اتجاهات الصحفيين السودانيين والنخبة الأكاديمية إزاء دور الصحافة فى التنمية الاقتصادية

(الصحافة السودانية أنموذجاً)

د.خالد عبدالله أحمد درار

كلية الامارات للتكنولوجيا
أبو ظبى

ملخص الدراسة:

تناولت الدراسة اتجاهات الصحفيين السودانيين والنخبة الأكاديمية إزاء دور الصحافة السودانية فى التنمية الاقتصادية، وقد هدفت الدراسة الى التعرف على آراء ووجهات نظر الصحفيين أنفسهم والنخبة الأكاديمية عن دور الصحافة فى التنمية الاقتصادية فى السودان، والتعرف على آراء المبحوثين عن واقع اهتمام الصحافة السودانية بالشؤون الاقتصادية، الوقوف على المشكلات التى تواجه الصحافة الاقتصادية فى السودان، سواء المتخصصة منها أو تلك الصفحات الاقتصادية بالصحف الشاملة، وكذلك الملاحق الاقتصادية للصحف الشاملة، التعرف على مدى قدرة الصحافة السودانية على تشكيل الاتجاهات نحو السياسات والبرامج الاقتصادية فى الدولة.

اعتمد الباحث فى إنجاز البحث على المنهج الوصفى، وفى سبيل الحصول على البيانات الولية تم استخدام أداة الاستبيان كأداة رئيسية فضلاً عن المقابلة كأداة مساعدة. تضمنت الدراسة ثلاثة محاور خُصص المحور الأول للإطار المنهجى، والثانى للإطار النظر، أما المحور الثالث فقد خُصص للدراسة التحليلية.

خرجت الدراسة بالعديد من النتائج منها:-

١- أن مستوى الإهتمام لا يفى بإحتياجات القرّاء من المعلومات الاقتصادية، حيث اصطبغت المناقشات العامة للقضايا الاقتصادية وتغطية الأنشطة الاقتصادية من قِبَل الصحافة السودانية بوجهة النظر الرسمية، وغلب عليها أسلوب القائمين على الحكم وليس أسلوب الشعب،

٢- أن الصحافة السودانية غير مواكبة من الناحية المهنية للتطورات الاقتصادية سواء على المستوى الداخلى أو الخارجى، وذلك لأسباب متداخلة منها عدم اهتمام أصحاب الصحف بالموضوعات الاقتصادية سواء فى شكل موضوعات أو صفحات أو ملفات أو ملاحق وما يُدلل ذلك أن الصفحات الاقتصادية بمعظم الصحف السودانية غير ثابتة وتُسحب فى أحياناً كثيرة لصالح الإعلان أو أية موضوعات أخرى.

٣- المضامين ذات الصلة بالشؤون الاقتصادية لا تُشكل عنصر جذب بالنسبة لجمهور القرّاء.

٤- هنالك بعض التحديات المتعلقة بالشفافية والأخلاقيات الصحافية ومستلزمات خدمة القارئ ومعالجة همومه اليومية وتطلعاته ودراسة سبل التطوير والارتقاء، فضلاً عن المتطلبات غير الموجودة فيما يتصل بتأسيس ثقافة إعلامية (صحافية) على الصعيد الاقتصادى.

٥- تناول الصحافة السودانية لمجمل القضايا والشؤون والموضوعات الاقتصادية تناولاً إخبارياً بسيطاً وسطحياً لا يلبى

أدنى احتياجات عامة القرّاء، ولا المتخصصين ولا تفيد مواقع صنع القرارات الاقتصادية. أى على العكس تماماً من العبارة الشهيرة، التى غدت قولاً مأثوراً وحكمة تتداولها الأجيال، منذ وُجِّهت على لسان كلارنس بارون إلى الصحافيين الميدانيين فى صحيفة "وول ستريت جورنال" فى صدر القرن العشرين، وهى: "إنكم فى الميدان لتدافعوا عن الصالح العام، عن الحقيقة المالية من أجل المستثمرين، وعن الأرصدة التى ينبغى أن تدعم الأرملة واليتيم".

٦- هناك عدم رضا عن أداء الصحافة السودانية تجاه الأدوار المتمثلة فى نشر القيم الاقتصادية والتعريف المفاهيم الاقتصادية ، وكذلك فى رفع مستوى الوعى والتأثير فى الرأى العام وكذلك التأثير على صانع القرار والمشرع والمستثمر والمستهلك والعمالة وتفسير التعديلات والتشريعات للجمهور وتمهيدهم لتبعاتها وتغيير الانطباعات السلبية.

٧- المشكلات التى تواجه تناول الصحافة السودانية للقضايا الاقتصادية من وجهة نظر المبحوثين تمثلت فى الرقابة الحكومية السابقة واللاحقة، وانعدام الشفافية وفرض السرية على المعلومات، وعدم تعاون المصادر الحكومية مع الصحافة ، واشتراطات الحصول على الاعلانات الحكومية، فضلاً التهديد بفصل الصحفيين الناقدين للأداء الحكومى.

٨- اشارت الدراسة إلى أن الصحافة السودانية لا تملك القدرة الكافية التى تمكنها من تشكيل الاتجاهات نحو السياسات والبرامج الاقتصادية نسبةً لمحدودية مقروؤيتها ونوعية المضامين التى تحملها فيما يتصل بالقضايا الاقتصادية.

المحور الأول/ الإطار النظرى:

يعد الاعلام بوسائله المختلفة التقليدية والحديثة ضرورة من ضرورات تقدم المجتمعات ومواكبتها للمتغيرات التى يشهدها العالم فى مختلف مجالات الحياة، ويعترف الجميع بأن وسائل الإعلام المختلفة تلعب دوراً كبيراً ومتعاظماً ومُهماً فى انجاح العملية التنموية خاصة وانها اصبحت تدخل فى تفاصيل العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية فى جميع المجتمعات، المتقدمة منها والنامية، بنسب متفاوتة خاصة وأن نجاح العملية التنموية يعتمد بشكلٍ كبيرٍ على تلك العوامل وعلى مدى قوتها ونجاحها وشدة تأثيرها.

لم يعد بالامكان اعتبار الاعلام مجرد وسيلة لتوصيل الأخبار، وإنما بوصفه قوة تؤثر بشكلٍ فاعل على الجمهور ومتخذى القرار على حدٍ سواء، ومن ثُم تُسهم فى تشكيل المفاهيم وتوجيهها، وفق تخطيط إعلامى شامل ومحكم يستهدف خدمة الدولة بمكوناتها الاجتماعية المختلفة بدرجة أساسية.

ماهية التنمية:

تُعرف التنمية بأنها: "عملية ديناميكية، شاملة، ومعقدة، وعميقة، وواعية، ومقصودة، ومدروسة تتم بالإنسان ومن أجل الإنسان وتهدف إلى إحداث تحولات واسعة وشاملة وعميقة فى المجتمع وفى مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية" وتعرف أيضاً بأنها "العملية المدروسة والموجهة التى يقوم بها المجتمع من اجل التطوير والتعديل فى الحياة الاقتصادية والاجتماعية والانتقال بها من واقع متخلف إلى واقع متقدم وذلك بواسطة عدد من الوسائل والادوات". وعليه فإن التعريف الإجرائى للتنمية كما يلى: "التنمية هى عملية شاملة ومستمرة وموجهة وواعية تمس جوانب المجتمع جميعها، وتحدث تغيرات كمية وكيفية وتحولات هيكلية تستهدف الارتقاء بمستوى المعيشة لكل أفراد المجتمع والتحسن المستمر لنوعية الحياة فيه بالاستخدام الأمثل للموارد والإمكانات المتاحة".

هناك عدة مصطلحات للتنمية الاقتصادية فهناك من يستخدم مصطلح النمو والبعض يستخدم مصطلح التنمية الاقتصادية، فالنمو يعنى تغير مع تحسن أو تزايد قد يكون طبيعى أو عفوى، أما التنمية فتعنى تغير مع تحسن بفعل حدث أو إجراء إرادى. أما التنمية الاقتصادية فهى العملية التى من خلالها يمكن زيادة متوسط نصيب الفرد من إجمال الناتج القومى خلال فترة زمنية محددة وذلك من خلال رفع متوسط إنتاجية الفرد واستخدام الموارد المتاحة لزيادة الإنتاج خلال تلك الفترة.

العوامل المساعدة على تحقيق التنمية:

يمكن تقسيم هذه العوامل إلى عوامل ذاتية وأخرى موضوعية، وذلك على النحو الآتى:-

العوامل الذاتية: وتتلخص فى:-[٢]

- الإيمان بإمكانية الإصلاح والتقدم.
- الطوعية والعون الذاتى.
- التحفيز والاستثارة.
- الخدمة والتضحية بالذات.

العوامل الموضوعية: وتتمثل فى:-

- أن تصدر برامج التنمية عن الحاجات الأساسية للمجتمع استجابة لحاجات الأفراد.
- قيام عملية التنمية على أساس من التوازن فى كافة المجالات الوظيفية.
- أن تهدف برامج التنمية إلى زيادة فعالية مشاركة الأفراد فى شؤون مجتمعهم المحلى.
- اكتشاف وتدريب القيادات المهنية المحلية.
- ضرورة التركيز على مساهمة الشباب والنساء فى برامج التنمية من خلال برامج المؤسسات ذات الصلة.
- تبنى تنمية متوازنة على المستوى الوطنى.

الاعلام والمجتمع والتنمية:

يعكس الإعلام بما فيه (الجانب الاجتماعى والجانب الجماهيرى) واقع القوى السياسية والاقتصادية، كما يعكس المستوى الحضارى للمجتمع ، وتمثل هذه القوى الحدود التى يحدث فيها التفاعل. فالبيئة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية تحدد ملامح وسائل الاتصال الجماهيرى. ويعد الإعلام شكلاً من أشكال التفاعل الإنسانى كعملية اتصال مع الجمهور تهدف إلى نقل الأخبار، والآراء، والتعريف بها بغية إحداث تحوّل لدى المتلقى من أفراد وجماعات والترويج لفكرة ما باتجاه تعميمها وتحقيقها. فالإعلام قناة لنقل العلم، والمعرفة، والخبر، ووسيلة لنقل الحقيقة والأكذوبة على حد سواء. فهو بطبيعة الحال فكرة ونشاط ومشاركة.

