دور الإعلام في التنمية الاقتصادية المستدامة في العراق

- قناة العراقية انموذجاً -

نزار أحمد علوان
طالب دكتوراه ، قسم إدارة الإعلام ، جامعة الأديان والمذاهب ، إيران ، قم
Nazar.ahmed3000@gmail.com
الدكتور حسن بشير (الكاتب المسؤول)
أستاذ ، قسم إدارة الإعلام ، جامعة الأديان والمذاهب ، إيران ، قم
drhbashir100@gmail.com
الدكتور مرتضى اسمعيلي طباء
أستاذ مساعد ، قسم إدارة الإعلام ، جامعة الأديان والمذاهب ، إيران ، قم
smmorteza.taba@gmail.com

The role of media in sustainable economic development in Iraq

- Al-Iraqiya TV as a case study -

Nizar Ahmed Alwan
PhD Candidate, Department of Media Management, University of Religions and Denominations, Qom, Iran
Dr. Hassan Bashir (Corresponsible Writer)
Professor, Department of Media Management, University of Religions and Denominations, Qom, Iran
Dr. Morteza Esmaili Tabba
Assistant Professor, Department of Media Management, University of Religions and Denominations, Qom, Iran

الملخص:-

سعت الدراسة إلى تحليل مدى مساهمة قناة العراقية في تعزيز مفاهيم التنمية الاقتصادية المستدامة، من خلال دراسة محتواها الإعلامي، وتحديد الأطر المعرفية التي تعتمدها في تناول القضايا الاقتصادية، واعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي واختار عينة من البرامج التلفزيونية الاقتصادية وهو برنامج (دينار) الذي تقدمه قناة العراقية الفضائية، وقام الباحث بتحليل محتوى البرامج وتوصل إلى عدد من النتائج تعكس مدى ارتباط البرنامج بالتنمية الاقتصادية المستدامة، وهي كما يلي:

١. تعتمد البرامج الاقتصادية على اختيار موضوعات تلامس اهتمامات الجمهور، وتقديمها بأسلوب مبسط يسهل فهمه.

٢. نظراً لتعقيد المعلومات الاقتصادية، فإن عرضها بطريقة جذابة يضمن تفاعل الجمهور وتقبّله لها.

٣. يُعد اختيار مواقع التصوير عنصراً بصرياً داعمًا للرسالة الإعلامية، حيث يوضح بيئة العمل ويعزز المفاهيم المطروحة.

٤. تلعب التكنولوجيا دوراً حاسمًا في جودة الإنتاج، ويؤثر توظيفها في التصوير والمونتاج على نجاح البرنامج.

٥. يسهم حضور مقدم البرنامج وكاريزمته في جذب المشاهدين وتعزيز تقبّلهم للمحتوى المعروض.

الكلمات المفتاحية: الاعلام، التنمية الاقتصادية، الاستدامة، قناة العراقية.

Abstract:-

The study aimed to analyze the extent to which Al-Iraqiya TV contributes to promoting concepts of sustainable economic development by examining its media content and identifying the cognitive frameworks it employs in addressing economic issues. The researcher adopted a descriptive-analytical methodology and selected a sample from the economic television programs, specifically the program Dinar broadcast by Al-Iraqiya Satellite Channel. Through content analysis, the researcher reached several findings that reflect the program's connection to sustainable economic development, including:

1- Economic programs focus on topics that align with audience interests and present them in a simplified manner to facilitate understanding.

2- Due to the complexity of economic information, presenting it in an engaging and appealing style is essential for audience interaction and acceptance.

3- The choice of filming locations plays a key visual role in supporting the media message by illustrating the work environment and reinforcing program concepts.

4- Modern technology is critical to production quality, and its use in filming, editing, and directing significantly affects the program's impact.

5- The presenter's appearance, presence, and charisma directly influence viewer engagement and enhance audience receptiveness to the program's content.

Keywords: media, Economic Development Sustainability Al Iraqiya Channel.

المقدمة:ـ

في ظل التحولات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي يشهدها العالم، بات الإعلام يشكل أحد الركائز الأساسية في دعم جهود التنمية المستدامة، لما له من قدرة على التأثير في الرأي العام، وتوجيه السلوك المجتمعي، وتعزيز ثقافة المشاركة الفاعلة في بناء المستقبل. ويُعد الإعلام التنموي أحد أبرز أنماط الإعلام المعاصر، إذ يسعى إلى تسليط الضوء على قضايا التنمية، وتحفيز المجتمع على التفاعل الإيجابي معها، من خلال تقديم محتوى إعلامي هادف وموجه.

وفي العراق، الذي يواجه تحديات اقتصادية متراكمة نتيجة عقود من الحروب والاضطرابات السياسية، تبرز الحاجة الملحة إلى تفعيل دور الإعلام في دعم التنمية الاقتصادية المستدامة، باعتبارها السبيل الأمثل لتحقيق الاستقرار والازدهار. ومن بين المؤسسات الإعلامية العراقية، تبرز قناة "العراقية" بوصفها منصة وطنية رسمية، لها حضور واسع وتأثير ملموس في تشكيل الوعي الجماهيري، ونقل السياسات الحكومية، ومناقشة القضايا الاقتصادية الحيوية.

إن اختيار قناة العراقية كنموذج للدراسة ينبع من كونها تمثل صوت الدولة، وتتمتع بإمكانات فنية وبشرية تؤهلها للقيام بدور محوري في دعم التنمية الاقتصادية، من خلال برامجها الحوارية، والتقارير الإخبارية، والتغطيات الميدانية التي تتناول المشاريع التنموية، وخطط الإصلاح الاقتصادي، والتحديات التي تواجه القطاعات الإنتاجية والخدمية.

ويهدف هذا البحث إلى تحليل مدى مساهمة قناة العراقية في تعزيز مفاهيم التنمية الاقتصادية المستدامة، من خلال دراسة محتواها الإعلامي، وتحديد الأطر المعرفية التي تعتمدها في تناول القضايا الاقتصادية، ومدى انسجامها مع أهداف رؤية العراق ٢٠٣٠. كما يسعى إلى الكشف عن التحديات التي تواجه الإعلام التنموي في العراق، واقتراح آليات لتطوير الأداء الإعلامي بما يخدم التنمية الوطنية.

إن أهمية هذا الموضوع تنبع من ارتباطه الوثيق بمستقبل العراق الاقتصادي، ودور الإعلام في بناء مجتمع واعٍ ومشارك في عملية التنمية، وهو ما يجعل من هذا البحث مساهمة

علمية تسعى إلى تسليط الضوء على الإمكانات الإعلامية الوطنية، وتوظيفها في خدمة أهداف التنمية المستدامة

الفصل الأول

الاطار المنهجي

مشكلة البحث:

تُعد التنمية الاقتصادية المستدامة هدفاً استراتيجياً تسعى إليه العديد من الدول للنهوض بواقعها الاقتصادي في ظل التحولات العالمية المتسارعة، وهي عملية تتطلب تكاملاً بين عناصر متعددة تشمل الموارد البشرية، والبنى التحتية، والسياسات الاقتصادية، إلى جانب الإعلام بوصفه أداة فاعلة في تشكيل الوعي وتحفيز المشاركة المجتمعية. فاخذت تهتم في كيفية توظيف وسائل الاتصال لخدمة الاعلام الاقتصادي، كون الاقتصاد هو عصب الحياة، فكلما تحسن الوضع الاقتصادي يتحسن معه وضع الفرد بما يمكنه من العيش الرغيد وتجاوز حالة الفقر.

وقد اثبتت التجارب الدولية قدرة الاعلام في التأثير على اتجاهات الجمهور، وتوجيه الرأي العام نحو دعم المشاريع التنموية، خاصة في الدول التي وظفت وسائل الاتصال الحديثة لخدمة الاقتصاد الوطني، إذ يؤدي الإعلام دوراً حيوياً في تشكيل الوعي المجتمعي، وتوجيه السياسات، ونشر المعلومات الضرورية لتحقيق التنمية المستدامة.

ونتيجة للتقلبات السياسية والاقتصادية والصراعات المستمرة يواجه الاعلام العراقي تحديات كبيرة في تعزيز التنمية الاقتصادية المستدامة،. إذ لا تزال فاعلية قناة العراقية كوسيلة إعلامية في دعم وتعزيز جهود التنمية الاقتصادية المستدامة في العراق غير واضحة، مما يتطلب دراسة عميقة لفهم مدى تأثيرها، وإمكاناتها في إحداث التغيير الإيجابي.

فرغم التحديات الاقتصادية التي يواجهها العراق، تبرز الحاجة إلى تفعيل دور الإعلام في دعم التنمية الاقتصادية المستدامة، خصوصاً في ظل توجهات الدولة نحو تحقيق أهداف رؤية العراق ٢٠٣٠.

