

التكاليف الصحفية وأثرها على أداء المؤسسات الاعلامية الجزائرية

د. أحمد شريف بسام

محاضر بقسم علوم الإعلام والاتصال

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

جامعة المدية

bessamcherif@gmail.com

Résumé:

Les frais de presse et leur impact sur les performances des institutions de médias algériens

Le sujet de cette recherche scientifique est basé sur le phénomène du projet de l'investissement journalistique, à partir des couts de l'industrie du journal et de son impact sur le fonctionnement de l'entreprise de l'information. Réellement l'étude d'une entreprise qui investit dans la production journalistique exige la compréhension des mécanismes orientant l'administration de l'entreprise du journal.

Avant tout le journal est un bien vendu aux lecteurs, il est soumis aux mêmes conditions que les autres produits économiques. Le journal aussi est une entreprise industrielle, son existence exige une administration organisée et bien précisée contribuant d'une manière efficace à la gérance parfaite des relations entre les différents départements de son organigramme.

Enfin, essayons de comprendre comment une entreprise de presse quotidienne productive de journaux peut s'habituer avec le processus de production, les propres caractéristiques et les besoins de ce produit de presse.

Les Mots clé: les frais, Performance, l'investissement journalistique, l'organisation des médias, la gestion de l'organisation.

الملخص:

يتمحور موضوع هذا البحث حول ظاهرة المشروع الاستثماري الصحفي، انطلاقاً من تكلفة الصناعة الصحفية وأثرها على أداء المؤسسة الإعلامية، حيث أنه لدراسة مؤسسة صحفية يستلزم معرفة الآليات التي تتحكم في تسييرها لاعتبار أن الجريدة قبل كل شيء سلعة تباع للقارئ، وتخضع لنفس الشروط التي

تخضع لها السلع الاقتصادية الأخرى، والصحيفة أيضا تعتبر مؤسسة صناعية وجودها يتطلب إدارة قوية منظمة تساهم بقدر كبير في تسيير شؤونها، سنحاول فهم كيف يمكن أن تتأقلم مؤسسة صحفية يومية منتجة للصحف مع صيرورة إنتاجها ومتغيرات خصائصها ومتطلباتها مقارنة مع باقي المشاريع الصناعية الأخرى.

الكلمات المفتاحية: التكاليف، الأداء، الاستثمار الصحفي، المؤسسة الإعلامية، الإدارة المنظمة.

المقدمة:

تبدأ الصناعة الصحفية من قاعة التحرير مروراً بالطباعة وصولاً إلى المنتج النهائي القابل للاستهلاك من قبل القارئ، على شكل تام وبصيغة ذات قيمة نفعية ومعنوية، حيث أن الدعامة المادية أو العامل المتمثل في الورق والحبر، ليس في الحقيقة إلا عبارة على وعاء حامل بدون قيمة نفعية بالنسبة للقارئ، وبالنظر إلى مجموع التكاليف التي تدخل في الصناعات الصحفية نجد أن طول الدورة الإنتاجية للصحافة تحمل المؤسسات الصحفية جملة من التكاليف المتزايدة على حسب صيرورة الإنتاج، عبر المراحل المختلفة لعملية التصنيع المصاريف الإدارية، التحويل، الطبع، التوزيع وغيرها من المصاريف المختلفة التي تدخل في عملية الإنتاج، هذا بالنسبة للتحديات التي تواجه تأقلم المؤسسات الصحفية داخل محيطها الداخلي.

أما بالنسبة لمحيطها الخارجي؛ فإن المؤسسات الصحفية تواجه صراع في نمط الملكية وتعارض القوة السياسية والاقتصادية داخل الدولة، حسب المنطق السياسي، الاقتصادي السائد. وهذا كله يمكن أن يولد نوع آخر من التكاليف أو الإيرادات للمؤسسة الصحفية حسب السياسة الإخبارية المتبعة، ومن هنا يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما هو أثر تكاليف صناعة الصحافة على أداء المؤسسات الإعلامية الجزائرية؟

ومن خلال هذه الإشكالية تتدرج عدة تساؤلات هي:

1- هل ثمن الجريدة مستقل عن تكاليف الإنتاج؟.

2- ما هي المعايير المتدخلة ضمن إطار تكاليف الإنتاج؟.

3- هل إيرادات البيع يمكن أن تغطي تكلفة الإنتاج؟.

4- ما هي القيمة الحقيقية لتكلفة إنتاج الصحف؟.

فرضية الدراسة:

تطرح إشكالية تكاليف صناعة الصحافة وأثر هذه التكاليف على أداء المؤسسات الصحفية فرضية تتمحور حول ارتفاع التكاليف ونوعية الأداء الذي تؤديه هذه المؤسسات جراء الضغوط التي تفرضها طبيعة

التكاليف الناجمة عن تشغيل الصناعات الصحفية والضغط الممارسة على المؤسسة ، ومنه نطرح الفرضية التالية :

ارتفاع تكاليف صناعة الصحافة وندرة الموارد المالية لها اثر على أداء المؤسسة الصحفية.

إن تحقق هذه الفرضية سلبي أو إيجاباً؛ هو نصف هدف هذه الدراسة التي تسعى إلى الاقتراب من التعرف على طبيعة المنتج الصحفي وطبيعة عمل المؤسسة الصحفية، وكيفية إدارة وتسيير المؤسسة الصحفية والتعرف كذلك على طبيعة الأداء الصحفي، ومحاولة قياسه وتصنيفه حسب نوع الأداء المهني أو المؤسساتي.

منهج الدراسة:

وسعياً منا للإجابة على إشكالية البحث والتساؤلات المنحدرة ضمنها، ارتأينا انتهاج المنهج الوصفي التحليلي والذي يعد من أهم المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام والاتصال، فهو يصبو إلى تسجيل وتحليل وتغيير مختلف معطيات الظاهرة الإعلامية المدروسة.

وباعتبار المنهج الوصفي طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي للوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية معينة أو هو طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها عن طريق جمع المعلومات معينة عن المشكل وتصنيعها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة¹.

فالوصف التحليلي أو التفسيري لا يتوقف هدفه عند جمع البيانات والوصف للظاهرة فقط وإنما يتجاوزها وذلك بالشرح و تفسير الخلفيات والأسباب الكامنة وراء الظاهرة محل الدراسة² وعادة يستخدم هذا المنهج عند الرغبة في تفسير العلاقات بين المتغيرات وإجراء مقارنات مع الظواهر الأخرى أو بين حال الظاهرة في أوقات متباينة.

كما يساعدنا هذا المنهج على جمع المعلومات، البيانات والحقائق اللازمة لفهم حقيقة الصناعة الصحفية في الجزائر، وإدراك مقوماتها إدراكاً صحيحاً ومعرفة تغييرات السوق مقارنة لما كان عليه من ذي قبل.