ويرى ولبر شرام (Wilbur Shramm) أن الاتصال يخلق شعوراً بالانتماء إلى الوطن، وهذا الشعور كفيل بتحويل الاهتمام من المجال المحلى إلى الشؤون والاهتمامات القومية، ومن مهامه نشر وتوضيح التخطيط القومى، وتعليم المهارات والتخصص الفنى، ومحو الأمية، والإسهام فى كل أنواع التعليم والتدريب، وإعداد الناس بوصفهم أعضاءً فى أمة واحدة للقيام بدورهم باعتبارهم أمة من بين أمم العالم.

وعلى الرغم من الواقع المرير فى العديد من دول العالم النامى، فإن الأمل معقودٌ فى أن يؤدى الإعلام وظيفته بوصفه جزءاً من المجهود الوطنى والقومى فى تحقيق المهمة الكبرى وهى التنمية، والتحديث، وتحقيق الوحدة الوطنية والقومية. فالإعلام قادر- إذا أحسن استخدامه- على خلق المناخ الضرورى لتجسيد هذه الأهداف الجوهرية، وإيجاد المكونات الحيوية كالابتكار، وإثارة دافع الإنجاز، وإرساء الطموحات التربوية والتعليمية والاقتصادية، والمهنية، وتعليم المهارات الأساسية. وإذا ما استخدم فعلاً بطريقة صائبة يصبح أداةً فعّالة لتحقيق التكامل الوطنى. ولكن دون نمو مشاعر الولاء للوطن والمشاركة الجماهيرية بطريقة متكاملة يصبح تحقيق النمو الاقتصادى المتوازن والمستمر مع الزمن أمراً متعذراً.

الاعلام الاقتصادى:

هنالك اختلاف فى وجهات نظر الباحثين عند تحديدهم لمفهوم الاعلام المتخصص نسبةً لاختلاف وجهات نظرهم وآرائهم واتجاهاتهم وطريقة ممارستهم له، ويرتبط مفهوم الاعلام المتخصص بالتخصص المعرفى ارتباطاً وثيقاً وفقاً لطبيعة الظواهر السياسية والاقتصادية والاجتماعية والبيولوجية والتكنولوجية فى العصر الحالى الذى يسوده التقدم العلمى والتكنولوجى والمعلوماتية، ويؤثر على جوانبه إيجاباً وسلباً. والتخصص هنا يعنى تحديد مجالات العمل التى يعمل فيها الصحفى الحائز على معرفة اختصاصية كبرى نتيجة ممارسته لها وانشغاله بها باستمرار، كما يعنى التمكّن من تطوير كفاءات اختصاصية مطلوبة باستمرار. والتخصص ليس سمة مميزة للاعلام فقط وإنما هى سمة تميز التطور البشرى فى عصر الاتصال والمعلومات بصورة عامة، ومن ثم فإن الاعلام الاقتصادى يقصد به ذلك الأداء المتخصص فى

الشؤون الاقتصادية من حيث مدارسها ونظرياتها والمسائل المرتبطة بها، وحركتها الداخلية والخارجية، وتحليل عناصرها وانعكاساتها على المجتمعات.

وتكمن أهمية الاعلام المتخصص فى كونه أكثر من مجرد نقل المعلومات إذ يهيئ منبراً للمناقشة ولنشر الأفكار والمبتكرات ولتبادل الخبرات والتجارب المتصلة بالوضع الاقتصادى، وقد يسعى فى الأوضاع الطبيعية إلى التأثير على متخذى القرارات أو تعزيز القدرات الإبداعية فى المجال الاقتصادى بكل أبعاده وتقاطعاته. وقد وُلد الاعلام المتخصص من رحم الاعلام العام حيث كانت البداية بالتركيز على اهتمامات معينة ثم تطور الأمر إلى تحديد صفحات لتلك الاهتمامات، ثم تطور الأمر إلى ملفات وملاحق ثم صحافة متخصصة فى موضوع أو شأن معين، ومن ثم كان تطور الإعلام الاقتصادى بنفس تلك التمرحُل.

مؤثرات على الاعلام الاقتصادى:

يرتبط الاعلام الاقتصادى -شأنه شأن مجالات الاعلام الأخرى- ببعض المؤثرات تأثيراً وتأثراً يمكن إجمالها فى:-

١- البيئة السياسية.

٢- البيئة الثقافية والاجتماعية.

٣- البيئة الاقتصادية.

وظائف الاعلام الاقتصادى:

يؤدى الاعلام الاقتصادى (المقروء والمسموع والمرئى) العديد من الوظائف المتداخلة والتى تتمثل فى:- (٤)

١- توفير المعلومات للعامة والمتخصصين حول الأوضاع الاقتصادية محلياً وعالمياً وتأثيراتها المتوقعة على المدى القريب والبعيد وذلك من خلال ما تقدمه من أخبار وأنباء وتحليلات متعمقة.

٢- العمل على بناء ثقافة المجتمع من خلال إحاطته بأوجه النشاط التجارى كالبورصة والإستثمار والأسهم والسندات وغير ذلك .

٣- التوعية بالتطورات العالمية المتلاحقة وربط الوحدات الاقتصادية المحلية بالاقتصاد العالمى بجانب الأسس والمعايير التى تفتح مجالات الاستثمار بالدول التى تحظى بميّز نسبية فى مجالات بعينها.

٤- الاسهام فى معالجة القضايا الاقتصادية على أساس من الدراسات الدقيقة للمجتمع، الذى ما وجدت إلاّ لخدمته كما يمكنه أن يتلمس مَواطن الضعف فى هذا المجتمع ومن ثم الاسهام فى ترتيب اولوياته والسلوك المرغوب فيه اقتصادياً، ذلك أن مهمة الاعلام المشاركة والتمهيد فكرياً لتطوير الوضع الاقتصادى.(٥)

٥- نشر الثقافة الاقتصادية بمدارسها ونظرياتها المختلفة وإبراز الرؤى المختلفة وخلق النقاش حول القضايا الخلافية عن طريق الحوارات التى لها إسهامات فى المجال ونشر المقالات ذات الصلة.(٦)

٦- تنوير المواطن بالرؤى والأهداف الاقتصادية للدولة ودوره فيها .

٧- تنوير المجتمع وتوعيته عن طريق تناول الاعلام الاقتصادى للقضايا الاقتصادية مما يشجعه على المشاركة الايجابية فى الجانب الاقتصادى.

٨- العمل على استقطاب المسؤولين للمشاركة فى الحوارات والندوات لتوضح القضايا الاقتصادية المختلفة.

٩- إغناء المتلقى بالمعرفة بالموضوعات الاقتصادية والتجارية التى تهم مختلف فئات الجمهور، وتلك التى تهم فئات معينة.

١٠- يقوم الاعلام الاقتصادى بضمان الحقوق الاقتصادية للمواطنين وتوعيتهم بمخاطر الممارسات الاقتصادية المنافية للقانون كالاحتكار والغش والتهريب وتسويق السلع الفاسدة والسوق السوداء وغيرها.

وتجتمع هذه الوظائف فى وظيفة شاملة يقوم بها الإعلام الاقتصادى وهى بلورة الفكر الاقتصادى لدى الجمهور وربطه بالمجال الاقتصادى مما يترتب عليه الإسهام الإيجابى فى هذا المجال.

مهارات الصحفى الاقتصادى المتخصص:

لكى تقوم الصحافة بتلك الوظائف سالفة الذكر لابد من توافر بعض المهارات لدى الصحفيين الاقتصاديين تتمثل فى الآتى:-(٧)

١- القدرة على فهم المؤسسات التى تهيمن على المجال

الاقتصادى.

٢- ضرورة أن يتحلى الإعلامى المتخصص فى الشؤون الاقتصادية بمهارات ومقدرات تنظيمية حتى يتسنى له الاستفادة القصوى من مختلف المصادر المتاحة.

٣- الادراك التام لمختلف المصطلحات السائدة فى المجال الاقتصادى ومدلولاتها.

٤- ضرورة وجود نظام موثوق نقال لحفظ واسترجاع المعلومات الخاصة بالمصادر التى يمكن الاتصال بها ، خاصةً أرقام التليفونات وعناوين البريد الالكترونى.

٥- ضرورة إقامة صلة وثيقة مع مختلف المصادر أو العاملين فى المجال الإقتصادى، مع المحافظة فى الوقت نفسه على مسافة مهنية بين الإعلامى وبين تلك المصادر.

وبناءً على ما تقدم فإن الصحفى المتخصص فى الشؤون الاقتصادية مطالب بالآتى:-

١- أن يدرك أن مادته الصحفية موجهة إلى ثلاث فئات من الجمهور:-

أ- جمهور مثقف ثقافة متوسطة.

ب- جمهور مثقف ثقافة عالية.

ت- جمهور متخصص.

٢- أن يتسم بالجدية والتعمق وأن يكون هادفاً معتمداً بشكل أساسى على الأساليب العلمية باستخدام البحث والتحليل العميقين، والتفسير والوصول إلى الاستنتاجات بناءً على أساليب علمية وعقلية ومنطقية. وأن يركز على استخدام التحليل والتحقيق والتفسير بشكل مدروس وموضوعى، وأن لا يميل إلى التغطية السطحية للقضايا والأحداث، ناقلاً ما تريده المؤسسات الرسمية والمسؤولين عن الجانب الاقتصادى فقط.

