

اقتصاديات الإعلام ودورها في التنمية المستدامة دراسة تحليلية للواقع الليبي والتحديات المستقبلية والحلول المقترحة

صالح علي مسعود

الأكاديمية الليبية – جنزور

[salehmassoud62@gmail.com](mailto:salehmassoud62@gmail.com)

حمزة منصور العجيل

كلية العلوم السياسية وعلوم الاتصال- جامعة الزاوية

[h.alejeil@zu.edu.ly](mailto:h.alejeil@zu.edu.ly)

**Media Economics and its Role in Sustainable Development: An Analytical Study of the  
Libyan Reality, Future Challenges, and Proposed Solutions**

Saleh Ali Massoud

Libyan Academy – Janzour

Hamza Mansour Al-Ajeel

Faculty of Political Science and Communication Sciences – University of Zawiya

تاريخ الاستلام: 2026/01/06 تاريخ المراجعة 15 / 2 / 2026 تاريخ القبول: 2026/03/08 - تاريخ النشر: 2026 / 03/15

#### الملخص :

هدفت هذه الدراسة إلى التعريف باقتصاديات الإعلام وأثرها في التنمية المستدامة في ليبيا والكشف عن واقع الاقتصاد الليبي وأبرز التحديات المستقبلية التي تواجه عملية التنمية المستدامة فيه، وتقديم وبيان الحلول المقترحة لمعالجة هذه التنمية المستدامة في المستقبل عن طريق اقتصاديات الإعلام .

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة سواء على صعيد اقتصاديات الإعلام الليبي ودورها في تعزيز التنمية المستدامة إذ لا تزال التحديات المالية والإدارية والفنية والتقنية لاقتصاد الإعلام الليبي تعوق التنمية المستدامة بفعل عوامل مالية وتقنية وضعف التمويل والتدريب وغياب الإعلام التخصصي والإعلامي والمتخصص بالجوانب الاقتصادية .  
الكلمات المفتاحية: اقتصاد - الإعلام - التنمية المستدامة - ليبيا- التحديات المستقبلية .

#### Summary

This study aimed to define media economics and its impact on social development in Libya, to reveal the true state of the Libyan economy and the most prominent future challenges facing media development within it, and to outline the role and procedures for achieving this development in the future through media promotion.

The study reached a number of important conclusions, particularly regarding the role of Libyan media in promoting economic development. Financial, administrative, technical, and technological challenges continue to hinder development in the Libyan media economy, due to the overemphasis on economic and technological aspects, weak cooperation in the field, and the absence of specialized media outlets and media professionals with expertise in economic matters.

#### مقدمة :

انطلق مصطلح اقتصاديات الإعلام بعد إن تطورت تقنية التواصل الإعلامي بفعل ظاهرة انتشار استخدام الأقمار الصناعية وشبه المعلومات الدولية، فقد قدمت للاقتصاد مساحة واسعة من حيث اشتغال الاستثمارات بعد استمالة الدور الإعلامي في إيصال الرسالة التي تؤثر في الجماهير حتى أصبح الإعلام الداعم الرسمي لاقتصاديات العالم الرقمي.

تعد قدرة وسائل الإعلام على التأثير على حركة المجتمع بما تمتلكه من إمكانيات تقنية وخطابية مؤثرة ونفوذ في عملية احياء التواصل الحي، إذ أصبحت وسائل الإعلام الجديدة في كل المجتمعات تسعى لأن تتميز عبر سياسة التنافس الاقتصادي، وتعلن سياسة التميز بعد استثمار كوادرات فنية متطورة على اقتصاديات الإعلام.

وتسعى الدول لزيادة وتشجيع مختلف مجالات التنمية فيها ومن ضمنها التنمية المستدامة، حيث تضعها الدول في أعلى سلم أولوياتها، وهنا يأتي دور الإعلام في كيفية استغلال المجال الاقتصادي بما يخدم مصلحة الوسيلة الإعلامية والدولة معاً، فالإعلام هو مرآة المجتمع فإذا كان اقتصاد الدولة قوياً فتكون هذا فرصة لوسائل الإعلام بأن تتعامل مع هذه الحالة تعاملًا ذكياً وعملياً لتحقيق التنمية المستدامة .

يشترك كل من اقتصاديات الإعلام والتنمية المستدامة في أن محورهما الإنسان والهدف الأسمى لهما، فالقوى البشرية تمثل أهمية كبرى في التخطيط الاجتماعي على اعتبار أن المتلقين من أفراد المجتمع هم هدف التخطيط الإعلامي من أجل ربطهم بأهداف التنمية بأنواعها المحلية والشاملة والمستدامة وفي مجالاتها المختلفة.

