

## المحاضرة الأولى: الإعلام ، الاقتصاد، اقتصاديات الاعلام- مدخل مفاهيمي.

## مقدمة:

تهتم اقتصاديات الإعلام بإدارة المؤسسة الإعلامية من خلال تحقيق أهداف الوسيلة الإعلامية في حيز النشاط الاقتصادي الذي يهدف إلى تلبية حاجات الجمهور وتحقيق العائد المادي دعماً لاستمرار النشاط وتدفعه، حيث أصبحت الصناعة الإعلامية من خلال مختلف وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية من أقوى البنيات الصناعية في عالم اليوم، ومصدر قوتها يكمن في تلك الأموال الهائلة التي تستثمر فيها إضافة إلى التأثيرات الكبيرة الذي تلعبها على مستوى الأفراد والمجتمعات، ناهيك عن التطورات المتلاحقة والتقنيات المعقدة التي تشهدها اليوم والتي تزيد من فاعليتها وشدة تأثيرها.

## أولاً: مفهوم الإعلام:

## 1-1- الإعلام لغة:

إن كلمة الإعلام يقابلها في اللغة الفرنسية مصطلح **information** الذي يفيد وفق ما ورد في قاموس لروس \_ فعل الإخبار \_ **l'action d'informer** ، أما في اللغة العربية فإن الإعلام هو الإخبار بالشيء، الأمر الذي يوضح أن مدلول هذا المصطلح في اللغتين العربية و الفرنسية واحد يتمثل في عملية إخبار غيرنا بمعلومات ما. تتعلق بشيء معين، وقد عرفه ابن منظور وقال يتقارب الإعلام مع معنى الدعوة والتعليم، فالدعوة لغة النداء والإعلام و الإبلاغ، والداعية هو كل من يدعو الناس إلى بدعة أو دين. والتعليم مشتق من علم يقال: علمه كسمعه علماً بالكسر بمعنى عرفه وعلم هو في نفسه. فإن الإعلام مشتق من اعلم الرباعي و مصدره إعلام بمعنى الإخبار.

- و الإعلام هو الإبلاغ و التبليغ أي الإيصال يقال بلغت القوم بلاغاً أي وصلتهم الشيء المطلوب، و البلاغ ما بلغك أي وصلتك، وفي الحديث "بلغوني و لو أية" أي أوصلوها غيركم و أعلموه الآخرين ، و أيضاً " فليبلغ الشاهد الغائب).

## 1-2- الإعلام اصطلاحاً:

قدم الباحث فولبي مفهوماً للإعلام بقوله ( انه تبادل للمعلومات والأفكار والآراء بين الأفراد)، لكنه حصر مفهوم الإعلام في عملية تبادل المعلومات و أهمل الوسائل و عرفه الباحث

فرنسيس بال على انه تبادل للمعلومات بين الأفراد و أضاف له عامل الوسيلة و التجهيزات التي تجعل هذا التبادل ممكنا لكنه لم يحدد طبيعة هذه الوسائل إذ تركها عامة. إذ أصبحت هذه الوسائل التي تدخل في الإعلام معنية بهذا التعريف غير الدقيق ما جعل المدرسة الأنجلوساكسونية تتدخل لتصحيح التعريف السابق إذ تقول أن هذه الوسائل التي أشار إليها فرانسيس بال media mass وسائل الاتصال الجماهيري و بذلك فان وسائل الإعلام هي وسائل الاتصال على النطاق الجماهيري، و المدرسة الفرنسية في تعريفها لوسائل الإعلام استخدمت ما يسمى ب Enterprise de diffusion أي مؤسسات النشر و هو تحديد أكثر دقة من التعريف السابق.

- عرفه الباحث المصري إبراهيم إمام على أنه النقل الموضوعي للمعلومات من مرسل إلى مستقبل ورصد التأثير الواعي على عقل الفرد حتى تتيح له إمكانية تكوين رأي على أساس الحقائق المقدمة بمعنى الإعلام دائما ينقل الحقائق و هذا خدمة لصاحبها و في إطار التفاهم بين المرسل و المستقبل.

- و عرفه فرناند تيرو كما يلي ( الإعلام هو نشر الوقائع و الآراء في صيغة مناسبة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور.

### ثانيا: مفهوم الاقتصاد:

في الواقع أنه لا يوجد تعريف واحد لعلم الاقتصاد بل توجد تعاريف متعددة و يرجع ذلك أساسا إلى تطور هذا العلم من فترة لأخرى ومن ثم اختلاف نظرة الاقتصاديين إلى نطاق المشاكل التي يجب تختص بها الدراسة الاقتصادية.

و سنحاول في هذا السياق أن نستعرض أهم تعاريف علم الاقتصاد وفي فترات مختلفة:

### 1-2- مفهوم الاقتصاد:

أ- لغة: يقال: فلان مقتصد في النفقة، أي معتدل فيها، وهي منزلة بين التبذير والشح.

