

## دور الصحافة الاقتصادية المكتوبة في نشر الوعي

### التنموي و تحقيق التنمية الاقتصادية

## Le rôle de la presse économique écrite dans la sensibilisation et le développement économique

أ. كهينة بركون، جامعة الجزائر 3، الجزائر

تاريخ التسليم: (2015/11/25)، تاريخ القبول: (2016/04/27)

### ملخص:

L'économie à l'heure actuelle est la puissance douce qui contrôle toutes les structures politiques, culturelles, sociales et même sécuritaire, son curriculum et ces théories qui sont à l'étude, sont complexes et ne sont pas accessibles au grand public. le journalisme économique joue un rôle dans la définition de l'activité économique à travers la diffusion de nouvelles, les points de vue et l'analyse et l'interprétation des termes complexes, et il est impératif pour l'éditeur économique d'utiliser les méthodes d'application et des règles visant à simplifier le processus d'information économique, les faits et les affaires économiques nationaux et internationaux au plus grand nombre possible de lecteurs. Les médias étaient auparavant juste un outil pour la diffusion des connaissances et un pot contenant une culture, qui propose différents types de divertissement, et ils sont devenus aujourd'hui un moyen pour promouvoir les plans de développement adoptés par les différents pays. La contribution des medias dans la formation de conscience de développement l'objectif clé essentiel provient de l'importance du développement en soi. Le développement économique est un processus délibéré par lequel l'état cherche à fournir ou créer une bonne situation économique, et cette prise de conscience des méthodes de la vie économique avec la présentation de divers questions économiques, et de convaincre le public de ses divers dimensions, et de se concentrer sur la lutte contre l'extravagance économique au niveau public et privé.

### ملخص:

يعد الاقتصاد في وقتنا الراهن القوة الناعمة التي تتحكم في كل الأبنية السياسية، الثقافية، الاجتماعية، و حتى الأمنية، له مناهجه ونظرياته التي تدرسه، وتتسم بالتعقيد وليست في متناول عامة الناس، وتلعب الصحافة الاقتصادية دور في التعريف بالنشاط الاقتصادي عن طريق نشر الأخبار والآراء والتحليلات وتفسير المصطلحات المعقدة، و يتحتم على المحرر الاقتصادي تطبيق أساليب و قواعد عملية لتبسيط المعلومة الاقتصادية و نقل الحقائق والأحداث الاقتصادية الوطنية و الدولية إلى أكبر عدد ممكن من القراء. و الإعلام كان سابقا مجرد أداة لنشر المعرفة ووعاء يحوي الثقافة و يقدم الترفيه بأنواعه، و أصبح اليوم وسيلة لترويج خطط التنمية التي تنتهجها الدول المختلفة، فإسهام الإعلام في تشكيل الوعي التنموي هدفا أساسيا و رئيسيا ينطلق من أهمية التنمية في حد ذاتها. فالتنمية الاقتصادية عملية مقصودة تسعى الدولة من خلالها إلى توفير أو خلق وضع اقتصادي جيد. و ذلك بالتنوع بأساليب الحياة الاقتصادية، مع عرض لمختلف القضايا الاقتصادية، و إقناع الجمهور بأبعادها المختلفة، و التركيز على محاربة الإسراف الاقتصادي على المستوى العام و الخاص.

## مقدمة:

يعد الإعلام التنموي من أرقى المستويات التي بلغها الإعلام في تطوره التاريخي، ويعود الفضل في نشأة هذا النوع من الإعلام إلى الباحث "ويلبير شرام" (Wilber Schramm) الذي يرى أن الإعلام التنموي فرع أساسي و مهم من فروع النشاط الإعلامي، و هو قادر على إحداث التغيير والتحديث. فالصحافة الاقتصادية كوسيلة من وسائل الإعلام التنموي تساهم في صنع القرارات، ووضع السياسات الاقتصادية ودفع عجلة التنمية، بصفتها وسيطا نشطا يسهم في التدفق العام للمعلومات، وذلك من خلال تغذية عملية صنع القرار الاقتصادي بتيار مستمر من المعلومات تمثل المدخلات الأساسية لعملية الاتصال، وذلك عن طريق توجيه الاهتمام بشكل انتقائي إلى جوانب اقتصادية معينة.

يحاول هذا المقال البحث عن دور الصحافة الاقتصادية المكتوبة في تشكيل الوعي التنموي و الذي يؤدي بدوره إلى تحقيق التنمية الاقتصادية، وانطلاقا من ذلك قمنا بطرح مجموعة من التساؤلات، وهي كالآتي:

- 1 - ما مفاهيم ومميزات الصحافة الاقتصادية المكتوبة ؟
  - 2 - فيما تكمن محددات الكتابة للصحافة الاقتصادية المكتوبة؟
  - 3- ماذا نعني بالوعي الاقتصادي؟
  - 4- ما هي طبيعة العلاقة بين الوعي والنمو الاقتصادي؟
  - 5- كيف تساهم الصحافة الاقتصادية في تنمية الوعي الاقتصادي؟
  - 6 - ماذا نعني بالتنمية الاقتصادية؟
  - 7- ما هي طبيعة العلاقة بين الصحافة الاقتصادية المكتوبة و التنمية الاقتصادية؟
- 1- مفاهيم و مميزات الصحافة الاقتصادية المكتوبة:**

شهدت الصحافة الاقتصادية عدة تحولات منذ سنوات السبعينيات و خاصة الثمانينيات، سمحت بفهم ظروف النشأة لهذا النوع من الصحافة بعد سنة 1945 (ريتور، 2014، ص495). حيث أخذت الصحافة الاقتصادية حقلًا واسعًا في علم الصحافة، وهي أكثر أهمية في حياة الناس لما للأثر الاقتصادي من أهمية كبيرة في الحياة العامة للمجتمع (الشميلة، 2015، ص62).

يعرف الإعلام الاقتصادي "على أنه الحركة الاقتصادية في الدولة و العالم" (قيراط، 2010، ص49). ويرى الباحث "روبرت سولمان" (Robert Solman) أن الإعلام الاقتصادي يرجع إلى

معلومات من أصل خاص يبني من خلالها أصحاب المال و الأعمال نشاطاتهم" (Solman sans date, p15), وللإعلام الاقتصادي أثره الملموس في المدى القريب و البعيد لا سيما في الأزمات التي تواجه اقتصادات الدول (الدليمي، 2015، ص209).

الإعلام الاقتصادي هو كل خبر ليس له اتصال بالسياسة و على هذا تكون له خصائص قد تتعارض مع خصائص الإعلام العام:

(1) فالإعلام الاقتصادي لا يشمل على أخبار فحسب و لكنه يضمن معلومات، و معطيات قارة يمكن و يستحسن تخزينها.

(2) الإعلام الاقتصادي يستعمل الوسائل الإعلامية المعروفة، ولكنه يعتمد على مسائل أخرى خاصة بوظيفته.

(3) وظيفة الإعلام الاقتصادي ليست النشر بالدرجة الأولى، و لكن التخزين ثم النشر عند الحاجة (احدادن، د.ت، ص149).

الصحافة الاقتصادية أو صحافة المال والأعمال كما تعرف في الغرب ، هي جزء من الصحافة ، ولهذا يتوقع منها الجمهور ما يتوقعه من سائر أنواع الصحافة. و يعرف "كينتاو" (Quintao) الصحافة الاقتصادية بأنها "نشر الحقائق عن القضايا ذات العلاقة بالقطاعات الاقتصادية والمالية"، ويرى "كوسنسكي" (kucinski) أن الصحافة الاقتصادية تختلف عن غيرها من أنواع الصحافة الأخرى، ليس فقط فيما يتعلق بتناولها للأحداث الاقتصادية المتميزة، و الصدمات المالية والاقتصادية ، وإنما تختلف عنها في أنه عليها إيضاح التعامل مع التحولات و متغيرات الحقائق الاقتصادية ، وبيادية في حالة النمو أو الخسائر. و الصحافة الاقتصادية مطالبة و معنية بتقديم التقارير الصحفية حول الأحداث

والمناسبات الاقتصادية وتفسيرها وشرحها لجمهور القراء (الزين، 2009، ص.ص 83- 84). و يدُعي هذا النوع من الصحافة بإظهار عناوين مباشرة في الشؤون الاقتصادية و التجارية وشؤون المال، و عرض دراسات جادة عادة ما تكون بلغة الجداول والأرقام والبيانات والمقارنات، وتهتم كذلك بحركة التبادل التجاري بين الدول، القروض، التعاون الدولي والإقليمي، ومتابعة التطورات الاقتصادية والمالية في العالم نظرا لتأثير هذه التطورات على الاقتصاد المحلي في كل دولة من دول العالم ، وتصدر هذه المجالات في مختلف الدول العربية (الخصاونة ، 2012، ص112).

