مجلة آفاق علمية ISSN: 1112-9336
المجلد: 14 العدد: 02 السنة 2022 ص 810 - 827

تاريخ الإرسال: 2022/02/03 تاريخ القبول: 2022/03/18
تاريخ النشر :2022/04/24

دور الإعلام الاقتصادي في دعم خطط التنمية المستدامة

Role of the media economic in supporting sustainable development plans

سلكه أسماء[1]، لوكيل ليلى[2]
جامعة تمنراست، الجزائر، profasmaselka@hotmail.com[1]
جامعة تمنراست الجزائر، loukil.leila@hotmail.com[2]

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي يلعبه الإعلام الاقتصادي في دعم وتحقيق خطط التنمية المستدامة، من خلال التركيز على بعدها الاقتصادي. ومن خلال اعتمادنا على المنهج الوصفي التحليلي توصلنا إلى أن للإعلام الاقتصادي دور مهم في تحقيق التنمية المستدامة وذلك من خلال توفير المعلومات والمعطيات للأعوان الاقتصاديين، و ستسمح بزيادة أرباحهم و تحقيق مشاريع استثمارية أخرى، هذا من جهة. ومن جهة أخرى فالإعلام الاقتصادي سيزود أفراد المجتمع بالمعلومات التي تمكنهم من زيادة دخولهم والارتفاع بمستواهم المعيشي والحد من الفقر.

الكلمات المفتاحية: إعلام اقتصادي، تنمية مستدامة، الدخل.

Abstract:

This study aims to know the role played by the economic media in supporting and achieving sustainable development plans, by focusing on its economic dimension.

And through our reliance on the descriptive analytical approach, we concluded that the economic media has an important role in achieving sustainable development by

providing information and data to economic agents, the latter of which will allow their profits and achieve other investment projects, on the one hand. On the other, the economic media will provide the members of society with information that will enable them to increase their incomes, raise their standard of living and reduce poverty.
Keywords: Media Economics, Sustainable Development, Income

المؤلف المرسل: أسماء سلكه، PROFASMASELKA@HOTMAIL.COM

1.مقدمة:

لقد أسهم التطور العلمي و التكنولوجي في القرن العشرين بتقدم الإعلام والصحافة، وفي خضم هذه الثورة المعلوماتية نشأ تخصص الإعلام الاقتصادي، الذي يعتبر من أهم فروع الإعلام الذي يهتم بنقل تحليل وتفسير التغيرات الاقتصادية التي تحدث في المجتمع، وتشمل الأفراد والأماكن والقضايا المتصلة بالاقتصاد كالاستهلاك، الاستثمار والادخار.. كما يشمل أيضا تغطية نشاطات الشركات..

للإعلام الاقتصادي أهمية ودور كبيرين في استغلال وتوظيف الاقتصاد بما يخدم مصلحة الدولة، وإنجاح الأهداف التنموية التي تسعى الدول إلى تحقيقها، من خلال التمهيد لها وخلق وتهيئة الجو المناسب والضروري لذلك، عن طريق جمع، معالجة، ترويج ونشر المعلومات التي تسهم في تزويد المتعاملين الاقتصاديين والمواطنين بمختلف المعلومات والمعطيات التي تساهم على تعزيز الثقافة الاقتصادية ومنح قاعدة بيانات مساعدة على تحقيق الاستثمار والتنمية.

حيث أن دور الإعلام الاقتصادي لم يعد مقتصرا على معالجة القضايا والموضوعات ذات الطابع القومي فقط كما كان قديما، بل تحول إلى إعلام

اقتصادي وتنموي متخصص بتداول المعلومات الاقتصادية والإنمائية، والتي تهدف في الأخير إلى تحقيق متطلبات التنمية المستدامة.

سنحاول من خلال هذا البحث معرفة كيف يمكن للإعلام الاقتصادي أن يحقق دورا في التنمية المستدامة، وكيف يكون داعما لخططها؟

ولأجل ذلك فقد قسم البحث إلى ثلاث محاور كالتالي:

المحور الأول تطرقنا فيه إلى الإعلام الاقتصادي و أهم أدواره،

المحور الثاني الأهداف الاقتصادية للتنمية المستدامة،

أما المحور الثالث حاولنا فيه ربط متغيرات الدراسة بمعرفة دور الإعلام الاقتصادي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

2. مفاهيم عامة حول الإعلام الاقتصادي و أهميته:

إن تحديد المفهوم الدقيق للإعلام الاقتصادي ليس بالأمر البسيط، وهذا يرجع لأن هذا العلم حديث النشأة.

