

## الصحافة الاقتصادية : الواقع والتطلعات

تعتبر الصحافة الاقتصادية ، هي التي تهتم بأخبار البورصة ، والأخبار المالية ، والتجارية ، والاقتصاد المحلي والعالمي بشكل عام ، ويوجد في جميع دول العالم أجهزة اقتصادية متنوعة ، ومتعددة تخدم الحياة الاقتصادية بشكل كبير .

نجد أن المؤسسات الاقتصادية، والقطاع العام والخاص ، وجميع المنظمات سواء ربحية ، أو غير ربحية تجارية ، أو خدمية جميعها تحتاج إلى صحافة ، وإعلام اقتصادي متخصص وفعال ، لذلك يوجد دائماً بحث عن الصحافة وأهميتها. وتحتاج أيضاً تلك المؤسسات التقارير ، والبيانات ، والإرشادات بالإضافة إلى الوعي الاقتصادي ، والسلوك الاقتصادي الواعي والسليم ، ويشير ذلك إلى وجود علاقة وثيقة بين الصحافة والاقتصاد ، حيث أن المعلومة في عالم الاقتصاد ، هي بمثابة سلعة ذات أهمية كبيرة بالنسبة للفرد أو المؤسسة.

يسعى الصحفيين والإعلاميين والعاملون في المجال الاقتصادي بشكل عام بتغطية جميع الأحداث التي تتعلق بالوسط التجاري والاقتصادي ، ويتم نشر كافة المعلومات ، والاحصائيات ، والبيانات المتعلقة بالمعاملات التجارية التي تتم من قبل الشركات والبنوك .

ومن جانب آخر يوجد علاقة قوية بين المعلومات وبين القرارات الاقتصادية ، ومن هنا نجد الدور الاستراتيجي القوي للصحافة الاقتصادية ، والذي يقوم بدفع عجلة الاقتصاد ، وتطوره ، والحرص على تحقيق التنمية المستدامة.

تناقش الصحافة الاقتصادية النشاط الاقتصادي في جميع المجتمعات ، وقضايا العولمة الاقتصادية ، وأنشطة البورصات العالمية ، وأخبار الشركات المتعددة الجنسيات ، والبنوك العالمية ، والمنظمات الاقتصادية.

تقوم الحياة الاقتصادية بشكل كبير على الصحافة ، والإعلام الاقتصادي ، وتوضح لنا كيف تؤثر الصحافة في المجتمع ؛ فلا تنجح المشاريع ولا يمكن تحقيق التنمية ، أو نشر الوعي ، والثقافة الاقتصادية بدون صحافة اقتصادية واعية وصادقة

إذ نجد ثلاث أقسام لهذه الصحافة :

أولاً: الصفحات الاقتصادية من الصحف العامة.

ثانياً: الصحف الاقتصادية العامة وهي التي تركز بشكل أساسي على المادة الاقتصادية، ولكنها تتوجه إلى جمهور عام من القراء العاديين.

ثالثاً: الصحف الاقتصادية المتخصصة وهي تلك التي تتوجه إلى جمهور متخصص من الدارسين والأكاديميين في مجال الاقتصاد، ومعظم ما ينشر بها عبارة عن دراسات علمية أكاديمية ويندر استخدام الأشكال الصحفية فيها كالخبر والتحقيق أو الحديث

### نشأة الصحافة الاقتصادية:

الصحافة الاقتصادية بدأت تنشر الأنباء الاقتصادية مبكراً في القارة الأوروبية عندما اهتمت بعض المؤسسات بأخبار زبائنها التي تؤثر على الاقتصاد الأوروبي حيث تضمنت الأخبار الاقتصادية في بدايتها بعض المعلومات عن السلع المتوفرة وسعرها ومعلومات حول الأسواق وحركة السفن المحملة بالبضائع وأسعار صرف العملات

ومنذ عام 1700 م بدأت الصحف البريطانية تنشر إعلانات تجارية معظمها يتعلق بالعمل والعمال وحركة الأسواق، حيث ظهرت أول نشرة أسعار في صحافة العالم في عام 1750 م وفي عام 1793م ظهرت صحيفة هامدين وهي أول صحيفة اقتصادية أمريكية

وبدءاً من عام 1835م اتسعت رقعت الأخبار الاقتصادية في الصحف وأفردت صفحات للمال والاعمال والبورصة وكشف المؤامرات السرية لعقد الصفقات التجارية في أسواق المال وفي العام نفسه بدأ توماس برينتنس ليتل ينشر عموداً مالياً في صحيفة هيرالد واستمر في عرض أفكاره الاقتصادية حيث أعتبر في نظر الكثيرين مؤسس علم الاقتصاد الأمريكي الذي اثار في عمله الصحفي إلى عدم نشر الأخبار المملة والطويلة بدون تحليل عميق أو استنتاجات صائبة حيث أنه نصح بالدقة والإيجاز.