ومن أجل ذلك؛ قمنا بحصر عينة البحث في مؤسسة صحفية هي جريدة الشعب العمومية كعينة للدراسة التحليلية؛ وقد جاء اختيار العينة المدروسة من مجموع العينات التي تمثل مؤسسات الصحافة اليومية المكتوبة اختياراً انتقائياً على أساس شروط علمية يجب توفرها للوصول إلى هدف البحث وتتمثل الشروط المستند إليها في:

1-مراعاة توفر المعلومات الكاملة على المؤسسة المنتقية.

2-إمكانية حدوث الملاحظة بالمشاركة داخل الإطار المهني للمؤسسة.

3-وجود الرغبة في التعاون بين الباحث وإطارات المؤسسة.

4- المؤسسات تختلف في طبيعة الملكية، الشكل واللغة الطباعة.

ونظرا لتعدد الشروط التي فرضتها طبيعة الدراسة، والتي لم تتوفر كاملة إلا في المؤسسة الصحفية هذه، وعلى هذا الأساس قمنا باختيار العينة وقد اعتمدنا على جمع البيانات والمعلومات فيما يخص موضوعنا هذا في ما يلي:

أ -الملاحظة: بمشاهدة الوقائع على ماهي عليه في الوقائع بهدف إنشاء الواقعة العلمية³ ولبلوغ هذه الغاية قمنا باختيار الملاحظة بالمشاركة وتعنى مشاركة الباحث للمبحوثين في أنشطتهم.

ب -الملاحظة بالمشاركة: إما أن تكون صريحة يعلن فيها الباحث أهدافه من المشاركة وإما أن تكون مضمرة ومستترة وهنا اعتمدنا على الملاحظة الصريحة واكتفينا بها لأنها قدمت مطالب البحث وأمكنتنا من التعرف على الأسباب التي تتعلق بأهمية التشخيص.

ج- المقابلة:استعنا في دراستنا بمقابلات مع عمال المؤسسة الصحفية وأساتذة متخصصين في علوم الإعلام والاتصال وبالأخص في اقتصاديات وسائل الإعلام.

وقد كانت الأسئلة بعضها مغلقة ومحددة تتعلق بأمور تشريعية في نصوص قانونية خاصة بقطاع الإعلام عموما، وأخرى مفتوحة وهي الغالبة أو المناسبة في رأينا وذلك في بحث والتماس آراء هؤلاء ومواقفهم المختلفة حول تسيير المؤسسات الإعلامية في الجزائر وإدارتها وطرق التحكم في التكاليف صناعة الصحافة، السحب، المرتجعات وعموم المشاكل العالقة بالصناعة الصحفية في الجزائر.

أولا الجزء النظري للدراسة :

سنتطرق في هذا الجزء إلى الأبعاد المؤسسة للصناعة الصحفية، خصائصها الاقتصادية و تكاليف صناعتهابالإضافة إلى العوامل المؤثرة في تكاليف الصناعة و أثر هذه الأخيرة على أداء المؤسسة الصحفية.

1-الصناعة الصحفية في الجزائر رهانات تحكمها مقومات مادية:

لقد أصبحت الصناعة الصحفية في الجزائر حقيقة موجودة وملموسة، حيث تحولت معها النظرة القائمة على أن الجريدة وسيلة إعلام لها أهداف اجتماعية، إلى نظرة اقتصادية مبنية على أساس ميكانيزمات السوق، كما تحول معها أيضا الشكل القانوني للمؤسسات الصحفية من الصفة الاجتماعية، إلى الصيغة الاقتصادية والتجارية، كما توسع أيضا مع هذا الشكل الجديد لطابع المؤسسات؛ توسع مسؤوليات الإداريين إلى التوفيق بين الأهداف المرتبطة بالمنظمة الاجتماعية لمنتجاتهم، وحتمية الظروف المزدوجة لنُدرة الموارد وانعدام البنية التحتية للقواعد التجارية لسوق الصحف.

أمام كل تلك التحديات فالصناعة الصحفية في الجزائر أصبحت بمثابة مشاريع استثمارية ضخمة تتطلب رهانات كبيرة تحكمها مقومات مادية وبنية اقتصادية خاصة، تمكنها من احتواء سير الإنتاج والإلزام بخصائص الفكرية والمادية للجريدة.

ومنه فإن هذه المشاريع الصحفية تطرح مشاكل عدة فيما يخص المتطلبات التالية:

أ- الخصائص المادية والفكرية للمنتج الصحفي وهي المتعلقة بمراحل الإنتاج وأهمية صيرورة الدورة الإنتاجية التي تسمح بتحقيق الصناعة المادية للجريدة وإعادة صنع محتوى يتضمن مقالات بتعداد كبير ومتجدد، متعلق بمجالات مختلفة سياسية اقتصادية رياضية⁴.

وطرق تحصيل المعلومات والمعطيات الناتجة عن أحداث محلية جهوية، وطنية، إقليمية ودولية كل هذا العمل يجب أن يتحقق ويتوفر كل 24 ساعة، إلا أن الجريدة لها مدة حياة محددة بمرحلة ما وتفقد قيمتها غالبا في بضع ساعات.

ب- الجريدة تعبر عن المنتجات النادرة لها ثمن إداري لا يتغير إلا نادرا: في الجزائر الثمن كان محددا بقيمة 10 دج منذ سنة 1996م وهذا الثمن نفسه تقريبا لكل اليوميات مهما كان سحبها وعدد صفحاتها ونوعية الورق وطبيعة الألوان المستخدمة إلى غاية سنة أواخر 2013 أين قررت معظم الصحف رفع سعرها حفاظا على الجريدة التي تعد مكسبا للساحة الإعلامية الجزائرية، ومن منطلق أن السعر المعمول به أصبح يشكل خطرا على توازن الجريدة نفسها. بسبب ارتفاع سعر طن الورق مقارنة بالسنوات الماضية. وارتفاع سعر الورق في السوق العالمية يقابله ارتفاع الضريبة، فضلا عن التدهور الذي عرفه الدينار، إضافة إلى ظاهرة التضخم. لاسيما مشاكل الأطراف الأخرى التي تتعامل مع المؤسسة على غرار الموزعين، فإن هؤلاء يوجدون بدورهم في وضعية لا يحسدون عليها، بسبب ارتفاع تكاليف النقل، ورواتب العمال، وحتى سعر البنزين ليس هو نفس السعر مقارنة سنة 1996م، وفي خضم كل هذا فضلت صحيفة الشعب البقاء بنفس السعر مازاد من تساؤلاتنا.

ج - الملاحظ أن الجريدة تملك نوعين من المساحات مساحة مخصصة للتحليل الصحفي ومساحات سوداء مخصصة للإشهار، فما قيمة الإشهار بالنسبة للصحف في الجزائر؟ ما أثره على مدا خيل الصحف وميزانياتها.

