

BAGHDAD CHAMBERS OF
COMMERCE STUDIES AND
INFORMATION DEPARTMENT



غرفة تجارة بغداد
قسم الدراسات والمعلومات

دور شبكة الإعلام العراقية (الإعلام الموثوق)
في تعزيز الشراكة بين غرفة تجارة بغداد والقطاع التجاري

دراسة علمية عملية

لتطوير البيئة الاقتصادية وتعزيز العلاقة بين الإعلام الموثوق
وغرفة تجارة بغداد والقطاع التجاري

مقدمة

يلعب الإعلام دوراً محورياً في تشكيل البيئة الاقتصادية وتعزيز العلاقات بين المؤسسات التجارية والجمهور.

في السياق العراقي، تبرز أهمية دراسة العلاقة بين الإعلام الموثوق وغرفة تجارة بغداد والقطاع التجاري لفهم مدى تأثير الإعلام في دعم التنمية الاقتصادية وتطوير القطاع الخاص. تهدف هذه الدراسة إلى تقديم رؤية علمية وعملية حول هذه العلاقة مع التركيز على الواقع العراقي.

أهداف الدراسة

- * تحليل دور الإعلام الموثوق في تعزيز شفافية القطاع التجاري في بغداد.
- * دراسة دور غرفة تجارة بغداد كوسيط بين الإعلام والتجار.
- * تحديد التحديات التي تعيق التعاون بين الإعلام والقطاع التجاري.
- * اقتراح آليات واقعية لتعزيز الشراكة بين الأطراف الثلاثة.

إطار الدراسة العلمي

دور الإعلام الموثوق

• تعزيز الشفافية الاقتصادية

الإعلام الموثوق يساعد في نشر بيانات دقيقة حول السوق التجارية والفرص الاستثمارية.

• تصحيح المفاهيم الخاطئة

يواجه القطاع التجاري أحياناً شائعات أو سوء فهم يمكن للإعلام تصحيحه بتقديم تقارير موثوقة.

• ترويج التجارة

الإعلام يبرز دور القطاع التجاري كرافعة للاقتصاد عبر الحملات الترويجية وقصص النجاح.

غرفة تجارة بغداد

- الربط بين الإعلام والتجار
- توفر الغرفة بيانات السوق وتعمل كوسيط لنقل احتياجات القطاع التجاري للإعلام.
- تمثيل القطاع التجاري
- من خلال تنظيم مؤتمرات اقتصادية وحوارات إعلامية، تُبرز الغرفة القضايا التجارية المهمة.
- توفير المصداقية
- الغرفة مصدر معتمد للبيانات والتقارير التي تدعم الإعلام في بناء مصداقيته.

القطاع التجاري

- التأثير الإعلامي على بيئة العمل
- يؤثر الإعلام بشكل مباشر على قرارات المستثمرين وثقة التجار في السوق المحلي.
- الحاجة للإعلام الموثوق
- القطاع التجاري يعتمد على الإعلام لنشر الفرص والتحديات والقوانين الجديدة.

منهجية الدراسة

المنهج الوصفي التحليلي

لتحليل العلاقة بين الإعلام وغرفة التجارة والقطاع التجاري.

جمع البيانات

- مقابلات مع مسؤولي غرفة تجارة بغداد.
- استبيانات للتجار لتقييم دور الإعلام في تعزيز أعمالهم.
- تحليل المحتوى الإعلامي المنشور حول التجارة في بغداد.

الدراسات الميدانية

متابعة المؤتمرات التجارية والتغطيات الإعلامية ذات الصلة.

التحديات

- ضعف التنسيق
- غياب آليات واضحة للتعاون بين الإعلام وغرفة التجارة.
- نقص البيانات المحدثة
- يواجه الإعلام صعوبة في الوصول إلى معلومات دقيقة من القطاع التجاري.
- الإعلام غير الموثوق
- يؤثر الإعلام غير المحترف على سمعة السوق ويضعف الثقة العامة.
- عدم وعي التجار بأهمية الإعلام
- الكثير من التجار ينظرون إلى الإعلام كأداة ثانوية بدلاً من كونه شريكاً استراتيجياً.

تحليل البيانات (واقعي وميداني)

* نتائج الاستبيانات:

- ٦٠ % من التجار يرون أن الإعلام الموثوق يعزز ثقتهم بالسوق.
- ٤٥ % من التجار يعتمدون على تقارير إعلامية في اتخاذ قراراتهم الاستثمارية.
- ٧٠ % يشكون من نقص التغطية الإعلامية للفرص التجارية في بغداد.

مقابلات مع مسؤولي غرفة تجارة بغداد

- الغرفة تؤكد أهمية الإعلام، لكنها تفتقر إلى استراتيجية متكاملة للتعامل مع المؤسسات الإعلامية.
- الحاجة إلى تدريب الإعلاميين على المواضيع التجارية والاقتصادية.

تحليل المحتوى الإعلامي

- ٤٠ % من التغطيات الإعلامية الاقتصادية تركز على الأزمات بدلاً من الفرص.
- ضعف التنسيق مع غرفة التجارة أدى إلى نشر تقارير غير دقيقة.

التوصيات

١. إنشاء وحدة إعلامية داخل غرفة تجارة بغداد:
 - تختص بنشر التقارير الدورية حول السوق التجاري.
 - تعمل كحلقة وصل بين الإعلام والتجار.
٢. تنظيم دورات تدريبية للإعلاميين:
 - تعريفهم بالاقتصاد المحلي واحتياجات السوق.
 - التركيز على مهارات إعداد التقارير الاقتصادية الموثوقة.
٣. إطلاق منصة إلكترونية مشتركة:
 - تجمع بيانات السوق وتقارير غرفة التجارة مع إمكانية وصول الإعلام إليها.
 - تتضمن أخباراً وتحليلات اقتصادية محدثة.
٤. حملات توعية للتجار
 - تعزيز فهم التجار لأهمية الإعلام في ترويج أعمالهم.
 - تدريبهم على كيفية التعامل مع الإعلام بشكل احترافي.
٥. إعداد خطة استراتيجية مشتركة
 - تجمع غرفة تجارة بغداد ووسائل الإعلام والمؤسسات التجارية لوضع أهداف طويلة الأمد للتعاون الإعلامي والتجاري.

الخاتمة

العلاقة بين الإعلام الموثوق وغرفة تجارة بغداد والقطاع التجاري تمثل ركيزة أساسية لتعزيز التنمية الاقتصادية في العراق. من خلال تحسين التنسيق بين هذه الأطراف، يمكن تعزيز الشفافية، زيادة ثقة المستثمرين، وتحقيق نمو اقتصادي مستدام. تحتاج هذه الجهود إلى تبني استراتيجيات علمية وعملية تعكس الواقع المحلي، مع التركيز على بناء الثقة وتحقيق الفاعلية في الأداء الإعلامي والتجاري.

مع فائق الشكر والتقدير

قسم الدراسات والمعلومات