وتبرز العلاقة بين اقتصاديات الإعلام والتخطيط للتنمية، أن التخطيط الإعلامي واقتصاديات هو جزء من التخطيط القوموي الشامل للتنمية المستدامة في المجالين الاقتصادي والاجتماعي، كما أن اقتصاديات الإعلام لا تتصل بالتغير المادي، ولكنه يتصل بالمتغيرات النفسية والاجتماعية والثقافية للفرد والمجتمع من هذه الأهمية لدور اقتصاديات الإعلام سيتم في هذا البحث دراستها وبيان دورها في التنمية المستدامة وتحليل هذه الاقتصاديات على الواقع الليبي والتحديات المستقبلية التي يمكن أن تواجه كلاً منهما وذلك في محورين اثنين .

#### المحور الأول- الإطار المفاهيم والمقاربة النظرية (اقتصاديات الإعلام والتنمية المستدامة)

المبحث الثاني : دور اقتصاديات الإعلام في التنمية المستدامة (الواقع والتحديات المستقبلية) في ليبيا .

#### مشكلة البحث :

تؤدي وسائل الإعلام في العصر الحديث أدواراً مهمة ومؤثرة في حياة الأفراد والمجتمعات، لذا اهتم الباحثون في مجال الاتصال والإعلام في البحث في العلاقة القائمة بين هذا التخصص وتخصصات أخرى كالاقتصاد الأمر الذي دفع بهم إلى محاولة تعزيز الدور الذي يمكن أن تلعبه الوسائل الإعلامية في تفعيل دورها اقتصادياً لاسيما في مجال التنمية المستدامة، إلا أن هناك قصوراً في توظيف هذه العلاقة في الإعلام الليبي، إذ أنه لم يتم توظيف هذه المؤثرات للاقتصاد الإعلامي لاسيما بعد الانفتاح الكبير لوسائل الإعلام الليبي في العقد الأخير على مسيرة التنمية المستدامة، وهو ما يمثل مشكلة بحثية يجب دراستها وتسليط الضوء عليها وإيجاد الحلول المناسبة لها، لذا تمت صياغتها عبر تساؤل رئيس مفاده :

ما دور الاقتصاد والإعلام في التنمية المستدامة في الواقع الليبي ؟

وتنبثق عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية مفادها:

1. ما التحديات المستقبلية التي تواجه اقتصاديات الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة في ليبيا ؟
2. ما السلبات التي تواجه الواقع الليبي سواء في مجال التنمية المستدامة أو اقتصاديات الإعلام ؟
3. كيف يمكن توظيف اقتصاديات الإعلام في ليبيا لتطوير مسيرة التنمية المستدامة؟

### فرضيات البحث :

1. يسهم اقتصاديات الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة وإزالة جميع العقبات التي تقف هائلاً دون تحقيقها.
2. يواجه الواقع الليبي في مجال التنمية والتنمية المستدامة تحديات وصعوبات واشكاليات عديدة يمكن لاقتصاديات الإعلام الإلهام في التغلب عليها.
3. لا تزال اقتصاديات وامكانيات الإعلام ومؤسساته دون المستوى المطلوب لتحقيق مسيرة التنمية المستدامة .

### أهمية البحث :

1. الأهمية العلمية : وتتمثل في بحثها موضوعاً علمياً مهماً عن اقتصاديات الإعلام ودورها في التنمية المستدامة والتحديات التي تواجهها في تحقيق هذه التنمية في ليبيا، كما أنها تفسح المجال أمام الباحثين لتناول موضوعات علمية أخرى تكمل هذا الموضوع العلمي.
  2. الأهمية العملية : وتتمثل في اختيارها مجالاً تطبيقياً هو اقتصاديات الإعلام والتنمية المستدامة في ليبيا كميدان علمي للدراسة .
- أهداف الدراسة :

يسعي هذا البحث إلى تحقيق الأهداف الأتية :

1. تقديم إطار مفاهيمي ومقاربة نظرية لاقتصاديات الإعلام والتنمية المستدامة.
  2. الكشف عن التحديات المستقبلية التي تواجه الواقع التنموي والليبي .
  3. بيان دور اقتصاديات الإعلام في التنمية المستدامة .
- تم اختيار منهجية علمية محددة هي المنهج الوصفي التحليلي باعتباره أكثر المناهج العلمية ملائمة لموضوع البحث حيث يقوم بوصف الظاهرة المدروسة (اقتصاديات الإعلام) وصفاً علمياً دقيقاً من كافة جوانبها ومن تم تحليل هذا الوصف تحليلاً موضوعياً مستنداً إلى عدد من المراجع العلمية الحديثة.

### متغيرات البحث :

1. المتغير المستقل (الثابت) : ويتمثل في اقتصاديات الإعلام.
2. المتغير التابع : ويتمثل في التنمية المستدامة .

