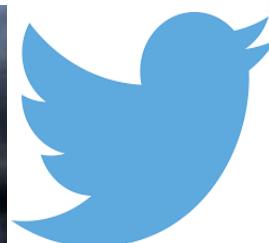
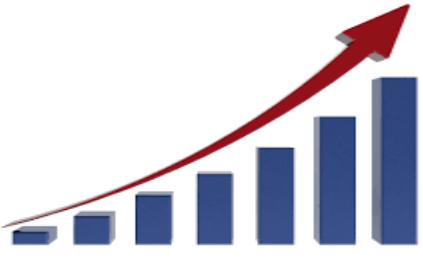


الإعلام الاقتصادي في المملكة: الواقع وفرص التطوير

- ورقة عمل مقدمة للمتندى السابع لجمعية الإعلام والاتصال السعودية
- الرياض
- د. عبدالله خالد بن ربيعان- مدير إدارة الاتفاقيات البحثية وأستاذ الاقتصاد المساعد، معهد الإدارة العامة. كاتب ومستشار اقتصادي، صحيفة الحياة.



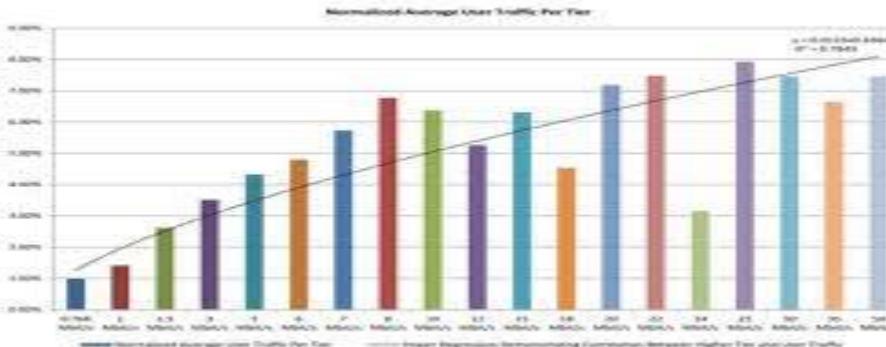


ما هو الإعلام الاقتصادي؟:

- هو: «فرع من فروع الإعلام، يهتم بنقل وتحليل وتفسير الخبر والمتغيرات والقضايا الاقتصادية التي تحدث في المجتمع، كما يشمل أيضاً تغطية أداء الشركات وأنشطتها» (الإعلام الاقتصادي، د. ناظم الشمري، 2012).
- الإعلام نفسه أصبح صناعة متكاملة في عصرنا الحاضر مثلها مثل الصناعات الأخرى ، وبدوره أصبح الإعلام الاقتصادي الجزء الأكبر والفاعل من هذه الصناعة.

أهمية الإعلام الاقتصادي:

- تغطية الحدث الاقتصادي، وتوسيع دائرة المعرفة حوله.
- توفير المعلومة للمختصين وال العامة عن الأوضاع الاقتصادية محلية و عالميا.
- التعريف بفرض الاستثمار والتجارة في الاقتصاد.
- تحريك عجلة الاقتصاد والتنمية وتحفيز الإعلان.
- تقييم الأخطاء والمشاكل الاقتصادية وطرح الحلول لها.
- ضمان الحقوق الاقتصادية للمواطنين مقابل أجهزة الحكومة أو مقابل الشركات.



أغراض الإعلام الاقتصادي:

- نقل الخبر الاقتصادي.
 - تحليل الظاهرة الاقتصادية (النمو، البطالة، التضخم... الخ).
 - مناقشة المشكلة الاقتصادية (الإسكان، التنمية ، العمالة الأجنبية.. الخ).
 - طرح الرأي الاقتصادي (المقال، التقرير، التحقيق).
 - متابعة أخبار ومستجدات أسواق المال والشركات (قضية ساخنة).
 - الإعلان وينقسم إلى ثلاثة أنواع:
 - إعلان: (سلع وخدمات، والإعلان مرتبط بالكماليات والسلع المعمرة، س
 - الترويج: (الحملات التسويقية، للسلع التي تستهلك مرة واحدة أو خدمة م تذاكر السفر والإقامة في الصيف).
 - علاقات عامة: (مرتبط بالأشخاص، تهنئة، ترحيب، قصيدة... الخ).