٣- أن تكون تحليلاته وتفسيراته مبنية على واقع الاحتياجات الفعلية والمتطلبات الحقيقية لاهتمامات الجماهير والمتلقين بمختلف فئاتهم وأنواعهم وطبقاتهم واهتماماتهم، كون الإعلام المتخصص (الاقتصادى) مرناً ومتجدداً.

٤- أن يعلم أن مادته الاعلامية موجهة إلى جماهير نوعية متخصصة، ولذلك فإن ما تحتويه من دراسات وتحليلات تعد مرجعاً يستفاد منه ويتم الرجوع إليه من طرف الجمهور. لهذا يجب أن يكون أميناً وصادقاً ومسؤولاً فى تحليلاته ومعالجاته لجميع القضايا.(٨)

نحو صحافة إقتصادية إستقصائية:

تتميز الصحافة الاستقصائية كنمط من العمل الإعلامى بالبحث والتنقيب عن مجريات تهم المجتمع ومصلحته العليا، بغض النظر عن سياسة الممول أو المؤسسة أو أوجه التصادم مع متضرر جرّاء نشره أو ترويجه بالشكل الذى يستند على وثائق وأسانيد قابلة للنشر والعرض، وأن الظاهرة أو الحدث أو السلوك واقعة فعلية (حصلت بشكل واقعى) وليس افتراضى، ولا يهدف إلى وجهة دعائية أو سياسية أو مالية، وأن حالة الكشف تؤدى الى تصحيح مسار أو سياسة فورية وإستراتيجية تعود بالنفع على المجتمع.

ويرتبط مفهوم الاستقصاء بالبحث والتحرى ليس فقط على مستوى الصحفى بل يمتد الى الإشارة العلمية والتى يكون الاستقصاء فيها أحد أركان البحث العلمى وجوهر عمله، لذا فالتحرى والاستقصاء والكشف تعد مصطلحات مرافقة للعملين الصحفى والعلمى البحت، وبالرغم من صعوبة إيجاد بيئة سياسية وفكرية واحترافية للعمل الصحفى الاستقصائى فى السودان إلا انه يمكن إيجاد جسوراً أو سمات يمكن أن تدخل كعناصر او مساعدات لوجوده، ومن تلك العوامل مايلى:-(٩)

١- وجود مناخ سياسى ديمقراطى وحرية دستورية مكفولة .

٢- تفهّم مختلف المؤسسات للصحافة الاستقصائية ومطلوباتها.

٣- ترتبط الصحافة الاستقصائية الى حد كبير وتزدهر طردياً مع حق الحصول على المعلومات.

٤- تتطلب قاعدة بيانات وأجندة علمية للعمل به على مستوى المؤسسة أولاً وعلى مستوى الصحافى الاستقصائى .

٥- تتطلب إجراءات قضائية وسياسية واجتماعية نشطة وواعية .

٦- تتطلب متابعة ايجابية من الحكومة ومركز صناعة القرار.

٧- تتطلب احترافية بالغة المستوى وخبرة طويلة فى مجال التخلص من الملاحقات القضائية.

٨- الاعتماد على النبض السياسى والاجتماعى والشؤون العامة فى بلورة القضية قيد الكتابة والتحرير.

٩- تتسع وتنمو وتتأصل فى ظل حرية الوصول للمعلومات وإتاحتها للصحفيين وللرأى العام بمختلف الوسائل التقليدية والحديثة.

فلسفة الصحافة الاقتصادية الاستقصائية:

تقوم فلسفة وقوة الصحافة الاقتصادية والتحرير الاستقصائى على تمجيد الحق العام، وعلى محاسبة وفضح (فى أحيان كثيرة) لمن يعبثون بالمال أو القرار أو السطوة فى مجال ما، باعتبار إنها تكشف الحقائق التى كانت من المؤمل أن تكون مخفية أو مشوهة. وقد تنطبق تلك الفلسفة على مفهوم السلطة الرابعة نحو أنشطة الحكومة وكجزء من حالة المسؤولية الاجتماعية التى تتولاها الصحافة نحو مجتمعها.

الصحافة الاقتصادية فى السودان:

عرف السودان الصحافة الاقتصادية منذ وقت ليس بالقصير سواء الصحف المتخصصة أو الصفحات الاقتصادية بالصحف الشاملة، فقد بدأ تاريخ الصحافة السودانية عموماً مع بداية الحكم الثنائى بعد سنوات قليلة من سقوط دولة المهدية فى نهاية القرن التاسع عشر، ثم بدأت الإدارة البريطانية تستقر ممثلة فى حكومتى بريطانيا ومصر، وكان من الطبيعى أن تُفتح سوق السودان للعالم، وتسعى للاستفادة من الموارد التى ينتجها وموارده البشرية والمادية، وكانت بداية ذلك إنشاء خطوط المواصلات والسكة حديد بين محافظات السودان المختلفة، لربط مناطق الإنتاج التقليدية والحديثة ببعضها بهدف نقل منتجات السودان للخارج واستقبال حاجتها من الوارد. وكان هذا الوضع هو البداية لنشاط اقتصادى حديث يعيشه السودان وكانت هذه مؤشرات لميلاد الصحافة السودانية، ففى أكتوبر ١٩٠٣م نشأت أول صحيفة سودانية باسم (صحيفة السودان) وكانت منذ بدايتها وثيقة الصلة بالدوائر الحاكمة ومعبّرةً عن سياسة الاحتلال البريطانى فى السودان) واهتمت بأخبار التجارة والزراعة ومياه النيل.(١٠)

وبحلول العام ١٩١٩م ظهرت صحيفة (حضارة السودان) والتى مكّنت القارئ فى ذلك الوقت من أن يأخذ فكرة سليمة وشاملة عن الأحوال الاقتصادية المالية فى السودان، فهى تنشر الأخبار الاقتصادية والإحصائيات والمعادلات والتعليقات والتوجيهات المتخصصة فى الاقتصاد وقطاعاته والشؤون الزراعية والرى والتجارة الداخلية وحالة السوق المحلية، وكذلك التجارية الخارجية وحركة الصادر والوارد ، وفى قمة اهتمامات الصحيفة بالمجالات الاقتصادية نجدها تنشر ميزانية حكومة السودان لعام ١٩١٩م.(١١)

وقد زاد اهتمام الصحافة بالاقتصاد بعد الحرب العالمية الثانية حيث بدأت التطورات الاقتصادية فى العالم والتوسع الصناعى والتجارى مما إنعكس إيجاباً على الصحافة الاقتصادية فى السودان، فصدرت العديد من المجلات الاقتصادية المتخصصة مثل (سودان بزنس) التى أصدرها البروفيسور على عبد الله على، وبعد تغيير نظام الحكم بمجىء (الانقاذ) فى يونيو ١٩٨٩م ظهرت العديد من المجلات الاقتصادية لتوصيل رسالة الحكومة فى الجانب الاقتصادى فيما يتصل بالاستثمار وسياسة التحرير الاقتصادى والاتفاقيات والمعاهدات الدولية وغيرها، ولكنها لم تستمر فى الصدور لأسباب متعددة. واتجهت الصحف السودانية إلى تخصيص صفحات اقتصادية وحلقات يومية وأسبوعية تُعنى بالموضوعات والقضايا والشؤون الاقتصادية، متمثلة فى صُحُف (الرأى العام) ١٩٩٧م و(الأنباء) بالإضافة إلى الصحف اليومية الأخرى التى نال منها الاقتصاد بمختلف قطاعاته حظاً من الاهتمام.(١٢)

وتمر الصحافة الاقتصادية فى السودان منذ أكثر عقدين من الزمان بأزمة حقيقية كجزء من الازمة التى تعيشها الصحافة السودانية بصورة عامة فهى تعانى ضعفاً كبيراً فى التوزيع، ويضاف الى ذلك أن المساحات التى تخصصها معظم الصحف لملاحق الاقتصاد أصبحت غير ثابتة بحيث يمكن أن تُلغى من صفحات الصحيفة دون الصفحات الاخريات لصالح الإعلان أو أية مضامين أخرى، كما أن هنالك صحف أخرى ليست بها صفحات اقتصادية. فالصفحات الاقتصادية يجب ان يكون لها دور اكبر فى انتاج واعادة انتاج الماده الصحفية وأن تُوزَّع المعرفة التى تُمَكِّن أفراد المجتمع من زيادة خبراتهم الاقتصادية، خلافاً

لما يحدث حالياً.

المحور الثانى/ الإطار المنهجى للدراسة

لم يعد الإعلام شريكا أصيلا لكل نشاط اقتصادى فقط بل تخطى ذلك فى توجيهه وتحديده مسيرة ومستقبل هذا النشاط. ولا تؤدى وسائل الإعلام هذا الدور الفاعل فى التنمية الاقتصادية ما لم تقم بوظائفها فى توفير معلومات مفهومة وسهلة ومثيره للاهتمام وعبر وسائل أكثر قرباً من الناس، فهذه الوسائل هى التى توفر معلومات لصانعى القرارات فى الحكومات أو الإدارات العليا فى المؤسسات وهى التى تنقل رؤى الجماهير واتجاهاتها الى صناع القرار. ومن ذلك نصل الى ان رفع الوعى بأى منشط اقتصادى يتطلب اعلاما اقتصاديا يحمل هذه المواصفات.

وتعد الصفحات الاقتصادية من اهم دعائم الاقتصاد الوطنى فهى لا تكتفى بدورها فقط فى إيصال المعلومة للمتلقى فحسب وفقاً للمفهوم التقليدى للصحافة وإنما تتعداه الى تدعيم الاقتصاد القومى على الساحة العالمية وإذكاء مفاهيمه فى الساحة المحلية. وتشمل الصحافة الاقتصادية كافة مناحى الاقتصاد من استثمار واعمال وصناعات، وغيرها الا ان اهمها صحافة البورصة ولك ان تتصور ان قيام الصحافة الاقتصادية المتخصصة بعمل استطلاع بشأن نتائج الارباح المتوقعة فى الربع الاول من العام ثم تدعيمه بكونه جاء وفقا للتوقعات ، او دونه او يزيد فهو اى الاستطلاع يساعد المستثمرين من جهة فى اتخاذ القرار الاستثمارى الصائب لديهم قبل صدور تلك النتائج سواء بالبيع او الشراء كما انه ومن جهة أخرى يقوم بإيصال صورة عامة عن قوة الاقتصاد الوطنى فى ذلك القطاع الذى أجرى عليه الاستطلاع فقد يلفت الانتباه لشركة كبرى قد تستحوز على احدى تلك الشركات الوارده فى القطاع.