ليبدأ أنتشار الصحافة الاقتصادية أكثر فاكتر حيث ظهر المؤتمر الاقتصادي الاسبوعي الذي بدأ ينظمها المصرف الاحتياطي الفيدرالي في نيويورك.

ومن ابرز الصحف المتخصصة في مجال الاقتصاد الفينايشال تايمز البريطانية عالمياً وعربياً الأهرام الإقتصادي المصري .

وبالتالي فإن الصحافة الاقتصادية تعتبر من أكثر الأنواع الصحفية شيوعاً في الدول الصناعية، كما تسعى من خلال استخدام الوسائل الإعلامية بكافة أشكالها على تنشيط الجهود الاقتصادية المبذولة.

### مهمة الصحافة الاقتصادية :

دور الإعلام الاقتصادي، ومهمته كشريك استراتيجي للاقتصاد :لا يختلف اثنان على أهمية الصحافة الاقتصادية، فهي تؤدي وظيفة رصد المتغيرات الاقتصادية في أي مجتمع، ومتابعتها وتسجيلها وتحليلها وتفسيرها، وتغطي جميع الجوانب الاقتصادية والمالية والتجارية،

إذ توجد علاقة وطيدة بين المعلومة والقرار الاقتصادي ومن هنا يأتي الدور الاستراتيجي للإعلام الاقتصادي وخاصة الصحافة المتخصصة في دفع حركة الاقتصاد ومسايرة التنمية

الشاملة ومعالجة الأزمات، وممارسة النقد والتقييم والتوجيه والإخبار ونشر الوعي والثقافة الاقتصادية في المجتمع.

### دور الصحافة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة :

توجد في المجتمع أجهزة اقتصادية عديدة ومتنوعة تخدم الحياة الاقتصادية على المستوى الجزئي والكلي وعلى مستوى الفرد والأسرة والمؤسسة والقطاع العام والقطاع الخاص والدولة ككل. وهذه المؤسسات والأجهزة سواء كانت خاصة أم عامة، ربحية أم غير ربحية، خدمية أم تجارية كلها تتعامل فيما بينها وتتعامل مع غيرها من المنظمات كما تتعامل مع الأفراد والخواص، كما تتعامل على مستوى خارجي ودولي. كل هذه التعاملات بحاجة إلى إعلام اقتصادي متخصص وقوي وفعال، وبحاجة إلى دراسات وتحليلات وتقارير وبيانات وإحصاءات وتوجيهات وإرشادات ووعي اقتصادي على مختلف الأصعدة من أجل الرشادة الاقتصادية والسلوك الاقتصادي الواعي والمسؤول والسليم. هذا يعني أن هناك علاقة ارتباطية قوية جدا بين الإعلام والاقتصاد، وأن المعلومة في عالم الاقتصاد تعتبر سلعة مهمة واستراتيجية سواء بالنسبة للفرد أو للمؤسسة. وهذه العلاقة يجب أن تُبنى على أسس متينة تقوم على العلم والمعرفة والتخصص. فالذي يكتب ويحلل ويناقش ويستشرف وينتقد في المسائل والقضايا الاقتصادية يجب أن يكون متخصصا وله دراية وخبرة وتجربة في المواضيع الاقتصادية المختلفة التي يكتب عنها. المهمة تحتاج إلى تخصص وجهد ومتابعة. فالمؤسسات الإعلامية بحاجة إلى محررين اقتصاديين متخصصين وبحاجة إلى دورات تدريبية بصفة منتظمة وتعليم مستمر حتى يجدد المحررون الاقتصاديون معارفهم ومعلوماتهم وخبراتهم في مجال تغطية ومناقشة وتحليل ودراسة القضايا والشؤون والأحداث الاقتصادية.

