

## المحاضرة السابعة

### النظريات النقدية

#### نظرية الاقتصاد السياسي في الاتصال والاعلام

نظرية الاقتصاد السياسي تنطوي على أيديولوجيات مختلفة. على سبيل المثال، تركز الرأسمالية على الملكية الخاصة لوسائل الإنتاج وخلق السلع أو الخدمات من أجل الربح. ومن ناحية أخرى، تدعو الاشتراكية إلى امتلاك وسائل الإنتاج والسيطرة عليها من قبل الدولة. الشيوعية، وهي شكل أكثر تطرفاً من الاشتراكية، تدعو إلى مجتمع لا طبقي حيث تكون جميع الممتلكات مملوكة للقطاع العام، ويعمل كل شخص ويتقاضى أجره وفقاً لقدراته واحتياجاته.

ففي تعتبر نظرية الاقتصاد السياسي مجالاً شاملاً يدرس تقاطع السياسة والاقتصاد والمجتمع. ويدرس كيفية تأثير النظريات الاقتصادية المختلفة على النظم الاجتماعية والاقتصادية والسياسة العامة، وكيف تؤثر هذه السياسات بدورها على رفاهية الفرد والمجتمع.

#### كيف تؤثر نظرية الاقتصاد السياسي في الاعلام والاتصال:

يمكن لنظرية الاقتصاد السياسي أن تؤثر بشكل كبير على وسائل الإعلام والاتصالات بعدة طرق. الاقتصاد السياسي للاتصالات هو مجال دراسي يستكشف كيفية تأثير المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية للمجتمع على إنتاج وتوزيع واستهلاك موارد الاتصالات .

واحدة من الاهتمامات الرئيسية في هذا المجال هي ملكية وسائل الإعلام. أصبح تركيز الملكية في الصناعات الإعلامية نتيجة التقارب والتكتل الإعلامي في ظل الاقتصاد النيوليبرالي مصدر قلق لتنوع وسائل الإعلام والخطاب الديمقراطي. عندما يسيطر عدد قليل من الكيانات على غالبية وسائل الإعلام، يمكن أن يؤدي ذلك إلى نقص التنوع في وجهات النظر ويمكن أن يحد من نطاق المعلومات المتاحة للجمهور.

تعد آليات الدعم مثل الإعلان والتسويق والاشتراك ووسائل التواصل الاجتماعي وعائدات التمويل الجماعي أمثلة على الدعم الاقتصادي للمؤسسات الإعلامية. تؤثر هذه الآليات على المحتوى الذي يتم نشره أو عدم نشره، وعلى طبيعة السلعة، مما يجعل هذه الآليات ذات صلة بدراسات الاقتصاد السياسي.

ولسياسة الحكومة أيضاً تأثير كبير على وسائل الإعلام والاتصالات. تنظم السياسة ملكية وسائل الإعلام، مما يؤثر على كيفية عمل الصناعات الإعلامية والدور الذي تلعبه في المجتمع. تؤثر السياسات التي تحدد ملكية وسائل الإعلام أيضاً على كيفية مناقشة السياسة داخل وسائل الإعلام.

والعولمة عامل آخر يؤثر على وسائل الإعلام والاتصالات. يمكن أن يؤدي التواصل والتفاعل المتزايد بين الدول إلى انتشار محتوى إعلامي معين والتأثير على تدفق المعلومات.

## مقياس نظريات الاتصال الاجتماعي ————— السنة الأولى ماستر علم اجتماع الاتصال

باختصار، تعتبر نظرية الاقتصاد السياسي مهمة في فهم كيفية تأثير العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية على وسائل الإعلام والاتصالات. ويقدم نظرة ثاقبة حول كيفية تأثير ملكية وسائل الإعلام وآليات الدعم والسياسات الحكومية والعولمة على إنتاج وتوزيع واستهلاك موارد الاتصال.

### الافتراضات الأساسية:

نظرية الاقتصاد السياسي في وسائل الإعلام والاتصالات تضع عدة افتراضات رئيسية:

الرأسمالية وتأثيراتها على وسائل الإعلام: تشكل الرأسمالية إنتاج وتوزيع وسائل الإعلام، وتكشف عن علاقات القوة المتأصلة في المجتمع. وبما أن الرأسمالية تثير مشاكل مثل التسليح والتسويق، فإن الاقتصاد السياسي للاتصالات غالباً ما ينتقد الرأسمالية لهذه الأسباب.

ملكية وسائل الإعلام وتركيزها: هناك افتراض بأن تركيز الملكية في الصناعات الإعلامية، والذي غالباً ما يكون نتيجة للتقارب وتكتل وسائل الإعلام في ظل الاقتصاد النيوليبرالي، يؤثر على تنوع وسائل الإعلام والخطاب الديمقراطي.

أهمية آليات الدعم: تعد الإعلانات والتسويق والاشتراكات ووسائل التواصل الاجتماعي وعائدات التمويل الجماعي أمثلة على الدعم الاقتصادي للمؤسسات الإعلامية. تؤثر هذه الآليات على المحتوى الذي يتم نشره أو عدم نشره، وبالتالي على طبيعة السلعة (المحتوى، الجمهور، المعلنين)، مما يجعل هذه الآليات ذات صلة بدراسات الاقتصاد السياسي.