وفى هذا السياق تختلف الرؤى والمواقف فيما يتصل بدور الصحافة السودانية فى التنمية الاقتصادية فى البلاد. وتتطرق هذه الدراسة الى التعرف على اتجاهات الصحفيين السودانيين والنخبة الأكاديمية لدور الصحافة السودانية فى التنمية الاقتصادية، شكلاً ومضموناً. باعتبار أن الصحافة الاقتصادية يجب ان يكون لها دور اكبر فى انتاج واعادة انتاج الماده الاعلامية وان توزع المعرفة التى تمكن افراد المجتمع من زيادة خبراتهم الاقتصادية ، من التفاعل مع القضايا الاقتصادية المطروحة، وأن لا تنساب المعلومة من اتجاه واحد هو قمة السلطة او المسؤليين الى عامة الناس حتى تكون هناك تغذية مرتجعة تفيد المسؤولين فى عملية التخطيط وصناعة القرارات المتعلقة بالاقتصاد.

أهمية الدراسة:

تنبع اهمية الدراسة من اهمية الصحافة الاقتصادية (صفحات اقتصادية بالصحف، أو صحف اقتصادية متخصصة) ودورها الكبير فى النشاط الاقتصادى الوطنى وتثقيف القارئ وتنويره عن القضايا الاقتصادية حتى يشارك مشاركةً إيجابية فى المشروعات المطروحة، إضافةً إلى مشاركة جهات الاختصاص فى وضع الخطط والقرارات الاقتصادية.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة فى السؤال التالى: ماى اتجاهات ووهات نظر الصحفيين السودانيين والأكاديميين حول دور الصحافة السودانية فى التنمية الاقتصادية ؟ وبالطبع فإن ذلك السؤال العريض يتضمن محاور متعددة تتمثل فى مدى تلبية الصحافة الاقتصادية فى السودان لاحتياجات الجمهور وإرضاء طموحاته وتطلعاته فيما يتصل بالمعلومات المتصلة بالشؤون الاقتصادية بأشكالها المختلفة.

أسئلة البحث:

١- هل يقوم محررو الصفحات الاقتصادية فى الصحف اليومية بإنتاج الخبر الاقتصادى أم انهم يكتفون بنقل الاخبار فقط؟

٢- هل يجد الصحفى الاقتصادى التعاون الكامل من المؤسسات الاقتصادية فى الحصول على المعلومات الكافية ؟

٣- ماهو المعيار الذى يتم على أساسه إختيار محررى الشؤون الاقتصادية فى الصحف السودانية؟

٤- ماهو حجم اهتمام الصحف اليومية بالخبر الاقتصادى بشكل عام والصفحات الاقتصادية بصفه خاصة مقارنة بالصفحات الأخرى؟

٥- ماهى الفنون التحريرية والإخراجية التى تستخدم فى

طرح القضايا الاقتصادية بالصحف السودانية؟

٦- ماهى الاهداف التى تسعى الصفحات الاقتصادية فى الصحف الى تحقيقها عند تناولها لقضية اقتصادية؟

٧- ماهى اهم المشكلات التى تواجه الصحافة الاقتصادية فى السودان؟

٨- هل الوضع الاقتصادى فى السودان يشجع على قيام صحافة اقتصادية شاملة؟

٩- كيف تتعامل الصحافة السودانية مع الوضع الاقتصادى الراهن فى السودان؟

١٠- هل يمكن للصحافة السودانية أن تسهم إسهاماً فاعلاً فى التنمية الاقتصادية؟

أهداف الدراسة:

١- التعرف على آراء ووجهات نظر الصحفيين أنفسهم والنخبة الأكاديمية عن دور الصحافة فى التنمية الاقتصادية فى السودان.

٢- التعرف على آراء المبحوثين عن واقع اهتمام الصحافة السودانية بالشؤون الاقتصادية.

٣- التعرف على المشكلات التى تواجه الصحافة الاقتصادية فى السودان، سواء المتخصصة منها أو تلك الصفحات الاقتصادية بالصحف الشاملة، وكذلك الملاحق الاقتصادية للصحف الشاملة.

٤- التعرف على مدى قدرة الصحافة السودانية على تشكيل الاتجاهات نحو السياسات والبرامج الاقتصادية فى الدولة.

منهج الدراسة:

فى سبيل إنجاز هذه الدراسة كان الاعتماد على المنهج الوصفى باعتباره من اهم المناهج التى تصلح للدراسات الإعلامية والاتصالية.

مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث فى عينة عشوائية من الصحفيين السودانيين وأخرى من النخبة الأكاديمية قوامها ٢٠٠مفردة، وبعد استرداد الاستبيانات كان عدد الاستبيانات التى تصلح للتحليل ١٨٥ استبانة.

أدوات جمع البيانات:

للحصول على البيانات الأولية الخاصة بالدراسة تم استخدام الاستبيان كأداة أساسية فضلاً عن استخدام المقابلة كأداة مساعدة فى عملية التحليل. وللتأكد من صلاحية استمارة الاستبيان للوفاء بالاحتياجات البحثية تم عرضها على عدد من الأساتذة المختصين فى مناهج البحث، وقد أبدوا بعض الملاحظات حول الاستمارة حذفاً وإضافةً وتعديلاً، وقد أخذ الباحث بتلك الملاحظات حتى صارت الاستمارة فى صورتها النهائية والتى بموجبها تم عمليتى التصنيف والتحليل.

مصطلحات البحث:

يُعد تحديد المفاهيم العلمية (التعريفات الإجرائية) فى البحث أحد أهم الخطوات المنهجية فى تصميم البحوث، ذلك أن الدقة الموضوعية من خصائص العلم، وتميزه عن غيره من ضروب المعرفة. ومن مستلزمات دقة العلم وجود تعريفات واضحة ومحددة لكل مفهوم يستخدمه الباحث فى دراسته، والغرض من تلك التعريفات هو توحيد الاطار الدلالى بين قارئ الدراسة ومعدها. ونشير الى بعض المفاهيم المستخدمة فى هذه الدراسة وذلك كما يلى:-

١/الاتجاه: يُعرَف بأنه استعداد نفسى وتهيؤ عقلى وعصبى متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة نحو أشخاص أو اشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز فى البيئة التى تستثير هذه الاستجابة. وهى كذلك نتاج لعمليات معقدة لكل من التعليم والخبرة والعمليات الانفعالية، وتشمل على سبيل المثال كل اشكال التفضيلات والتعصبات، ووجهات النظر العلمية والعقائدية، ووجهات النظر المؤيدة أو المعارضة.((اويُقصد بالاتجاهات فى هذه الدراسة تفضيلات المبحوثين ووجهات نظرهم نحو الأسئلة المطروحة من قِبَل الباحث.

٢/الصفحات: الصفحة من الشئ جمع صفحات، جانبه ، ووجهه ، ومن الكتاب الوجه من الكتاب الوجه من الورق((2 .يقصد به فى هذه الدراسة الصفحات الإقتصادية بالصحف الشاملة وقد استخدمت تارة بالمفرد (صفحة) وتارة أخرى بالجمع (صفحات)

٣/اقتصاد: يقصد به الموضوعات ذات العلاقة بالإنتاج او

التوزيع أو الاستهلاك أو الكشف عن القوانين ألتى تخضع لها.

٤/البورصة : أصلها يعود الى شخص يدعى (فان دى بورص) كان يعيش فى بلجيكا ويتردد عليه التجار للمناقشة حول الصفقات التجارية وكان شعاره عبارة عن ثلاثة اكياس من النقود .

والبورصة هى السوق المالى الذى يلتقى فيه الصيرفيين والسمسارة فى أوقات محددة من اليوم لإجراء عمليات التداول على الأوراق المالية والسلع والمعادن وغيرها .

الدراسات السابقة :

تشكل الدراسات السابقة التراث العلمى فى مجال مشكلة البحث المطروح ، وتعتبر هى نقطة الإنطلاق لإجراء أى بحث من البحوث والدراسات وتفيد الدراسات السابقه فى الوقوف على ناتج مردود حركة البحث العلمى واهم النتائج التى توصلت لها الدراسات التى اجريت فى حقل العلم الذى تتناوله ، ومن الدراسات التى تطرقت إلى الصحافة ودورها فى التنمية الاقتصادية ما يلى:-

الدراسة الأولى : تناول الصحافة السودانية لقضايا الإقتصاد:

هدفت الدراسة الى تناول اهم الجوانب الإقتصادية التى قامت الصحافة السودانية بإبرازها والوقوف على الجهود التى بزلتها الصحافة لترقية المجال الإقتصادى وذلك من خلال طرحها لموضوعات بعينها. واستخدمت عدة مناهج شملت:المنهج التاريخى والمنهج الوصفى والمنهج المقارن.

من نتائج الدراسة:

١- تأخر الإهتمام بالصحافة الإقتصادية فى السودان حيث لم تظهر الملحقات والصفحات المتخصصة إلاّ فى العام ١٩٧٧

٢- تركيز الصحافة على الشكل الخبرى لعرض القضايا الإقتصادية مقارنة بالاشكال الاخرى.

٣- اهتمت الصحافة بالمضامين التجارية دون القطاعات الإقتصادية الأخرى.

٤- خلو الصحافة الاقتصادية من التحقيق الصحفى الذى يمكن ان يوفر افضل تناول للقضايا الإقتصادية.

