

الإجابة النموذجية الخاصة بامتحان " اقتصاديات وسائل الإعلام "

السنة الثانية / المجموعة الثانية

1/ مفهوم الصناعة الإعلامية: (05 نقاط)

يعتبر الإعلام ثالث أكبر صناعة في العالم بعد صناعة الأسلحة و المواد الكيماوية ، هذه الصناعة هي التي تبلور صياغة الاقتصاد والسياسة والدين وثقافة المجتمع ثم تعيد تصديرها إلى العالم اجمع مرة أخرى ، فالإعلام هو استثمار المعرفة في عالم يشهد كل يوم ثورة معلوماتية فى شتى المجالات.

و عليه تحتل نشاطات الإعلام و الاتصال اليوم مكانة كبيرة في اقتصاد كل دولة و يبرز ذلك من خلال فرص العمل ، و حجم رؤوس الأموال و الصناعات المتصلة بمحطات البث الإذاعي والتلفزيوني ، و إنتاج الورق.

و في صناعة الإعلام يكون هناك العديد من المؤسسات والشركات التي تتنافس في السوق الإعلامية و هي مختلفة من حيث نوعية منتجاتها ، و طبيعة وسائلها ، و حجمها في السوق ، فهناك الجرائد و المجلات المطبوعة ، و هناك محطات الإذاعة و التلفزيون ، و دور النشر ، و شركات الإنتاج السينمائي ، و مواقع الانترنت بشتى أنواعها . و تدخل ، ومن أهم المؤشرات التي تؤكد أن الإعلام أضحي صناعة لها اقتصادياتها الخاصة نذكر:

أنه أصبح سلعة مثل أي سلعة أخرى ، تتوفر فيها شروط السلعة التي يطلقها عادة الاقتصاديون و هي **"5Ms"** : المال Money الأيدي العاملة **Man Power** المواد الخام **Material** الآلات **Machines**

الإدارة **Management**

2/ أهم أسواق الصحافة المكتوبة مع الشرح: (15 نقطة)

أ- سوق النشر: (03 نقاط)

و هي السوق الأصلية في مجال الصحافة المكتوبة ، فقد تكون قوانين الدولة أو ظروف المجتمع تفرض بنية معينة للسوق أو ترفض بنية أخرى (سوق حرة ، سوق محتكرة).

ب- سوق القراء : (03 نقاط)

تباع الصحيفة لجمهور القراء و هي السوق الأولية ، نسميها سوق القراء باعتبارهم مشترين، فهناك قراء فعليون و قراء محتملون، و ينبغي أخذ السوقين بعين الاعتبار عند القيام بأية دراسة للسوق، ففئات الجمهور المستهدف تحدد مسبقا، و التعرف على احتياجات القراء و السعي لتلبيتها بطرق موضوعية، تتوسع هذه السوق الأولية بقدر استجابة الخدمة لاحتياجات القراء، و احترام المعايير المهنية، و يترتب على توسع سوق القراء توسع السوق الثانوية (سوق المعلنين) .

ت- سوق المعلنين: (03 نقاط)

يشترى المعلنون مساحة إخبارية في الصحف، و يختار المعلن الصحيفة بناء على دراسة خصائص قرائها النوعية و الكمية، و مدى ملائمة هذه الخصائص لرسالته الإخبارية، فقراء الصحيفة المعينة يشكلون جزء من الجمهور الذي يستهدفه المعلن، و لضمان تغطية كاملة لجمهوره المستهدف، قد يضطر المعلن إلى تنظيم حملته عبر عدة صحف، بل عبر عدة وسائل إعلامية في نفس الوقت

ث- سوق الطبع: (03 نقاط)

قد تكون هذه السوق قائمة على الاحتكار من قبل تجار استيراد الورق و المواد الصناعية الأخرى ، و بالتالي بإمكان المحكرين أن يرفعوا أسعار الطباعة و أن يفرضوا صيغا معينة للتعامل يكون فيها الناشرون في موقع ضعيف. و قد تكون سوق الطبع تحت أيدي الاحتكار السياسي، باسم الحكومة

ج- سوق رؤوس الأموال: (03 نقاط)

تتطلب الصحافة المكتوبة حاليا استثمار رؤوس أموال ضخمة و يفرض ذلك على الناشر (المؤسسة الصحفية) أن يبحث عن مصادر التمويل أو الاقتراض . فقد تضطر بعض دور النشر إلى تمويل بعض العمليات باللجوء إلى سوق المالية و هنا لابد من معرفة بنية السوق .

و تتطلق المشاريع الصحفية بأموال خاصة للناشرين (مجموعات المحررين) أو بتمويل من الخواص (الصناعيين و التجار أو السياسيين) أو بتمويل عمومي (بإعانة من الدولة مثلا) أو بأموال مقترضة من البنوك بناء على دراسة الجدوى الاقتصادية المالية للمشروع.