

**قضايا التنمية الاقتصادية في القنوات
الفضائية العراقية
دراسة تحليلية**

إعداد

م. م. صلاح غانم نوري

كلية الإعلام – الجامعة العراقية

This study is an attempt to investigate and explore ways on how to provide economic development in the canals Iraqi Satellite TV programs, have been proposed qualitative turn to this form of study to analyze a particular model "sample" in the economic program of the week in the satellite channel Baghdad for six consecutive months. The most important findings of the research are: varied nature of the interest in the form of participation workshops program between participating via satellite "direct" and to participate through dial-up, and diversity in the specialty program participants guests between an expert or an economic analyst and government officials. As communicators to realize the importance of using the technical aspects of the audio or audio effects such as music in order to alleviate the economic content unit, and the use of visual effects such as images, graphics charts. As well as excellence in the presentation of the logical Alastmat in providing figures and statistics, as well as emotional Alastmat because it would attract the attention of viewers by focusing on the sense of danger that threatens the economic future of Iraq.

الخلاصة:

ان هذه الدراسة هي محاولة للتحقيق واستقصاء الطرق حول كيفية تقديم برامج التنمية الاقتصادية في القنوات الفضائية العراقية، وتم اقتراح نمى نوعي لهذا الشكل من الدراسة لتحليل نموذج معين "عينة البحث" في برنامج الاسبوع الاقتصادي في قناة البغدادية الفضائية لمدة ستة أشهر متتالية. أهم النتائج التي توصل اليها البحث هي: تنوعت طبيعة الاهتمام في شكل المشاركة بحلقات البرنامج ما بين المشاركة عبر الاقمار الصناعية "مباشر" والمشاركة عبر الاتصال الهاتفي، والتعدد في تخصص الضيوف المشاركين بالبرنامج ما بين خبير أو محلل اقتصادي ومسؤول حكومي. كما وادراك القائمين بالاتصال إلى أهمية استخدام الجوانب الفنية في المؤثرات الصوتية أو السمعية مثل الموسيقى من أجل التخفيف من حدة المضمون الاقتصادي، واستخدام المؤثرات المرئية مثل الصور بالرسومات البيانية، والتميز في طريقة عرض الاستمالات العقلانية في تقديم الأرقام والإحصاءات، وكذلك الاستمالات العاطفية لأنها تساهم في جذب انتباه المشاهدين من خلال التركيز على الإحساس بالخطر الذي يهدد المستقبل الاقتصادي للعراق.

المقدمة:

أخذت قضايا التنمية الاقتصادية تبرز في مختلف وسائل الإعلام (المقروءة والمسموعة والمرئية) وأيضاً في مواقع الإنترنت، وقد أخذ علم الاقتصاد في الانتشار، وجاءت اهتمامات تنمية الموارد الاقتصادية على رأس أولويات هذا العلم، ومع انتهاء القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين بدأ إيقاع الحياة العلمية يزداد سرعةً ونمواً؛ لذلك أصبحت قضايا التنمية الاقتصادية مهمة في مواكبة احتياجات سوق العمل الحياتي، وخاصة الأفراد الذين هم الأساس الجوهري في بناء كل مجتمع. وبعد أن دخل العراق في مرحلة جديدة حدثت تغييرات وتطورات عديدة وجوهرية من النواحي الإعلامية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية؛ حيث تم تغيير أنماط ملكية وسائل الإعلام المختلفة من الملكية الحكومية إلى ملكية الأحزاب السياسية والمذهبية والطائفية والقومية، ولاسيما بعد دخول المستثمرين الأجانب في هذا المجال سعياً وراء الأرباح المادية من خلال إنشاء قنوات فضائية متعددة ومتنوعة^(١). من هنا تبرز الحاجة إلى زيادة التوعية الإعلامية بقضايا التنمية الاقتصادية في المجتمع العراقي لان وسائل الإعلام هي أحد أهم الأجنحة التنموية، وأداة فعالة لنشر وتعميم التنمية الاقتصادية؛ حيث تقوم وسائل الإعلام بصورة العامة، وبعض القنوات الفضائية العراقية بصورة خاصة بأدوار مختلفة، من خلال توعية الرأي العام الجماهيري وأصحاب القرار وتشجيعهم وتنقيتهم تجاه تنمية المجتمع اقتصادياً لأنها من احدى الركائز المهمة في رفع المستوى المعيشي لدى الافراد، ونهوض وانتعاش الدولة من الجوانب الاقتصادية.

البحث الأول/ الإطار المنهجي للبحث

أولاً: إشكالية البحث: تتحدد مشكلة البحث في قيام وقدرة البرامج التلفزيونية في القنوات الفضائية العراقية على تحقيق مساهمة إيجابية لقضايا التنمية الاقتصادية في حياة الفرد والأسرة والمؤسسة والمجتمع، ولابد لها أن تقوم بدور أساسي في مجال تطوير برامج التنمية الاقتصادية، وبالتالي إلى أي مدى يتم الاستفادة من خصائصها في تشكيل ثقافة اقتصادية للمواطن العراقي.

ثانياً: أهمية البحث: تنقسم أهمية البحث إلى قسمين هما:

١. الأهمية الموضوعية: تكمن أهمية البحث في أن التوجه العام هو نشر مفهوم التنمية الاقتصادية في جميع الوسائل الإعلامية المحلية، والذي يتجه نحو وسائل الإعلام من أجل مواجهة أخطار فشل التنمية الاقتصادية، ولا بد لها أن تتناول موضوعاً من موضوعات قضايا التنمية الاقتصادية الحديثة التي تلقى قبولاً لدى الفئات المختلفة من شرائح المجتمع العراقي.

٢. الأهمية العملية: لذلك تزداد الأهمية في تقييم وتقويم أداء القنوات الفضائية العراقية في خدمة قضايا التنمية بصورة عامة، وقضايا التنمية الاقتصادية بصورة خاصة في المجتمع العراقي للاستفادة منها في رفع المستوى الاقتصادي، وأيضاً في كيفية المعالجة الإعلامية لهذه الفضائيات في تحديد قضايا التنمية الاقتصادية المهمة في البرامج الاقتصادية التي تساهم في نشر وعي الثقافة الاقتصادية للمواطن من أجل تطوير الواقع الاقتصادي في العراق.

ثالثاً: أهداف البحث:

تحدد أهداف البحث بالآتي:

أ- تحديد أهم المحاور التي تطرحها برامج التنمية الاقتصادية من أجل رفع المستوى الاقتصادي للمجتمع العراقي.
ب- رصد وتحليل عينة من المواضيع في البرامج الاقتصادية والتي تعرضها القنوات الفضائية العراقية ومدى ارتباطها بخدمة المواطن العراقي.

ت- التعرف على الأساليب التي تعرض بها برامج التنمية الاقتصادية في القنوات الفضائية العراقية.

ث- كشف جوانب الاهتمام والإخفاق الإعلامي لبرامج القنوات الفضائية العراقية التي تتناول قضايا التنمية الاقتصادية، ومحاولة تقديم المعالجة لمضامين تلك الصيغ البرمجية.

