



دور الاعلام في التنمية الاقتصادية المستدامة في العراق_ قناة العراقية نموذجا

نزار احمد علوان

أ.د حسن بشير

أ.م. د مرتضى اسمعيلي طباء

ملخص البحث:

بعد ان لمست مختلف الدول المتقدمة اهمية الاعلام في ترسيخ الافكار والقيم والترويج لجميع القضايا المهمة، بدأ الاعلام العراقي وخاصة الاعلام الاقتصادي يتجه الى توعية افراد المجتمع بأهمية الاقتصاد ودوره في التنمية المستدامة للبلد لذا هدف هذا البحث الى التعرف على "دور الاعلام في التنمية الاقتصادية المستدامة في العراق" واعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي واختار عينة من البرامج التلفزيونية الاقتصادية وهو برنامج (دينار) الذي تقدمه قناة العراقية الفضائية، وبعد مصادقة الخبراء على اداة هذا البحث قام الباحث بتحليل مضمون فقرات هذا البرنامج وفق تلك الاداة وتوصل الى عدد من النتائج اهمها ما يلي:

- 1- تسعى معظم استراتيجيات الاعلام الى توجيه انظار المتلقي للبرامج التلفزيونية الاقتصادية الى الافكار التي تهم اكبر شريحة في المجتمع، ويجب ان تكون معالجة الافكار بطريقة سهلة كي يفهمها المتلقي بسرعة.
- 2- يتضمن البرنامج التلفزيوني الاقتصادي فقرات مشوقة كي يكسر حاجز الملل الناتج عن بعض المصطلحات الاقتصادية الصعبة على المتلقي.
- 3- اختيار اماكن تصوير للبرنامج الاقتصادي امر مهم لان طبيعة المكان تعطي مصداقية اكثر لمحتوى البرنامج والافكار التي يقدمها.
- 4- تساهم التكنولوجيا الحديثة في تقديم صورة تلفزيونية وصوت ذو مواصفات عالية تساهم في شد انتباه المتلقي وبالتالي زيادة عدد المتابعين للبرنامج.
- 5- لشكل مقدم البرنامج ومظهره الخارجي أثر مهم في جذب المشاهدين نحو موضوع البرنامج التلفزيوني. هذا وختم البحث بالاستنتاجات والتوصيات والمقترحات وقائمة المصادر.

الكلمات المفتاحية: دور الاعلام، التنمية المستدامة

The role of media in sustainable economic development in Iraq_ Al Iraqiya Channel as a model

Nizar Ahmed Alwan

Nazar.ahmed3000@gmail.com

Prof. Dr. Hassan Bashir

Dr. Murtaza Ismaili Abstract of the research:

After various developed countries realized the importance of media in establishing ideas and values and promoting various important issues, the Iraqi and pioneering emergence in economic media began to move towards educating members of society about the importance of economic development and work for a large country. This research aimed to identify the "role of the press in the pioneering economic development in Iraq" and adopted the descriptive analytical experiment and chose a group of television economic programs, which is the program (Dinar) presented by an Iraqi channel. After the experts approved this tool, the researcher analyzed the content of the paragraphs of this program according to that tool and reached a number of the most important of them, the following:



1. Most media strategies seek to direct the attention of the recipient of economic television programs to the ideas that interest the largest segment of society, and the ideas must be treated in an easy way so that the recipient can understand them quickly.
2. The economic television program includes interesting segments to break the boredom barrier resulting from some economic terms that are difficult for the recipient.
3. Choosing filming locations for the economic program is important because the nature of the place gives more credibility to the content of the program and the ideas it presents.
4. Modern technology contributes to providing a television image and sound with high specifications that contribute to attracting the attention of the recipient and thus increasing the number of followers of the program.
5. The form and appearance of the program presenter has an important impact in attracting viewers to the topic of the television program.

The research concluded with conclusions, recommendations, suggestions and a list of sources.

Keywords: role of media, sustainable development

الفصل الاول الاطار المنهجي

- مشكلة البحث:

ان عملية التطوير والتنمية لأي بلد تحتاج الى تخطيط شامل لجميع العناصر التي تساهم في التنمية مثل الموارد البشرية والاقتصادية والبنى التحتية والاعلام لأن هذه العناصر احدها يكمل الآخر ولا يمكن اهمال اي عنصر وفي الماضي عندما يتم وضع خطة للتنمية لا يتم اعطاء اهمية للاعلام، فهناك تصور على ان الاعلام سلعة كمالية ليس لها تأثير كبير وخاصة في الدول النامية، لكن بعد التطور الحاصل في وسائل الاعلام وخاصة في الدول المتقدمة ودوره الفاعل في تعديل اتجاهات المتلقي، حيث بدأت اغلب الدول تنتبه لأهمية الاعلام. وهنا بدأت العديد من الدول التي تسعى للنهوض الاقتصادي، اخذت تهتم في كيفية توظيف وسائل الاتصال لخدمة الاعلام الاقتصادي لأن الاقتصاد هو عصب الحياة فكلما تحسن الوضع الاقتصادي يتحسن معه دخل الفرد مما يمكنه من العيش الرغيد وتقليل نسبة الفقر وان بلد مثل العراق يمتلك خيرات كثيرة، لكنه لا يستطيع تسويقها للداخل أو الخارج بسبب قلة البرامج الاعلامية التي تروج لها، فالاقتصاد العراقي يعتمد فقط على صادرات النفط، لكن هناك مصادر اخرى يمكن عن طريق وسائل الاعلام الترويج لها مثل المنتجات الزراعية والحيوانية وبعض الصناعات والسياحة والاثار والمؤسسات التعليمية وهذا يتطلب اعداد نموذج اتصالي مثالي تعمل به المؤسسات الاعلامية وخاصة القنوات التلفزيونية الفضائية وشبكة الانترنت بالإضافة الى الاعلام المقروء والمسموع والاستفادة من تجارب الدول النامية التي سبقتنا في هذا المجال مثل مصر وقطر فقد نجح الاعلام الاقتصادي في هذه الدول من الترويج لجميع الجوانب الاقتصادية مما ساهم في نهضة واضحة في مجال التنمية المستدامة، من هنا نتضح اشكالية دراستنا الحالية بالتساؤل الآتي ما (دور الاعلام في التنمية الاقتصادية المستدامة في العراق) اهمية البحث:



تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية الاعلام ووسائل الاتصال في اقناع المتلقي بالرسالة الاعلامية، وخاصة ما يتعلق بالاقتصاد والتنمية الاقتصادية كون الاقتصاد هو عصب الحياة للفرد والمجتمع، ويمكن ان تتضح الاهمية الموضوعية بما يلي:

- 1- أهمية الموضوع وحداثته خاصة وان العراق يحتاج الى تنمية اقتصادية في جميع المجالات.
 - 2- التأكيد على أهمية الاعلام الاقتصادي في جميع المؤسسات الحكومية والقطاع الخاص.
 - 3- اعتماد استراتيجية مثالية للاعلام الاقتصادي كي تستفيد منه المؤسسات الاعلامية في أعداد وتقديم برامجها.
- هدف البحث:**

يهدف البحث الحالي التعرف على دور الاعلام في التنمية الاقتصادية المستدامة في العراق.

حدود البحث:

يتحدد البحث الحالي بما يلي:

- 1- الحد الموضوعي: دور الاعلام الاقتصادي في التنمية المستدامة.
- 2- الحد المكاني: البرامج الاقتصادية في قناة العراقية برنامج (دينار).
- 3- الحد الزمني: الدورة التلفزيونية من 2024/1/1 لغاية 2024/3/1.

