

الجامعة المستنصرية- كلية الآداب- قسم الإعلام

العام الدراسي 2021-2022

المرحلة الثانية مسائي

اقتصاديات الإعلام

د عدنان لفتة

محاضرة 10

2021-12-16

ثالث عشر : النماذج الاقتصادية الممولة للصحف الالكترونية

1. نموذج التمويل المباشر والكامل للصحيفة الالكترونية
يعد النموذج الاقتصادي الأول الذي رافق تأطير نشأة الصحافة الالكترونية عالمياً ذلك من خلال تمويل مباشر وكامل من جهة محددة ومعروفة مسبقاً قد تكون مؤسسات حكومية إدارية او اقتصادية (تمويل حكومي) ، مؤسسات إعلامية ، هيئة مستقلة سواء كانت ذات طابع اجتماعي مدني مثل المنظمات غير الحكومية مؤسسات المجتمع المدني... الخ
في البداية كان الهدف من التمويل ليس البحث عن مردود مالي بقدر ما اعتبرته المؤسسات الإعلامية التي تصدر الصحف المطبوعة حتمية تكنولوجية يجب مواكبتها وواجهة تسويقية حديثة لهذه المؤسسات.

2. نموذج الإعلان الالكتروني

وهو النموذج الذي بدا تطبيقه في الصحافة الالكترونية العالمية ابتداءً من سنة 2000 رغم ان الخبراء يؤرخوا لأول اعلان الكتروني مدفوع الاجر كان في 27 أكتوبر 1994 وذلك مع انطلاق

موقع مجلة wired حيث تم شراء مساحة على هذا الموقع من قبل وسيط وكالة modern media ويعد الإعلان الإلكتروني المورد الأساسي للصحيفة الإلكترونية وبالتالي على كل صحيفة تحسن استقطاب المتصفحين لها قصد تكوين قاعدة جماهيرية تجذب المعلنين ومن ثم تحقيق توازن مالي لها (المتصفح للموقع يتحول الى زبون بكبسة زر والمعلن يتحول برابط الى بائع) ويلعب تصميم الموقع الإلكتروني للصحيفة دورا " كبيرا" في استقطاب المتصفحين وهو واجهة الاستخدام.

3. النموذج المختلط

الذي يجمع بين سوقين أي سوق بأرضية مزدوجة (سوق المعلنين وسوف المتصفحين) وهو اقرب نموذج اقتصادي للصحافة المكتوبة ، يرتكز هذا النموذج على تمويل الصحيفة الإلكترونية بمزج موارد الأشهار الإلكتروني او الاشتراك مثل جريدة نيويورك تايمز

4. النموذج الاقتصادي الذي يقوم على الاعتماد على مداخل الاشتراك فقط

دون اللجوء الى الإعلان الإلكتروني او لأي شكل اخر من اشكال تمويل الصحف الإلكترونية ، والهدف من هذا النموذج منح الموقع الاستقلالية من أي مؤثر مالي خارجي يمكن ان يؤثر على السياسة التحريرية للموقع ومصداقيته

الاشتراك قد يكون شهري او سنوي بالموقع وعادة يكون اشتراك رمزي وهناك الاشتراك النوعي متعلق بالأرشفيف واعمدة الراي والدراسات وقيمة الاشتراك النوعي مرتفعة نسبيا" نظرا" لتوعية الجمهور (النخب المثقفة التي تقدر المعلومة ومقالات الراي او مؤسسات اقتصادية تعتبر الدفع من اجل مقالات اقتصادية او طلبية او باحثين)

هناك بعض الصحف الإلكترونية تدرج تقنية الدفع عن المقال الواحد او الدفع عن القطعة .

وقد يكون اشتراك مجاني أي القارئ يستلزم منه ملء استمارة الاشتراك المجانية مع موضع الايميل الشخصي وذلك ليتمكن من قراءة الصحيفة الكترونيا" والغاية من ذلك وضع قاعدة بيانات تستقطب المعلنين

من ذلك نستخلص الى ان عوامل التوازن المالي للصحف الالكترونية قائم على موردين فقط هما : سوق المتصفحين عن طريق الاشتراك بأنواعه وسوق المعلنين لكن اغلب الصحف الالكترونية العالمية والمحلية تلغي السوق الأولى (المتصفحين) وتعتمد بصفة أساسية على سوق المعلنين الالكترونيين يذكر ان بعض الصحف الالكترونية الدولية كانت في بدايتها تعتمد على سوق المعلنين فقط لكن مع مرور الوقت أصبحت تفرض على المتصفحين رسوم للاطلاع على مقالاتها ونذكر في هذا الصدد صحيفة نيويورك تايمز التي أعلنت شهر مارس من عام 2011 انها ستبدأ بفرض رسوم على قرائها مقابل مطالعتها عبر موقعها الالكتروني .

الصعوبات التي تواجه تطور الصحف الالكترونية في البلدان العربية:

1. المقرئية فهي لا تزال صعبة نسبياً
2. غياب الأنظمة واللوائح والقوانين المنظمة والتي تحكم عملها
3. تعاني الكثير من الصحف الالكترونية صعوبات مادية تتعلق بتمويلها وتسديد مصاريفها حيث لم تظهر حتى الان صحف الكترونية تعتمد على مصادرها الذاتية دون الاعتماد على المؤسسة التي تتبعها ومعظم الصحف الناجحة تابعة لمؤسسات تجارية أو غير هادفة للربح
4. عدم وجود عائد مادي لدى اغلب هذه الصحف كما هو الحال في الصحف الورقية عن طريق الإعلان اذ ان المعلن ما يزال يشعر بعدم الثقة في الصحافة الالكترونية وتعتبر الورقية اكثر جدية
5. ضعف عائد السوق (القراء والمعلنين)