2.1 تعريف الإعلام الاقتصادي:

هو حسب عبد الله خالد بن ربيعان: فرع من فروع الإعلام، يهتم بنقل وتحليل وتفسير الخبر والمتغيرات والقضايا الاقتصادية التي تحدث في المجتمع، كما يشمل أيضا تغطية أداء الشركات وأنشطتها. فالإعلام نفسه أصبح صناعة متكاملة في عصرنا الحاضر مثلها مثل الصناعات الأخرى، وبدوره أصبح الإعلام الاقتصادي الجزء الأكبر والفاعل من هذه الصناعة. [1]

وحسب Robert Salmon [2] هو ذلك الجزء من العلاقات التي تربط بين الأفراد، هدفه توفير أكثر ما يمكن من المنافع والخدمات بأقل تكلفة ممكنة، ويشمل هذا المفهوم علم الاقتصاد و ظواهر التبادل والسياسية التي تنتهجها الدولة في هذا المجال.

من التعريفين السابقين نستنتج أن للإعلام الاقتصادي تميزانه عن فروع الإعلام الأخرى أولها، أن الإعلام الاقتصادي يهتم بممارسات الأفراد الحقيقيين والمعنويين في نشاطاتهم اليومية كالإنتاج، البيع الشراء..ثانيا توفير المعلومات الاقتصادية اللازمة حول هذه الممارسات، وهذا ما سيزيد من فعالية المؤسسات الاقتصادية، ويمنح مناخا استثماريا شفافا ومناسبا للمتعاملين الاقتصاديين الأجانب.

ويمكننا أن نميز أهم خصائص الإعلام الاقتصادي:[3]

– الإعلام الاقتصادي جزء من العلاقات، أي أن الإنتاج، العمل، البيع والشراء والادخار كلها أعمال يقوم بها الأفراد ضمن الحياة اليومية، وهم بحاجة للإعلام حول كل هذه التعاملات، والتي تخضع إلى علاقات ترابط في إطار النشاط الاقتصادي.

–إن هدف هذا الإعلام هو توفير أكثر ما يمكن من المنافع و الخدمات، ذلك أن امتلاك المعلومة الاقتصادية الكاملة قدر الإمكان يسمح بالتصرف بعقلانية، كما أن الإعلام الاقتصادي يزيد من فعالية المؤسسة الاقتصادية في ظل اقتصاد السوق، وما ينجر عنه من منافسة شديدة بتوفير معلومات حول الظروف الاقتصادية الدولية والوطنية، خاصة أن هذه الأخيرة تؤثر بالضرورة على المؤسسات، وعلى نجاعة الاقتصاد الوطني بصفة عامة.

2.2 مصادر الإعلام الاقتصادي: [4]

من خلال التعريفات السابقة والخصائص يمكن القول: إن أهم مكونات الإعلام الاقتصادي هي:

- معلومات عن الملحقات الاقتصادية: الدخل الوطني، الاستهلاك، الاستثمار، التصدير والاستيراد، الناتج الداخلي الخام PIB، الناتج الوطني الخام PMB...
- معلومات عن الملحقات النقدية: خصائص السوق المالي، الادخار، نسبة الأرباح..
- معلومات حول علاقات السلوك: الأسعار، النسب التي تحدد السلوك الخاص بالأفراد في أطار عام للنشاط الاقتصادي.

أما بالنسبة عن الجهات المسؤولة عن إصدار وتوفير هذه المعلومات فهي: الجهات الرسمية كالوزارات، والمنظمات الحكومية، وتضم كل من الوكالة الوطنية للإحصاء، المعاهد المتخصصة في الإحصاء، الإدارة العامة للجمارك، الديوان الوطني للصحافة...

3.2 أهمية الإعلام الاقتصادي:[5]

يعتبر الإعلام الاقتصادي حلقة وصل مباشرة مع جمهور المواطنين، ويلعب دوراً مهماً في إيصال المعلومات المختلفة ذات العلاقة للجمهور، كما يساهم بشكل مباشر في عملية زيادة الوعي والثقافة الاقتصادية لدى المواطنين.

إلا انه لم يعد محصورًا بالأجهزة الإعلامية التقليدية، فصار لكل شركة أو مؤسسة منتجة منصاتها الإعلامية الخاصة بها، سواء من خلال مواقعها الإلكترونية أو بالاعتماد على عناوينها في مواقع التواصل الاجتماعي بجميع أشكاله، فطغى ذلك كله على الأشكال التقليدية من صحف ومجلات ورقية وحتى قنوات فضائية.