كما نلاحظ من جهة أخرى، العلاقة الوطيدة بين المعلومة والقرار الاقتصادي ومن هنا يأتي الدور الاستراتيجي للإعلام الاقتصادي في دفع عجلة الاقتصاد إلى الأمام وفي مساندة التنمية الشاملة في البلاد وفي ممارسة النقد والتقويم والتوجيه والإخبار ونشر الوعي الاقتصادي في المجتمع. الموضوع هنا لا يتعلق بنشر أخبار عامة وأحداث اقتصادية، وإنما يتعلق بدراسات وتحليلات وتعليق وتقارير وإحصاءات وبيانات وكل ما من شأنه أن ينشر الوعي والثقافة الاقتصادية التي تجعل من الفرد كائن اقتصادي واع ومسؤول ويعرف كيف يدير نشاطه الاقتصادي وقراراته الاقتصادية، وتجعل من المنظمة مؤسسة تدار بطريقة رشيدة وفعالة وناجحة. دور الإعلام الاقتصادي هو توعية الفرد وتثقيفه باعتباره كائنا اقتصاديا، يتخذ قرارات اقتصادية بصفة يومية ومستمرة. وما ينسحب على الفرد ينسحب على المؤسسة ومختلف المنظمات في المجتمع وعلى الدولة نفسها. فالإقتصاد هو جزء لا يتجزأ من حياة الفرد الذي يتخذ قرارات اقتصادية عديدة في اليوم الواحد. من جهة أخرى، نلاحظ ارتباط النشاط الاقتصادي في أي مجتمع بالنشاط الاقتصادي العالمي وبالعملية وبأنشطة البورصات العالمية والشركات المتعددة الجنسيات والمنظمات الاقتصادية والنقدية والبنوك العالمية.

كما أنه لا حياة اقتصادية من دون إعلام اقتصادي، ولا نجاح لمشاريع تنمية والتنمية المستدامة من دون وعي اقتصادي وثقافة اقتصادية من قبل أفراد المجتمع الذين هم بالأساس الفاعلون الرئيسيون في عملية التنمية. فلا نجاح للتنمية والتطور والتقدم من دون أفراد يكونون في مستوى المسؤولية التي تقع على عاتقهم. فالاستثمار في تنمية الموارد البشرية يعتبر الاستثمار الرئيس والأساس لنجاح أية عملية تنمية واقتصادية.

إذ يعتبر الإعلام الاقتصادي حجر الزاوية في تهيئة الأجواء اللازمة والضرورية للحركة الاقتصادية الناجحة في المجتمع حيث إنه يعمل على توفير البيانات والمعلومات للعامة والمتخصصين سواء تعلق الأمر بحركة الاستثمار، المجالات الاقتصادية المختلفة، القوانين، إجراءات إنهاء المعاملات، أخبار الأسهم والبورصات وأسعار صرف العملات... الخ. كما يعرف الإعلام الاقتصادي بالحركة الاقتصادية في الدولة والعالم. ومن أهم وظائف الإعلام الاقتصادي نشر الوعي والثقافة الاقتصادية في المجتمع كالتعريف بالقوانين والتشريعات والإجراءات التنظيمية (الضرائب، الأسعار، الأرباح، الفوائد، السندات، الاحتكار، الغش، التقليد، التهريب، التسويق... الخ) حتى يستطيع الفرد أن يعرف حقوقه وواجباته. من هنا يأتي الدور الاستراتيجي للإعلام الاقتصادي في التنمية الشاملة وفي ربط رجال الأعمال والاقتصاد والمؤسسات ببعضها البعض وبالجمهور.