رابعاً: تساؤلات البحث: يسعى البحث إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية، وتنقسم إلى محورين هما:

المحور الأول: تساؤلات من حيث الشكل:

١- ما طبيعة شكل المشاركة في برامج التنمية الاقتصادية؟

٢- ما مدى تخصص الضيوف المشاركين في برامج التنمية الاقتصادية؟

٣- ما هي الجوانب الفنية المستخدمة في عرض وتقديم فقرات برامج التنمية الاقتصادية؟

المحور الثاني: تساؤلات من حيث المضمون:

١- ما الأساليب المستخدمة في تقديم مضامين برامج قضايا التنمية الاقتصادية؟

٢- ما هي القوالب الفنية المستخدمة في تقديم برامج التنمية الاقتصادية؟

٣- ما هي الاستمالات (الاستمالات العقلانية، الاستمالات العاطفية) المستخدمة في تقديم برامج التنمية الاقتصادية؟

خامساً: منهج البحث: يعد هذا البحث من البحوث الوصفية القائمة على المنهج المسحي لواقع الأحداث والظواهر وتحليلها وتفسيرها؛ للوصول إلى استنتاجات مفيدة؛ إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديده أو استكماله وتطوره؛ لفهم الحاضر والتوجيه نحو مستقبل أفضل، واعتمد الباحث أسلوب المسح بتطبيق تحليل المضمون من خلال مسح العينة. ويتم استخدام أسلوب مسح قضايا التنمية الاقتصادية في برامج قنوات الفضائية العراقية (قناة البغدادية الفضائية) إنموذجاً، والغرض منها توضيح تفاعل بين واقع التنمية الاقتصادية في المجتمع العراقي للوصول إلى تحليل واقعي يؤكد اهتمام وسائل الإعلام بالاقتصاد.

سادساً: أداة البحث: استخدم الباحث استمارة تحليل كأداة لجمع البيانات للتعرف على ما تقدمه القنوات الفضائية العراقية من خلال (قناة البغدادية الفضائية) عينة البحث من موضوعات وبرامج تهتم بقضايا التنمية الاقتصادية، من أجل رصد البيانات الخاصة بالمضمون الكمي والكيفي لهذه البرامج ضمن حلقاتها، وبالتالي الحصول على نتائج دقيقة وموضوعية.

سابعاً: عينة البحث: قام الباحث بمتابعة وتحليل مضمون برامج قضايا التنمية الاقتصادية في قنوات الفضائية العراقية من خلال برنامج (الاسبوع الاقتصادي) في قناة البغدادية الفضائية إنموذجاً، وباستخدام أسلوب المسح الشامل للبرنامج عينة البحث عن طريق تحديد فئات المضمون، وتعرض حلقة واحدة في كل الاسبوع، وتقسّم الحلقة إلى محورين: المحور الأول يتناول الملف الاقتصادي المحلي العراقي، والمحور الثاني يتناول الملف الاقتصادي العربي. وتم اختيار المحور الأول من الحلقة، والذي يتناول الملف الاقتصادي العراقي، ومن ثم تحديد المدة الزمنية لدورتين إذاعية لمدة ستة أشهر، والتي تبدأ من أول شهر نيسان/ ابريل حتى نهاية شهر أيلول/ سبتمبر ٢٠١٦ .

- الحدود المكانية: قضايا التنمية الاقتصادية في قناة البغدادية الفضائية في برنامج "الاسبوع الاقتصادي".
 - الحدود الزمانية: جرى اختيار الحد الزمني للمدة التي تمتد من ٢٠١٦/٤/١ إلى ٢٠١٦/٩/٣٠، أي قوامها ستة أشهر متتالية.
- عاشراً: إجراءات الصدق والثبات:

- اختبار الصدق: يستهدف اختبار الصدق التحقق من قدرة استمارة التحليل على قياس ما صممت لقياسه، وقام الباحث بعرض استمارة التحليل على مجموعة من الخبراء والمحكمين المتخصصين في مجال الإعلام ومناهج البحث^(٢)؛ لاختبار مدى قدرتها على قياس المتغيرات التي يفترض أن تقوم بقياسها، وقد أجرى بعض التعديلات على استمارات تحليل المضمون، وذلك في ضوء الملاحظات التي أوصى بها المحكمون؛ لتصبح جاهزة التطبيق.

- اختبار الثبات: أجرى الباحث اختبار الثبات باستخدام معادلة هولستي^(٣)، عن طريق ترميز الاستمارة مرة ثانية بعد مضي شهر؛ لتوفير أكبر قدر من الثبات على استمارة التحليل، وقد جاءت نتيجة التحليل الثاني مطابقة تقريباً لنتيجة التحليل الأول؛ حيث لم تظهر أي فئات أخرى أو تختفي، وكانت نتيجة الاختبار جيدة بعد تطبيق المعادلة، حيث بلغ معامل الثبات في هذه الدراسة نسبة (٩١٪)، وهي قيمة مرتفعة تدل على صلاحية القياس إلى حد كبير.

احد عشر: الدراسات السابقة: يعد التراث العلمي حقلاً علمياً خصباً يطلع عليه الباحث لكي يُلم بأساسيات الدراسة وأركانها، وتم مسح التراث الذي يشمل الدراسات التي تناولت موضوع التنمية الاقتصادية ووسائل الإعلام، وسوف تعرض حسب الترتيب الزمني من الأحدث إلى الأقدم وكالاتي:

أ- الدراسات العربية:

١. دراسة: عماد خليل عيدان (٢٠١٤)، "مؤشرات الاستدامة في عملية التنمية الاقتصادية في العراق"، وخلصت الدراسة إلى إن تحقيق التنمية المستدامة لا يتم الا باعتماد استراتيجية تنموية تتكامل فيها الأبعاد الثلاثة المتمثلة بالبعد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، تعرض العراق إلى سياسة اغراق تجاري بيئي خاصة بعد عام ٢٠٠٣ م، ولعبت هذه السياسة دوراً كبيراً في تدهور القطاعات الاقتصادية كالقطاع الزراعي والصناعي، فضلاً عن آثارها البيئية والصحية^(٤).

٢. دراسة: عدنان حسن محمود (٢٠٠٣)، "دور القنوات التلفزيونية الإقليمية في معالجة قضايا التنمية الاجتماعية في مصر"، تهتم الدراسة بتأثير القنوات الإقليمية على سلوك واتجاهات المجتمع المحلي الذي تبث فيه هذه القنوات، وتهدف إلى التعرف على دور القنوات التلفزيونية الإقليمية، ومحتوى ما تبثه من مواد وبرامج يمكن أن تسهم في زيادة معرفة المجتمع المحلي بالقضايا التنموية^(٥).

٣. دراسة: مظفر عبدالمالك حسون (١٩٩٦)، "الإعلام الاقتصادي وأثره على تطور الوعي الاقتصادي"، توضح الدراسة أنه ليس لوسائل الإعلام القدرة، والتأثير المتوقع في تقديم التفاصيل، وحلول خاصة في تناول قضايا الاقتصاد، والذي تبين من خلاله أن وسائل الإعلام قد لعبت دوراً غير مؤثر في أن تجعل القضايا الاقتصادية في مقدمة الأجندة الخاصة بالجمهور^(٦).

