

المؤسسات الإعلامية

هي مؤسسة تقدم خدمات لمختلف الجماهير وفي عدة مجالات اجتماعية واقتصادية وسياسية وثقافية وهي نظام اجتماعي يقوم على عمل مشترك بغرض تحقيق أهداف محددة سابقا ، فالمؤسسة الإعلامية تنفرع لتشمل وسائل الإعلام (الإذاعة والصحيفة والتلفزيون) تعد أهداف المؤسسة ، تلك النتائج التي تطمح إلى تحقيقها ، بجهد أفرادها وإمكاناتها المتاحة وعلى سبيل المثال فإن قناة تلفزيونية في بلد نام تقوم وفقاً لرؤية محددة وتهدف إلى التنمية الشاملة للمجتمع يمكن أن يكون لها جملة من الأهداف التالية :

- ١- تحفيز الجمهور ث الجمود الفكري تجاه قضايا وطنية ودينية وعقائدية وثقافية
- ٢- نشر الوعي بين الجمهور تجاه قضايا سياسية كبيرة ككشف حقيقة العدو ومن يتربص بالوطن
- ٣- ترشيد الجمهور حول الخدمات الاجتماعية المتاحة ، والإعلان عن أحداث هامة تهم الجمهور المستهدف .
- ٤- تعليم الجمهور حيث يمكن ، من خلال البرامج التعليمية والتثقيفية
- ٥ - تغيير السلوك الخاطئ للجمهور ، وخاصة بالنسبة للاماكن السكنية الشعبية والريفية .
- ٦- تأمين الترفيه والتسلية عبر البرامج المتنوعة المسابقات التعليمية والبرامج الضاحكة

خصوصية المؤسسة الإعلامية

- تتميز بمجموعة من الخصائص لكنها تتشابه في خصائص أخرى (رأس المال المقر - تجهيزات تقنية - بشرية - القوانين)
- ١- منتج وسائل الإعلام ثقافي .
 - ٢- مؤسسات الإعلام مؤسسات ثقافية بمعنى إنها إيديولوجية .
 - ٣- مؤسسة الإعلام تجارية تتميز بالعرض والطلب .
 - ٤- هي مؤسسة تجارية أي تسعى لتحقيق الربح والفائدة ووسائل الإعلام منذ نشأتها الأولى كشفت عن هذا الطابع

١٥/١١/٢٠٢٤ هي خصوصية المؤسسة الإعلامية ٢ عدد ٤ من ٢

ومن الأساليب التي تجعل تركز وسائل الإعلام على المصالح الخاصة وغلب المصلحة العامة في العملية الإعلامية هي :

الدراسات العلمية الإعلامية بالوظائف الرئيسية المجتمعية يتأثر من الملكية الخاصة التي تسيطر على وسائل الإعلام الإعلامية المعروفة تحت أيدي الضغوط الموضوعات أو الأفكار التي تتعرض للضغط للسلطة القوي السيطرة وحاسم من وبالتالي أصبحت وسائل الإعلام تركز على الترفيه والتسلية بلدرجة الأولى وموضوعات الترفيه الجماهيرية والاستهلاكية مع إهمال اهتمام محدد لمفهوم الرقابة على السجلات

٢- الحد من التنوع والتعدد والتعريف : وهذا يعود إلى السيطرة القوية من قبل الشركات الاستثمارية الضخمة على كم كبير من مؤسسات الإعلام ووسائل الإعلام في تنميتها العملية الإعلامية والتأمين عليها في تحقيق أهداف سياسية وإعلامية

٣- سيطرة الإعلان كمصدر أساسي من مصادر التمويل : وهذا أدى إلى ابتعاد رعيات المعادين وتهميش القضايا الضمنية ملابيا ومخاطبة الفئات القليلة ملابيا وتحقيق رعيتهما وتحقيق أرباحها

وهذا عدة عوامل تتحكم في السياسات الاقتصادية لوسائل الإعلام الجماهيري ،

١- السياسات المالية للحكومة وتسيورها للخدمات التي تستفيد بها الصحافة أثناء أداء عملها

٢- الضرائب التي قد ترى الحكومة أن تفرضها على نشاط الصحافة أو الإعفاءات الضريبية التي

٣- المساعدات المالية التي تقدمها الحكومات للصحافة

٤- الإعلان ، إذ يعد مصدرا رئيسيا لتمويل الصحف

٥- مدى قبول أو عدم قبول المساعدات الخارجية

٦- نمط الملكية الصحفية

أولاً
المحاضرة الثالثة

أخبارات إعلامية

المحاضرة الثالثة

العملية الإعلامية من منظور اقتصادي

أولاً: مفهوم العملية الإعلامية :

هي عملية تلقي المعلومات وإعادة إرسالها وفق متطلبات المجتمع المحلي أو القومي أو العالمي باستعمال وسائل الإعلام المقروءة أو السمعية أو السمعية البصرية وتعتمد بعدة أساليب أبرزها :

أ- إن الإعلام سمة من سمات المجتمع

ب- تحول العملية الإعلامية إلى عملية اتصال ثنائية

ج- تعتمد على وسائل اتصال متنوعة

د- التأثير في الرأي العام في قضية معينة

هـ- الثقة والمصداقية في تحرير المعلومات

ثانياً : الوظيفة الاقتصادية للإعلام

بعد إسهام الإعلام في التنمية الاقتصادية هدفاً أساسياً ينبثق من أهمية التنمية في حد ذاتها حيث يهتم الإعلام بالتنمية فيكون على الجانب الاقتصادي لأية مؤسسة باستعمال وسائل مختلفة وإذا كانت التنمية هي عملية اجتماعية يتم في إطارها التطور الاقتصادي وبالتالي تستدعي تطوير عناصر الإنتاج وزيادة رفاهية المستوى الاقتصادي للأفراد وتوفير كافة الخدمات اللازمة لتحقيق خدمات أكبر فإن التنمية هي عملية مقصودة تسعى الدولة من خلالها إلى توفير أو خلق وضع اقتصادي أو اجتماعي جيد وبعد الإعلام يساهم بما يملكه من وسائل له علاقة بالتقنيات الاقتصادية لأي مجتمع والتنمية للتنمية الاقتصادية

يقوم الإعلام بما يأتي :

- ١- التوعية بأساليب الحياة الاقتصادية
- ٢- عرض قضايا الوطن الاقتصادية والقضايا الجارية ببلدها المختلفة
- ٣- التركيز على محاربة الإسراف والتبذير الاقتصادي على المستوى العام والخاص