### مفاهيم ومصطلحات البحث :

1. اقتصاديات الإعلام : دراسة تجمع بين علم الاقتصاد والدراسات الإعلامية حيث إنها تقوم بتطبيق مبادئ علم الاقتصاد على المؤسسات الإعلامية في المجتمع، فهي تشرح كيف تعمل الظروف الاقتصادية على توجيه عمل المؤسسات الإعلامية في طريقة إنتاجها للبرامج والمحتوى الإعلامي، وكيفية اتخاذ القرارات وفقاً للفرص والتحديات التي تواجهها (1).
2. الدور : هو مجموعة من الأنماط المرتبطة أو الأطر السلوكية التي تحقق ما هو متوقع في مواقف معينة، وتترتب على الأدوار إمكانية التنبؤ بالسلوك الفرد في المواقف المختلفة (2).

3. التنمية المستدامة: هي خطة عمل يشارك فيها الجميع على الصعيدين المحلي والدولي والتي تركز على توفير واستغلال الموارد بما يلبي احتياجات الأفراد في الحاضر ومن دون التأثيرات على الاحتياجات المستقبلية وهي عملية تلتزم خطأً واستراتيجيات مختلفة بالإضافة إلى تحديد دوافع المؤشرات الإنجاز في داخل الدولة<sup>(3)</sup>.  
الدراسات السابقة :

1. دراسة لؤي الزغبى (2020) اقتصاديات الإعلام والمعرفة : هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العلاقة بين الإنتاج والاقتصاد عموماً وفي الإعلام خصوصاً وبيان الأسباب الموضوعية لدراسة وتحليل اقتصاديات الإعلام واليات تمويلية، وخلصت الدراسة إلى نتائج عديدة منها : الاقتصاديات الإعلام والمعرفة مستويات أساسية مثل: العمل على خلق رأس المال البشري وتطويره بنوعية عالية، وله عوامل أساسية يمكن التعبير عنها بمؤشرات مثل مؤشرات العلم والتكنولوجيا والموارد البشرية، ونشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والعولمة.
2. دراسة مجدوب نجيب محمد توم (2013) اقتصاديات الإعلام : هدفت هذه الدراسة إلى التعريف باقتصاديات الإعلام ووسائله المختلفة وبيان أهميتها ودورها الإعلامي والاقتصادي وأبرز عناصرها ومكوناتها، وخلصت الدراسة إلى أن اقتصاديات الإعلام أصبح أمراً ضرورياً لكل وسيلة إعلامية تتبقي النجاح، والتأثير والتطور وتحقيق رسالتها الإعلامية والمنافسة وتحقيق الاكتفاء الذاتي في مصادرها وتنوع هذه المصادر.
3. دراسة زيد بن محمد الرماني (2005) بعنوان: اقتصاد الإعلام أسرار وأخبار: هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أسرار الاهتمام باقتصاد الإعلام وبيان أهمية اقتصاد كل وسيلة إعلامية على حدة وتأثير الاقتصاد على عملية نقل الأخبار وانتشارها، وقد خلصت الدراسة إلى أن اقتصاد الإعلام أصبح الشغل الشاغل للإعلاميين على اختلاف وسائلهم وأساليبهم الإعلامية، التأثير الذي يلعبه اقتصاد الإعلام في تطوير الوسيلة الإعلامية وانتشارها وتحقيق أهدافها الإعلامية وهو يمثل مستقبل الوسائل الإعلامية بفعل التطور التقني الاقتصادي.
4. دراسة محمد سيد (1979م) بعنوان اقتصاديات الإعلام: هدفت هذه الدراسة إلى بيان الجذور التاريخية لاقتصاديات الإعلام وبيان أهميتها للاقتصاد على الوسيلة الإعلامية والقارئ المجتمع، وقد خلصت الدراسة إلى أن اقتصاديات الإعلام وسيلة لتطوير الاقتصاد المحلي وتطوير أدوات الوسائل الإعلامية ومعالجة الخلل والقصور في أي نظام اقتصادي بما تتجه من معلومات وأفكار حول الأزمات الاقتصادية الحالية والمستقبلية وطرق علاجها .
5. دراسة سيد محمد سيد (1979م) بعنوان اقتصاديات الإعلام: هدفت هذه الدراسة إلى التعريف باقتصاديات الإعلام كمفهوم جديد ومصطلح حديث في الإعلام ودراسة العوامل التي ساعدت على بروزها والمجالات العديدة التي يمكن توظيفه فيها، وقد خلصت الدراسة إلى أن اقتصاديات الإعلام عالم واسع من المخطط والبرامج العلمية والتقنية التي تخدم الاقتصاد والإعلام معاً وتسهم في اعادة انتشار واقبال القراء على الوسائل الإعلامية التي تتبع منهجاً اقتصادياً محدداً، كما أنها تخلق روح المنافسة بين الوسائل الإعلامية المختلفة كما أنها تعالج الكثير من الأزمات الاقتصادية .
6. دراسة حبيب بو فضة وعبد الوهاب عالم (2020) بعنوان أهمية الإعلام في التنمية الاقتصادية تجربة الإعلام الاقتصادي الجزائر: هدفت هذه الدراسة إلى ابراز العلاقة بين علوم الإعلام والاقتصاد من خلال التركيز على الاعلام الاقتصادي كشكل من أشكال الإعلام التنموي الذي يعمل على نقل المعلومة الاقتصادية وتحليلها من خلال ربطها بالتغيرات الحاصلة في المجتمع لاسيما في القضايا التي لها علاقة بالتنمية الاقتصادية، وقد خلصت الدراسة إلى أن المشهد الإعلامي مرتبط بشكل مباشر بالوضع الاقتصادي للبلد، إن مداخل المؤسسات الإعلامية من الإعلانات تحسنت لحدوث الانعاش الاقتصادي الأمر الذي أدى إلى ظهور عدد كبير من المؤسسات الإعلامية القائمة على الفكر التجاري حيث أصبح ممارسة الإعلام الاقتصادي تتطلب تكويناً متخصصاً للإعلاميين .