تحديد المصطلحات:

• التنمية المستدامة:

يعرفها الاتحاد العالمي للحفاظ على الطبيعة عام 1980 بأنها "التنمية التي تأخذ بعين الاعتبار البيئة والمجتمع والاقتصاد"¹

- كما عرف المبدأ الثالث المقرر في مؤتمر الامم المتحدة للبيئة والتنمية الذي انعقد في ريودي جانيرو عام 1992 التنمية المستدامة بأنها "ضرورة انجاز الحق في التنمية، حيث تتحقق بشكل متساو الحاجات التنموية والبيئية للأجيال الحاضر والمستقبل"²
- وعرف قاموس ويبستر (Webster) التنمية المستدامة بأنها "تلك التنمية التي تستخدم الموارد الطبيعية دون ان تسمح باستنزافها أو تدميرها جزئياً أو كلياً اي ضرورة ترشيد استخدامها"³
- **الاعلام الاقتصادي**
تعرفه (الهاشمي) "هو الاعلام الذي يعالج القضايا الاقتصادية ويقوم بفحصها وتحليلها بأستخدام الفنون الصحفية"⁴

ويعرف (الشمري، 2006) الاعلام الاقتصادي بأنه "نشر المعلومة الاقتصادية بأستخدام الفنون الصحفية المتنوعة، خبر، تحقيق، مقال، كاريكاتير، بأسلوب بسيط يلائم جمهور الصحافة على اختلاف مستوياتهم وذلك بهدف التوضيح والتفسير والتحليل والنقد والتأثير وتكوين اتجاه معين

¹corinne Gendron ledveloppement durable compriomis Quebec 2005- p-166.

² دوجلاس موييتيت، مبادئ التنمية المستدامة، ترجمة بهاء شاهين ط1. الدار الدولية للاستشارات الثقافية، القاهرة. 2000. ص13

³- Bergrnmeier. Economiede developpement durable.2 edition, Bruxelles,2005,p,38.

⁴ نجاة الهاشمي، والهام قاسمي، دور الاعلام الاقتصادي في التنمية الاقتصادية- جريدة المصدر الاقتصادية انموذجاً، رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانية، الجزائر، 2021.



لدى الرأي العام والدفاع عن وجهة نظر الوسيلة الاعلامية تجاه الاحداث السياسية والاقتصادية الداخلية والخارجية⁵.

وتعرف (الشجيري، 2014) الاعلام الاقتصادي بانه "الاعلام الذي يقوم بالتوعية باساليب الحياة الاقتصادية، مع عرض القضايا الاقتصادية المحلية واقناع الجمهور بابعادها المختلفة والتركيز على محاربة الاسراف والتبذير الاقتصادي على المستويين العام والخاص"⁶.

الفصل الثاني

الاطار النظري

المبحث الاول: الاعلام الاقتصادي أهميته ومبادئه

يعتبر الاعلام الاقتصادي احد العناصر التي تساهم في دعم الاقتصاد لدى مختلف المتقدمة والدول النامية من اجل الاستفادة منه، ويأتي دوره لضرورة التكامل بين جميع السياسات الاعلامية والاجتماعية، وكان للاعلام الاقتصادي أثراً مهماً من بداياته الاولى. فحينما تطورت التجارة بين الشعوب والمجتمعات الاولى حيث كانت بذرتة الاولى القديمة ترجع الى عهد السومريون وروما القديمة "فكانت العلاقة التجارية المتبادلة بين القوافل البحرية والبرية وتبادل المعلومات بين هؤلاء التجار عند مرورهم بتلك المدن فقد كانت هذه المعلومات تتداول بينهم اما شفويّاً او عن طريق المخطبات مثل الرسائل والكتب ولحين مجيء الاسلام أستمرت هذه العلاقة المتبادلة بين الشرق وبين تجار الغرب"⁷. ثم بدأ يتطور هذا النوع من الاعلام وخاصة بعد اكتشاف الطباعة على يد الالماني (غوتن بيرغ) عام 1438، ففي عصر النهضة الاوربية ازدهرت التجارة بين المدن الاوربية وكذلك مع الشرق وخاصة دول البحر الابيض المتوسط والهند، وفي القرن الخامس عشر تطورت اساليب انتشار المعلومات وازدادت بشكل كبير وسريع المعاملات التجارية، واصبحت التجارة والصناعة اكثر تطوراً في عصر الثورة الصناعية ونلاحظ هذه الزيادة من بدايات القرن التاسع عشر الى نهاية القرن العشرين، وظهرت نظريات اعلامية كثيرة حاول اصحاب الاعلام الاقتصادي تبني هذه النظريات من اجل الترويج لمختلف النشاطات الاقتصادية، حيث ظهرت صحف وقنوات تلفزيونية فضائية متخصصة بالاعلام الاقتصادي وفي هذا المجال لابد من ذكر بعض الصحف القديمة التي اهتمت بنشر معلومات عن الصناعة والتجارة. ففي نهاية القرن السابع عشر عام 1793 م تم انشاء اول صحيفة والتي سميت (هامزين) وهذه اول صحيفة اقتصادية ظهرت في امريكا وفي القرن الثامن عشر 1835 م. نشر (توماس يونتستيل) عموداً يتعلق بالقضايا الاقتصادية حتى تأسيس وكالة رويترز من قبل مؤسسها رجل الاعمال الالماني (جويوس رويتر) حيث قام جمع المعلومات التي تخص قطاع الخدمات المالية في الاسواق العالمية المختلفة⁸. وبعد نجاح هذه وكالة رويترز في هذا القطاع قامت وكالة (الاسوشيتد برس) بالاشتراك مع مجموعة تسمى دارجونز والتي كانت تهتم بالشؤون الاقتصادية والمالية والتجارية وبصورة رئيسية، حيث

⁵ عصام رفعت الشمري، فن واساليب الصحافة المالية والاقتصادية سوق فلسطين للاوراق المالية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2006.

⁶ سهام الشجيري، اقتصاديات الاعلام، ط1، الامارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 2014.

⁷ رضا شناني، في دور وسائل الاعلام في الافصاح عن المعلومات في البورصات، العربية، المجلة التونسية للاتصال. العدد 25، ص11.

⁸ عبد المعطي عدلات، دور الصحافة الالكترونية الفلسطينية في ترتيب الاولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية دراسة تحليلية وميدانية اطروحة ماجستير، الجامعة الاسلامية بغزة، كلية الاداب قسم الصحافة والاعلام 2015 ص105.



قامت بتأسيس وكالة اعلانية تابعة لها والتي استخدمت لأكثر القطاعات الاقتصادية من اجل توزيع خدماتها الاخبارية الاقتصادية، وشهدت الفترة التي عقيت الحرب العالمية الثانية بانتعاش كبير وذلك بتطور الاعلام الاقتصادي بعد صدور الصحف المتخصصة وكانت من ضمنها مجلة الاقتصاد الزراعي 1950 ومجلة الاهرام في مصر.

و يتضح لنا دور الاعلام الاقتصادي الفعال و الذي له علاقة بالمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية من ناحية، ومن ناحية اخرى فإن الاعلام هو السبب والنتيجة في نفس الوقت في عملية التحديث، وان الافراد هم هدف النتيجة ايضاً ولهم دور في تطوير المجتمعات لأنه يؤدي الى توعية وتنقيف وتعليم وتدريب ابناء المجتمع عن طريق الاعلام ووسائله. ويتضح دور الاعلام وخاصة الدول النامية و منها العراق في اعتماده على توظيف وسائل الاعلام المختلفة كي يواكب التطورات الاقتصادية وخلق بيئة للمشاركة العربية والعالمية من اجل مواكبة هذه التطورات والتقدم مع عجلة التنمية. "فأن الاعلام واجبه هو تزويد الافراد والمجتمع بكل الحقائق والمعلومات والمعرفة في الازمات التي تحدث لهم بحيث يكون مؤثراً على المحيط الذي يتعايش معه"⁹.

وبعد ان تنبعت الدول الى اهمية الاعلام الاقتصادي سعى الاعلام الاقتصادي في العراق الى ان يهتم في الجانب الاقتصادي وذلك من خلال الصحف المحلية حيث كان يتم نشر مواضيع تهم الاقتصاد والتنمية منذ فترة السبعينات ولحد الان هذا بالاضافة الى ان تلفزيون العراق كان لديه وحدة خاصة بانتاج البرامج التلفزيونية التنموية وتم تأسيس هذا القسم عام 1975، سمي (قسم برامج التنمية) وكانت هذه البرامج موجهة للتنمية الاجتماعية والاقتصادية حيث كانت تخاطب مختلف شرائح المجتمع مثل (العمال، الفلاحين، المرأة، الطلبة، الصحة، الشباب) وبالرغم من الازمات الاقتصادية التي مر بها العراق نتيجة الحروب والحصار الاقتصادي على العراق، الا ان هذه البرامج بقيت مستمرة وبعد عام 2003 حدث تغيير سياسي واقتصادي أثر بشكل كبير على الواقع الاقتصادي والسياسي للعراق، "فقد اصبح الاقتصاد العراقي تابع اقتصادياً للسياسة الامريكية وتحول الى اقتصاد احادي الجانب الاعتماد الريعي للنفط فقط، وحرمان العراق ايضاً من اي مساعدة او فرصة بناء البلد من استغلال طاقاته وثرواته البشرية وخبراته وكأن اقتصاده مصادر من اجل استنزافه"¹⁰.