ب- دراسة أجنبية: دراسة: (Nam Siho) نام سيهو (٢٠٠٥)، "سياسات التنمية المضغوطة بين وسائل الإعلام الحديثة مدى التنوع والتباين في الارسال التلفزيوني والتحديات الجديدة في كوريا الديمقراطية"، أشارت الدراسة إلى مجموعة من المقاييس الاقتصادية التي تؤدي إلى التركيز المتزايد على ملكية وسائل الإعلام في قطاع الإرسال التلفزيوني، وبشكل خاص بعد إعادة التنظيم في إعادة سياسة الإعلام الكورية، ويضاف إلى ذلك أن تحليل تباين البرامج يوضح أن عدد القنوات كان متزايداً بشكل ملحوظ خلال العقد الزمني الماضي مما لم ينتج عنه بشكل أساسي تزايد ذو قيمة معنية في صناعات سياسة الاعلام^(٧).

المبحث الثاني/ الإطار النظري للبحث

أولاً: مفهوم التنمية والتنمية الاقتصادية: تعد التنمية بمفهومها الشامل والمعاصر عملية تخص جميع مستويات الحياة ومجالاتها، وهي فكرة ولدت بين الحربين العالميتين واتسعت الآن، وتجسيد هذه العملية يتوقف على عدة عوامل تتفاوت أهميتها من طرف لآخر، ومن بلد لآخر، وتهدف التنمية إلى تنمية الموارد والإمكانات الداخلية للمجتمع^(٨)، و منذ عقد السبعينات من القرن العشرين الماضي، بدأ مفهوم التنمية (Development) يظهر بشكل واضح وجلي في الأدبيات التنموية الدولية^(٩). يختلف مفهوم التنمية الاقتصادية (Economic Development) ، وبحسب اختلاف المعايير أو المؤشرات المستخدمة، فالنسبة للمؤشرات الاقتصادية التقليدية تعني قدرة الاقتصاد

القومي على تحقيق معدلات مرتفعة في النمو الاقتصادي، وبالتالي زيادة معدل الدخل الفردي بنسبة تفوق معدل نمو السكان، ويستخدم عادة معدل نمو الدخل الفردي بالمعيار الحقيقي (أي باستبعاد التضخم النقدي) كمقياس لتحسين مستوى معيشة الفرد^(١٠). تعرف التنمية الاقتصادية: بأنها العملية التي يتم فيها زيادة الدخل الحقيقي زيادة تراكمية وسريعة ومستمرة عبر فترة من الزمن بحيث تكون هذه الزيادة أكبر من معدل نمو السكان مع توفير الخدمات الإنتاجية والاجتماعية، أو أنها عبارة عن التغييرات الهيكلية التي تحدث في الاقتصاد القومي بأبعادها المختلفة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والتنظيمية من أجل تحسين نوعية الحياة وتوفير حياة كريمة لجميع أفراد المجتمع^(١١).

ثانياً: **مراحل التخطيط الاستراتيجي للتنمية الاقتصادية:** تشير التجارب الجيدة إلى أن التنمية الاقتصادية يجب أن تتحقق من خلال تبني استراتيجية لذلك، وتوفر استراتيجية التنمية الاقتصادية الفرصة للتركيز على تدعيم الاقتصاد المحلي وتعزيز القدرات المحلية، ويتراوح الإطار الزمني لتنفيذ استراتيجية التنمية الاقتصادية بين ثلاث إلى ثماني سنوات ويشمل خطط سنوية للتنفيذ، وقد تم إيجاز التسلسل المنطقي لمراحل التخطيط الاستراتيجي كالآتي^(١٢):

جدول رقم (١) مراحل التخطيط الاستراتيجي للتنمية الاقتصادية

مراحل التخطيط الاستراتيجي للتنمية الاقتصادية	
المرحلة الأولى: تنظيم الجهود	المرحلة الرابعة: تنفيذ الاستراتيجية
المرحلة الثانية: تقييم الاقتصاد المحلي	المرحلة الخامسة: مراجعة الاستراتيجية
المرحلة الثالثة: إعداد الاستراتيجية	

يوضح الجدول اعلاه مراحل التخطيط الاستراتيجي للتنمية الاقتصادية.

رابعاً: أبعاد التنمية الاقتصادية^(١٣):

- ١- البعد المادي (الاقتصادي) للتنمية: ويتضمن مثلاً التأكيد على مفاهيم النمو، والتحديث، والتصنيع، والاستثمار، والصناعة، والتجارة، والثروة المعدنية.
- ٢- البعد الاجتماعي (الانساني) للتنمية: ويتضمن مثلاً اجتثاث الفقر، وإشباع الحاجات الاساسية للغالبية من سكان والتوزيع الأكثر لدالة الدخل.
- ٣- البعد السياسي للتنمية: ويتضمن مثلاً مفاهيم التحرر من التبعية والاستقلال الاقتصادي.
- ٤- البعد الدولي للتنمية: ويتضمن مثلاً مفهوم التعاون الدولي وعلاقته بالتنمية في إطار المنظمات والاتفاقيات والنظام العالمي والتكامل الاقليمي.
- ٥- البعد الجديد للتنمية: والذي ينظر إلى التنمية الاقتصادية باعتبارها رقياً على سلم النهضة الحضارية.

خامساً: واقع التنمية الاقتصادية في العراق:

يعد العراق من الدول التي تمتلك أهمية كبرى عبر تاريخه، وبسبب عوامل عديدة أهمها موقعه الجغرافي والثروات النفطية؛ حيث ان الاقتصاد العراقي واحد من أهم اقتصاديات الدول العربية بالاحتياطي النفطي فهو يصنف ثاني أكبر احتياطي في العالم، كما توجد موارد مائية تتمثل في نهري دجلة والفرات والاهوار والمسطحات المائية المتنوعة، والثروات الزراعية المختلفة ومنها التمور، والثروات الحيوانية، والسياحة الدينية حيث توجد مرقد الأنبياء والأئمة. وتقسم استراتيجيات التنمية في العراق ما بعد عام (٢٠٠٣) إلى عدد من الأهداف الطموحة في مقدمتها تنويع الهيكل الانتاجي من خلال توسيع دور القطاع الخاص، وتشجيع الاستثمارات الأجنبية، ورفع مستوى التنمية البشرية، والتخلص من احتكار القطاع العام للعملية الانتاجية، وزيادة الإيرادات الضريبية، وتحرير التجارة الخارجية، وإصلاح الشركات الحكومية، ولكن هذه الخطط لم تحقق أهدافها بسبب عدد من المعوقات التي أثرت بشكل سلبي على تلك الأهداف الاستراتيجية، بل إنها كانت نذير شؤم قد تؤثر بشكل سلبي على كامل اقتصاد العراق، وهذا بدوره يوجب تسليط الضوء على بعض تلك المعوقات وهي:

١. الوضع الأمني: إن التحدي الرئيس أمام العراق اليوم هو عدم الاستقرار الأمني في مختلف مناطقه مما يؤدي الى الاضطرابات السياسية والنشاطات الارهابية، وجرائم القتل والاختطاف واحتجاز الرهان؛ لذا فإن النتيجة العامة هي انعدام أو ضعف الاستثمار في الاقتصاد المحلي^(١٤).

٢. ارتفاع معدلات التضخم: تشكل معدلات التضخم التي هي من المشاكل الاقتصادية البارزة، والتي يعاني منها الاقتصاد العراقي، وهي إحدى المعوقات أمام دخول الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وخاصة في المشاريع الطويلة الأجل؛ إذ أن التضخم يعطل آلية الأسعار ويفقدها ميزاتهما في التعبير عن الندرة النسبية للسلع والخدمات كما يلغي وظيفة العملة المحلية كأداة للتداول أو الادخار^(١٥).