ومن هنا تتضح مشكلة البحث في التساؤل الرئيس:

"ما مدى نجاح قناة العراقية الفضائية في توظيف محتواها الاعلامي لدعم السياسات التنموية وتحفيز المشاركة المجتمعية؟.

ومن السؤال الرئيس يمكن صياغة اسئلة فرعية على النحو التالي:

ما طبيعة المحتوى الإعلامي الاقتصادي الذي تقدمه قناة العراقية، وما مدى ارتباطه بمفاهيم التنمية المستدامة؟

يركز على تحليل مضمون البرامج ومدى انسجامها مع أهداف التنمية.

٢. ما مدى إدراك القائمين على قناة العراقية لأهمية الإعلام في دعم السياسات التنموية؟

يستهدف فهم الرؤية المهنية داخل المؤسسة الإعلامية.

٣. كيف تُوظف قناة العراقية أدوات الاتصال الحديثة في الترويج للقطاعات الاقتصادية غير النفطية؟

يركز على الجانب التقني والابتكاري في الأداء الإعلامي.

٤. ما مستوى تفاعل الجمهور العراقي مع الرسائل الإعلامية الاقتصادية التي تبثها قناة العراقية؟

يحلل الأثر الجماهيري ومدى الاستجابة للمحتوى.

٥. ما أبرز التحديات التي تواجه قناة العراقية في أداء دورها التنموي؟

يستكشف المعوقات البنيوية، السياسية، أو المهنية.

٦. إلى أي مدى تستفيد قناة العراقية من التجارب الإقليمية والدولية في الإعلام الاقتصادي؟

يربط التجربة العراقية بسياقات ناجحة يمكن الاقتداء بها.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة لتحقيق الاهداف التالية:

١. تحليل مضمون الحلقة الإعلامية الاقتصادية في قناة العراقية، وتحديد مدى تضمينها لمفاهيم التنمية الاقتصادية المستدامة بشكل فعّال وممنهج.

٢. تقييم مستوى التناول الإعلامي للقطاعات الاقتصادية (غير النفطية)، ومدى مساهمته في تعزيز التنوع الاقتصادي ضمن الخطاب الإعلامي الرسمي.

٣. تشخيص التحديات البنيوية والفنية التي تعيق الأداء الإعلامي التنموي للقناة، مع التركيز على الجوانب المتعلقة بالإنتاج، التحرير، والسياسات التحريرية.

٤. اقتراح سبل تطوير المحتوى الإعلامي الاقتصادي في قناة العراقية، بما ينسجم مع متطلبات التنمية المستدامة ويعزز دور الإعلام كأداة استراتيجية في دعم السياسات الاقتصادية الوطنية.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من الدور الحيوي الذي يؤديه الإعلام، ولا سيما الإعلام الاقتصادي، في دعم جهود التنمية المستدامة، من خلال قدرته على التأثير في اتجاهات الجمهور، وتشكيل الوعي المجتمعي، وتحفيز المشاركة الفاعلة في السياسات التنموية. وفي ظل التحديات الاقتصادية التي يواجهها العراق، تبرز الحاجة إلى توظيف وسائل الاتصال الحديثة في خدمة الاقتصاد الوطني، بما يسهم في تحسين مستوى المعيشة وتقليل نسب الفقر.

وتتجلى الأهمية الموضوعية للدراسة في النقاط الآتية:

١. حداثة الموضوع وأهميته الوطنية، إذ تأتي الدراسة في وقت تتزايد فيه الحاجة إلى تنمية اقتصادية شاملة في العراق، تتجاوز الاعتماد على قطاع النفط، وتستثمر في القطاعات الإنتاجية الأخرى.

٢. تسليط الضوء على الإعلام الاقتصادي بوصفه أداة استراتيجية ينبغي أن تحظى باهتمام المؤسسات الحكومية والقطاع الخاص، لما له من دور في الترويج للفرص الاستثمارية وتحفيز النمو الاقتصادي.

مصطلحات الدراسة:

- **الإعلام الاقتصادي:** هو نوع من الإعلام يركز على تقديم المعلومات والتحليلات المتعلقة بالشؤون الاقتصادية، بهدف توعية الجمهور وتحفيز المشاركة في التنمية[1].

وتعرف (الشجيري،٢٠١٤) 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"(٢).

- التنمية المستدامة:

يعرفها الاتحاد العالمي للحفاظ على الطبيعة عام ١٩٨٠ بأنها "التنمية التي تأخذ بعين الاعتبار البيئة والمجتمع والاقتصاد"(٣).

- كما عرف المبدأ الثالث المقرر في مؤتمر الامم المتحدة للبيئة والتنمية الذي انعقد في ريوديجانيرو عام ١٩٩٢ التنمية المستدامة بأنها "ضرورة انجاز الحق في التنمية، حيث تتحقق بشكل متساوٍ الحاجات التنموية والبيئية للأجيال الحاضر والمستقبل"(٤).
- التنمية الاقتصادية المستدامة: عملية مستمرة تهدف إلى تحسين مستوى المعيشة من خلال استثمار الموارد بطريقة تضمن استمرارية النمو الاقتصادي دون الإضرار بالبيئة أو الأجيال القادمة(٥).
- قناة العراقية الفضائية: هي القناة الرسمية التابعة لشبكة الإعلام العراقي، وتُعد من أبرز المنصات الإعلامية التي تخاطب الجمهور المحلي.

الفصل الثاني

الاطار النظري

المبحث الأول

الاعلام الاقتصادي أهميته ومبادئه

يُعد الإعلام الاقتصادي أحد الركائز الداعمة للنمو الاقتصادي في الدول المتقدمة والنامية، لما له من دور في تحقيق التكامل بين السياسات الإعلامية والاجتماعية. وقد تجذّر هذا الدور منذ العصور القديمة، حيث ارتبط بنشوء التجارة بين المجتمعات، بدءاً من الحضارات السومرية وروما القديمة، مروراً بتبادل المعلومات بين القوافل التجارية عبر الوسائل الشفوية والمكتوبة، واستمر هذا التفاعل الإعلامي الاقتصادي حتى ظهور الإسلام، مما عزز التواصل بين الشرق والغرب في السياق التجاري"(٦).

شهد الإعلام الاقتصادي تطوراً ملحوظًا منذ اختراع الطباعة على يد الألماني غوتنبرغ عام ١٤٣٨، حيث ساهم هذا الابتكار في تسريع تداول المعلومات خلال عصر النهضة الأوروبية، بالتزامن مع ازدهار التجارة بين أوروبا والشرق، لا سيما دول البحر الأبيض المتوسط والهند. ومع الثورة الصناعية، توسعت حركة التجارة والصناعة، وارتفعت وتيرة المعاملات الاقتصادية من القرن التاسع عشر حتى نهاية القرن العشرين. هذا التحول دفع الإعلام الاقتصادي إلى تبني نظريات إعلامية حديثة للترويج للنشاطات الاقتصادية، مما أدى إلى ظهور صحف وقنوات متخصصة، مثل صحيفة "هامزين" التي تأسست عام ١٧٩٣ كأول صحيفة اقتصادية في أمريكا، وعمود توماس يونتستيل عام ١٨٣٥، وصولًا إلى تأسيس وكالة رويترز التي ركزت على جمع المعلومات المالية من الأسواق العالمية(٧).

بعد نجاح وكالة رويترز في قطاع الإعلام المالي، تعاونت وكالة الأسوشيتد برس مع مجموعة "دارجونز" المتخصصة في الشؤون الاقتصادية لتأسيس وكالة إعلانية تهدف إلى توزيع الأخبار الاقتصادية على مختلف القطاعات. وقد شهد الإعلام الاقتصادي تطوراً ملحوظًا بعد الحرب العالمية الثانية، تجلى في صدور صحف ومجلات متخصصة، أبرزها مجلة الاقتصاد الزراعي عام ١٩٥٠ ومجلة الأهرام في مصر، مما ساهم في ترسيخ دور الإعلام في دعم التنمية الاقتصادية.

ويُعد الإعلام الاقتصادي عنصراً فاعلًا في التفاعل مع المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية، إذ يشكل في آنٍ واحد سببًا ونتيجة في عملية التحديث المجتمعي. ويُسهم في توعية وتثقيف الأفراد، باعتبارهم محور التنمية، من خلال نقل المعرفة وتقديم المعلومات عبر وسائله المختلفة. وتبرز أهمية هذا الدور في الدول النامية، ومنها العراق، التي تعتمد على الإعلام كوسيلة لمواكبة التحولات الاقتصادية وتعزيز المشاركة الإقليمية والدولية. ويُناط بالإعلام مسؤولية نقل الحقائق خلال الأزمات، بما يجعله مؤثرًا في البيئة الاجتماعية والاقتصادية المحيطة "(٨).