ونظراً لما يشكله الاعلام وخاصة الاقتصادي في كونه يساهم في نشر الثقافة الاقتصادية فهو يشكل دوراً معيناً في البناء الفكري لأبناء المجتمع وتوعيتهم بأهمية الاقتصاد في جميع نواحي الحياة، فالاعلام يشكل السلطة الرابعة، وانه مصدر من مصادره خلق حالات الوعي المجتمعي لجميع افراد المجتمع وهو واجهة من واجهات عملية التنمية. "لذلك يحتاج المجتمع العراقي من خلال اعلامه الاقتصادي واستثمار وظائفه في اعطائهم ما يحتاجون اليه من اخبار ومعلومات وتزودهم بالمعارف نحو التوجه لإرشادهم عن احتياجاتهم المستمرة عبر الزمن وكذلك يحفظ لهم تاريخهم للأجيال القادمة بحيث تكون واقعية وموثقة"¹¹. وخاصة فيما يتعلق بالجانب الاقتصادي والمالي حيث ان القارئ يحصل على تدفق للمعلومات وعليه ان يدقق هذه المعلومات بعقلانية وفهم التحولات الاقتصادية المحلية والعالمية وكذلك يمتلك رؤيا نقدية للواقع الاقتصادي والسياسي وادراك مفاهيم وطبيعة الاعلام الاقتصادي.

المبحث الثاني: الاعلام والتنمية المستدامة

⁹ رضا عبد الواحد أمين، دور وسائل الاعلام في تحقيق التنمية في العالم الاسلامي، مؤتمر التنمية، المستدامة في مواجهة العولمة رابطة الجامعة الاسلامية والبنك الاسلامي من الفترة 2008—2017—2019.

¹⁰ دور الاعلام الاقتصادي في تنمية الوعي تجاه المشكلات الاقتصادية مجلة ديالى للبحوث الانسانية (العدد 23 لسنة 2022 ص 388).

¹¹ مجلة ديالى للبحوث الانسانية، مصدر سابق، ص 389.



يلعب الإعلام دوراً مهماً في حياتنا المعاصرة، وأصبحت وسائل الإعلام حاضرة في جميع الأوقات وتبث الرسائل على مدار 24 ساعة مثل القنوات التلفزيونية الفضائية وشبكة الإنترنت بالإضافة إلى الوسائل المسموعة والمقروءة. والمواطن وحالياً يتأثر فيه ثلاثة أركان ترافق حياته اليومية وهي الاقتصاد والسياسة والإعلام، ولولا الإعلام لما عرف الناس ما يدور حولهم من أحداث وصراعات وابتكارات، لذا تم توظيف الإعلام في مختلف المؤسسات الحكومية وشبه الحكومية بهدف أخبار الناس بالخطط والاستراتيجيات التي تسعى الحكومة لتنفيذها. بالإضافة إلى تعريف المواطن بكل ما يخص شؤون حياته، خاصة الخطط الاقتصادية، وكذلك السياسة الداخلية والخارجية، بهدف إعداد جيل مدرك لمصالح الوطن والشعب ومستعد للدفاع عن هذه المصالح. فلم يعد الإعلام وسيلة للترفيه أو التسلية أصبح سلاح مهم بيد من يتحكم به. ونلاحظ ما فعل الإعلام من تغيير الأنظمة السياسية، وتغيير بعض الأفكار والمعتقدات ويتضح دور الإعلام على المستوى الفردي والمجتمع. من خلال الحدث على "النضال من أجل أحداث تنمية حقيقية بما تملكه هو وسائل الإعلام من قدرة على استنهاض الطاقات وتوجيه الانتباه نحو الوسائل والأهداف التي تنشدها المجتمعات بتزويد المجتمع بأكبر قدر من المعلومات والحقائق الدقيقة لتوجيه الجمهور لخدمة الرخاء الإنساني"¹².

ولا يقتصر عمل الإعلام على هذه الجوانب، بل يتطلب من وسائل الإعلام أن تستنهض الهمم والعزيمة على دعم المشاريع على الاقتصادية "ومشاريع التنمية المستدامة من خلال تقديم رسالة إعلامية تنموية اقتصادية مبنية على المهنية الحرفية والاستقصاء والنقد العلمي والبناء للخطط والمشاريع التنموية من أجل تكوين الإنسان الاقتصاد الواعي والمبصر لمصيره ومستقبله"¹³ لذا يتطلب من المؤسسات الإعلامية التعاون مع المؤسسات الرسمية وشبه الرسمية من أجل إعداد برامج إعلامية تساهم في إسناد مشاريع التنمية، والسائد في البرامج التلفزيونية الحوارية أنها تركز على قضية اقتصادية معينة ويتم تعزيز المعلومات المقدمة في البرامج عن طريق استضافة خبراء اقتصاديين للحوار حول هذه القضية بكل تفاصيلها وتعريف البرامج التلفزيونية الحوارية بأنها "البرامج النقاشية التي تتضمن طرحة للآراء التي تعرضها من خلال القنوات التلفزيونية، وتتناول القضايا المتعلقة بالمجتمع ومشكلاته عن طريق استضافة شخصيات ذات اختصاص من أجل طرح ما يعرفونه من المعلومات حول تلك القضايا ومن أجل التعبير عن آرائهم، وربما يكون هناك مشاركة من الجماهير في بعض الأحيان سواء أكان عن طريق الهاتف أو المراسلة، أو المشاركة من خلال الحضور، والحوار يتألف من عناصر عدة مقدم البرامج، الموضوع المطروح، ضيوف، المعد، اللغة المستخدمة، الأجهزة والمعدات، الوقت، الزمان، مكان اجاء الحوار"¹⁴ ونلاحظ أن وسائل الإعلام اتخذت مسارات عديدة من أجل إيصال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي، وفي خضم تسارع الأحداث في جميع المجالات الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتعليمية والحاجة إلى التخطيط والبناء، فقد أصبح الإعلام العامل المشترك بين جميع هذه العناصر التي تحرك الحياة، ولما كانت التنمية تستهدف الإنسان في المقام الأول باعتباره المحرك لكل عناصر التنمية فإننا نستطيع أن نلمس دور تلك الوسائل في إعادة صياغة وتشكيل كثيرة من أنماط السلوك لدى المواطنين"¹⁵ وتتضح أهمية الإعلامية يوماً بعد يوم في تغطية المشاريع والخطط للنهوض

¹² عبد العزيز بن سعيد الخياط، دور الاعلام في التنمية الاقتصادية، مدينة الملك بن عبدالعزيز للعلوم والتقنية، ورقة علمية مقدمة الى المنتدى الاعلامي السنوي السابع، الجمعية السعودية للأعلام والاتصال.

¹³ محمد قيراط، مقال في جريدة الشرق، انترنت، تاريخ النشر، 2021/8/5،

www.al.sharq.com.opinion.04.05

¹⁴ هبة عيسى حطاطة، دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تعزيز حرية الرأي والتعبير، كلية الاعلام، قسم الصحافة والاعلام، جامعة الشرق الاوسط، 2020.

¹⁵ بدر أحمد كريم، بحوث اجتماعية، ط1، دار المعارف، بيروت، 1996.



