**المحاضرة العاشرة**

**ب-** **الإعلانات**

يعد الدخل من الإعلانات من المصادر الأساسية من موارد المؤسسة الصحفية ومن المسلم به في اقتصاديات صناعة الصحافة ، انه في البلاد المتقدمة تصبح حصيلة الإعلانات هي الأساس المالي الذي تستند إليه المؤسسة الصحفية وتعتمد في ميزانياتها اعتمادا جوهريا علية، اذ تبلغ نسبة الدخل من الإعلان أكثر من نصف الإيراد الكلي للصحيفة، وليس من شك في أن الوظيفة الأساسية للصحافة هي الإعلام بأوسع معانيه هذا فمنذ أيامها الأولى تؤدي الصحافة بجانب ذلك وظيفة الإعلان، ويتحجج حال الإدارة في بعض الصحف بأنه إذا كانت الصحيفة تصدر الخدمة القراء فإن الاعلان كذلك ينشر الخدمة للقراء كما أن الاعتماد على رصيد ودخل كبير للصحافة يفيدها في اجتذاب كبار الكتاب و المحررين الممتازين والمحافظة على حياة الصحيفة التي يفضلونها ودوام رسالتهم ومن الأدوار الايجابية التي يؤديها الإعلان في نجاح المؤسسة الصحفية ما يأتي :

1- يحقق موارد مالية للمؤسسة الصحفية، تمكنها من مواجهة الأعباء المالية المتزايدة.

2- يعزز الهيكل الاقتصادي للمؤسسة ويوفر لها الاستقلال ويسمح لها بالقدرة على

شراء المطابع والمستلزمات الأخرى.

3-يسهم بانتشار الصحيفة ويسمح بتخفيض ثمنها وتقديمها للقارئ.

4- يعمل على تطوير العمل الصحفي، اذ تساعد إيرادات الإعلان في التوسع إداريا في إرسال المراسلين الصحفيين وفنياً في استيراد التكنولوجيا، وتدريب الصحفيين وزيادة عدد الصفحات.

5- يساهم في زيادة أجور العاملين بالمؤسسة.

6- تؤدي الإعلانات بالصحف إلى تعريف المستهلكين بسلع وخدمات لا يعرفونها ولا يعرفون مزاياها ومن ثم الترويج لتلك السلع.

**ت- الطباعة التجارية ونشر الكتب**

تستغل المؤسسات الصحفية مطابعها في غير أوقات طباعة صحفها، في عمليات الطباعة التجارية لحساب الآخرين لطبع بعض الكتب والمجلات والمنشورات والمطبوعات الدعائية وغيرها وهذه العمليات التجارية تدر على دار الصحيفة أرباحا

كبيرة، فضلا عن أنها لا تترك مطابعها معطلة دون جدوى، و لاشك أن الموارد المالية من الطباعة التجارية لحساب الآخرين ونشر الكتب، تمثل نسبة من الدخل تساعد على إنعاش المؤسسات الصحفية ماليا واقتصاديا، وتزيد بالتالي من قدرة الدار الصحفية وتجعلها أقدر على الإنفاق في تحسين التحرير والإخراج، والطباعة... الخ.

**ث- العمليات الخاصة بتشغيل بعض الأجهزة الصحفية لحساب الآخرين**

وتمثل هذه العمليات موردا جديدا من الموارد المالية للصحف، وإتاحة استخدام الدور الصحفية لأجهزة ومعدات عصرية لا تتوافر إلا للمؤسسات الصحفية الكبرى مثل الحاسب الآلي والميكروفيلم، وما شابه ذلك، وأساس الاستفادة من هذه الأجهزة هو الوقت الفائض عن حاجة المؤسسة الصحفية إلى جانب الخبرات التي اكتسبها العاملون في هذا الميدان.

**ج. بيع المرتجعات من النسخ الصحفية ومخلفات الطباعة**

ومن الموارد المالية للمؤسسات الصحفية كذلك وخاصة دول العالم النامي الإيرادات الناشئة عن بيع المرتجعات من نسخ الصحيفة، وكذلك الإيرادات الناشئة من بيع المتخلف عن طباعة الصحيفة، ولهذين العنصرين وضع خاص في الصحافة

النامية، نظرا لارتفاع سعر الورق في السوق المحلية، إذ يتم بيع المتخلف بين الحين والآخر، حتى لا يتكلف الاحتفاظ به في المخازن أكثر من ثمنه ويتم بيع المرتجعات من الصحف في معظم البلدان النامية بالمزاد لاستخدام ورقها في لف السلع والبضائع وغير ذلك، وفي البلدان المتقدمة صناعيا يتم إعادة تصنيع المرتجعات ورقا جديدا.

