**المحاضرة الثانية**

 **علاقة وسائل الاعلام بالنظام الاقتصادي**

تعرف المؤسسة كمنظمة اقتصادية واجتماعية مستقلة نوعما تتخذ فيها القرارات حول تركيب الوسائل البشرية والمالية والاعلامية بغية تحقيق قيمة مضافة حسب الأهداف في نطاق زماني او مكاني

المؤسسة مجموعة من عناصر الإنتاج البشرية و المادية و المالية التي تستخدم و وتسير و تنظم بهدف إنتاج سلع و خدمات موجهة للبيع ، مثال على ذلك في المجال الإعلامي ( الصحيفة والمجلة و التلفزيون والإذاعة وكل ما يتعلق بالإعلام 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 وتبعا لحجم ونوع النشاط

المؤسسة هي الوحدة الاقتصادية التي تمارس النشاط الإنتاجي والنشاطات المتعلقة به من تخزين و شراء و بيع من اجل تحقيق الأهداف التي وجدت من أجلها

**الصفات أو الخصائص التي تتصف بها ( المؤسسة الإعلامية ) باعتبارها مؤسسه اقتصادية**

تتصف المؤسسة الاعلامية باعتبارها مؤسسة اقتصادية بعدة صفات منها :

1- المؤسسة شخصية قانونية مستقلة من حيث امتلاكها الحقوق و الصلاحيات أو من حيث واجباتها و مسؤولياتها

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

 3- أن تكون المؤسسة قادرة على البقاء بما يكفل لها من تمويل كاف و ظروف سياسية ملائمة و عمالة كافية و قادرة على تكييف نفسها مع الظروف المتغيرة

4- التحديد الواضح للأهداف و السياسة و البرامج و أساليب العمل و لهذا فكل مؤسسة تضع أهدافا معينة تسعى إلى تحقيقها كأهداف كمية ونوعية بالنسبة للإنتاج

5 - ضمان الموارد المالية لضمان استمرار عملياتها ويكون ذلك اما عن طريق الاعتمادات الحكومية أو عن طريق الايرادات الكلية المستحصلة او عن طريق القروض او عن طريق الاعلانات

6 -لابد من أن تكون المؤسسة متلائمة مع البيئة التي وجدت فيها و تستجيب لهذه البيئة أي غير معزولة عن المحيط

 7 - المؤسسة هي وحدة اقتصادية أساسية في الاقتصادي فهي مصدر رزق للكثير من الافراد

وعلى الرغم من الاهمية البالغة التي يحظى بها موضوع اقتصاديات الاعلام في العالم، فانه مازال من الموضوعات العصية على التطوير في العالم العربي وربما لم تساهم في عملية التنمية بمجالاتها المتنوعة بسبب الجوانب المالية التي تشكل واحدة من ابرز التحديات التي تتعرض لها وسائل الاتصال الجماهيري في بلداننا وكثيرا ما القت بظلالها السلبية على مستوى اداء هذه الوسائل وعلى طبيعة المضامين التي تقدم .

 لقد اكتسب نشاط وسائل الإعلام أهمية متزايدة مع مرور الزمن ، وذلك بسبب الطابع الاقتصادي المتنامي لنشاط وسائل الإعلام مع ظهور الشبكات الإعلامية الكبرى واكتساب أبعاد استراتيجية بظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومع اضطلاع السياسات العمومية في معظم البلدان بمهمة تطوير الاعلام وتنظيمه فقد أصبح نشاط وسائل الإعلام عموما يشترط تطبيق القواعد الصناعية بشكل واضح والاستثمارات الضخمة في وسائل الإنتاج والبث والاستقبال التقني والفني

واستخدام طرق إنتاج يغلب عليها عنصر رأس المال واعتماد احدث التقنيات الدقيقة ويتطلب كل ذلك سوقا واسعا وطلبا نشيطا متجددا يسمح بجلب الاستثمارات وتطوير الإبداع الثقافي والإنتاج الفكري والإعلامي القادر على المنافسة ، ويقف ذلك وراء الحركة الإعلامية والثقافية في البلدان الصناعية ويمثل رهانات تكنولوجيه وصناعية وتجارية في سياق علاقات دولية جديدة تلعب فيها تلك الحركة الإعلامية والثقافية دورا نشيطا .