بالتنمية الشاملة لأي بلد وخاصة في المجال الاقتصادي، وذلك لأن النهوض الاقتصادي يقود إلى النهوض في باقي مفاصل الحياة. "لقد ربط الإعلام منذ زمن بعيد بالإنتاج والعمل إلا أن الصلة بين الاقتصاد والأعلام أصبحت بارزة الآن أكثر فأكثر وأضحى الإعلام قوة اقتصادية مهمة وعاملاً حاسماً من عوامل التنمية الحقيقية في مختلف أنحاء العالم"¹⁶

وللأسف إن دول القوة ما زالت تنهب خيرات الدول الفقيرة والتدخل في شؤونها السياسية والاجتماعية وبالرغم من أهمية الإعلام في كونه "مفجراً للثورات وفي ذات الوقت مثبت للهمم والعزائم، ليس هذا فحسب بل أصبح الإعلام دور في حث الشعوب على التعاون والنضال من أجل إحداث تنمية حقيقية في مجتمعاتهم بما تمتلكه وسائل الإعلام من قدرة على استنهاض الطاقات وتوجيه الانتباه نحو وسائل والأهداف التي ينشدها المجتمع"¹⁷ وفي هذا المجال يتطلب من الإعلام الجاد صاحب المسؤولية أن يزود أفراد المجتمع بأكبر قدر من المعلومات والمعرفة الدقيقة في جميع العلوم التي يمكن أن تساهم في حل المشاكل الاجتماعية والنهوض بالتنمية المستدامة الحقيقية، وكلما كانت هذه المعلومات دقيقة وصادقة ومفيدة، كلما تحققت التنمية بشكل أسرع. "ويركز الكثير من المختصين بدور على الإعلام في التنمية على هذه النقطة ويسمون الدور الذي يضطلع به الإعلام في تطوير المجتمعات باسم الهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري، خاصة وأن هذا الدور ينصب على كيفية توجيه الجمهور لخدمة الرخاء الإنساني"¹⁸.

وإذا تحققت التنمية بشكل عادل ووفق قواعد صحيحة فإن جميع أفراد المجتمع ستعهم الفائدة والتطور من خلال تحقيق البرامج التي تتعلق بالتنمية، كما أن نجاح التنمية يعني النهوض الاقتصادي على المستوى القريب أو البعيد وهذا ما يدفع أبناء البلد للدفاع عن خطط التنمية، كونها توفر لهم الخدمات والرفاهية وتحقق العدالة الاجتماعية وتزيد من حبهم للوطن، لأن هذه المشاريع سوف تقدم خدمات للجميع وتحقق مصالحهم الحيوية، لذا يتطلب من خبراء الاقتصاد إعداد الخطط المدروسة لإنجاز مشاريع التي تعم فائدتها على أكبر عدد من الناس وأن تكون هذه الخطط شاملة وترتبط بمتطلبات الحياة من النواحي الاقتصادية والثقافة والاجتماعية والإعلامية والبيئة، "ومما لا شك فيه إن دور الإعلام في المجتمع ينبع من أهمية ما يعطي الإعلام من أدوار داخل المجتمع خلال عملية البناء التنموي، فاعلام يساعد على إيجاد اتفاق عام بين فئات المجتمع الواحد ويقوم بحثها على المشاركة في عمليات التنمية المستدامة، لذا فلا بد من توظيف الإعلام توظيفاً سليماً بحيث يكون إعلام حي صاحب مبدأ ويتكلم بلسان الناس ويعبر عن ضمير الشعب كما لا بد أن يكون مرآة اجتماعية صادقة"¹⁹. ومن الأمور التي نشط فيها الإعلام الحديث هو انتشار شبكة الإنترنت التي قربت المسافات بين الناس، وبعد إن كان الاتصال التقليدي يسير في اتجاه واحد أصبح بإمكان الفرد الذي يستخدم التواصل عن طريق شبكة الإنترنت أن يكون مرسل ومتلقى في نفس الوقت. وساعدت هذه الوسيلة الاتصالية (الإنترنت) في تطوير الاقتصاد الإلكتروني، وزيادة التجارة البيئية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، وتساهم وسائل الاتصال في تطوير الاقتصاد وازدهاره وذلك من خلال نشر الوعي الاقتصادي بين أفراد المجتمع وتشكيل الصورة الذهنية الإعلامية عن طبيعة الاقتصاد وسبب النهوض به. وهذا يتطلب من الدول وخاصة النامية من "بناء إعلام اقتصادي تنموي صالح يساهم في نشر ثقافة التنمية بين المجتمعات، ووجود استراتيجية مهنية واضحة تقوم على أساس

¹⁶ احمد السيد كردي، مدونة كنانة اون لاين، <http://kenanaonline.com.post.124882>.

¹⁷ محمد عبدالله الشيخ، الاعلام والتنمية المستدامة، بحث مقدم الى مؤتمر القانون والاعلام، كلية الحقوق، جامعة طنطا، مصر، 2017.

¹⁸ محمد عبد النبي الموسوي، دراسة حول وسائل الاعلام في المجتمعات الحديثة (تأثيرها، وظائفها، استخدامها)،

www.al-mousawi.org.

¹⁹ وليد أحمد ابو السعيد، دور الاعلام في دعم عملية التنمية في الاراضي الفلسطينية، مجلة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، 2009، ص16.



البحث العلمي للتحليل والاستقرار وتدفع المعلومات بشفافية واضحة²⁰. ونلاحظ إن أغلب أفراد المجتمع بدؤوا يأخذون معلوماتهم من وسائل الإعلام أكثر من المعلومات التي تصلهم عن طريق البيت أو المؤسسة التعليمية، وأصبح أغلب أفراد المجتمع اسيري أجهزة الاتصال وخاصة الأجهزة الذكية المربوطة بشبكة الإنترنت. "وبات الإعلام وسيلة واداة فاعلة سواء في البناء أو الهدم، فهو وسيلة لدعم قيم الإنتاج والتسامح واحترام الآخر، على قدر ماهو وسيلة لزرع الكره والطائفية والعنصرية، ومن هذا المنطلق فإن عليه مسؤوليات جسام في جعل عموم الناس يتمسكون بقيم الإسلام الوسطى التي هي أبعد ما أن تكون عن اللغو. وللإعلام دوره أيضا لدفع عجلة النمو والتنمية المستدامة في عالمنا العربي الذي يشهد في معظم أجزائه تراجع في أداء الاقتصاد وانخفاضاً في معدلات النمو والتنمية، وتدنياً لقيم العمل والإنتاج والبعد عن تحمل المسؤولية والميل للتكاسل وزيادة النزاعات الاستهلاكية غير الضرورية"²¹.

ومن المسؤوليات التي تقع على عاتق وسائل الإعلام هو تحليلها بالسلوك المهني من خلال نشر المعلومات بحيادية وموضوعية بما يحقق مصالح المواطنين، ونشر القيم الإيجابية التي ترتقي بالفرد والمجتمع، والابتعاد عن المواضيع والأفكار التي تثير المشاكل بين الناس وساهم في تمزق النسيج الاجتماعي، "إن عليه مسؤوليات تجاه دفع عجلة النمو والتنمية المستدامة، حيث لا يمكن لأفراد المجتمع الصراع فيما بينهم على أسس طائفية أو عرقية أو مذهبية أو اجتماعية أو من خلال مقارنة غير محمودة لعادات وتقاليد، أو من خلال التدخل في شؤون الآخرين أن يحقق تقدماً أو أن يرتقي لإحراز غاياته"²². وبعد أن كان الإعلام العراقي والعربي يعتمد على الوسائل التقليدية مثل الصحف والمجلات الورقية ومحطات التلفزيون الأرضية، أصبح اليوم يتعامل مع التكنولوجيا الحديثة في الاتصال "يؤدي دور محورياً في حياة الفرد والأسرة والمنظمة والمجتمع، وفي بناء الدول والحضارة والمجتمعات، وهي بذلك تسهم في التنشئة الاجتماعية وفي تشكيل الرأي العام والذاكرة الجماعية للمجتمع، كما أنها تؤدي دوراً استراتيجياً في التنمية المستدامة بمختلف مجالاتها وقطاعاتها"²³. ومن وظائف الإعلام الاقتصادي الجاد، انه يقوم بالتعريف بالمنجزات الاقتصادية التي تخدم المواطن مثل بناء المعامل والمدن والمشاريع الاقتصادية الضخمة، وطرق المواصلات، والمستشفيات والمؤسسات التربوية التعليمية بالإضافة إلى الحفاظ على البيئة، ويجب أن يتصف الشفافية حيث يقدم الإعلام المعلومات الخاصة بالتحديات الاقتصادية مثل الأزمات الاقتصادية أو تغيير أسعار الصرف صعوداً أو هبوطاً، كما يمكن أن تساهم وسائل الإعلام في "إجراء دراسات والبحوث ومسح الرأي العام في قضايا والمواضيع الاقتصادية بالتعاون مع العلماء والباحثين في المجالات ذات العلاقة ونشرها، بالإضافة إلى توعية المجتمع بضرورة التصرف بحكمة مع التقلبات الاقتصادية مثل ارتفاع الأسعار التضخم ورعاية المناسبات العلمية التي تتناول هذه المواضيع"²⁴.

