(٣٤)

نعني باقتصاديات الإعلام هو الاهتمام بدراسة كل ما له علاقة بتمويل وسائل الإعلام من ناحية رأس المال.

والهدف منها هو إبقاء المشروع الإعلامي مستمر وانخراطه اقتصادياً كما إن اقتصاديات الإعلام هي فرع من فروع الاقتصاد التطبيقي الذي يدرس الإنتاج والتوزيع والاستهلاك لمحتويات وسائل الإعلام.

وتعد دراسة اقتصاديات الإعلام أحدى المجالات الحديثة في حقل الدراسات الأكاديمية للأسباب الآتية:-

١- ضخامة الاستثمارات في مجال الإعلام.
٢- النمو المتصاعد للاقتصاديات العالمية.
٣- دخول الحكومات في هذا المجال الاقتصادي.
٤- التطور المتلاحق في المجال التكنولوجي أدى الى تركيز الاهتمام على وسائل الإعلام. ليس باعتبارها مصادر للمعلومات فقط أو الترفيه. وانما باعتبارها كيانا اقتصادياً ضخماً.
٥- صعوبة مشكلات الانتاج في الإعلام.

إذ أصبحت وسائل الإعلام مؤسسات اقتصادية حيث أرتبط البعد الاقتصادي والانتاجي بها بالبعد الإعلامي الذي يستهدف المستهلكين

اقتصاديات الإعلام
- المحاضرة الأولى -
- المفهوم والأهمية

المحاضرة الثانية
اقتصاديات الإعلام
هو ذلك التخصص الذي يدرس كل مايتعلق بعلاقة تمويل وسائل الإعلام من ناحية وأسواق المال من ناحية أخرى.

الإعلام هو الداعم الأساسي لاقتصاديات العالم. ومن ناحية ثانية فإن الإعلام نفسه أصبح صناعة متكاملة في عصرنا الحاضر مثلها مثل الصناعات الأخرى. وهذا يأتي بسبب قدرة وسائل الاتصال على التأثير على حرية المجتمع بما تمتلكه من إمكانات تقنية ونفوذ واسع لأنها مسلطة لها دورها السياسي والاقتصادي والثقافي والاجتماعي.

ولكي تستمر وسائل الاتصال في أداء مهامها لابد لها أن ترتكز على قاعدة اقتصادية قوية. لأن هذه الوسائل تحتاج الى نفقات كبيرة تتمثل في الكادر البشري والمعدات والأنظمة والاستقبال والإرسال.

بدأت الدراسة المنتظمة لقضايا اقتصاديات الإعلام عام ١٩٧٠ قبل أن تتردد في غضون عشر سنوات.

ففي عام ١٩٨٠ تم افتتاح فصول دراسية في الجامعات الأمريكية والأوربية

وفي عام ١٩٨٨ برزت مجلة اقتصاديات الإعلام محورها (ربما تكون في بريطانيا) ويوجد اليوم المئات من الجامعات التي تقدم البرامج في اقتصاديات الإعلام.