

الاقتصاد السياسى ووسائل الإعلام*

عرض كتاب

محمد عادل***

سالى بركات**

نبذة عن الكتاب ومؤلفه

إن الكيفية التى يتم بها تنظيم الإعلام وتمويله تعد أمرًا جوهريًا لفهم الدور الذى يقوم به فى المجتمع. ويعد هذا الكتاب مقدمة واضحة ومتعمقة وشارحة لتحليل الاقتصاد السياسى للإعلام المعاصر. وقد قام مؤلف الكتاب بإجراء مسح نقدى للاقتصاد السياسى محتويا الأدبيات العالمية فى المجال وعلاقتها بالمداخل والاقترابات المنهجية. كما أكد على العديد من المسارات التى أدت إلى التحول فى مجال الميديا حتى أصبحت رقمية، وأيضاً على مدى قوة ونفوذ الإعلام، والتغيرات عبر التسويق لوسائل الإعلام .

وأشار إلى أن هناك العديد من المشكلات فى مجال الإعلام، تدفع وتحت على إجراء بحوث فى الاقتصاد السياسى، ولكنها ما زالت غائبة، وكما هو واضح فهذه المشكلات تحتاج إلى المزيد من البحث والدراسة، مع ضرورة أن يُراعى المدخل البحثى للتحديات والظروف الجديدة بحيث يتكيف معها؛ لذلك كان السبق لمؤلف هذا الكتاب فى إحياء الدراسات النقدية فى الإعلام فى القرن الواحد والعشرين.

* Jonathan Harsy, Critical Political Economy of the Media: An Introduction, Routledge, Taylor & Francis Group, London & New York, 2014.

** مدرس مساعد، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية.

*** معيد، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية.

المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الخامس والخمسون، العدد الأول، يناير ٢٠١٨ .

ومؤلف هذا الكتاب Jonathan Hardy وهو متخصص في الدراسات الإعلامية بجامعة شرق لندن، كما يقوم بالتدريس في كلية جولد سميث بجامعة لندن، وآخر مؤلفاته "أنظمة الإعلام الغربية" (٢٠٠٨)، و"التطور عبر وسائل الإعلام" (٢٠١٠).

محتويات الكتاب

يقع الكتاب في ٢٦٦ صفحة، ويشتمل على ثلاثة أجزاء موزعة على تسعة فصول، حيث يأتي الجزء الأول بعنوان "خريطة المداخل والاقترابات والموضوعات" ويتألف من ثلاثة فصول؛ الفصل الأول وعنوانه "ماهية الاقتصاد السياسي لوسائل الإعلام"، بينما يتناول الفصل الثاني نماذج لقوة وسائل الإعلام من منظور ليبرالي وراдикаلي عن عمليات الإعلام، ويناقش الفصل الثالث ثقافات واقتصاديات الإعلام ومشاكله.

وعلى جانب آخر؛ يأتي الجزء الثاني تحت عنوان "بحث نقدي في الاقتصاد السياسي"، ويضم هذا الجزء خمسة فصول تبدأ من الفصل الرابع بعنوان "التركيز والتوجه التجارى"، والفصل الخامس بعنوان "الاقتصاد السياسي للإنترنت ووسائل الإعلام الرقمية"، أما الفصل السادس فيتناول موضوع التواصل التسويقي ووسائل الإعلام، كذلك يتناول الفصل السابع أبعاد العولمة والتحويلات العالمية والثقافية، بينما يناقش الفصل الثامن نظم التحول في الميديا ووسائل الاتصال.

أما الجزء الثالث؛ والذي جاء تحت عنوان "وسائل التدخل والتغيير" فيضم فصلاً واحداً، وهو الفصل التاسع والذي يتناول قوة وسائل الإعلام والتحديات والبدائل.