تقول محررة الأنباء المالية في صحيفة "نيويورك تايمز" ديانا هنريكس " (Diana Henriks) فيما يخص الصحافة الاقتصادية في عصر المال: "أن هذا الازدهار في صحافة الأخبار الاقتصادية لا يتعلق بنا فعلا، بل يتعلق بعلاقتنا بالذين نسعى إلى الوصول إليهم، أكننا نسيمهم قراء، أو مشاهدين". فنجد أن معظم الصحافيين تدرب على تغطية الحوادث السياسية، إلا أن أحدا منهم ليس على استعداد أن يحفظ عن ظهر قلب أسماء جميع أعضاء منظمة الأوبك مثلا، أو حتى اسم رئيس البنك الدولي. مصطلحات مثل، "التضخم الاقتصادي"، "رأس المال الرسمي"، "السندات المالية الحكومية والخاصة"، و ماذا تعني بالضبط "زيادة مؤشر طوكيو أو نيويورك"، كلها آفاق لا بد للصحافة الاقتصادية أن تعيها وتتفهمها، وألا تكون مثل ناقل المعرفة الجاهل بها، ولا شك في أن الصحافة الاقتصادية هي مطلب وطني لأي دولة تسعى إلى أن يطلق عليها دولة مواكبة للمنظومة الاقتصادية العالمية، كما أن دخول الاستثمارات الدولية إلى أي دولة من دون وجود صحافة وأجهزة مجتمعية قادرة على التعامل معها و تفعيل نجاحاتها هو مطلب مجتمعي له آثاره السيئة (ناظم، 2012، ص.ص 268 - 269). ويتميز الإعلام الاقتصادي، بما يلي:

- يتميز المجال الاقتصادي بالاتساع، فهو يضم جوانب متعددة (زراعة، صناعة، تجارة و خدمات) يتألف كل منها من محاور متعددة تشكل حياة كاملة، وتدخل جميع هذه المحاور في علاقات تأثر و تأثير متبادل، سواء فيما بينها أو مع المجالات الأخرى في الحياة الاجتماعية.

- يتميز الموضوع الاقتصادي بأهميته الحاسمة بالنسبة للفرد والمجتمع، ويتميز الموضوع الاقتصادي بجديته وافتقاره إلى كثير من عناصر الإشارة والجاذبية التي يندفع الإعلام لاستغلالها.

- تفرض خصوصية المجال والموضوع و الحدث والجمهور استخدام أساليب معالجة مناسبة، وهذا ما يفسر استخدام التغطية الإخبارية التفسيرية في الإعلام الاقتصادي، كما يفسر استخدام أساليب الشرح والتحليل في معالجة الموضوعات الاقتصادية، كما يفرض استخدام أساليب المعالجة المتوازنة والاستمالات الذهنية. أما فيما يتعلق باللغة فان خصوصية الموضوع تفرض استخدام لغة ذات طابع تخصصي تبذل جهودا دائمة لتطويعها لمتطلبات الإعلام الجماهيري (الزويني، 2012، ص.ص 47 - 48).

2- محددات الكتابة للصحافة الاقتصادية المكتوبة:

هناك محددات أو بعض القواعد و النصائح العملية التي يجب على الصحفي أخذها في الاعتبار عند معالجة و كتابة المادة الاقتصادية أيا كان شكلها، والتي تضمن تحقيق الهدف من الكتابة الاقتصادية، وهو جعل أنباء النشاط الاقتصادي مفهومة ومثيرة للاهتمام:

- تجنب المصطلحات الاقتصادية المتخصصة، فهي مثيرة للبلبله وباعثة على الأمل.  
-تعريف المصطلحات الاقتصادية: عندما يتعذر التخلص من المصطلحات الاقتصادية المتخصصة، ينبغي على الصحفي تعريفها.

- التقليل من استخدام الإحصائيات: ينبغي على الصحفيين الاستغناء عن الأرقام التي لا تعد بالغة الأهمية للمقال. فحسب "ديبرا بوتز" فإنه يتعين على الصحفيين المتخصصين في تغطية أنباء قطاع الأعمال أن يستخدموا الأرقام بتحفظ في قصصهم الإخبارية المتعلقة بالأعمال والاقتصاد في سياق إنساني.

- مقارنة الإحصائيات: عندما تقرر وضع رقم في مقال صحفي، يجب وضعه في السياق المناسب بمقارنته بشيء آخر، فأى رقم قليل الدلالة في حد ذاته، ولا يظهر معناه الحقيقي إلا بمعرفة قيمته النسبية.

- تحويل الإحصائيات إلى موضوعات صحفية: في مقارنة الإحصائيات لا تكون عادة كافية، إذ على الصحفي أن يفعل أكثر من مجرد نقل الأرقام، فعليه أن يشرح دلالتها و يفسر معناها و هذا الشيء لا يكون واضحا دائما.

- الحصول على الجوانب الأخرى لأي موضوع عن أنباء النشاط الاقتصادي و إضافة الطابع الإنساني على أنباء النشاط الاقتصادي : تدور أنباء النشاط الاقتصادي حول الأرقام ، و التي ينبغي أن تمس بالإضافة إلى المسؤولين و مديري الشركات ، الأشخاص الحقيقيين (أي الرجال و النساء العاديين الذين هم المستهلكون و دافعوا الضرائب)، مثلا : نشرت مجلة إخبارية هندية تحقيقا صحفيا متعمقا عن المعركة الدائرة لكسب العملاء في مجال صناعة رقائق البطاطس المقلية ، ونقل كاتب التحقيق تعليقات عديدة من المديرين في شركات الأطعمة الخفيفة ، لكنه لم يذكر رأي المستهلكين الذين يأكلون رقائق البطاطس، أي الأشخاص الذين تدور المعركة بين الشركات لكسبهم.

- إظهار دلالة أنباء النشاط الاقتصادي و عدم الاكتفاء بضمون البيان الصحفي الذي تصدره الحكومة أو إحدى الشركات ليس سوى نقطة البداية في مقال عن أنباء النشاط الاقتصادي، إذ

عادة يحتاج الأمر إلى مزيد من الأنباء، بالتحدث مثلا إلى شركات منافسة أو محللين خارجيين أو خبراء استشاريين، أو خبراء أكاديميين متخصصين، أو مصادر أخرى عديدة للاطلاع على الجوانب الأخرى للموضوع، كما أن البيان الصحفي يثير دائما أسئلة تستدعي العودة إلى الشركة المعنية التي أصدرته.

- البحث عن دراسات الحالة التي توضح الاتجاهات، و يجب أن يفكر الصحفي في توسيع نطاق التعريف التقليدي لأنباء النشاط الاقتصادي. لقد أضافت صحيفة "وول ستريت جورنال" أبوابا تغطي الجوانب المتعلقة بالنشاط الاقتصادي في موضوعات كالصحة و العلوم و القانون و الرياضة و التسلية و غيرها من الموضوعات، تذكر أيضا أن النشاط الاقتصادي و المالي ليس قاصرا على الشركات الكبيرة و حدها ، فالشركات الصغيرة لها نفس أهمية الشركات الكبيرة . كما تحظى الأوضاع المالية الشخصية بتغطية متزايدة في أنباء النشاط الاقتصادي و المالي، وهو مجال يقدم للقراء نصيحة الخبراء بشأن كيفية إدارة أموالهم (رفعت، 2006، دون صفحة). - الوثوق من الأخبار: عرض الموضوع عرضا محايدا دقيقا يمنع تحريف الأخبار عن عمد. و قد أثبتت التجارب أن الطريقة التي تعالج بها الصحف أخبار المال طريقة ايجابية تدعو إلى الاطمئنان و الثقة، و على الرغم من أن كثير من الصحف تنشر دون تردد قصص فشل شركات أو إعادة تنظيمها ، وخاصة إذا كان للجمهور مصلحة في تلك الشركات، فان الناشرين يرون دائما أن الصحف المتشائمة لا تعيد المجتمع كثيرا ، و فوق ذلك فان نشر الأخبار التي تثير الذعر و عدم الثقة يدمر الشركة. و ليس هناك ناشر يسمح لنفسه بأن تتبع صحيفته سياسة النعامة في عدم الاعتراف بوجود غش أو تدليس أو فضائح في منشآت مالية (شرف، 2003، ص143).

