

محاضرة حول اقتصاديات وسائل الإعلام العربي

تمثل اقتصاديات وسائل الإعلام في البلدان العربية حالة خاصة في مجال الاقتصاد، فالمال هو التحدي الأكبر لها وغالبا ما يؤثر على أدائها، فصار تمويل وسائل الاعلام على حساب مصادرة الوظيفة الحقيقية له وهي وظيفته الاجتماعية المتمثلة في التماسك الاجتماعي، وصارت العملية الاعلامية الخاضعة للتمويل تؤدي وظائف ضيقة مرتبطة ببرامج صناعة التدفويقصد بها إنتاج برامج تضمن للوسيلة الإعلامية استمرارها.

من المؤشرات التي يستدل على نجاح الوسيلة الإعلامية من عدمها في البلدان العربية، نجد اقتصاديات الإعلام واحدا منها، أي مدى فاعلية الاتصال الجماهيري بين الوسيلة الإعلامية ومن يشاهدها وتأثيرها عليهم.

وعليه، فاستمرار الوسائل الإعلامية العربية مرهون باستمرار تمويلها، لكن حتى وإن تلقت لتمويل مالي مرتفع فهو لا يستثمر في مشاريع استراتيجية أي مواد إعلامية تنهض بالجانب الثقافي، الاجتماعي والاقتصادي، أي كل ما يؤدي إلى الرقي الفكري والحضاري للمجتمع العربي.