

الجامعة المستنصرية- كلية الاداب- قسم الاعلام

العام الدراسي 2021-2022

المرحلة الثانية مسائي

اقتصاديات الاعلام

د عدنان لفتة

محاضرة 8

2021-12-2

- ان مالكي الصحف ووسائل الاعلام يمتلكون تأثير على الصحف يتمثل في:
1. يقرر مالك المؤسسة الصحفية سياستها وأهدافها ويقوم بتوجيهها سواء كان هو مديرها ام لا
 2. يقوم مالك المؤسسة الصحفية بالاشراف على تعيين الموظفين وتحديد مسؤولياتهم بغض النظر عن اهليتهم لتحمل المسؤولية ام لا والمقياس الأساسي هو الولاء لا الكفاءة
 3. يتدخل مالك المؤسسة الصحفية حتى لو لم يكن هو المدير التنفيذي بإصدار القرارات والتي قد تتعارض مع قرارات المدير التنفيذي للمؤسسة الصحفية
 4. يحدد مالك المؤسسة الصحفية ميزانيتها مما يؤثر على نشاطها وفعالية ادارتها بوجهيها التحريري او الإداري والميزانية والعوامل الاقتصادية الأخرى في المؤسسة تؤثر على المؤسسة تأثيرا "مباشرا" من خلال:
 - أ. حجم الميزانية يحدد كمية الاخبار التي يمكن ان تستقبلها الصحيفة او الإذاعة وذلك من خلال اشتراكها في وكالات الانباء الإخبارية او المصورة
 - ب. حجم الميزانية يؤثر على نوعية اختيار الكادر المؤهل لقيادة المؤسسة فصغر حجم الميزانية قد يؤدي الى اختيار أناس ذوي كفاءات اقل
 - ج. حجم الميزانية يؤثر تأثيرا " طرديا" مع حجم نشر الوسائل الإعلامية فحجم الميزانية يسمح بعدد ساعات بث اكثر في الإذاعة والتلفزيون ويسمح بصفحات اكثر في الجرائد والمجلات

حادى عشر: مصادر تمويل المؤسسة الصحفية

تعتمد الجريدة في إيراداتها على عدد من المصادر منها التوزيع ، والإعلان ، عائدات بيع النسخ المرتدة ، عائدات عمليات الطباعة التجارية والنشر لحساب الآخرين، الأنشطة الاستثمارية للمؤسسة الصحفية ، المساعدات المالية المشروعة

أولاً : التوزيع

التوزيع هو عملية تسويق للصحيفة كمنتج بهدف توصيلها للقارئ وذلك بعدد من الطرق والأساليب التي تسهل عملية توصيلها للقارئ عبر منافذ التوزيع وبمعنى آخر هو مجموع التقنيات المستعملة من أجل توصيل الصحافة وجعلها في متناول القراء ويجري ذلك اعتماداً على عدد من الدراسات المسبقة عن الجمهور وظروف السوق والمنافسة مع وسائل الإعلام الأخرى والتوزيع الناجح هو التوزيع الذي يراعي ظروف وصول الصحيفة في الوقت المناسب والكمية المناسبة مع مراعاة ظروف الطباعة وتوفر الورق والعرض الجيد للصحيفة عند منافذ التوزيع

وللتوزيع اهداف ثلاثة هي:

1. **الهدف المالي:** لان التوزيع يجري من اجل بيع الصحف فانه يعني بالضرورة الحصول على مقابل مالي نظير المادة الإعلامية الموجودة في الصحيفة لكن المشكلة المطروحة هو ان مداخل بيع الصحف لا تمثل الاجزاء " بسيطة" من مداخل الجريدة مقارنة بمداخل الإعلانات والتي تمثل المورد الهام والاكبر وتمثل الجزء الأكبر بل الأول من مداخل الجريدة ومن هنا يتأكد ان الهدف المالي في عملية التوزيع ما هو الا هدف جزئي ثانوي فقط بالنسبة للجريدة

2. **الهدف التجاري:** وهو الهدف الأهم لان المؤسسة الصحفية تعمل على بذل مجهودات اكبر لتحسين عملية التوزيع وتحسين مستوى توزيعها ومنه ارتفاع السحب في السوق وهذا إرضاء للمعلنين الذين يفضلون نشر اعلاناتهم لدى الجرائد التي لديها سحب اكبر ، وبالتالي فان الهدف التجاري من التوزيع يعد هدفاً أساسياً بالنسبة للمؤسسة الصحفية لانه بمقتضاه

تتحصل الجريدة على أموال طائلة نظير نشر إعلانات المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية وحتى السياسية مثل إعلانات الأحزاب السياسية

3. **الهدف السياسي:** نادرا " ماتجد صحفا خاصة تحدد لنفسها سياسيا" فالهدف السياسي من اهتمامات صحافة الراي التابعة للأحزاب السياسية او المدافعة عن خطها السياسي كذلك نجد بعض الصحف الحكومية لها هدف سياسي هو دوما خدمة ايديو لوجية السلطة او الحزب الحاكم ، الا ان اختيار الهدف السياسي يجعلها تعاني مشاكل مالية كبيرة اذا لم تصلها اعانات الدولة او الحزب الذي تدافع عنه