7. دراسة نجلاء سيد عبد الرحمن محمد، وآخرون (2020) بعنوان: الإعلام التنموي ودوره في خدمة المجتمع المصري وتنمية الواقع والمأمول) : هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم الإعلام التنموي وواقع الإعلام التنموي ودوره في تنمية المجتمع المصري، وقد خلصت الدراسة إلى أن الإعلام التنموي يلعب دوراً مهماً داخل أي مجتمع من حيث تثقيف الناس بالأخبار والمعلومات والأفكار التي تؤثر على عملية اتخاذ القرار والتنفيذ وهو ذات تأثير كبير في عملية تكوين الرأي العام من خلال تقلباته واتصالاته .

#### التعقيب على الدراسات السابقة :

تناولت الدراسات السابقة موضوع اقتصاديات الإعلام، والتتقية الاقتصادية وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج العلمية النظرية والتطبيقية التي أفادت الباحث كثيراً كمراجع للبحث الحالي ومفاهيم ومصطلحات وتعريفات أيضاً ولكن مع كل هذه الإفادة فإن البحث الحالي يختلف كلياً عن الدراسات السابقة وذلك لخصوصية موضوعه الذي يعالج التحديات المستقبلية لواقع الاقتصاد الإعلام والقيمة المستدامة في ليبيا وهو ما لم تتناوله الدراسات السابقة .

#### المحور الأول: الإطار المفاهيم لاقتصاديات الإعلام والتنمية المستدامة

سعت وسائل الإعلام (المرئية والمسموعة والمقروءة) إلى تأمين مصادر تمويل متنوعة ومتعددة لغرض تحقق والاستمرار حتى وإن كان ذلك على حساب الرسالة الإعلامية الصادقة، وذلك لأن غالبية وسائل الإعلام غير قادرة على تغطية تكاليف تشغيلها، لذا تلجأ إلى رؤوس الأموال لتحويل تلك الوسائل إلى مؤسسات استثمارية تتسجم مع المستثمر ودعائية الاقتصادية السياسية .

#### مفهوم اقتصاديات الإعلام :

تعرف اقتصاديات الإعلام باعتبارها فرعاً من فروع الاقتصاد التطبيقي الذي يدرس الإنتاج والتوزيع واستهلاك محتويات وسائل الإعلام، فهي دراسة كيف تقوم المؤسسات الإعلامية بتلبية حاجات ورغبات الجمهور المعلوماتية والترفيهية، وحاجات المعلنين، وحاجات المجتمع بشكل عام بما يتوافر من موارد (4).

وتعني اقتصاديات الإعلام بدراسة الكيفية التي تدير بها مؤسسات الإعلام مواردها المحدودة لإنتاج وتوزيع ونشر مضامين تشبع الرغبات والاحتياجات الفعلية والمتنوعة للجماهير المختلفة، وتساعد هذه الدراسة في فهم طبيعة العلاقات الاقتصادية بين القائمين على صناعة الإعلام والجمهور من ناحية وبينهم وبين المعلنين من ناحية أخرى، وكذلك تساعد في فهم الموضوعات التقليدية المرتبطة بصناعة الإعلام مثل: فهم الأنشطة الاقتصادية للمؤسسات الإعلامية وكيف تدار عملية الإنتاج فيها (5).