إن ما يصنع كل تلك الحيوية في وسائل الإعلام عاملان اساسيان هما ( التصنيع والسوق ) ، فتصنيع وسائل الإعلام سمح بتطوير القدرات الإنتاجية التي تضمن بدورها مرونة العرض اللازمة لمواجهة الطلب المتزايد كميا والمتجدد نوعيا والمتغير بسرعة

أما منطق السوق فقد سمح بتكييف المنتجات وتنويعها طبقا للاحتياجات الحقيقية والمتجددة للمجتمع ، إن حركة وسائل الاعلام والاتصال في البلاد المصنعة انما يقف ورائها منطق تسويقي ذكي يعمل على دراسة احتياجات السوق وفهمها والتنبؤ بتغيراتها والتحسب لمواجهة الطلب المتجدد وفقا لحركة المجتمع التي تحددها جزئيا حركة وسائل الاعلام نفسها

 وقد شهد العالم كيفية وقوف شبكات الاعلام والاتصال في البلاد الصناعية جنبا الى جنب مع المؤسسات الاقتصادية الكبرى وترسم ملامح المستقبل لها وتساعد على تطورها

**دور الاعلام في التنمية الاقتصادية**

يؤدي الاعلام بمختلف تخصصاته وظائف وادوار عديدة ، منها دوره في التنمية بمختلف مجالاتها اما في مجال التنمية الاقتصادية فيؤدي الاعلام ادوار عديدة أهمها

أ - التعريف بالمنجزات الاقتصادية التي حققتها الدولة كإنشاء المدن الاقتصادية وتبسيط الإجراءات وتقديم الخدمات واعتماد المشاريع التنموية الضخمة وغيرها

ب - التعريف بالقضايا والتحديات الاقتصادية كارتفاع أو انخفاض أسعار النفط والبطالة و الكوارث الطبيعية ووجود أنظمة ولوائح معقدة وغير واضحة

ت - التعريف بالفرص الاستثمارية وسبل جلب رؤوس الأموال لاستثمارها بالداخل وتحفيز النمو ورعاية المناسبات الاقتصادية

ث- تقديم معلومات للمجتمع بأوجه الفساد في القطاع الاقتصادي كأخبار اكتشاف فساد إداري مالي بأحد الجهات الحكومية وكذلك توضيح مدى تعقيد بعض الأنظمة واللوائح

ح - التغطية الإعلامية الموسعة للموارد المالية للبلد مثل : النفط ، الصناعة الزراعة ، السياحة وغيرها . مع تقديم الشرح الوافي المبسط للجمهور

خ - تقديم معلومات عن أوجه القصور في التنمية الاقتصادية مثل وجود منطقة ما لا تحظى بالتنمية الكافية

د- متابعة التطورات الاقتصادية في داخل البلد وخارجه لتعريف المجتمع بها وبيان أفضل الممارسات الاقتصادية عالمياً وتشجيع دخولها للبلد ، وكذلك التوعية من المخاطر إن وجدت كالتضخم وغيره

ذ - توعية المجتمع بضرورة التصرف بحكمة مع التقلبات الاقتصادية مثل ارتفاع الأسعار والتضخم ورعاية المناسبات العلمية التي تتناول هذه المواضيع

ر - تشجيع مختلف الجماهير للتفاعل مع المواضيع الاقتصادية مثل فتح المجال لكتابة المقالات وإجراء الحوارات مع قادة الرأي وتنظيم الندوات واللقاءات العلمية .

ز - تكليف المتخصصين في " الإعلام الاقتصادي " فقط لتغطية وتناول القضايا والمواضيع الاقتصادية مع تشجيع وتدريب من يرغب الالتحاق بهم

س - إجراء الدراسات والبحوث ومسح الرأي العام في القضايا والمواضيع الاقتصادية بالتعاون مع العلماء والباحثين في المجالات ذات العلاقة ونشرها