٣. عدم كفاءة السوق المالي: إن نشوء السوق المالي لا يأتي من فراغ، وإنما هو نتيجة وجود عوامل متعددة اقتصادية ومالية وسياسية تتفاعل فيما بينها، ويعتمد بعضها على البعض الآخر؛ إذ يمكن تشبيه السوق المالي مثلاً بقطعة نقود يمثل الوجه الأول المناخ السياسي واستقرار الأوضاع الاجتماعية والأمنية، أما الوجه الآخر يمثل فعالية السوق وحجم الانتاج ونشاطات المنشأة العامة والخاصة وحركة رأس المال^(١٦).

٤. الفساد الإداري والمالي وعدم الشفافية: يؤدي الفساد الإداري والمالي وعدم الشفافية إلى تعطيل مسيرة التنمية الاقتصادية، ويشكل عجز الحكومة عن مكافحة الفساد التي هي إحدى أهم التحديات الرئيسية التي تواجهها التنمية الاقتصادية في العراق، وتكون في أشكال مختلفة منها (اختلاس الأموال العامة، والرشاوي، والعمولات غير المشروعة، والتهرب الضريبي والجمركي، والغش التجاري والصناعي، وتجارة العملة والسوق السوداء، وتجارة المخدرات واستغلال الوظائف العامة في تحقيق مكاسب شخصية والمحسوبية والواسطة، وسرقة الآثار... إلخ)، مما كان له آثار سلبية على التنمية الاقتصادية^(١٧).

٥. عوامل اجتماعية: تتمثل العوامل الاجتماعية في أنماط العلاقات والنظم الاجتماعية السائدة في العراق والتي تلعب دوراً بارزاً في رفض أو قبول ما يحدث فيه من تغيير أو تطوير في مختلف المجالات، وما تؤديه من دور فعال في إعاقة أو تسهيل عمليات التنمية فيه، ومن أهم العوامل الاجتماعية التي تشكل عقبة أمامها هي نظام القرابة والطائفية والوضع الطبقي الموجود في العراق^(١٨)، وقلة مساهمة المرأة في العمل^(١٩)، والأمية وانخفاض مستوى التعليم على العموم لأن المرأة تمثل قطاعاً بشرياً له دور مؤثر في المجتمع^(٢٠).

سادساً: الشروط الصحيحة لنجاح عملية اتخاذ القرار الاقتصادي بدعم من وسائل الإعلام في العراق هي^(٢١):

أ- الشفافية: ويقصد بها صدق الإعلام في نقل الحقائق إلى الجمهور فضلاً عن دقتها والشفافية أي تعني صدق المسؤول في طرح المشاكل الاقتصادية، والبدائل لمعالجتها من خلال ايجاد الحلول لهذه المشاكل، وماهي التكاليف الاجتماعية والاقتصادية المترتبة عن اختيار كل بديل من هذه البدائل.

ب- الديمقراطية: تتضمن وصول ممثلي الشعب إلى السلطة التشريعية وممارسة دورهم بحرية في اتخاذ القرارات الاقتصادية الفاعلة من خلال وضع الخطط والاستراتيجيات الآنية والمستقبلية والتي تؤدي إلى تحقيق التنمية الاقتصادية وتحقيق الرفاهية للمواطن وحماية الموارد الاقتصادية.

ت- الحرية: أي حرية وسائل الإعلام وحرية المواطن في مناقشة المسائل الاقتصادية والاجتماعية وإبداء الرأي والرأي الآخر ومساهمة جميع الجهات ذات العلاقة والخبرة العلمية في الأمور الاقتصادية في اتخاذ القرار الاقتصادي.

سابعاً: التأثير المتبادل بين الإعلام والاقتصاد: يعد تأثير الإعلام في الاقتصاد من أهم الإشكاليات في عصر تنامي الإعلام والمعلوماتية مع تطور تكنولوجيا الاتصالات والتواصل بين البشر عبر شبكات الإنترنت الذي اعتبره البعض أهم ابتكار في مسيرة البشرية منذ ابتكار الكتابة، وإن الإعلام الأكثر تأثيراً حتماً في الاقتصاد بسبب التأثير المتبادل بينهما من خلال الشركات وحسب حجم إعلاناتها في وسائل الإعلام، وهو بلا شك مصدر التمويل الرئيس للمؤسسات الإعلامية ودون التمويل المستدام لا يمكن للإعلام مواجهة التحديات المتعاظمة كي يكون إعلاماً ناجحاً، فالإعلام الناجح فقط يمكنه أن يصنع اقتصاداً ناجحاً، وكلنا يعلم أن الجهات المانحة للإعلان تؤثر حتماً على محتوى الأخبار أو البرامج أو المعلومات المقدمة وبالتالي تؤثر في مصداقية الوسيلة الإعلامية^(٢٢). من المؤكد أنه لا يوجد إعلام محايد، ولا يمكننا أن نطالب بإعلام محايد، فالوسيلة الإعلامية تخدم مصالح مصادر تمويلها أي التبعية السياسية أو الاقتصادية للوسيلة، ومن أهم المصادر الأخرى للوسيلة الإعلامية هي الإعلانات التي تعد من أهم مصادر التمويل الاقتصادية، وبالتالي التأثير المتبادل بينهما^(٢٣).

ثامناً: الإعلام الاقتصادي: يعرف الإعلام الاقتصادي بأنه "المنظومة الإعلامية الرئيسية أو الفرعية التي تعالج قضايا التنمية وفق مضمون الإعلام والتنمية الاقتصادية، وفي إطار جهود اليونسكو برزت الدعوة إلى إقامة نظام إعلامي دولي جديد^(٢٤)، فالسياسة الاقتصادية الدولية الجديدة التي فرضت ما يسمى باقتصاد السوق الذي عزز من مفاهيم المنافسة والجدوى والعائد المالي والاقتصادي جعل الإعلام بصورة عامة، والإعلام الاقتصادي بصورة خاصة له دوراً أساسياً في الحياة الاقتصادية، والاجتماعية على المستوى المحلي والدولي على حد سواء

(٢٥). إن مهمة الإعلام الاقتصادي بشكل عام هي تعريف الجمهور بالنشاطات والفعاليات الاقتصادية، وتشجيع حركة التبادل الاقتصادي والاستثماري بشتى مجالاته، ونشر ثقافة التنمية من خلال عرض وتحليل المضامين الاقتصادية في قوالب وأطر إخبارية تخدم أهداف تثقيف الجمهور، وتزويده بالمعلومات التي تمس حياته اليومية، وتوجيهه لمساعدة نفسه في تطوير حياته المعاشية، وتحديد احتياجات ومشكلات المجتمع، وترتيب أولوياته واختيار أنسب الطرق لمعالجتها، فإنها في المقابل تتيح للجهات الحكومية والقطاع الخاص وضع استراتيجية خاصة بالتحضير الاقتصادي والتنموي (٢٦). يظهر الإعلام الاقتصادي في مرحلة من تطور الحياة الاقتصادية في المجتمع أو يعكس مستوى تطور هذا الإعلام ودرجة تنوعه ومستوى التطور، ففي مرحلة معينة من التطور يتوقف الاقتصاد عن أن يكون مجرد نشاطات وإجراءات جزئية مفككة ومبعثرة ومؤقتة، ويتحول إلى حياة كاملة غنية مؤلفة من عناصر ناضجة ومتعددة ومتكاملة (٢٧). ويمكن القول بأن الإعلام الاقتصادي هو الإعلام المعني أساساً بمعالجة الأهداف والظواهر والتطورات في الحياة الاقتصادية بجوانبها المختلفة، والهدف منها هو التأثير في مسارات التطور والتغير في الحياة الاقتصادية بما يعبر عن أفكار القوى التي تملك هذا الإعلام وتوجهاته، وتخدم مصالحه بمختلف جوانب الحياة في المجتمع سواء كانت (تجارية أو صناعية أو زراعية أو سياحية أو خدمات أخرى).