و عليه فقد أصبح الإعلام الاقتصادي أداة فاعلة في إنتاج الوعي وتحريكه، ونشر الثقافة الاقتصادية في المجتمع كالتعريف بالقوانين والتشريعات والإجراءات التنظيمية وآثارها، وبيان أهداف الخطط الإستراتيجية الموضوعة، لذلك فهو يساهم

في[6] :

–توعية الجمهور بأهمية الادخار وآليات توجيهه نحو الاستثمار، وإرشاده إلى مصادر الموارد المتجددة، فيحفزه للحد من الاستهلاك غير الضروري حفاظًا عليها، ويروج لماهية البدائل الممكنة، وللاستخدام الأمثل لها.

– تحسس وقوع الأزمات الاقتصادية العالمية.

– دعم المشاريع والصناعات المفيدة بالترويج لها بأسلوب مهني، فالجمهور لم يعد ساذجًا أو بعيدًا عما يحصل في الأسواق العالمية والمحلية على حد سواء .فمن يتلقى المعلومات المتعلقة بسحب شركات عالمية لمئات الآلاف من منتجاتها من الأسواق لِعيب بسيط نسبيًا، لن يقبل بعيوب منتجات يريدها سواء كانت محلية أم غير محلية، لأن رأيه سيكون مستندًا إلى قرائن يصعب التغاضي عنها، مما يساعد على خلق منافسة أساسها المعلومات الصحيحة، بما يحقق في النهاية الإفادة للجميع.

وللإعلام الاقتصادي أهمية أخرى نذكر منها:[7]

– تغطية الحد ث الاقتصادي، وتوسيع دائرة المعرفة حوله.

– توفير المعلومة للمختصين والعامة عن الأوضاع الاقتصادية محليا وعالميا.

– التعريف بفرص الاستثمار والمتاجرة في الاقتصاد.

– تقييم الأخطاء والمشاكل الاقتصادية وطرح الحلول لها.

– ضمان الحقوق الاقتصادية للمواطنين مقابل أجهزة الحكومة أو مقابل الشركات.

– نقل الخبر الاقتصادي.

– تحليل الظواهر الاقتصادية (النمو، البطالة، التضخم.) ..

– مناقشة المشاكل الاقتصادية (الإسكان، التنمية، العمالة الأجنبية) . .

– متابعة أخبار ومستجدات أسواق المال والشركات.

3. إشكالية مفهوم التنمية المستدامة و الإعلام الاقتصادي

لقد أصبح اصطلاح التنمية المستدامة من أكثر المصطلحات شيوعا في مجالات الاقتصاد والاجتماع، فمفهومها لم يعد يقتصر على البعد الاقتصادي فقط بل أضحى أوسع و أشمل.

3. 1 تعريف التنمية المستدامة و أبعادها:

يقصد بها تلبية حاجات الجيل الحالي دون استنزاف حاجات الأجيال القادمة.[8]

أي أن التنمية المستدامة هي: ذلك النمط من التنمية الذي يسهم في إشباع احتياجات الأجيال الحاضرة دون التقليل من مقدرة الأجيال المقبلة على إشباع احتياجاتهم. [9]

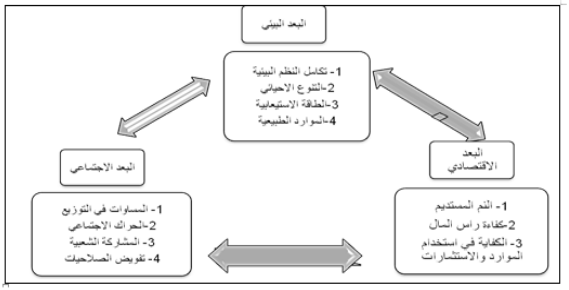
ومعنى ذلك:[10] أن التنمية المستدامة ليست عملية اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية أو تربوية منفردة، بل هي مزيج من هذا كله، وربما تعدتها إلى جوانب أخرى غيرها، وهي عملية إنسانية هادفة وواعية و دائمة التغيير.

وهي عملية تراكمية ممتدة عبر الزمن والأجيال وصولا إلى مستقبل آمن، تقوم على ثلاث مكونات متفاعلة و متكاملة .