**ح -موارد غير مشروعة**

تستطيع بعض الصحف الهابطة الحصول على مصادر غير مشروعة، وتتمثل في الرشوة من الأفراد، أو الهيئات أو الحكومات، وأيا كان شكل المصدر الذي تحصل عليه من إيراد غير مشروع فهو رشوة وان اختلفت المسميات، فقد تقوم سفارة دولة أجنبية بطباعة نشرة أسبوعية من عدة صفحات أو طباعة كتيب أنيق بين الحين

والآخر في مطبعة صحفية معينة، ثم تدفع ثمنا لهذه العملية البسيطة أضعاف تكاليفها بصورة نقدية مباشرة، أو رشوة مكشوفة، وينبغي أن نفرق بين المساعدات والرشاوى للصحف بطرق غير شرعية وغير معلنة، كما يقول ( الدكتور محمد سيد محمد، في كتابه اقتصاديات الإعلام ) وبين النوع المشروع لسد العجز المالي لبعض الصحف في المجتمعات الاشتراكية، أو إمداد الحكومة للصحف بمعونة تأسيس أو مساعدة سنوية في المجتمعات النامية التي تسير على الطريق الرأسمالي

**ثانيا -التمويل في النظم الإذاعية في العالم**

للتمويل الإذاعي المسموع المرئي أثر كبير على حجم ونوع البرامج التي تبثها المحطات الإذاعية، فلا يمكن لأية إذاعة تناسي من قلة المال أن تشغل من الإعلاميين العدد الكافي ذات المؤهلات والخبرة المالية لإنتاج البرامج الجيدة، التي تحقق الأهداف الموضوعة، ويسعى الإذاعيون رغم كل العقبات إلى الوصول إلى جماهير المستقبلين العريضة والطريق الوحيد للوصول إليهم هو البرامج الجيدة التي تحتاج في إعدادها وإخراجها وبثها إلى أموال طائلة لابد من توافرها حتى تخرج الخطط الإذاعية المسموعة والمرئية، من مجال التدوين إلى واقع ملموس عن طريق البرامج، وهناك أربعة أنواع من النظم الإذاعية في العالم وهذه الأنواع هي :

**1- نظام الإشراف الحكومي المعلق (Governmental System)**: تمتلك الحكومات تحت هذا النظام المؤسسات الإذاعية المسموعة والمرئية، وتشرف عليها وتديرها، وفي ظل هذا النظام تتخذ المؤسسة الإذاعية شكل هيئة حكومية تتبع إحدى الوزارات كوزارة الإعلام أو وزارة الثقافة أو تتخذ شكل هيئة مستقلة تخضع لإشراف الدولة المباشر ، ويلاحظ أن هذا النظام منتشر في أكثر الدول النامية، ومنها الدول العربية بغض النظر عن النظام الحاكم الذي تتخذه لنفسها، وينتشر كذلك في فرنسا، وبلجيكا، والصين، وفي الدول الاشتراكية والاتحاد السوفيتي (السابق)، وبما أن الدولة هي التي تتولى إدارة الإذاعة المسموعة والمرئية في ظل هذا النظام فإنها بالتالي المسؤولة عن التمويل وفي هذا الإطار تفرض بعض الدول رسوما على أجهزة لاستقبال، وتفرض دول أخرى ضريبة على استيراد أجهزة الاستقبال الأجنبية، كما تلجأ بعض الدول إلى فرض ضريبة على استهلاك الكهرباء، وقد أدى سماح بعض الدول بالإعلان في مؤسساتها الإذاعية المسموعة والمرئية إلى إضافة مصدر جديد لتمويل خدماتها الإذاعية، كما تستمد بعض الدول جزءا غير يسير من ميزانية إذاعتها من بيع بعض برامجها إلى الدول الأخرى وغير ذلك من الخدمات التي تحقق إيرادات تساعد في تخفيف العبء على الموازنة العامة للدولة.

**2- النظام التجاري الحر**

لا ترتبط المؤسسات الإذاعية المسموعة والمرئية في ظل هذا النظام بأية رابطة مع الدولة ويستطيع الأفراد أو المؤسسات والشركات أو الهيئات أو الاتحادات وغيرها تأسيس الإذاعات ومحطات التلفزيون التي تستهدف تحقيق الربح، وينحصر دور الحكومات في منح تراخيص العمل للمتقدمين وتوزيع الموجات الإذاعية عليهم فضلا عن الإشراف على محتويات البرامج بحيث تتضمن قدرا تحدده الدولة من برامج الخدمة العامة، والبرامج الثقافية، والتعليمية والدينية، أما الموارد المالية لهذه المؤسسات الإذاعية المسموعة والمرئية، فإنها تتحقق عن طريق الإعلانات التي تتخذ شكل تمويل برامج كاملة، أو شكل إعلانات متفرقة، تذاع خلال ساعات البث، وبيع ساعات البث وإنتاج البرامج التجارية والمعلبات الإذاعية الأخرى لبيعها وتصديرها، ولذلك فإنها تحقق أرباحاً طائلة.