تعد صناعة الصحافة واحدة من أقوى البنيات الصناعية التي يؤسس لها العالم في الوقت الراهن ومصدر قوتها يكمن ليس فقط في تلك الأموال الهائلة التي تستثمر فيها، بل أيضا في التأثير الخطير الذي تلعبه على مستوى الأفراد والجماعات، والحكومات والأنظمة⁵.

إذ تقوم الصناعة الصحفية على مبدأ تحويل المعلومة إلى سلعة قابلة للتسويق والاستهلاك فائدتها الإنتاجية تشكيل محتوى خطابي، ودعامة إنتاجها استخدام المواد الأولية اللازمة، وتشغيل الأجهزة الخاصة بذلك، بهدف تحقيق موضوع إنتاج صناعي.

فقطاع صناعة الصحافة لا يمكن أن يقارن بسهولة مع القطاعات الصناعية الأخرى، فإن كان من المستطاع أن نقارن جمع الأنباء، إدارة التحرير، والإخراج بدوائر ومختبرات مؤسسة صناعية كلاسيكية، فإننا نجد الأولى أهميتها نسبية، لا تفوق بكثير أهمية الثانية في تهيئة الإنتاج⁶ حيث يظهر الفرق أكثر وضوحا بين صناعة الصحافة والصناعات الأخرى، من خلال تلك المميزات التي تنفرد بها الصحافة، كإنتاج صناعي وخدمة عامة في نفس الوقت، فهي مقياس الحرية ومؤشر ديمقراطية أي دولة.

2- الأبعاد المؤسسة للصناعة الصحفية:

تحتاج الصناعة الصحفية إلى استثمارات عالية وضخمة، وإلى تجهيزات تكنولوجية هامة وكذلك إلى خبرات بشرية، وعلمية عالية المستوى.

كما لا يمكن نمو هذه الصناعة دون فتح أسواق للبضاعة الإعلامية، ودون أن يتوفر المستهلك على حد أدنى من الإمكانيات المادية⁷ وهذا ما يتفق مع معايير الصحيفة الحديثة التي حددها أوتوجروت عام 1968م، التي تتمثل في دورية الصدور، الطباعة الآلية، وأن تكون متاحة للجميع مع تنوع المضمون وملاحظة الأحداث الجارية⁸ حيث تمثل هذه الحقيقة منعطفا مهما، حول الصحافة المكتوبة إلى صناعة ضخمة بما تحتويه من إمكانيات مادية، بشرية وتنظيمية.

هذه المعايير والأسس التي وضعها أوتوجروت (سنة 1968م)، تعود إلى انتقال الصحافة من عهد صحافة الرأي والدراسات الأدبية، إلى صحافة الخبر بالدرجة الأولى، ويمكن استخلاص هذا التطور والانتشار الهائل للصحافة المكتوبة عن طريق استظهار ثلاثة أبعاد رئيسية :

أ- البعد التقني (التكنولوجي)

بداية من القرن التاسع عشروحتى أوائل القرن العشرين، شهدت الصحافة المكتوبة نهضة متواترة على

الصعيد التقني، وبفضله انتقلت الصحافة من الصحافة التقليدية إلى الصحافة الحديثة ذات السحب الكبير، وقد جاء هذا الانتقال السريع من خلال تلاحم ثلاثة عوامل ذات علاقة متكاملة.

تطور الطباعة: إن التقنية المستحدثة للطباعة، عن طريق الأحرف الرصاصية المتحركة، والمحاولات التي قام بها Gutenberg ثم Rounodo مؤسس الكزيتة، كانت الخطوات الأولى المؤسسة للصحافة المطبوعة، التي مهدت لميلاد مجلات علمية، أسبوعيات سياسية وثقافية، كانت بداية ما يسمى بالصحافة الأدبية⁹

ما بين القرنين السابع والتاسع عشر، والتي مكنت ولو نسبيا من إخراج التواصل عبر المكتوب، من حدود الجماعات الدينية و السياسية.

حيث مكن هذا الاكتشاف من إمكانية طباعة عدد كبير من النسخ للعدد الواحد، وأعطى اثر بالغ على مستوى الانتشار، وسهولة وصول الصحافة إلى عدد كبير من القراء، بالإضافة إلى ما توفره الطباعة من جهد، وقت وتكاليف.

تحسين وسائل النقل و شبكة الطرقات: لقد نتج عن الثورة الصناعية، انفراجا كبيرا في قطاع النقل، من حيث تحسين وسائل النقل البري خاصة النقل عبر السكك الحديدية، كما فعلت الملاحة البحرية والجوية من تسهيل حركية المادة الأولية من وإلى المصانع، فتح معابر التسويق، توسيع عملية التوزيع والانتشار السريع معتمدة على تلك التقنيات المستحدثة بخاصية الوفرة، السرعة، والتي سهلت عملية وصول الصحف إلى أبعد النقاط في أسرع وقت ممكن.

تطور البريد و المواصلات: إن استحداث هيئات البريد والمواصلات في نهاية القرن الخامس عشر وأوائل القرن السادس عشر تعتبر من أهم العوامل التي دفعت الصحافة إلى الأمام، بل و مهدت في كثير من البلدان لظهور صحف واسعة الانتشار.

ففي فرنسا مثلا: أقيمت الخدمات البريدية عام 1424م، أثناء حكم لويس الحادي عشر وفي إنجلترا أقيمت هذه الخدمات عام 1478م، في عهد إدوارد الرابع، أما في ألمانيا فقد وجدت عام 1506 م¹⁰

لقد أتاح وجود الخدمات البريدية سرعة وتنظيم وصول الصحف إلى المشاركين فيها إضافة إلى الدور الذي لعبته هذه المرافق في تنظيم وصول الأخبار من مختلف أنحاء العالم إلى مقر الصحيفة.

كما نتج عن وجود وتطور الخدمات البريدية خلق اهتمام مشترك، بالكثير من الأخبار والقضايا والأحداث، ليس داخل البلد الذي تصدر فيه الصحف فقط، وإنما على المستوى الدولي ككل.

إن تطور صناعة الصحافة، إذ جاء من الجانب التقني بناء على التزاوج بين تقنيات الصناعة وتحسين وسائل النقل وشبكة المواصلات، وكذا التنظيم الذي عرفته خدمات البريد والمواصلات، كل هذه العوامل

كان لها الفضل الكبير، في بداية ظهور الصحف الدولية المؤسسة على شكل مؤسسات صغيرة لإنتاج الصحف.

ب-البعد السياسي

لقد ارتبطت الصحافة المكتوبة بالبعد السياسي في العملية الاجتماعية، و هنا يمكن طرح رؤية أكثر وضوحا، لشرح جدلية علاقة تطور الصحافة والبعد السياسي.