### واقع الصحافة الاقتصادية في الوطن العربي والجزائر:

يشير واقع الإعلام الاقتصادي في العالم العربي إلى بعض مواطن الضعف والسلبيات حيث نلاحظ ضعف الأداء وغياب التخصص وكذلك قلة المجالات والصحف الاقتصادية المتخصصة على غرار الدول المتقدمة والدول التي تولي أهمية كبيرة للثقافة الاقتصادية وللوعي الاقتصادي وتداخل الإعلان مع الإعلام وسيطرة وكالات العلاقات العامة على المعلومة الاقتصادية. الإعلام الاقتصادي بحاجة إلى إعلاميين متخصصين في الاقتصاد ولديهم خبرة وتجربة ومعرفة تامة بالشؤون والقضايا الاقتصادية. والأمر هنا لا يسمح بالارتجال وبكتابة العموميات والسطحيات والاكتفاء بالبيانات الصحافية وتقارير المؤسسات وشركات العلاقات العامة. كما أنه لا يقتصر على الترويج للمؤسسات والشركات بقدر ما هو بحاجة إلى بحث واستقصاء وتقييم مبني على مهنية وحرفية عالية. فالالاقتصاد هو علم وممارسة في الميدان له أسسه وقوانينه ونظرياته يقوم على إستراتيجية في الرؤية وفعالية في الأداء. كما يلعب الإعلام الاقتصادي دورا استراتيجيا في غرس ثقة الناس في السوق وفي الاقتصاد. الاقتصاد العربي اليوم بحاجة ماسة إلى إعلام اقتصادي قوي وفعال يقدم بيانات اقتصادية دقيقة، ويقوم بالنقد والاستقصاء والكشف عن الأخطاء وسوء الإدارة والتسيير والفساد والتجاوزات لمواكبة التطورات على الصعيدين الإقليمي والدولي. ففي ظل العولمة لا مجال للتلميع والمجاملات والنفاق. ما نلاحظه في الميدان، مع الأسف الشديد، هو وجود فجوة بين حركة التنمية والاقتصاد من جهة، والصحافة الاقتصادية من جهة أخرى.

## مشكلات الصحافة الاقتصادية في الوطن العربي :

تتمثل في ندرة "الصحفي الاقتصادي" الآتي إلى ميدان الصحافة من (مرجعية اقتصادية وأكاديمية)، وهو ما توفر لدى الغربيين. والآن يشتغلون على معالجة الإشكالية فـ"عجز المعلومات" بوصفها المتهم الرئيسي وراء تباطؤ عملية التحديث والتطوير فضلاً عن "إشكالية عدم الحصول على المعلومات" في حينها و"الأضرار الناجمة عن تلقي الصحفي الاقتصادي معلومات خاطئة"، ووضعوا أيديهم على الحلقة المفقودة ووجدوها راجعة إلى "طريقة تفاعل الصحافة الاقتصادية مع 3 مصادر رئيسة تستقي منها المعلومات؛ ألا وهي: الحكومة ورجال الاقتصاد ودوائر الأعمال".

وإلى أن يتم حل الإشكالات الكبرى المعيقة لبناء صحافة اقتصادية عربية متخصصة ورصينة وعالية الانقراطية على مستوى جماهيري أكبر ورقعة أكاديمية واسعة وهي مسألة تتعلق بالسياسات التحريرية والخطط الاقتصادية الكبرى التي تعنى بها الدول والحكومات ومصادر صنع القرار- يستوجب الأمر من المؤسسات الصحفية ونقابات الصحافة والمنابر القلمية وضع برامج تدريبية للصحفيين تساهم في تعزيز دور الصحافة الاقتصادية تتضمن العناصر التالية:

أ- رفع المعايير المهنية والوعي القانوني بين الصحفيين بصفة خاصة والمشتغلين بالصحافة الاقتصادية على وجه الخصوص.

ب- تدعيم جهود وتأثير المؤسسات الإعلامية إدارياً وتنظيماً وبناء كوادر تتمتع بالخبرة الصحفية والمرجعية الاقتصادية أكاديمياً وثقافياً.

ج- دعم نقابات الصحافة والجمعيات المعنية بالإعلام، والتي تتبنى تدريب ودعم الصحفيين الاقتصاديين بوجه خاص.

د- بناء تحالفات وطنية بين الأطراف المشاركة في البرنامج لتطوير آليات فعالة للعمل على مزيد من الدور الفعال والمؤثر للصحافة الاقتصادية في دعم العملية الاقتصادية وتنمية القطاع الاقتصادي بوجه عام وقطاع النقل بوجه خاص.

هـ- بناء منصات إقليمية للنقاش والحوار وتبادل الآراء والخبرات ودعم الصحفيين والخبراء الاقتصاديين في العالم العربي.

و- تكوين شراكات قوية بين المؤسسات الاقتصادية والإعلامية الوطنية الحكومية والخاصة.