تاسعاً: دور وسائل الإعلام في التنمية الاقتصادية: أن الإعلام على المستوى الوطني أصبح اليوم ضرورة اقتصادية واجتماعية وسياسية، لما له من آثار واسعة ومختلفة على كل قطاعات المجتمع، وذلك أن الإعلام بمختلف وسائله يتفاعل مع مكونات النظام الأخرى، وتظهر قاسماً مشتركاً في كل المشكلات الوطنية (٢٨). تتميز وسائل الإعلام المختلفة بان لها دوراً كبيراً في نشر الوعي بالتنمية الاقتصادية، ولذلك يتوجب على القائم بالاتصال إعداد برامج التنمية الاقتصادية بالاعتماد على سمات المجتمع من عادات وتقاليد ومستوى الثقافة العامة الاقتصادية، وذلك باستخدام كافة الوسائل المتاحة، والجوانب المتنوعة من الأفلام والندوات والمحاضرات، واستخدام الممثلين والمطربين لهذا الغرض بهدف نشر الوعي الاقتصادي (٢٩). تشارك وسائل الإعلام في التنمية الاقتصادية عن طريق تناول الآثار السلبية للخصائص الاقتصادية في نطاق عملها، وذلك عن طريق تناولها بالقضاء على هذه الآثار نتيجة استغلال الطاقات المعطلة، والموارد الطبيعية غير المستغلة من أراضٍ قابلة للاستصلاح والاستزراع، وتنمية الثروة المعدنية، وتشجيع انتشار التصنيع البيئي المحلي، واستغلال الإمكانيات السياحية، ومشروعات الأمن الغذائي، ولها دور في تبني القضايا المؤثرة في اقتصاديات المجتمع (٣٠). ان واجبات وسائل الإعلام التركيز على مشاكل التنمية ومراقبة الأجواء الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، كما يجب عليها وضع نظام الأسبقيات حتى يمكنه من تطوير مضمونها، على أن تكون متصلة تماماً باحتياجات الشعب والتخطيط القومي (٣١).

عاشراً: التلفزيون والتنمية الاقتصادية: يعد تلفزيون من أهم وسائل الإعلام التي تساهم في تحقيق التقدم للمجتمع بتدعيمه للقيم الجديدة التنموية، وتفاعله مع مشاكل وقضايا المجتمع من الناحية الاقتصادية والاجتماعية في كل مرحلة من مراحله خلال البرامج التنموية التي تخدم أهداف كل مرحلة (٣٢). وإن معظم الحكومات تستخدم التلفزيون في عملية التنمية الشاملة، فالتلفزيون ضرورة ملحة للمجتمع، فإذا كانت التنمية الاقتصادية تحدث تغيرات شاملة في البنية الاجتماعية، فالتلفزيون يمكن أن يسهم بدور كبير في عملية تكوين الاتجاهات وتعديلها وتحديث الآراء من خلال تبديل القيم القديمة بالقيم الجديدة، كما ان تأثيره قوي في توعية أكبر عدد من مشاهديه بأبعاد وحقائق الظروف والمشكلات الموجودة في المجتمع، وقادرتة على وضع المناخ الملائم لتحقيق التنمية الاقتصادية من خلال كشف الفساد والإصلاح الاقتصادي وتحقيقات وتحليلات عديدة للأبعاد الاقتصادية المختلفة (٣٣).

احد عشر: المهام والأدوار التي يسهم بها التلفزيون في التنمية الاقتصادية (٣٤):

- ١- تبسيط المفاهيم الاقتصادية وتوضيح البعد الاقتصادي وزيادة تفهم المواطنين لمشكلات التنمية وقضاياها.
- ٢- تهيئة المناخ للتنمية الاقتصادية من خلال تركيز الاهتمام على القضايا التنموية الاقتصادية وتوجيه الاهتمام من حين لآخر نحو سلوك أو إعادة جديدة أو ممارسة زراعية أو مهنة جديدة أو أي شيء يستدعي التغيير.
- ٣- عرض الأنشطة الاقتصادية والعمل على رفع معدلات الإنتاج وتحسين المنتج، ونشر الوعي السياحي وترويجه من الناحية الاقتصادية، وتوضيح أهمية البترول والتجارة الخارجية على زيادة الدخل القومي ومحاولة جذب الاستثمار الاجنبي إلى البلاد.
- ٤- مساندة سياسات وبرامج الإصلاح الاقتصادي من خلال الموارد، وتوعية المواطنين بدواعي الإصلاح، والتعميمات التي يطلبها.
- ٥- إشاعة روح التعبئة ضد التخلف، أو العمل على تعبئة القوى والطاقات في الفكر والجهد والعمل من أجل التنمية الاقتصادية.

٦- التوعية الاستهلاكية، ويقصد بها تطوير وترشيد الأنماط الاستهلاكية السائدة، والحد من الإسراف، وإعداد المواطن للعمل والإنتاج باعتبار أن الإنسان كائن منتج يحقق إنسانيته في العمل كمنشأ اجتماعي، وأن الإنتاج عملية تستهدف خدمة أغراضه واحتياجاته.

المبحث الثالث/ الإطار العلمي للبحث

يعد هذه البحث من البحوث الوصفية التي اعتمدت على أسلوب المسح وتحليل مضمون العينة مستخدماً المعادلات الإحصائية والرياضية بما يسمح بدراسة متغيراتها والعلاقات المتشابكة بينها، والإجابة على تساؤلاتها المختلفة؛ حيث بلغت العينة (٢٦) حلقة من برامج (الاسبوع الاقتصادي) في قناة البغدادية الفضائية إنموذجاً. سيتم عرض نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها من حيث الشكل والمضمون لقضايا التنمية الاقتصادية في القنوات الفضائية العراقية - عينة البحث - خلال مدة دورتين إذاعية أي ستة أشهر متتالية، وتنقسم الدراسة العملية إلى محورين رئيسيين هما:

المحور الاول: شكل برامج قضايا التنمية الاقتصادية في القنوات الفضائية العراقية:

