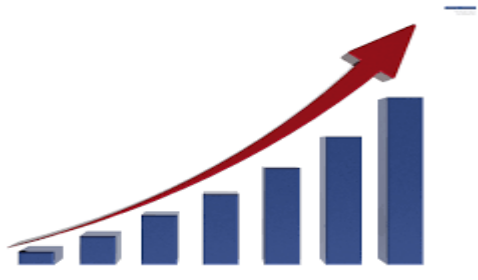


الإعلام الاقتصادي في المملكة: الواقع وفرص التطوير

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



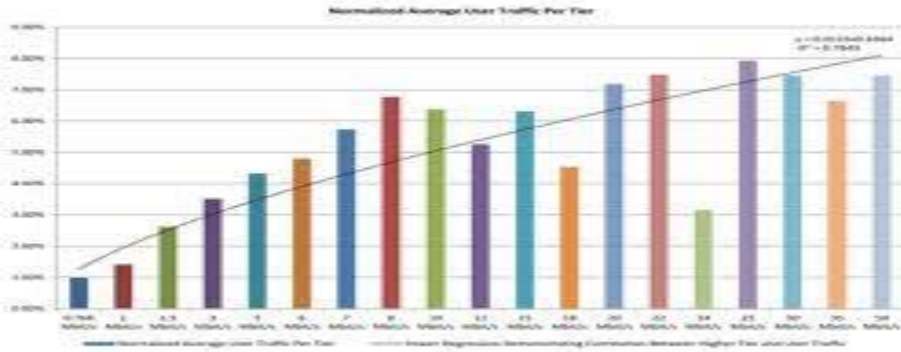


ماهو الإعلام الاقتصادي؟:

- 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 الإقتصادي، وتوسيع دائرة المعرفة حوله .
- توفير المعلومة للمختصين والعامّة عن الأوضاع الإقتصادية محليا وعالميا.
- التعريف بفرض الاستثمار والمتاجرة في الاقتصاد.
- تحريك عجلة الاقتصاد والتنمية وتحفيز الإعلان.
- تقييم الاخطاء 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... إلخ).

• مناقشة المشكلة الاقتصادية (الإسكان، التنمية، العمالة الأجنبية.. إلخ).

• 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، ساعة رولكس، هوندا... إلخ).

• الترويج: (الحملات التسويقية، للسلع التي تستهلك مرة واحدة أو خدمة موسمية، الألبان، الدواجن، تذاكر السفر والإقامة في الصيف).

- علاقات عامة: (مرتبط بالأشخاص، تهنئة، ترحيب، قصيدة... إلخ).

أنواع الإعلام الاقتصادي:

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

الإعلام الاقتصادي السعودي (العربية):

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

الإعلام السعودي (بالإنجليزية):

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

نشأة الإعلام الاقتصادي في المملكة:

- حسب التاريخ، فإن صحيفة أم القرى التي أنشئت في جمادى الأولى عام 1343هـ الموافق ديسمبر 1924م 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 1368هـ/1949م.
- فيما يخص الإعلام الاقتصادي، كانت الشركة السعودية للأبحاث والنشر السبّاقة 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 الاسهم السعودية في أوائل الألفية الجديدة هي مالفت الإنتباه للإعلام الاقتصادي في المملكة، وتسابقت الصحف والمجلات والقنوات المحلية والفضائية لمتابعة مستجدات السوق ومتابعة أخباره بالتحليل والقراءة على مدار الساعة. للأسف عاد الإعلام للتباطؤ ولم يستفد من نشاط الطفرة.



أبرز أوجه القصور في الإعلام الاقتصادي السعودي:

- غياب المتخصصين في الاقتصاد ووالدراسات المالية (كلية) 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 (انعدام) فرص التدريب للصحافيين العاملين في وسائل الإعلام الاقتصادية.
- تحول عدد من البارزين في الإعلام الاقتصادي إلى مدراء مكاتب وترك العمل الميداني، وهجر بعضهم المهنة كلية 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:

تدفق المنتجات الرديئة يفرق السوق ويضر المصنعين

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



تسويق منتجات حديد التسليح في تراجع أمام الإغراق

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

يتبع:

- مثال صعب:
- أين الخطأ؟
- ماهو الربط الضريبي؟

مسوول: دول الخليج بصدد فرض رسوم 15% على الحديد المستورد

(MENAFN - Akhbar Al Khaleej)

قال المهندس شجيل العايض، رئيس اللجنة الوطنية للحديد في مجلس الغرف السعودية، إن فرض رسوم الحماية على الحديد المستورد بواقع 15% لم يقر بعد، بالرغم من موافقة وزراء التجارة والصناعة بدول مجلس التعاون، وما زال حالياً لدى وزراء المالية المزيد من الدراسة ليتم عرضه على قادة دول مجلس التعاون لإقراره في اجتماعهم القادم. وأشار العايض في حديثه لـ مباشر إلى أن تصدير حديد التسليح غير مسموح به حالياً، ولا يزال الأمر متوقفاً على موافقة المقام السامي والتي نأمل أن تكون قريباً. وعن أهم معوقات سوق الحديد السعودي والازمة التي يمر بها حالياً، علق العايض بأن 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 الإنتاج المحلي، وبهذا تكون المنافسة غير عادلة، وتكبد الصناعة المحلية خسائر كبيرة.

وأكد العايض أن الرسوم الحالية (5%) مقارنة بما يفرض حالياً في بعض دول مجلس التعاون، بواقع 15% وتزيد هذه النسبة إلى أكثر من 30% في بعض الدول الخارجية.

وتابع العايض في حديثه عن المعوقات بأن أسعار الحديد حالياً لامست القاع وتعد منخفضة مقارنة بكلفة التصنيع، وهذا يعود إلى انخفاض الأسعار العالمية للحديد، فضلاً عن الضغوط على الأسعار المحلية، فضلاً عن زيادة الطلب.

نتيجة ضعف الإعلام الاقتصادي:

- كل أخبار الاقتصاد السعودي الهامة أصبح مصدرها رويترز وبلومبيرغ (اقتراض الحكومة، رفع السايبر، خصخصة أرامكو... إلخ).
- 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).
- تقليص عدد الصفحات الاقتصادية في الصحف، ومساحة البرامج الاقتصادية في التلفزيون.
- تقليص عدد من وسائل الإعلام لكوادرها البشرية تحت مبرر ضغط النفقات.

مقترحات التطوير ماديًا وبشريًا:

- اندماج وسائل الإعلام المتشابهة في كيان واحد كبير وقادر على دفع تكلفة التطوير.
- تخصيص قطاع الإعلام الحكومي السعودي (قناة الاقتصادية، الثقافية، الرياضية... إلخ). واكتفاء الحكومة بقناة رسمية واحدة أو اثنتين.
- إنشاء وسائل إعلام بلغات أجنبية، صحف وإذاعة واحدة على الأقل، فالوفود التجارية والاقتصادية التي تزور المملكة لاتجد ماتقرأه أو تسمعه عن الاقتصاد السعودي (لغة البنرس هي الإنجليزية).
- استقطاب خريجي الاقتصاد والدراسات المالية للعمل في وسائل الإعلام، والحاقهم بالتدريب المناسب لهذا العمل.
- الاهتمام بالمحتوى الإلكتروني للوسيلة الإعلامية المكتوبة أو المشاهدة، والتواجد على وسائل التواصل الاجتماعي.

يتبع:

- 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 عربيا أو انجليزيا، 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.

وشكرا للجميع