

مقدمة:

يعتبر الإعلام الاقتصادي أحد أهم فروع الإعلام ، وهو الذي يقوم بنقل وتحليل وتفسير التغيرات الاقتصادية التي تحدث في المجتمع ، وتشمل الأفراد والأماكن والقضايا المتصلة بالاقتصاد . كما يشمل تغطية أداء الشركات وأنشطتها . تحت هذه المظلة الإعلامية الاقتصادية يبذل الكتاب الاقتصاديون جهوداً حثيثة في مجال البحث والتحصيل في ثنايا الأرقام والمناهج الاقتصادية لكثير من شركات ومؤسسات القطاع الخاص. والجدير بالذكر أن الإعلام الاقتصادي يمارس عدداً من الوظائف ، تتمثل في التغطية الشاملة والواقية والدقيقة للأحداث الاقتصادية. بالإضافة إلى طرح مختلف وجهات النظر والآراء حول المسائل الاقتصادية وتكوين آراء مبنية على تحليلات ودراسات ومعلومات سليمة. وكذلك دعم البرامج الاقتصادية ومشروعات التنمية

علم الاقتصاد الإعلامي: س١ - هناك ثلاثة وثيقة

اقتصاديّات الإعلام باتت فرعاً مهماً من أفرع دراسات الاقتصاد والإعلام على السواء. ليس فقط من المنظور الجزئي الذي ينظر من خلاله إلى تدفقات رؤوس الأموال والتدفقات النقدية داخل وخارج الشركات والمؤسسات العاملة في المجال الإعلامي، ولكن من زاوية أن الكثير من التغيرات التكنولوجية والتشريعية والمالية والكثير من الاندماجات والاستحواذات العالمية التي دخلت مجال الإعلام خلال العقود الثلاثة الماضية، كان لها أكبر الأثر على تشكيل خارطة الاقتصاد العالمي والتأثير في مسار عولمة صناعة الإعلام والتأثر بها.

لم يعد الإعلام ذلك النشاط التقليدي المعني بنقل الرسائل الاعلامية من مرسل إلى مستقبل

ان علاقة الاقتصاد بالإعلام، وهي علاقة وثيقة دون شك، باعتبار أن الإعلام ذو علاقة وثيقة بالحراك التنموي الشامل وما ينضوي تحت لوائه من شؤون وشجون ثقافية واقتصادية وسياسية، ويكتسب الإعلام أهمية أكبر في ظل التكنولوجيا الحديثة وما تقدمه من منجز علمي قادر على تسهيل دور الإعلام في السيطرة على تلك الشؤون والشجون، وتقويم ممارساتها، إذا توافرت له المناخات المناسبة للعمل الإعلامي الحر، البعيد عن سيطرة السلطة التي غالباً ما تسخره لخدمة أهدافها وسياساتها، دون النظر لدوره التوعوي والاستثماري، وهو دور يرتبط في الدرجة الأولى بحرية الرأي، وشفافية الطرح الإعلامي الهادف

ولأن المشكلات الاقتصادية العالمية وما تعنيه من أزمات وانتكاسات وهزات عنيفة تؤثر على الجميع، فإن الإعلام ملزم أخلاقياً ومهنيّاً أن يضع المواطن العادي في مواجهة حقيقية مع كل المتغيرات الاقتصادية التي لم تعد بعيدة عن اهتمام هذا المواطن لارتباطها بحياته، وما يحدث هنا أو هناك من متغيرات اقتصادية لن يكون المواطن وفي أي بقعة في العالم بمعزل عنه، بل ان هذا المواطن أصبح هو الباحث عن تفاصيل هذه المتغيرات التي يثير حولها الكثير من الأسئلة، وهي أسئلة على الإعلام ان يجيب عنها بامانة مطلقة، ومتجردة عن الاهواء التي تملئها سياسات حكومات ما تزال بمعزل عن اهتمامات شعوبها، مع أن غمومات هذا النوع من

التضليل لا تلبث أن تنقشع، وحينها تكون الانهيارات السياسية لا تقل دويًا عن الانهيارات الاقتصادية، وفي الحالتين تكون النتائج كارثية بكل المقاييس

ولأن الإعلام الاقتصادي من المصطلحات الجديدة التي أفرزتها العولمة، وروج لها الإعلام، في ظل التكتلات الاقتصادية الضخمة، وما يطرأ عليها من انهيارات قد تكون مفاجئة لكل الناس، لكنها ليست مفاجئة للمختصين في المجال الاقتصادي، بناء على ما يقومون به من دراسات

دور الإعلام
بطيخا معرب
عبد صغور كبريت