تقتضي التنمية المستدامة التفكير في مدى قابلية الطبيعة – البيئة والاقتصاد والمجتمع– للاستدامة، وهذه الإشكالية متنازع حولها، بما أن الأمم والثقافات والجماعات البشرية والأفراد تأول مفهوم التنمية المستدامة وفق حاجياتها، فهكذا نرى البعض ممن يسعون لزيادة نسب استهلاكهم يركزون على التنمية الاقتصادية المستدامة، في حين أن البعض الآخر يسعى إلى حماية الأنواع المهددة بالانقراض يدعم التنمية المستدامة للبيئة، بينما هناك من يرتكز على التنمية البشرية من خلال المحافظة على القيم الاجتماعية والثقافية التي تؤول إلى

ضمان الرفاهية للمجتمع. [11]و عليه يمكن القول أن التنمية المستدامة تتألف من ثلاثة عناصر رئيسة :

الشكل 1: أبعاد التنمية المستدامة



المصدر: علي جاسم حمود الكناص الفراجي، توطن صناعة النفط في العراق بمنظور التنمية المستدامة، ص 22.

و عليه سنقوم بالتعريف بهذه الأبعاد:

3. 1 .1 البعد الاقتصادي: يستند إلى المبدأ الذي يقضي بزيادة رفاه المجتمع إلى أقصى حد و القضاء على الفقر من خلال الموارد الطبيعية[12]. و الذي حول الانعكاسات الراهنة والمستقبلية للاقتصاد على البيئة، وتعمل التنمية المستدامة على تطوير التنمية الاقتصادية مع الأخذ في الحسبان التوازن البيئي على المستوى البعيد والقضاء على الفقر في جميع مراحل النشاط الاقتصادي (مرحلة توزيع واستخدام الموارد– الاستثمار–الإنتاج – الاستهلاك توزيع الدخول) .

وتمثل العناصر التالية محور البعد الاقتصادي :

الشكل 2: عناصر التنمية المستدامة

الاقتصادية

المصدر: من إعداد الباحثتين بالاستناد على موقع اليونيسيف على الرابط التالي:

https://2u.pw/y88aQ

3 .1 .2 البعد الاجتماعي:[13] يشير إلى العلاقة بين الطبيعة و البشر و النهوض برفاهية الناس و تحسين سبل الحصول على الخدمات الصحية و التعليمية الأساسية و الوفاء بالحد الأدنى من معايير الأمن و احترام حقوق الإنسان و التنوع الثقافي و التعددية السياسية و المشاركة الفعلية في صنع القرار.

3 .1. 3 البعد البيئي:[14] يقصد بالاستدامة البيئية بأنها قدرة البيئة على مواصلة العمل بصورة سليمة، لذلك يتمثل هدف الاستدامة البيئية في التقليل إلى أدنى حد من التدهور البيئي، وتتطلب الاستدامة تغذيته بشكل طبيعي، بمعنى أن تكون الطبيعة قادرة على تجديد التوازن البيئي، ويمكن أن يتحقق ذلك بدمج الاعتبارات البيئية عند التخطيط للتنمية حتى لا يتم إلحاق الأضرار برأس المال الطبيعي وذلك كحد أدنى.

3. 2 خطط التنمية المستدامة 2030 و شروط تحقيقها:

تسعى خطة عام 2030 للتنمية المستدامة – والتي تتكون من إعلان و 17 هدفاً للتنمية المستدامة[15] و 169 هدفاً متصل بها – إلى ضمان الوصول إلى **جميع الأمم وكافة الأشخاص في كل مكان وإشراكهم** في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

كما توفر الخطة رؤية عالمية ومتكاملة وتحويلية وقائمة على حقوق الإنسان من أجل **التنمية المستدامة والسلام والأمن**، وهي قابلة للتطبيق على كافة الأشخاص وجميع البلدان، بما في ذلك الأكثر تطوراً منها.[16]

هناك العديد من المحاولات لوضع مؤشرات لقياس شروط تحقيق التنمية المستدامة، وبشكل عام فإن التنمية المستدامة تقوم على تحقيق التوازن بين التنمية الاقتصادية والحفاظ على الموارد الطبيعية والعدالة بين الأجيال المتعاقبة تحقيق الحاجات الرئيسية،أما الشروط الواجب توافرها في التنمية المستدامة فيمكن إجمالها في العناصر التالية:[17]

– رفع مستوى الإنجاز الاقتصادي، أي تحسين مستوى الإنتاجية وزيادة حجم الناتج الوطني داخل قطاعي متوازن تحتل فيه الزراعة والصناعة التحويلية وضعاً متميزاً، ويتزامن مع اكتساب فوائد المعرفة والتقدم التقني والعلمي وثورة المعلوماتية والاتصالات.

