

الفصل الرابع خصائص صناعة الصحافة خصائص صناعة الصحافة تعتبر صناعة الإعلام في العصر الحديث واحدة من أقوى البنية الصناعية التي عرفها العالم ، ومصدر قوتها يكمن ليس فقط في تلك الأموال الضخمة التي تستثمر فيها ، بل أيضاً في التأثير الخطير الذي تلعبه على مستوى الأفراد والجماعات والحكومات والأنظمة ، بجانب التطورات المتلاحقة والتقنيات المعقدة التي تشهدها اليوم والتي تزيد من فاعليتها وشدة تأثيره. وبالتالي فإن لهذه الصناعة مجموعة من الخصائص من أهمها مايلي : صناعة الصحافة تقدم منتجًا يصاب بالبلوar السريع : حيث لا تتعدي الفترة الزمنية التي تتمتع بها الصحفية اليومية على سبيل المثال بقيمة شرائطه عالية عدداً محدوداً من الساعات حتى ظهور طبعة جديدة منها، أو عدد جديد ليوم جديد، حيث تفقد بعدها قيمتها وتصبح مرجعاً، فالصحيفة إذن منتج للبيع الفوري، وإن تحولت إلى نسخ مرتجعة تباع بالوزن دشتاً، ويسعر أقل مما يؤثر على اقتصاديات هذه الصحيفة. وتترجم تأثيرات هذا العامل في شكل مجموعة من النفقات المتزايدة، سواء على صعيد ولعل التطورات التكنولوجية المتلاحقة التي تشهدها صناعة الصحافة في عصر المعلومات والإنترنت والحواسيب الإلكترونية قد فتحت آفاقاً جديدة أمام تسهيل عمليات الإنتاج والتوزيع بشكل سريع جداً تعدي الكثير من التقاليد المتوارثة لصناعة الصحافة، والطباعة في مكان الصدور، ونقل الصفحات عن بعد، والتوزيع بالفاكس، والصحافة الفورية، وغير ذلك من التقنيات الحديثة. الصحيفة لا تعنى شيئاً دون صحفيين، حيث يلعب الصحفي دوراً أساسياً في خلق شخصية الصحافية، وفي تحديد جمهورها وحجم توزيعها وبالتالي حجم أرباحها، ومن ثم فصناعة الصحافة ضخامة الاستثمارات المطلوبة لقيام صناعة صحفية واستمرارها : صناعة الصحافة صناعة مكلفة جداً اليوم، ونظرة إلى تاريخ الصحافة في مصر وغيرها من دول العالم خلال قرن من الزمان منذ بداية القرن العشرين وحتى نهاية تباينًا شاسعاً في تكلفة الإصدار، صناعة الصحافة تسعى إلى جذب القراء والمعلنين مختلفي المقاصد في آن واحد: فكل صناعة تقدم إنتاجاً تحدد جمهورها المستهدف والمرتقب وتعمل على إرضائه لتضمن رواج هذا الإنتاج، أما الصحافة وإن كانت تسعى أساساً - إلى القارئ كمستهلك "أولي" لمنتجاتها - فهي تسعى كذلك إلى المعلن كمستهلك "ثانوي" لهذه المنتجات، ولا يمكن لها أن تستغني عن أي منها، صناعة الصحافة ذات رسالة ومسؤولية ثقافية واجتماعية تجاه الصحيفة ليست منتجًا للآلات التي تصنعها، وهي في نهاية الأمر فن الاتصال بالجماهير، وأن تشاركه اهتماماته ، وأن تشاركه أنشطته اليومية، وتقترح الإصلاحات وتقدم النقد البناء المؤسسات المجتمع وأن تساعدها في ترشيد قرارتها بتوفير المعلومات الأمنية والموضوعية وردود الأفعال تجاهها. عناصر تكاليف صناعة الصحافة (المصروفات) تقسم مصروفات الصحافة إلى ثلاثة أنواع رئيسية الأول المصروفات شبه الثابتة ، و الثالث مصروفات الاستثمار الجديدة وذلك على النحو الآتي : أولاً وتشمل الأجور والمرتبات وقيمة الأماكن التي تشغله الصحيفة إذا كانت الصحيفة لا تملك مقرًا خاص بها ، كما تشمل أقساط التأمين ، كما أنها تشمل مصروفات التحرير والإخراج ، وتسمى بتكلفة التحرير . ثانياً المصروفات المتغيرة: وتشمل الورق والأبحار والمواد الطياعية المختلفة ، كما تشمل مصاريف التوزيع وقيمة الضرائب المستحقة وما شبه ذلك . عناصر التكاليف في صناعة الصحافة: وهي التحرير - الإعلان - الطباعة (التوزيع) ، وكل صحيفة هي حالة خاصة في حسابات تشغيلها ، حجم الصحيفة وهوية المطبوع جريدة أو مجلة تحريرية التي تقدمها ، عدد صفحات كل نسخة، عدد الطبعات التي تصدر من كل مطبوع ، نوع الورق ، طرق الطباعة المستخدمة أنماط وطرق التوزيع المستخدمة، حملات الترويج التي تقوم بها ، وأرقام التوزيع لكل مطبوعة ،