ولتحقيق التنمية المستدامة لابد من مراعاة ثلاثة أمور مهمة وهي استثمار الموارد الاقتصادية للبلاد بشكل حكيم و مدروس، والرعاية العلمية من خلال تطوير المناهج الدراسية وأعداد الكوادر المؤهلة لقيادة المشاريع الكبرى، وكذلك الرعاية الصحية ومحاولة تخليص المجتمع من الأوبئة والأمراض، ولا بد "من العمل على دعم البحوث العلمية لرفع مستوى الوعي وإيصاله بصورة فعالة بين المواطنين عن طريق الربط بين الإعلام والصحة والخروج بمجموعة الأبحاث في مجال الإعلام الصحي بهدف تثقيف المجتمع

²⁰ امانى العبوشي، دور الاعلام في تنمية الاقتصاد العربي، مركز الروابط للبحوث والدراسات الاستراتيجية، بيروت، 2015.

²¹ عبدالله الهاشمي، دور الاعلام في التنمية المستدامة، مؤسسة دبي، للأعلام، الامارات العربية، 2015، ص9.

²² عبدالعزيز بن سعيد الخياط، دور الاعلام في التنمية الاقتصادية، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، ورقة عملية مقدمة الى المنتدى الاعلامي السنوي السابع، الجمعية السعودية للأعلام والاتصال، 2017، ص16.

²³ عثمان العربي، واقع التدريس بقسم الاعلام بكلية الاداب، بحث مقدم الى المؤتمر الاعلامي الدولي الثالث عشر، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2007، ص8.

²⁴ عبدالرحمن محمد الشامي، الاعلام والتقنية، بحث مقدم في مؤتمر الاعلام الدولي الثالث عشر، جامعة الملك سعود، السعودية، 2007، ص26.



وتعميم المعرفة²⁵. ولتحقيق التنمية الاقتصادية الناجحة، لابد من توفير مراكز الرعاية الصحية في المدن والريف والمصانع والجامعات وأماكن العمل، بهدف حماية المواطن من الأمراض وخاصة المعدية، والمحافظة على سلامة البيئة من التلوث وخاصة الماء والهواء والتربة، من أجل الحفاظ على صحة وسلامة المواطنين لابد لوسائل الإعلام أن تمارس دورها في هذا المجال ونشر الثقافة الصحية عبر مختلف الوسائل الإعلامية، ولا يقتصر عمل وسائل الإعلام على التثقيف الصحي فقط، بل العمل على نشر جميع أوجه الثقافة، والإعلام اليوم هو الذي يعكس ثقافة ووعي الجمهور، وهذه المهمة ليست سهلة، لأن مفهوم الثقافة يعني بناء الإنسان بشكل صحيح في جميع نواحي الحياة، ولتحقيق التنمية المستدامة يجب بناء الإنسان بناء جيد وعلى قيم ومبادئ رصينة، لأن الإنسان هو الذي يحقق التنمية وبدون الإنسان الواعي تفشل خطط التنمية، وبما أن الإعلام يتعامل بشكل مباشر مع الإنسان ويقدم له معلومات مختلفة في جميع المجالات، إذن يمكن توظيف وسائل الإعلام لتقديم الثقافة العالية والمعلومات الحديثة والمفيدة من أجل بناء مواطن قادر على التعامل بشكل ذكي وحساس مع جميع متطلبات الحياة "إذ فالإعلام مسؤول مسؤولية عظيمة عن عملية التنمية في أي دولة، لذا فتقدم أي دولة في عصرنا الحالي يعود كثيراً على تقدم مؤسساتها الإعلامية، التي إن كانت فعالة تؤثر ولا شك بالإيجاب على تقدم الدولة"²⁶ والتنمية الثقافية والاجتماعية تعني رفع المستوى الثقافي للفرد مثل إكساب أو تنمية القيم الاجتماعية الإيجابية ونبذ القيم السلبية والعادات مرفوضة اجتماعياً، لأن القيم البالية من شأنها أن تعطي صورة سلبية عن المجتمع و إخفاء معاملة موروثة الأصيل.

الفصل الثالث

إجراءات البحث

أولاً: منهج البحث

اعتمد الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصف التحليلي الذي يعرف "بأنه مجموعة من الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً كافياً ودقيقاً لاستخلاص دلالاتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل الدراسة"²⁷. وتم اعتماد أسلوب تحليل المضمون وهو أحد أساليب المنهج الوصفي لتحقيق هدف الدراسة، والذي يعرفه أحمد زكي "محاولة الوصول إلى وصف سببي للمضمون من أجل الكشف موضوعياً عن طبيعة التأثيرات أو عمقها النسبي"²⁸.

ثانياً: مجتمع البحث

تكون مجتمع البحث من أغلب البرامج التلفزيونية المقدمة من خلال شاشة قناة العراقية الفضائية الاقتصادية، وكان عدد هذه البرامج بحدود ستة برامج منها يبيت بشكل يومي وقسم آخر حلقات في الأسبوع وقسم أسبوعي وكما مبين:

- برنامج (دينار) يقدم ثلاث أيام في الأسبوع.
- برنامج (طريق التنمية) ثلاث أيام في الأسبوع.
- برنامج (السياسة الاقتصادية) أخبار اقتصادي يومي.

²⁵ امانى العبوشي، مصدر سابق، ص37.

²⁶ محمد محمود السيد، دور الاعلام في التنمية، موقع مؤسسة الحوار المتمدن، العدد 3555، 2011.

²⁷ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي_ القواعد_ المراحل_ التطبيقات، ط2، دار وائل، الاردن، 1999، ص46.

²⁸ أحمد زكي، الاخراج المسرحي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1989، ص103.



- برنامج (حوار اقتصادي) أسبوعي.

- برنامج (كشف حساب) أسبوعي.

- برنامج (الأسواق) يومي فيه أخبار عامة وتقارير مالية.

ثالثاً: عينة البحث:

بالنظر للعدد الكبير من حلقات هذه البرامج التلفزيونية للدورة التي تمت اختيارها من 1/1/2024 لغاية 1/3/2024 لذا اختار الباحث عينة عشوائية تمثلت في برنامج (دينار) و من خلال هذا البرنامج الاسبوعي تم اختيار حلقة واحدة ممثلة لهذا البرنامج وكان اختيارها ايضاً بشكل عشوائي. وهي حلقة عن (معمل الفرات للحديد والصلب) وهو أحد المشاريع الاستثمارية للقطاع الخاص.

رابعاً: أداة البحث

قام الباحث بأعداد استمارة ملاحظة (أداة لهذا البحث) معتمداً على مؤشرات الاطار النظري وقام بعرض هذه الاداة على لجنة من الخبراء والمختصين من اجل المصادقة عليها لغرض توظيفها في تحليل البرنامج التلفزيوني (دينار) وهو عينة هذه الدراسة وبعد مصادقة الخبراء عليها اصبحت بالشكل الاتي:

- 1- فكرة البرنامج التلفزيوني الاقتصادي يفضل ان تكون واضحة وتصل الى اكبر عدد من المشاهدين.
- 2- طريقة تقديم البرنامج التلفزيوني الاقتصادي يجب ان تتضمن عناصر المتعة والتشويق.
- 3- اهمية اظهار جماليات المكان الداخلي والخارجي وان ترتبط بفكرة البرنامج.
- 4- للمخرج التلفزيوني دوراً مهماً في توظيف التكنولوجيا الحديثة للتصوير والصوت والمونتاج بالبرامج الاقتصادية.
- 5- شخصية المقدم وشكله واسلوب التقديم له دوراً مهماً في شد انتباه الجمهور بالبرنامج الاقتصادي.