تنبهت الدول إلى أهمية الإعلام الاقتصادي في دعم التنمية، مما دفع العراق إلى توظيف الصحف المحلية منذ سبعينات القرن الماضي لنشر موضوعات اقتصادية وتنموية. وفي عام ١٩٧٥، أنشأ تلفزيون العراق قسمًا متخصصًا بإنتاج البرامج التنموية، موجّهًا لمختلف شرائح

المجتمع. ورغم الأزمات الاقتصادية الناتجة عن الحروب والحصار، استمر هذا النوع من الإعلام في أداء دوره. إلا أن التحولات السياسية بعد عام ٢٠٠٣ أثّرت بعمق على الاقتصاد العراقي، الذي أصبح تابعًا للسياسات الأمريكية، وتحول إلى اقتصاد ريعي يعتمد على النفط، مع تراجع فرص استثمار الموارد البشرية والطبيعية، ما أدى إلى تهميش إمكانات التنمية المستدامة"[٩].

يُعد الإعلام الاقتصادي أداة فاعلة في نشر الثقافة الاقتصادية وتعزيز البناء الفكري لأفراد المجتمع، من خلال توعيتهم بأهمية الاقتصاد في مختلف جوانب الحياة. وباعتباره السلطة الرابعة، يسهم الإعلام في خلق الوعي المجتمعي وتوجيهه نحو المشاركة في عملية التنمية. ويبرز هذا الدور في السياق العراقي، حيث تزداد الحاجة إلى إعلام اقتصادي قادر على تزويد المواطنين بالمعلومات والمعارف التي تلبي احتياجاتهم المتجددة، وتوثّق تاريخهم التنموي للأجيال القادمة بصورة واقعية"[١٠]. 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

يُعد الإعلام عنصرًا محوريًا في الحياة المعاصرة، إذ بات يؤثر في تشكيل وعي الفرد من خلال حضوره المستمر عبر الوسائل المرئية والمسموعة والمقروءة. ويتداخل الإعلام مع الاقتصاد والسياسة في حياة المواطن اليومية، حيث يُوظف في المؤسسات الحكومية لنقل الخطط والاستراتيجيات، وتوعية المجتمع بالقضايا الوطنية، لا سيما الاقتصادية منها. ولم يعد الإعلام مجرد وسيلة ترفيه، بل أصبح أداة مؤثرة في تغيير الأنظمة والأفكار، ووسيلة لتحفيز الطاقات المجتمعية نحو التنمية من خلال نقل المعرفة الدقيقة وتوجيه الرأي العام لخدمة المصالح الوطنية والرخاء الإنساني."[١١].

لا يقتصر دور الإعلام على نقل الأحداث، بل يمتد إلى تحفيز المجتمع لدعم المشاريع الاقتصادية والتنموية، من خلال تقديم محتوى إعلامي مهني يستند إلى الاستقصاء والنقد

البنّاء، بهدف تعزيز الوعي الاقتصادي لدى الفرد وتمكينه من إدراك مستقبله ومصيره التنموي"[١٢] يتطلب دعم مشاريع التنمية تعاونًا بين المؤسسات الإعلامية والرسمية لإنتاج برامج حوارية اقتصادية تسهم في رفع الوعي المجتمعي. وتُعد البرامج التلفزيونية الحوارية منصة لعرض القضايا الاقتصادية عبر استضافة خبراء متخصصين، وتتميز بتفاعل جماهيري مباشر أو غير مباشر. وتتكوّن هذه البرامج من عناصر أساسية تشمل مقدم البرنامج، الموضوع، الضيوف، الإعداد، اللغة، الوسائل التقنية، والزمان والمكان"[١٣] أصبح الإعلام عنصرًا محوريًا في مختلف مجالات الحياة، لا سيما في ظل تسارع الأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية. وباعتبار الإنسان محور التنمية، تسهم وسائل الإعلام في تشكيل أنماط السلوك المجتمعي وتعزيز الوعي التنموي، مما يجعلها شريكًا أساسيًا في عمليات التخطيط والبناء."[١٤] تتزايد أهمية الإعلام في دعم مشاريع التنمية، لا سيما في المجال الاقتصادي، باعتباره محرّكًا رئيسيًا لبقية القطاعات. وقد تطورت العلاقة بين الإعلام والاقتصاد لتصبح أكثر وضوحًا، حيث بات الإعلام قوة مؤثرة في الإنتاج والعمل، وعنصرًا حاسمًا في تحقيق التنمية الشاملة على المستوى العالمي."[١٥].

رغم استمرار تدخل القوى الكبرى في شؤون الدول الفقيرة ونهب مواردها، يظل الإعلام أداة فاعلة في تحفيز الشعوب نحو التنمية، إذ يمتلك قدرة على استنهاض الطاقات وتوجيه الوعي الجماعي نحو الأهداف الوطنية، من خلال دوره في التعبئة والتثقيف والتأثير في الرأي العام."[١٦] يتطلب الإعلام المسؤول أن يقدّم معلومات دقيقة وموثوقة تسهم في معالجة القضايا الاجتماعية وتعزيز التنمية المستدامة. ويُنظر إلى دوره في هذا السياق باعتباره شكلًا من "الهندسة الاجتماعية"، لما له من قدرة على توجيه الجمهور نحو تحقيق الرخاء الإنساني وتطوير المجتمعات."[١٧].

تتحقق التنمية الشاملة عندما تُبنى على أسس عادلة ومدروسة، فتنعكس آثارها إيجابًا على جميع أفراد المجتمع عبر توفير الخدمات وتحقيق العدالة الاجتماعية. ويُعد الإعلام شريكًا أساسيًا في هذه العملية، إذ يسهم في تعزيز التوافق المجتمعي وتحفيز المشاركة في مشاريع التنمية المستدامة، من خلال نقل المعرفة والتعبير عن تطلعات المواطنين، بما يجعله مرآة صادقة لضمير المجتمع." [١٨]. أسهم انتشار الإنترنت في تعزيز دور الإعلام الحديث، من

خلال تحويل الاتصال إلى عملية تفاعلية بين المرسل والمتلقي، مما ساعد في تطوير الاقتصاد الرقمي وزيادة التجارة عبر منصات التواصل الاجتماعي. وتُعد وسائل الاتصال أداة فاعلة في نشر الوعي الاقتصادي وتشكيل الصورة الذهنية حول التنمية، ما يستدعي من الدول النامية بناء إعلام اقتصادي تنموي يستند إلى البحث العلمي ويعتمد الشفافية في نقل المعلومات"[١٩]. أصبح الإعلام المصدر الرئيسي للمعلومات لدى أفراد المجتمع، متجاوزًا دور الأسرة والمؤسسات التعليمية، خاصة مع انتشار الأجهزة الذكية المرتبطة بالإنترنت. وقد تحوّل الإعلام إلى أداة مزدوجة التأثير؛ فهو قادر على دعم قيم الإنتاج والتسامح، كما يمكن أن يسهم في نشر الطائفية والانقسام. لذا، يتحمل الإعلام مسؤولية أخلاقية في ترسيخ قيم الاعتدال، وتعزيز التنمية المستدامة في العالم العربي الذي يعاني من تراجع اقتصادي وضعف في ثقافة العمل والإنتاج.[٢٠].

تتحمل وسائل الإعلام مسؤولية مهنية في نقل المعلومات بموضوعية، ونشر القيم الإيجابية التي تعزز وحدة المجتمع وتدعم التنمية المستدامة. ويُعد الابتعاد عن الخطاب الطائفي أو العنصري ضرورة لتحقيق التقدم، إذ لا يمكن لمجتمع منقسم أن ينهض أو يحقق أهدافه التنموية." [٢١]. انتقل الإعلام العراقي والعربي من الوسائل التقليدية إلى استخدام تقنيات الاتصال الحديثة، مما عزز دوره في التنشئة الاجتماعية وتشكيل الرأي العام. وبفضل هذا التحول، أصبح الإعلام فاعلًا استراتيجيًا في دعم التنمية المستدامة على مستوى الفرد والمجتمع والدولة.[٢٢]. يُسهم الإعلام الاقتصادي الجاد في إبراز المنجزات التنموية التي تخدم المواطن، كالمشاريع الصناعية والبنية التحتية والمؤسسات التعليمية والصحية، إلى جانب دوره في نشر المعلومات حول التحديات الاقتصادية كالأزمات وتغيرات أسعار الصرف. كما يضطلع بدور بحثي من خلال التعاون مع المختصين لإجراء الدراسات واستطلاعات الرأي، ويُسهم في توعية المجتمع بكيفية التعامل مع التقلبات الاقتصادية، بما يعزز من ثقافة التنمية المستدامة."[٢٣].