كما يعرف اقتصاديات الإعلام، بأنه: نشر المعلومة الاقتصادية باستخدام الفنون الإعلامية المتنوعة بأسلوب بسيط يلاءم الجمهور على اختلاف مستوياته، وذلك بهدف التوضيح والتفسير والتحليل والنقد والتأثير وتكوين اتجاه معين لدى الرأي العام عن وجهة نظر الوسيلة الإعلامية تجاه الأحداث السياسية والاقتصادية والسياسية الداخلية والخارجية (6).

كذلك تعرف اقتصاديات الإعلام بأنها الاختصاص الذي يدرس كل ماله علاقة بتمويل وسائل الإعلام من ناحية رأس المال والإيرادات والمصروفات للوسيلة الإعلامية من أجل ادارتها إدارة اقتصادية ناجحة بهدف ابقاء المشروع الإعلامي مستمراً وانجاحه اقتصادياً (7).

ويعد اصطلاح اقتصاديات الإعلام تعبيراً عن إدارة الوسائل الإعلامية وتنظيم وتسيير المؤسسات الإعلامية، فنجاح المؤسسة الإعلامية يعتمد على حسن تنظيم إدارتها ودقة هذا التنظيم وتوزيع الصلاحيات بين أقسامها الإدارية والفنية بشكل يساعد على دفع العملية الانتاجية في المؤسسة بأسلوب أفضل، وهذه الصلاحيات تختلف بين مؤسسة اعلامية وأخرى تبعاً لإمكانياتها المالية والتقنية وطبيعة النظام الإعلامي الذي تعمل في إطاره (8).

### نشأة وتطور اقتصاديات الإعلام

إن الدراسات المنتظمة لقضايا اقتصادياً الإعلام بدأت في عام 1970م قبل أن تزداد في غضون العشر سنوات ففي عام 1980م تم افتتاح فصول دراسية في الجامعات الأمريكية والأوروبية، وفي عام 1988م تم نشر مجلة اقتصاديات الإعلام التي كان يحررها (روبرت بيكارد) ومنذ ذلك الوقت ازدهر هذا الحقل المعرفي، حيث توجد اليوم مئات من الجامعات التي تقدم الدورات والبرامج في اقتصاديات الأعلام.

### أهمية اقتصاديات الإعلام :

تكمن أهمية اقتصاديات الإعلام بما يأتي (9):

- قدرتها على توفير إمكانية التعرف على الموارد التي تشكل إيرادات المؤسسات الإعلامية، ومعدلات الزكية فيها والتي تمكن القائمين على إدارة هذه الوسائل من الاستمرارية والتطوير .
- تساعد على فهم وتحليل الأنشطة المختلفة ودراسة المؤسسات المنافسة.
- إمكانية التنبؤ بسلوك السوق وتطوراته .
- معرفة الكيفية التي تؤثر بها ظروف السوق على المنتج الإعلامي.
- يسهم في معرفة العديد من القضايا بما في ذلك التجارة الدولية، استراتيجية الأعمال ، نشر المخاطر، واستغلال الحقوق وسياسات التسعير، وتطور أسواق الإعلانات، والمنافسة والتركيز الصناعي في تأثيرها على صناعة مؤسسات وسائل الإعلام.

### أسباب الاهتمام باقتصاديات الإعلام :

إن ارتفاع تكلفة الرسالة الإعلامية هو الذي حول الاهتمام إلى دراسة الجانب الاقتصادي للوسيلة الإعلامية، لذا يمكن حصر الأسباب التي أدت إلى ظهور الاهتمام بالجانب الاقتصادي لوسائل الإعلام بما يأتي (10) :

- العولمة الاقتصادية التي جعلت من المعلومات ووسائلها ونتاجها عبارة عن رأس مال يستثمر فيه، ويخضع لقانون الاقتصاد والعمل على تحقيق أرباح أمام المعطيات التي جعلت منه سلعة تحقق أرباحاً.
- طغيان المنطق الصناعي، وخروج مهمة الإعلام من دائرة الحرفية إلى الطابع الصناعي.
- النمو السريع لصناعة الإعلام وللاقتصاديات العالمية .
- ضخامة الاستثمارات في مجال الإعلام.
- دخول الحكومات واهتمامها بهذا المجال من النشاط الاقتصادي.
- ظهور الشركات المتعددة الجنسيات أو العابرة للقارات والتي اسهمت بشكل كبير في تحويل العديد من المؤسسات الإعلامية التي بلغت بعد ذلك تطوراً قياسياً بسبب ذلك التمويل الموضوع من هذه الشركات، وهو تحويل مشروط

باستحقاقات فكرية ومنهجية معينة، تعني أن هذا العامل الاقتصادي أسهم في توجيه وسائل الإعلام الوجهة التي يريدونها الممول .