حسب جوديث لآزار فان الصحافة تطورت ببطء في المجتمعات التي تميزت أنظمتها بالقوة المركزية، كبريطانيا وفرنسا حيث أن البلدان التي كانت فيها السلطة المركزية ضعيفة، فإن الصحافة عرفت تطورات سريعة كالولايات المتحدة الأمريكية، وأن الأفراد العاديين يقومون بدور فاعل في تحديد مصيرهم السياسي خاصة أن توزيع انتشار الأخبار، والآراء السياسية يصبح تجدد لصيرورة سياسية ذات دلالة في المجتمعات المركزية.

و هم الذين عرفوا تطورا سريعا للصحافة كعامل للنقاش العام، ومشاركة المواطنين، بينما المجتمعات التي وجدة فيها الحكومة مركزية وسلطوية، فإن النقاش العام بمشاركة المواطنين، لا يبلغ تلك الأهمية في كثير من البلدان، فطبيعة الصحافة مفروضة من طرف السلطة، حيث نجد أن نشر الأخبار يكون موافقا لهذه السلطة، ونجد أيضا أن هذه الأخيرة تتحكم في مضامين الصحف.

الصحافة بين حق الاحتكار وسيطرة الدولة:حدد فرانسيس بال؛ أساسين أثرا في نشوء الصحافة المكتوبة، يتمثل الأول في ظهور الرأي العام كحقيقة، والثاني ممثلا في قيمة وتأسيس الدولة، مستندا في ذلك إلى أفكار هوبز (Hobbes)، و جون لوك (John Locke)، وإمّنوال كانت (E. Kant)، حيث يرى أن الفيلسوف: هو من يثير الأفكار ويعطيها أبعادها، فالحقيقة هي في الاتفاق العام.

ومن ثمة فالإعلام هو الوسيلة الناجعة للتعبير، كما برز في البرلمانات هذا النظام الذي يعم المعمورة بأشكال مختلفة، وتبنى أهمية هذه التنظيمات في تأسيس ومواصلة السير بين الرأي العام والقانون مع إظهار الفارق الموجود بين الدولة والرأي العام والقانون، حيث أن إصرار الدولة على احتكار الصحف واستخدامها كوسيلة لبسط النفوذ وكبت الحريات الفكرية وسعت ممارسة النشاطات الفكرية والسياسية¹¹.

وهكذا وضعت الصحافة في محك الصراع القائم بين الحق في الاحتكار والسيطرة من طرف الدولة، حرية العمل والممارسة من طرف الناشطين في ميدان نقل الأخبار، وهذا ما أبقى الصحافة ولمدة طويلة بين أيدي رجال التأثير، واستعمالها لخدمة سلطتهما الخاصة إذ في كثير من البلدان نجد أن طبيعة الصحافة مفروضة من طرف الدولة¹ ونشر الأخبار يكون موافقا لهذه السلطة وبدون تعليق، أو تفسيرات إيديولوجية.

لما كان نمو الصحف راجعا إلى الرابط الصناعي، والخضوع للصراع من أجل الحريات السياسية وعلاقة السلطة بالصحافة المكتوبة، وطبيعة السلطة العمومية في منظور استغلال المؤسسات الناشرة، شكلت تلك العلاقة قاعدة مهمة لفهم اقتصاديات صناعة الصحافة، خاصة و هي واحدة من أهم مفاهيم دور الدولة في اقتصاد الصحافة، والتي سطرت خطوط التشريع القانوني للمؤسسات الصحفية، والذي يعكس بدوره التطور السياسي لحرية الصحافة، وينعكس كل هذا على دور الصحافة في المجتمع.

ج- البعد القانوني

لقد حدد فرانسيس بال (Francis Balle)، فيما أسماه بنماذج الصحافة العلاقة الموجودة ما بين الصحافة، والسلطة، التي تتصف بعلاقة نوعا ما ضيقة، تلك العلاقة التي تنظم المؤسسات الصحفية مهما كان تحديدها بالقوانين الوطنية، وتوضع بالتوازي مع تصور الدولة لاقتصاديات الصحافة.

3- الخصائص الاقتصادية للصحافة المكتوبة:

تخضع مؤسسة الصحافة المكتوبة لنفس الملامح العامة مع المؤسسات الأخرى، وكذا خصائص محيطها، ولكنها تملك عددا معينا من الالتزامات الخاصة بها، والمميزة لها عن باقي القطاعات.

إن الطبيعة المزدوجة للمنتج الصحفي، تجعل من الجريدة واحدا من المنتجات النادرة التي تملك قيمة تجارية واجتماعية، لأن قبل كونها منتج صناعي تجاري، الصحيفة كذلك منتج فكري يؤدي وظيفة اجتماعية، الإعلام، التسلية، التثقيف،.... وكل تلك الوظائف تعتبر صناعة رأي.

أيضا الصحافة المكتوبة في بعض الأحيان تعتبر مؤشر لديمقراطية أمة ما، كما أن الدورة الإنتاجية للجريدة تمر بدورها بمراحل تتطلب تدخل عوامل إنتاج ضرورية مثل المواد الأولية، رأس المال، للوصول إلى منتج نهائي يكون بعدها موضوع التوزيع والاستهلاك في المحتوى، و يخضع إلى محيط تنافسي على مستوى السوق.

تعتبر الجريدة سلعة صناعية حيث تمر بمجموعة من التحويلات في العملية الصناعية، التي تحتاج إلى تدخل ثلاثة عوامل لإنتاج، معروفة في العلوم الاقتصادية - العمل "اليد العاملة"، المواد الأولية " ورق، حبر"، رأس المال "الاقتصادي، التمويل"- حيث تمثل هذه العوامل الثلاث مجتمعة السند الأساسي للحصول على المنتج التام.

أين تبقى فيما بعد مرحلة التوزيع، وإيصال المنتج إلى أماكن البيع في سياق محيط اقتصادي تنافسي، يقوم على إرضاء القراء الحقيقيين، والمحافظة عليهم واكتساح طبقة جديدة من القراء والمستهلكين عن طريق استحداث إستراتيجيات للتسويق تختلف من مؤسسة إلى أخرى.

وتعتمد المؤسسة الصحفية في ذلك على تقنيات الاتصالات السلكية واللاسلكية، الإعلام الآلي، وشبكة

الانترنت، المطابع الجديدة، التحسين في نوعية الورق، والحبر والألوان المستخدمة.

بجانب هذا التطور التقني، أظهرت صناعة الصحافة المكتوبة مرونة للتأقلم مع المميزات الجديدة للطلب، وهذا عن طريق تحسين عرض الجرائد بصورة كبيرة، وبتنوع محتواها، وبرفع عدد صفحاتها دون تغيير في سعر البيع، ومع أن الجريدة لا تستهلك بالمعنى المادي بأحق الكلمة، فإن قيمتها تقل بمجرد قراءتها.

حيث أن قيمة الورق، والحبر التي اشتراها القارئ ليست إلا تعليبا بسيطا لما تحتويه الصحيفة، وبصفة عامة نجد أن منتج الصحافة المكتوبة يقوم بثلاثة وظائف اقتصادية، وهي كالتالي:

1- وظيفة التخزين: يقوم الورق والحبر بوظيفة هامة جدا، وهي تخزين المحتوى وضمانه ونقله من المنتج إلى المستهلك.