جدول رقم (٢): طبيعة شكل المشاركة في برامج التنمية الاقتصادية

النسبة (%)	التكرار	طبيعة شكل المشاركة
٢٣,٠٧	٦	المشاركة عبر الاتصال الهاتفي
٣,٨٤	١	المشاركة عبر الاتصال بالبريد الالكتروني
٦٩,٢٥	١٨	المشاركة عبر الاقمار الصناعية
٣,٨٤	١	المشاركة بالحضور إلى الاستديو
٪١٠٠	٢٦	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (٢) أن طبيعة شكل المشاركة تنوعت في حلقات البرنامج ما بين فئة (المشاركة عبر الاقمار الصناعية)، والتي حققت أعلى نسبة (٦٩,٢٥٪)، وبين فئة (المشاركة عبر الهاتف) بنسبة (٢٣,٠٧٪)، ثم تليها فئتان (المشاركة عبر الاتصال بالبريد الالكتروني) و(المشاركة بالحضور إلى الاستديو) بنفس النسبة (٣,٨٤٪). يستج من البيانات السابقة الاهتمام الذي يوليه البرنامج إلى شكل المشاركة عبر الاقمار الصناعية، والمشاركة عبر الاتصال الهاتفي مما يدل على استخدام الاتصال المباشر مع الاشخاص من مدينة بغداد، وذلك بسبب ان القناة تبث برامجها من مدينة الانتاج الإعلامي في مدينة القاهرة بجمهورية مصر العربية، وقلت حضور الخبراء والمحللين الاقتصاديين إلى الاستديو؛ لذا يتم التحدث معهم من خلال وسائل الاتصال. ويلاحظ عدم المشاركة عبر البريد العادي في أي حلقة من حلقات البرنامج مما يدل على أن هذا الشكل من المشاركة أصبح قديماً بسبب التطوير الحديث في وسائل الاتصال الحديثة.

جدول رقم (٣): تخصص الضيوف المشاركين في برامج التنمية الاقتصادية

النسبة (%)	التكرار	تخصص الضيوف المشاركين
٣,٨٤	١	أكاديمي
٣٠,٧٩	٨	مسؤول حكومي
٥٠	١٣	خبير اقتصادي
٣,٨٤	١	رجل أعمال
٣,٨٤	١	إعلامي
٧,٦٩	٢	شخصية عامة
٪١٠٠	٢٦	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (٣) أن تخصص الضيوف المشاركين في البرنامج تعددت، فكانت في فئة (خبير اقتصادي) بأعلى نسبة (٥٠٪)، ثم تليها فئة (مسؤول حكومي) بنسبة (٣٠,٧٩٪)، وبعدها فئة (شخصية عامة) بنسبة (٧,٦٩٪)، وأخيراً الفئات (أكاديمي) و(رجل أعمال) و(إعلامي) بنفس النسبة (٣,٨٤٪). يستج من البيانات السابقة التنوع في تخصص الضيوف المشاركين بالبرنامج ما بين خبير أو محلل اقتصادي، ومسؤول حكومي، وشخصيات عامة، وهذا يدل على أن معظم الشخصيات تندرج ضمن تخصص مجالات التنمية الاقتصادية، والتي تدخل في صميم موضوعات البرنامج من أجل الإجابة على التساؤلات المطروحة. وأيضاً يدل على الاهتمام الذي يوليه القائمون على البرنامج بالثقافة الاقتصادية الواسعة، وأهمية تنوع الضيوف المشاركين، والحاجة الماسة إلى النوعية الاقتصادية، والتي هي جزء مهم في الحياة اليومية للأفراد، وهي تشمل مختلف شرائح المجتمع العراقي.

جدول رقم (٤): الجوانب الفنية المستخدمة في عرض، وتقديم فقرات برامج التنمية الاقتصادية

المستخدمة		
المؤثرات الصوتية	أغنية	١
	موسيقى	١٠
	أصوات من موقع الحدث	٢
المؤثرات المرئية	خرائط	—
	رسوم بيانية	٩
	مادة فلمية	١
	صور	٣
المجموع		٢٦
		٣,٨٤
		٣٨,٤٩
		٧,٦٩
		—
		٣٤,٦١
		٣,٨٤
		١١,٥٣
		٪١٠٠

توضح بيانات الجدول رقم (٤) أن الجوانب الفنية المستخدمة في عرض، وتقديم فقرات برنامج حيث انقسمت إلى قسمين: القسم الأول المؤثرات الصوتية وتشمل: (أغنية، موسيقى، أصوات من موقع الحدث)، أما القسم الثاني المؤثرات المرئية وتشمل: (خرائط، رسوم بيانية، مادة فلمية، صور)، وهذا يدل على تعدد وسائل الإيضاح سواء المسموعة أو المرئية، والاهتمام باستخدام (الحركة والصوت وصورة) كعناصر أساسية للإنتاج التلفزيوني. وتشير المعلومات إلى أن فئة (موسيقى) في المؤثرات الصوتية حققت أعلى نسبة (٣٨,٤٩٪)، ثم تليها فئة (رسوم بيانية) في المؤثرات المرئية بنسبة (٣٤,٦١٪)، ثم بعدها فئة (صور) بنسبة (١١,٥٣٪)، ثم بعد ذلك فئة (أصوات من موقع الحدث) بنسبة (٧,٦٩٪)، وأخيراً الفئتان (أغنية)، و(مادة فلمية) بنفس النسبة (٣,٨٤٪). ويستنتج مما سبق على إدراك القائمين بالاتصال لأهمية استخدام الجوانب الفنية في المؤثرات الصوتية بالموسيقى من أجل التخفيف من حدة المضمون الاقتصادي المقدم فيها، والذي يعتبره الكثير بأنه غير جذاب، وأيضاً يعد استخدام الصور بالرسوم البيانية من أفضل أنواع المؤثرات المرئية التي تلائم البرامج الاقتصادية، ويشعر المشاهد بنوع من الجاذبية وإثارة الاهتمام، بالإضافة إلى ما تقدمه الصورة من عنصر جاذبية وإمتاع للمتلقي، مما يضيف الكثير من المصداقية والجاذبية على المضمون الاقتصادي لهذه البرامج.

ثانياً: محور مضمون قضايا التنمية الاقتصادية في القنوات الفضائية العراقية:

جدول رقم (٥): الأساليب المستخدمة في تقديم مضامين برامج قضايا التنمية الاقتصادية

الأساليب المستخدمة في تقديم مضامين	التكرار	النسبة (%)
مقدم البرنامج	٢٢	٨٤,٦٣
صور من موقع الحدث	٢	٧,٦٩
حوار في الاستديو	١	٣,٨٤
تعليق على مادة مصورة	١	٣,٨٤
المجموع	٢٦	٪١٠٠

توضح بيانات الجدول رقم (٥) أن الأساليب المستخدمة في تقديم المضامين في البرنامج توقفت في فئة (مقدم البرنامج) بنسبة (٨٤,٦٣٪)، ثم تليها فئة (صور من موقع الحدث) بنسبة (٧,٦٩٪)، أخيراً الفئتان (حوار في الاستديو)، و(تعليق على مادة مصورة) بنفس النسبة (٣,٨٤٪)، ويستنتج ان الاعتماد على المقدم بشكل عام في تقديم فقرات برنامج.