خامساً: ثبات أداة البحث

قام الباحث بعرض استمارة الملاحظة لتحليل مضمون حلقات البرامج التلفزيونية الاقتصادية على مجموعة من الخبراء في المجال الاقتصادي ومجال الإخراج التلفزيوني وتم الاتفاق على فقرات الاستمارة بنسبة ٩٤٪ وبهذا أصبحت الاستمارة صالحة لتحليل مضمون الحلقات التلفزيونية عينة هذه الدراسة وتكونت اللجنة من الخبراء المبينة أسمائهم وعناوينهم في أدناه:

أ. د مهدي صالح دواي/ إدارة واقتصاد/ كلية الإدارة والاقتصاد /جامعة ديالى.

أ. د كريم ذياب العزاوي/محاسبة/ رئيس هيئة الاستثمار في محافظة ديالى.

أ. د هيثم يعقوب يوسف/إحصاء/ كلية اليرموك الجامعة.

أ. د إبراهيم نعمة محمود/إخراج تلفزيون/كلية بلاد الرافدين الجامعة.

أ. م. د أحمد عبد الستار/إعلام تلفزيونية/مدير إعلام جامعة ديالى.

سادساً: التحليل

اعتمد الباحث في تحليل المضمون على الجمل الحوارية باعتبار الجملة تمثل الفكرة، وكذلك على شكل الإخراج التلفزيوني وأسلوب تقديم البرنامج وبما يتلائم مع الفقرات التي تضمنها أداة البحث.

سابعاً: صدق التحليل

اعتمد الباحث التحليل النوعي وبعد مرور أسبوعين من التحليل الأول قام بإعادة التحليل وتوصل إلى نفس النتائج وبعد مطابقة النتيجة حصل التحليل على نتيجة صدق بحدود ٨٥٪ وهذه النتيجة تثبت صدق التحليل.



الفصل الرابع

تحليل النتائج ومناقشتها

- برنامج دينار من قناة العراقية تقديم قيس المرشد:

بعد الغزوة الأمريكي للعراق تعرضت جميع المشاريع الاقتصادية إلى النهب والتخريب، وتراجع القطاع الصناعي بشكل خطير، وبعد الاحتلال الأمريكي بدأ العراقي يعتمد على استيراد جميع المواد صغيرها وكبيرها. وهذا الامر ادى لاستنزاف العملة الصعبة للعراق كما أدى إلى ارتفاع أسعار المواد المستوردة في الاسواق المحلية، كما أن الوضع الأمني المضطرب في بعض المحافظات العراقية أدى إلى هروب المستثمرين ورؤوس الأموال العراقية إلى خارج العراق، لكن بعد استقرار الوضع الأمني وفي بعض المحافظات العراقية بدأت حركة الاعمار والاستثمار تنهض تدريجياً وتم إنشاء بعض المشاريع الاقتصادية الأهلية والحكومة على أمل أن تساهم هذه المشاريع في سد جزء من حاجة السوق المحلية لبعض المواد الضرورية التي يحتاجها المواطن بشكل يومي، ومن أجل تشجيع الاستثمار والمحافظة على العملة الصعبة ومحاولة تشغيل الطاقة العاملة والتقليل من البطالة ساهم الإعلام في دعم المشاريع الاقتصادية من خلال الترويج للمنتوج المحلي وبيان أهمية هذه المشاريع من الناحية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وكان برنامج (دينار) تقديم قيس المرشد، والذي يقدم من قناة العراقية، دوراً مهماً في التغطية المستمرة للمشاريع الاقتصادية وخاصة الكبيرة، والتي تساهم في سد حاجته السوق المحلية، وتشغيل الأيدي العاملة، والتي تساهم في الحفاظ على العملة الصعبة للبلد، وكذلك بيان مميزات المنتجات لهذه المشاريع مقارنة بالمنتجات المستوردة، وما هي سبل النجاح لتلك المشاريع، وكيفية تجاوز الصعاب والمعوقات من أجل النهوض بها والوصول إلى المنافسة العالمية، وسوف يقوم الباحث بتحليل حلقات برنامج دينار وفق المؤشرات أداة البحث وكمان مبين:

- المؤشر الأول: فكرة البرنامج التلفزيوني الاقتصادي يفضل أن تكون واضحة تصل إلى أكبر عدد من المشاهدين.

أخذ الباحث عينة من هذا البرنامج دينار وهذه الحلقة عن معمل (الفرات لإنتاج الحديد والصلب) في محافظة ذي قار وهذا المعمل استثمار للقطاع الخاص.

والفكرة العامة لبرنامج دينار هو تسليط الضوء على أحد المشاريع الاقتصادية في كل حلقة من حلقات البرنامج ويحاول إعطاء فكرة كاملة عن المشروع من ناحية الرؤية والأهداف لهذا المشروع وطبيعة المواد الأولية وكمية الإنتاج المتوقعة، وعدد الأيدي العاملة في المشروع، من الجهات الساندة، وطبيعة الخطوط الإنتاجية، والمعوقات التي تعترض سير المشروع، والخطوط الاستراتيجية المعتمدة في الإنتاج والتسويق، وكلفة المشروع، والمردود المالي الذي سوف يحققه مستقبلاً وغيرها من المعوقات التي تتعلق بالعمل والإنتاج والتسويق، كي تكون الفكرة أكثر واقعية وقريبة من تصورات المتلقي فإن مقدم البرنامج (قيس المرشد) يذهب إلى موقع المشروع ويحاول عن طريق الصورة والصوت أن ينقل للمتلقي المعادل الصوري للكلام الذي نسمعه عن المشروع. ومن خلال الاطلاع على الحلقة الخاصة بمعمل (الفرات لإنتاج الحديد والصلب) حاول مقدم البرنامج أن يختار مكان داخل المعمل يوضح مساحة المعمل والمكان والمعدات والأفران التي تدخل في صناعة الحديد (التسليح للبناء) بمختلف قياساته لأن هذا المعمل ينتج خمسة أنواع من حديد التسليح بقياسات مختلفة يحتاجها السوق المحلي، وبدأت الحلقة بلقاء مع المستثمر (عقيل الغالبي) الذي تحدث عن حجم المشروع والطاقة الإنتاجية المتوقعة وكلفة المشروع وأهم المعوقات والصعوبات التي تعترض عمل المشروع، وأبرز هذه



المعوقات هو التأخير في منح إجازة الاستثمار ووضع شروط تعجيزية تجعل الكثير من المستثمرين يترجعون عن إكمال مشاريعهم، وكذلك عدم وجود أنظمة وتعليمات تحدد كيفية الحصول على المواد الأولية للإنتاج، علماً أن عدم وجود المواد الأولية وصعوبة وصولها للمعمل يعني توقف الإنتاج مستقبلاً، وهذه الإجراءات قد تؤدي إلى توقف المشاريع الاقتصادية الكبرى في العراق وبالتالي العودة إلى الاستيراد من الخارج واستنزاف العملة الصعبة.

ويرى الباحث أن الفكرة التي تناولها برنامج (دينار) تهم أغلب المواطنين لأنها ترتبط باقتصادهم تنعكس سلباً أو إيجاباً على الوضعين السياسي والاقتصادي، ويعتمد مقدم البرنامج إستراتيجية التسويق الإعلامي والتي تهدف إلى تعريف المواطن بطبيعة المنتج ومميزاته مقارنة بالمنتجات الأخرى، ويحاول أن يقنع المتلقي بتشجيع المنتج الوطني، والحفاظ على العملة الصعبة والتقليل من هدرها بشكل غير مدروس.

- **المؤشر الثاني:** طريقة تقديم البرنامج التلفزيون الاقتصادي يجب أن تتضمن عناصر المتعة والتشويق.

