

الاستثمار في وسائل الإعلام:

1- تعريف الاستثمار :

حاول العديد من الكتاب إيجاد تعريف للاستثمار و كل تعريف من هذه التعريفات مرتبط بمجال تخصص معين، فهناك من عرفه بشكل اقتصادي من حيث الانتقال و جذب الأموال من مكان إلى آخر ، و منهم من عرفه من جانب الخسارة و الربح.

2- الاستثمار في وسائل الإعلام الجزائرية:

ركزت السياسة الاستثمارية على وسائل الإعلام السمعية البصرية و انصبت تلك الاستثمارات أساسا على توسيع طاقات البث و الارسل ، بينما ظلت طاقات الانتاج ضعيفة، أما الصحافة المكتوبة فلم تشهد استثمارات كبرى، في حين توسعت شبكة وكالة الانباء الجزائرية و مؤسسة توزيع الصحف، و قد ترتب عن ذلك توسع نسبي في النشاط الامامي (وكالة الأنباء) و توسع كبير في النشاط الخلفي (توزيع الصحف) مع ركود كبير في تجهيزات مطابع الصحف و هو ما يعبر عن اختلال خطير في بنية نشاط الصحافة المكتوبة.

و إذا كانت الاستثمارات الموجهة لتوسيع التجهيزات و زيادة قدرات مؤسسات الإعلام، فإن الاعانات مخصصة لتسيير ما هو قائم من تجهيزات أو متوفر من موارد، و قد تزايدت الإعانات المخصصة لتسيير الإعلام تزايداً كبيراً، لكن توزيعها عرف اختلالاً لصالح مؤسسات الإعلام السمعي البصري نظراً لثقل جهازها البيروقراطي.

3- مصادر التمويل و الاستثمار في الصحافة المكتوبة:

تتطلب الصحافة المكتوبة استثمار رؤوس الاموال ضخمة و يفرض ذلك على المؤسسة أن تبحث عن مصادر للتمويل و الاقتراض تتمثل أساساً:

* قد تنطلق المشاريع الصحفية بأموال خاصة للناشرين (مجموعة محررين).

* قد تعتمد على تمويل من الخواص (الصناعيين و التجار أو السياسيين).

* تمويل عمومي (اعانة من الدولة مثلاً).

* أموال مقترضة من البنوك بناء على دراسة الجدوى الاقتصادية المالية للمشروع.

4- أسباب استثمار الشركات الصناعية في مجال البرامج:

تتدخل هذه الشركات للاستثمار في مجال البرامج للأسباب التالية:

* توسيع سوق الاجهزة بتوسيع سوق المشاهدة (صناعة الترفيه و التسلية).

* توسيع سوق المشاهدة قصد رفع مردودية الاستثمار الاشهاري و توسيع سوق الاشهار.

* تطوير تكنولوجياات الاتصال و التجهيزات الالكترونية.

* في مرحلة لاحقة أصبحت الشركات المالية و شبكة الاتصالات تستولي على وسائل الإعلام نفسها.