدد أدوار الوسائل الإعلامية في المجتمعات، بداية بالدور التربوي التعليمي : حيث يقول ( ولبور شرام ) عن أهمية الدور التعليمي لوسائل الإعلام : ( إن

وسائل الاتصال الجماهيرية تستطيع أن تعاون معاونة كبيرة في جميع أنواع التعليم والتدريب )، أما عن دوره الترابطي فهو يحقق مشاركة فعلية بين جميع الأفراد في المجتمع، وتقاسم الهموم المشتركة، أما فيما يتعلق بدوره الرقابي فيتمثل بمساعدة الحكومات على الكشف عن مكامن الخطر والفساد في المجتمعات<sup>١</sup>.

وتعد التنمية الاقتصادية في المجتمعات العربية إحدى الدعائم الأساسية للأمانة لدول وشعوب المنطقة، وللمؤسسات الإعلامية دورها الكبير بتطوير قضايا التنمية الاقتصادية في المجتمعات العربية، وخاصة ضمن جملة التحديات التي تواجه اقتصاد البلدان العربية، كما أن دور المؤسسات الإعلامية يخضع لضوابط سياسية وتنظيمية لمنهجه دور الوعي، والإرادة المهنية كي تقوم بممارسة وظائفها الإعلامية كي تشمل عملية التنمية فئات المجتمعات كافة، فالإعلام الاقتصادي يرتبط بالمشاريع التنموية في المجتمعات، من مصالح إدارية واقتصادية، والعمل على تغطية النشاط الاقتصادي والإنتاج الاقتصادي ضمن هذه المجتمعات، كالتعريف به والترويج له، الأمر الذي يعود بالفائدة على المصلحة العامة.<sup>٢</sup>

#### ■ ماهية الإعلام الاقتصادي:

لا يخفى على الجميع مدى أهمية دور وسائل الإعلام في دعم الاقتصاد الوطني للدول، فالمعلومات الاقتصادية أساس كل إنجاز اقتصادي، ويعتمد التعريف بالنشاط الاقتصادي للدول على التغطية الإعلامية للشؤون الاقتصادية، عن طريق نشر الأخبار والآراء والتحليلات الاقتصادية، بالإضافة إلى نشر حقائق المعلومات الموثقة بالأرقام والإحصائيات ذات الصلة بالشؤون الاقتصادية، بالإضافة إلى القيمة الإخبارية المهمة للقيمة الاقتصادية لقضية أو حدثٍ ما، أضف أن اهتمام الشعب كبير بالتأثيرات الاقتصادية لصلتها المباشرة بجوانب معيشته اليومية، الأمر الذي جعل من الأطر الاقتصادية أحد أهم أطر التغطية الإعلامية، والجدير بالذكر أن المعنى الدقيق للأطر الاقتصادية هو : الاعتبارات الاقتصادية للحدث، وما يتوقع من تأثيرات اقتصادية على الفرد والجماعة والبلد، والعالم ككل ربما، فالإعلام الاقتصادي هو النشاط ذي الأبعاد المتعددة والتي تعطي صورة حقيقية عن طبيعة التوجهات في المستقبل للاقتصاد، والتعريف بالطاقات الممكنة والنشاطات الاقتصادية، والعمل على تشجيع حركة التبادل الاستثماري والاقتصادي مخاطبة بذلك الرأي العام للعمل على إقناعه كي يشارك بطريقة فعالة وإيجابية بعملية الإصلاح الاقتصادي والتنمية، وهذا ما يعرف أيضاً بالإعلام المعزز للتنمية، ولرغبة البلدان في تحسين الجو العام لطبيعة اقتصادها، ورفع سقف المشاركة الشعبية في صناعة القرارات الاقتصادية دورها في تطوير أداء الإعلام الاقتصادي.<sup>٣</sup>

ومن المفروض أن يكون الدور العام للإعلام الاقتصادي في الدول العربية متمثلاً في تركز الشعور بالانتماء القومي والوطني، وفتح تعليم جديد وخبرات جديدة للمواطنين، وتكريس الرغبة في التجديد والتطوير والتغيير، العمل على رفع مستوى الطلعات لدى الشعب لمجتمع متحضر، واقتصاد متطور، وزيادة المشاركة الشعبية والعمل على نقل وجهات نظرهم وآرائهم إلى الحكومات، ومن عوامل فاعلية الخطة الإعلامية :

١ - تكثيف البحوث الإعلامية والدراسات للكشف عن ماهية المشاكل المجتمعية والتي يجب على وسائل الإعلام أن تلقي الضوء عليها، وتعمل على إيجاد الحلول المناسبة لها.

