

اقتصاديات الاعلام

١/ مصادر تمويل وسائل الاعلام وعلاقتها
باقتصاديات الاعلام والتمويل في المؤسسات الاعلامية
(صحفية، وتظيم اذاعية وقنوات فضائية)

المحاضرة الحادية عشر

في العملية الاعلامية يكون هناك العديد من المؤسسات
والشركات التي تتنافس في سوق الاعلام وهي مختلفة
من حيث نوعية منتجاتها، وطبيعتها ووسائلها وجميعها
في سوق.

فهناك الجرائد والمجلات المطبوعة وهناك محطات اذاعية
وتلفزيون وودور لشب وشركات الانتاج السينمائي
وسواها الانترنتية بشتى انواعها.

وتدخل كل تلك المؤسسات فيما يسمى بصناعة الاعلام
لان جميعها تشترك بالانتاج والتوزيع كسوق

الاعلامية. بمعنى تحويل الافكار الى منتج اعلامي
على شكل خبره او مقال او مسلسل او فلم سينمائي
او اعلانات تجارية، وغير ذلك.

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

صناعة الاعلام في العالم
تعتبر صناعة الاعلامية ذات أكبر صناعة في العالم
وتعتبر صناعة الاعلامية ثالث أكبر صناعة في العالم
بعد صناعة الاسلحة والمواد البتروكيمياوية



وهذه الصناعة هي التي يتطور صياغتها الاقتصاد والسياسة
والدين وثقافت المجتمع ثم تعيد تصديرها كالعالم أجمع
مرة أخرى

الصناعة الإعلامية هي اختيار المعرفة في عالم
يشهد ثورة معلوماتية في شتى المجالات.
بالصناعة الإعلامية تكون هناك العديد من المؤسسات
والشركات التي تتنافس في سوق إعلامية وهي مختلفة
من حيث نوعية منتجاتها وخصائصها ووسائلها وجمهورها
في سوق
فهناك إعلانات المجلات المطبوعة وهناك محطات إذاعة
و تلفزيون ودور نشر وشركات إنتاج سينمائي
ومواقع الإنترنت.

« كدبان تمويل وسائل إعلام في بلاد العربية »

شهدت لسان العربية تطوراً كبيراً في قطاع الإعلام
خلال العقود الأخيرة (منذ بداية تسعينات القرن العشرين)
سبب تزايد استثمارات لقضاياها التي تبنت برامجها الجهد
في الخارج.
وتطورت تبعاً لذلك برامج من حيث الشكل والمضمون

الصناعة الإعلامية لا كالمعتاد هي اختيار المعرفة في عالم يشهد ثورة معلوماتية في شتى المجالات.

بالاتفاق، أي ذلك بين لقطاع الخاص كالتسويق
للقطاع الحكومي في تشغيل وأسلاك وإدارة المؤسسات
الإعلامية، التي ظلت لفترة من الزمن حكرًا على لقطاع
الحكومي.

ويظهر هذا بوضوح أكثر في دول الخليج العربية وشبهات
في دول العربية الأخرى. تلك الجزيرة العربية

ورغم هذا التطور الذي شهدته الصحافة الإعلامية لقطاعية
في دول الخليج العربية، إلا أن هناك تحديات
كثيرة ظلت تواجه هذه المؤسسات في كافة المجالات
وعلى رأسها مجال السياسة حيث لا تزال لعلاقة مع
السلطات الحكومية، السياسة أو المراعاة ماثلة بالكثير
من الضبابية وعدم الوضوح.

الآن إن برز تحدي يواجه القنوات الإعلامية وهو مصادر
تحويلها ومدى قدرة تلك المصادر على كسب مشاريع
قضايا مستقلة و مشاريع إعلامية لم تسد
المنطقة ملحة في تاريخها الحديث.

ولكي تحافظ على لبقار في عالم موبو هذا، لتتأكد
الشيء بعث، لقنوات لقطاعية وبعث، لتتأكد

عن تبعيتها لموضوعية (قطاع خاصا او عام) الى
 تأيين مصادر تمويل متنوعه ولا يوجد
 دليل قاطع على ان لقنونات لفضائية بكافة
 أشكالها قادرة على تكاليف تشغيلها
 ولعل لمراقبة حساب بالدراسة حينها يدل ان
الغالبية العظمى من هذه لقنونات غير قادرة
 حتى على تغطية تكاليف تشغيلها وبالتالي
 فهي بعيدة كل بعد عن حالة الربحية التي تتمتع
 بها مثلا في القطاع الخاص في المجتمعات الغربية.
 وربما كما ذكرنا في مناقشة سابقة عند اجراء هذه
 الحالة ولا يجب ان تدعو المحطات لفضائية
 الخاصة بالذات للعل في بيئتها قدر الخسارة المالية
 أهم معالمها.



أستاذة المادة
 ٠٢٢٠٤٤٤