إذ هو بمثابة الغلاف والعلبة الحاوية للمحتوى، حيث تنتهي قيمة هذا الغلاف بمجرد استهلاك المضمون وقيمة الورق والحبر في الصحف أقل أهمية من المضمون لكنها أكثر تكلفة في عملية الإنتاج، وهي ميزة تتميز بها صناعة الصحافة عن باقي الصناعات الأخرى¹².

فليس بالإمكان، أن نجد صناعة اقتصادية أخرى يفوق ثمن العلبة القيمة المادية للمنتج أو يفوقه تكلفه، كما أن استرجاع الورق عملية ممكنة لكنها صعبة، وجسورة من جهة؛ أن الموزع لا يقدم ضمانات على الاسترجاع، مثل المنتجات الاقتصادية الأخرى التي تعتمد على إعطاء أغلفة جديدة أو ضمانات مالية أثناء التوزيع.

ومن جهة أخرى فإن الجرائد الموزعة لا يمكن الحصول عليها لأنها تستعمل لأغراض أخرى، أو أنها تهمل، نظرا لانخفاض أسعار قبول المسترجعات، وهذا ما يؤثر على ارتفاع أسعار الورق تكلفة في عملية الإنتاج، وهي ميزة تتميز بها صناعة الصحافة¹ عن باقي الصناعات الأخرى.

2- وظيفة التسويق: إن وظيفة التسويق أساسية في الصناعات الصحفية، وذات أهمية بالنسبة للتوزيع والمنافسة من أجل كسب عدد أكبر من القراء للجريدة، ولا تقتصر هذه الوظيفة على المضمون فحسب بل تتعدى ذلك إلى الدعاية، حيث تحدث تعديلات جمالية مثل الألوان، الحجم، الإخراج، نوعية الورق، والحبر المستخدم وذلك بمتابعة أذواق القراء وجلب مستهلكين للمنتج وتلبية رغباتهم الفكرية والمادية.

3- وظيفة الدعم: تتولى المؤسسات الصحفية وظيفة دعم وتشجيع المقروئية، وهذا لتسهيل انتشار الصحف عن طريق اختيار الأحجام المناسبة، وعدد الصفحات، التي تمكن من سهولة الحمل والمطالع وكذا اختيار الألوان والصور المثيرة والمحفزة للانتقاء، وبهذا تسمح الصحف بانتشار ثقافة

الجريدة، وترسيخ قيمها في المجتمع، والتمرن على المطالعة، نظرا لما توفره الدعاية من وقت كاف، وحجم يسهل من عملية الاحتفاظ بها، والعودة إليها في أي وقت ومكان.

4- تكاليف صناعة الصحافة:

إن كلمة تكاليف بمفردها لا تعني الكثير، إذ يجبان يضاف إليها صفة توضح طبيعتها أو المقصود بالتكلفة، ذلك أن التكلفة مقياس للتضحية الاقتصادية التي توفرها المؤسسة في عنصر من عناصر الإنتاج حيث تفهم التكلفة حسب المعيار المحدد لها أو المفردة الموجهة إليها.

بناء على ما سبق يمكن تعريف تكاليف صناعة الصحافة على أنها:¹³

مجموع تشغيل نشاط الصحافة المعبر عنها بوحدة النقد، المدفوع نقدا أو المتمثل في بعض الأصول المستنفذة، أو التزام قائم متعلق بخدمات أو بضائع تم الحصول عليها، أو انه في المتوقع الحصول عليها، والتي تتحملها المؤسسة الصحفية على مستوى عمليات الإنتاج الفكرية أو المادية، حسب الطاقات التشغيلية للمؤسسة الصحفية، وأساليب عمله، وأنماط توزيع منتجاتها.

فكل مؤسسة صحفية تملك حالة خاصة في حسابات تشغيلها، وإن توزعت عدة عناصر إنتاج مختلفة على الأنشطة ذاتها، وذلك وفقا لمجموعة من العوامل التي تؤثر سلبا أو إيجابا على مصروفاتها.

5- العوامل المؤثرة في تكاليف صناعة الصحف:

توجد هناك عدة عوامل تتحكم في رفع أو تخفيض التكاليف الصناعية للصحف في مسلك الدائرة الإنتاجية، انطلاقا من قسم التحرير، وصولا إلى المستهلك يمكن أن نذكر منها:

1- نوعية المادة التحريرية التي تقدمها الجريدة، حسب نوعية الجمهور المستهدف كأهم عنصر في تحديد اتجاهات تسويق الصحيفة و سياستها الاشهارية.

2- الكمية التي تتم طباعتها وسحبها، وعدد صفحات كل نسخة مطبوعة.

3- طرق الطباعة، ونوعية الورق المستخدم.

4- حملات الترويج التي تقوم بها المؤسسة، وأنماط وأشكال التوزيع المستخدمة.

فالعلاقة بين التحرير، والتوزيع، والطباعة تكفل أن تكون الصحيفة في موعدها، حيث يتحول الوقت إلى تكلفة تفرضها السرعة في إعداد الصفحات، موادها التحريرية، إخراجها وطباعتها في الوقت المناسب وعلى نحو محسوب بما يكفل للتوزيع أن يصل في الوقت المناسب إلى أيدي القراء.

وتجنب الكساد والمنافسة التي تفرض النوعية، والجودة في المنتجات باستخدام أساليب فنية مميزة، بوجود المواد، الورق، الحبر..... مما يؤدي إلى رفع التكاليف.

إن المواد التحريرية قد تتسبب في مأزق ومشاكل قانونية تنتهي بإصدار أحكام قضائية بها ضد الصحيفة والتي قد تتكبد مبالغ طائلة¹⁴ حيث تتأثر تكاليف صناعة الصحف بالعوامل السابقة سلباً أو إيجاباً، حسب أساليب وطرق تسير المؤسسة الصحفية، وإستراتيجية إدارة التكاليف وسبل معالجتها والتحكم فيها، عبر عناصر تكاليف كل نشاط (التحرير، الطباعة، التوزيع الإشهار).

فواقع الجريدة إذن هو أن الصحافة عبارة عن خدمة أكثر مما هي سلعة كماتساهم محاسبة التكاليف في فهم أهم المشكلات التسويقية، التي تواجه إدارة الصحيفة عند قياسها بنشاط تسويق المساحات الاشهارية للمعلنين، وكذا تسويق الصحيفة ذاتها كم تعتبر الركيزة الأساسية في إعداد الموازنات التخطيطية بهدف إكتشاف عوامل الإسراف والقضاء عليها واكتشاف عوامل التوفير والمحافظة عليها وتشجيعها.