- التطور المتلاحق في المجال التكنولوجي الذي أدى إلى تركيز الاهتمام على وسائل الاعلام ليس باعتبارها مصدراً للمعلومات أو الترفيه فقط، وإنما باعتبارها كيانات اقتصادية ذات أرباح ضخمة.
  - تقادم مشاكل الانتاج الإعلامي، وذلك بسبب ارتفاع تكاليف الإنتاج الإعلامي وتعدد نشاطه.
- وترى الباحثة أن وسائل الإعلام أصبحت مؤسسات اقتصادية يرتبط البعد الاقتصادي بها بالبعد الإعلامي الذي يستهدف مستهلكاً في الأساس، بحكم كون هذه المؤسسات الإعلامية كيانات اقتصادية للحكم للبعد الاقتصادي في سلوك وقرارات وأنشطة هذه الكيانات ويعبر الجمهور أحد العوامل المهمة في التأثير في هذه الكيانات من خلال تحديد واختيار المواد المفضلة له، وكذلك من خلال ما يدفعونه في مقابل الخدمة الإعلامية والإعلانية .

#### ثانياً: التنمية المستدامة :

تعد التنمية المستدامة أهم المستدامة أهم تطور في فكر التنمية الحديث وأبرز اضافة إلى أدبيات التنمية خلال الفترة الأخيرة لذا فقد ترجم هذا المصطلح الجديد إلى العربية بمسميات متعددة مثل التنمية المفردة والتنمية المتواصلة، والمحتملة، والمستدامة أو المستدامة، وقد عرفها الاقتصادي الشهير (روبرت سولو) بأنها: عدم الاضرار بالطاقة الانتاجية للأجيال القادمة وتركها على الوضع الذي ورثها عليه الجيل الحالي (11).

وهناك من عرفها بأنها: استخدام وتنمية الموارد المختلفة بمعدلات وأساليب تمكن الناس من مواجهة وتحقيق احتياجاتهم الخاصة باستخدام تلك الموارد، وهي تتطلب التحقيق الأني للمتطلبات البيئية والاقتصادية والاجتماعية (12) وقد قدمت اللجنة العالمية للبيئة والتنمية في عام 1987م تعريفاً يعد الأكثر انتشاراً أو شيوفاً في الأوساط المختلفة حيث يعرفها بأنها: تنمية تسمح بتلبية احتياجات ومتطلبات الأجيال الحاضرة دون الإخلال بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها (13).

وعلى الرغم من هذه التعريفات المتعددة للتنمية المستدامة فإن هناك من يرى أنها التنمية القابلة للاستمرار والتي تتضمن الوفاء بالحاجات الحاضر دون الحد من قدرات أجيال المستقبل على الوفاء باحتياجاتها، والإدارة الفرعية للمصادر والمتاحة والقدرات البيئية نحو اعادة تأهيل البيئة التي تعرضت للتدهور سوء الاستخدام، والأخذ بسياسات التوقعات الوقائية الأكثر فعالية اقتصادياً في تحقيق التنمية الملائمة للبيئة دون اهمال التعامل مع المشكلات البيئية المباشرة، ووضع أهداف وسياسات للبيئة والتنمية في إطار التنمية القابلة للاستمرار، ومن أبرز هذه الأهداف تنشيط النمو وتغيير نوعيته ومعالجة مشكلات الفقر، وسد حاجات الإنسان، وربط البيئة بالاقتصاد في خطط الدولة (14).

وفي ضوء ما تقدم يمكن القول إن التنمية المستدامة هي أوسع وأشمل من التنمية الاقتصادية لأخذها بنظر الاعتبار أبعاداً أخرى اضافة إلى البعد الاقتصادي وتنتمتع التنمية المستدامة بمجموعة من الخصائص والصفات والمميزات من أهمها :

1. يعد البعد الزمني فيها هو الأساس فهي تنمية طويلة المدى بالضرورة حيث تعتمد على تقديرات الحاضر، ويتم التخطيط لها لأطول فترة زمنية مستقبلية يمكن من خلالها التنبؤ بالمتغيرات.
2. هي تنمية تراعي حق الأجيال القادمة في الموارد الطبيعية للمجال الحيوي لكوكب الأرض.

3. تنمية تراعي الحفاظ على المحيط الحيوي في البيئة الطبيعية من لخال عناصره الأساسية (الهواء، الماء، التربة، الموارد الطبيعية)

4. تنمية تضع تلبية احتياجات الأفراد في المقام الأول فأولوياتها هي تلبية الحاجات الأساسية والضرورية للإنسان من مأكّل وملبس وتعليم وخدمات صحية، وكل ما يتصل بتحسين نوعية حياة البشر المادية والاجتماعية.