- الشمولية في تغطية الأحداث و القضايا الاقتصادية. فقد تفرض أحداث معينة أو ظهور ظاهرة معينة في مجال ما إلى التوسع في تغطيتها ، ولكن يجب ألا يكون ذلك على حساب التغطية في المجالات الأخرى و أن تعطي الاهتمام حسب أهميتها النسبية للمواطن وللاقتصاد الكلي بشكل عام. و أن تكون الصحافة انعكاسا لمتطلبات المواطنين و الاقتصاد الوطني و ليس متطلبات المعلنين فقط (الشمالية، 2015، ص.ص 73- 74).

- امتناع الصحافيون في تشويه أو المراقبة لغرض تفضيل أو معاقبة شخص محدد ، فمن واجبهم تقديم الأحداث بكل صرامة و صدق ، وحتى إذا تعلق الأمر بمساهمهم و/ أو مسيرهم أو منافسيهم .

-العرض الرقمي و الرسوم في الصحافة الاقتصادية: هناك أربع أساليب لعرض المعلومات رقمياً (نفس المرجع، ص.ص 80 -85):

1 - العرض الرقمي باستخدام الكلمات، يعني استخدام الكلمات مع الأرقام - ترتيب الأرقام التسلسلي في جدول - ترتيب الأرقام ترتيباً منطقياً في شكل موجز ، مثل العمليات الحسابية والمعادلات الكيميائية - عرض الأرقام إلى جوار مقياس رسوم .

2 - يعد العرض باستخدام الحروف أكثر فعالية، لأنه رسالة صريحة لا تقبل اللبس أو الغموض، ولكنه يحتاج إمام القارئ بالجملة عند قراءتها .

3 -يضيف العرض باستخدام الأعمدة و الجداول وضوحاً بسبب ترتيبه المنطقي، و هو أكثر دقة لأنه يحشد المعلومات بالإقلال من الوصف اللفظي، و لكنها لا تخلو من العيوب، و تمثل الجداول المرتبطة بالنصوص وسيلة قيمة لعرض محتوياتها بصورة موجزة .

4 -أما عرض الحقائق بواسطة الرسوم البيانية وهي طريقة أكثر وضوحاً، لأنها توفر وقتاً ثميناً في إدراك الأسباب و النتائج في لمحة واحدة، و لكن يجب عدم استخدامها إن لم تكن تقدم شيئاً للمعلومات المنشورة. من أشكال الرسوم البيانية شائعة الاستخدام في الصحافة الاقتصادية :

- الرسوم البيانية الإحصائية :التي تبين العلاقات الكمية في استخدامات المساحات و الأحجام ، وأطوال الخطوط، و ارتفاعات الأعمدة ، وانحدار المنحنيات .

- الرسوم البيانية الحسابية: التي تستخدم فيها خطوط متباعدة بمسافات تتناسب في عرضها مع البيانات الحسابية التي تعبر عنها، وتستخدم لتوضيح العلاقة بين المتغيرات .

- جداول الأعمدة البيانية: وتتكون من مستطيلات أو خطوط رأسية متنوعة الأطوار و تستخدم لتحديد القيم المطلقة أو علاقتها بعضها ببعض .

- جداول الرسوم البيانية الخطية : و تضم رسوماً بيانية خطية .

- الرسوم البيانية المصورة: التي تقوم على فكرة تصوير الحقائق باستخدام الرموز كارتفاع مؤشرات الأسهم .

- الرسوم البيانية الهندسية: و هي وصف مرئي يستخدم لبيان كيفية عمل الأشياء، مثل مؤشرات البورصة و حركة الأسواق التي تعرض بشكل مرئي.

- رسوم الخرائط الجغرافية: وهي وسائل للشرح لعرض المعلومات الاقتصادية، أو ذات الصلة بمناطق آبار النفط، و المناطق الصناعية أو الزراعية ، و الطرق و البنية التحتية (جسور، مباني) و غيرها من الموضوعات.

يستوجب من الصحفي جعل الأرقام مفهومة للقارئ أو المشاهد (فريني، 2004، ص9)، فهي عنصر ذو أهمية حاسمة في أي قصة إخبارية تجارية، لكن تقديمها بصورة واضحة وبسيطة أمراً أساسياً، فكلما أمكن استخدام المخططات و الرسوم البيانية لعرض الأرقام، كلما يقلل من الحاجة إلى الكلام في القصة الإخبارية وحشوها بالإحصاءات التي تحول دون الفهم.

ينقسم التحرير الاقتصادي في الصحف و المجلات عادة إلى أربع أقسام هي: التحرير الخبري المباشر، والتحليل، التنبؤ والتتوير ثم التعليق. وعلى الرغم من التداخل بين هذه الأقسام، فإننا يمكن أن نتناول كل قسم على حدة:

1 - التحرير الخبري المباشر يضع أمام القارئ صورة تفصيلية و شبه تقريرية للقرارات التي تصدر عن وزارات الخزانة أو المالية أو الاقتصاد أو التجارة الداخلية أو الخارجية ، و التقارير السنوية للمؤسسات و الشركات المساهمة على وجه الخصوص، و الخطوات التي تتخذها اتحادات المصدرين و المستوردين.

2 - التحليل العلمي الموضوعي: كفيل بكشف كل الشائعات و المناورات الخفية سواء بين الأفراد أو المؤسسات أو حتى الدول، فبعض التقارير والميزانيات السنوية لبعض الشركات لا تكون صادقة لأسباب خاصة بها ، هنا يبحث المحرر الاقتصادي عن هذه الأسباب و كشفها للقراء ليأخذوا حذرهم سواء كانوا متعاملين مع هذه الشركة أو يبنون التعامل معها ، بمعنى أن المحرر الاقتصادي ينوب عن قرائه في حماية مصالحهم.

3 - التنبؤ والتتوير: يعتمدان على الحاسة الاقتصادية لدى المحرر الذي يلم بكل الأحوال الاقتصادية، تنمية الحس الاقتصادي ليس بالأمر الهين بل يتطلب على المحرر الاقتصادي أن يكون على صلة دائمة بكل مراكز صناعات القرارات الاقتصادية، أجهزة التخطيط و البورصة بمعنى اتساق علاقته مع مصادر المعلومات التي تزوده بمادة خصبة و ثرية يستطيع أن يوظفها كلما أراد ذلك.



4 - التعليق : يمكن أن يملأ الصفحات الاقتصادية، في الفترات التي تتضرب فيها موارد الأخبار الاقتصادية ، بحيث يتعذر التحليل الذي يترك مكانه للتعليق الذي يعمق الوعي الاقتصادي لدى القارئ، وهو يجمع بين سلامة الصياغة الصحفية و التنظير الاقتصادي مع التركيز على التفسير و الشرح للتيارات و التوجهات و الاتفاقيات الدولية ، وتأثيرها المباشر و غير المباشر على الاقتصاد الوطني و المحلي أي أن التعليق يركز على الثقافة الاقتصادية للقارئ بعيدا عن صعوبات الدراسة الأكاديمية و تعقيداتها (راغب، 1999 ،ص.ص158 - 161).

### 3- تعريف الوعي الاقتصادي:

يرجع أصل كلمة الوعي إلى كلمة (Conscientia) اللاتينية، وهي كلمة مركبة من (Scientia) و (Cum)، و هذا المصطلح لا يعني معرفة الموضوع من طرف الفاعل فقط، بل أن هذا الموضوع، يعد مرجعا للفاعل نفسه...، فأول استخدام لاصطلاح الوعي مرتبطا بالمجموعات البشرية الكبيرة، ظهر لدى "ماركس" (Marx) الذي صاغه مترادفا مع الطبقات، مقدا اصطلاح الوعي الطبقي...، و يقصد بالوعي الإدراك و الإحاطة ...، ويعني أيضا الرؤية الواضحة لاحتمالات المستقبل بالتقدير السليم لحقائق الحاضر مع الاستفادة الكاملة من تجربة الماضي (بوجلال، 1990، ص.ص43-44).