في هذه الحلقة من برنامج دينار الخاصة بمعمل الحديد وصلب اعتمد مقدم البرنامج على المقابلات الشخصية مع المستثمر للمعمل وبعد العاملين في المعمل وخاصة المهندسين والمشرفين على خطوط الإنتاج، وكانت جميع هذه المقابلات داخل المعمل واعتمد التصوير الخارجي، علماً أن هناك فرق بين تصوير داخل الاستوديو والذي تكون جودتها أفضل من ناحية نقاء الصورة والألوان والصوت، أما في التصوير الخارجي كانت جودة الصورة والصوت ضعيفة مما أثر على طريقة التقديم وكذلك المعالجة الإخراج أثرت أيضاً على التقديم فقرات البرنامج لأن المخرج اعتمد اللقطات العامة والمتوسطة أكثر من اللقطات الكبيرة، ونظراً لطول وقت البرنامج الذي يمتد إلى (٤٧) دقيقة فإن المتلقي لا يستطيع التواصل بشكل مستمر لمتابعة الحوار بين مقدم البرنامج والضيوف، ومن الأمور الأخرى التي أثرت على طريقة تقديم البرنامج وضعف المونتاج فقد اعتمد المونتير عدد قليل من اللقطات العامة لخط الإنتاج والحركة داخل المعمل وتم تكرار هذه اللقطات في معظم وقت البرنامج، وهذه الطريقة تولد الملل وتقطع سلسلة أفكار المتلقي الذي يتابع الحوار من ناحية وهذه اللقطات المكررة من ناحية أخرى، وهذه الطريقة في التقديم والإخراج أدت إلى ضعف البرنامج، ومن أجل إعطاء قوة تشويق الفقرات البرنامج كان المفروض اختيار أكثر من مكان للتصوير والتنويع في محاور الحلقة وكذلك زيادة عدد لقطات لكل مفصل من مفصل الإنتاج كي يتعرف المتلقي على طبيعة العمل ونوع المنتج، والاختيارات التي تثبت كفاءة هذا المنتج واعتماد وسائل وأساليب إقناع تعتمد الاستراتيجيات الإعلامية وخاصة في الترويج لبضاعة معينة كما في استراتيجية الإعلان التي تحاول كسب ثقة المتلقي وتشجيعه على اقتناء البضاعة التي تعلن عنها، ويرى الباحث أن هذا البرنامج يواجه بعض التحديات الخاصة في ميزانية الإنتاج وكذلك عدم توفير مستلزمات حديثة للتصوير والنقل الخارجي، ويمكن معالجة هذه الحالة من خلال رصد ميزانية كافية لإنتاج برامج التنمية وذلك للدور المهم الذي يمكن أن تلعب هذه البرامج التلفزيونية في تشجيع الصناعة المحلية، والتأسيس لإعلام اقتصادي قوي قادر على نشر الثقافة الاقتصادية والمساهمة في التنمية المستدامة.

- **المؤشر الثالث:** أهمية إظهار جماليات المكان الداخلي والخارجي وان ترتبط بفكرة البرنامج.

للمكان دوراً مهماً في إظهار القيم الجمالية والفنية لأي عمل تلفزيوني كونه يساهم في تعزيز فكرة البرنامج ويساهم في إيصال الرسالة الإعلامية، ويمكن أن يعبر عن القيام والمفاهيم التي يتضمنها العمل الفني أو البرنامج الإعلامي، وقد استعرض الباحث في المحاور السابقة



الأفكار التي يريد برنامج دينار إيصالها للمتلقي وهي تسليط الضوء على المشاريع الاقتصادية الناجحة في العراق، ودورها في رفض السوق المحلية بالمواد التي يحتاجها المواطن وكيفية الترويج لها ودعمها من أجل الحفاظ على العملة الصعبة داخل البلد وعدم الاعتماد على البضائع المستوردة، وقد حقق هذا الشيء في معظم مشاهد الحلقة الخاصة (بمعمل الفرات لإنتاج الحديد الصلب) فقد تم تصوير الحلقة بالكامل داخل الخط الإنتاج لمعمل الحديد وكذلك تم تصوير المعمل من الجو، وهذه الصور كشف للمتلقي مكان الحدث وكيف تتم عملية الإنتاج داخل المعمل، لكن ضعف جودة الصورة وعدم اختيار زوايا التصوير المناسبة وضعف المونتاج كل هذه العوامل شكل نقاط ضعف في هذا البرنامج الإعلامي الاقتصادي، أما نقاط القوة فقد بينت اللقطة العامة والمتوسطة تفاصيل المكان وما يحتويه من معدات ثقيلة وأفران كبيرة لصهر الحديد والمخازن التي تحتوي على إنتاج المعمل من حديد تسليح، وكذلك الباحة الخارجية للمعمل والتي تحتوي على كميات كبيرة من الحديد الخردة الذي يستعمل كمادة أولية في الإنتاج، وحاول مقدم ومخرج البرنامج التركيز على خط الإنتاج ابتداءً من خروج الحديد المنصهر من الفرن إلى أن يصل إلى شكله النهائي إلى المخزن وكشف المكان طبيعة الأجهزة والآلات وحركة العاملين داخل هذا المكان كما اعتمد مقدم ومعد البرنامج استراتيجية تعميم وسائل الإعلام وهذه الاستراتيجية تعتمد الترويج للمنتج عبر وسائل الإعلام المختلفة مثل البرامج التلفزيونية والملصقات الكبيرة والصغيرة بالإضافة إلى المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وبرنامج دينار بالإضافة إلى أنه يبت من خلال شاشة قناة العراقية إلا أنه يبت أيضاً على موقع القناة في شبكة التواصل الاجتماعي وهذه الاستراتيجية الإعلامية تستخدم في الأعمال التجارية للوصول إلى قاعدة جماهيرية كبيرة قد تهتم أو لا تهتم بالسلع والخدمات.

- **المؤشر الرابع:** للمخرج التلفزيوني دوراً مهماً في توظيف التكنولوجيا الحديثة للتصوير والصوت والمونتاج بالبرامج الاقتصادية.

إن أغلب القنوات التلفزيونية الفضائية بدأت تستخدم أحدث التقنيات في مجال الإنتاج التلفزيوني، ومنها قناة العراقية الفضائية وهذا ما لمسها الباحث في معظم البرامج التي تبثها هذه القناة وخاصة البرامج المنتجة داخل الاستوديو، لكن في برنامج (دينار) الذي يعتمد في معظم حلقاته على التصوير الخارجي كانت جودة الصورة ضعيفة واختيار أماكن التصوير أيضاً ضعيف خاصة في المشاهد الخاصة باللقاءات بين مقدم البرنامج والضيوف، وقد وضح الباحث أسباب هذا الضعف التي تعود إلى عدم استخدام التكنولوجيا الحديثة سواء في التصوير أو المونتاج أو استخدام المؤثرات الصوتية والصورية. علماً أن فكرة هذه البرامج مهمة والمواضيع التي يختارها تسهم في دعم الاقتصاد العراقي وتساهم في التنمية المستدامة للبلاد، ويتضح من خلال تحليل فقرات الحلقة أن المخرج اعتمد بدرجة كبيرة على مهارات مقدم البرنامج في اختيار الأسئلة للضيف وطريقة الحوار والانتقال من فكرة إلى أخرى، أما اعتماده على تقنيات التصوير والمونتاج فكانت قليلة، ولأجل النهوض بالبرامج التلفزيونية الاقتصادية لابد من توظيف التكنولوجيا حديثة وخاصة المؤثرات البصرية لأن هناك بعض المشاهد خطيرة يصعب تصويرها مثل انصهار الحديد ونقله من مرحلة إلى أخرى، ويمكن للمؤثرات البصرية أو الكاميرا الافتراضي أن تكون البديل للكاميرا الحقيقية.

- **المؤشر الخامس:** شخصية المقدم وشكله وأسلوب التقديم له دوراً مهماً في شد انتباه الجمهور بالبرنامج الاقتصادي.