تحقيق التنمية المستدامة يتطلب إدارة رشيدة للموارد الاقتصادية، وتطوير التعليم لإعداد كوادر مؤهلة، إلى جانب تعزيز الرعاية الصحية. كما يُعد دعم البحوث العلمية وربط الإعلام بالصحة أداة فعالة لنشر الوعي وتثقيف المجتمع، بما يسهم في بناء قاعدة معرفية تنموية شاملة." [٢٤]. تحقيق التنمية الاقتصادية يتطلب توفير الرعاية الصحية في مختلف

البيئات، إلى جانب حماية البيئة من التلوث. ويُعد الإعلام شريكًا أساسيًا في نشر الثقافة الصحية والعامة، لما له من دور في بناء الإنسان الواعي القادر على المساهمة في التنمية. فالإعلام، من خلال تقديم المعرفة والمعلومات، يسهم في تشكيل وعي المواطن، ويُعد مؤشرًا مهمًا لتقدم الدول في العصر الحديث"[٢٥] 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 موروثه الأصيل.

الفصل الثالث

إجراءات البحث

منهجية البحث:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصف التحليلي الذي يتيح دراسة الظاهرة الإعلامية من خلال تحليل محتوى قناة العراقية الفضائية. ويعرف المنهج الوصف التحليلي "بأنه مجموعة من الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات و تصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً كافياً ودقيقاً لاستخلاص دلالاتها والوصول إلى نتائج أو تعميقات عن الظاهرة أو الموضوع محل الدراسة"[٢٦].

وتم أعتماد أسلوب تحليل المضمون وهو أحد أساليب المنهج الوصفي لتحقيق هدف الدراسة، والذي يعرفهُ أحمد زكي "محاولة الوصول إلى وصف سببي للمضمون من أجل الكشف موضوعياً عن طبيعة المثيرات أو عمقها النسبي"[٢٧].

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 ما يبث بشكل يومي وقسم آخر على شكل حلقات في الأسبوع وقسم أسبوعي وكما مبين:

- برنامج(دينار) يقدم ثلاث أيام في الأسبوع.

- برنامج (طريق التنمية) ثلاث أيام في الأسبوع.
- برنامج (السياسة الاقتصادية) أخباري اقتصادي يومي.
- 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 ١/١/ ٢٠٢٤ لغاية ٢٠٢٤/٣/١ لذا اختار الباحث عينة عشوائية تمثلت في برنامج (دينار) ومن خلال هذا البرنامج الاسبوعي تم اختيار حلقة واحدة ممثلة لهذا البرنامج وكان اختيارها ايضاً بشكل عشوائي. وهي حلقة عن (معمل فرات الخير للحديد والصلب) وهو أحد المشاريع الاستثمارية للقطاع الخاص.

رابعاً: أداة البحث

اعتمد الباحث في تحليل مضمون برنامج "دينار" الذي يبث عبر شاشة قناة العراقية الفضائية، على أداة تحليل المضمون المتمثلة بـ"استمارة تحليل الفقرات"، والتي تم إعدادها خصيصاً لهذا البحث وفقاً للمؤشرات الخمسة التي تم تحديدها مسبقاً. وقد صُممت هذه الاستمارة لتكون أداة منهجية دقيقة تساعد في تفكيك المحتوى الإعلامي للبرنامج، وتحديد مدى مساهمته في دعم التنمية الاقتصادية المستدامة في العراق. وتضمنت الاستمارة مجموعة من البنود التحليلية التي تمثل مؤشرات علمية قابلة للقياس، وهي: وضوح فكرة البرنامج الاقتصادي، طريقة تقديم المحتوى، إبراز جماليات المكان، توظيف التكنولوجيا الحديثة في الإخراج، وأثر شخصية المقدم في جذب الجمهور. وتم تطبيق هذه الأداة على عينة مختارة من حلقات البرنامج، من بينها الحلقة الخاصة بمعمل فرات الخير لإنتاج الحديد والصلب في محافظة ذي قار، وذلك بهدف رصد وتحليل العناصر البصرية واللفظية، وتقييم مدى انسجامها مع أهداف التنمية الاقتصادية المستدامة. وقد ساعدت هذه الأداة في تقديم قراءة

تحليلية معمقة لمضمون البرنامج، من خلال تصنيف الفقرات، وتحديد نقاط القوة والضعف، وربطها بالسياق الاقتصادي العام في العراق، مما أتاح للباحث استخلاص نتائج دقيقة تدعم فرضيات البحث وتوجهاته العلمي فكرة البرنامج التلفزيوني الاقتصادي يفضل ان تكون واضحة وتصل إلى اكبر عدد من المشاهدين.

حدود البحث:

يتحدد البحث الحالي بما يلي:

- الحدود الموضوعية: يقتصر البحث على دراسة دور قناة العراقية الفضائية في دعم التنمية الاقتصادية المستدامة، دون التطرق إلى باقي القنوات أو الوسائل الإعلامية الأخرى.
- الحدود الزمانية: الدورة التلفزيونية من ٢٠٢٤/١/١ لغاية ٢٠٢٤/٣/١ التي شهدت فترة تحولات اقتصادية وسياسية مهمة في العراق.

الفصل الرابع

تحليل النتائج ومناقشتها

- **برنامج دينار من قناة العراقية تقديم قيس المرشد:**

قام الباحث بتحليل حلقات برنامج دينار وفق المؤشرات أداة البحث وكمان مبين:

جدول رقم (١): تحليل فكرة البرنامج الاقتصادي "دينار" وفق المؤشر الأول

رقم	العنصر المحلل	الوصف والتحليلات	الملاحظات
١	عنوان الحلقة: معمل الفرات لإنتاج الحديد والصلب	ناولت الحلقة مشروعاً اقتصادياً حيوياً في محافظة ذي قار، وهو معمل الفرات لإنتاج الحديد والصلب، مما يعكس اهتمام البرنامج بالمشاريع التنموية الواقعية.	تسليط الضوء على مشروع اقتصادي استثماري للقطاع الخاص يهم المواطن.
٢	وضوح الفكرة العامة للبرنامج	البرنامج يركز على تسليط الضوء على مشروع اقتصادي في كل حلقة، ويعرض تفاصيله بشكل شامل، مما يجعل الفكرة واضحة ومباشرة.	الفكرة مباشرة وتتناول موضوعاً يهم المواطن بشكل واضح.
٣	- طريقة تقديم الفكرة من خلال التصوير الميداني	مقدم البرنامج يزور موقع المشروع، ويستخدم الصورة والصوت لنقل الواقع، مما يعزز مصداقية الفكرة ويقربها من المتلقي.	استخدام الصورة والصوت عزز من واقعية الفكرة وسهّل فهمها.
٤	- تفاصيل المشروع	تم عرض معلومات دقيقة عن المشروع مثل	المعلومات المقدمة شاملة

	المعروض (الرؤية، الأهداف، الإنتاج، العمالة، المعوقات)	المواد الأولية، الإنتاج، العمالة، الجهات الساندة، المعوقات، التسويق، والكلفة، مما يعكس شمولية الطرح.	وتغطي الجوانب الفنية والاقتصادية.
٥	- اللقاء مع المستثمر وتسليط الضوء على التحديات	الحوار مع المستثمر كشف عن معوقات حقيقية تواجه الاستثمار، مثل التأخير في منح الإجازات وشروط غير واضحة، مما يضيف بعداً نقدياً للفكرة.	كشف المعوقات أضفى بعداً نقدياً وواقعية على الطرح الإعلامي
٦	- تأثير الفكرة على المتلقي من الناحية الاقتصادية والسياسية	ترتبط الفكرة مباشرة باقتصاد المواطن، وتنعكس على الوضع السياسي والاقتصادي، مما يجعلها ذات أهمية جماهيرية واسعة.	الفكرة تمس حياة المواطن وتؤثر في قراراته الاقتصادية.
٧	- استخدام استراتيجية التسويق الإعلامي	البرنامج يعتمد على تعريف المواطن بالمنتج الوطني ومميزاته، ويقارنها بالمنتجات المستوردة، مما يعزز ثقافة دعم الإنتاج المحلي	ساعدت في توصيل الرسالة بشكل مقنع وموجه للجمهور.
٨	- تشجيع المنتج الوطني وربط الفكرة بالمصلحة العامة	حاول مقدم البرنامج إقناع المتلقي بأهمية دعم المنتج الوطني للحفاظ على العملة الصعبة وتقليل الاستيراد.	يعزز من وعي المواطن بأهمية دعم الصناعة المحلية
٩	- واقعية الفكرة من خلال الصورة والصوت	استخدام التصوير داخل المعمل، وإظهار المعدات والعمليات الإنتاجية، جعل الفكرة ملموسة وواقعية.	جعلت المحتوى أكثر تأثيراً وارتباطاً بالواقع
١٠	- تقييم الباحث لمدى وضوح الفكرة وتأثيره	يرى الباحث أن الفكرة واضحة وتهم المواطن، وتحقق هدف البرنامج في إيصال الرسالة الاقتصادية بشكل مؤثر.	الفكرة ناجحة في تحقيق هدف المؤشر الأول بوضوح وفعالية.

أظهر برنامج "دينار" التزاماً واضحاً بالمؤشر الأول من خلال تسليط الضوء على مشروع اقتصادي حيوي يتمثل في معمل الفرات لإنتاج الحديد والصلب في محافظة ذي قار، وهو مشروع استثماري تابع للقطاع الخاص.