الاقتصاد: قصد، اقتصد، بمعنى التوسط " واقصد في مشيك " يعني التوسط بين الإسراف

ويقال مصطلح اقتصاد لغويا يعني التوسط بين الإسراف والتقتير ( جاء في مختار الصحاح :

القصد بين الإسراف والتقتير يقال فلان مقتصد في النفقة". اي معتدل فيها.

والاقتصاد كلمة يونانية و تعني Eco أي المنزل و Nomo's أي التدبير.

فالكلمة معناها تدبير المنزل.

#### ب- اصطلاحاً:

علم الاقتصاد هو ذلك الفرع من العلوم الاجتماعية الذي يبحث في الاستخدامات المتعددة للموارد الاقتصادية لإنتاج السلع والخدمات و توزيعها للاستهلاك في الحاضر والمستقبل بين أفراد المجتمع ويشمل هذا التعريف على ثلاثة عناصر:

- أن الاقتصاد علم شأنه شأن بقية العلوم الأخرى.
- أنه علم اجتماعي، أي يهتم بسلوك الأفراد أو الفرد كمستهلك أو منتج أو مدخر أو مستثمر..
- أن الإنتاج بغرض الاستهلاك الحاضر والمستقبل.

#### 3-4- تعاريف أساسية لعلم الاقتصاد:

يعرفه "محمد عبد العزيز عجمية أنه ( الجهد المحدود الذي يبذله الإنسان حتى يتمكن من إشباع حاجاته بأقل جهد ونفقة ممكنة فالحاجات هي الوسيلة وإشباعها هي الغاية. ويعرفه "عبد المولي" بأنه العلم الذي يهتم بدراسة القوانين التي تحكم إنتاج و توزيع الوسائل المادية التي تستخدم في إشباع الحاجات الإنسانية و يقول أنه لمعرفة هذا العلم يجب إلقاء الضوء على أمور هي:

الحاجات الإنسانية، الأموال الاقتصادية، الإنتاج، التوزيع، القوانين الاقتصادية. ومن الأشياء التي يعنى بها علم الاقتصاد هو كيفية اختيار الإنسان و مجتمعه للعوامل الإنتاجية النادرة و كيفية استعمال هذه العوامل من اجل إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها. **علم الاقتصاد:** هو ذلك الفرع من العلوم الاجتماعية الذي يبحث في الاستخدامات المتعددة للموارد الاقتصادية لإنتاج السلع والخدمات وتوزيعها للاستهلاك في الحاضر والمستقبل بين أفراد المجتمع.

ويشتمل هذا التعريف على ثلاثة عناصر:

- أن الاقتصاد علم "شأنه شأن بقية العلوم الأخرى، أنه علم اجتماعي أي يهتم بسلوك الأفراد سواء كان مستهلكاً أو منتجاً أو مدخراً أو مستثمراً.
- أن الإنتاج الغرض منه الاستهلاك في الحاضر والمستقبل.

Economie: sciences qui étudie le mécanisme de l'économie ... les systèmes économique, La pense économique

هو العلم الذي يدرس المنظومة الاقتصادية، الأنظمة الاقتصادية، والتفكير الاقتصادي.

Ensembles des activité d'une collectivités humains relative a la production et a la distribution la consommation des richesses

مجموع الأنشطة الجماعية الإنسانية المتعلقة بالإنتاج والتوزيع والاستهلاك للثروات المتوفرة.

**Economie** هو العلم الذي يختص بدراسة الظواهر المتعلقة بالإنتاج والتوزيع

الاستهلاك للثروات.

Economique politique: études des besoins de l'organisation de la p... de la circulation de la richesses et de leur répartition .

هو العلم والدراسة الذي يدرس الحاجات الإنسانية من حيث إنتاج الثروة و صيرورتها وحسن توزيعها.

● **الاقتصاد السياسي:** أول من استعمل هذا المصطلح هو Antoine de

Montchrestien سنة 1615، التيار التجاري للدلالة على السلطة السياسية للثروة الاقتصادية.

## 2-2- عناصر وأسس علم الاقتصاد:

يتكون الاقتصاد في أي مجتمع من المجتمعات على أربعة أسس:

أ- **الإنتاج:** يعني ذلك النشاط الإنساني الهادف لتكثيف الموارد الطبيعية حسب الحاجات البشرية وتسمى بالمنتجات مثل تحويل البترول إلى مواد طاقوية والصوف إلى لباس.

ب- **التوزيع:** هو قسمة الثروات على أفراد المجتمع كمكافأة للمنتجين والتوزيع هنا يستهدف تلبية الاستهلاك المتزايد من السلع والخدمات لأفراد المجتمع.

ج- **التبادل:** يقصد به إعطاء شيء مقابل شيء آخر وهو حلقة وصل تجمع بين الإنتاج والاستهلاك الذي يتم في السوق.