هناك من يرى أن الوعي الاقتصادي "هو معرفة المواطن بحقوقه الاقتصادية وواجباته ، وما يجري حوله من أحداث ووقائع ، و قدرة هذا المواطن على التصور الكلي للواقع المحيط به، بالإضافة إلى تجاوز هذا المواطن للخبرات الجماعية التي ينتمي إليها". يعبر الوعي الاقتصادي عن التصورات النظرية و اليومية مثل تنظيم و إدارة وسائل الإنتاج، فاعلية القوة البشرية في عملية تحقيق الإنتاج، التوزيع، التبادل والاستهلاك (عبد الرحيم حلس، 2010، ص13). يمكن تحديد الوعي الاقتصادي في ثلاث نقاط و هي :

- و عي الفرد بمتطلبات المشاركة في المجال الاقتصادي.
- إدراك الفرد لحقوقه وواجباته في المجال الاقتصادي.
- و رؤية الفرد الواضحة لما يحيط به من أجهزة و قنوات اتصال و تكتلات في المجال الاقتصادي (حسن علي الجندي، 2010، ص193).

إذا كان الوعي الاقتصادي هو إدراك الفرد القائم على المعرفة بالحقائق و المفاهيم الاقتصادية و العلاقات الاقتصادية بين أفراد المجتمع. فان خصائص الوعي الاقتصادي هي:

- الوعي الاقتصادي يتأثر سلبا و إيجابا بمختلف جوانب الحياة.
- الوعي الاقتصادي يتلازم فيه الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي حيث أن الجانب الوجداني مشبع بالجانب المعرفي.

- الوعي الاقتصادي هو الخطوة الأولى نحو تكوين الاتجاهات الايجابية الاقتصادية و التي تتحكم في سلوك الأفراد، و له وظيفة تنبؤية عما يمكن أن يصدر عن أفراد المجتمع من سلوكيات تجاه قضاياهم الاقتصادية مستقبلا أملا في تغييره إذا كان سلبا و ترسيخه إذا كان إيجابيا(بكار، 2006، ص.ص 21- 22). و الوعي الاقتصادي أصبح ضرورة ملحة خاصة بعد "اتفاقيات الجات" التي دخلت بالاقتصاد العالمي كله إلى منعطف جديد، مختلف تماما عما سبق من آليات اقتصادية. فلم يعد ارتفاع الأسعار و هبوطها قاصرا على منطقة أو دولة بعينها، بل أوشكت كل الدول على الارتباط بعجلة الاقتصاد العالمي. ولعل الوعي الاقتصادي الذي نتجته الصحيفة الاقتصادية لقراءها ، يشكل أفضل ضمان ضد الوقوع ضحية للشائعات التي تجتاح من حين لآخر المجال الاقتصادي ، خاصة إذا كانت شائعات متقنة ، وتسعى إلى إصابة أهداف إستراتيجية لا يدركها الرجل العادي(راغب، 1999، ص157)، فمن الجدير بالذكر أن تبحث الصحافة الاقتصادية عن الواقع المغطى بالمظاهر (برتراند، 2008، ص90). و يرتبط الوعي الاقتصادي بقضية ترشيد الاستهلاك، فالترشيد في معناه العام هو "عمل أو إجراء يستهدف إخضاع ظاهرة ما للفعل و مبادئ السلوك السوي. أما في مجال الاستهلاك، فيقصد بالترشيد ضبط مستويات الاستهلاك و المعدلات المتزايدة و جعلها تتماشى مع قدرات المجتمع وموارده الكلية (لطيف، 2012، ص182).

#### 4- علاقة الوعي بالنمو الاقتصادي:

بالنسبة لمستوى الوعي الاقتصادي لدى أفراد المجتمع، و الذي يعرف بأنه "عملية استيعاب وفهم الأفكار والمعلومات، والمشاعر تلك التي تدور حول موضوع أو جملة موضوعات اقتصادية"(عبد السلام العجمي، 1994، ص13)، فانه يلعب دور أساسيا في النمو الاقتصادي لأي مجتمع. فالهيكل الاقتصادي للمجتمع يتحدد بقدر ما يتمتع به من رأسمال اجتماعي،

والذي يعد الوعي الاقتصادي جزءا منه. و الثروة المادية في المجتمع لا يمكن أن تستمر دون أن يصاحبها زيادة في الثروة البشرية الواعية المزودة بالمهارات و الفنون الإنتاجية. وتلعب الصحافة دورا جوهريا في إكساب أفراد المجتمع متطلبات النمو الاقتصادي من حيث زيادة الإنتاجية و رفع مستوى الوعي الاقتصادي والعمل على نقل مهارات الإنتاج الفني، ونقل مهارات الإنتاجية الاجتماعية. والذي يمثل الوعي الاقتصادي أحد مكوناتها(حسن علي الجندي،2010، ص.ص 204- 205).

##### 5- دور الصحافة الاقتصادية في تنمية الوعي الاقتصادي:

يعتبر نشر الوعي و الثقافة الاقتصادية من أهم وظائف الإعلام الاقتصادي، وهما ركيزتان أساسيتان لنجاح العملية الاقتصادية في المجتمع ، كالتعريف بالقوانين و التشريعات و الإجراءات التنظيمية ، حتى يستطيع الفرد أن يعرف حقوقه وواجباته، ومن هنا يأتي الدور الاستراتيجي للصحافة الاقتصادية في التنمية الشاملة(قيراط، 2011، ص.ص 47- 48). وتقدم الصحافة الاقتصادية إعلام مشترك للجميع وتحتل في سوق الأموال الاستهلاكية و سوق العمل دورا دائما كواسطة بين المنتجين و المستهلكين، وبين عارضين و طالبين العمل(كايرول، 1984، ص.ص 12- 13). لقد كان للصحافة الفضل الأول في التطورات الاقتصادية في العصر الحديث، فكثير من الاتفاقيات الدولية الاقتصادية التتموية تم توصيل فقراتها إلى الجماهير عن طريق الصحافة، فالرأي العام لن يكون مبنيا على أساس سليم في مجال التنمية الاقتصادية، إلا إذا كان الشعب مزودا بالمعلومات الصحيحة الكافية عن الموارد ومستلزمات التنمية ومتطلبات العمل التتموي من خلال الإعلام التتموي(أبو سمرة، 2012، ص.ص 29 - 30).

يرى السيد "علي تيتوش" أن الصحافة الاقتصادية في الجزائر تحاول رفع الوعي الاقتصادي من خلال توضيحها للقضايا الاقتصادية ، فهذه الأخيرة تشكل مقدمة انشغالات الصحافة الاقتصادية الجزائرية لما لها من تأثير على مستقبل البلاد، ووفقا لاستطلاع الرأي قامت به صحيفة El « Watan » الجزائرية فان المعلومة الاقتصادية تحتل الأولوية الثانية بالنسبة لقراءها(تيتوش، 2014).

و عموما تظهر ملامح دور الصحافة الاقتصادية في تنمية الوعي الاقتصادي فيما يلي:

- العمل على إدراك الإنسان بتأثيره على المنظومة الاقتصادية وأنه جزء من هذه المنظومة، وعلى أثر تفاعلاته معها.
- العمل على توعية أفراد المجتمع بطبيعة المشكلات الاقتصادية و بالبدائل السلوكية التي تكفل مواجهة هذه المشكلات و تكوين عقلية جديدة لدى أفراد المجتمع تفهم طبيعة العلاقات الاقتصادية بحيث يشعر كل فرد بمسؤوليته تجاه مجتمعه اقتصاديا.
- توسيع مدارك أفراد المجتمع وزيادة معرفتهم بكيفية التعامل الاقتصادي و كيفية اتخاذ القرارات السليمة عند القيام بالنشاطات الاقتصادية المختلفة.
- تهيئة و إتاحة الفرصة لكل فرد حتى يتمكن من اكتساب المعارف و المعلومات و القيم و الاتجاهات الضرورية لاكتشاف الأنشطة الاقتصادية داخل المجتمع ، ومعرفة مكوناتها و تحسينها.
- نشر الوعي الاقتصادي حول طرق التعامل السليمة مع الاقتصاد وللأخطار المدمرة التي نشأت أو تنشأ في المستقبل مع سوء التعامل ، وهذه الأخطار تجعل العالم غير متوازن اقتصاديا و بالتالي غير صالح لاستمرارية الحياة بطريقة سوية.
- الاهتمام بمشاكل المجتمع ووضعها في المرتبة الأولى و خاصة المشاكل الاقتصادية(حسن علي الجندي، 2010، ص.ص 205- 206).
- تقوم الصحافة بعملية التوعية الاقتصادية من خلال عدة جوانب :
- التوعية بالتغيرات الاقتصادية العالمية فيما يخص تطوير العلاقة بين الأسواق، تغير الدولة، تغير العوامل المحددة للإنتاجية الفردية و الكلية.
- التوعية بتغير بيئة المؤسسات الاقتصادية الدولية و تزايد الاهتمام بالأبعاد المجتمعية للتنمية.
- التوعية بالتكامل الاقتصادي.
- التوعية بالسياسة الاقتصادية التي تتضمن (السياسة المالية،السياسة التمويلية أو النقدية، الرقابة المباشرة).
- التوعية بالقضايا الاقتصادية العالمية.
- التوعية بالأزمة الاقتصادية العالمية، ومظاهر الأزمات الاقتصادية على المستوى المحلي و الإقليمي(نفس المرجع، ص.ص 211- 241).

