***اقتصاديات وسائل الاعلام***

 ***المرحلة الثانية***

**م/ السمات العامة للمنتجات الاعلامية**

تقسم المنتجات الاعلامية وفق سماتها الى المنتجات الفنية والصناعية يمكن اعتبارها منتجات فنية تتمتع بالتفرد و التميز فكل منتج هو عبارة عن عمل فني متميز له طابعه الخاص ومميزاته الذاتية التي تجعله يختلف عن بقية المنتجات الاخرى وذلك ما يبرر القيام بإنتاجه .و تخضع لقواعد حقوق التأليف على غرار المنتجات الفنية ، اما من ناحية الصناعية هي انتاج المواد الاعلامية مثل البرامج الاخبارية تتضمن الاخبار والمجلات الاخبارية والندوات الحوارية وهناك البرامج الخيالية والحصص المنوعة الفنية والموسيقية وهناك المواد الاعلامية التربوية والثقافية.

و تقسم المنتوجات الاعلامية الى نوعين:

• \*المنتجات القابلة للتخزين وتتمثل بالبرامج الوثائقية التي يمكن اعادة بثها مرة اخرى وارشفة الصحف الورقية وخزنها للاستفادة منها في وقت لاحق.

• \*المنتجات غير قابلة للتخزين هي تلك الحصص التي تبث مباشرة الى الجمهور مثل العروض المباشرة اي منتجات العرض المباشر والبث المباشر بالنسبة للقنوات التلفزيونية ، اما المواد الصحفية تتمثل بالأخبار والاحداث كونها تقل اهميتها فور قراءتها لان الصحف تعتمد على كل ما هو جديد.

**م/ تكلفة المنتجات الاعلامية**

تتميز تكلفة إنتاج المواد الاعلامية بينية خاصة، كما تتميز ببعض السمات الاقتصادية التي تميزها عن المنتجات الصناعية العادية، وهذه السمات هي:

 أ-ارتفاع العمل الذهنيأ

 ب-ارتفاع تكلفة النموذج الأصلي

من حيث بنية تكلفة الانتاج نلاحظ ارتفاع تكلفة المستخدمين والتمثيل والاعباء الاجتماعية فضلا عن الحقوق الفنية التي تتعلق بالمبدعين .

وتختلف تكلفة البرامج الاعلامية باختلاف أهميتها ففي معظم الحالات يتم انتاج فيلم تلفزيوني خيالي من قبل القناة التي تبثه مما يؤدي الى تخفيض تكلفة الوسائل التقنية وبالتالي الحصول على ايرادات تسد التكلفة وتتضمن ارباحا للقناة وبهذا تكون قد ربحت جراء انتاج مثل هذه الافلام والبرامج ، اما الاشرطة الوثائقية فلا تتوفر اسواق مهيكلة لها فهي تتوقف على الانتاج الذي تموله الجهات العمومية او من قبل الجمعيات والمنظمات الانسانية.

**م/ اشكال عرض المنتوجات الاعلامية**

**الصحافة**

**المقدمة**

حرفة تقوم على جمع الأخبار و تحليلها و تحقيق مصداقيتها و تقديمها للجمهور، غالبا ما تكون هذه الأخبار ذات علاقة بما استجد من الأحداث سواء على الساحة السياسية أو المحلية أو الثقافية أو الرياضية أو الاجتماعية و غيرها ، اما التلفزيون يعد واحدا من أهم اختراعات القرن العشرين.

و يتمثل عرض المنتجات الاعلامية في المؤسسات التي تعدها الصحف والمجلات و القنوات والمحطات الاعلامية وفقا للطلب الذي تسعى الى تلبيته حسب اذا ما كانت قنوات عامة او خاصة.

يتألف عرض البرامج ضمن مؤسسات وشبكات اعلامية تلبي حاجات اعلامية متنوعة تستجيب لرغبات الجمهور ومستوياته واغراضه من المشاهدة حسب ظروفه الخاصة واوقات المشاهدة فعن طريق هذا العرض يتم تلبية طلب جماعي على الخدمة الاعلامية.

وهنا لابد من رئيس التحرير والمبرمج في الوسائل الاعلامية ان يراعي جدول الاسرة بكاملها وان يعمل على التوفيق بين مختلف الاذواق والاحتياجات وان يحافظ على الوفاق بين الاسرة ليكسب اكبر قدر من المشاهدة يمكنه ان يعرضه بسعر مرتفع على المعلنين الذين يهمهم حجم هذا الجمهور ونوعيته.