د-الاستهلاك: هو ذلك النشاط الذي يزاوله الإنسان لإشباع حاجاته من خلال إتلاف المنتجات بطريقتين: الاستهلاك الإنتاجي تسخر فيه قوى الإنتاج في عملية إنتاج وخلق ثروة جديدة كتحويل القطن الى قماش، والاستهلاك الخاص: يستعمل أفراد المجتمع السلع والخدمات لإشباع حاجاتهم وسد رغباتهم بصورة مباشرة.

### ثالثا: مفهوم اقتصاديات الإعلام:

هو التخصص العلمي الذي يدرس كل ماله علاقة بتمويل وسائل الإعلام من ناحية رأس المال والإيرادات والمصاريف للوسيلة الإعلامية من أجل إدارتها إدارة اقتصادية ناجحة، والهدف منها إبقاء المشروع الإعلامي مستمر وإنجاحها اقتصاديا.

اقتصاديات الإعلام هي فرع من فروع الاقتصاد التطبيقي الذي يدرس الإنتاج والتوزيع والاستهلاك لمحتويات وسائل الإعلام وتعد من المجالات الحديثة من حيث الدراسة في حقل الدراسات الإعلامية أولا: رابعا: عوامل تأخر الاهتمام بتخصص اقتصاديات الإعلام والصناعة الإعلامية:

إن الدراسة الاقتصادية المعمقة لوسائل الإعلام هي حديثة العهد نسبيا، ففي الماضي كان المختصون يهتمون خاصة بالجوانب القانونية، السياسية، الاجتماعية والتاريخية. لكن الطرح الاقتصادي فرض نفسه بقوة لعدة أسباب أهمها: اشتراك أهداف المنتج مع أهداف أي سلعة أو منتج آخر مع التأكيد على الخصوصية المتعلقة بمضمون الرسالة الإعلامية ووظائفها اتجاه الأفراد والمجتمع فهناك هدف إشباع الحاجة إلى المعرفة وتحقيق الربحية أو العائد المادي باعتباره مقياس إنتاجية أي صناعة، وأن إدارة مؤسسة إعلامية تعد نشاطا إبداعيا إداريا وإذا نظرنا للواقع وجدنا أن كثيرا من مديري المؤسسات الإعلامية هم من المبدعين ومن منتجي الفكر، فهي تعد نشاطا إبداعيا إداريا وان مديري وسائل الإعلام تنطبق عليهم صفة مديري المؤسسات الإعلامية الذين يتولون مهمة تهيئة البيئة الإدارية الملائمة والتي تجعل جهود الأفراد موجهة نحو تحقيق عمل جماعي بغرض تحقيق الربح، وكذا التغيرات الواسعة في طبيعة العلاقات المهنية في المؤسسات الإعلامية من ملاك صحفيين إداريين فلا بد من إعادة التوازن في هذه العلاقة، وتعاضم دور الاقتصاد في الصناعة

الإعلامية وتزايد الاتجاه نحو خصوصية المؤسسات الإعلامية على المستويين المحلي والدولي، ومن أهم العوامل التي ساهمت في تأخر الاهتمام باقتصاديات الاعلام نذكر:

- 1 – الخصائص اللامادية للمنتج الإعلامي و الخدمات المرافقة له (صوت، صورة).
  - 2 – اعتقاد الكثير من الأفراد أن وسائل الإعلام هي أولا وقبل كل شيء أجهزة بث ثقافي أو في أسوء الحالات أدوات دعاية سياسية والقليل من الناس خاصة عندنا من يعتبرونها مواد تجارية.
  - 3 – عدم توفر المعطيات الإحصائية الشاملة حيث كان يكتفي بالتقويمات الجزئية (مثلا: في الجزائر لم توجد إحصائيات منسجمة وجدية إلا منذ 1980 – 1981).
  - 4 – صعوبة تحديد الأسواق.
  - 5 – إعادة تركيز التفكير على الصناعات الثقيلة فقط.
- لكن شيئا فشيئا فرضت النظرة الاقتصادية نفسها أولا ومنطلقة في البلدان ذات الهياكل الليبرالية و الرأسمالية ثم انتشرت الفكرة إلى البلدان الاشتراكية المصنعة وفي بعض الدول النامية.
- و الدراسة الاقتصادية أصبحت ضرورية خاصة في البلدان التي حلت فيها المشاكل السياسية و الإيديولوجية المتعلقة بعملية الاتصال أو بعبارة أخرى فإنه تم تجاوز مستوى تكوين المحتوى إذا فأصعب المشاكل تطرح على مستوى الوعاء أي على صيغة تنظيم إنتاج ، إنتاجية ، تسيير ، إدارة تخطيط ، نمو، ويهدف إلى دراسة الجوانب الاقتصادية في صناعة الإعلام.