الدراسة الثانية: أنور هارون شمبال ، الصحافة السودانية وصناعة القرار الاقتصادى ، دراسة تطبيقية على صحيفتى الرأى العام والأيام ، رسالة دكتوراه غير منشورة (الخرطوم: جامعة جوبا ، كلية الدراسات العليا ، ٢٠٠٠م)

هدفت الدراسة الى التعرف على إسهامات الصحافة السودانية فى عملية صنع القرارات الاقتصادية، وإيجاد إجابات علمية لأسباب الفجوة بين الصحافة ومتخذى القرار ومعرفة وامكانية تجسيرها، وتحديد الجهات التى تمتلك المعلومات وعلاقتها بالصحافة ودورها فى دعم القرار الإقتصادى. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفى اعتماداً على اسلوب المسح.

وقد خرجت الدراسة بالنتائج التالية:-

١- يزيد إهتمام الصحافة السودانية بقضايا الاقتصاد والتنمية فى فترات الحكومات الشمولية العسكرية وشبه العسكرية لتبيان إنجازاتها التنموية فيما يستخدمها الناشرون فى التحايل لإصدار صحف سياسية.

٢- إرتبط ظهور الصحافة الاقتصادية فى السودان بمصالح التجار الأجانب والمعلنين وان غالبية الناشرين الأوائل للصحف الإقتصادية هم اما موظفين فى الحكومة أو لهم علاقة بالعمل الحكومى الإقتصادى وذلك للإستفاده من علاقاتهم.

٣- لم تسهم الصحافة السودانية فى صناعة القرار وانحصر دورها فى نقل أخبار الحكومة وقراراتها والترويج لها.

الدراسة الثالثة: معالجة الصحافة السودانية للشأن الإقتصادى بالتطبيق على صحيفتى الرأى العام والصحافة:

هدفت الدراسة الى تقييم دور الصحافة السودانية فى معالجة الشان الاقتصادى من خلال عدة نقاط هى:-

- قياس حجم إهتمام الصحافة السودانية بالشأن الاقتصادى ومدى مشاركتها فى تطوره.
- الوقوف على ابرز القضايا الإقتصادية التى طرحتها الصحافة السودانية.
- بلورة رؤية حول أهمية تأسيس صحافة اقتصادية شاملة فى السودان

من نتائج الدراسة ما يلى:-

١- اهتمام الصحافة السودانية منذ نشأتها بالشأن

الإقتصادى كان محدوداً للغاية ربما كان ذلك يتناسب فى تلك الفترة مع الوضع الإقتصادى .

٢- بدأ إهتمام الصحافة يتزايد مع تطور النمو الاقتصادى وتعدد قضاياه بإستخراج النفط ونمو القطاع الخاص ودخول الاستثمارات الاجنبية للبلاد، وإتفاقيات إقتسام الثروة فى اتفاقية السلام (نيفاشا) فى العام ٢٠٠٥م وما بعده.

٣- مشاركة الصحافة السودانية فى طرح قضايا الشأن الإقتصادى لم تكن مؤثرة رغم تناولها لعدد من القضايا الاقتصادية منذ بداية نشأتها وحتى إستخراج النفط.

٤- ركزت الصحافة السودانية على الخبر الإقتصادى وأغفلت الفنون التحريرية الأخرى كالتقارير والتحقيقات والحوارات ومواد الرأى الإقتصادية التى تعتبر فنون تحريرية مناسبة لطرح مثل هذه القضايا الشئ الذى قلص حجم المساحة التحريرية المخصصة للشأن الاقتصادى.

المحور الثالث/ الدراسة التحليلية:

كما ورد فى المحور الأول والخاص بالإطار المنهجى فقد اختار الباحث عينة عشوائية بسيطة قوامها ١٨٥مفردة لها علاقة بموضوع الورقة حيث اشتملت العينة على ٥٤صحفياً عملوا ويعمل بعضهم إلى الآن بالأقسام الاقتصادية بصحف سودانية مختلفة، و١٠٦ أستاذ جامعى (٤٦منهم فى مجال الإعلام، ٦٠ فى مجال الاقتصاد والتجارة) و٢٥مفردة من المنتمين للمؤسسات الحكومية ذات الصلة بالقطاع الاقتصادى بمحاوره ومداراته المتعددة. وللحصول على البيانات الأولية الخاصة بالدراسة تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسة فضلاً عن المقابلة كأداة مساعدة، وللتأكد من صلاحية الاستبيان - كما ورد فى الاطار المنهجى - قام الباحث بعرض استمارة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة بغية تحكيمها حتى تفى بالأغراض البحثية، وكانت لهم ملاحظات قيمة عليها. وبعد تصنيف بيانات الاستبيان وتحليلها كان الخروج بالمعطيات التالية:-

مستوى اهتمام الصحافة السودانية بالشؤون الاقتصادية حالياً:

جدول رقم (١)
اتجاهات المبحوثين حول مستوى اهتمام الصحافة السودانية بالشؤون الاقتصادية بالسودان

مستوى الاهتمام	التكرار	النسبة المئوية
يفي باحتياجات القرّاء من المعلومات الاقتصادية تماماً	23	%12.4
يفي بالحصول على جزء مقدر من احتياجات القرّاء	32	%17.3
يفي بقليل من احتياجات القرّاء	54	%29.2
لا يفي باحتياجات القرّاء من المعلومات	76	%41.1
الجملة	185	%100

وفقاً للجدول أعلاه والمتعلق بمستوى اهتمام الصحافة السودانية بالشؤون الاقتصادية فإن غالبية المبحوثين وبنسبة ٤١٪ يشيرون إلى أن مستوى الإهتمام لا يفى بإحتياجات القرّاء من المعلومات الاقتصادية، فى حين أشارت نسبة ١٢,٤٪ إلى أن مستوى الاهتمام يفى باحتياجات القراء من المعلومات الاقتصادية تماماً، وأشارت نسبة ٢٩,٢٪ الى أن مستوى الاهتمام يفى بقليل من احتياجات القرّاء للمعلومات.

وقد اصطبغت المناقشات العامة للقضايا الاقتصادية وتغطية الأنشطة الاقتصادية من قبَل الصحافة السودانية بوجهة النظر الرسمية، وغلب عليها أسلوب القائمين على الحكم وليس أسلوب الشعب، إلا أن البُعد الاقتصادى القائم فى كافة القضايا السياسية والاجتماعية الهامة يتطلب إطاراً أوسع وأعمق للمناقشة والحوار، خاصةً إزاء تعدد خيارات التعرض أما الجماهير وأن يتبنى منهجاً متعدد الاتجاهات والقطاعات فى تغطيته للأنباء حتى تقدم تقارير ومعلومات أكثر ملائمة للمواطنين ولاهتماماتهم.

مواكبة التطورات الاقتصادية:

جدول رقم (٢)
آراء المبحوثين عن مدى المواكبة المهنية للصحافة الاقتصادية فى السودان للتطورات الاقتصادية

هل الصحافة الاقتصادية مواكبة من الناحية المهنية للتطورات الاقتصادية الداخلية والخارجية؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	24	%13
لا	161	%87
الاجمالي	185	%100

تشير إجابات المبحوثين وفقاً للجدول أعلاه إلى أن الصحافة السودانية غير مواكبة من الناحية المهنية للتطورات الاقتصادية سواء على المستوى الداخلى أو الخارجى، ويرى بعض الأكاديميين أن عدم المواكبة يرجع إلى أسباب متداخلة منها عدم اهتمام أصحاب الصحف بالموضوعات الاقتصادية سواء فى شكل موضوعات أو صفحات أو ملفات أو ملاحق وما يُدلل ذلك أن الصفحات الاقتصادية بمعظم الصحف السودانية غير ثابتة وتُسحب فى أحياناً كثيرة لصالح الإعلان أو أية موضوعات أخرى، وهو بدورهم يرجعون ذلك إلى أن المضامين ذات الصلة بالشؤون الاقتصادية لا تُشكل عنصر جذب بالنسبة لجمهور القرّاء. ومن ثم لا توجد ملاحق اقتصادية منفصلة للصحف بصورة مستمرة، إضافةً إلى عدم توظيف كوادر تحريرية متخصصة فى إطار سعى الصحافة الوطنية لمواكبة التحولات العالمية خاصةً مع تزايد دور الإعلام الاقتصادى مع دخول شرائح جديدة عالم الاقتصاد والمال كتجار أو مستثمرين أو متعاملين فى البورصات.

وفى هذا السياق يشير بعض الباحثين إلى أن هنالك بعض التحديات المتعلقة بالشفافية والأخلاقيات الصحافية ومستلزمات خدمة القارئ ومعالجة همومه اليومية وتطلعاته ودراسة سبل التطوير والارتقاء، فضلاً عن المتطلبات غير الموجودة فيما يتصل بتأسيس ثقافة إعلامية (صحافية) على الصعيد الاقتصادى. وقد أدى تلك الأمور وغيرها إلى أن تُصبح تناول الصحافة السودانية لمجمل القضايا والشؤون والموضوعات الاقتصادية تناولاً إخبارياً بسيطاً وسطحياً لا يلبى أدنى احتياجات عامة القرّاء، ولا المتخصصين ولا تفيد مواقع صنع القرارات الاقتصادية. أى على العكس تماماً من العبارة الشهيرة، التى غدت قولاً مأثوراً وحكمة تتداولها الأجيال، منذ وُجّهت على لسان كلارنس بارون إلى الصحافيين الميدانيين فى صحيفة "وول ستريت جورنال" فى صدر القرن العشرين، وهى: "إنكم فى الميدان لتدافعوا عن الصالح العام، عن الحقيقة المالية من أجل المستثمرين، وعن الأرصدة التى ينبغى أن تدعم الأرملة واليتيم".