يتوجب من الصحافة الاقتصادية أثناء الأزمات الاقتصادية، بتوجيه كل طاقاتها لحلها لأنها تمس التنمية، الاقتصاد، المال، قطاعات الصناعة والزراعة التجارة ، الخدمات والنقل والاتصالات(أبو سمرة ،2012، ص109). فإذن لا حياة اقتصادية بدون إعلام اقتصادي، ولا نجاح لمشاريع تنموية و للتنمية الاقتصادية بدون وعي اقتصادي وثقافة اقتصادية من قبل الفرد و المجتمع، فالعلاقة بين الصحافة والاقتصاد يجب أن تُبنى على أسس علمية ومعرفية (قيراط ،2010، ص.ص48-49).

### 6- ما ذا نعني بالتنمية الاقتصادية:

تعد قضايا التنمية من القضايا الاقتصادية الملحة بالنسبة إلى شعوب العالم ، وبالأخص الشعوب النامية أو الأقل نمواً، وتؤدي وسائل الإعلام في العصر الحديث أدوار هامة في حياة الأفراد و المجتمعات في تسليط الأضواء حول المؤثرات السلبية التي تعرقل مسيرة التنمية الاقتصادية ، وكذا مواكبة الخطط الإنمائية للدولة و أهدافها(عبد الواجد أمين،2011 ص.ص92-95) . فعندما تضع الدولة خططا للتنمية الاقتصادية سواء كانت قصيرة أو متوسطة أو طويلة الأجل، فإن للصحافة الاقتصادية دور كبير في التعريف بهذه الخطط، و إرشاد الجمهور و المستثمرين حول جدوى هذه الخطط، و كيفية تنفيذها من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية الشاملة و على أسس صحيحة ،سواء في الدول النامية أو الدول المتقدمة وسواء في الدول الفقيرة أو الدول الرأسمالية الغنية، و التنمية الاقتصادية تشمل عادة عدة قطاعات مختلفة ، ابتداء من قطاع الزراعة إلى قطاع الصناعة و التجارة والنقل و الخدمات وغيرها من القطاعات الرئيسية الهامة(أبو سمرة ، 2012، ص39) ... ولا شك بأن مهمة التنمية مهمة حضارية فتطوير القطاع الزراعي والصناعي، والمشاركة الايجابية في الحياة جميعها تدخل في نطاق واحد، وهو خلق شخصية إنسانية متطورة وعصرية تعمل على رفع الإنتاج (الرحباني، 2013، ص160).

تعد كلمة التنمية من الكلمات المستحدثة لفظاً، ولكن مضمونها قديم قدم الحياة. لأن النمو والتقدم و الازدهار و تسيير الشعوب وفق برامج و أفكار اجتماعية و اقتصادية معينة، مسألة من طبيعة استمرار الحياة(محمد عمر ، 1992، ص51). فيرى الدكتور "تصر عارف" أن مفهوم التنمية برز منذ نهاية الحرب العالمية الثانية كنتيجة للتحويلات التي طرأت على التنمية في النظام العالمي ، خصوصا في آسيا و إفريقيا(عبيرات، 2007 ، ص220) . ولقد حظي موضوع

التنمية باهتمام بالغ سواء على مستوى الشعوب أو الحكومات ، أو من قبل الأجهزة و المؤسسات المعنية بها، أو بواسطة المسؤولين والمخططين في هذا المجال(محرر، د.ت، ص11).

يعود استعمال مصطلح التنمية في الأصل إلى شرح التغيرات الاقتصادية التي حدثت في أوروبا الغربية إبان القرنين الثامن عشر و التاسع عشر، ولكن منذ الخمسينيات و لستينيات من القرن الماضي أصبح المفهوم يستعمل للإشارة إلى الأوضاع السائدة في البلدان النامية، وكان تصور التنمية آنذاك يغلب عليها الطابع الاقتصادي ، أي رفع الإنتاج الزراعي والصناعي و معدل الاستثمار و التوفير و التشغيل و يعرف "دوز سانتوس" (Dos Santos) التنمية على أنها" التقدم نحو أهداف عامة محددة جيدا تتناسب مع الظروف الخاص بالإنسان و المجتمع الذي توجد فيه معظم المجتمعات المتقدمة من العالم الحديث ، و النموذج معروف على أنه المجتمع الحديث، و المجتمع الصناعي، و المجتمع الجماهيري... الخ"(بومعيزة ،2006، ص104). للتنمية بعد دولي أبرزته وقائع التاريخ المعاصر كمشكلة ملتهبة نتيجة لبروز دول العالم الثالث إلى الساحة الدولية، أبرزته أيضا وسائل الاتصال الحديثة، التي جعلت العالم بأسره أشبه بقرية واحدة ، أهم مظاهر البعد الدولي للتنمية الاقتصادية نجد اتساع الهوة بين الدول الغنية و الدول الفقيرة ، أزمة الطاقة، أزمة الغذاء و الانفجار السكاني و قد بينت العديد من اللجان الدولية التي عقدت لمناقشة أزمة التنمية دوليا، إن سد كافة الفجوات و إزالة جميع الفوارق، يعتبر أمرا مستحيلا، و لكن الهدف هو تقليل الفوارق أو الحد منها و إزالة القصور و عدم المساواة(محمود الحسن، 2009، ص.ص60- 61).

إن التنمية الاقتصادية" تعني زيادة الإنتاج مع زيادة الناتج القومي و زيادة معدل دخل المواطنين. كما أن التنمية تعتمد إلى حد كبير على العمل المؤدي بنديا و فكريا، و كلما كان أداء العمل بكفاءة أعلى و بإخلاص ازدادت ثمار التنمية "(نفس المرجع، ص79). وبالتالي فان التنمية الاقتصادية هي زيادة ملحوظة في الإنتاج و الخدمات شاملة متكاملة مرتبطة بحركة المجتمع تأثيرا و تأثرا، مستخدمة الأساليب العلمية الحديثة في التكنولوجيا و التنظيم والإدارة(سيد محمد، 1988، ص21).

يعرف محمد منير حجاب التنمية الاقتصادية(economic development) "بالتي تؤثر على الجانب المادي للتنمية ، فتهتم بطريقة تحسين و تنظيم و استغلال الموارد الاقتصادية بغية

تحقيق زيادة في الإنتاج الكلي من السلع و الخدمات بمعدل أسرع من الزيادة في السكان، وتشتمل على كافة المجالات الاقتصادية الزراعية و الصناعية و المالية و التجارية و غيرها(منير حجاب،2004، ص177).

تعددت التعاريف الموجهة للتنمية الاقتصادية ، ولكنها تبقى منصبة نحو تنمية و تطوير النشاط الاقتصادي، و التعريف الآتي يعد بمثابة التعريف الجامع لجميع التعاريف المقدمة. و التنمية الاقتصادية إذن "هي مجموعة الإجراءات و التدابير التي تقوم بها الدولة الهادفة إلى تغيير و تطوير الهيكل الاقتصادي و الاجتماعي في الاقتصاد الوطني ، بما يحقق زيادة الإنتاج السلعي، الخدماتي و الدخل الحقيقي للفرد ، ولفترة زمنية طويلة مع استفادة غالبية أفراد المجتمع" (أحمد الدوري،1983، ص55).

تكمن أهمية التنمية الاقتصادية في العنصرين التاليين :

**أولاً:** التنمية وسيلة لتقليص الفجوة الاقتصادية و التقنية بين الدول النامية و الدول المتقدمة : فمن أجل تقليص حدة الفجوة الاقتصادية و التقنية الموجودة بين الدول المتقدمة و الدول النامية ، يجب على هذه الأخيرة تحقيق تنمية اقتصادية للنهوض و السير بركب الدول المتقدمة، و في هذا الإطار لا بد أن نشير إلى مجموعة من العوامل التي تساعد على حدة هذه الفجوة ، بحيث يمكن حصرها في المجموعتين الآتيتين :

أ-مجموعة العوامل الاقتصادية: و هي تتمثل فيما يلي :

-التبعية الاقتصادية للخارج ، سيادة نمط الإنتاج الواحد، ضعف البنيان الصناعي ، ضعف البنيان الزراعي ، نقص رؤوس الأموال، انتشار البطالة ، انخفاض متوسط دخل الفرد ومستوى المعيشة، استمرار أزمة المديونية الخارجية و ضعف الجهاز المصرفي في تعبئة الادخار .