تميزت الحلقة بعرض معلومات متكاملة حول المشروع، شملت أهدافه، مواده الأولية، طاقته الإنتاجية، عدد العاملين، الجهات الداعمة، والمعوقات التي تواجهه، مما ساهم في تقديم صورة إعلامية واضحة ومترابطة.

اعتمد البرنامج على التصوير الميداني واللقاءات المباشرة، خصوصاً مع المستثمر، مما أضفى واقعية على المحتوى وساعد في إيصال الفكرة للجمهور بشكل بصري وموضوعي. كما ناقش التحديات التي تواجه الاستثمار الصناعي في العراق، مثل تأخير منح الإجازات وغياب الأنظمة التنظيمية، مما يعكس عمق الطرح الإعلامي.

ومن خلال توظيف استراتيجية التسويق الإعلامي، سعى البرنامج إلى تعزيز ثقة المواطن بالمنتج الوطني، والتقليل من الاعتماد على المنتجات المستوردة، في إطار دعم

الصناعة المحلية والحفاظ على الاقتصاد الوطني.

ويخلص الباحث إلى أن البرنامج نجح في تحقيق هدف المؤشر الأول عبر تقديم فكرة إعلامية واضحة ومؤثرة، ترتبط باهتمامات المواطن وتنعكس على الواقع الاقتصادي والسياسي، مما يعزز ثقافة التنمية الاقتصادية المستدامة في العراق.

جدول رقم (٢) طريقة تقديم البرنامج

رقم	العصر المحلل	الوصف والتحليلات	الملاحظات
١	طريقة المقابلات داخل المعمل	تم الاعتماد على مقابلات مباشرة مع المستثمر والعاملين داخل موقع المشروع، مما أضفى واقعية على المحتوى لكنه افتقر إلى التنوع في الشخصيات والآراء.	المقابلات أضفت واقعية لكنها افتقرت إلى التنوع في الشخصيات.
٢	نوع التصوير المستخدم (خارجي مقابل استوديو)	التصوير الخارجي داخل المعمل منح مصداقية للمحتوى، لكنه أثر سلباً على جودة الصورة والصوت مقارنة بالتصوير داخل الاستوديو.	التصوير الخارجي قلل من جودة الصورة والصوت مقارنة بالاستوديو.
٣	جودة الصورة والصوت	كانت جودة الصورة والصوت ضعيفة نسبياً، مما أثر على وضوح الرسالة الإعلامية وأضعف عنصر التشويق لدى المتلقي.	ضعف الجودة أثر على وضوح الرسالة الإعلامية.
٤	سلوب الإخراج (نوع اللقطات المستخدمة)	اعتمد المخرج على اللقطات العامة والمتوسطة بشكل مفرط، مع غياب اللقطات التفصيلية التي تعزز فهم المشاهد لطبيعة العمل.	غياب اللقطات التفصيلية أضعف التشويق البصري.
٥	مدة الحلقة وتأثيرها على المتلقي	امتدت الحلقة إلى ٤٧ دقيقة، مما أدى إلى تشتت انتباه المتلقي وصعوبة متابعة الحوار بشكل مستمر دون ملل.	طول الحلقة أدى إلى تشتت انتباه المشاهد
٦	- أسلوب المونتاج وتكرار اللقطات	تم استخدام عدد محدود من اللقطات العامة وتكرارها بشكل مفرط، مما أضعف الإيقاع البصري وأثر على تسلسل الأفكار لدى المشاهد.	التكرار البصري سبب مللاً وأربك تسلسل الأفكار.
٧	غياب عناصر التشويق البصري	غياب التنويع في التصوير والمحتوى أدى إلى ضعف التشويق، وعدم قدرة البرنامج على جذب انتباه المتلقي طوال الحلقة.	ضعف التنويع في التصوير قلل من جاذبية الحلقة.
٨	الحاجة إلى تنويع أماكن التصوير ومحاور الحلقة	كان من الأفضل اختيار أكثر من موقع تصوير وتوسيع محاور النقاش لإضفاء حيوية وتنوع على الحلقة.	غياب التنوع أثر على حيوية العرض وتفاعل الجمهور.
٩	استخدام استراتيجيات إعلامية في التقديم	لم يتم توظيف استراتيجيات إعلامية فعالة مثل الإعلان أو الترويج المقنع، مما قلل من تأثير الرسالة التسويقية للمنتج الوطني.	لم تُوظف أدوات الإقناع الإعلامي بشكل فعال
١٠	لتحديات الإنتاجية (الميزانية والمستلزمات)	ضعف الميزانية وقلة الإمكانات التقنية أثرت على جودة الإنتاج، ويمكن تحسين ذلك برصد تمويل كافٍ لدعم الإعلام الاقتصادي	ضعف التمويل أثر على جودة الإنتاج والمحتوى
١١	رأي الباحث في تحسين طريقة التقديم	يرى الباحث أن البرنامج بحاجة إلى تطوير في الإخراج والمونتاج والتصوير، لتحقيق عناصر التشويق والمتعة المطلوبة في البرامج الاقتصادية.	ضرورة تطوير الإخراج والمونتاج لتحقيق التشويق المطلوب.

المؤشر الثاني: أظهر تحليل حلقة "معمل الحديد والصلب" ضمن برنامج "دينار" ضعفاً في تحقيق عناصر التشويق والمتعة البصرية، حيث اعتمد البرنامج على المقابلات الميدانية دون توظيف تقنيات إخراجية كافية تعزز من جاذبية العرض.

التصوير الخارجي جاء بجودة منخفضة من حيث الصورة والصوت، كما افتقرت المعالجة الإخراجية إلى التنوع البصري، مع غياب اللقطات التفصيلية الضرورية لإبراز طبيعة العمل الصناعي، مما أثر سلباً على التشويق البصري.

امتدت الحلقة إلى ٣١ دقيقة، وهي مدة طويلة نسبياً، لم تُدعّم بتنوع كافٍ في المشاهد أو إيقاع بصري متوازن، مما أدى إلى تشتت انتباه الجمهور وضعف التفاعل. كما أن المونتاج لم يُوظف بشكل إبداعي، حيث تكررت اللقطات العامة بشكل غير مدروس، مما أضعف من ديناميكية العرض.

ورغم أهمية الموضوع الاقتصادي، إلا أن غياب أدوات الترويج البصري، وضعف الإمكانات التقنية، قلل من قدرة البرنامج على جذب الجمهور وتحفيزه. ويؤكد الباحث أن تجاوز هذه التحديات يتطلب دعم الإنتاج بميزانية مناسبة، وتوفير تقنيات تصوير حديثة، بما يضمن تقديم محتوى اقتصادي مشوق يسهم في نشر الثقافة الاقتصادية وتعزيز التنمية المستدامة.

جدول رقم (٣) أهمية إظهار جماليات المكان الداخلي والخارجي

رقم	العصر المحلل	الوصف والتحليلات	الملاحظات
١	تصوير داخلي لخط الإنتاج داخل المعمل	تم تصوير الحلقة بالكامل داخل خطوط الإنتاج، مما أتاح للمتلقي رؤية واقعية لطبيعة العمل والمعدات المستخدمة، وساهم في تعزيز مصداقية البرنامج.	ساهم في تعزيز واقعية البرنامج وربط الفكرة بالمكان الفعلي
٢	- التصوير الجوي للموقع العام للمعمل	ضيفت لقطات جوية للموقع، كشفت عن المساحة العامة للمعمل وموقعه الجغرافي، مما عزز البعد البصري للبرنامج وربط المشاهد بالمكان الحقيقي.	ضفى بعداً بصرياً مميزاً لكنه لم يُستثمر بشكل كافٍ في السرد البصري.
٣	-جودة الصورة وزوايا التصوير	ضعف جودة الصورة واختيار زوايا تصوير غير مناسبة أثر سلباً على إبراز الجماليات البصرية، وأضعف التأثير الفني للعرض	ضعف الجودة وزوايا التصوير أثر سلباً على إبراز الجماليات المطلوبة.
٤	-اللقطات العامة والمتوسطة للمعدات والأفران	أظهرت هذه اللقطات تفاصيل المكان مثل المعدات الثقيلة والأفران، لكنها افتقرت إلى اللقطات القريبة التي توضح التفاصيل الدقيقة للعمل	أظهرت المكان بشكل عام لكنها افتقرت إلى التفاصيل الدقيقة التي تعزز التشويق.
٥	-تصوير الباحة الخارجية ومخزون الحديد الخردة	تم عرض الباحة الخارجية التي تحتوي على الحديد الخردة المستخدم كمادة أولية، مما ساهم في توضيح دورة الإنتاج بشكل متكامل.	كشف عن دورة الإنتاج بشكل متكامل، لكنه لم يُوظف بصرياً بشكل جذاب.