شرح تلك المقولة:

هناك شبه إجماع من جانب الاقتصاديين الممارسين وقطاع الأعمال والصحافيين أنفسهم، فى رؤيتهم للصحافة الاقتصادية، دوراً وهدفاً وجهداً واستشرافاً لآفاق المستقبل. وتشير تلك المقولة وتؤكد على ثلاثة مفاهيم أساسية هى:-

١- الصالح العام.

٢- الحقيقة المالية من أجل المواطنين والمستثمرين والباحثين.

٣- الأرصدة التى ينبغى أن تدعم الانطلاق.

ومع ذلك الاجماع نحو تلك العناصر من الناحية النظرية إلى أنها الناحية العملية هى التى تثير القضايا الأكثر خلافية، فيما يتعلق برؤية الاقتصاديين والصحافيين لدور الصحافة وواجبها، فهناك تأكيد على أن القاعدة الأساسية هى أن القارئ العادى لا يحب الأرقام لكن المسؤولين والباحثين والمخططين الاقتصاديين يعشقونها ويحتاجون إليها، وفى منتصف المسافة يقف الصحافيون. ولذلك لابد من التغطية الجيدة للوقائع والتطورات والأحداث والقضايا، وتحويل تلك الأرقام الجافة والصفحات العابسة إلى لوحات وصور ورسومات تحاكى مخيلة القارئ وتمنحه شرف المغامرة والولوج إلى فهم ما تحمله الأرقام من عوالم جديدة.

ولاشك فى أن الفارق بين هذين المفهومين هو الفارق بين حرص الصحافيين على الارتفاع فى أدائهم لمهام الصحافة الاقتصادية إلى كونها رسالة ونداء وإنجازاً مدنيا وحضارياً

رفيعاً، بينما هناك رؤية مختلفة ترى فى الصحافة وظيفة وخدمة فقط، وبالتالى تحرمها من شرف الريادة، ومن واجب استباق الأحداث، ومن نبل ارتياد الطريق أمام المجتمع الاقتصادى استشرافاً للمخاطر وتحذيراً منها واستباقا لمسيرة التنمية والإنجاز.

وتنطلق بين هذين الفهمين لوظيفة الصحافة فى الميدان الاقتصادى المفاهيم التى تؤكد على أن الصحافة القوية والمستقلة والمتمتعة بالنزاهة هى جزء أساسى من نسيج المجتمع الذى ينطلق فى مسيرة صحية لتحقيق التنمية الاقتصادية فى إطار رؤية استراتيجية متكاملة، ذلك أن التنمية الاقتصادية - كما التنمية فى مختلف المجالات- ليست فعلاً حكومياً محضاً فالمواطن والمجتمع بأسره هو غاية التنمية ووسيلها التنمية لذلك من المهم إشراكه الايجابى فيها.

ولأن وسائل الاعلام هى القنوات الأساسية للمعلومات فى معظم المجتمعات تفرض المعلومات والتقارير الاقتصادية ومختلف القضايا التى تعالجها تحدياً جديداً أمام مهنة الصحافة فى الأوقات المعاصرة، وتتضح أهمية التغطية الإعلامية فى الأنظمة الديموقراطية حيث تمثل الضغوط الشعبية عاملاً أساسياً فى صياغة السياسة، وغالباً ما تتأثر السياسة بما يظهر أو يحجب فى الصحف، وتضع الصحافة قضايا السياسة تحت دائرة الضوء مما يستلزم إتخاذ إجراء سريع، أما عدم إبراز الأحداث فيؤدى إلى تهميش القضايا وإبعادها عن بؤرة الاهتمام، وفى عالم سريع التغير ترتبط فيه الأسواق بعضها ببعض على مدار الساعة فإن أى تأخير فى الإجراءات يؤثر سلباً على كفاءة وفعالية التدابير المتخذة لمعالجة المشكلات الاقتصادية.

دور الصحافة فى الاقتصاد:

جدول رقم (٣)
اتجاهات المبحوثين إزاء الأدوار التى تقوم بها الصحافة فى الإقتصاد

ما هى الأدوار التى تضطلع بها الصحافة الاقتصادية؟	التكرار	النسبة المئوية
نشر القيم الاقتصادية	43	%23,2
نشر صورة الدولة علمياً وعالمياً	43	%23,2
توعية الجمهور بمجالات الاستثمار	65	%35,2
توضيح مجددات المشاركة الإيجابية فى مشاريع التنمية	34	%18,4
الجملة	185	%100

وفقاً لإجابات المبحوثين فإن دور الصحافة فى الاقتصاد يتمثل فى توعية الجمهور بمجالات الاستثمار - والتى تتمثل فى دفع أفراد المجتمع نحو المضاربة فى سوق الأسهم والترويج للاستثمار والسياحة والمعيشة بها- بنسبة ٣٥,٢٪ من إجمالى المبحوثين، ثم نشر القيم الاقتصادية ، ونشر صورة الدولة علمياً وعالمياً بنسبة ٢٣,٢٪ لكل، ويأتى توضيح مجددات المشاركة الايجابية فى مشاريع التنمية بنسبة ١٨,٤٪ .

جدول رقم (٤)
آراء المبحوثين حول مدى قيام الصحافة السودانية بتلك الأدوار

هل أنت راضٍ عن أداء الصحافة تجاه تلك الأدوار؟	التكرار	النسبة المئوية
راضٍ تماماً	23	%12.4
راضٍ إلى حدٍ ما	41	%22.2
غير راضٍ	121	%65.4
الجملة	185	%100

وفقاً للجدول أعلاه فإن غالبية المبحوثين غير راضين عن أداء الصحافة السودانية تجاه تلك الأدوار المتمثلة فى نشر

القيم الاقتصادية والتعريف المفاهيم الاقتصادية، وكذلك فى رفع مستوى الوعى والتأثير فى الرأى العام وكذلك التأثير على صانع القرار والمشرع والمستثمر والمستهلك والعمالة وتفسير التعديلات والتشريعات للجمهور وتمهيدهم لتبعاتها وتغيير الانطباعات السلبية بنسبة قدرها ٦٥,٤٪ .

واستند المبحوثون فى تبريرهم لعدم الرضا إلى عدم وجود ملاحق اقتصادية متخصصة وعدم شمولية وتنوع المادة الصحفية الاقتصادية، والاعتماد المفرط على الأخبار البسيطة الجاهزة، وضعف الصحافة الاستقصائية وقلة الاخبار التى يحصل عليها الصحفى مباشرة من المصدر، وغياب الكفاءات المؤهلة.

وفى هذا الجانب يُمكن الاشارة إلى أن التنمية عملية التنمية فى مختلف المجالات ليست فعلاً حكومياً فقط بل المجتمع بكل فئاته وقطاعاته هو هدف التنمية وغايتها ووسيلتها. ومضيفاً أن الصحافة السودانية الشاملة - إزاء واقع إسهامها فى الجانب الاقتصادى - تعيش أزمة ثقة حقيقية فهى على اختلاف مرجعياتها وأهدافها ونُظُم ملكيتها وتمويلها لا يقبل على مطالعتها القراء إلاّ بنسب متواضعة جداً يتضح بجلاء فى أرقام التوزيع، وقد سقط المواطن السودانى إلى حد ملحوظ من أولويات وقضايا غالبية الصحف، ذلك أنها أصبح صحافة للترويج للإنجازات الحكومية خاصةً فى الصفحات الاقتصادية، إذ تمثلّ تلك الصفحات -إن وُجدت - بتصريحات المسئولين الحكوميين فى المجالات الاقتصادية المختلفة سواء أكان حفز استثمار أو تبادلاً تجارياً أو موازنة عامة وبيع شركات عامة وتقارير البنك المركزى وبعض أخبار حول دور الحكومة فى التنمية المحلية وغيرها. وتكاد تلك الصفحات تخلو من أى رأى أو حتى تعليق على التقارير والأخبار المنشورة إلاّ نادراً.

ومن ثم فإن جملة القضايا التى تتناولها الصفحات الاقتصادية تبعد عن هموم المواطن العادى فى دولة تعانى من الفقر والبطالة وتداعيات اجتماعية خطيرة لعمليات الإصلاح الاقتصادى. فالمواطن العادى يهتم أكثر بالبحث عما يوفر المعيشة الكريمة ويساعده عليها، ولا يبحث عن تصريحات رسمية تزين أوضاعاً اقتصادية بائسة أو تقارير عن الفساد تحبط القراء؛ وهو ما يجعله غير مهتم بما ينشر بالصفحات الاقتصادية. وبسبب مراعاة الصحافة السودانية بشكلٍ عام للمسئولين والحكومة فى المقام الأول، فإن إمكانية التغيير فى محتوى الاهتمامات تصبح بطيئة وضئيلة، وتتعمق الأزمة فى ظل غياب رقابة شعبية مدنية أو جماعات ضغط شعبية تُسهم فى تصويب اتجاهات الصحف وتجعلها أكثر تعبيراً عن اهتمامات الناس الحقيقية.

الصحافة بين الحرية والاشراف الحكومى:

جدول رقم (٥)
تفضيل المبحوثين بين الحرية والإشراف الحكومى

أيهما أفضل أن تتسم الصحافة الاقتصادية بالحرية والاستقلالية أم تكون تحت إشراف حكومي؟	التكرار	النسبة المئوية
الأفضل الحرية والاستقلالية	130	%70.3
الأفضل أن تكون تحت الإشراف الحكومي	40	%21.6
الاثنين معاً	15	8.1
الجملة	185	%100

بالنظر إلى الجدول أعلاه فإن غالبية المبحوثين وبنسبة ٧٠,٣٪ ترى أن الأفضل بالنسبة للصحافة الاقتصادية حتى تقوم بدورها على النحو المنشود أن تتسم بالحرية والاستقلالية، فى حين رأت نسبة ٢١,٦٪ أن الأفضل أن تكون تحت الاشراف الحكومى، أما الذين يشيرون إلى الاثنين معاً فقد كانوا بنسبة ٨,١٪ .

