



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل



قسم الإعلام والاتصال

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

ملخص دروس مادة :

اقتصاديات وسائل الإعلام

موجهة لطلبة السنة الثانية ليسانس إعلام واتصال

إعداد الأستاذة:

د. سامية قرابلي

السنة الجامعية 2023-2024

المحور الأول: مدخل تمهيدي

1 تعريف اقتصاديات الإعلام:

تعرف اقتصاديات وسائل الإعلام بأنها ذلك الاختصاص الذي يدرس كل ما له علاقة بتمويل وسائل الإعلام، من ناحية رأس المال والإيرادات والمصروفات للوسيلة الإعلامية ، من أجل إدارتها إدارة اقتصادية ناجحة بهدف إبقاء المشروع الإعلامي مستمرا وناجحا. يعرفها روبرت بيكارد على أنها : "دراسة كيف تقوم المؤسسات الإعلامية بتلبية حاجيات ورغبات الجمهور المعلوماتية والترفيهية وحاجات المعلنين وحاجات المجتمع بشكل عام بما يتوفر لديها من موارد". ويعرفها مصطفى يوسف باعتبارها فرعا من فروع الاقتصاد التطبيقي الذي يدرس الإنتاج والتوزيع والاستهلاك لمحتويات وسائل الإعلام:

وعموما يمكن القول أن دراسة اقتصاديات وسائل الإعلام تساعدنا في:

- فهم طبيعة العلاقة الاقتصادية القائمة بين صناع الإعلام والجمهور من جهة وبينهم وبين المعلنين من جهة أخرى.
- التعرف على مصادر إيرادات المؤسسات الإعلامية.
- تقديم تجارب وخبرات للقائمين على المؤسسات الإعلامية.
- فهم وتحليل الأنشطة المختلفة ودراسة السوق والتنبؤ بساوكه وتطوراته والكيفية التي يؤثر بها على المنتج الإعلامي.
- تقدير الجهود المبذولة لدراسة العوامل والمؤشرات المستخدمة لقياس حرية الصحافة.

2 - أسباب الاهتمام بالبعد الاقتصادي لوسائل الإعلام:

يمكن اختزال الأسباب التي أدت إلى ظهور الاهتمام بالبعد الاقتصادي لوسائل الإعلام في النقاط الآتية:

- العولمة الاقتصادية
- طغيان المنطق الصناعي
- النمو السريع لصناعة الإعلام بسبب ضخامة الاستثمارات
- تزايد اهتمام الحكوات بالنشاط الاقتصادي للمؤسسات الإعلامية
- ظهور الشركات المتعددة الجنسيات العابرة للقارات
- التطورات المتسارعة في مجالات تكنولوجيايات الإعلام والاتصال
- تقاوم مشاكل الإنتاج الإعلامي بسبب ارتفاع تكاليف الإنتاج وتعقد أنشطته

3 - الخصائص الاقتصادية للصناعة الإعلامية:

يمكن حضر الخصائص الاقتصادية للصناعة الإعلامية في ما يلي:

- أصبحت سلعة كباقي السلع لتوفرها على شروط السلع الخمية التي حددها الاقتصاديون والمعروفة بـ " the five M "
- تشترك أهداف المنتج الإعلامي مع أهداف أي سلعة أو منتج آخر (وتحديدًا هدف إشباع الحاجة وتحقيق الربحية).
- الصناعة الإعلامية إبداعية فإدارة المؤسسة الإعلامية هو نشاط إداري إبداعي.
- الصناعة الإعلامية ذات طبيعة مزدوجة إعلامية وتجارية في آن واحد.
- الصناعة الإعلامية جد مكلفة وغير مريحة تحتاج إلى رؤوس أموال ضخمة.
- تتميز الصناعة الإعلامية بالمخاطرة وشدة المنافسة.
- تقوم الصناعة الإعلامية على ما يعرف "بأسواق المنتج المزدوج" أو "الأسواق ذات الوجهين".

المحور الثاني: اقتصاديات الصحافة المكتوبة

1 - تعريف المؤسسة الصحفية:

هي " وحدة اقتصادية تتجمع فيها الموارد البشرية المادية والمالية اللازمة للإنتاج الاقتصادي، بغرض تحقيق نتيجة ملائمة، وهذا صمن شروط اقتصادية تختلف باختلاف الحيز المكاني والزمني الذي توجد فيه، وتبعا لحم ونوع النشاط الذي تقوم به".

وهي أيضا: " المنشأة أو الهيئة التي تتولى إصدار الصحف أو الصحيفة، وتتخذ هذه الوحدة الاقتصادية الشكل القانوني وتختار الكيان الإداري الذي يتلاءم مع اعتبارات كثيرة".

2 - أهداف المؤسسة الصحفية:

تأخذ أهداف المؤسسة الصحفية باعتبارها مؤسسة إعلامية و منشأة اقتصادية بعدان اثنان : متلازمان ومتربطان الأول شرط لوجود الثاني، والثاني شرط لاستمرار الأول ، وعلى المؤسسة الصحفية أن تحرص على تحقيق التوازن بينها بحيث لا يطغى أحدهما على الآخر لتلافي الوقوع في دائرة الخطر، بمعنى أن سعي الصحيفة للربح وتحقيق استقلاليتها المالية لا يجب أن يكون على حساب رسالتها وواجبها تجاه مجتمعها ، وهذان البعدان هما:

البعد الأول: يتعلق بمضمون الرسالة الإعلامية التي تقدمها، والذي تتفرع عنه أهداف فرعية تشمل

الإخبار والتنوعية والتوجيه والتعلم والتثقيف والتسلية والترفيه...

البعد الثاني: يتعلق بتحول الصحافة إلى صناعة، ويتفرع عنه هو الآخر مجموعة من الأهداف يمكن

اختصارها في تحقيق الربحية والاستقلال المالي.

3 - خصائص المؤسسة الصحفية الاقتصادية:

تتميز المؤسسة الصحفية باعتبارها وحدة اقتصادية بمجموعة من الخصائص نوجزها فيما يلي:

- تتمتع بشخصية قانونية مستقلة.
- لها أهداف وسياسة وخطط وبرامج وأساليب عمل.
- القدرة على الإنتاج.

- القدرة على البقاء.
- الانسيابية المالية.
- التكيف مع البيئة والمحيط الذي تتواجد فيه.
- تعتبر وحدة اقتصادية في المجتمع فهي مصدر رزق الكثير من الأفراد.

4- خصائص الصحافة كصناعة:

من أهم خصائصها المميزة:

- سرعة التلف
- شدة المنافسة.
- التكلفة الباهظة.
- عرضة للمخاطر.
- المنتج الصحفي غير قابل للاحتكار.
- تتطلب تظافر جهود الأجهزة التحريرية والإدارية في عدة مجالات.

5- موارد الصحيفة ومصادر تمويلها:

يقصد بها كل العائدات المالية للمؤسسة الصحفية سواء منها الناتجة عن بيع منتجها للقراء أو المعلنين أو تلك الناتجة عن نشاطاتها الخدمية والاستثمارية الإضافية أو التي تتلقاها في شكل مساعدات وإعانات.

وعليه فللصحيفة مصادر تمويل أربعة هي:

- 1 إيرادات التوزيع
- 2 إيرادات الإعلانات
- 3 إيرادات الدعم والإعانات
- 4 إيرادات النشاطات الاستثمارية والتجارية

يتبع...