

• والتحسب لمواجهة الطلب المتجدد ، وفقا لحركة المجتمع التي تحددها جزئيا حركة وسائل
الإعلام نفسها . وقد شهد العالم كيفية وفرة شبكات الإعلام والاتصال في البلاد الصناعية
جنبا إلى جنب مع المؤسسات الاقتصادية الكبرى وترسم ملامح المستقبل لها وتساعد على
تطورها .

— { —

المحاضرة الثانية

علاقة وسائل الاعلام بالنظام الاقتصادي

- تعرف المؤسسة كمنظمة اقتصادية واجتماعية مستقلة نوعا ما تؤخذ فيها القرارات حول تركيب الوسائل (البشرية ، المالية ، المادية و الاعلامية) بغية خلق قيمة مضافة حسب الأهداف في نطاق زمني او مكاني .
- المؤسسة مجموعة من عناصر الإنتاج البشرية و المادية و المالية التي تستخدم و تصير و تنظم بهدف إنتاج سلع و خدمات موجهة للبيع ، مثال على ذلك في المجال الاعلامي (؟) الصحيفة والمجلة و التلفزيون والإذاعة والاعلام الجديد .

- تعرف المؤسسة على أنها جميع المنظمات الاقتصادية المستقلة ماليا هدفها توفير الإنتاج بغرض التسويق . وهي منظمة مجهزة فيها المسؤوليات (؟) حسب التخصصات .
- إنها وحدة اقتصادية تتجمع فيها الموارد البشرية ، المادية و المالية اللازمة للإنتاج الاقتصادي ، بغرض تحقيق نتيجة ملائمة و هذا ضمن شروط اقتصادية تختلف باختلاف الحيز المكاني و الزماني ، الذي توجد فيه ، وتبعاً لحجم ونوع النشاط .
- المؤسسة هي الوحدة الاقتصادية التي تمارس النشاط الإنتاجي و النشاطات المتعلقة به من تخزين و شراء و بيع من أجل تحقيق الأهداف التي وجدت من أجلها (؟)

(١ - ٢)

صفات وخصائص المؤسسة

• من التعريفات السابقة للمؤسسة يمكن استخلاص الصفات أو الخصائص التي تتصف بها المؤسسة (الإعلامية) . باعتبارها مؤسسة اقتصادية ، وهي :

1- المؤسسة شخصية قانونية مستقلة من حيث امتلاكها الحقوق والصلاحيات أو من حيث واجباتها ومسؤولياتها .

2- القدرة على الإنتاج أو أداء الوظيفة التي وجدت من أجلها

3- أن تكون المؤسسة قادرة على البقاء بما يكفل لها من تمويل كاف وظروف سياسية مؤاتية و عمالة كافية وقادرة على تكيف نفسها مع الظروف المتغيرة

4- التحديد الواضح للأهداف والسياسة والبرامج والمالية (العمل) وهذا فكل مؤسسة تضع أهدافاً معينة تسعى إلى تحقيقها . أهداف كمية ونوعية بالشعب الاستداع

5- ضمان الموارد المالية لضمان استمرار عملياتها ويكون ذلك إما عن طريق الاعتمادات الحكومية أو عن طريق الإيرادات الكلية المستحصلة ، أو عن طريق القروض ، أو عن طريق ()

6- لا بد أن تكون المؤسسة متلائمة مع البيئة التي وجدت فيها وتستجيب لهذه البيئة ، أي غير معزولة عن المحيط

7- المؤسسة هي وحدة اقتصادية أساسية في المجتمع الاقتصادي فهي مصدر رزق الكثير من الأفراد

• وعلى الرغم من الأهمية البالغة التي يحظى بها موضوع اقتصاديات الإعلام في العالم ، فإنه مازال من الموضوعات العvisية على التطوير في العالم العربي ، وربما لم تساهم في عملية التنمية بمجالاتها المتنوعة ، وربما بسبب الجوانب المالية التي تشكل واحدة من أبرز التحديات التي تتعرض لها وسائل الاتصال الجماهيري في بلداننا ، وكثيراً ما أقت بظلالها السلبية على مستوى أداء هذه الوسائل ، وعلى طبيعة المضامين التي تقدم .

هل ساهمت وسائل الإعلام بعملية التنمية في وطننا العربي ؟ آ شرح ذلك

• اكتسب نشاط وسائل الإعلام أهمية متزايدة مع مرور الزمن ، وذلك بسبب الطابع الاقتصادي المتنامي لنشاط وسائل الإعلام مع ظهور الشبكات الإعلامية الكبرى مع اكتساب أبعاد استراتيجية بظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، ومع اضطلاع السياسات العمومية في معظم البلدان بمهمة تطوير الإعلام وتنظيمه . لقد أصبح نشاط وسائل الإعلام عموماً يشترط تطبيق القواعد الصناعية بشكل واضح : الاستثمارات الضخمة في وسائل الإنتاج والبحث والاستقبال ، وتقسيم العمل التقني والفني المتقدم جداً ، واستخدام طرق إنتاج يغلب عليها عنصر رأس المال ، واعتماد أحدث التقنيات الدقيقة ويتطلب كله ذلك سوقاً واسعاً وطلباً نشيظاً متجدداً يسمح بجلب الاستثمارات وتطوير الإبداع الثقافي والإنتاج الفكري والإعلامي القادر على المنافسة ، ويقف ذلك وراء الحركة الإعلامية والثقافية في البلدان الصناعية ويمثل رهانات تكنولوجياية وصناعية وتجارية في سياق علاقات دولية جديدة تلعب فيها تلك الحركة الإعلامية والثقافية دوراً نشيظاً . إن ما يصنع كل تلك الحيوية في وسائل الإعلام عاملان أساسيان هما (التصنيع والسوق) ، فتصنيع وسائل الإعلام سمح بتطوير القدرات الإنتاجية التي تضمن بدورها مرونة العرض اللازمة لمواجهة الطلب المتزايد كمياً ، والمتجدد نوعياً ، والمتغير بسرعة . أما منطق السوق فقد سمح بتكييف المنتجات وتنويعها طبقاً للاحتياجات الحقيقية والمتجددة للمجتمع . إن حركة وسائل الإعلام والاتصال في البلاد المصنعة إنما يقف ورائها منطق تسويقي ذكي يعمل على دراسة احتياجات السوق ، وفهمها ، والتنبؤ بتغيراتها