

الإعلام الرقمي: الإنفاق الحكومي على الإعلانات إستراتيجية عالمية في التسويق لمشاريع الدولة

ي
D

أكد مركز الإعلام الرقمي DMC، السبت، أن "الإنفاق الحكومي على الاعلانات إستراتيجية عالمية في التسويق لمشاريع الدولة، مشدداً على ضرورة تعزيزها".

وشدد المركز في بيان تلقته وكالة "المطلع"، على "أهمية قيام الحكومة العراقية بمجaraة نماذج التسويق الجديدة التي يقتضيها العصر الرقمي، واتباع طرق الاعلانات الحديثة في التسويق لاستراتيجياتها، وهي أمور تسهم مجتمعة في الحد من الابتزاز الذي تتعرض له المؤسسات الرسمية".

وأشار المركز إلى أن "البقاء على أساليب الاعلانات القديمة التي كانت تتحكم بوسائل الاعلام التقليدية في مرحلة ما قبل العصر الرقمي، أمست بلا جدوى ولا يمكن ان يأتي بنتائج إيجابية او تأثيرات ملموسة على الواقع بالاعتماد عليها لوحدها فقط"، مؤكداً "ضرورة الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في هذا المجال حيث تنفق بعضها ملايين الدولارات سنوياً لأجل الإعلان في وسائل الاعلام الحديثة المتمثلة بمنصات التواصل الاجتماعي".

وبيّن المركز أن "التغيرات الجذرية التي حدثت في السنوات الأخيرة للواقع الاعلامي وتفضيلات الجمهور واهتماماته قد فرضت إعادة رسم خريطة التعامل معه وعلى نحو متسق مع ادوات العصر الرقمي الحديثة كمواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات التراسل الفوري التي يستخدمها أكثر من نصف البشرية على كوكب

الارض".

وأشار المركز إلى أن "الدول تستثمر المنصات الرقمية ومتابعتها من قبل الملايين من شعوبها في الترويج لمشاريعها وتعزيز تنميتها مثل المؤسسات الحكومية في كندا التي انفقت 56 مليون دولار على منصات التواصل الاجتماعي خلال الفترة بين عامي 2016 و 2023، وإيرلندا التي انفقت مؤسساتها الحكومية أكثر من 1,4 مليون يورو على إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي وحدها خلال عام 2022، بالإضافة إلى الهند التي كان انفاقها الإعلاني الحكومي قد تخطى الـ4,5 مليون دولار." واصل المركز أن: "استخدام الحكومة العراقية لمواقع التواصل والمؤثرين في الاعلانات لتوعية المجتمع ولأغراض مكافحة المخدرات وتجنب تعاطي الرشوة وترشيد استخدام الطاقة الكهربائية والمياه والدفع الإلكتروني ومساندة القوات الامنية ودعم الدينار العراقي وغيرها من الاهداف الوطنية لا تخرج من هذا السياق المتبع حديثا لدى الدول وفقا لاشتراطات قانونية خاضعة للتدقيق المالي والمراجعة بكل شفافية".

ودعا المركز إلى "أهمية تطوير هذه التجربة لتشمل المؤسسات الأخرى وأن تكون الأموال المخصصة للإعلانات متناسبة وحجم التحديات التي تواجه الدولة العراقية، حيث تسهم عمليات التمويل الإعلاني في تقويم عمل المؤسسات الحكومية من جهة، وتجفف منابع التمويل الخارجي التي تستهدف كيان الدولة مستغلة سلطة الإعلام من جهة أخرى".

كما يؤكد المركز أن "دعم الدولة للمؤسسات الاعلامية المستقلة سيحفظ امتدادها الوطني ويمنع سقوطها في فخ الأحزاب السياسية أو الانحدار لهاوية الابتزاز السياسي والمالي". وفي السياق ذاته، أسترغب المركز من ملايين الدولارات التي يجري انفاقها على الاعلانات وشركات العلاقات الدولية من مسؤولي الاحزاب والكيانات السياسية العراقية كما كشفت الوثائق المنشورة مؤخرا، مقارنة بالإهمال الواضح في شرح وتبيان استراتيجيات الدولة العراقية وتعزيز صورتها النمطية داخليا وخارجيا.