٦	-إبراز حركة العاملين داخل المعمل	أظهر البرنامج حركة العاملين داخل خطوط الإنتاج، مما أضفى حيوية على المشاهد وربط المتلقي بالجهد البشري المبذول في الصناعة.	أضفى حيوية على المشاهد لكنه كان محدوداً من حيث التنوع البصري
٧	-استخدام استراتيجية تعميم وسائل الإعلام	اعتمد البرنامج على الترويج للمنتج عبر وسائل متعددة مثل التلفزيون، الملصقات، والمواقع الإلكترونية، مما وسّع دائرة الوصول للجمهور.	ساعد في توسيع نطاق الوصول للجمهور، لكنه افتقر إلى التنسيق البصري المتكامل.
٨	-بث الحلقة عبر التلفزيون ومواقع التواصل	تم بث الحلقة على قناة العراقية وموقعها الإلكتروني، مما عزز من انتشار المحتوى وسهّل وصوله إلى جمهور أوسع.	عزز من انتشار المحتوى لكنه لم يُرافق بحملة بصرية داعمة للمنتج.
٩	-العلاقة بين المكان وفكرة البرنامج	اختيار موقع التصوير داخل المعمل ارتبط مباشرة بفكرة البرنامج في تسليط الضوء على المشاريع الاقتصادية، مما عزز الرسالة الإعلامية.	كانت قوية وواضحة، لكن ضعف الإخراج قلل من تأثيرها الفني.
١٠	-نقاط القوة والضعف في إبراز المكان بصرياً	رغم وجود لقطات قوية تُظهر المعدات والموقع، إلا أن ضعف المونتاج وجودة التصوير شكلت نقاط ضعف أثرت على الجاذبية البصرية للبرنامج.	القوة في اختيار الموقع، والضعف في التنفيذ الفني والتقني.

المؤشر الثالث: سعى برنامج "دينار" إلى توظيف المكان كعنصر بصري داعم لفكرته، من خلال تصوير الحلقة داخل خطوط الإنتاج واستخدام لقطات جوية للموقع العام لمعمل الفرات لإنتاج الحديد والصلب. هذا التوظيف المكاني عزز من واقعية المحتوى وربط المشاهد بالمكان الحقيقي الذي تجري فيه العمليات الصناعية، مما يعكس انسجاماً نسبياً مع المؤشر الثالث.

وقد ساهمت اللقطات العامة والمتوسطة في إبراز تفاصيل المكان، مثل المعدات والأفران والمواد الأولية، إلى جانب حركة العاملين، مما أضفى حيوية على المشاهد وربط الجمهور بالجهد البشري المبذول في الإنتاج.

لكن ضعف جودة الصورة، وسوء اختيار زوايا التصوير، ومحدودية المونتاج، شكلت نقاط ضعف واضحة في إبراز الجماليات البصرية. غياب اللقطات التفصيلية وتكرار المشاهد أثر سلباً على التشويق الفني، وأضعف من جاذبية البرنامج.

ورغم بث الحلقة عبر قناة العراقية وموقعها الإلكتروني، إلا أن غياب التوظيف البصري المتكامل قلل من فعالية الرسالة الإعلامية. ويؤكد الباحث أن العلاقة بين المكان وفكرة البرنامج كانت واضحة، لكن ضعف التنفيذ الفني حال دون تحقيق أقصى استفادة من هذا العنصر، مما يستدعي تطوير أدوات التصوير والإخراج، وتوظيف تقنيات بصرية حديثة تخدم أهداف التنمية الاقتصادية المستدامة.

جدول رقم (٤) دور المخرج في توظيف التكنولوجيا الحديثة

رقم	العصر المحلل	الوصف والتحليلات	الملاحظات
١	استخدام التقنيات الحديثة في البرامج المنتجة داخل الاستوديو	قناة العراقية تستخدم تقنيات متقدمة في برامج الاستوديو، مما يعكس تطوراً في الإنتاج، لكن هذا لم يُطبق بنفس المستوى في برنامج "دينار".	البرامج داخل الاستوديو تعكس تطوراً تقنياً، لكن هذا التميز لم يُنقل إلى برنامج "دينار".
٢	ضعف جودة الصورة في برنامج "دينار" بسبب التصوير الخارجي	التصوير الخارجي أدى إلى انخفاض جودة الصورة، مما أثر على وضوح المشاهد وأضعف التأثير البصري للبرنامج.	أثر سلباً على وضوح المشاهد وأضعف التأثير البصري للبرنامج.
٣	- ضعف اختيار أماكن التصوير في اللقاءات الحوارية	أماكن التصوير لم تكن مدروسة جيداً، مما جعل اللقاءات تبدو عشوائية وغير جذابة بصرياً.	جعل اللقاءات تبدو غير جذابة بصرياً وتفتقر إلى الإخراج الفني.
٤	- غياب المؤثرات الصوتية والبصرية الحديثة	لم تُستخدم مؤثرات حديثة في الصوت أو الصورة، مما قلل من جاذبية البرنامج وأضعف عنصر التشويق.	قلل من التشويق البصري والسمعي، وأضعف جاذبية البرنامج.
٥	- اعتماد المخرج على مهارات مقدم البرنامج أكثر من التقنيات	المخرج ركز على أداء مقدم البرنامج في الحوار، وأهمل التوظيف الفني للتكنولوجيا في الإخراج والمونتاج.	أضعف الجانب الفني، رغم قوة المحتوى الحواري.
٦	- ضعف توظيف تقنيات المونتاج في البرنامج	لمونتاج كان بسيطاً ومحدوداً، ولم يُستخدم بشكل إبداعي لإبراز الفقرات أو تعزيز الرسالة الإعلامية.	لم يُستخدم المونتاج بشكل إبداعي لإبراز الفقرات أو تعزيز الرسالة
٧	- أهمية المؤثرات البصرية في تصوير المشاهد الخطرة	بعض المشاهد مثل انصهار الحديد تتطلب تقنيات خاصة، وكان من الممكن استخدام مؤثرات بصرية لتوضيحها بشكل آمن وجذاب.	غيابها جعل بعض المشاهد غير واضحة أو ناقصة بصرياً.
٨	- إمكانية استخدام الكاميرا الافتراضية كبديل للتقليدية	لكاميرا الافتراضية توفر حلولاً للمشاهد التي يصعب تصويرها، لكنها لم تُستخدم في البرنامج رغم الحاجة إليها.	لم تُستثمر هذه التقنية رغم قدرتها على تجاوز صعوبات التصوير الواقعي.
٩	- تأثير ضعف التكنولوجيا على إيصال الرسالة الإعلامية	غياب التكنولوجيا الحديثة أثر على جودة الرسالة الإعلامية، وجعل البرنامج أقل تأثيراً في المتلقي.	قلل من فعالية البرنامج في التأثير على المتلقي وإقناعه.
١٠	- ضرورة تطوير البرامج الاقتصادية باستخدام تقنيات حديثة	توظيف التكنولوجيا الحديثة ضروري للنهوض بالإعلام الاقتصادي، وتحقيق أهداف التنمية المستدامة بشكل فعال.	خطوة ضرورية للنهوض بالإعلام الاقتصادي وتحقيق أهداف التنمية.

كشف تحليل حلقة "معمل الفرات لإنتاج الحديد والصلب" ضمن برنامج "دينار" عن ضعف واضح في توظيف التكنولوجيا الحديثة في التصوير والمونتاج والإخراج، مما أثر سلباً على جودة العرض البصري والصوتي.

ورغم اعتماد قناة العراقية على تقنيات متقدمة في برامجها الاستوديويه، لم يُستثمر هذا التميز في البرنامج الذي يعتمد على التصوير الخارجي، حيث ظهرت مشكلات في جودة الصورة واختيار أماكن التصوير، خاصة في المشاهد الحوارية.

كما غابت المؤثرات الصوتية والبصرية الحديثة، ولم تُوظف تقنيات المونتاج بشكل إبداعي، مما قلل من التشويق البصري رغم أهمية الموضوع الاقتصادي. اعتمد المخرج بشكل كبير على مهارات مقدم البرنامج دون دعمها بإخراج بصري متطور، وكان بالإمكان استخدام تقنيات مثل الكاميرات الافتراضية لتصوير العمليات الصناعية المعقدة.