وفي ظل هذا النظام يوجد أيضاً التمويل الإذاعي المسموع والمرئي بطريقة اشتراكات المستقبلين حيث لجأت إليه محطات إذاعية عديدة لكي تقلل من اعتمادها الكلي على الإعلان وخصوصا إنها تؤدي وظائف إخبارية وثقافية للمشترك على مستوى برامجي عال من الجودة شكلا ومضمونا في نظير اشتراك شهري أو سنوي يدفعه المستقبل مقابل استهلاكه للخدمات الإذاعية ودخول المستقبل كشريك في عملية الانتاج والبث الإذاعي بواسطة ما يدفعه من اشتراك يعطى له من بلد لآخر باختلاف الوضع الاقتصادي ودخل الفرد ونوعية البرامج ومدى إقبال المستهلك عليها وثمن تكلفة الإنتاج ونسبة الربح الذي يرغب مالكو تلك الإذاعات في تحقيقها ويدخل في تحديد نسبة الاشتراكات عضو المؤسسات الحكومية أو الاجتماعية نيابة عن المشترك، الأمر الذي يؤدي إلى إتباع سياسة تحديد قيمة الاشتراكات بحيث لا تصبح عرضة للتغيرات التي قد تحدث فجأة، وقد تحصل الاشتراكات في وزارة البريد أو المواصلات السلكية واللاسلكية نيابة عن تلك المحطات الاذاعية

**3- النظام الاحتكاري**

في ظل النظام تعطى الدولة حق الإذاعة إلى هيئات عامة أو خاصة تتمتع بقدر كبير من الحرية، لأن الحكومات لا تديرها ولا تتدخل في عملها، وإنما بالإشراف عليها فقط بواسطة مجلس إدارة تقوم الدولة بتعيين أعضائه، ولا يحق للهيئة المشرفة التدخل في شؤون الإذاعة إلا إذا لاحظت مخالفات تمس اللوائح التي تحدد الإطار العام الذي تعمل فيه هذه الإذاعة ويمكن وصف هذه الهيئات الإذاعية بأنها وسط بين الإذاعات التي تقع تحت الإشراف الحكومي التام من قبل الدولة وبين الإذاعات التي تعمل على أساس تجاري بحت، وأوضح مثال لهذا النظام الاحتكاري هو نظام هيئة الإذاعة البريطانية (B.B.C) قبل إدخال الإذاعة التجارية، وإذاعتي السويد، وسويسرا، وغيرهما من إذاعات دول أوربا الغربية، وترتبط الهيئات الإذاعية الخاصة والعامة بالدولة عن طريق وزارة البرق أو البريد، أو الثقافة، أو التعليم التي تقوم بالإشراف على السياسة الإذاعية للهيئة وعلى مضمون البرامج كما تقوم بتحصيل الضرائب المفروضة على أجهزة الاستقبال،

وبعض الدول تحتفظ بحقها في الإشراف على الهيئة أما عن طريق امتلاك النصيب الأكبر من أسهم الهيئة التي يساهم المواطنون في امتلاكها أيضاً، أو عن طريق الاحتفاظ لنفسها بعدد كبير من الممثلين لها في مجلس إدارة الهيئة لضمان أغلبية الأصوات، ويتم تمويل الإذاعة المسموعة والمرئية تحت نظام الاحتكار، اما عن طريق تخصيص جزء من ميزانية الدولة لتلك الإذاعات، او عن طريق فرض ضريبة على أجهزة الراديو والتلفزيون أو فرض ضريبة على استهلاك التيار الكهربائي أو تخصيص إعانة حكومية تساهم بها الدولة في تغطية جزء من نفقات تلك الإذاعات،

وكانت الإذاعات في ظل هذا النظام لا تسمح بإذاعة الإعلانات لأنها تمويل من قبل الدولة، ولكن معظمها قد اتجهت إلى السماح بإذاعة قدر من الإعلانات، كما استطاعت الهيئة أن تستغل موردا آخر لدخلها من بيع المجلات والكتب التي تصدرها مثل مجلة (Radio Times) وكذلك مجلة B.B.C. English Radio Television

**4- النظام المختلط**

تلجأ بعض الدول نتيجة لظروفها الاجتماعية إلى الأخذ بأكثر من نظام إذاعي بمعنى إنها تأخذ بالنظام المزدوج، أو قد تلجأ إلى الأخذ بأكثر من نظامين، ويطلق على هذا النظام المتعدد اسم النظام المختلط، وفي هذه الحالة تمتلك الدولة هيئة إذاعة رسمية كما إنها تعطي للهيئات العامة والخاصة، والأفراد والجماعات، حق امتلاك مؤسسات إذاعية أخرى بموجب اتفاقات تحدد فيها حقوق وواجبات كل من الدولة والإذاعة وأفضل نظام لهذا النوع هو ( هيئة الإذاعة الكندية) (C.B.C: Canadian Broad)، ومن ناحية التمويل فإنها تعتمد في دخلها على مصدرين هما المنحة المالية التي تمدها الدولة سنويا، والإعلانات التي تبيعها والتي تظهر أما على شكل إعلانات متفرقة، أو تذاع بين البرامج، وأما على شكل تمويل لبرنامج كامل، فضلا عن أن هناك إدارتان داخل أية مؤسسة يمكن أن تكون احد مصادر التمويل لهذه المؤسسة وهما (إدارة التوزيع ، وإدارة الإعلان).