تأثير السياسة الحكومية: تنظم السياسات ملكية وسائل الإعلام، مما يؤثر على كيفية عمل الصناعات الإعلامية والدور الذي تلعبه في المجتمع. إن السياسة التي تحدد ملكية وسائل الإعلام تحدد أيضاً كيفية مناقشة السياسة داخل وسائل الإعلام.

تأثير العولمة: العولمة في إطار الاقتصاد السياسي للاتصالات تدور حول زيادة التواصل والتفاعل بين البلدان بهدف تحقيق التنمية. ويدعم هذا الافتراض فكرة أن العولمة تساعد على تدفق التجارة والنمو الاقتصادي.

التنظيم: السياسات أو القوانين التي تقدمها الحكومة للتحكم في كل نشاط، وخاصة في السوق وتدفق التجارة. إن الحجج من خلال الاقتصاد السياسي للاتصالات هي عمل متوازن، فمن ناحية يساعد التنظيم في الحفاظ على النظام الاجتماعي لأنه بدونها، فإن الأشخاص الذين لديهم المزيد من القوة سيكونون هم من يسيطرون على المجتمع. ومن ناحية أخرى، فإن المشاركة المفترضة للدولة قد تسبب صعوبات للشركات الخاصة في العمل بسلاسة.

النيوليبرالية: التي تتميز بإلغاء القيود التنظيمية وتشجيع الخصخصة وتقليل الحواجز التجارية، هي افتراض آخر. ويتم التركيز بشكل خاص على معنى "الحرية" و"الوكالة" في هذا السياق.

## مقياس نظريات الاتصال الاجتماعي ————— السنة الأولى ماستر علم اجتماع الاتصال

توفر هذه الافتراضات إطارًا لفهم كيفية تأثير العوامل الاقتصادية والسياسية والاجتماعية على وسائل الإعلام والاتصالات. كما أنها تسلط الضوء على التفاعل بين هذه العوامل والدور الذي تلعبه في تشكيل محتوى الوسائط وتوزيعها واستهلاكها.

الأمثلة:

أمثلة لكل من فرضيات نظرية الاقتصاد السياسي في الإعلام والاتصال:

الرأسمالية وتأثيراتها على وسائل الإعلام: على سبيل المثال، يعد ظهور نظام حظر الاشتراك غير المدفوع على المواقع الإخبارية مثالاً على تأثير الرأسمالية على وسائل الإعلام. مع انخفاض عائدات الإعلانات التقليدية، تحولت العديد من المؤسسات الإخبارية إلى نظام حظر الاشتراك غير المدفوع لتوليد الدخل، وبالتالي تسهيل الوصول إلى المعلومات .

ملكية وسائل الإعلام وتركيزها: مثال على ذلك ملكية وسائل إعلام متعددة من قبل شركة واحدة، مثل شركة ديزني التي تمتلك ABC، ESPN، استوديوهات مارفل، وغيرها من الكيانات الإعلامية. يمكن أن يؤثر تركيز الملكية هذا على تنوع المحتوى المتاح للجمهور.

أهمية آليات الدعم: مثال على ذلك هو اعتماد العديد من منصات الوسائط عبر الإنترنت على عائدات الإعلانات. يمكن أن يؤثر هذا الاعتماد على نوع المحتوى الذي يتم إنتاجه، حيث غالبًا ما يتم تفضيل المزيد من المحتوى "القابل للنقر" والمثير لجذب المزيد من المشاهدين، وبالتالي، المزيد من إيرادات الإعلانات.

تأثير سياسة الحكومة: مثال على ذلك هو لجنة الاتصالات الفيدرالية (FCC في الولايات المتحدة، التي تنظم الاتصالات بين الولايات والدولية عن طريق الراديو والتلفزيون والأسلاك والأقمار الصناعية والكابلات. يمكن أن يكون للسياسات التي وضعتها لجنة الاتصالات الفيدرالية تأثير كبير على كيفية عمل الصناعات الإعلامية.

تأثير العولمة: أحد الأمثلة على ذلك هو انتشار المحتوى الإعلامي الأمريكي حول العالم، والذي يشار إليه غالبًا باسم "أمركة" أو "تغريب" وسائل الإعلام العالمية. يمكن أن يؤثر هذا على تدفق المعلومات والمعايير الثقافية في البلدان الأخرى.

التنظيم: على سبيل المثال، اللوائح العامة لحماية البيانات (GDPR) في الاتحاد الأوروبي لها آثار كبيرة على كيفية قيام الشركات، بما في ذلك شركات الإعلام، بجمع البيانات الشخصية وتخزينها واستخدامها. يمكن أن يؤثر هذا على أنواع الخدمات التي يمكن لهذه الشركات تقديمها وكيفية تفاعلها مع مستخدميها.

الليبرالية الجديدة: مثال على ذلك هو تحرير أسواق الإعلام، مما قد يؤدي إلى زيادة المنافسة وزيادة تنوع المنتجات الإعلامية. ومع ذلك، يمكن أن يؤدي أيضًا إلى زيادة تركيز ملكية وسائل الإعلام، حيث تقوم الشركات الكبرى بشراء الشركات الأصغر حجمًا.