

أما خصائص ومتطلبات الصحافة كصناعة ومنتج إعلامي تتحدد في الجوانب التالية :

(١) لابد للصحافة مثل أي صناعة، تتكون من عناصر الإنتاج المعروفة وهي، رأس المال ، العمل، التنظيم، ولكن في مجال صناعة الصحافة تصبح لهذه العناصر خصائص تجعل منها شيء متميز.

(٢) الاختيار لها دورا كبيرا من إيه صناعة ، فالأخبار هي واحدة من أكثر المواد تنافس ، فخير الأسم أو حتى الخبر الذي مضى عليه ساعات مداه بلحقها اللائف بصورة أسرع من إيه مادة أخرى.

(٣) اعتمادها على حكم جمهور القراء على نحو اكبر ، فالعلاقة بين القارئ والمؤسسة الإعلامية تقوم على أساس إحساس الأول بأن المؤسسة (صحافة - أاعة - تلفزيون) يجب ان تقدم خدمة مستوفاة في حدود أقصى الامكانيات البشرية والمادية.

(٤) عرق المنافسة وشدتها في مجالاتها المختلفة بين المؤسسات المتنافسة.

(٥) المشروع الاعلامي هو مشروع يتميز بأن ينطوي على نسبة من المخاطر اعلى مما تنطوي عليه المشروعات الأخرى.

وعلى الرغم من المميزات المادية للصحافة قد تقدمت كثيرا متأثرة بالتقدم التكنولوجي والإلكتروني الهائل في هذا المجال ، فإنه في مجال تغطية الأخبار وأحوالها والتعليق عليها .

تسمى كل مؤسسة إعلامية التي تطور الشبكات في مختلف المجالات المشار اليه لتواكب التطور والتحديث الذي يرضي المتلقي والمعلن في ضوء مستحدثات العصر.

* خاصية المنتج المشترك (إيرادات التوزيع + إيرادات الإعلانات)

ويتركب على المنتج الاعلاني تقديم منتجات متلازمين هما: المادة الفعلية المصورة المعتمدة بالمادة التحريرية وما يسميها من صور والمادة الاعلانية، وبالتالي تحصل المؤسسة الاعلانية على إيرادات مشتركة، من خلال إيراد التوزيع، وإيراد الإعلانات، وبعد المادة التحريرية هي الاصل، فهي التي تحدد نوع الوسيلة الاعلامية التي تبث من خلالها سواء كانت تلفزيونية ام افادعية ام هدية ونوعية الجمهور المتلقين والقراء من حيث المستوى الاقتصادي والثقافي، فهذا يؤثر في نوعية السلع المعانة عنها، كما تؤثر المادة التحريرية بشكل غير مباشر في سعر بيع وقت البث والمساهة الاعلانية، نتيجة ذلك نشأت فكرة الإيراد المشترك، بإيراد النسخة الواحدة من الصحيفة هو عبارة عن لمن يبعها مضافا اليه نصيبها من الاعلانات.

* اهمية تحقيق الربح للمؤسسة الاعلامية

حتى تتمكن المؤسسة الاعلامية من اداء رسالتها و مسؤولياتها تجاه العاملين فيها والمجتمع، فإنها تقوم ببعض الاعمال التي تمكنها من تغطية التكاليف اصداراتها، وتحقيق الربح، واهم هذه الاعمال بيع المساحات الاعلانية، وإنشاط الطباعة التجارية والتوزيع للغير من الناشرين من الكتاب، هذه هي

١٢٢٣
١٤٤٤
١٤٤٥
١٤٤٦
١٤٤٧
١٤٤٨
١٤٤٩
١٤٥٠
١٤٥١
١٤٥٢
١٤٥٣
١٤٥٤
١٤٥٥
١٤٥٦
١٤٥٧
١٤٥٨
١٤٥٩
١٤٦٠
١٤٦١
١٤٦٢
١٤٦٣
١٤٦٤
١٤٦٥
١٤٦٦
١٤٦٧
١٤٦٨
١٤٦٩
١٤٧٠
١٤٧١
١٤٧٢
١٤٧٣
١٤٧٤
١٤٧٥
١٤٧٦
١٤٧٧
١٤٧٨
١٤٧٩
١٤٨٠
١٤٨١
١٤٨٢
١٤٨٣
١٤٨٤
١٤٨٥
١٤٨٦
١٤٨٧
١٤٨٨
١٤٨٩
١٤٩٠
١٤٩١
١٤٩٢
١٤٩٣
١٤٩٤
١٤٩٥
١٤٩٦
١٤٩٧
١٤٩٨
١٤٩٩
١٥٠٠

- ١- المال ، ٢- الادارة ، ٣- الايدي العاملة ، ٣- المواد الخام ، ٤- الآلات

خصائص الصناعة الإعلامية

لصناعة الإعلام خصائص تميزها عن غيرها منها (عناصر الانتاج) ، حيث تحتاج صناعة الاعلام - شأنها شأن اية صناعة - الى عناصر الانتاج المعروفة وهي :

• (رأس المال ، العمل ، الادارة) ، ولكن في مجال صناعة الاعلام فإن هذه العناصر أخذ شكل مميز ، فرأس المال أصبح من الصعب على الفرد الواحد الاستثمار في هذا المجال خاصة في ضل التطورات التكنولوجية ، وترتب على ذلك قلة عدد المنشآت العاملة في صناعة الاعلام ومحاولة هذه المنشآت الاستفادة من مزايا الانتاج الكبير .

(أهمية الوقت بالنسبة للمنتج الاعلامي) يتميز الاعلام بأن الوقت له دور كبير من اي صناعة اخرى ولذلك تتنافس وسائل الاعلام فيما بينها منافسة شديدة للوصول الى المتلقي ، مع عدم الاخلال بخدمة الموضوعات الصحفية كاملة .

(المخاطرة) : صناعة الاعلام مشروع يتسم بالمخاطرة :

تشتمل صناعة الاعلام بالمخاطرة ، بشدة المنافسة في مجالاتها المختلفة بين المؤسسات المختلفة ، سواء في مجال البث المباشر للوقائع والاحداث في الفضائيات او في التحرير او الاعلانات او الطباعة او التوزيع ، نتيجة لذلك

- (١ -) -