٢ - وجوب تحديد جملة الأهداف الإعلامية والتي ينوي تحقيقها، والعمل على تقسيم هذه الأهداف على المدى الزمني ( طويل الأمد - قصير الأمد )، وعلى مستويات، أهداف عامة، ومحلية، وجزية.

٣ - لزوم استخدام منهجية الحملات الإعلامية الوطنية، مع استخدام برامج إعلامية مترابطة وغير مفككة، تؤسس لفاعلية الهدف الذي تسعى إليه الحملات.

٤ - ضرورة ارتباط باقي السياسات بالسياسة الإعلامية لتشمل العملية التنموية كافة المجالات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية.<sup>٤</sup>

▪ أهداف الإعلام الاقتصادي :

وفق أصحاب الاختصاص، والخبراء والدارسين في مجال الإعلام والاقتصاد، تم تحديد جملة من الأهداف والتي تعد من إمكانيات الإعلام الاقتصادي ألا وهي :

١ - دعم القطاعات المنتجة، وتوفير الرافد الضروري للعملية التنموية فيها.

٢ - العمل على رفع سقف وعي الأفراد في المجتمعات بقضايا اقتصاد بلادهم.

٣ - توسيع مساحة الاكتتاب والادخار ضمن القروض الداخلية.

٤ - رفق عملية دعم وتيسير التصريف للمنتجات والبضائع.

٥ - المساهمة في تشكيل ركيزة أساسية لدى المواطن قوامها الثقة بسلع بلاده، وسعيه لشرائها.

٦ - المساهمة في دعم المنتج المحلي وتسويقه على المستوى الإقليمي والدولي.

٧ - المساهمة في توسيع رقعة علاقات الدولة التجارية مع بقية الدول.

٨ - المساهمة في الكشف عن مكامن فساد المؤسسات الاقتصادية في النواحي المالية والإدارية خصوصاً، ومناهضة النشاط الاقتصادي المحظور.

٩ - المساهمة في وضع حد لمشاكل المجتمعات ذات الصبغة الاقتصادية من ارتفاع أسعار، وغش، وبطالة. كما أن هناك رابطة قوية بين المنظومة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للدولة، وبين الإعلام الاقتصادي.<sup>٥</sup>

كما أن للإعلام الاقتصادي أهداف عديدة كالمساهمة في علاج المشاكل الاقتصادية، كعقبة موجودة، أو كأثار ونتائج سلبية على البلدان كـ \_ كيف تكون سبل الإنتاج؟ أو ماهي المنتجات التي يجب التركيز على إنتاجها؟ أو كيف تتم عملية توزيع الإنتاج؟، كما أنه يهدف لاتباع أفضل الوسائل لاستخدام أمثل للموارد الاقتصادية من ناحية الكم والنوع، وكيفية الاستخدام، والتخصيص، بالإضافة إلى توزيع الدخل العادل والملائم ضمن المجتمعات، وعلى أي أسس يتم هذا التوزيع، وأسس التوزيع الوظيفي للدخل ( أجور - أرباح - فائدة - ربح )، ولا نغفل الهدف الأهم في تحقيق وتطوير تقدم البلدان الاقتصادي، عن طريق الزيادة في الدخل والإنتاج القومي، عن طريق الزيادة في اليد العاملة، والتطور والتقدم التكنولوجي، والتراكم الرأسمالي للاستثمار، والعمل على تفادي الكساد أو التضخم، أي الحفاظ على استقرار النقد، وتحقيق النمو المتوازن ضمن جميع قطاعات الاقتصاد من إنتاج واستهلاك واستثمار وأعمال، وكل ذلك يصب في خاتمة الهدف الأكبر للتنمية الاقتصادية للدول كالحمد من الفقر والمرض والبطالة، وعلى الأخص في دول العالم الثالث.<sup>٦</sup>

▪ الإعلام الاقتصادي ودوره في العراق :

لقد واجه العراق خلال القرن الماضي والحالي العديد من العقبات والتحديات في مختلف مجالات الحياة. نتيجة للحروب التي استهدفت سيادته وكيانه، والنزاعات، وعدم استقرار الوضع السياسي فيه، ويواجه العراق اليوم صعوبات كبيرة اقتصادية واجتماعية بالنسبة لمتوسط دخل الفرد فيه، كما تراجع الخدمات الأساسية فيه إلى حد ملحوظ جداً منذ عام ١٩٩٠م، فكانت خطة ترويج التنوع الاقتصادي، مع الحد من الاعتماد الأساسي على النفط فقط، عن طريق النمو والتطوير في باقي المجالات بالاعتماد على القطاع

