

الإعلام الاقتصادي

Economic Media

الأستاذ الدكتور
مصطفى يوسف كافي



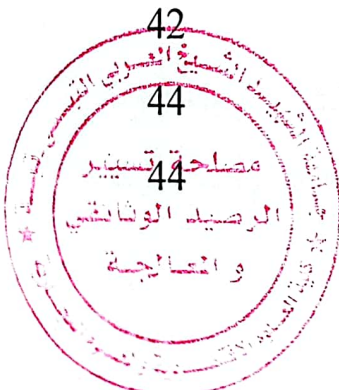
للنشر والتوزيع

الوراق

www.alwaraq-pub.com

المحتويات

الصفحة	الموضوع
11	المقدمة
	الفصل الأول
	الإعلام والاقتصاد
15	المبحث الأول: تعريف أهم المصطلحات المتعلقة بالإعلام الاقتصادي
15	أولاً: تعريف المصطلحات الإعلامية والاقتصادية:
24	ثانياً: الإعلام .. والتنمية:
25	ثالثاً: الإعلام المتخصص .. ضرورة عصرية:
27	المبحث الثاني: ماهية الإعلام
27	أولاً: مفهوم الإعلام وأنواعه:
29	ثانياً- عناصر العملية الإعلامية وأنماطها:
30	ثالثاً- وظائف الإعلام:
31	رابعاً- لغة الإعلام وأسلوبه:
32	خامساً- أثر الإعلام:
32	سادساً- تكامل وسائل الإعلام:
33	سابعاً- البعد الدولي للإعلام:
34	المبحث الثالث: علم الاقتصاد:
34	أولاً: الاقتصاد والسياسة الاقتصادية:
35	ثانياً: تعريف علم الاقتصاد:
37	ثالثاً: مصطلحات هامة متعلقة بعلم الاقتصاد:
42	رابعاً: المشكلة الاقتصادية :
44	خامساً: مدى تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي:
44	سادساً: علاقة علم الاقتصاد بالعلوم الأخرى:



الصفحة	الموضوع
47	سابعاً: منهج علم الاقتصاد:
48	ثامناً: أساليب التحليل الاقتصادي:
51	تاسعاً: أنواع التحليل الاقتصادي:
53	عاشراً: تطور التحليل الاقتصادي:
56	المبحث الرابع: المؤسسة الاقتصادية
56	أولاً - تعريف المؤسسة الاقتصادية:
57	ثانياً - خصائص المؤسسة الاقتصادية:
58	ثالثاً - أنواع المؤسسات الاقتصادية:
62	رابعاً - أهداف ووظائف المؤسسة الاقتصادية:
67	خامساً - المؤسسة في المحيط:
70	سادساً - الوظيفة المالية والتمويل في المؤسسة:
78	المبحث الخامس: الإعلام التنموي
79	أولاً: ماهية الإعلام التنموي: وعلاقته بالصحافة المكتوبة:
84	ثانياً: خصائص وأنواع الإعلام التنموي:
88	ثالثاً: وظائف و أهداف الإعلام التنموي:
91	رابعاً: متطلبات الإعلام التنموي:
93	خامساً: نظريات الإعلام التنموية:
99	سادساً: إستراتيجية الإعلام التنموي:
110	سابعاً: دور الإعلام العربي في تحقيق التكامل الاقتصادي العربي:

الفصل الثاني

الصحافة المتخصصة

13	أولاً: ماهية و نشأة الصحافة المتخصصة:
116	ثانياً: مستويات الصحف المتخصصة وأسباب انتشارها:

الصفحة

الموضوع

الفصل الثالث

الصحافة الاقتصادية

- 125 أولاً: مفهوم الصحافة الاقتصادية وسماتها:
- 130 ثانياً: المحرر والمادة الاقتصادية:
- 136 ثالثاً: محددات المعالجة الصحفية الاقتصادية:
- 139 رابعاً: كتابة القصص الاقتصادية:
- 142 خامساً: تنظيم القصة الاقتصادية الجيدة:
- 147 سادساً: العرض الرقمي والرسوم في الصحافة الاقتصادية:

الفصل الرابع

الإعلام الاقتصادي

- 153 أولاً-تحديد مفهوم الإعلام الاقتصادي أهدافه وأهميته في دعم التنمية:
- 162 ثانيا:كيفية تفعيل دور الإعلام الاقتصادي:
- 164 ثالثاً: أنماط الإعلام الاقتصادي:
- 166 رابعاً: مقومات نمو الإعلام الاقتصادي:
- 167 خامساً:التحديات التي تواجه الإعلام الاقتصادي العربي:

الفصل الخامس

التخطيط الإعلامي والتنمية

- 173 أولاً:مفهوم التخطيط والتخطيط الإعلامي:
- 177 ثانياً: دور التخطيط الإعلامي في التنمية :
- 179 ثالثاً: الخطة الإعلامية:

الفصل السادس

التنمية المستدامة

- 185 أولاً: ماهية وأبعاد و مؤشرات التنمية المستدامة:
- 192 ثانياً: أهداف ومبررات التنمية المستدامة:

الصفحة	الموضوع
199	ثالثاً: العولمة ومشكلات التنمية:
203	رابعاً: متطلبات (ضرورات) نجاح التنمية المستدامة:
205	خامساً: دور وسائل الإعلام في التنمية المستدامة:
	الفصل السابع
	العولمة الاقتصادية
212	أولاً- ماهية العولمة:
222	ثانياً: عولمة الإعلام :
239	المراجع

مقدمة

يعد الإعلام بكافة وسائله من أهم وسائل التنمية في العصر الحديث. ولم تعد مسألة تأثير الإعلام ودوره على المجتمعات أفراداً و دولاً مثاراً للجدل. بل عكفت الدراسات الإعلامية على بحث عن أفضل الخيارات المتاحة لإيصال الرسائل الإعلامية المختلفة و بفعالية إلى الجمهور المستهدف. و تساهم وسائل الإعلام في تحقيق التنمية بمجالاتها المختلفة من خلال توفير المعلومة السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية... الخ.

