

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 أيضا 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 منتجاً يصاب باليوار السريع : حيث لا تتعدي الفترة الزمنية التي تتمتع بها الصحيفة اليومية علي سبيل المثال بقيمة شرائيه عالية عدداً محدوداً من الساعات حتي ظهور طبعة جديدة منها، أو عدد جديد ليوم جديد، حيث تفقد بعدها قيمتها وتصيح مرتجعاً، فالصحيفة إذن منتج للبيع الفوري، وإلا تحولت إلي نسخ مرتجعة تباع بالوزن دشتاً، وبسعر أقل مما يؤثر علي اقتصاديات هذه الصحيفة. وترجم تأثيرات هذا العامل في شكل مجموعة من النفقات المتزايدة، سواء علي صعيد ولعل التطورات التكنولوجية المتلاحقة التي تشهدها صناعة الصحافة في عصر المعلومات والإنترنت والحاسبات الإلكترونية قد فتحت أفقاً 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 تعني شيئاً دون صحفيين، حيث يلعب الصحفي الدور الأساسي في خلق شخصية الصحيفة، وفي تحديد جمهورها وحجم توزيعها وبالتالي حجم أرباحها، ومن ثم فصناعة الصحافة. ضخامة الاستثمارات المطلوبة لقيام صناعة صحفية واستمرارها : صناعة الصحافة صناعة مكلفة جدا اليوم، ونظرة إلي تاريخ الصحافة في مصر وغيرها من دول العالم خلال قرن من الزمان منذ بداية القرن العشرين وحتى نهايته نجد تبايناً شاسعاً في تكلفة الإصدار، صناعة الصحافة تسعى إلي جذب القراء والمعلنين مختلفي المقاصد في آن واحد: فكل صناعة تقدم إنتاجاً تحدد جمهورها المستهدف والمرتقب وتعمل علي إرضائه لتضمن رواج هذا الإنتاج، أما الصحافة وإن كانت تسعى أساساً – إلي القارئ كمستهلك " أولي" لمنتجاتها – فهي تسعى كذلك إلي المعلن كمستهلك " ثانوي" لهذه المنتجات، ولا يمكن لها أن تستغني عن أي منهما، صناعة الصحافة ذات رسالة ومسئولية ثقافية واجتماعيه تجاه الصحيفة ليست منتجاً للآلات التي تصنعها، وهي في نهاية الأمر فن الاتصال بال جماهير، وأن تشاركه اهتماماته ، وأن تشاركه أنشطته اليومية، وتقتراح الإصلاحات وتقدم النقد البناء للمؤسسات المجتمع وأن تساعد في ترشيد قراراتها بتوفير المعلومات الأمنية والموضوعية وردود الأفعال تجاهها. عناصر تكاليف صناعة الصحافة (المصروفات) تقسم مصروفات الصحافة الي ثلاث أنواع رئيسية الأول المصروفات شبه الثابته ، و الثالث مصروفات الأستثمارات الجديدة و ذلك على النحو الآتي : أولاً وتشمل الأجور والمرتبات وقيمة ايجار الأماكن التي تشغلها الصحيفة إذا كانت الصحيفة لا تملك مقراً خاص بها ، كما تشمل أقساط التأمين ، كما أنها تشمل مصروفات التحرير والإخراج ، وتسمى بتكلفة التحرير .ثانياً المصروفات المتغيرة:وتشمل الورق والأحبار والمواد الطباعية 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 المادة التحريرية التي تقدمها ، عدد صفحات كل نسخة، عدد الطباعات التي تصدر من كل مطبوع ، نوع الورق ، طرق الطباعة المستخدمة أنماط وطرق التوزيع المستخدمة، حملات الترويج التي تقوم بها ، وأرقام التوزيع لكل مطبوعة