الخاص، وتطوير رأس المال البشري، والاعتماد على وسائل الإعلام الاقتصادي لقيادة ودعم هذه الخطة التنموية، ما أدى إلى خلق فرص عمل جديدة بقيادة القطاع الخاص، بالإضافة إلى تحسن ملحوظ في المنافسة والإنتاج، وكل ذلك تحت رعاية ودعم وتوثيق من وسائل الإعلام الاقتصادي، الذي كان له الدور الكبير في تعزيز المنافسة والإنتاج، ومن الاقتراحات التي تم تناولها في وسائل الإعلام الاقتصادي للعمل على تحويل العراق إلى سوق اقتصاد مرن وحديث هي تنفيذ جملة من التشريعات والسياسات لطرح مبدأ التنافسية في الأسواق وفق ضوابط وقواعد اقتصادية أساسية، والعمل على تطوير سبل الحصول على التمويل، وإعادة صاغة وتنظيم دور الدولة الاقتصادي، والتشجيع على إنشاء الشركات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن طريق بناء القدرات لتنميتها، والعمل على تطوير الترتيبات المؤسسية لسير في العملية التنموية للقطاع الخاص، وتحت مظلة إعلامية اقتصادية مواكبة لإعداد الخطط والبرامج لإصلاح الشركات المملوكة للدولة، كالعمل على تحويلها إلى شركات تجارية، والخصخصة والإصلاح التنظيمي، والعمل على تعزيز الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص، والبدا في مباشرة الإصلاحات في قطاعات معينة.<sup>٧</sup>

كما تشير التوقعات المستقبلية ضمن الاستقرارات التحليلية ضمن وسائل الإعلام الاقتصادي إلى تحسن في معدلات النمو الاقتصادي العراقي نتيجة لتحسن الأوضاع الأمنية، وتزايد الاستثمار التدريجي ضمن خطة إعادة الإعمار، وبحسب التحليلات الاقتصادية المتداولة عبر الوسائل الإعلامية فإن إنتاج النفط سيرجع في عام ٢٠١٩م، مع توقع بقاء أسعار النفط أعلى من المستوى المتدني الذي وصلته عام ٢٠١٦م، وفي ضوء هذه التداولات الإعلامية هناك نوع من تعزيز الأمل والثقة لدى المواطن العراقي باقتصاد بلاده، وعودة وقوفه على قدميه، فهي علاقة طردية، تساهم وسائل الإعلام الاقتصادي في تعزيزها ورفعها بشكل داعم للاقتصاد العراقي من خلال طرح وتبادل الأفكار، وتوسيع مجال الحوار، ووضع الخطط والبرامج المساعدة، ضمن منظومة تشاركية تعمل لمساعدة العراق على تطوير نشاطه الاقتصادي، فهي مهمة تقع على عاتق جميع مكونات المجتمع العراقي، من مؤسسات حكومية، وتربوية، واقتصادية، واجتماعية، وثقافية، وإعلامية.<sup>٨</sup>

وقد ركزت وسائل الإعلام الاقتصادي مؤخراً على :

- ضرورة تعزيز التشاركية بين القطاع العام والقطاع الخاص، عن طريق توضيح دور الهيئة الوطنية للاستثمار، أو جزء من الحكومة لتوفير الدعم والإشراف على هذه الشراكة تحت مظلة حكومية.
- رفق وتعزيز المقدرات الأساسية للوزارات المختصة للعمل على إدارة هذه الشراكة بين القطاعين العام والخاص.
- العمل على وضع إطار عمل سياسة واسعة تتم متابعتها عبر وسائل الإعلام الاقتصادي لتشكل نوع من الدعم، وتكثيف العمل، والرقابة، وإبقاء المواطن على صلة مع الخطط التعزيزية الجديدة ضمن برامج إعادة إنعاش الاقتصاد العراقي.

كما تمت الإشارة إلى أهمية تعزيز النظام القانوني ومصادقته، وعلى الأخص في إنفاذ العقود، والنزاعات، ووجوب تفعيل وتطوير الحوار بين القطاعين لرفع سوية الشفافية، والعمل على تشكيل المنتديات لتبادل الخبرات والآراء والمعلومات، وإحاطة هذه الشراكة بمبادئ توجيهية واضحة كالكثيبيات والدلالات التوجيهية والخطط الاستثمارية والمواد المرجعية، والتي يمكن أن تنطلق عبر وسائل الإعلام

الاقتصادي لضمان تفعيلها والعمل بها، وتبادل الخبرات والحوار فيما يمكن تطوير بعض بنودها، أو جزئيات منها.<sup>٩</sup>