على الرغم من الاهتمام المتزايد بالبحث في العلاقة المتبادلة بين الإعلام و الاقتصاد وغيره من المجالات الأخرى، والتي أسفرت عن قيام تخصصات تحمل مسميات عديدة تبرز خصوصية هذه العلاقة كالإعلام الاقتصادي و الإعلام الأمني، و الإعلام التنموي، و الإعلام التربوي... وغيرها، إلا أن هناك قصوراً ملحوظاً في تشخيص هذا الارتباط، أو الدور الإعلامي في إبراز أهمية العديد من القضايا التنموية المهمة و التوعية بها.

بعد حصول الدول النامية على استقلالها، عكفت هذه الدول على محاولة تحقيق التنمية الشاملة، على نطاق واسع و تعاضم أثرها، و بعد انتشار وسائل الإعلام انصببت الكثير من البحوث الإعلامية حول كيفية تسخيرها في عميلة التنمية، و قد أدى هذا الاهتمام بتأثير الإعلام في تنمية و تطوير المجتمعات، إلى ظهور ما يسمى بالإعلام التنموي.

إن تحقيق الرفاهية الاقتصادية للمجتمع هي غاية إنسانية في المقام الأول قبل أن تكون غاية اقتصادية أو سياسية، حيث تسعى إليها جميع الأنظمة و الدول، كما إن تحقيق الرفاهية في كل المجالات محكوم بوجود سلطة سياسية و اقتصادية قادرة على جمع كل المعطيات و الموارد لتحقيق النمو ذي المستوى العالي في المجتمع و الدولة، غير أن الإعلام العام لم يعد قادراً على تقديم المعالجة الصحيحة و بالمستوى المطلوب، الأمر الذي دعا إلى ظهور إعلام متخصص باستطاعته أن يقدم معالجة نوعية تتميز بمستوى من الجدية العلمية و العمق و شمولية الطرح.

يجب على الدولة أن تسعى إلى تحقيق مستوى الرفاهية للفرد والمجتمع ، اذ يعتبر هذا من أسمى ما تحققه وتهدف إليه الحكومات الشرعية وهو دليل على تحقق وتنفيذ ونجاح مخططات إنمائية واضحة المعالم حيث يؤدي ذلك إلى حسن استثمار الموارد وتوجيهها بشكل فعال إلى تحقيق التنمية الاقتصادية و البشرية والاجتماعية، والقضاء على الآفات كالفقر والبطالة وسوء توزيع الدخل القومي وضعف البنى التحتية والتلوث البيئي والغبن لحقوق الإنسان.

ويعد الإعلام الاقتصادي أحد أهم إفرازات القفزة المتطورة التي حققها الإعلام على أكثر من صعيد، بسبب الثورة التكنولوجية والتقدم المعلوماتي والتقني الذي شهدته المعمورة، في ظل تحول العالم إلى شبكة من العلاقات الاقتصادية المتداخلة، والمتزايدة التعقيد بهدف التوصل إلى مشهد عالمي تتبادل أطرافه الموارد، ويزيد اعتمادها على بعضها البعض في كل من الخدمات والسلع والمنتجات والأسواق ورؤوس الأموال الخ. وإذا كان الإعلام الاقتصادي

يهتم بتناول و معالجة معلومات اقتصادية فان وظائفه وأهدافه تتباين من دولة إلى أخرى ومن مجتمع إلى مجتمع آخر.

وكلي أمل أن يساهم هذا الإعداد في وضع لبنة في الإعلام الاقتصادي الذي يجب أن يلاحق التطورات التي يشهدها مجتمعنا العربي.... والله أسأل أن يوفقنا جميعاً، إلى ما فيه خير الأمة.

والله وراء القصد

المؤلف

الدكتور

مصطفى يوسف كافي.



الأستاذ الدكتور/ مصطفى يوسف كافي

- دكتوراة في الاقتصاد.
- حصل على دكتوراة في الاقتصاد والتخطيط /الاقتصاد الإلكتروني.
- محاضر في الجامعات السورية ومعاهدها.
- خبير التدريب الدولي المعتمد من البورد الألماني للتدريب والاستشارت. /التنمية البشرية.
- خبير اقتصادي ومالي في دراسات الجدوى الاقتصادية للمشاريع الريادية في هيئة التنمية والتشغيل في سورية (سابقاً).
- عمل رئيس مجلس بلدية في مجال الادارة المحلية والبيئة.
- حاصل على شهادات الدكتوراة الفخرية في:(الاقتصاد-الاعلام والتنمية المستدامة-العلاقات العامة والبروتوكول- العلاقات الاقتصادية الدولية-ريادة الاعمال والمشاريع الصغيرة والمتوسطة).
- لديه أكثر من (300) مؤلف أكاديمي علمي منشور على مستوى الوطن العربي في مجالات الآتية:الاقتصاد والادارة والعلاقات الدولية والسياحة وريادة الاعمال والعلاقات الدبلوماسية والاعلام.



للنشر والتوزيع
الأردن - عمان - شارع الملكة رانيا العبدالله
مقابل كلية الزراعة - مجمع العساف رقم بناية (235)
تلفاكس : +962 6 533 77 98
ص ب 1527 عمان 11953 الأردن
E-MAIL: info@alwaraq-pub.com
E-MAIL: halwaraq@hotmail.com
www.alwaraq-pub.com