موضوع الكتاب

يطرح هذا الكتاب مداخل للمقصود بالإعلام الرقوى وتأثيراته والتحولات التي أحدثها، ومن أبرز الموضوعات الأساسية التي تم تناولها فى هذا الكتاب:

- ملكية وسائل الإعلام وتمويلها.
- الأخبار والترفيه.
- التحولات والإنترنت.
- عولمة الإعلام.
- الإعلان والإعلام.
- وسائل الإعلام البديلة.
- السياسة الإعلامية والتنظيم.

مفهوم الاقتصاد السياسى لوسائل الإعلام

إن أى تناول لما يتعلق بجوانب اقتصادية أو سياسية لوسائل التواصل قد يتضمن بعداً خاصاً بالتحليل الاقتصادي السياسى، فهناك بعض من تلك التحليلات تناولت كيفية تنظيم وسائل الإعلام لنفسها وكيفية إمدادها بالخدمات. ويمثل هذا المصطلح الخاص بالاقتصاد السياسى لوسائل الإعلام العمل تحت مظلة من عدة مجالات أبرزها المجال الاقتصادى والسياسى والإعلامى بالإضافة إلى التحليل الثقافى.

مدخل الاقتصاد السياسى لوسائل الإعلام (CPE)

يهتم هذا المدخل بفحص كيفية قيام التنظيمات الاقتصادية والسياسية للصناعات الإعلامية بالتأثير على المنتج وروابط التوزيع الخاصة بالمواد التي تُمكن الجمهور من الفهم والتواصل والتفاعل فى العالم المحيط. وفى هذا السياق؛ فقد كان هناك ثلاثة تطبيقات لدراسة الإعلام، لعل أبرزها كان دراسة كيف تعمل الصناعات الإعلامية؟، وهنا يتم التركيز على

الملكية وآليات التمويل والدعم مثل الإعلانات، بالإضافة إلى معرفة كيف تؤثر السياسات وقرارات الحكومات والمنظمات الأخرى على المحتوى الإعلامي.

الاتجاهات النقدية للمدخل

يمكن فهم العلاقة بين مدخل الاقتصاد السياسي لوسائل الإعلام والمداخل الأخرى المرتبطة به، ولكن توجد هناك بعض الانتقادات الموجهة لهذا المدخل، وتتمثل أبرز هذه الانتقادات حول أن هذا المدخل يميل إلى عدم الالتفات والاهتمام بالقوى التي تُشكل الاتجاهات الثقافية والإعلامية، في مقابل إعطاء قوة كبيرة للجوانب الاقتصادية التي تأتي من خلال القوى المسيطرة وعلاقات الإنتاج.

ويشير ذلك إلى توزيع العمليات والأحداث الثقافية المعقدة مثل الأفلام والبرامج التليفزيونية، وذلك بسبب دواعي سياسية اقتصادية، ويعتبر ذلك نقدًا أساسيًا موجّهًا للأسس الفكرية للمدرسة الماركسية حول المدخل النظرى للاقتصاد السياسي لوسائل الإعلام.

ويأتى ما سبق مع ملاحظة أن جذور ما يعرف بالاقتصاد السياسي للاتصال أو (الثقافة، أو الإعلام) تمتد لعمل مدرسة فرانكفورت خلال عقد من الثلاثينيات والأربعينيات.

وقد دشّن مجموعة من العلماء بالمملكة المتحدة مدخل الاقتصاد السياسى وهم جراهام ميردوك Graham Murdock، ونيكولاس جارنهام Nicholas Garnham، وجيمس جران James Gurran. وقد عمل كل من Golding, Graham, Murdock فى مركز بحثى لبحوث وسائل الإعلام بجامعة ليسيتير، والتي تأسست عام ١٩٦٦ كأول مركز أكاديمى لدراسة الإعلام فى المملكة المتحدة بقيادة جيمس هالوران James Halloran .

وتعتبر سلسلة "مدخل إلى الاقتصاد السياسي لوسائل الإعلام" فى عام ١٩٧٤ أول سلسلة للأوراق البحثية للباحثين Golding, Graham, Murdock، والتي وضعت أساساً للأجندة البحثية للاقتصاد السياسى.