كان لمقدم البرنامج (قيس المرشد) دوراً مهماً في إيصال فكرة البرنامج، كونه يمتلك مهارات جيدة في التلوين الصوتي بالإضافة إلى قدراته على اختيار الأسئلة التي تدور حول المحاور الاقتصادية والإعلامية في برنامج (دينار) وأن طريقته في النقاش سهلة ويمكن أن



يفهمها أغلب المشاهدين لأنه يستخدم لغة الصحافة ويحاول الإيجاز في السؤال والجواب، أي تدخل مع الضيف خاصة إذا الضيف يطيل في الإجابة وذلك لكسر حالة الملل والرتابة التي قد تصاحب بعض البرامج الحوارية، وبالرغم من أن التكنولوجيا المستخدمة في إنتاج البرنامج لم ترتقي إلى المستوى المطلوب إلا أن مهارات مقدم البرنامج عوضت عن هذا النقص في المعدات التقنية المتطورة، وبالإضافة إلى مهارات الصوت واللقاء فإنه لشكل والقيافة أثر مهم في تقبل الجمهور للمذيع أو الإعلامي، وأن بعض البرامج قد تفشل إذا كانت الهيئة الخارجي للمقدم غير مؤثرة، وأن أغلب المؤسسات الإعلامية ومنها السينما التلفزيونيون تعتمد إلى اختيار الممثلين ومقدمي البرامج من ذوي الكاريزما المقبولة، وقد يتحول قسم منها هؤلاء إلى نجوم بسبب شكلهم ومظهرهم الخارجي الجذاب، وتعتمد بعض استراتيجيات الإعلام على هذا الأسلوب في الترويج لمنتوج معين أو فكرة معينة عن طريق اختيار شخصيات مؤثرة فنانين أو رياضيين أو شخصيات معروفة في الإعلان عن فكرة أو بضاعة أو الترويج لحاله معينة لأن للشكل دور مهم في توجيه أنظار المشاهدين حول المادة الإعلامية التي تحمل الرسالة يمكن عن طريق الشكل والإخراج وباقي الوسائل الفنية من جذب المتلقي للموضوع.

الاستنتاجات

بعد أن قام الباحث بتحليل النتائج توصل إلى الاستنتاجات الآتية:

1. تسعى معظم استراتيجيات الإعلام إلى توجيه أنظار المشاهدين والمتابعين للبرامج التلفزيونية الاقتصادية عن طريق اختيار أفكار للبرنامج تهم أكبر عدد من أفراد المجتمع ويجب أن تكون المعالجة للفكرة بطريقة سهلة وواضحة كي يتقبلها المتلقي بسهولة ويسر.
2. قد تكون بعض المعلومات الاقتصادية صعبة وتحتاج إلى توضيح أكثر لذا يفضل أن تقدم فقرات البرنامج بطريقة مشوقة وممتعة كي يتقبلها المشاهد بسهولة.
3. إن اختيار أماكن التصوير في البرامج التلفزيونية الاقتصادية أمر مهم جداً، لأنه يساهم في توضيح بيئة العمل وكذلك تتضح بعض المفاهيم والمصطلحات التي تتعلق بفكرة البرنامج.
4. للتكنولوجيا الحديثة دوراً مهماً في إنتاج البرامج التلفزيونية الاقتصادية وقد تكون سبب في نجاح أو فشل البرنامج التلفزيوني الاقتصادي.
5. لشكل مقدم البرنامج ومظهره الخارجي أثر مهم في جذب المشاهدين نحو موضوع البرنامج التلفزيوني.

التوصيات

يوصي الباحث بما يلي:

1. توفير التكنولوجيا الحديثة وخاصة في التصوير الخارجي للبرامج التلفزيونية.
2. اعتماد مخرجي ومقدمي برامج يمتلكون مهارات فنية وعلمية تتناسب مع فكرة وأهداف البرنامج التلفزيوني.

المقترحات

يقترح الباحث ما يلي :

1. إعداد دراسة عن البرامج الإعلامية الاقتصادية في شبكات التواصل الاجتماعي .
2. تدريب الكوادر الإعلامية في مؤسسات الدولة المختلفة لإنتاج برامج تلفزيونية حسب تخصصاتهم.



قائمة المصادر

- Bergnmeier. Economiede developpement durable.2 edition, Bruxelles,2005,p,38
- corinne Gendron leddeveloppement durable compriomis Quebec 2005 p-166.
- احمد السيد كردي، مدونة كنانة اون لاين، <http://kenanaonline.com.post.124882>.
- أحمد زكي، الاخراج المسرحي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1989، ص103.
- امانى العبوشي، دور الاعلام في تنمية الاقتصاد العربي، مركز الروابط للبحوث والدراسات الاستراتيجية، بيروت، 2015.
- امانى العبوشي، مصدر سابق، ص37.
- بدر أحمد كريم، بحوث اجتماعية، ط1، دار المعارف، بيروت، 1996.
- دوجلاس موبيتيت، مبادئ التنمية المستدامة، ترجمة بهاء شاهين ط1. الدار الدولية للاستشارات الثقافية، القاهرة. 2000. ص13
- دور الاعلام الاقتصادي في تنمية الوعي تجاه المشكلات الاقتصادية مجلة ديالى للبحوث الانسانية (العدد 23 لسنة 2022 ص388).
- رضا شنانى، في دور وسائل الاعلام في الافصاح عن المعلومات في البورصات، العربية، المجلة التونسية للاتصال. العدد 25، ص11.
- رضا عبد الواحد أمين، دور وسائل الاعلام في تحقيق التنمية في العالم الاسلامي، مؤتمر التنمية، المستدامة في مواجهة العولمة رابطة الجامعة الاسلامية والبنك الاسلامي من الفترة 2008—2017—2019.
- سهام الشجيري، اقتصاديات الاعلام، ط1، الامارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 2014.
- عبد العزيز بن سعيد الخياط، دور الاعلام في التنمية الاقتصادية، مدينة الملك بن عبدالعزيز للعلوم والتقنية، ورقة علمية مقدمة الى المنتدى الاعلامي السنوي السابع، الجمعية السعودية للأعلام والاتصال.
- عبد المعطي عدلات، دور الصحافة الالكترونية الفلسطينية في ترتيب الاولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية دراسة تحليلية وميدانية اطروحة ماجستير، الجامعة الاسلامية بغزة، كلية الاداب قسم الصحافة والاعلام 2015 ص105.
- عبدالرحمن محمد الشامي، الاعلام والتقنية، بحث مقدم في مؤتمر الاعلام الدولي الثالث عشر، جامعة الملك سعود، السعودية، 2007، ص26.
- عبدالعزيز بن سعيد الخياط، دور الاعلام في التنمية الاقتصادية، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، ورقة عملية مقدمة الى المنتدى الاعلامي السنوي السابع، الجمعية السعودية للأعلام والاتصال، 2017، ص16.
- عبدالله الهاشمي، دور الاعلام في التنمية المستدامة، مؤسسة دبي، للأعلام، الامارات العربية، 2015، ص9.
- عثمان العربي، واقع التدريس بقسم الاعلام بكلية الاداب، بحث مقدم الى المؤتمر الاعلامي الدولي الثالث عشر، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2007، ص8.
- عصام رفعت الشمري، فن واساليب الصحافة المالية والاقتصادية سوق فلسطين للاوراق المالية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2006.
- محمد عبدالله الشيخ، الاعلام والتنمية المستدامة، بحث مقدم الى مؤتمر القانون والاعلام، كلية الحقوق، جامعة طنطا، مصر، 2017.



- محمد عبد النبي الموسوي، دراسة حول وسائل الاعلام في المجتمعات الحديثة (تأثيرها، وظائفها، استخدامها)، www.al-mousawi.org.
- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي_ القواعد_ المراحل_ التطبيقات، ط2، دار وائل، الاردن، 1999، ص46.
- محمد قيراط، مقال في جريدة الشرق، انترنت، تاريخ النشر، 2021/8/5، www.al.sharq.com.opinion.04.05.
- محمد محمود السيد، دور الاعلام في التنمية، موقع مؤسسة الحوار المتمدن، العدد 3555، 2011.
- نجاة الهاشمي، والهام قاسمي، دور الاعلام الاقتصادي في التنمية الاقتصادية- جريدة المصدر الاقتصادية انموذجاً، رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانية، الجزائر، 2021.
- هبة عيسى حطاطة، دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تعزيز حرية الرأي والتعبير، كلية الاعلام، قسم الصحافة والاعلام، جامعة الشرق الاوسط، 2020.
- وليد أحمد ابو السعيد، دور الاعلام في دعم عملية التنمية في الاراضي الفلسطينية، مجلة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، 2009، ص16.