



اسم المادة : اقتصاديات الإعلام  
اسم التدريسي : د. أميرة وحيد خطاب  
العام الدراسي: ٢٠٢٤ - ٢٠٢٥

اسم المحاضرة :

### ارتباط الإعلام والاقتصاد

هناك رابطة قوية بين الإعلام والاقتصاد تتجاوز مفهوم - الإعلام الاقتصادي - إلى درجة كبيرة، لتشمل الإعلام بمعناه العام، فقد أصبح الاقتصاد جزءاً من صناعة الإعلام، والإعلام جزء من صناعة الاقتصاد، وهو ترابط تفرضه معطيات العصر الحديث ومنجزاته.

فالإعلام الذي يعني بالجانب التخصصي بالنسبة للاقتصاد خرج من أروقة المؤسسات الأكادémية بفعل ما فرضته الهرّات الاقتصادية التي شهدتها العالم اليوم، مما دفع الإعلام إلى تسخير كل طاقاته لمتابعة تلك الهرّات وما تلاها من هرّات اقتصادية باعتباره شريكاً في تحمل نتائجها السلبية والإيجابية، وباعتبارها المحور الأساسي لاهتمام كل القطاعات التي يتعامل معها الإعلام ابتداءً من المواطن العادي المؤثر على حجم التوزيع، وانتهاء بالشركات الكبرى الأكثر تأثيراً في حجم الإعلان، أي التوزيع والإعلان مصدر التمويل الرئيس للمؤسسة الإعلامية.

### إسهامات الإعلام في الاقتصاد

لم يعد الإعلام محصوراً بالأجهزة الإعلامية التقليدية، فصار لكل شركة أو مؤسسة منتجة منصاتها الإعلامية الخاصة بها، سواء من خلال مواقعها الإلكترونية أو بالاعتماد على عناوينها في موقع التواصل الاجتماعي بجميع أشكاله، فلغي ذلك كله على الأشكال التقليدية من صحف ومجلات ورقية وحتى قنوات فضائية، مما أجبر جميع هذه الوسائل على تتبع التقنيات واستخدامها حتى تبقى في السوق الإعلامي، فلا تخرج منه صاغرة لتقادها التقني...

أصبح الإعلام أداة فاعلة في إنتاج الوعي وتحريكه، ونشر الثقافة الاقتصادية في المجتمع كالتعريف بالقوانين والتشريعات والإجراءات التنظيمية وأثارها، وبيان أهداف الخطط الإستراتيجية الموضوعة، لذلك فهو يساهم في:

- توعية الجمهور بأهمية الادخار وآليات توجيهه نحو الاستثمار، وإرشاده إلى مصادر الموارد المتعددة، فيحفزه للحد من الاستهلاك غير الضروري حفاظاً عليها، ويروج لماهية البدائل الممكنة، ولل باستخدام الأمثل لها.

- تحسس وقوع الأزمات الاقتصادية العالمية.

- دعم المشاريع والصناعات المفيدة بالترويج لها بأسلوب مهني، فالجمهور لم يعد ساذجاً أو بعيداً عما يحصل في الأسواق العالمية والمحلية على حد سواء. فمن يتلقى المعلومات المتعلقة بسحب شركات عالمية لمئات الآلاف من منتجاتها من الأسواق لغرض بسيط نسبياً، لن يقبل بعيوب منتجات يريد لها سواء كانت محلية أم غير محلية، لأن رأيه سيكون مستنداً إلى قرائن يصعب التغاضي عنها، مما يساعد على خلق منافسة أساسها المعلومات الصحيحة، بما يحقق في النهاية الإفادة للجميع.

### علاقة الإعلام بالاقتصاد

يعتبر الإعلام الاقتصادي أحد أهم فرع من فروع الإعلام :

- ١ - يقوم بنقل وتحليل وتفسير التغيرات الاقتصادية التي تحدث في المجتمع ، وتشمل الأفراد والأماكن والقضايا المتعلقة بالاقتصاد .
- ٢ - تعطية أداء الشركات وأنشطتها .
- ٣ - البحث والتمحیص في ثنایا الأرقام والمناهج الاقتصادية لكثير من شركات ومؤسسات القطاع الخاص.
- ٤ - التغطية الشاملة والواافية والدقيقة للأحداث الاقتصادية .
- ٥- طرح مختلف وجهات النظر والأراء حول المسائل الاقتصادية وتكوين آراء مبنية على تحليلات ودراسات ومعلومات سليمة.
- ٦- دعم البرامج الاقتصادية ومشروعات التنمية.

### أهداف الإعلام الاقتصادي

يسعى الإعلام الاقتصادي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف :

- ١ - نشر المعلومات الاقتصادية الصحيحة.

٢ - التنبؤ بالأحداث قبل وقوعها بناء على الأرقام والإحصاءات والنمذج الرياضية والدراسات والأبحاث .

٣ - تحليل وتفسير المتغيرات داخل وخارج البيئة الاقتصادية للدولة .

٤ - التصدي لأهم مشكلات الواقع وأكثرها ارتباطاً وتأثيراً على الحياة اليومية للمواطن، وهي المشكلة الاقتصادية بكل أبعادها وجوانبها .

### وظائف الاعلام الاقتصادي

تكمّن وظائف الإعلام الاقتصادي في عدة نقاط :

١ - جمع المعلومات وتبادلها ونشرها باستخدام أساليب البحث والتحليل الكمي ، ووسائل التكنولوجيا المتقدمة .

٢ - جمع وفحص مدى سلامة المعلومات من مصادر متعددة من أجل الإفصاح عن المعلومة الدقيقة التي تفيد القارئ والمشاهد والباحث على حد سواء .

٣ - تفسير تلك المعلومات وتحديد الأهداف في ظل السياسات والإستراتيجيات الاقتصادية السائدة والمتوقعة ، وما سوف يتمخض عنها من قرارات تخص حاجات الاقتصاد والمجتمع ككل .

٤ - تحديد حالات الأخلاق والنجاح من أجل مكافأة من يقف وراء تلك الإنجازات ومعاقبة هؤلاء الفاشلين ، وما قد ينتج من فساد إداري خلال تنفيذ العمليات الاقتصادية .

### كيف يستفاد من الاعلام في الجوانب الاقتصادية؟

لما كان الإعلام هو الترجمة الموضوعية للأخبار والحقائق، وتزويد الناس بهما بشكل يساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الواقع، لذا يجب الاستفادة من الإعلام في التربية الاقتصادية من خلال:

• تنظيم حملات إعلامية تخص الجوانب الاقتصادية البيئية الأكثر إلحاحاً في المجتمع وبشكل مستمر ومبرمج ومتعدد الجوانب .

- أن تقوم وسائل الإعلام العربية بتكييف برامجها لتحقيق دورها الإرشادي والتوجيهي في مجال البيئة، والتركيز على الارتباط الوثيق بينها وبين أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- التركيز على الإدارة الرشيدة وحسن استخدام مصادر الطاقة المتجددة.
- مخاطبة الإعلام الاقتصادي الهدف، بصيغة تربوية بناءة من خلال، بساطة الكلمة، وثراء المضمون، وجاذبية الإعلان بالصورة الخلابة والألوان الزاهية، والحن الجميل.  
إن المعالجة الإعلامية لقضايا التربية الاقتصادية كانت ولا تزال معالجة جزئية آنية تدور في نطاق إعلان خاطف لترشيد الماء أو الكهرباء، ويعاينها مئات الإعلانات لشراء المستلزمات المنزلية، والأغذية والألبسة ومستحضرات التجميل و... وفي هذا قمة التناقض والإسراف.