#### ▪ الخاتمة :

وهكذا نكون قد تعرفنا بداية على دور الإعلام في المجتمع بشكل عام، من الدور التربوي، على الترابطي، والرقابي، إلى التعريف بماهية الإعلام الاقتصادي وأدواته، ودوره التعزيزي في رفق اقتصاديات الدول والبلدان، والعوامل التي تسهم في تحقيق فاعلية مثلى للخطة الإعلامية، ومن ثم انتقلنا إلى التعرف على أبرز أهداف الإعلام الاقتصادي وفق أصحاب الاختصاص والخبراء، ودوره الكبير في معالجة المشاكل الاقتصادية في دولة من الدول، وخاصة في دول العالم الثالث، والدول العربية والتي كانت تعاني من زعزعات ونزاعات أمنية أدت بالضرورة إلى خلل في منظومتها الاقتصادية، لننتقل بعدها إلى الإضاءة على دور الإعلام الاقتصادي في العراق، ومدى مساهمته في الخطة التنموية لمعالجة مشاكل الاقتصاد العراقي وإعادة إنعاشه، فتمو الإعلام الاقتصادي في بلد من البلدان من شأنه أن يطور أسلوب المعالجة، الأمر الذي يسهل على عامة الناس فهم القضايا الاقتصادية الجارية، وللحصول على نتائج مهمة في نشر التنمية الاقتصادية لادب من وضع استراتيجيات واضحة المعالم للإعلام الاقتصادي، لما له من دور كبير وفعال في رفق وتطوير وتنشيط الاقتصاد الوطني للبلدان.

#### ▪ المراجع:

١. د. سامي الشريف، الإعلام الاقتصادي وتكنولوجيا الاتصال ( الفرص.. التحديات )، ورقة عمل مقدمة للندوة القومية حول " تقرير الاهتمام بالبعد الاقتصادي لوسائل الإعلام العربي، منظمة العمل العربية شرم الشيخ ٧ - ٩ مايو ٢٠١٤م.
٢. الشركاء الدوليون في العراق، كتاب ملخص أوضاع العراق، كانون الأول ٢٠١٠م.
٣. العراق التقرير الطوعي الأول حول أهداف التنمية المستدامة ٢٠١٩ ( انتصار إرادة وطن ).
٤. عبد العزيز بن سعيد الخياط، دور الإعلام في التنمية الاقتصادية، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، ورقة علمية مقدمة إلى المنتدى الإعلامي السنوي السابع، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال.
٥. د. عبد اللطيف بن صافية، دور المؤسسات الإعلامية العربية في التنمية الاقتصادية للفئات المجتمعية المختلفة... رؤية استراتيجية، المعهد العالي للإعلام والاتصال، مجموعة البحث " الاعلام والاتصال والمجتمعات " بالمغرب، د.ت.

<sup>١</sup> - ينظر عبد العزيز بن سعيد الخياط، دور الإعلام في التنمية الاقتصادية، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، ورقة علمية مقدمة إلى المنتدى الإعلامي السنوي السابع، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ص ٤.

<sup>٢</sup> - ينظر د. عبد اللطيف بن صافية، دور المؤسسات الإعلامية العربية في التنمية الاقتصادية للفئات المجتمعية المختلفة... رؤية استراتيجية، المعهد العالي للإعلام والاتصال، مجموعة البحث " الاعلام والاتصال والمجتمعات " بالمغرب، د.ت، ص ٢.

<sup>٣</sup> - ينظر أ. د. سامي الشريف، الإعلام الاقتصادي وتكنولوجيا الاتصال ( الفرص.. التحديات )، ورقة عمل مقدمة للندوة القومية حول " تقرير الاهتمام بالبعد الاقتصادي لوسائل الإعلام العربي، منظمة العمل العربية شرم الشيخ ٧ - ٩ مايو ٢٠١٤م، ص ٤ - ٥.

<sup>٤</sup> - ينظر عبد العزيز بن سعيد الخياط، دور الإعلام في التنمية الاقتصادية، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، ورقة علمية مقدمة إلى المنتدى الإعلامي السنوي السابع، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ص ٥ - ٦.

<sup>٥</sup> - ينظر أ. د. سامي الشريف، الإعلام الاقتصادي وتكنولوجيا الاتصال ( الفرص.. التحديات )، ص ٦ - ٧.

- <sup>٦</sup> - ينظر عبد العزيز بن سعيد الخياط، دور الإعلام في التنمية الاقتصادية، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، ورقة علمية مقدمة إلى المنتدى الإعلامي السنوي السابع، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ٢٠٠٨م، ص ٨- ٩.
- <sup>٧</sup> - ينظر الشركاء الدوليون في العراق، كتاب ملخص أوضاع العراق، كانون الأول ٢٠١٠م، ص ١١ - ٤٤.
- <sup>٨</sup> - ينظر العراق التقرير الطوعي الأول حول أهداف التنمية المستدامة ٢٠١٩ ( انتصار إرادة وطن )، ص ٥٤.
- <sup>٩</sup> - ينظر الشركاء الدوليون في العراق، كتاب ملخص أوضاع العراق، ص ٤٧ - ٤٨.