ب-مجموعة العوامل غير الاقتصادية : انخفاض المستوى الصحي و انخفاض مستوى التعليم.

**ثانياً:** التنمية أداة للاستقلال الاقتصادي :

إن التنمية الحقيقية لا بد أن تقوم على الاستقلال الاقتصادي و ليس على تبعيته ، فحصول البلدان النامية على الاستقلال السياسي لا يعني القضاء على حالة التبعية ، فعليها تغيير هيكلها الاقتصادي ، وذلك بإحداث تنمية حقيقية تعتمد على الذات باستغلال الموارد المتاحة في الدولة استغلالاً صحيحاً و كاملاً(زيروني،2000، ص14).

هناك مجموعة من العقبات التي تواجه البلدان النامية اتجاه قيام التنمية الاقتصادية فيها، و هي متنوعة و لكن نكتفي فقط بذكر العقبات الاقتصادية، و هي كالتالي:

- انتشار الفقر، مما يؤدي إلى ضعف و محدودية تكوين رأس المال.
- قلة و محدودية توفر الموارد الطبيعية في البلدان النامية.
- ضيق الأسواق المحلية للبلدان النامية.
- عدم كفاية الهياكل الأساسية للإنتاج.
- قلة الادخار، و ضعف الحافز على الاستثمار (أحمد الدوري، 1983، ص58).
- الفساد وغياب الديمقراطية، البطالة، التبعية الاقتصادية و ضعف النظام النقدي (حسن علي الجندي، 2010، ص233).

#### 7- طبيعة العلاقة بين الصحافة الاقتصادية المكتوبة و التنمية الاقتصادية:

يرى الدكتور "تصر عارف" أن مفهوم التنمية برز منذ نهاية الحرب العالمية الثانية كنتيجة للتحويلات التي طرأت على التنمية في النظام العالمي، خصوصا في آسيا و إفريقيا (عبيرات، 2007، ص220). و للتنمية بعد دولي أبرزته وقائع التاريخ المعاصر كمشكلة ملتزمة نتيجة لبروز دول العالم الثالث إلى الساحة الدولية، أبرزته أيضا وسائل الاتصال الحديثة، التي جعلت العالم بأسره أشبه بقرية واحدة ، أهم مظاهر البعد الدولي للتنمية الاقتصادية نجد اتساع الهوة بين الدول الغنية و الدول الفقيرة ، أزمة الطاقة، أزمة الغذاء و الانفجار السكاني. و قد بينت العديد من اللجان الدولية التي عقدت لمناقشة أزمة التنمية دوليا، إن سد كافة الفجوات و إزالة جميع الفوارق، يعتبر أمرا مستحيلا، ولكن الهدف هو تقليل الفوارق أو الحد منها و إزالة القصور و عدم المساواة. و مرت النظرة لدور وسائل الإعلام في إحداث التغيير بما يخدم الأهداف التنموية بمراحل متعددة هي: مرحلة الإهمال، مرحلة المبالغة ثم مرحلة التوازن. فالمرحلة الأولى هي فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية و حتى نهاية الخمسينيات (الجاسم المحمود، 2004، ص256)، حيث عرفت إهمالا مشهودا للدور الإيجابي الذي بإمكان وسائل الإعلام الاضطلاع به، في ظل غلبة النظريات الاقتصادية التي تولي عناية بالغة لدور رأس المال، و التركيز على دور السياسات الإصلاحية و التخطيطية ، وهذا في ظل إهمال مطبق للوظيفة التنموية لوسائل الاتصال الجماهيري (منير حجاب، 1998 ، ص85). أما المرحلة الثانية ، فقد تم التركيز فيها على الدور البناء لوسائل الإعلام خاصة من خلال



الدراسات التي أعدتها منظمة اليونسكو (التابعة للأمم المتحدة) ، وأثبتت العلاقة العضوية بين وسائل الإعلام و التنمية الاقتصادية، وقد أكدت دراسات وتقارير عن هذه الهيئات العلاقة بين المتغيرين خاصة في سنتي 1961 و 1962. ثم كانت الصدفة مع اكتشاف محدودية وسائل الإعلام نظرا لافتقاد الصلة بين محتوى الرسالة والاهتمامات الخاصة بها بالتطوير و التنمية ، وافتقار الصلة بالتراث الفكري والثقافي، وهكذا ظهرت المرحلة الثالثة ، ألا وهي مرحلة التوازن، حيث توجه الاهتمام نحو الاتصال الشخصي جنب إلى جنب مع الاتصال الجماهيري (نفس المرجع، 1998 ،ص.ص 87-93). و أصبح الإعلام في المرحلة الثالثة قادر على تركيز الانتباه على مشاكل التنمية الاقتصادية و أهدافها، ولديه القدرة على النهوض بالآمال الوطنية و الشخصية (الجاسم المحمود، 2004، ص256). ولقد أشار التقرير النهائي بشأن فوائد جديدة لوسائل الاتصال الجماهيرية في التنمية الاقتصادية الذي قدمه مؤتمر الأمم المتحدة لتطبيق العلوم و التكنولوجيا ، لمصلحة المناطق الأقل نموا (جنيف 3-20 فيفري سنة 1963 ) إلى دور الأخصائيين في الاتصال الجماهيري، حتى و لو بدا أنهم يساهمون بصفة غير مباشرة فقط في تنمية الصناعة أو تكوين رأس المال. فالتداول الوافي للإعلام و الاستخدام السليم لوسائل الاتصال بوجه خاص، يمكن أن يساهم مساهمة فعالة في التنمية الاقتصادية (شرام، 1970، ص.ص 315-319).

تؤكد الباحثة "آن ماير" (Anne Mayer) أن تناول المقاربات النظرية الاقتصادية لظاهرة الإعلام و الاتصال مرتبط أساسا باهتمام هذه النظريات بالمعلومة l'information كعطى في حين أنها لم تعن بالاتصال لا من حيث أنه وسيلة للتوصل إلى المعلومة و إبلاغها. ومن هذا المنطلق فان تصورهما للاتصال لا يختلف في شيء عن تصور مهندسي الاتصال القائم أساسا على النقل La transmission (حسن، 1993، ص40).

يمكن للصحافة الاقتصادية أن تعمل على إعلام أفراد المجتمع بالتطور التاريخي للمدارس الاقتصادية المختلفة، وكذلك معرفتهم بالنظم الاقتصادية، و التي تختلف تبعا لاختلاف موقفها حيال الملكية، أنواعها، حقوقها وواجباتها، وذلك لأن الملكية تنقسم إلى قسمين: ملكية فردية و ملكية جماعية. فأما الملكية الفردية فهي التي يكون المالك فيها فردا معينا بذاته أو أفراد معينين بذواتهم. وأما الملكية الجماعية فهي التي لا يكون المالك فيها فردا أو أفرادا معينين بذواتهم ،

- و وإنما يكون شخصا معنويا كالأُسرة ، العشيرة ، القبيلة ، النقابة ، الجمعية، الدولة  
الحكومة... الخ (حسن علي الجندي، 2010، ص151).
- و قبل التطرق إلى دور الصحافة الاقتصادية في تحقيق التنمية الاقتصادية، نقوم بتسليط  
الضوء -بطريقة مختصرة- أولا على النظريات الاقتصادية التي تناولت النشاط الاقتصادي، و  
التي تتمثل فيما يلي:
- 1 -نظرية آدم سميث (Adam Smith): التي تركز على التجربة الاقتصادية ، التخصص و  
تقسيم العمل ، وعارض آدم سميث تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي .
  - 2 -نظرية جون ستيوارت ميل (John Stuart Mill): التي تركز على أن العمل و الأرض هما  
عناصر الإنتاج ، و يعد رأس المال تراكمات سابقة لنواتج عمل سابق .
  - 3 -النظرية الكلاسيكية: التي تركز على الحرية الفردية، وأن التكوين الرأسمالي هو مفتاح التقدم  
و الحافز الأساسي لاتخاذ أي قرار .
  - 4 -نظرية جوزيف شومبيتر (Joseph Schumpeter): التي تركز على عنصرين رئيسيين  
وهما المنظم ثم الائتمان المصرفي الذي يوفر الإمكانيات المادية اللازمة للابتكار و الاختراع و  
التجديد .
  - 5-النظرية الكينزية: التي لم تهتم بتحليل مشاكل الدول النامية، ولكن ركزت على مشاكل  
الاقتصاديات الرأسمالية المتقدمة. ويرى أنه كلما زاد حجم التشغيل زاد الدخل الكلي .
  - 6 -نظرية والت ويتمان روستو (Walt Whitman Rostow): التي تركز على مجموعة من  
المراحل الاقتصادية المأخوذة من الدول المتقدمة ، و التي يجب على الدول النامية أن تمشي  
عليها للوصول إلى التقدم .
  - 7 -نظرية نيلسون وونتر (Nelson et Winter): التي تعتمد على ربط الاقتصاديات المتخلفة  
بمستوى الدخل الفردي و معدل نمو السكان .
  - 8 -نظرية الدفعة القوية: التي تقول بأن هناك حاجة إلى برنامج كبير و مكثف من الاستثمارات  
للتغلب على عقبات التنمية .
  - 9 -نظرية النمو المتوازن: التي تتطلب التوازن بين مختلف صناعات سلع الاستهلاك و بين  
الصناعة و التجارة .