وترى الباحثة أن التنمية المستدامة هي تنمية متكاملة تقوم على التنسيق والتكامل بين سياسات استخدام الموارد واتجاهات الاستثمار والاختبار التكنولوجي والشكل المؤسسي مما يجعلها تعمل جميعاً بانتظام داخل المنظومة البيئية وللتنمية المستدامة اهداف عدة تتمثل في (16):

أ. تحقيق نوعية حياة أفضل للسكان حيث تسعى من خلال عمليات التخطيط وتنفيذ السياسات التتموية لتحسين نوعية حياة أفراد المجتمع اقتصادياً واجتماعياً ونفسياً عن طريق تركيزها على الجوانب النوعية للنمو وبشكل عادل ومضمون وديمقراطي.

ب. احترام البيئة الطبيعية حيث تركز على نشاطات السكان وتتعامل مع النظم الطبيعية ومحتواها، واستيعاب العلاقة بين البيئة الطبيعية والبيئية المبنية والعمل على تطوير هذه العلاقة.

ج. تعزيز وعي السكان بالمشكلات القائمة حيث تمي احساسهم تجاهها وحثهم على المشاركة الفاعلة في ايجاد حلول مناسبة لها.

د. تحقيق استغلال واستخدام عقلائي للموارد حيث تتعامل هذه التنمية مع الموارد الطبيعية على أنها موارد محدودة، لذلك تحول دون استنزافها أو تدميرها وتعمل على استخدامها وتوظيفها بشكل منطقي.

هـ. ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف المجتمع حيث تحاول توظيف التكنولوجيا بما يخدم أهداف المجتمع من خلال توعية السكان بأهمية التقنيات المختلفة في المجال الحيوي.

و. إحداث تغيير مستمر ومناسب في حاجات وأولويات المجتمع بطريقة امكانياته وتسمح بتحقيق التوازن .

أما ابعاد التنمية المستدامة فلها أبعاد اقتصادية واجتماعية وبيئية حيث يتمحور البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة حول انعكاساتها على البيئة الراهنة والمستقبلية إذ يعتمد هذا البعد على التوازن في استخدام الموارد الطبيعية والبشرية والمالية بهدف تلبية الحاجات البشرية الحالية دون التأثير السلبي على الحاجات الأساسية للأجيال المستقبلية، ويمكن اجمال هذا البعد الاقتصادي بما يأتي (17):

- تعديل أنماط الاستهلاك وجعلها أكثر استداماً وحيوية .
- توجيه استخدام الموارد الطبيعية لغرض التحسين المستمر في مستويات المعيشة للتخفيف من عبئ الفقر .
- التوزيع العادل للدخل فالتنمية المستدامة تعني الحد من التعاون في الدخول والتي تؤدي إلى تفاوت في فرص الحصول على الخدمات الصحية والتعليمية.

أما البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة فيشتمل في النهوض خاصية الإنسان عن طريق التحسين المستمر في سبل الحصول على الخدمات الصحية والتعليمية، واحترام حقوق الإنسان إذا أن التنمية المستدامة هي تنمية بشرية من أجل البشر وبواسطة البشر، فهي تسهم في تنمية واستثمار قدرات الأفراد والتوسع في الخيارات الممنوحة لهم واعطاء كل شخص فرصة للمشاركة في التنمية (18).

## الخاتمة :

تلبي اقتصاديات الإعلام احتياجات الجمهور من المعلومات الاقتصادية المرتبطة بحياة الاقتصادية والاستهلاكية ورغبتهم في تحقيق الاكتفاء الذاتي الاستقلال المالي والنقدي والمادي عبر العديد من البرامج والندوات والمحتويات والنشرات الاقتصادية الفعالة في تحقيق تنمية اقتصادية انية وتنمية مستدامة تحفظ الموارد الاقتصادية (الطبيعية والصناعية) من الاستغلال والفساد وضياح حقوق الأجيال القادمة فيها لقد عانت ليبيا منذ العام 2011 من أزمة اقتصادية حادة شملت جميع مناحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والأمنية مما عطلت معه قضايا بالتنمية المستدامة ولم يكن لاقتصاديات الإعلام ذلك الدور الفاعل والمؤثر في التغلب على الكثير من المشاكل والأزمات الاقتصادية ولم يكن بذلك المستوى الفعال في خلق تنمية مستدامة أو حل التحديات التي تواجهها أنيا أو مستقبلاً بفضل ما يعترى هذا الاقتصاد الإعلامي من مشاكل هيكلية وفنية وإدارية وبشرية.