ويمكن الإشارة إلى أن الحرية الإعلامية أو الصحفية تعد قيمة مجتمعية تتباين باختلاف المجتمعات وحاجاتها وموقعها على سلم التطور السياسى والاقتصادى والتكنولوجى. فهى من المسائل التى لا تعطى بقرار حكومى أو مجتمعى بل تتعلق أساساً بأوضاع المجتمع الذى ينتج فيه العمل الإعلامى أو الصحفى. وهنا لابد من الاعتراف بأن لكل مجتمع خصوصياته ولكل مرحلة من التطور المجتمعى خصوصياتها، وهو أمرٌ ينطبق على العمل الإعلامى بشكلٍ عام. إذ ليس من الأوفق

تقليد الوضع الإعلامى فى دولة ما بالكامل. فالإعلام الذى يبدو متطوراً ومناسباً لدولة ما، قد لا يكون مناسباً بالكامل لدولة أخرى. فعلى الرغم التشابه الكبير فى التجارب الإعلامية أو الصحفية على مستوى العالم، إلا أن لكل دولة خصوصيتها وبيئتها المختلفة. ومع ذلك فإن هنالك نوع من الاعتماد المتبادل بين أنظمة الحكم وأنظمة الإعلام أو الصحافة بحيث يقدم كل نظام خدمات للآخر.

المشكلات التى تواجه تناول الصحافة السودانية للقضايا الاقتصادية:

جدول رقم (٦)
آراء المبحوثين حول المشكلات التى تواجه تناول الصحافة السودانية للقضايا الاقتصادية

المشكلة	التكرار	النسبة المئوية
الرقابة الحكومية السابقة واللاحقة	42	%22.7
انعدام الشفافية وفرض السرية على المعلومات	47	%25.4
عدم تعاون المصادر الحكومية مع الصحافة	40	%21.6
اشتراطات الحصول على الإعلانات الحكومية	24	%13
التهديد بفصل الصحفيين الناقدين للأداء الحكومي	32	%17.3
الإجمالي	185	%100

تقاربت النسب المئوية فيما يتصل بإجابات المبحوثين عن المشكلات التى تواجه تناول الصحافة السودانية للقضايا الاقتصادية، حيث جاءت الرقابة الحكومية السابقة واللاحقة بنسبة٢٢,٧٪ وانعدام الشفافية وفرض السرية على المعلومات بنسبة٢٥,٤٪ وعدم تعاون المصادر الحكومية مع الصحافة بنسبة٢١,٦٪ واشتراطات الحصول على الاعلانات الحكومية ١٣٪ أما التهديد بفصل الصحفيين الناقدين للأداء الحكومى فقد كان بنسبة١٧,٣٪ .

ولعل تلك المشاكل متداخلة إلى حد كبير فانعدام الشفافية وفرض السرية على المعلومات لا يمكنّ الصحفى من الحصول بطرق سهلة وقانونية على المعلومات التى يبحث عنها، ويشكل انعدام الشفافية وسرية المعلومات العدو الأول لحق الوصول إلى المعلومات. وبنفس القدر فإن الرقابة مؤثرة سواء السابقة للنشر منها أو اللاحقة ولتجاوز هذه المشكلة يلجأ الصحفيون إلى ممارسة الرقابة الذاتية والتى تعتبر من أسوأ أنواع الرقابة، وهى أيضاً مرتبطة بخوف الصحفى من التهديد بالفصل مما يجعله ينتقى الموضوعات التى لا تثير الجهات النافذة. وقد نتج عن كل ذلك عدم اتاحة الفرصة لمناقشة المواضيع الاقتصادية بحرية، والتمجيد والتهليل لقرارات اقتصادية عادية - وقد تكون غير مدروسة فى كثيرٍ من الأحيان- وكثرة التقارير والاخبار الاستهلاكية والترويجية.

من جانب آخر فإن طبيعة الموضوعات والقضايا الاقتصادية لا تسمح بالارتجال وكتابة العموميات والسطحيات والاكتفاء بالبيانات الصحفية وتقارير الوزارات والمؤسسات والشركات ، كما انه لا يقتصر على الترويج للمؤسسات والشركات بقدر ما هو بحاجة إلى بحث واستقصاء وتقييم مبنى على مهنية وحرفية عالية. فالاقتصاد هو علم وممارسة فى الميدان له أسسه وقوانينه ونظرياته يقوم على استراتيجية فى الرؤية وفعالية فى الأداء. وتلعب الصحافة الاقتصادية دوراً استراتيجياً فى غرس ثقة الناس فى السوق وفى الاقتصاد، الاقتصاد السودانى حالياً فى أمس الحاجة إلى صحافة اقتصادية قوية وفعالة تقوم بالنقد والاستقصاء والكشف عن الأخطاء وسوء الإدارة والتسيير والفساد والتجاوزات بغية تقويم المسار حتى يتسنى مواكبة التطورات على الصعيدين الاقليمى والدولى، ففى ظل (السماوات المفتوحة) لا مجال للتلميع والمجاملات والنفاق ما نلاحظه فى الميدان مع الأسف الشديد هو وجود فجوة كبيرة بين حركة التنمية والاقتصاد من جهة ووسائل الإعلام - بما فيها الصحافة - من جهة أخرى.

قدرة الصحافة السودانية على تشكيل الاتجاهات نحو السياسات الاقتصادية:

جدول رقم (٧)
آراء المبحوثين حول مدى قدرة الصحافة السودانية على تشكيل الاتجاهات نحو السياسات والبرامج الاقتصادية

هل تمتلك الصحافة السودانية القدرة على تشكيل الاتجاهات نحو السياسات والبرامج الاقتصادية؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	139	%75.1
لا	46	%24.9
الإجمالي	185	%100

وفقاً لمعطيات الجدول أعلاه فإن غالبية المبحوثين وبنسبة قدرها ٧٥,١٪ يرون أن الصحافة لا تملك القدرة الكافية التى تمكنها من تشكيل الاتجاهات نحو السياسات والبرامج الاقتصادية. فيما ترى نسبة ٢٤,٩٪ على العكس من ذلك. ولعل عدم القدرة يعود الى تراجع اهتمامات الصحافة السودانية بالصفحات الاقتصادية، وقد تجلى ذلك فى عدم ثبات تلك الصفحات فى العديد من الصحف، فضلاً على الاعتماد فيها على الأخبار الجاهزة التى تُعد من قبل مؤسسات الدولة مع الغياب شبه الكامل للأشكال الصحفية الأخرى الأكثر جاذبية وتأثيراً فى الجمهور من التحقيقات ومواد الرأى وغيرها.

تنافس الصحافة والفضائيات:

مع دخول العالم عصر البث المباشر عبر الأقمار الصناعية فى نهايات القرن العشرين واجهت الصحافة المطبوعة تحديات تنافسية قوية فى مجال الخدمة المعلوماتية الإخبارية بما فى ذلك بالطبع الصحافة الاقتصادية. والأشد خطورة فى ثورة الاتصالات والمعلومات على الصحافة المطبوعة هى الإنترنت والفضاءات التى وفرتها، والتى أفرزت واقعاً مغايراً سواء فى الانتاج أو التوزيع أو التعرض. وما لم تبتكر الصحافة الاقتصادية المطبوعة فنوناً فى مجال الخدمة الإخبارية فإن قوتها التنافسية سوف تتضاءل مع مرور الأيام. ويتساءل بعض المحللين: هل تستطيع الصحافة الاقتصادية المطبوعة أن تطور نفسها نوعياً حتى تتمكن من الصمود التنافسى؟

المتابع للبرامج الإخبارية الاقتصادية فى الفضائيات العربية على وجه التحديد يلاحظ أن نقطة الضعف المشتركة بينها هى عدم اهتمامها بالعمل الإخبارى الاستقصائى. وبالتالى فإن نقطة الضعف هذه يمكن أن تتحول إلى نقطة قوة للصحافة الاقتصادية إذا توافرت متطلبات الصحافة الاستقصائية. إذ ليس بوسع الصحافة الاقتصادية المطبوعة (صحف إقتصادية متخصصة، ملفات اقتصادية، ملاحق اقتصادية، صفحات اقتصادية بالصحف الشاملة) أن تنافس الفضائيات فى مجال الرواية الإخبارية العادية لأنه بينما تتشابه وربما تتطابق الصيغة اللفظية للرواية الإخبارية البسيطة فى الحالتين فإن الصورة التلفزيونية المتحركة للرواية تجعلها أكثر قوة وجاذبية، ولكن تستطيع الصحافة تعويض نقصان الصورة المتحركة بالعمل التحريرى الإضافى لتطوير الرواية الإخبارية البسيطة لتخلق منها قصة كبيرة ووافية وغنية بالتفاصيل الموضوعية، والاتجاه نحو التعمق والبحث والاستقصاء.

مساحات الرأى فى الصفحات الاقتصادية بالصحف السودانية:

إذا اتخذت الصحيفة الاقتصادية هذا التطوير كسياسة تحريرية استراتيجية ثابتة فإن الإقبال عليها يمكن أن يتضاعف. ومثل هذه النقلة تتطلب بالضرورة استخدام كوادر صحفية ذات قدرات نوعية متميزة سواء على المستوى القيادى أو المستوى الميدانى. وهنا لابد من زيادة مساحات الرأى فى الصحافة الاقتصادية، لأنها كفيلة بإيضاح الكثير من الألغاز الاقتصادية للجمهور. ومن المهم أن تعكس الصفحات الاقتصادية أحوال الناس اليومية ومشكلاتهم جنباً إلى جنب مع الاهتمامات بالأداء الاقتصادى للحكومة فى القطاعات المختلفة، فأخبار سوق الأوراق المالية، والأخبار الخاصة بالمؤسسات ذات الصلة بالاقتصاد، والاتفاقيات ومعاهدات التعاون التجارى، وأخبار الاستثمار، كل تلك الأخبار مهمة، ولكن قد تكون أسعار المواد الغذائية والاحتياجات الأخرى الضرورية أهم بالنسبة للمواطن العادى.