10 -نظرية النمو غير المتوازن: التي تتخصص في قطاعات معينة و تشجيع الاستثمارات التي تحقق مزيدا من الدخل.

11 -نظرية ميردال(Myrdal):التي ترى أن التنمية الاقتصادية هي نتيجة لعملية سببية حيث يكافأ الأغنياء و جهود المتخلفين تتحطم.

12 -النظرية الإسلامية: التي تقوم على قواعد ثابتة في المساواة و التنافس ، وتوفر الضوابط القيمة التي جددتها الشريعة الإسلامية( الديلمي، 2015، ص.ص 252- 253 ).  
و عموما تسعى الصحافة الاقتصادية إلى دعم ومؤازرة قضايا التنمية الاقتصادية الشاملة للمجتمع في كافة المجالات، وذلك من خلال:

- الدعوة إلى المشاركة الجماهيرية في خطط التنمية و اختيارها حتى لا يشعروا بأنها مفروضة عليهم.
- الدعوة إلى الاعتماد على الموارد الذاتية و تطويرها، و تقليل الاعتماد على الموارد الخارجية قدر الإمكان.
- النقد الموضوعي الجاد لأساليب تطبيق خطط التنمية بعيدا عن التشهير و محاولات الهدم.
- التأثير بشكل ايجابي على المدى الطويل في اتجاهات الناس نحو التنمية(إبراهيم، 2001، ص.ص 276 - 277 ).
- تهيئة الأجواء اللازمة و الضرورية للحركة الاقتصادية في المجتمع.
- توفير البيانات و المعلومات للعامة و المتخصصين سواء تعلق الأمر بحركة الاستثمار، المجالات الاقتصادية المختلفة ، القوانين ،إجراءات إنهاء المعاملات ، أخبار الأسهم و البورصات وأسعار صرف العملات...الخ
- التغطية الشاملة والواقفية و الدقيقة للأحداث الاقتصادية محليا، إقليميا و دوليا .
- طرح مختلف وجهات النظر و الآراء حول المسائل الاقتصادية، وتكوين مواقف مبنية على معلومات سليمة و تحليلات ودراسات تقديم الأطر و الخلفيات و التفسيرات الضرورية لفهم القضايا الاقتصادية في سياقها السليم.
- السهر على المساهمة في دعم البرامج الاقتصادية و مشاريع التنمية المستدامة من خلال تقديم رسالة إعلامية اقتصادية مبنية على المهنية و الحرفية و الاستقصاء ، و

- النقد العلمي للخطط و المشاريع التنموية من أجل تكوين الإنسان الاقتصادي الواعي و المبصر لمصيره و مستقبله الاقتصادي (قيراط، 2010 ،ص.ص 49 -50).
- الكشف عن المعوقات التي تعترض طريق الإنتاج، وتقديم الأداء الاقتصادي و الكشف عن الفساد أو سوء الإدارة للموارد أو الأنشطة الاقتصادية(يونس،2006، ص68 ).
  - السير قدما نحو معالجة مسألة البطالة و الفقر و الجوع ، حيث أن هذه الأمور قد تنشأ إما عن أزمت مالية عالمية ،كساد عالمي أو محلي ، تخلف في الصناعة و الزراعة و التجارة و الخدمات، زيادة الاستيراد على التصدير ،عدم تشغيل رأس المال في الداخل ، نقل الأموال للاستثمار خارج الدولة أو خطأ في سياسات الدولة الاقتصادية. فيمكن للصحافة الاقتصادية تقديم حلول جزئية أو كلية لمشاكل الفقر و الجوع مثل: توضيح مفاهيم اقتصادية من الضروري أن يعرفها الجمهور و أصحاب القرار عن مكافحة البطالة، و كذا شرح وبيان أسباب الفقر و البطالة من أجل وضع اقتراحات لحله ( أبو سمرة، 2012 ،ص123).
  - مواجهة التحديات الاقتصادية التي ترتبط أساسا بمنطق السوق و آلياته و الإنتاج الاقتصادي ، من خلال ارتكازها على المؤسسات و التكتلات الاقتصادية ، وما تلعبه من دور مهم من تسويق الظاهرة، وحث الدول على إزالة القيود التجارية... (حسن علي الجندي،2010، ص164).
  - إبراز الوجه الحضاري و الاقتصادي للدولة ، و المساهمة في تنشيط القطاع الاقتصادي و توعية الرأي العام.
  - معالجة المشكلات الاقتصادية بأطروحات ورؤى جديدة .
  - خدمة المستثمر و المستهلك و قطاع الأعمال التجارية ، وكشف الفرص الاستثمارية المحلية و العالمية.
  - مساعدة صانع القرار في اتخاذ قراراته بناء على معلومات اقتصادية و تحليلات و تحقيقات جادة.

- تنمية و تطوير الفكر الاقتصادي لدى كافة شرائح المجتمع، ومحاربة الظواهر الاقتصادية الفاسدة وكشفها، وتطوير التشريعات والقوانين بكشف السلبيات من خلال التحقيقات (قيراط، 2011، ص55).

حتى تحقق الصحافة الاقتصادية هذه المهام لابد من مراعاة عدة اعتبارات هامة:  
- طبيعة المشكلات الاقتصادية و التنمية التي يعاني منها أي بلد، لأن لكل مجتمع ظروفه الخاصة ومتطلباته واحتياجاته و تحديات يتعين عليه مواجهتها.  
- واقع الاحتياجات و المطالب الفعلية للتنمية و أولوية هذه الاحتياجات و المطالب.  
- تحديد القيم و المعايير التي تستهدف الصحافة الاقتصادية و التأكيد عليها ، بالإضافة إلى التنسيق و التكامل مع السياسات الاتصالية للدولة، حتى لا يحدث تعارض أو تخبط في الخط و الأهداف.

- التعرف المستمر على رد فعل القراء ، و التغييرات التي تطرأ عليهم (خصائصهم، سماتهم، احتياجاتهم) حتى تحقق الصحافة الاقتصادية هدفها، ولا تسير بمعزل عن الجمهور الذي توجه إليه.

-توفر إستراتيجية و خطة منهجية للعمل الصحفي في المجال الاقتصادي، من حيث تحديد القضايا الاقتصادية الملحة و أسلوب تناولها و الإعداد الجيد لذلك، بما يضمن الاستمرارية في التداول حتى تحقق الحملة الصحفية أهدافها ، وألا تكون الصحافة الاقتصادية مجرد تابع للأحداث الاقتصادية، فلا بد أن تكون فاعلة للحدث الاقتصادي و صانعة له (إبراهيم، 2001، ص.ص 277- 278).