تشير اقتصاديات صناعة الصحافة إلى أن عائدات التوزيع الصحفي لا تكفي لتغطية تكاليف الإصدار في ظل عدد معين من الصفحات، ومن هنا تلجأ الإدارة الصحفية للقيام بعدد من الأنشطة، كبيع المساحات الاشهارية، بأكبر حجم ممكن لضمان مداخل أوفر، والقيام بأعمال وأنشطة إضافية طباعة، توزيعية وغيرها من الأنشطة التي تضمن مداخل إضافية .

6- أثر تكاليف الإنتاج على أداء المؤسسة الصحفية :

إذا كانت الكفاءة هي علاقة بين النتائج أو المنتجات المحصلة بالأداء والوسائل المستعملة وتكاليف ذات الطبيعة المختلفة اقتصادية بسلوكية... إلخ. فإن هذه العلاقة تكلفة /أداء تعتبر ذات معنى خاصة في المقارنات بين أكثر من مؤسسة من نفس الفرع الاقتصادي فضائياً، وفي أزمنة مختلفة تنشط في نفس الديناميكية حيث نجد أن أداء المؤسسة يساوي القدرة في الفعالية.

7- القدرة و الفعالية في المؤسسات الصحفية:

تتطلب المدارس السلوكية من تحديد قانون لتقييم الأداء بحيث يأخذ هذا القانون مجموع الوسائل الممكن استخدامها (المادية والبشرية) لتحقيق ناتج معين وهذه الوسائل المستخدمة تعتبر تضحية أو تكلفة يجب صرفها من أجل تحقيق ذلك الناتج، غير أن هذه التضحية تعتبر دون جدوى إذا انفصلت على الرغبة أو المحفزات الممنوحة من أجل خلق تلك الرغبة، والمعبر عنها بالفعالية.

إن القدرة في المؤسسة الصحفية تتمثل في إمكانية تحمل المؤسسة للمتطلبات الصناعية والمهنية، تلك الإمكانيات أو القدرات التي يجب أن تتوفر وتتضافر حسب خصائص الصناعة الصحفية.

والصحافة كمهنة لها أصولها، قواعدها، نظرياتها الأساسية وتطبيقاتها لاحتوائها على الفنون التي تستقطب جمهور القراء، وتحتاج إلى متخصصين في مختلف المجالات العلمية الأدبية، الثقافية الاجتماعية،

مطابع، أجهزة قيمة ومواد تشغيلية لتحرير الأخبار، المقالات الإخراج، الإدارة، التوزيع والإعلان.

وبالاستخدام الأمثل للإمكانات المتاحة بمجهودات المتخصصين تظهر الصحيفة المطبوعة في مستوى معين تدعمها قوة المركز المالي والأدبي والثقافي للمؤسسة التي تصدرها، وللصحافة رسالة لا تقف عند حد البحث عن الخبر أو المقال لكنها تتعداه إلى التقويم والتثقيف وخدمة الصالح العام وقيادة المجتمع إلى ما هو أفضل¹⁵ ويمكن تلخيص مستوى القدرات أو المتطلبات التي يجب أن تضمنها المؤسسة الصحفية كمستوى الأمان قصد توفير الإمكانات اللازمة لذلك، وتعد هذه المتطلبات مؤشر قياس قدرة المؤسسة الصحفية:

- 1- توفير عناصر الإنتاج المعروفة، رأس المال، والعمال، التنظيم.
 - 2- تحديد التوازن بين ضخامة رأس المال الذي يتطلبه الصناعة الصحفية، وتأثيراته في مدى ما تتمتع به حرية المؤسسة، وتأثيرات المؤسسة بدورها في الناحية الإدارية للمنشأة ومحيطها الخارجي.
 - 3- قدرة المؤسسة على المنافسة في السوق، وأن تصدر قبل الصحف الأخرى، وأن تقدم الموضوع الصحفي كخدمة كاملة.
 - 4 - القدرة على فهم العلاقة الموجودة بين القارئ وصحيفته، وهذه العلاقة تقوم على أساس إحساس الأول بأن الصحيفة يجب أن تقدم خدمة مستوفاة في حدود أقصى الإمكانات البشرية والمادية، وحكم الثاني بالرضا على ما تقدمه الصحيفة.
 - 5- يشكل الصحفي العنصر الأساسي في صناعة الصحافة، فهو المسؤول عن جمع المعلومات ومراجعتها واستكمالها وصياغتها، ولذلك ينبغي على الصحفي أن يكون واسع الثقافة وعلى جانب كبير من اللياقة ومعرفة نفسية الجمهور، وفهمه لمسؤولياته وما يترتب عليها من واجبات وما ينبغي أن يتمتع من كفاءات وقدرات.
- وفي الأخير نستخلص أن المؤسسة الحقيقية يجب أن تتمتع بقدرات مادية ومعنوية تقوم على أساس رأس المال العامل وما تتيحه من فرص المكانة والتشغيل وملكات فكرية وخبرات الصحفيين، وهذين العاملين هما نقطة الأساس في المؤسسة الصحفية.

أما الفعالية في المؤسسة الصحفية كنظام يمكن أن تعرف باستعدادها للبقاء للتكيف للاحتفاظ بنفسها ونموها، باستقلاليتها عن الوظائف التي يؤيدها، حيث نجد نفس المعنى يعبر عنه بفعالية الأداء، ويقصد بفعالية الأداء مدى نجاح نظام المؤسسة في تحقيق الأهداف التي قام من أجلها حيث أن أهداف النظام لا يقتصر على تحقيق هدف الكفاءة بل تشمل أهداف البقاء والنمو والمردودية والتكيف وبالتالي فهي تشمل كل من الأهداف الإستراتيجية والأهداف التكتيكية.

ثانيا الجزء التطبيقي للدراسة :

سننظر في هذا الجزء إلى التكاليف الصحفية لصحيفة الشعب الجزائرية والتي تعتبر من اكبر المؤسسات الصحفية العمومية انتشاراً وأقدمها نشاطاً في مجال الصناعة الصحفية حيث ركزنا في هذه الجزئية، على الإطار التاريخي والقانوني الذي يعتبر البنية التحتية في التأسيس، ثم انطلقنا إلى دراسة الوضعية الاقتصادية والمالية الخاصة بالمؤسسة متتبعين في ذلك الخطوات الخاصة بإدارة المؤسسة وتسييرها.

وعلى الرغم من البعد التاريخي و الاقتصادي لنشاط هذه المؤسسة في مجال الصناعة الصحفية فان الكثير من التساؤلات والمبهمات تبقى غير واضحة خاصة حول المكانة التي تحتلها هذه الأخيرة.