شروط وجود صحافة سودانية فعّالة ومسهمة فى التنمية الاقتصادية:

تعددت إجابات المبحوثين عن الشروط الواجب توافرها فى الصحافة السودانية حتى تصبح فاعلة ومؤثرة ومسهمة فى التنمية الاقتصادية، حيث اشترط بعض المبحوثين ضرورة وجود هدف ورؤية واضحة وشاملة وأن يتسم التناول الصحفى للقضايا والموضوعات الاقتصادية بالموضوعية والمصداقية والحيادية وتجنب المصادر المغرضة غير الدقيقة والتجرد من الانطباع الشخصى وتعدد مصادر المعلومات، إضافةً إلى ضرورة تعدد الموضوعات والربط بينها ومراعاة تباين مستويات

المتلقين وكذلك الاهتمام بالصحافة الاقتصادية الموجهة للطفل والمرأة والاهتمام كذلك التخصص بالمهنى لدى الصحفيين الاقتصاديين.

وأشار بعضٌ آخر إلى ضرورة تطوير قانون الصحافة والمطبوعات بما يتناسب مع هدف وجود صحافة حرة بناءة، ذلك أن كثيراً من القوانين ما زالت قاصرة وتحتاج إلى الكثير من التعديلات وأهمها إيجاد القضاء المستقل، وحق الحصول على المعلومات، ذلك أن الحرية ليست هدفاً فى ذاته بقدر ما هى وسيلة من وسائل الرفاه الاجتماعى. هذا إضافةً إلى أهمية تعديل الاتجاهات الحكومية التى تَعتَبِر الصحافة الحرة تهديداً أو شراً لابد منه. تغيير المواقف التى تَعتَبِر السلطة مسؤولة عن الصحافة، حتى تصبح الصحافة مثلها مثل أى قطاع فى المجتمع تحت سلطة القوانين المناسبة والقضاء العادل المتفهم. كذلك لابد من الاهتمام بالكادر البشرى الذى يعمل فى الاقسام الاقتصادية والاتجاه نحو التخصصية.

خاتمة

رغم أن الصحافة هى أداة اتصال تخاطب جمهوراً عادياً يفترض فيه قدرته فقط على القراءة، ومن ثم وجب أن تكون رسالتها الإعلامية معبرة عن الشريحة الكبرى من احتياجات أفراد المجتمع، فإنه نشأ حاجز بين جمهور القراء والصحافة الاقتصادية بسبب تضخيم الإنجازات والمبالغة فيها أكثر من الميل للتقويم الموضوعى للأداء الاقتصادى الحكومى. حيث تمتلئ الصفحات الاقتصادية بتصريحات المسئولين الحكوميين فى المجال الاقتصادى فى حين تخلو تلك الصفحات من أى تغطية استقصائية ومواد الرأى التى تتصل بالجانب الاقتصادى.

ورغم اهتمام دولاً كثيرة بالنمط الاستقصائى فى الصحافة الاقتصادية إلاّ أن واقع الصحافة الاقتصادية الاستقصائية فى السودان لا تزال ترزح تحت المطالب الدنيا فى الحماية للعمل الصحفى أو ضمانة الحقوق المهنية وغيرها من التى لا تفتح آفاقاً كبرى لذهنية وآلية العمل الصحفى الاستقصائى. فلم تدخل الصحافة السودانية الى الآن الباب الواسع لهذا النمط واعتقد أن الواقع المائل يرتبط بدرجة أساسية بالماكينة السياسية والتشريعية وذهنية وتقبل السياسى أكثر منه بالقدرة والرغبة الاحترافية للصحفى السودانى. ففى السودان طاقات مقدرة وواعدة لكنها تعمل تحت نمط الإعلام السياسى الخبرى، فضلاً عن الاشكاليات الأخرى المتداخلة.

وفى ظل هذه البيئة لا تستطيع الصحافة بل والإعلام عموماً أن تسهم إسهاماً أيجابياً فى التنمية الاقتصادية، والأسباب نفسها تحول دون إسهامها فى التنمية الشاملة خاصةً مع القناعة والإيمان بأن التنمية فى أى مجال من مجالات الحياة ليست فعلاً حكومياً محضاً فهى بالانسان وللانسان.

أهم النتائج:

خرجت الدراسة بالعديد من النتائج منها:-

١- أن مستوى الإهتمام لا يفى بإحتياجات القرّاء من المعلومات الاقتصادية، حيث اصطبغت المناقشات العامة للقضايا الاقتصادية وتغطية الأنشطة الاقتصادية من قِبَل الصحافة السودانية بوجهة النظر الرسمية، وغلب عليها أسلوب القائمين على الحكم وليس أسلوب الشعب،

٢- أن الصحافة السودانية غير مواكبة من الناحية المهنية للتطورات الاقتصادية سواء على المستوى الداخلى أو الخارجى، وذلك لأسباب متداخلة منها عدم اهتمام أصحاب الصحف بالموضوعات الاقتصادية سواء فى شكل موضوعات أو صفحات أو ملفات أو ملاحق وما يُدلل ذلك أن الصفحات الاقتصادية بمعظم الصحف السودانية غير ثابتة وتُسحب فى أحياناً كثيرة لصالح الإعلان أو أية موضوعات أخرى.

٣- المضامين ذات الصلة بالشؤون الاقتصادية لا تُشكل عنصر جذب بالنسبة لجمهور القرّاء.

٤- هنالك بعض التحديات المتعلقة بالشفافية والأخلاقيات الصحافية ومستلزمات خدمة القارئ ومعالجة همومه اليومية وتطلعاته ودراسة سبل التطوير والارتقاء، فضلاً عن المتطلبات غير الموجودة فيما يتصل بتأسيس ثقافة إعلامية (صحافية) على الصعيد الاقتصادى.

٥- تناول الصحافة السودانية لمجمل القضايا والشؤون والموضوعات الاقتصادية تناولاً إخبارياً بسيطاً وسطحياً لا يلبى

أدنى احتياجات عامة القرّاء، ولا المتخصصين ولا تفيد مواقع صنع القرارات الاقتصادية. أى على العكس تماماً من العبارة الشهيرة، التى غدت قولاً مأثوراً وحكمة تتداولها الأجيال، منذ وُجِّهت على لسان كلارنس بارون إلى الصحافيين الميدانيين فى صحيفة "وول ستريت جورنال" فى صدر القرن العشرين، وهى: "إنكم فى الميدان لتدافعوا عن الصالح العام، عن الحقيقة المالية من أجل المستثمرين، وعن الأرصدة التى ينبغى أن تدعم الأرملة واليتيم".

٦- هناك عدم رضا عن أداء الصحافة السودانية تجاه الأدوار المتمثلة فى نشر القيم الاقتصادية والتعريف المفاهيم الاقتصادية ، وكذلك فى رفع مستوى الوعى والتأثير فى الرأى العام وكذلك التأثير على صانع القرار والمشرع والمستثمر والمستهلك والعمالة وتفسير التعديلات والتشريعات للجمهور وتمهيدهم لتبعاتها وتغيير الانطباعات السلبية.

٧- المشكلات التى تواجه تناول الصحافة السودانية للقضايا الاقتصادية من وجهة نظر المبحوثين تمثلت فى الرقابة الحكومية السابقة واللاحقة، وانعدام الشفافية وفرض السرية على المعلومات، وعدم تعاون المصادر الحكومية مع الصحافة ، واشتراطات الحصول على الاعلانات الحكومية، فضلاً التهديد بفصل الصحفيين الناقدين للأداء الحكومى.

٨- اشارت الدراسة إلى أن الصحافة السودانية لا تملك القدرة الكافية التى تمكنها من تشكيل الاتجاهات نحو السياسات والبرامج الاقتصادية نسبةً لمحدودية مقروؤيتها ونوعية المضامين التى تحملها فيما يتصل بالقضايا الاقتصادية.

المراجع:

١- خالد عبدالله أحمد درار، البحث العلمى فى مجال الاتصال، الطبعة الثانية (عمان: درا البداية ناشرون وموزعون، ٢٠١٦م) ص ٣٤٧

٢- المنجد فى اللغة والإعلام (بيروت، دار المشرق، طبعة ٣٤ دون اسم مؤلف) ، ص ٤٢٧

٣- سالم توفيق النجفى، أساسيات علم الاقتصاد (القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، ٢٠٠٠ص ٢٥

٤- السيد أحمد مصطفى عمر ، الإعلام المتخصص ، (القاهره : دار الكتب ، ١٩٨٨م) ص٤٥

٥- فاروق أبوزيد، الصحافة المتخصصة (القاهرة: عالم الكتب ، ١٩٨٦م)، ص ٣٥

٦- المرجع نفسه، ص ٤٠

٧- السيد أحمد مصطفى عمر ، مرجع سابق، ص ٥٢

٨- أمل السيد متولى، قارئية الصحف المصرية المتخصصة: دراسة تحليلية ميدانية، دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهره: كلية الاعلام ،٢٠٠٢م) ص ٢٣٥- ٢٤٤

٩- حسان على طه ، الصفحات الاقتصادية فى الصحافة السودانية: دراسة فى الشكل والمضمون، بحث ماجستير غير منشور (الخرطوم: جامعة إفريقيا العالمية، عمادة الدراسات العليا، ٢٠١٣م) ص ١٠٧

١٠- صلاح عبد اللطيف ، الصحافة السودانية ، تاريخ وتوثيق (القاهرة: شركة الاعلانات الشرقية، ١٩٩٢م) ص٢٢

١١- حسين عبد القادر، تاريخ الصحافة فى السودان، ١٨٩٩م -١٩٩١م (القاهرة: دار النهضة العربية) ص ٢٧٥

١٢- سيف اليزل بابكر، دور الإعلام الاقتصادى فى رفع الوعى بالتمويل الأصغر، ورقة فى ورشة التمويل الأصغر، أغسطس ٢٠١٠م ، اتحاد المصارف.