جدول رقم (٦): القوالب الفنية المستخدمة في تقديم برامج التنمية الاقتصادية

المستخدمة		
حديث مباشر	١٨	٦٩,٢٥
حوار	١	٣,٨٤
ريبورتاج	٣	١١,٥٣
قالب درامي	٢	٧,٦٩
مناقشة	٢	٧,٦٩
المجموع	٢٦	٪١٠٠

توضح بيانات الجدول رقم (٦) أن القوالب الفنية المستخدمة في تقديم البرنامج فلقد حققت أعلى فئة (حديث مباشر) بنسبة (٦٩,٢٥٪)، ثم تليها فئة (ريبورتاج) بنسبة (١١,٥٣٪)، ثم بعدها فئتان (قالب درامي)، (مناقشة) بنفس النسبة (٧,٦٩٪)، أخيراً فئة (حوار) بنسبة (٣,٨٤٪)،

ويستنتج ان الاعتماد على الحديث المباشر للعرض حتى تتلاءم مع هذه المضامين المقدمة بشكل يزيد من فاعليتها وتأثيرها على الجمهور المستهدف.

جدول رقم (٧): الاستمالات (الاستمالات العقلانية، الاستمالات العاطفية) المستخدمة في تقديم برامج التنمية الاقتصادية

المستخدمة		
الاستمالات العقلانية	ذكر معلومات	١
	تقديم الأرقام والإحصاءات	١٠
	عرض النصوص القانونية	٢
	توضيح مسؤولية الوظيفة	١
الاستمالات العاطفية	الإحساس بالأمان	٣
	الإحساس بالخطر	٩
المجموع		٢٦
		٣,٨٤
		٣٨,٤٩
		٧,٦٩
		٣,٨٤
		١١,٥٣
		٣٤,٦١
		٪١٠٠

توضح بيانات الجدول رقم (٧) الاستمالات المستخدمة في تقديم البرنامج حيث انقسمت إلى قسمين: القسم الاول الاستمالات العقلانية وتشمل (ذكر معلومات، تقديم الأرقام والإحصاءات، عرض النصوص القانونية)، أما القسم الثاني الاستمالات العاطفية وتشمل (توضيح مسؤولية الوظيفة، الإحساس بالأمان، الإحساس بالخطر). تبين المعلومات إلى ان فئة (تقديم الأرقام والإحصاءات) في الاستمالات العقلانية حققت أعلى نسبة (٣٨,٤٩٪)، ثم تليها فئة (الإحساس بالخطر) في الاستمالات العاطفية بنسبة (٣٤,٦١٪)، وبعدها فئة (الإحساس بالأمان) بنسبة (١١,٥٣٪)، ثم بعدها فئة (عرض النصوص القانونية) بنسبة (٧,٦٩٪)، وأخيراً الفئتان (ذكر معلومات)، و(توضيح مسؤولية الوظيفة) بنفس النسبة (٣,٨٤٪). يستنتج مما سبق الاهتمام الذي يوليه برنامج في تنوع عرض الاستمالات العقلانية، والعاطفية لأنها تساهم في جذب انتباه المشاهدين، وتحقيق الاستعادة منها، وأظهرت التركيز على بعض الاستمالات في عرضها في تقديم الأرقام والإحصاءات، والإحساس بالخطر الذي يهدد المستقبل الاقتصادي للعراق، بسبب السياسة الاقتصادية الخاطئة.

أهم نتائج البحث: لقد توصل البحث إلى النتائج التالية:

- ١- تنوعت طبيعة الاهتمام في شكل المشاركة بحلقات البرنامج ما بين المشاركة عبر الاقمار الصناعية "مباشر"، والمشاركة عبر الاتصال الهاتفي.
- ٢- التعدد في تخصص الضيوف المشاركين بالبرنامج ما بين خبير أو محلل اقتصادي، ومسؤول حكومي.
- ٣- إدراك القائمين بالاتصال إلى أهمية استخدام الجوانب الفنية في المؤثرات الصوتية أو السمعية بالموسيقى من أجل التخفيف من حدة المضمون الاقتصادي، واستخدام الصور بالرسوم البيانية من أفضل أنواع المؤثرات المرئية التي تتلاءم معها.
- ٤- الأساليب المستخدمة في تقديم مضامين فقرات كل حلقات برنامج التنمية الاقتصادية كانت بالاعتماد على مقدم البرامج بشكل عام.
- ٥- القوالب الفنية المستخدمة في عرض مضمون البرنامج عن طريق الحديث المباشر.
- ٦- التميز في طريقة عرض الاستمالات العقلانية في تقديم الأرقام والإحصاءات، وكذلك الاستمالات العاطفية لأنها تساهم في جذب انتباه المشاهدين من خلال التركيز على الإحساس بالخطر الذي يهدد المستقبل الاقتصادي للعراق.

التوصيات:

- أ. التعرف على التحديات التي تواجه علمية التنمية الاقتصادية في العراق، ومواجهة مشكلة الفساد الإداري والمالي من خلال الكشف عن المفسدين بصورة واضحة في الفضائيات العراقية.
- ب. فتح باب النقاش حول قضايا التنمية الاقتصادية من اجل انعاش الوعي الاقتصادي للمجتمع العراقي من خلال البرامج التعليمية والتثقيفية في الفضائيات العراقية.
- ت. التعرف على عناصر القوة والضعف في الاقتصاد العراقي، وتحديد طبيعة الدور الذي يمكن ان تلعبه كل من أدوات السوق، والتخطيط الاقتصادي في عملية التنوع، والتغيرات الهيكلية وتحفيز القطاعات الانتاجية من خلال اجراء المقابلات مع الخبراء والمتخصصين في مجال الاقتصاد وعرضها في الفضائيات العراقية.

ث. إضفاء طابع مشوق على الأخبار والبرامج الاقتصادية للتخفيف من التعقيد والملل الذي قد يصيب الجمهور أثناء مشاهدة الإحصاءات والحقائق الاقتصادية من خلال مقاطع ومشاهد كوميدية تدخل ما بين تلك البرامج لتوضيح التصرفات الغير اقتصادية.

ج. وضع استراتيجيات وخطط آنية ومستقبلية للنهوض بالمستوى الفني للمنتج التلفزيوني في ظل التدفق الكثير للمعلومات والتطورات التقنية العالية من أجل النهوض بالتنمية الاقتصادية في العراق.

الذاتة:

يسعى العراق إلى تحقيق أهم الاهداف الاقتصادية من خلال تنوع مصادر الدخل للحصول على الإيرادات المطلوبة لتمويل الموازنة العامة، والتخفيف من الاعتماد على الاقتصاد الريعي من بيع الصادرات النفطية فقط، واعتماد سياسة تنوع القاعدة الانتاجية، ومغادرة الاقتصاد الاحادي الجانب، والاستفادة من إيرادات بقية القطاعات، وكذلك يجب تحسين كفاءة النظم الضريبية، والضرورة الملحة للاستغلال الامثل لموارده المتنوعة، ومنح امتيازات واعفاءات، ودعم التنمية الاقتصادية غير النفطية كالزراعة والصناعة والسياحة بكافة انواعها. تعمل كل القنوات الفضائية العراقية على تغيير أنماط خدماتهم في برامج التنمية الاقتصادية بشكل جذري لجذب الجمهور لان هذه القنوات ليس لديها مشاهدين منتظمين بسبب ضعف المضمون البرامجي في تلك البرامج، من خلال الاستفادة من التجارب الاخرى في بعض القنوات الفضائية الاجنبية المتخصصة في هذا المجال، ووضع السياسات والاستراتيجيات اللازمة في طريقة عرض تلك البيانات والمعلومات من خلال جذب الاختصاصيين في مجال الاخراج والاقتصاد معاً. لذا يجب على كل وسائل الإعلام بصورة عامة، والقنوات الفضائية بصورة خاصة في العراق أن تتحمل واجبها اتجاه تعزيز الدخل القومي للدولة، وبالتالي رفع مستوى المعيشة لدى الافراد من اجل انتعاش المجتمع، وذلك من خلال رسم وصياغة خطط وبرامج تنموية، وتوضيح كل مجالات التنمية الاقتصادية، وتذليل السبلات بالهدر الاقتصادي في كافة المجالات الحياتية، وتقوية الممارسات الايجابية من اجل رفع الاقتصاد العراقي.