1-تعريف مؤسسة جريدة الشعب:

تعتبر جريدة الشعب، أول جريدة تصدر باللغة العربية بعد الاستقلال، هذا إذا استثنينا جريدة - ALGER REPUBLICAIN ذات الاتجاه الشيوعي التي استأنفت الصدور فيجويلية1962وبموجب قرار حزبي يوم 11 ديسمبر 1962م وبعد مرور حوالي الشهرين من صدور الشعب باللغة الفرنسية ظهرت جريدة الشعب باللغة العربية رسمياً¹⁶، جريدة الشعب تترأسها المديرة العامة مسؤولة النشر أمينة دباش، تصدر في حجم متوسط بطول 58 سم وعرض 43 سم وعلى طول ثمانية أعمدة عرض العمود الواحد 4.5 سم،توزعها الشركة الوطنية للنشر والتوزيع،تباع حالياً بسعر 10.00 دج عوض سعر 2.50 دج سنة 1992 وتعتبر جريدة الشعب أول جريدة دخلت عصر الجمع التصويري لكامل صفحاتها ،مع بداية يوم 26 ماي 1986 ،أما عن السحب فالجريدة تعتمد على آلة الأوفست بعد أن ظلت ولمدة 23 سنة تسحب بآلة الروتاتيف RETATIVE وأمتد سحبها انطلاقا من سنة 1991 بـ75000 نسخة يوميا ،بعد ما كانت تسحب 140000 يوميا لتصل إلى ما يقارب 100000 نسخة يوميا وتقدر مرتجعات جريدة الشعب بـ،30% وهي نسبة مرتفعة جدا بالموازاة مع سحبها بعدما كانت 25% سنة 1991 و12% قبل سنة 1988 ، وحاليا راس مالها يقدر ب 12600000000دج.

2-ميزانية مؤسسة جريدة الشعب:

أما ميزانية المؤسسة فهي تمثل بيع المشتريات التي تصدرها لمؤسسة وعائدات الاشتراكات ومبالغ الخدمات التي يؤديها المؤسسة للإشهار،حيث أنها تخصص معدل 08 صفحات يوميا للإشهار عكس ما كانت عليه سنة 1991م،تخصص معدل04 صفحات بالإضافة إلى مساعدة الدولة.

وأثناء تطبيق عملية النشاط المالي لسنة 2015م لاحظنا النقاط التالية:

- 1-رفع قيمة الاحتياط الموجود
- 2-وضع المستخدمين على مستوى التكوين عن طريق إعادة الرسكلة والملتقيات
- 3-تطبيق الإجراءات التسيير بالتعاون مع مكتب الخبرة
- 4-تحصيل تقنيات الإعلام الآلي في الإدارة والتحرير والقسم التقني
- 5-تحصيل سيارات لخدمة النقل
- 6-تطبيق القواعد الجديدة للتقاعد مع المراسلين والمشاركين في الجريدة

وقد تمكنوا خلال هذه الدورة المالية للجريدة من تسجيل النتائج والمؤشرات التالية:

وصل رقم الأعمال إلى 15858289583 دج فيما حددت القيمة المضافة ب 122909809.24 دج
أما نتيجة الاستغلال قدرت 75256530.22 دج وخارج الاستغلال وصلت إلى 11222531.05 دج
وتمثلت النتيجة الصافية في 86479061.27 دج وبلغت ديون العمل 269523806.06 دج وديون
الاستغلال 186234124.34 دج.

ويبين الجدول التالي نسبة الإشهار المحقق في المؤسسة الشعب خلال ثلاث سنوات متتالية، بداية من سنة 2013/2014/2015

المؤشرات	2013	2014	2015
رقم الأعمال الجمالي المحصل عن طريق الإشهار	77909206	86008518	153439151
المحصل مع الشركة الوطنية لنشر والإشهار	61569067	66974758	144352840
خارج الشركة الوطنية لنشر والإشهار	16340139	14033.760	90680261

جدول يبين نسبة الإشهار المحقق في صحيفة الشعب خلال ثلاث سنوات متتالية

3- سحب جريدة الشعب:

تسحب مطبعة الوسط (SIA) 1443998 نسخة، مطبعة الشرق (SIE) 1285100 نسخة، مطبعة الغرب (SIO) 630334 نسخة، مطبعة الجنوب ورقلة وبشار (SIA) 440223 نسخة.

عدد نسخ طبعات الجريدة المباعة خلال سنة 2015 تقدر 594717 تمثل مجموع 18% بالنسبة للسحب ومتوسط المبيعات اليومية الذي يمثل 1908 نسخة، متوسط السحب اليومي 10770، متوسط المرتجعات اليومية 8862 ويعود سبب تدني المبيعات إلى سوء الرقابة على شبكة التوزيع انعدام المداومة من طرف القراء وهذا راجع إلى تعدد العناوين على مستوى السوق الصحافة المكتوبة وكذلك الطباعة السيئة والوصول المتأخر للجريدة إلى القراء، كل ذلك أدى إلى خسارة كبيرة على مستوى المبيعات.

4- إشهار جريدة الشعب:

الجريدة حررت 3120 صفحة اشهارية في سنة واحدة يعني متوسط 10 صفحات في اليوم والعدد الواحد، هذا التحليل يعرف المداخل الاشهارية التي تعوض بطريقة أو أخرى النتائج المسجلة في مبيعات الجرائد بنسبة للنتائج المحصلة من الإشهار تعرف كذلك المتعامل المميز الشركة الوطنية للنشر والإشهار الذي يحصل 91% من الرقم الإجمالي للإشهار فعدد صفحات الإشهار في السنة 3120 وعدد الأعداد المنتجة هو 312 أما عدد الصفحات في العدد 10، نسبة الحيز الاشهاري في العدد 32% .

والتوزيع التحليلي لسعر العائدات بالوحدة لنسخة المباعة بالدينار هو سعر العائدات: 6.5 دينار وسعر البيع الموزع: 7 دينار أما سعر البيع فهو 10 دج.

الهامش الموزع زائد البيع بالتجزئة 3 دينار هامش النشر 0.5 دج نلاحظ أن قيمة المصاريف توزيع تساوي ¼ من المصاريف الجريدة إضافة إلى أن مصاريف النشر تقدر بـ 0.5 دينار جزائري.

الخاتمة

مرت الصناعة الصحفية بعدة متغيرات، سياسية، اقتصادية اجتماعية ومهنية أثرت من قريب أو من بعيد، سلبا أو إيجابا على تطور المؤسسات الصحفية، حيث لاحظنا أن:

المنتج الصحفي ليس كباقي المنتجات الأخرى، فهو منتج اقتصادي شديد الحساسية للمؤثرات الداخلية للمؤسسة، والمؤثرات الخارجية الخاصة بمحيط نشاط الصحافة المكتوبة، وترجع هذه الحساسية الاقتصادية لطبيعة المنتج الصحفي، حيث نجد تفاعل البنية الداخلية للمؤسسة الإدارية منها أو الصحفية، مع الخصائص الاقتصادية للمنتج الصحفي بين ما هو فكري وما هو مادي، أين نجد ازدواجية المنفعة المادية بالنسبة للمؤسسة والمنفعة الفكرية بالنسبة للقارئ، حيث تمثل المسافة الموجودة بين القارئ والمؤسسة جدلية الصراع والضغط بين رجال المال، السلطة، والسياسة.