ويرى الباحث أن ضعف التوظيف التقني يعود إلى محدودية الميزانية الإنتاجية، مما يستدعي دعم البرامج الاقتصادية بأدوات تصوير ونقل حديثة، تُمكن المخرج من تقديم محتوى بصري جذاب يعزز من فعالية الرسالة الإعلامية، ويسهم في نشر الثقافة الاقتصادية وتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

جدول رقم (٥) شخصية المقدم وشكله وأسلوب التقديم

رقم	العصر المحلل	الوصف والتحليلات	الملاحظات
١	مهارات التلوين الصوتي لدى مقدم البرنامج	يمتلك المقدم قدرة على التحكم بنبرة الصوت، مما يضفي حيوية على العرض ويمنع الرتابة أثناء الحوار.	أضفت حيوية للعرض وساعدت في كسر الرتابة الصوتية.
٢	- قدرة المقدم على اختيار الأسئلة الاقتصادية والإعلامية	يطرح أسئلة دقيقة ومباشرة تتعلق بجوهر الموضوع، مما يعزز فهم المتلقي للمحاور الاقتصادية.	عززت من عمق الحوار وساهمت في توصيل الفكرة بوضوح.
٣	- أسلوب النقاش السهل والمباشر	عتمد أسلوباً بسيطاً وواضحاً في الحوار، مما يجعل البرنامج مفهوماً لشريحة واسعة من الجمهور.	جعل البرنامج مفهوماً للجمهور العام وسهل المتابعة.
٤	- استخدام لغة الصحافة والإيجاز في الحوار	يتجنب الإطالة ويعتمد على الإيجاز، مما يحافظ على تركيز المشاهد ويمنع التشتت.	حافظ على تركيز المشاهد ومنع التشتت الذهني.
٥	- تدخل المقدم لكسر الملل والرتابة	يتفاعل مع الضيف ويقاطع بلطف عند الإطالة، مما يحافظ على إيقاع البرنامج ويمنع الملل	ساعد في الحفاظ على إيقاع البرنامج وجذب الانتباه.
٦	- تعويض ضعف التكنولوجيا بمهارات المقدم	رغم ضعف الإمكانات التقنية، استطاع المقدم أن يعوض ذلك بأدائه المهني الجيد.	عوّض النقص الفني بأداء مهني مميز ومؤثر.
٧	- تأثير الشكل والقيافة على تقبل الجمهور	يتمتع المقدم بمظهر مقبول وكاريزما تساعد في جذب الجمهور وتقبل الرسالة الإعلامية.	ساهم في تعزيز قبول الجمهور للمحتوى والشخصية المقدمة.
٨	- دور الكاريزما في نجاح المقدم إعلامياً	الحضور الشخصي للمقدم يضفي طابعاً مميزاً على البرنامج ويزيد من تأثيره الجماهيري.	ضفى طابعاً شخصياً وجاذبية على البرنامج.
٩	- استخدام الشخصيات المؤثرة في الترويج الإعلامي	بعكس البرنامج توجهاً إعلامياً يعتمد على شخصيات ذات تأثير بصري وجماهيري في إيصال الرسالة.	يعكس استراتيجية إعلامية فعالة في جذب الجمهور.
١٠	- العلاقة بين الشكل والأسلوب وجذب المتلقي للرسالة الإعلامية	يجمع المقدم بين الأداء الصوتي والمظهر الخارجي والأسلوب الحواري، مما يعزز من جاذبية البرنامج ويقوي تأثيره الإعلامي.	شكل المقدم وأسلوبه الحواري كانا عاملين أساسيين في شد انتباه الجمهور.

المؤشر الخامس: لعب مقدم برنامج "دينار"، الإعلامي قيس المرشد، دوراً محورياً في إيصال فكرة الحلقة الخاصة بمعمل الفرات لإنتاج الحديد والصلب، رغم محدودية الإمكانات التقنية.

ميز بأسلوب تقديم مباشر وسلس، استخدم فيه التلوين الصوتي ولغة صحفية واضحة، مما ساهم في تبسيط المحتوى الاقتصادي وجعله مفهوماً لشريحة واسعة من الجمهور. كما أظهر قدرة على إدارة الحوار بذكاء، من خلال طرح أسئلة دقيقة والتدخل لكسر الرتابة، مما حافظ على إيقاع البرنامج ومنع الملل.

وقد ساهم المظهر الخارجي للمقدم وقيافته المهنية في تعزيز تقبل الجمهور له، حيث تشير الدراسات إلى أن الكاريزما تلعب دوراً مهماً في التفاعل الجماهيري. نجح المرشد في تقديم نفسه بصورة جذابة ومهنية، مما عزز من حضور البرنامج وتأثيره.

كما أن توظيف شخصية إعلامية مؤثرة يتماشى مع استراتيجيات الإعلام الحديث في الترويج للأفكار والمنتجات، وقد استطاع البرنامج من خلال شخصية المقدم أن يربط الجمهور بالمحتوى الاقتصادي المطروح، ويعزز من فعالية الرسالة الإعلامية.

ويخلص الباحث إلى أن شخصية المقدم كانت عنصراً أساسياً في نجاح الحلقة، حيث جمعت بين الأداء الصوتي، الأسلوب الحواري، والمظهر الخارجي، مما ساعد في شد انتباه الجمهور وتوصيل الرسالة الإعلامية المتعلقة بالتنمية الاقتصادية المستدامة بشكل مؤثر وفعّال.

الاستنتاجات:

بعد تحليل نتائج مضمون برنامج "دينار" على قناة العراقية الفضائية، توصّل الباحث إلى مجموعة من الاستنتاجات التي تعكس مدى ارتباط البرنامج بالتنمية الاقتصادية المستدامة، وهي كما يلي:

١. تعتمد غالبية الاستراتيجيات الإعلامية في البرامج الاقتصادية على اختيار موضوعات ذات صلة مباشرة باهتمامات الجمهور، مع ضرورة تقديمها بأسلوب واضح ومبسط يسهّل على المتلقي فهمها واستيعابها.

٢. نظراً لطبيعة المعلومات الاقتصادية التي قد تكون معقدة أو غير مألوفة لدى الجمهور العام، فإن تقديمها بأسلوب مشوّق وجذاب يُعدّ عاملاً أساسياً في ضمان تفاعل المشاهدين معها وتقبلهم لها.

٣. يُعدّ اختيار مواقع التصوير في البرامج الاقتصادية التلفزيونية عنصراً محورياً في دعم الرسالة الإعلامية، إذ يسهم في توضيح بيئة العمل، ويُبرز المفاهيم والمصطلحات المرتبطة بفكرة البرنامج بشكل بصري ملموس.

٤. تؤدي التكنولوجيا الحديثة دوراً حاسماً في جودة إنتاج البرامج الاقتصادية، حيث يمكن أن تكون عاملاً مساعداً في نجاح البرنامج أو سبباً في ضعف تأثيره، وذلك بحسب مستوى توظيفها في التصوير والمونتاج والإخراج.

٥. يؤثر الشكل الخارجي لمقدم البرنامج، إلى جانب حضوره وكاريزمته، بشكل مباشر في جذب انتباه المشاهدين، ويُعدّ من العوامل التي تسهم في تعزيز تقبّل الجمهور لمحتوى البرنامج واهتمامهم بمتابعته.

التوصيات:

١. ضرورة تبسيط الفكرة الاقتصادية في البرامج التلفزيونية:

يُوصى الباحث بأن تعتمد البرامج الاقتصادية على اختيار موضوعات ذات صلة مباشرة باهتمامات المواطن، وأن تُقدّم بأسلوب واضح ومبسط، يراعي تفاوت الخلفيات الثقافية والمعرفية للجمهور.

٢. تعزيز عناصر التشويق والمتعة في تقديم المحتوى الاقتصادي:

يُستحسن أن تُقدّم المعلومات الاقتصادية ضمن قالب إعلامي مشوّق، من خلال التنويع في الأسلوب، واستخدام تقنيات بصرية وصوتية تُضفي حيوية على العرض، بما يضمن تفاعل الجمهور واستمرارية متابعته.

٣. الاهتمام باختيار مواقع التصوير بما يخدم الرسالة الإعلامية:

يُوصى الباحث بأن يتم اختيار أماكن التصوير بعناية، بحيث تُبرز بيئة العمل وتُوضح

المفاهيم الاقتصادية المرتبطة بالمشروع، مما يعزز من واقعية المحتوى ويقربه من المتلقي.

٤. توظيف التكنولوجيا الحديثة في الإنتاج والإخراج:

يُوصى باستخدام تقنيات تصوير ومونتاج متقدمة، بما في ذلك المؤثرات البصرية والصوتية، والكاميرات الافتراضية عند الحاجة، لضمان جودة العرض وتحقيق التأثير المطلوب في البرامج الاقتصادية.

٥. الاهتمام بشخصية مقدم البرنامج من حيث الأداء والمظهر:

يُستحسن اختيار مقدمين يتمتعون بكاريزما إعلامية، ومظهر خارجي مقبول، إلى جانب مهارات صوتية وحوارية، لما لذلك من أثر في جذب الجمهور وتعزيز تقبّله للمحتوى.

٦. توفير دعم إنتاجي كافٍ للبرامج الاقتصادية التنموية:

يُوصى برصد ميزانيات مناسبة لإنتاج هذا النوع من البرامج، لما لها من دور في نشر الثقافة الاقتصادية، وتشجيع الصناعة المحلية، والمساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

٧. دمج استراتيجيات التسويق الإعلامي في مضمون البرامج:

يُستحسن أن تعتمد البرامج الاقتصادية على استراتيجيات إعلامية فعالة، مثل الترويج للمنتج الوطني، والمقارنة مع البدائل المستوردة، بما يعزز من وعي المواطن بأهمية دعم الاقتصاد المحلي..