#### الخاتمة:

و ما يمكن قوله في الأخير هو أن العلاقة التي تجمع بين الصحافة الاقتصادية المكتوبة و التنمية الاقتصادية تندرج ضمن العلاقات العضوية المتفاعلة و المتداخلة، فهي لم تأتي بطريقة اعتباطية ، وإنما تستند إلى أسس علمية محكمة، تشمل الإنسان و نشاطاته و حاجاته المادية و الروحية ، فالقانون الذي لا يقر حرية الصحافة يعوق التنمية في المجتمع، لأنه يمنع الرأي العام من المعرفة و بالتالي حرمانه من المشاركة في كشف أخطاء المسيرين و القائمين على وحدات القطاع الاقتصادي. و تبقى الصحافة الاقتصادية أحد الوسائل الضرورية لنشر الوعي الاقتصادي، ومن ثم تحقيق التنمية الاقتصادية التي تسعى من ورائها مختلف دول العالم، و نمو

الصحافة الاقتصادية من شأنها تطوير أسلوب المعالجة لتسهيل فهم عامة الناس للقضايا الاقتصادية الجارية. و لكي تكون الصحافة الاقتصادية قناة فاعلة في نشر التنمية الاقتصادية لا بد من وضع إستراتيجية واضحة المعالم للإعلام الاقتصادي ، وخلق علاقة مع أدوات البحث العلمي لزيادة المقدرات الإعلامية على التحليل و الشرح المفصل للقضايا الاقتصادية ، و إشراك كافة المواطنين في عملية التنمية الاقتصادية ، وذلك بجعل الصحافة الاقتصادية بمثابة منبر لتبادل الأفكار و الآراء الاقتصادية مع تواصل الصحافة الاقتصادية مع الحركة الأكاديمية في المجال الاقتصادي.

### قائمة المراجع:

أولا - المراجع باللغة العربية:

- أبو سمرة ، محمد.(2012). الإعلام التنموي و دوره في تشجيع الاستثمار ( الطبعة الأولى). الأردن: دار الرياسة للنشر و التوزيع.
- أحمد الدوري، محمد.(1983). التخلف الاقتصادي، ( الطبعة الأولى). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- إبراهيم، إسماعيل.(2001). الصحفي المتخصص، (الطبعة الأولى). مصر: دار الفجر للنشر و التوزيع.
- احدادن ، زهير.(د.ت). الصحافة المكتوبة في الجزائر. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- برتراند ، جون كلود، ترجمة العابد ، رباب. (2008). أدبيات الإعلام ، ديونتولوجيا الإعلام،(الطبعة الأولى). لبنان: مؤسسة محمد بن رشد آل مكتوم.
- بكار، عبد الكريم.(2006). تحديد الوعي. المملكة العربية السعودية: مركز الشباب للإعلام العربية.
- بوجلال ، عبد الله.(خريف1990). إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي. المجلة الجزائرية للاتصال، (العدد:04)، ص 43-61.
- بومعيزة ، سعيد.(2006). أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات ، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية. رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر.

- مقابلة مع السيد تيتوش ، علي.(25 ديسمبر 2014 ). رئيس القسم الاقتصادي لجريدة El « Watan، على الساعة الثانية زوالاً، عن طريق البريد الإلكتروني.
- الجاسم المحمود، جمال. (2004) . دور الإعلام في تحقيق التنمية و التكامل الاقتصادي العربي. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية، المجلد:20، (العدد:02)، ص245-268.
- الخصاونة ، إبراهيم فؤاد.(2012) . الصحافة المتخصصة، (الطبعة الأولى). الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع و الطباعة.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد.(2015) . الإعلام المتخصص. الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- الرحباني، عبير.(2013). الإعلام رسالة و مهنة، (الطبعة الأولى).الأردن: دار أسامة للنشر و التوزيع.
- الزويني، حسين دبي.(2012) . القنوات الفضائية و الإعلام الاقتصادي، (الطبعة الأولى).الأردن: دار أسامة للنشر و التوزيع.
- الزين ، محمد صديق الصادق. (2008- 2009) . اتجاهات الشكل و المضمون في الصحافة الاقتصادية المعاصرة ، دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة العربية و الأجنبية بالتطبيق على صحيفتي "الاقتصادية" السعودية و " فايننشال تايمز " البريطانية . رسالة دكتوراة غير منشورة ، كلية علوم الإعلام و الاتصال ، قسم الصحافة و النشر ، السودان .
- الشمالية ، ماهر عودة ، اللحام ،محمود عزت و يوسف كافي، مصطفى.(2015). الصحافة المتخصصة، (الطبعة الأولى). الأردن: دار الأعصار العلمي للنشر و التوزيع.
- حسن علي الجندي، محمد.(2010). القيم الاقتصادية في الصحافة، (الطبعة الأولى).مصر: دار الفكر الجامعي.
- حسن، مصطفى.(1993) . نحو مقارنة نظرية الاتصال و الإعلام الاقتصادي. فعاليات الملتقى الدولي حول الإعلام الاقتصادي،جامعة تونس1.
- راغب، نبيل.(1999). العمل الصحفي، (الطبعة الأولى). لبنان: الشركة المصرية العالمية لاونجان.

- رفعت، عصام.(2006). فن و أساليب الصحافة المالية و الاقتصادية. فلسطين: سوق فلسطين للأوراق المالية.
- ريتور، فيليب، ترجمة كهينة، بركون، مراجعة الدكتور طاهر، بن خرف الله. (أكتوبر 2014). الصحافة في خدمة الاقتصاد . مجلة فكر ومجتمع، (العدد:22)، ص495- 502.
- زيروني ، مصطفى.(2000). النمو الاقتصادي و استراتيجيات التنمية، حالة اقتصاديات دول جنوب شرق آسيا . رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة الجزائر،الجزائر.
- سيد محمد، محمد.(1988). الإعلام و التنمية،(الطبعة الرابعة). مصر: دار الفكر العربي.
- شرام ، وليور، ترجمة فتحي محمد.(1970). أجهزة الإعلام و التنمية الوطنية: دور الإعلام في البلدان النامية. مصر: الهيئة المصرية العامة للتأليف و النشر.
- شرف، عبد العزيز.(2003). الصحافة المتخصصة وحدة المعرفة، (الطبعة الأولى). مصر: عالم الكتب.
- عبد الرحيم حلس، موسى و علي مهدي، ناصر.(2010). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب بجامعة الأزهر. مجلة جامعة الأزهر، المجلد:12، (العدد:02)، ص135- 180.
- عبد السلام العجمي ، محمد.(1994). الوعي البيئي لدى طلاب جامعة الأزهر. رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية التربية ، جامعة الأزهر، مصر.
- عبد الواحد أمين، رضا.(2011). الإعلام و دوره في الوعي بقضايا التنمية المستدامة. مجلة الإذاعات العربية، (العدد:01)، ص 92- 97 .
- عبيرات ، مقدم و الأزهر، عبد العزيز.(2007). التنمية و الديمقراطية في ظل العولمة. مجلة العلوم الإنسانية، (العدد:11)، ص215- 230.
- فريني ، مارجي ، شيفرين ، أنيا و فولي ، جين، ترجمة أبو النجا صلاح.(2004). الصحافة التجاري و الاقتصادية. الولايات المتحدة الأمريكية: المركز الدولي للصحافيين.
- قيراط، محمد.(2010). البيئة و الاقتصاد في معادلة الإعلام التنموي :الفرص و التحديات. مجلة الإذاعات العربية ، (العدد:1)، ص 42- 52 .
- قيراط، محمد.(2011). دراسات إعلامية، (الطبعة الأولى). الإمارات العربية المتحدة: مجموعة الآفاق المشرفة.



- كايروول ، رولان. (1984). الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- لطيف، لبنى. (مارس 2012). الأدوار التنموية للإذاعة المحلية: نحو رؤية سوسيولوجية. مجلة العلوم الإنسانية، (العدد:24)، ص 171 - 185.
- محمد عمر، نوال. (1992). الإذاعات الإقليمية، دراسة نظرية تطبيقية مقارنة. مصر: دار الفكر العربي.
- محمر، شفيق. (د.ت). دراسات في التنمية الاقتصادية. مصر: المكتب الجامعي الحديث.
- محمود الحسن، عيسى. (2009). الإعلام و التنمية. الأردن: دار زهران للنشر و التوزيع.
- منير حجاب، محمد. (1998). الإعلام و التنمية الشاملة، (الطبعة الأولى). مصر: دار الفجر للنشر و التوزيع.
- منير حجاب، محمد. (2004). المعجم الإعلامي، (الطبعة الأولى). مصر: دار الفجر للنشر و التوزيع.
- ناظم ، خالد الشمري. (2012). الإعلام الاقتصادي، (الطبعة الأولى). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- يونس، محمد أحمد و النعيمي، عائشة عبد الله. (2006). الصفحات الاقتصادية في الصحف الإماراتية، دراسة تحليلية للمضمون و القائم بالاتصال لصحف الاتحاد و البيان و الخليج. مجلة شؤون اجتماعية، (العدد:90)، ص 57 - 111.
- ثانيا - المراجع باللغة الأجنبية:
- Robert Solman. (sans date). *Information économique clé de la prospérité*, (édition Hachette). France : sans éditeur.