هنا يبدأ تعاظم دور الإشهار والدعم المالي بالنسبة للمؤسسة الصحفية، وسلطة الرقابة والضبط بالنسبة

للدولة، وبين المال والرقابة تظهر الصناعة الصحفية.

أما فيما يخص الإدارة والتكاليف، فقد توصلنا إلى أن المؤسسات الصحفية لا تملك إدارة قوية تعمل في تنظيم محكم يحمل صفات المؤسسات العصرية. التي تتتبع مسار الدورة الإنتاجية للمنتج الصحفي داخل صيرورة مسلك التكاليف.

وقد ظهرت هشاشة الإدارة الصحفية في المؤسسات الصحفية الجزائرية، من جهة أن معظم المؤسسات لا تملك تنظيم خاص بها، ولا قسم خاص بالمحاسبة، ولذلك كان من الصعب تتبع التكاليف في المؤسسة الصحفية ومنه دراسة اثر هذه التكاليف على أداء المؤسسة الصحفية.

ولما كانت التكلفة هي المعيار الحقيقي لقياس الأداء فقد لاحظنا أن تكاليف الصناعة الصحفية في الجزائر هي تكاليف مرنة صعبة القياس خاصة تكاليف التوزيع التي تشكل العبء الأكبر على عاتق المؤسسة الصحفية من حيث المرتجعات.

قائمة الهوامش:

- ¹ محمد شفيق، البحث العلمي، الخطوات المنهجية للإعداد البحوث الاجتماعية، الإسكندرية، 1988، ص 80.
- ² - صالح بن بوزة، مناهج بحوث الإعلام: التطبيقات المختلفة وبعض القضايا الخلافية، المجلة الجزائرية للاتصال، الصادرة عن معهد علوم الإعلام والاتصال، العدد 11 و 12، ربيع/صيف 1995م، ص 51 و 52.
- ³ - أندري فيجربين، د. وبيمان، دروس الفلسفة المنطق، بدون سنة نشر، ص 72-79.
- ⁴ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتاب للنشر و التوزيع، ط3، القاهرة مصر 2003، ص 189.
- BATRICK LE FLOCH, NATHALIE SONNAC, Economie de presse, éditons la découverte, paris 2000, P4.
- ⁶ - بيار البار، ترجمة محمد بجاوي، الصحافة، منشورات عويدات، بيروت لبنان، ط1، سنة 1970م، ص 30.
- ⁷ - المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الصناعات الإعلامية و الاتصالية في الوطن العربي، تونس 1993م، ص 25.
- ⁸ - محمد علم الدين، أميرة العباس، إدارة الصحف واقتصادياتها، مركز الدراسات العربية، القاهرة، ص 13.
- ⁹ - جان بيير قارنبيي، عبد الخليل الازدي، عولمة الثقافة وأسئلة الديمقراطية، القصة للنشر، الجزائر، 2003 ص 23.
- ¹⁰ Frederic barbier, Catherine lavenirbertho, histor des medias; 2ème edition, armond Colin, Paris, 2000. p17
- p134.
- ¹¹ -BATRICK LE FLOCH; NATHALIE SONNAC; Economie de presse, op. cit, p7 p8-
- ¹² - فرانسيس بال، ت الصغير بن عمار، فضاء الإعلام، سلسلة الدراسات الإعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1999م، ص 197.
- 13 G.gouezel, in média 1900-2000, l'harmattan, 2000, p32.
- ¹⁴ أحسن جاب الله، محاضرات مقدمة لطلبة الماجستير، دفعة 2004-2005، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
- ¹⁵ - ليلى عبد المجيد، محمود علم الدين، تقنية الكتابة الصحفية و التحرير، القاهرة، 1991م، ص 89- محمد الفيومي محمد، أصول محاسبة التكاليف، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، 1988م، ص 13.
- ¹⁶ - صليب بطرس، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1974، ص 34-35.
- ¹⁷ - صالح بن بوزة، السياسة الإعلامية الجزائرية سن 1992 إلى 1982 مع دراسة تحليلية للأخبار في جريدتي الشعب والمجاهد، رسالة دكتوراه دولة في الإعلام، جامعة الجزائر 1992م، ص 192.

المراجع المعتمدة:

- 1- أحسن جاب الله، محاضرات مقدمة لطلبة الماجستير، دفعة 2004-2005 ، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر
- 2- أندري فيجرين، د. وبيمان، دروس الفلسفة المنطق، بدون سنة نشر.
- 3- بيار البار، ترجمة محمد بجاوي، الصحافة، منشورات عويدات، بيروت لبنان، ط1، سنة 1970م.
- 4- جان ببيير قارنيبي، عبد الخليل الازدي، عولمة الثقافة وأسئلة الديمقراطية، القصة للنشر، الجزائر، 2003.
- 5- صالح بن بوزة، مناهج بحوث الإعلام: التطبيقات المختلفة وبعض القضايا الخلافية، المجلة الجزائرية للاتصال الصادرة عن معهد علوم الإعلام والاتصال، العدد 11 و12، ربيع/صيف 1995م.
- 6- صليب بطرس، الهيئة المصرية العامة للكتاب مصر، 1974.
- 7- فرانسيس بال، ت الصغير بن عمار، فضاء الإعلام، سلسلة الدراسات الإعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1999م.
- 8- ليلى عبد المجيد، محمود علم الدين، تقنية الكتابة الصحفية و التحرير، القاهرة، 1991م.
- 9- محمد الفيومي محمد ، أصول محاسبة التكاليف، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، 1988م.
- 10- محمد شفيق، البحث العلمي، الخطوات المنهجية للإعداد البحوث الاجتماعية، الإسكندرية، 1988.
- 11- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتاب للنشر و التوزيع، ط3، القاهرة مصر 2003.
- 12- محمد علم الدين، أميرة العباس، إدارة الصحف واقتصادياتها، مركز الدراسات العربية، القاهرة.

المراجع باللغة الأجنبية

1-Batrick le floche, Nathaliesonnac, Economie de presse, éditons la découverte, paris2000.

2 -Frederic barbier ,Catherine lavenirbertho, histoir des medias; 2éme edition, amend Colin, Paris, 2000.

3-G.gouezel, in média1900-2000, l'harmattan,2000.

دراسات ورسائلجامعية:

1-المنظمة العربية للتربية والثقافةالعلوم، الصناعات الإعلامية و الاتصالية في الوطن العربي، تونس 1993م.

2-صالح بن بوزة،السياسة الإعلامية الجزائرية سن1992إلى 1982 مع دراسة تحليلية للأخبار في جريدتي الشعبوالمجاهد، رسالة دكتوراه دولة في الإعلام، جامعة الجزائر 1992م.