هوامش البحث

(١) الزبيدي، ع. م. (٢٠٢٠). الإعلام الاقتصادي ودوره في التنمية المستدامة. دار الرافدين. ص. ٤٥

(٢) سهام الشجيري، اقتصاديات الاعلام، ط١، الامارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٤.

(3)corinne Gendron leddeveloppement durable compriomis Quebec 2005- p-166.

(٤) دوجلاس مويتيت، مبادئ التنمية المستدامة ، ترجمة بهاء شاهين ط١. الدار الدولية للاستشارات الثقافية، القاهرة. ٢٠٠٠. ص١٣

(٥) الهاشمي، ع. س. (٢٠١٤). التنمية الاقتصادية والتنمية المستدامة. مركز الدراسات الفقهية والاقتصادية. ص. ٢٢

(٦) رضا شناني ،في دور وسائل الاعلام في الافصاح عن المعلومات في البورصات ، العربية ، المجلة التونسية للاتصال. العدد ٢٥ ،ص١١.
(٧) 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 ٢٠١٥ ص١٠٥.
(٨) 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 ٢٠٠٨—٢٠١٧—٢٠١٩.
(٩) دور الاعلام الاقتصادي في تنمية الوعي تجاه المشكلات الاقتصادية مجلة ديالى للبحوث الانسانية (العدد٢٣ لسنة ٢٠٢٢ ص٣٨٨.
(١٠) مجلة ديالى للبحوث الانسانية، مصدر سابق، ص٣٨٩.
(١١) عبد العزيز بن سعيد الخياط، دور الاعلام في التنمية الاقتصادية ، مدينة الملك بن عبدالعزيز للعلوم والتقنية، ورقة علمية مقدمة إلى المتندى الاعلامي السنوي السابع، الجمعية السعودية للأعلام والاتصال.
(١٢)محمد قيراط، مقال في جريدة الشرق، انترنت، تاريخ النشر، ٢٠٢١/٨/٥ ، www.al.sharq.com.opinion.04.05.
(١٣) هبة عيسى حطاطة، دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تعزيز حرية الرأي والتعبير، كلية الاعلام، قسم الصحافة والاعلام، جامعة الشرق الاوسط، ٢٠٢٠.
(١٤) بدر أحمد كريم، بحوث اجتماعية، ط١، دار المعارف، بيروت، ١٩٩٦.
(١٥) احمد السيد كردي، مدونة كنانة اون لاين، http:kenanaonline.com.post.124882.
(١٦) محمد عبدالله الشيخ، الاعلام والتنمية المستدامة، بحث مقدم إلى مؤتمر القانون والاعلام، كلية الحقوق، جامعة طنطا، مصر، ٢٠١٧.
(١٧) محمد عبدالنبي الموسوي، دراسة حول وسائل الاعلام في المجتمعات الحديثة (تأثيرها، وظائفها، استخدامها)، www.al-mousawi.org.
(١٨) وليد أحمد ابو السعيد، دور الاعلام في دعم عملية التنمية في الاراضي الفلسطينية، مجلة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، ٢٠٠٩،ص١٦.
(١٩) اماني العبوشي، دور الاعلام في تنمية الاقتصاد العربي، مركز الروابط للبحوث والدراسات الاستراتيجية، بيروت،٢٠١٥.
(٢٠) عبدالله الهاشمي، دور الاعلام في التنمية المستدامة، مؤسسة دبي، للأعلام، الامارات العربية، ٢٠١٥، ص٩.
(٢١) عبدالعزيز بن سعيد الخياط، دور الاعلام في التنمية الاقتصادية ،مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، ورقة عملية مقدمة إلى المنتدى الاعلامي السنوي السابع، الجمعية السعودية للأعلام والاتصال، ٢٠١٧،ص١٦.

(٢٢) عثمان العربي، واقع التدريس بقسم الاعلام بكلية الاداب، بحث مقدم إلى المؤتمر الاعلامي الدولي الثالث عشر، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠٧، ص٨.

(٢٣) عبدالرحمن محمد الشامي، الاعلام والتقنية، بحث مقدم في مؤتمر الاعلام الدولي الثالث عشر، جامعة الملك سعود، السعودية، ٢٠٠٧،ص٢٦.

(٢٤) اماني العبوشي، مصدر سابق، ص٣٧.

(٢٥) محمد محمود السيد، دور الاعلام في التنمية، موقع مؤسسة الحوار المتمدن، العدد ٣٥٥٥، ٢٠١١.

(٢٦) محمد عبيدات وأخرون، منهجية البحث العلمي_ القواعد_ المراحل_ التطبيقات، ط٢، دار وائل، الاردن،١٩٩٩ ،ص٤٦.

(٢٧) أحمد زكي، الاخراج المسرحي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٩، ص١٠٣.

قائمة المصادر

- احمد السيد كردي، مدونة كنانة اون لاين، http:kenanaonline.com.post.124882.
- أحمد زكي، الاخراج المسرحي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٩
- اماني العبوشي، دور الاعلام في تنمية الاقتصاد العربي، مركز الروابط للبحوث والدراسات الاستراتيجية، بيروت،٢٠١٥.
- بدر أحمد كريم، بحوث اجتماعية، ط١، دار المعارف، بيروت، ١٩٩٦.
- دوجلاس مويتيت، مبادئ التنمية المستدامة ، ترجمة بهاء شاهين ط١. الدار الدولية للاستشارات الثقافية ، القاهرة. ٢٠٠٠
- دور الاعلام الاقتصادي في تنمية الوعي تجاه المشكلات الاقتصادية مجلة ديالى للبحوث الانسانية (العدد٢٣ لسنة ٢٠٢٢
- رضا شناني ،في دور وسائل الاعلام في الافصاح عن المعلومات في البورصات ، العربية ، المجلة التونسية للاتصال. العدد ٢٥
- 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 ٢٠٠٨—٢٠١٧—٢٠١٩.
- سهام الشجيري، اقتصاديات الاعلام، ط١، الامارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٤.
- عبد العزيز بن سعيد الخياط، دور الاعلام في التنمية الاقتصادية ، مدينة الملك بن عبدالعزيز للعلوم والتقنية، ورقة علمية مقدمة إلى المتندى 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 ٢٠١٥.
- عبدالرحمن محمد الشامي، الاعلام والتقنية، بحث مقدم في مؤتمر الاعلام الدولي الثالث عشر، جامعة الملك سعود، السعودية، ٢٠٠٧.
- عبدالعزيز بن سعيد الخياط، دور الاعلام في التنمية الاقتصادية ،مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، ورقة عملية مقدمة إلى المنتدى الاعلامي السنوي السابع، الجمعية السعودية للأعلام والاتصال، ٢٠١٧
- عبدالله الهاشمي، دور الاعلام في التنمية المستدامة، مؤسسة دبي، للأعلام، الامارات العربية، ٢٠١٥
- عثمان العربي، واقع التدريس بقسم الاعلام بكلية الاداب، بحث مقدم إلى المؤتمر الاعلامي الدولي الثالث عشر، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠٧
- عصام رفعت الشمري، فن واساليب الصحافة المالية والاقتصادية سوق فلسطين للاوراق المالية ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٦.
- محمد عبدالله الشيخ، الاعلام والتنمية المستدامة، بحث مقدم إلى مؤتمر القانون والاعلام، كلية الحقوق، جامعة طنطا، مصر، ٢٠١٧.
- محمد عبدالنبي الموسوي، دراسة حول وسائل الاعلام في المجتمعات الحديثة (تأثيرها، وظائفها، استخدامها)، www.al-mousawi.org.
- محمد عبيدات وأخرون، منهجية البحث العلمي_ القواعد_ المراحل_ التطبيقات، ط٢، دار وائل، الاردن،١٩٩٩
- محمد قيراط، مقال في جريدة الشرق، انترنت، تاريخ النشر، ٢٠٢١/٨/٥ ، www.al.sharq.com.opinion.04.05.
- محمد محمود السيد، دور الاعلام في التنمية، موقع مؤسسة الحوار المتمدن، العدد ٣٥٥٥، ٢٠١١.
- نجاة الهاشمي، والهام قاسمي، دور الاعلام الاقتصادي في التنمية الاقتصادية- جريدة المصدر الاقتصادية انموذجاً، رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانية، الجزائر، ٢٠٢١.
- هبة عيسى حطاطة، دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تعزيز حرية الرأي والتعبير، كلية الاعلام، قسم الصحافة والاعلام، جامعة الشرق الاوسط، ٢٠٢٠.
- وليد أحمد ابو السعيد، دور الاعلام في دعم عملية التنمية في الاراضي الفلسطينية، مجلة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، ٢٠٠٩.
- Corinne Gendron leddeveloppement durable compriomis Quebec 2005 p-166.