نماذج قوة وسائل الإعلام (النموذج الليبرالى والراديكالى للعمليات الإعلامية)

قام الكاتب بالتمييز بين المنهج الليبرالى والراديكالى، وهو ما ساعد كأداة استرشادية وداعم تعليمى فى دراسات الإعلام فى بريطانيا من منتصف السبعينيات، ويشير إلى أن التقسيم الليبرالى والراديكالى لديه العديد من المحددات ليكون مُصدّقاً عليه اليوم بشكل كامل، ولكنه يدعم نقطة بداية مفيدة يمكن من خلالها الانطلاق لما هو أبعد من ذلك.

وفى هذا السياق؛ يرى الماركسيون المجتمع الرأسمالى كمجتمع يتسم بالسيطرة الطبقية، ويرى الإعلام على أنه إحدى حلقات الصراع الفكرى التى تتصارع فيها وجهات نظر الطبقات المختلفة، ومع تطور هذا السياق وسيطرة طبقات بعينها، يزداد التحكم المطلق ويصل إلى حد الاحتكار. بينما يرى التعدديون المجتمع كشبكة معقدة من الجماعات والمصالح، وتعد المؤسسات الإعلامية كمنظمات محدودة تتمتع بقدر من الاستقلال عن الدولة والأحزاب السياسية وجماعات الضغط.

الليبرالية التعددية

إن العقيدة الأساسية لليبرالية التعددية هى أن السلطة موزعة على مجموعات وشبكات مختلفة فى المجتمع والتي بإمكانها التأثير فى عملية صنع واتخاذ القرار، وبينما تسعى تلك الجماعات من أجل مصالحها الجزئية يقوم النظام السياسى بخدمة وتلبية احتياجات المجتمع ككل، وذلك على النقيض من نظريات الهيمنة والسيطرة بأنواعها المختلفة، وتصف الليبرالية التعددية النظم السياسية بأنها عرضة للتأثر من خلال المجتمع، وهذا يدعم الأساس الشرعى للحكم القائم على الديمقراطية والمحاسبة والعدالة.

الليبرالية الوظيفية

ترى أن نشاطات الإنسان في المجتمعات يمكن أن تفهم بشكل أفضل كمجموعة من الأفعال المتداخلة المعقدة والتي تخدم بعضها البعض داخل نظام وظيفي واحد، وترى أن الإعلام مساهم رئيسي لإصلاح وإعادة إنتاج المجتمع، ووفقاً لرولد لازويل فإنه هناك ثلاث وظائف اجتماعية للإعلام هي: جمع المعلومات والترابط ونقل القيم والعادات.

الليبرالية الراديكالية

تشير إلى أن هناك تداخلاً قوياً بين الإعلام والمصادر الأخرى من القوة، ويمكن تعريفها على النحو التالي (هو اتصال الإعلام بإنتاج وإصلاح النقائص في توزيع مصادر القوة الاجتماعية).

الراديكالية الوظيفية

تشير إلى أن سيطرة النخبة على الإعلام وتهميش المعارضة ينتج من خلال مجموعة من المنقحات أهمها الحجم والملكيات المركزة، والإعلانات، واعتماد الإعلام على المعلومات المقدمة من الحكومة، بالإضافة إلى معاداة الشيوعية كنمط من السيطرة السياسية.

الراديكالية الوظيفية المعاصرة

وتختلف عن الراديكالية الوظيفية في بعض المحاور والتي تؤثر بالأساس على الأداء الحيادي للصحفيين من ذلك الاعتماد على المصادر الرسمية والاعتماد على الأخبار التي تجذب الجمهور.

العمليات والاتجاهات الرئيسية

قام Castells عام ٢٠٠٩ بعرض ملخص مفيد حول التغيرات التنموية واللامؤسسية فى بناء وسائل الاتصال خلال العقدىن السابقىن ومن ذلك:

- الانتشار الواسع لتسويق وسائل الاتصال فى مختلف أنحاء العالم، بالإضافة إلى العولمة وتركيز الأعمال الإعلامية من خلال التكتل والشبكية، كما تزايدت نقط التقاء الأعمال بين شركات الاتصالات وشركات الكمبيوتر وشركات الإنترنت والشركات الإعلامية.