– توفير السلع والخدمات لتلبية حاجات السكان الأساسية حيث ينبغي فهم هذه الحاجات ضمن إطار ديناميكي تتحسن فيه نوعية المنتجات ويتسع مدى شموليتها .

– توفير فرص أكثر للعمالة وتقليص حجم البطالة المقنعة أو الظاهرة، وتوظيف القطاع الأعظم من الموارد البشرية، ولهذا الأمر أهمية اجتماعية وإنسانية، والسبب في ذلك يعود إلى القوة الشرائية التي تستطيع العمالة وضعها بين أيدي السكان.

– تصحيح نموذج توزيع الدخل عن طريق رفع الحد الأدنى للأجور الذي يتمتع به غالبية السكان، وتوسيع قاعدة ملكية الأصول الإنتاجية، وإعادة توزيع أعباء التنمية والخدمات والمؤسسات الحكومية وفق طريقة تؤدي إلى زيادة المساهمتين المطلقة والنسبية لأولئك الذين يتمتعون بإمكانيات مالية كبيرة، ومن ثم إلى اضطلاعهم بقسط أكبر من هذه الأعباء.

– تطوير قدرة المحيط الاجتماعي والثقافي والسياسي إلى مستوى تستطيع عنده تزويد الاقتصاد بالأفكار والمعرفة والمهارات والمواقف والمؤسسات الضرورية لعمل فعال داخل الاقتصاد وتواصل تحسين منجزات

الاقتصاد الوطني .

– تحقيق درجة عالية من المساهمة الشعبية في عملية التنمية وفي اتخاذ القرارات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المتعلقة بصياغة إستراتيجيات وسياسات التنمية واستعمال الموارد.

تتعدد أنماط وأشكال التنمية وتترابط جوانبها المختلفة بعضها ببعض بشكل لا يمكن تطوير أحدها بمعزل عن الآخر، الأمر الذي يتطلب توفير الظروف المناسبة لتكون عملية التطوير شاملة، وتستند إلى أسس علمية واضحة يكون الإعلام الاقتصادي مرافقا فيها...

4. الإعلام الاقتصادي ودوره في التنمية المستدامة

اهتم الباحثون في دراستهم على مدار السنوات الماضية بالنموذج الغربي في حول تأثير وسائل الإعلام على التنمية، أي أنهم تأثروا إلى حد كبير بالبحوث والدراسات التي أجراها كل من LERNER SHERAMM، التي ركزت على وسائل الإعلام ودورها في عملية التنمية على النحو الذي حدثت به في المجتمعات الغربية، حيث تقول هذه الدراسة أن التنمية لا تحدث إلا من خلال النمو

الاقتصادي والتصنيع و استخدام التكنولوجيات الحديثة،[18] حيث يعتبر الإعلام الاقتصادي فاعلا أساسيا في هذا المجال لاهتمامه بتغطية الأحداث الاقتصادية، وتوفير المعلومة للمختصين والعامة عن الأوضاع الاقتصادية محليًا وعالميًا، فضلا عن التعريف بفرص الاستثمار والمتاجرة في الاقتصاد، وتحريك عجلة الاقتصاد والتنمية وتحفيز الإعلان، وتقييم الأخطاء والمشاكل الاقتصادية وطرح الحلول لها، وضمان الحقوق الاقتصادية للمواطنين[19].

إن زيادة الإنتاجية والنمو الاقتصادي الحقيقي، وزيادة الاستثمارات والتقدم المعرفي التقني والصناعي وتنمية القدرات والمهارات البشرية تعد أولى مخططات التنمية المستدامة، وتحقيق ذلك يكون مرهونا بمدى كفاءة الإعلام الاقتصادي من اجل خدمة قضايا المجتمع، وذلك من خلال أربعة منطلقات:[20]

1- الإعلام الاقتصادي بوصفه وسيلة لإيصال الحقائق والمعلومات التنموية الموثقة إلى الجمهور، وفي نفس الوقت وسيلة ينقل من خلالها الجمهور آراءه إلى المسؤولين ويتحاور معهم باعتباره أداة حوار مفتوحة للمشاركة في القرار.