أنواع الإعلام الاقتصادي:

- الصحف والمجلات.
- الإذاعة والتلفزيون.
- شبكة الانترنت (صحافة الكترونية، وسائل التواصل الاجتماعي، يوتيوب... الخ).
- المحاضرات والندوات (شخصياً، البث المرئي والمسموع، الانترنت).
- الحملات الترويجية والإعلانية (في مكان محدد أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي).
- الإيميل، الواتساب.... الخ.

الإعلام الاقتصادي السعودي (العربية):

الوسيلة	مثال
صحافة مكتوبة (1)	
صحافة اونلاين (2)	
تلفزيون (1)	
إذاعة	
متخصص (5-4)	

الإعلام السعودي (بالإنجليزية):

الوسيلة	مثال
صحافة مكتوبة	لا يوجد
صحافة اونلاين	لا يوجد
تلفزيون	لا يوجد
إذاعة	لا يوجد
متخصص	لا يوجد

نشأة الإعلام الاقتصادي في المملكة:

- حسب التاريخ، فإن صحيفة أم القرى التي أنشئت في جمادى الأولى عام 1343 هـ الموافق ديسمبر 1924 م في مكة المكرمة في عهد جلالة الملك عبد العزيز آل سعود - رحمه الله - هي أول وسيلة إعلامية في المملكة.
- أنشئت الإذاعة السعودية بمرسوم ملكي في رمضان 1368 هـ/ 1949 م.
- فيما يخص الإعلام الاقتصادي، كانت الشركة السعودية للأبحاث والنشر السباقة بإنشاء صحيفة الاقتصادية في شهر ديسمبر عام 1992.
- قناة الاقتصادية الفضائية أنشئت في الرياض 2004 قبل أن تنتقل في 2009 لتكون إحدى القنوات الحكومية التي تشرف عليها وزارة الإعلام.

أبرز محطات التطوير:

- لاشك أن طفرة الأسهم السعودية في أوائل الألفية الجديدة هي مالفت الإنباه للإعلام الاقتصادي في المملكة، وتسابقت الصحف والمجلات والقنوات المحلية والفضائية لمتابعة مستجدات السوق ومتابعة أخباره بالتحليل والقراءة على مدار الساعة. للاسف عاد الإعلام للتبااطئ ولم يستفد من نشاط الطفرة.



أبرز أوجه القصور في الإعلام الاقتصادي السعودي:

- غياب المتخصصين في الاقتصاد ودراسات المالية (كلياً) عن العمل في وسائل الإعلام الاقتصادية، أو في أقسام الاقتصاد داخل وسائل الإعلام الوطنية بشكل عام.
- ضعف الثقافة الاقتصادية لدى العاملين في وسائل الإعلام الاقتصادي، وضعف الحافز عندهم لتطوير أنفسهم.
- قلة (أنعدام) فرص التدريب للصحافيين العاملين في وسائل الإعلام الاقتصادية.
- تحول عدد من البارزين في الإعلام الاقتصادي إلى مدراء مكاتب وترك العمل الميداني، وهجر بعضهم المهنة كلياً لأعمال أخرى.
- عدم اهتمام القادة في وسائل الإعلام بالإعلام الاقتصادي، والنظر له على أنه مكان لنشر أخبار المعلنين فقط.
- تحول عدد ليس بالقليل من الصحافيين لمندوبي إعلانات والتركيز على نشر أخبار المعلنين !!
- تويتر، تويتر، تويتر (كيف؟)

أمثلة للثقافة أو المهنية الاقتصادية:

تفق المنتجات الرديئة بفرق السوق ويضر المصنعين

مصانع الحديد السعودية تتن تحت وطأة الإغراق.. والمشاكل تحاصر أعمالها الإنتاجية والتسويقية



تسويق منتجات حديد التسليح في تراجع أمام الإغراق

- مثال سهل: أين الخطأ؟
- ماتعرف الإغراق؟
- لماذا لا ترفع قضية
إذا كان إغراق؟

يُتّبع:

- مثال صعب:
- أين الخطأ؟
- ما هو الرابط الضريبي؟

مسؤول: دول الخليج بصدّد فرض رسوم 15% على الحديد المستورد

(MENAFN - Akhbar Al Khaleej)

قال المهندس شعيل العايس، رئيس اللجنة الوطنية للحديد في مجلس الغرف السعودية، إن فرض رسوم الحماية على الحديد المستورد بواقع 15% لم يقر بعد، بالرغم من موافقة وزارة التجارة والصناعة بدول مجلس التعاون، وما زال حاليا لدى وزارة المالية المزيد من الدراسة ليتم عرضه على قادة دول مجلس التعاون لاقراره في اجتماعهم القادم.