- ويشير الكاتب إلى أن التركيز على ملكية وسائل الإعلام ليست بظاهرة جديدة كما هو مستنتج من الدراسات الخاصة بالصناعات الصحفية فى القرن التاسع عشر، حيث إن مسألة الملكية تؤثر على المحتوى، وأن محتوى وسائل الإعلام أو السلوك يمكن أن يكون مشتقاً من سياسة الشركات والأنظمة التسويقية فقط. ومدخل الاقتصاد السياسى هو المسئول عن كشف العواقب الخاصة بالإنتاج الثقافى فيما يتعلق بالملكية الخاصة والعامة.

واستطراداً لما سبق؛ فإن نظام الاتصالات الشبكية حول قدرة الرسائل الإعلامية ليتم تبادلها، وقد تولدت انتقادات فى المقابل خلال القرن العشرين فيما يتعلق بقوة الإعلام والتي تحتاج إلى أن تتم مراجعتها وفقاً لذلك.

وأحد المرتكزات الرئيسية المتعلقة بمدخل الاقتصاد السياسى النقدى لوسائل الإعلام هو شبكة الإنترنت والتي تعتبر مورداً حيويًا، وتيسر التطوير وفقاً لاهتمامات الشركات كوسيط تجارى بأدنى اعتبار للشأن العام والديمقراطية والمسئولية. ولا تزال شبكة الإنترنت مُختلف عليها بشكل كبير، وهذا دليل على تسارع التقدم فى التعبير والتبادل بين الأفراد والمجموعات.

أبرز المشكلات المتعلقة بالمدخل

من خلال استعراض مدخل الاقتصاد السياسى كمدخل يهتم بالتنظيم السياسى والاقتصادى لوسائل الإعلام، وذلك من خلال التركيز على الجوانب التى تهدف

- تحديد المشكلات المتعلقة بتلك الوسائل. ويتضمن ذلك بالتبعية دمج الإعلام البديل معها، يمكن رصد أبرز هذه المشكلات على النحو التالي :
- الملكية ورأس المال المتحكم فى تلك الوسائل.
 - تأطير القضايا والخطابات الإعلامية، والروابط بين المؤسسات الإعلامية.
 - تأثير المعلومات والأفكار والصور الذهنية المنقولة من خلال تلك الوسائل.

الإعلام الجديد (المشاركة والثورة)

وفى هذا السياق؛ يشير المؤلف إلى أنه يوجد قدر محدود من عدم اتفاق على أننا فى منتصف عصر الثورة الرقمية الذى قد أسس بالفعل لبعض الآثار المتعلقة بها؛ متضمنةً فى ذلك انتشاراً للأنماط والأشكال الجديدة من قوى الاتصال للمستخدمين.

وفى عصر وسائل الإعلام؛ وتحديداً فى منتصف القرن العشرين فقد ركزت قوى وسائل الإعلام على الممولين، وفقد معظم الجمهور القدرة على الدخول الفعلى لقنوات وسائل الإعلام؛ ولكن اليوم ومع الزيادة المتسارعة فى أعداد الجماهير عبر مختلف أنحاء العالم، والتي تمتلك القدرة على الدخول بشكل فردى لمصادر تلك الوسائل، فقد سمحت لهم بالانتشار بين الجماهير الكبيرة والدخول إلى بلايين من الـ GIGABYTES من المعلومات، بالإضافة إلى أنها أتاحت لهم القدرة على تبادل ومشاركة البيانات.

الخاتمة

تناول هذا الكتاب تقديم المفاهيم الأساسية التى تستند إليها عملية الاتصال، وكيفية تأثير الاقتصاد السياسى عليها، وقدم إجابات وافية على العديد من التساؤلات التى كانت مطروحة عبر أجزائه الثلاث:

- ١- طرق التخطيط الإعلامى.
- ٢- التحليل النقدى للاقتصاد السياسى.

٣- التدخلات والتغييرات.