2- الإعلام الاقتصادي بوصفه وسيلة لإبلاغ الجمهور عن السياسات الحكومية وشرح المخططات والتدابير المتعلقة بالتنمية لإعطاء الناس حقهم الطبيعي في حرية الوصول إلى المعلومات وتأمين شفافية العمل الرسمي.

3- الإعلام الاقتصادي بوصفه أداه لإحداث تغيير في سلوك الناس وتعاملهم مع البيئة: إما في إطار تصرفات شخصية مجتمعية، وإما في إطار تأمين الدعم لسياسات وتشريعات بيئية رسمية.

4- الإعلام الاقتصادي بوصفه وسيلة للعلاقات العامة: إذ أن السياسة التنموية الحكومية لا يمكن أن تنجح من دون إقامة شبكة من العلاقات بين المسؤولين

عن السياسة التنموية من جهة والهيئات الأهلية والتجار والمهنيين والتربويين والمستهلكين وجميع الفئات الشعبية والرسمية من جهة أخرى.

للإعلام أدوار كثيرة كما سبق معنا؛ ومن ضمنها دوره في التنمية بمختلف مجالاتها، وفيما يلي نستعرض أهم أدوار الإعلام في التنمية الاقتصادية: [21]

أ–التعريف بالمنجزات الاقتصادية التي حققها الوطن، كإنشاء المدن الاقتصادية، وتبسيط الإجراءات كالخدمات الإلكترونية، واعتماد المشاريع التنموية الضخمة، وغيرها.

ب–التعريف بالقضايا والتحديات الاقتصادية، كارتفاع أو انخفاض أسعار النفط، والبطالة، الكوارث الطبيعية، ووجود أنظمة ولوائح معقدة وغير واضحة.

ج–التعريف بالفرص الاستثمارية، وسبل جلب رؤوس الأموال لاستثمارها بالداخل، وتحفيز النمو، ورعاية مناسبات لقاءات رجال وسيدات الأعمال.

د–تقديم معلومات للمجتمع بأوجه الفساد في القطاع الاقتصادي، كأخبار اكتشاف فساد إداري مالي بأحد الجهات الحكومية، وكذلك توضيح مدى تعقيد بعض الأنظمة واللوائح.

هـ–التغطية الإعلامية الموسعة للموارد المالية للبلد مثل :النفط، الصناعة، الزراعة، السياحة، وغيرها .مع تقديم الشرح الوافي المبسط للجمهور.

و–تقديم معلومات عن أوجه القصور في" التنمية الاقتصادية"، مثل وجود منطقة ما لا تحظى بالتنمية الكافية.

ز–متابعة التطورات الاقتصادية في داخل البلد وخارجه؛ لتعريف المجتمع بها، وبيان أفضل الممارسات الاقتصادية عالميا وتشجيع دخولها للبلد، وكذلك التوعية من المخاطر إن وجدت كالتضخم والإغراق.

ح–توعية المجتمع بضرورة التصرف بحكمة مع التقلبات الاقتصادية، مثل ارتفاع الأسعار والتضخم، ورعاية المناسبات العلمية التي تتناول هذه المواضيع.

ط–العلم والتعليم هما أهم الوسائل للنهوض بالمجتمعات، لذلك يشجع الإعلام المجتمع على العلم والتعلّم، ويتوسع في أخبارها، ويكرم من يستحق التكريم.

ي–تشجيع مختلف الجماهير للتفاعل مع المواضيع الاقتصادية، ومن ذلك فتح المجال لكتابة المقالات وإجراء الحوارات مع قادة الرأي، وتنظيم الندوات واللقاءات العلمية.

ك–تكليف المتخصصين في" الإعلام الاقتصادي "فقط لتغطية وتناول القضايا والمواضيع الاقتصادية، مع تشجيع وتدريب من يرغب الالتحاق بهم.

ل–إجراء الدراسات والبحوث و مسح الرأي العام في القضايا والمواضيع الاقتصادية بالتعاون مع العلماء والباحثين في المجالات ذات العلاقة، ونشرها.

متطلبات الإعلام الاقتصادي من أجل نجاح العملية التنموية: [22]

1. ضرورة إطلاق وسائل الاتصال الجماهيرية والصغيرة والشخصية فلسفة واضحة تحدد أهداف العملية الإعلامية وتكون ترجمة للإستراتيجية العامة للمجتمع، ترتكز على المشاركة الفاعلة للجمهور في عملية اتخاذ القرارات وإشباع حاجاتهم بصورة متزايدة، وتصفية أنماط التخلف لخدمة عملية التنمية، وهذه الإستراتيجية ترتكز أيضاً على اعتماد مبادئ عادلة لتوزيع الدخول القومية وتصفية سيطرة رأس المال الأجنبي على التجارة الخارجية، وعلى استخدام الموارد الطبيعية للبلدان النامية، وإقامة رقابة فاعلة على أنشطة الحركات غير القومية وإيجاد بنية أساسية تكنولوجية.