وأشار العايس في حديثه لـ مباشر إلى أن تصدير حديد التسليح غير مسموح به حاليا، ولا يزال الأمر متوقفا على موافقة المقام السامي والتي تأمل أن تكون قريبا.

وعن أهم معوقات سوق الحديد السعودي والازمة التي يمر بها حاليا، علق العايس بان عدم فرض رسوم الحماية المطلوبة على واردات الحديد (15%) يجعل من السهل دخول الحديد المستورد بأسعار منخفضة، مقارنة بالأسعار المحلية والتي قد تكون أقل من كلفة الانتاج المحلي، وبهذا تكون المنافسة غير عادلة، وتکبد الصناعة المحلية خسائر كبيرة.

واكد العايس أن الرسوم الحالية (5%) مقارنة بما يفرض حاليا في بعض دول مجلس التعاون، يواقع 15% وتزيد هذه النسبة إلى أكثر من 30% في بعض الدول الخارجية.

وتابع العايس في حديثه عن المعوقات بان اسعار الحديد حاليا لامست القاع وتعد منخفضة مقارنة بكلفة التصنيع، وهذا يعود الى اندفاعه، الارتفاع، الارتفاع، الارتفاع، في، الصناع، وغيرها، والارتفاع، تمنه على، الارتفاع، المحافظة، انتفافه، الارتفاع، المحافظة، انتفافه،

نتيجة ضعف الإعلام الاقتصادي:

- كل أخبار الاقتصاد السعودي الهامة أصبح مصدرها رويتز وبلومبيرغ (اقتران الحكومة، رفع الساير، خصخصة أرامكو... الخ).
- كل اللقاءات مع المسؤولين عن الشأن الاقتصادي في المملكة في الإعلام الغربي (هل العيب في الإعلام أم إن المسؤولين يجذبهم الإعلام الغربي أكثر).
- هجرة عدد من البارزين من الإعلاميين للإعلام الغربي أو السعودي المهاجر (العربي أو الإنجليزي).
- تقليل عدد الصفحات الاقتصادية في الصحف، ومساحة البرامج الاقتصادية في التلفزيون.
- تقليل عدد من وسائل الإعلام لكونها البشرية تحت مبرر ضغط النفقات.

مقررات التطوير مادياً وبشرياً:

- اندماج وسائل الإعلام المتشابه في كيان واحد كبير قادر على دفع تكلفة التطوير.
- تخصيص قطاع الإعلام الحكومي السعودي (قناة الاقتصادية، الثقافية، الرياضية... الخ). واقتضاء الحكومة بقناة رسمية واحدة أو اثنتين.
- إنشاء وسائل إعلام بلغات أجنبية، صحف واذاعة واحدة على الأقل، فاللوفود التجارية والاقتصادية التي تزور المملكة لا تجد ماتقرأه أو تسمعه عن الاقتصاد السعودي (لغة البزنس هي الإنجليزية).
- استقطاب خريجي الاقتصاد والدراسات المالية للعمل في وسائل الإعلام، والحاقةم بالتدريب المناسب لهذا العمل.
- الاهتمام بالمحظى الإلكتروني للوسيلة الإعلامية المكتوبة أو المشاهدة، والتواجد على وسائل التواصل الاجتماعي.

يُتبع:

- بناء جسور تواصل مع المسؤولين عن الشأن الاقتصادي في المملكة، والحصول على الاخبار منهم وجذبهم للقاءات المشاهدة في وسائل الإعلام المحلية.
- التوأمة مع الإعلام المحترف والمهني عربياً أو إنجليزياً، بما يطور مستوى الإعلام الاقتصادي ويرفع مهنيته.
- ستبقى قضية نقل الإعلان من الورق للمواقع الالكترونية للصحف وإقناع المعلن بذلك هي الخطوة الأهم لبقاء الإعلام المكتوب واستمراره.

و شکرا لجمیع