الهوامش والمراجع:

١- صلاح غانم نوري الحسني، المعالجة الاعلامية لقضايا التنمية البشرية في القنوات التلفزيونية العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، ٢٠١٣)، ص ١.

٢- قائمة أسماء الأساتذة والسادة المحكمين في كلية الإعلام بالجامعة العراقية، وتم ترتيب الأسماء هجائياً حسب الدرجة العلمية لكل منهم، وأبجدية الاسم وهم:

- أ. د. فاضل محمد البدراني، قسم الصحافة.

- أ. م. راضي رشيد، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية.

- د. علاء نجاح، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية.

3- Roger D. , Wilmer et al, Mass media research, (Introduction, California: Wadsworth Publishing Co.,1993), P.154.

٤- عماد خليل عيدان، مؤشرات الاستدامة في عملية التنمية الاقتصادية في العراق، اطروحة دكتوراه غير منشورة، (بغداد: جامعة بغداد، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم الاقتصاد، ٢٠١٤).

٥- عدنان حسن محمود، دور القنوات التلفزيونية الإقليمية في معالجة قضايا التنمية الاجتماعية في مصر، اطروحة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ٢٠٠٣).

٦- مظفر عبدالملك حسون، الإعلام الاقتصادي وأثره على تطور الوعي الاقتصادي، رسالة ماجستير غير منشورة، (بغداد: جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم الإعلام، ١٩٩٦).

7- Nam, Siho, The politics of compressed development in new media: cable television, diversity, and new challenges for Korean democracy, PhD, (Korean: Academy of Scientific Research, 2005).

٨- منتدى التنمية دائماً، مفهوم التنمية الاقتصادية، متاح على الموقع:

<http://dimatanmia.assoc.co/t130-topic>, 2-4-2016, 9:10, PM.

٩- الأمم المتحدة للبيئة UNEP، العمل من اجل البيئة - دور الأمم المتحدة، (مجلة صوت البيئة، العدد الأول، ١٩٩١)، ص ٣.

- ١٠- بتول عبدالعزيز رشيد، فائق علي مراد، المعالجة الصحفية لقضايا الاقتصادية في الصحافة العراقية، (بغداد: مجلة كلية الآداب، العدد ٩٩، ٢٠١١)، ص ١٤.
- ١١- منتديات ستار تايمز، تعريف التنمية الاقتصادية، متاح على الموقع:
- ١٢- بيرتلزمان ستيفتاج، التنمية الاقتصادية المحلية/ دليل وضع وتنفيذ استراتيجيات تنمية الاقتصاد المحلي وخطط العمل بها، (واشنطن: البنك الدولي، ٢٠٠٤)، ص ١٤.
- ١٣- كاوه عبد الرضا محمد، معالجة قضايا التنمية الاقتصادية في قنوات التلفزيونية العراقية الأرضية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، ٢٠١٠)، ص ٢٩.
- ١٤- محمد علي زيني، الاقتصاد العراقي الواقع الحالي وتحديات المستقبل، (لندن: دار الرافد للنشر، ٢٠٠٣)، ص ٥٣.
- ١٥- علي عبد محمد الراوي، اتجاهات ومهام السياسة الاقتصادية المناسبة للاقتصاد العراقي - ندوة الاقتصاد العراقي بين الواقع والطموح، (بغداد: جامعة بغداد، كلية الإدارة والاقتصاد، ٢٠٠٥)، ص ٩٨.
- ١٦- حسن النجفي، اسواق الأوراق المالية، (بغداد: مكتبة النجفي، ١٩٩٢)، ص ١٢.
- ١٧- جميل علي عبدالكريم، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في الاقتصاديات النامية مع التركيز على إقليم كردستان العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، (سليمانية: جامعة السليمانية، كلية الإدارة والاقتصاد، ٢٠٠٨)، ص ١٦٥.
- ١٨- عادل مختار الهواري، التنمية الاقتصادية، (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٧)، ص ٣٠٦.
- ١٩- هيفاء زنكنة، المرأة العراقية في مسيرة تحرير، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨)، ص ٢٥-٢٧.
- ٢٠- منى سعيد الحديدي، سلوى إمام، الإعلام والمجتمع، ط ١، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٤)، ص ٢٢٦.
- ٢١- بتول عبدالعزيز رشيد، فائق علي مراد، المعالجة الصحفية لقضايا الاقتصادية في الصحافة العراقية، مرجع سابق، ص ٩٠٣.
- ٢٢- فيصل الياسري، التأثير المتبادل بين الإعلام والاقتصاد، (لندن: صحيفة العرب، العدد ٩٨٨١، ٢٠١٥)، ص ١٨.
- ٢٣- صحيفة العرب، التأثير المتبادل بين الإعلام والاقتصاد، متاح على الموقع:
- <http://www.alarab.co.uk/?id=49425>, 19-4-2016, 10:45, AM.
- ٢٤- عبدالقادر زريق، الإعلام والتنمية - قضايا والطموحات، (الجزائر: جامعة الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٣)، ص ١١.
- ٢٥- السيد أحمد مصطفى، الإعلام المتخصص، (بنغازي: دار الكتب الوطنية، ١٩٩٧)، ص ٤٩.
- ٢٦- ماجد فاضل الزبون، الإعلام الاقتصادي - قراءة في القنوات العربية المتخصصة، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥)، ص ٥.
- ٢٧- السيد أحمد مصطفى، الإعلام المتخصص، مرجع سابق، ص ٤٩.
- ٢٨- سامي الشريف، الإذاعات المحلية الفكرة والتطبيق، (القاهرة: دار الطباعة العربي، ١٩٨٨)، ص ٨٣.
- ٢٩- كاوه عبد الرضا محمد، معالجة قضايا التنمية الاقتصادية في قنوات التلفزيونية العراقية الأرضية، مرجع سابق، ص ٥٥-٥٦.
- ٣٠- إبراهيم عبدالله الماهي، الراديو والتلفزيون الإقليمي، المفاهيم والوظائف، إنشاء وتطور الاستماع والمشاهدة، (القاهرة: بدون دار نشر، ١٩٩٦)، ص ٥٣.
- ٣١- صلاح غانم نوري الحسني، المعالجة الاعلامية لقضايا التنمية البشرية في القنوات التلفزيونية العراقية، مرجع سابق، ص ١٣٨.
- ٣٢- عادل عبدالغفار، استخدام الصفوة المصرية لراديو والتلفزيون المحلي، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩٥)، ص ٣٨.
- ٣٣- السيد بهنسي، مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام أثناء الأزمات، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، ٢٠٠٠)، ص ٧-٣٢.
- ٣٤- كاوه عبد الرضا محمد، معالجة قضايا التنمية الاقتصادية في قنوات التلفزيونية العراقية الأرضية، مرجع سابق، ص ٧٧-٧٨.