2. تحديد أهداف إستراتيجية ناجحة للتنمية تعتمد على مقومات أساسية تعمل وسائل الاتصال على تحقيقها، وهي كما يأتي:

•أن تكون موجهة نحو تحقيق الاستقلال الاقتصادي وضمان السيادة والسيطرة على الثروة القومية وتعزيز قضية السلام والتقدم الاجتماعي، وأن تكون موجهة ضد كل أشكال الاستغلال الاستعماري والعنصرية والعدوان.

• أن تكون موجهة لخدمة السكان، وتتيح النمو السريع للتقنيات الحديثة وتوفير العمل التنموي المناسب للجمهور، ووقف استنزاف العقول المهاجرة إلى الخارج.

• أن توفر الظروف الاعتماد الجماعي على النفس بحيث لا تقتصر على مجرد النمو الاقتصادي.

• توفير المعلومات للسكان عن التنمية وشروط نجاحها وكيفية إنفاق المال العام وشرح القوانين وتبسيط الإجراءات، وذلك بتنشيط الحوار وتوسيعه وإتاحة الفرص أمام الناس للتعبير عن آرائهم و أفكارهم حول مشاريع الحكومة، والاستماع لأقوالهم و الأخذ بالأقوال والآراء الجادة منها.

اختيار المعلومات بشكل دقيق وجذاب واستخدام أساليب مشوقة من اجل جذب كل شرائح المجتمع للتفاعل مع الوسائل الإعلامية لتحقيق الأهداف التنموية المنوطة بها.

•تعليم الناس المهارات والأساليب اللازمة التي تتطلبها عملية التحديث والتطوير، لا سيما الجرأة وانتقاد الخطأ، وانتقاد المسؤول الذي يخطئ وعدم الخوف من المدير أو الوزير، لأن كل هؤلاء يخضعون للمساءلة، حيث تعد وسائل الإعلام أهم صرح لمساءلة الخارجين عن القانون والنظام، وذلك من خلال نشر أعمالهم وأفعالهم المخالفة للنظام العام.

•توفير وسائل الإعلام والاتصال المتطورة، فمن خلال هذه الوسائل يمكن تعريف الناس بحقيقة مشكلاتهم ونقل أفكارهم لتحقيق التطوير المنشود .

•توزيع وسائل الإعلام المتعلقة بالتنمية بشكل جغرافي يتناسب مع مساحة البلد بحيث تشمل كل المناطق والنواحي، والقرى ذات الكثافة السكانية العالية.

•تأمين الكادر الإعلامي المتخصص من خلال الاعتماد على خريجي كليات الإعلام والصحافة وتقنية الصناعة الإعلامية وتوفير الكادر اللازم لإعداد البرامج الإعلامية التنموية.

•توسيع الآفاق الفكرية عند الناس من خلال منظور جديد يتطلب منهم اعتماد وسائل جديدة أكثر عصرية، واعتماد أنماط سلوكية وأساليب عمل أكثر تطوراً، وإشعارهم بأن التحديث والتطوير، وما يتضمنه من أهداف ومبادئ هو الكفيل بتلبية متطلباتهم.

5. خلاصة:

إن جوهر التنمية الاقتصادية هو التصنيع، غير أن استعمال الوسائل الحديثة المرتبطة بالمجتمع المصنع يتطلب ذهنية عصريه من أفراد المجتمع، تستوعب التقنيات الجديدة بالإضافة إلى محاربة العقلية الجامدة، ويتم هذا بنشر المعلومات وتوزيعها على أوسع نطاق، حتى يدرك كل فرد بنفسه ضرورة القيام بالتغيير ولا بد من أن يكون هناك إعلام اقتصادي يعمل على تشجيع المواقف والأنماط الاجتماعية والعادات الإنتاجية.

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن للإعلام الاقتصادي دور مهم في تحقيق متطلبات التنمية المستدامة و ذلك من خلال:

- تزويد أفراد المجتمع بالمعلومات التي تمكنهم من زيادة دخولهم والارتفاع بمستواهم المعيشي.
- مساعدة أفراد المجتمع لاكتشاف الفرص والمجالات الاستثمارية و تحفزهم لاستغلالها بما يخدم مصلحة المجتمع والفرد معا.

