

بمع - ٣ -
بالأصناف التي ذلت من لقطاع الخاص كشرائح مهم
للقطاع الحكومي في تشغيل واستغلال وإدارة المؤسسات
الاعلامية التي ظلت لفترة من الزمن حكراً على القطاع
الحكومي .

ويقر هذا الموضوع أكثر في دول الخليج العربية وشيلاً
في دول العربية الأخرى .

ورغم هذا التطور الذي شهدته الصحافة الاعلامية لقضايا
في دول الخليج العربية ، إلا أن هناك تحديات
كثيرة ظلت تواجه هذه المؤسسات في كانت الجارة
وعلى رأسها المجال السياسي حيث لا تزال العلاقة مع
السلطات الحكومية ، ملكية أو إدارية ، ماثلة بالكثير
من القضايا وعدم الوضوح .

الآن إن أبرز تحديات يواجه القنوات الاعلامية وهو
تحويلها ودي قدرة تلك المصادر على تحقيق مشاريع
قضايا مستدامة ويطرحها هم الاعلامي لم تعد
المنطقة مغلقة في تاريخها الحديث .

ولكن تحافظ على لبقار في عالم متوحد بهذا التنافس
الشديد بين القنوات لقضايا وبصوت البث

عن تبعيتها لمؤسسة (قطاع خاصاً أو عام) إلى
تأمين مصادر تمويل متنوعة ، ولا يوجد
دليل قاطع على أن لقنوات لفضائية بكافة
أشكالها قادرة على حصر تكاليف تشغيلها ،
ولعل لمراقبة حريتها بالدرجة حيث يدل أن
الغالبية العظمى من هذه القنوات غير حرة
حتى على تغطية تكاليف تشغيلها وبالتالي
فهي بعيدة كل بعد عن حالة الرزقية التي تتمتع
بها مثلاً في القطاع الخاص في المجتمعات الغربية .
وربما كما ذكرنا لمراقبة تساؤل عن أسباب هذه
الحالة ولماذا ، التي تدعو المحطات لفضائية
الخاصة بالذات للعمل في بيئة تدر الخسارة المالية
أهم معالمها .

٢٢. ٤٢٠

اقتصاديات الاعلام

المحاضرة الحادية عشر

11

٢/ مصادر تمويل وسائل الاعلام ولعبانها المالية وعلاقتها
باقتصاديات (الاعلام) والتمويل في المؤسسات الاعلامية
(صحفية، وتنظيم اذاعية وقنوات فضائية)

- المحاضرة الحادية عشر -

في العملية الاعلامية يكون هناك العديد من المؤسسات
والشركات التي تتنافس في سوق الاعلامية وهي مختلفة
من حيث نوعية منتجاتها، وطبيعتها ومكانها، ولحجمها
في السوق.

فهناك الجرائد والمجلات المطبوعة وهناك محطات لاذعة
والتلفزيون ودور النشر وشركات الانتاج السينمائي
وسوانح الانترنت بشع انواعها.

وتدخل كل تلك المؤسسات فيما يسمى بصناعة الاعلام
لان جميعها تشترك بالانتاج والتوزيع لمنتجات
الاعلامية. بمعنى تحويل الافكار الى منتج اعلامي

على شكل خبر، او مقال او مسلسل او فلم سينمائي
او اعلانات تجارية، وغير ذلك.

وتعتبر لصناعة الاعلامية ثالث أكبر صناعة في العالم
بعد صناعة الاسلحة والمواد البترولية.

(١-٤)

وهذه الصناعة هي التي يتألف منها الاقتصاد والسياسة
والدين والثقافة المجتمع ثم بعد تصديرها إلى العالم أجمع
مرة أخرى

فالصناعة الإعلامية هي استثمار المعرفة في عام
بشره ثورة معلوماتية في حتمية المجالات .
بالصناعة الإعلامية تكون هناك العديد من المؤسسات
والشركات التي تتنافس في سوق إعلامية وهي مختلفة
من حيث نوعيتها فنتاجاتها وطبيعتها ووسائلها ولحجها
في سوق .
فهناك الإكراد والمجلات المطبوعة وهناك محطات لاذعية
والتلفزيون ودور نشر وحركات الإنتاج السينمائي
ومواقع الأنترنت .

((كدبان تحول وسائل الإعلام في لبلاد العربية))

شهدت لاهة العربية تطوراً كبيراً في قطاع الإعلام
خلال العقود الأخيرة (منذ بداية تسعينات القرن العشرين
بسبب تزايد قنوات فضائية التي تبث برامجها بحرية
في الخارج .
وتطورت تبعاً لذلك برامج من حيث الشكل والمحتوى