## النتائج :

خلص البحث الحالي إلى مجموعة من النتائج العلمية المهمة يمكن اجمالها بما يأتي :

1. لم ترتق اقتصاديات الإعلام في ليبيا إلى مستوى الأزمات الاقتصادية الليبية التي مرت بها ليبيا بعد العام 2011م نتيجة لقلة الخبرة وغياب الكادر الإعلامي المتخصص في مجال الاقتصادي والتنمية الاقتصادية .
  2. يعاني اقتصاديات الاعلام الليبي من ضعف الإمكانيات المالية والدعم المالي والنقدي مما يضعف دورها في تحقيق التنمية المستدامة.
  3. تحتاج عملية التنمية المستدامة إلى وعي اقتصادي واستراتيجية اقتصادية وجهد اعلامي كبير لتحقيقها على المدى القريب أو البعيد وهو ما لم يتوفر لدى اقتصاديات الإعلام والمؤسسات الإعلامية الليبية التي تحتاج إلى اعادة هيكلية تتلاءم مع المستجدات الاقتصادية التي تمر بها البلاد.
  4. يمر الاقتصاد الليبي ومنذ العام 2011م بعدم الاستقرار نتيجة بوجود أكثر من فاعل في المشهد السياسي والأمني والعسكري الليبي مما يعزز قلل معه الدور الفاعل والمؤثر للمؤسسات الاعلامية واقتصادياتها خلال هذه المرحلة .
  5. لانزلال اقتصاديات الإعلام والمؤسسات الإعلامية الليبية دون المستوى المطلوب في معالجة قضايا التنمية المستدامة نتيجة لعدم وجود صحفيين مختصين في الشأن الاقتصادي وغياب مؤسسات وإعلامية مختصة بالاقتصاد فضلا عن مشاكل تحويلية وفنية وإدارية.
  6. تحتاج اقتصاديات الإعلام إلى وضع استراتيجية مستقبلية لمعالجة جميع المشكلات والتحديات التي تواجه عملها في المجال الاقتصادي والتنموية والتغلب عن هذه التحديات.
- التوصيات :

1. ضرورة إعداد برامج اعلامية اقتصادية مختصة على مستوى المؤسسات الإعلام الليبي واقتصادياتها .
2. عدم الإعلام الليبي دعماً مالياً ومادياً وفنياً وبشرياً لاسيما في المجال الاقتصادي لكي يؤدي بصورة فعالة في مجال التنمية المستدامة.
3. خلق صفات رقمية محلية مختصة في الشأن الاقتصادي الليبي.
4. إدراج اقتصادياً الإعلام ضمن المخططات التنموية في الاقتصاد الليبي .

5. إعادة تأهيل وتدريب الإعلاميين والصحفيين في المجال الاقتصادي والاستعانة بالخبرات الاقليمية والدولية في هذا الشأن.

6. تفعيل اقتصاديات الإعلام في ليبيا وتكثيف دورها في مجال الاقتصاد والتنمية المستدامة .

#### المصادر والمراجع

1. عصام الدين فرج، اقتصاديات الإعلام، ط1 (القاهرة: مركز المحروسة للنشر والخدمات، 2007) 36/1.
2. مصطفى السيد أحمد، معجم المصطلحات الاجتماعية، ط1 (القاهرة: مكتبة مدبولي، 2005) ص63.
3. عبد الله حسون، مهدي صالح داوي، التنمية المستدامة، المفهوم والعناصر والأبعاد مجلة جامعة ديالي العدد العراق 2019، ص239.
4. مصطفى يوسف عبد الكافي، اقتصاديات صناعة الإعلام، ط1 (عمان: دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2021) ص11.
5. ياسين قرناني، محاضرات في مقياس اقتصاديات وسائل الإعلام، ط1 (الجزائر: منشورات جامعة محمد لمين دباغين، 2021) ص20.
6. زهير احدادان، مدخل العلوم الإعلام والاتصال، ط1 (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1991) ص9.
7. ناظم خالد الشمري، الإعلام الاقتصادي، ط1 (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012) ص25.
8. بلقاسم حسن جاب الله، اقتصاد وسائل الإعلام في الجزائر، ط1 (الجزائر: منشورات جامعة المسيلة، 2013) ص15-16.
9. عاشور فتحي، اقتصاد وسائل الاعلام، ط1 (الجزائر: الوكالة الوطنية للنشر والاشهار، 2013) ص15-16.
10. سهام الشجيري، اقتصاديات الإعلام، ط1 (الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 2014) ص35.
11. زينب صالح الأشوح، الاطراد والبيئة ومداداة البطالة، ط1 (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2003) ص7.
12. عبد القادر محمد عبد القادر، قضايا اقتصادية معاصرة، الاسكندرية منشورات جامعة الاسكندرية، 2005، ص206.
13. المرجع نفسه، ص206.
14. محمد غنيم عثمان التنمية المستدام وأساليبي تخطيطها وأحداث قياسها، ط1 (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2007) ص29.
15. بسمية زرنوخ، اشكالية التنمية المستدامة وواقع التنمية الجزائر دراسة تقييمية رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الجزائر، 2005، ص67.