- تثقيفهم وتوعيتهم بما يدور حولهم من أحداث ومظاهر وأفكار مستحدثة على الصعيد الدولي والمحلي.
- إتاحة الفرصة لأفراد المجتمع لاكتشاف مواهبهم وتزويدهم بالمعارف التي تساعد على التعاون من اجل صالح المجتمع. الاهتمام بتحسين الأحوال الصحية العامة، وإتباع الطرق الصحيحة في التغذية والرعاية الصحية، وحماية البيئة...

ولكي تكون استراتيجيات الإعلام الاقتصادي ناجعة، وتؤدي دورها الفعال في تحقيق التنمية المستدامة نقدم مجموعة من الاقتراحات:

- من المحبذ في مجال الإحصائيات الاقتصادية أن تكون هناك تعددية في مصادر المعلومة، لأن ذلك سيؤدي حتما للتقليل من مقادير الأخطاء.
- محاولة التخلص أو حتى التقليل من البيروقراطية.
- الترويج لثقافة إعلامية اقتصادية في المجتمع.
- توفير الوسائل التكنولوجية الحديثة في الوزارات والمنظمات الحكومية خاصة تلك الخاصة بجانب جمع الإحصائيات والمعلومات.

6. المراجع

[1]: عبد الله خالد بن ربيعان، الإعلام الاقتصادي في المملكة، الواقع و فرص التطوير، ورقة عمل مقدمة للمنتدى السابع لجمعية الإعلام و الاتصال، السعودية الرياض.

[2] : شمس ضيات خلفلاوي ملاحظات حول واقع الإعلام الاقتصادي في الجزائر، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية و الإنسانية رقم 03-2009، ص 27.

[3]: شمس ضيات خلفلاوي، مرجع سابق، ص 28

[4] : شمس ضيات خلفلاوي، مرجع سابق، ص 28

[5]: مصطفى عبد الرحمن، أهمية الإعلام الاقتصادي، على الرابط: https://2u.pw/oKbEP

[6]: مصطفى عبد الرحمن، مرجع سابق.

[7]: سلكه أسماء، Media Economics in Algeria: Review and Analysis ،مجلة الاقتصاديات المالية و البنكية، المجلد 10 العدد 2، ديسمبر 2021.

[8]: الزين منصوري، تشجيع الاستثمار و أثره على التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى دار الراية للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2012، ص 83.

[9]: تقرير بروتلاند، تعريف التنمية المستدامة من قبل اللجنة العالمية للبيئة و التنمية، الأمم المتحدة، 1987.

[10]: فوزية حجاب الحربي، دور الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة، 2016.

[11]: بوزيان العجال، شمة نوال، التنمية المستدامة محددات و تحديات، ص 302، على الرابط: https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/276/4/6/7849

[12]: مجدي محمد عبد الجواد الداغر، دور وسائل الإعلام و الاتصال في دعم خطط التنمية المستدامة و النهوض بها في البلدان العربية،دراسة حول دور الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من 2005-2007، رسالة دكتوراه، جامعة المنصورة، مصر، ص 65.

[13]: مجدي محمد عبد الجواد الداغر، مرجع سابق، ص 65.

2: الشبكة العربية للتميز و الاستدامة، التنمية المستدامة مفهوم، تعريف، أبعاد و مكونات، على الرابط: https://2u.pw/lr9WD

[15]: مقسمة الى اهداف اقتصادية بيئية و اجتماعية، للاطلاع على تصنيفها انظر

[16]: موقع الأمم المتحدة، أهداف التنمية المستدامة على الرابط: https://www.un.org/sustainabledevelopment/ar/

[17]: فوزية حجاب الحربي مرجع سابق، ص 13.

[18]: مجدي محمد عبد الجواد الداغر، مرجع سابق، ص 54.

[19]: غادة شوقي العكل، الإعلام و التنمية المستدامة، ص 34.

[20] : مجدي محمد عبد الجواد الداغر، مرجع سابق، ص 24.

[21]: عبد العزيز بن سعيد الخياط، دور الإعلام في التنمية الاقتصادية، ورقة علمية مقدمة الى المنتدى الإعلامي السنوي السابع، الجمعية السعودية للإعلام و الاتصال، ص 12.

[22]: فوزية حجاب الحربي مرجع سابق ص 22.