



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

IMPACT FACTOR ISI 1.651

العدد الثالث والعشرون \_ شباط \_ 2024

العلاقة في الإعلام والوعي الثقافي

الطالب:

براء عبد الجبار نمر

إشراف

الدكتورة آمنة المير

جامعة الجنان\_ كلية الإعلام

طرابلس \_ لبنان

### المقدمة

الإعلام هو مصطلح يطلق على أي وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة تجارية أو أخرى غير ربحية، عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية، مهمتها نشر الأخبار ونقل المعلومات، إلا أن الإعلام يتناول مهاما متنوعة أخرى، تعدت موضوع نشر الأخبار إلى موضوع الترفيه والتسلية خصوصا بعد الثورة التلفزيونية وانتشارها الواسع. وسائل الإعلام يعتمد انتشار الإعلام في المجتمعات على مجموعة وسائل إعلامية رئيسية، من أهمها: الصحف اليومية: من الوسائل الإعلامية التي تساهم في توفير العديد من المميزات للإعلام؛ إذ يتابع معظم الأفراد الإعلانات المنشورة في الصحف اليومية أو الصحف المتخصصة في الإعلانات؛ من أجل البحث عن معلومات تتعلق بشيء ما، كما تتميز الصحف بقدرتها على الربط بين الإعلام والأحداث المحيطة به. [التلفاز: وسيلة إعلامية تعتمد على عرض الصوت والصورة والأحداث مباشرة للأفراد، وتظهر أهمية التلفاز بسبب قدرته على الوصول إلى أعداد كبيرة من الناس في كافة أنحاء العالم، ويستخدم التلفاز لنقل الأخبار والإعلانات التجارية والمواد الإعلامية الأخرى. [الراديو (المذياع): من وسائل الإعلام الصوتية الذي يتميز بسهولة وصوله إلى المستمعين في أي مكان، وخصوصاً أثناء قيامهم بأعمال أخرى أثناء سماعهم للراديو، كما يتميز الراديو بقدرته على استقطاب المستمعين من خلال البرامج الإذاعية التي تشمل على معلومات متنوعة، وتساهم في نشر العديد من الإعلانات أثناء بثها عبر الإذاعة. المجالات: وسيلة إعلامية تُشبه الصحف في استخدام الأدوات الإعلانية، لكنها تتميز بأنها تُقرأ بناءً على اختيار القراء، كما لا تتعرض للتلف أو الضياع مثل الصحف؛ إذ من الممكن الاحتفاظ بها لأطول فترة زمنية ممكنة، ويقراها العديد من الأفراد ضمن الأسرة الواحدة. من المميزات الأخرى للمجلات أنها تعمل على تقديم المعلومات والمواد الإعلامية بطباعة ممتازة من خلال استخدام الصور الملونة. [الإعلام الإلكتروني: من وسائل الإعلام الحديثة التي تعتمد على الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات الإلكترونية التي تشمل شبكة الإنترنت وأية وسيلة أخرى من الوسائل المعتمدة على المعلومات الرقمية، ويُعتبر الإعلام الإلكتروني مُختلفاً عن الإعلام المطبوع



## المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية Arab Journal for Humanities and Social Sciences

وظائف الإعلام يعتمد الإعلام على مجموعة من الوظائف التي ترتبط بطبيعة الدور الخاصّ فيه ضمن المجتمع؛ إذ يحرص على مواكبة حاجات الأفراد الفكرية والمادية، وتختلف وظائف الإعلام بين المجتمعات، ممّا أدى إلى قيام مجموعة من المفكرين الإعلاميين بتحديد أهمّ وظائف الإعلام، ومنها: تعزيز الإعلام: من خلال تزويد الأفراد بالمعلومات المهمة والضرورية؛ حتى يتمكنوا من فهم المجتمع والعالم، والتصرف والتواصل بطريقة سليمة. تحقيق التنشئة الاجتماعية: عن طريق توفير المعرفة المناسبة للأفراد؛ ممّا يساهم في تعزيز تفاعلهم مع المجتمع، ومشاركتهم في الأحداث العامة، ويؤدي ذلك إلى تطوّر وعيهم الاجتماعيّ. دعم الدوافع: أي الأهداف المجتمعية المباشرة عن طريق تشجيع النشاطات الخاصة بالأفراد. الحوار: عملية تبادل الأفكار حول مجموعة من الحقائق، من أجل مناقشتها وتوضيح وجهات النظر المختلفة، ومحاولة الوصول إلى اتفاق حول القضايا المطروحة. التربية: من خلال تعزيز التطوّر العلمي والثقافيّ، ونشر المعرفة في المجتمع. الإعلان والدعاية: عن طريق المساهمة في دعم الأنشطة الاقتصادية، من خلال استخدام الإعلان والتسويق للخدمات والسلع. تأثيرات الإعلام ترتبط بالإعلام مجموعة من التأثيرات التي تؤثر على مختلف مجالات الحياة، وتُقسم إلى الآتي: [التأثيرات الاقتصادية: هي مجموعة التأثيرات المرتبطة بالإعلام الخاصّ بالتسويق، والذي يساهم في توصيل المنتجات من المنتجين إلى الزبائن، ممّا يؤدي إلى تفعيل دور الإعلام في المشاركة في التنمية الاقتصادية؛ عن طريق تحفيز الناس لشراء المنتجات الجديدة. يرى بعض المفكرين الاقتصاديين أنّ كثافة الإعلانات الخاصة بالمنتجات تُعتبر نوعاً من أنواع إهدار المال، كما قد تؤثر على العلامة التجارية، وتجعل المستهلكين يبحثون عن علامات تجارية جديدة، وغالباً تتّم إضافة تكلفة الإعلانات إلى أسعار بيع السلع. التأثيرات الاجتماعية: هي مساهمة الإعلام في التأثير على المجتمع؛ بسبب استخدامه مجموعة من الوسائل الإعلامية في التواصل مع الأفراد، مثل التلفاز والصّحف، كما قد يستعين الإعلام باستخدام أساليب تُساعد على إقناع الناس في العديد من الأفكار، مثل شراء سلع معينة. التأثيرات السياسية: هي ارتباط الإعلام في التأثير على الحياة السياسية في الدول، ومن الأمثلة على ذلك استخدام وسائل الإعلام في الحملات الانتخابية للمرشحين في الانتخابات؛ إذ ساهمت الإعلانات في تقديم دعم مهمّ للمرشحين من أجل شغل مناصب سياسية، فساعدت الرسائل الإعلامية في التركيز على إنجازات المرشح، ممّا يساهم في تعزيز فرصته للنجاح في الانتخابات. نظريات الإعلام ظهرت العديد من النظريات التي اهتمت في دراسة الإعلام عن طريق ربطه مع مجموعة من المجالات الفكرية، ومن أهم هذه النظريات [نظرية الإعلام والتكنولوجيا: هي نظرية اهتمت بالأساس الماديّ للإعلام؛ إذ اعتمدت على دراسة الموصفات التكنولوجية وتأثيرها على تنمية المجتمع والأفراد. قال أحد المفكرين الذي يدعى مارشال ماكلوهان إنّ تكنولوجيا الإعلام تساهم في تشجيع الوسائط الفكرية التي تؤدي إلى تأثيرات اجتماعية واضحة، ومن الأمثلة على ذلك ظهور الكتب المحمولة التي من الممكن قراءتها بسهولة. نظرية الإعلام والثقافة: هي نظرية اهتمت بدراسة التفاعل بين وسائل الإعلام والإنتاج الثقافيّ، ويُعتبر مفكرو مدرسة فرانكفورت من أكثر الأشخاص اهتماماً في التحليل الثقافيّ المعتمد على وسائل الإعلام. تشير نظرية الإعلام والثقافة إلى ارتباط أيديولوجية وسائل الإعلام مع صناعة الثقافة، والتي تؤثر بدورها على العلاقات الاجتماعية عن طريق الاستفادة من الإعلام الجماهيريّ. قال المفكر والتر بنيامين إنّ تكنولوجيا الاتصالات الحديثة مثل التصوير السينمائيّ، أدت إلى تغيير الأعمال الفنية، إلا أنّها ساهمت في ظهور ثقافة إعلامية حديثة.

العلاقة بين الثقافة والإعلام

فوسائل الإعلام اكتسبت أهمية بالغة في الوقت الحالي حيث تقوم بتزويد الإنسان بالمعلومات والأفكار في شتى الميادين وتؤثر في مواقفه وسلوكه وقيمه ومعتقداته، وتتداخل العلاقة بين الاتصال والثقافة وتتشابك إلى الحد الذي جعل المؤلفين ينظروا إلى الاتصال والثقافة باعتبارهما وجهان لعملة واحدة، وأعتبر أنّ العادات والتقاليد والتراث والخبرات والقيم والمعارف المختلفة كلّها تنتقل بين الأشخاص والجماعات والأجيال وهذه الانتقال والتوصيل هو ما يعطيها صفة الاستمرارية والبقاء في الوجود. كذلك تعتبر طرق الاتصال ذاتها جزء من الثقافة السائدة فاللغة والحركات والإشارات والإيماءات... إلخ هي عناصر ثقافية، وأدوات في الوقت ذاته لنقل الثقافة وتوصيلها..



## المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية Arab Journal for Humanities and Social Sciences

فأدوات الاتصال جميعاً تعتبر امتداد لحواس الإنسان لها دورها في تغيير الإنسان والتأثير على أسلوب حياته أي ثقافته. فالثقافة جزء من حياتنا اليومية بل في الواقع هي التي تعطي معنى لها ويرسخ هذا المبدأ وسائل الاتصال. وأكدت معظم الدراسات على أنّ هناك علاقة بين وسائل الاتصال والثقافة وهذه العلاقة علاقة تكاملية لا يمكن فصلها. فالإعلام يمثل رافداً هاماً لإمداد الثقافة بالأخبار والمعلومات وفي الوقت ذاته لا غنى للإعلام عن الثقافة فالإعلام يستمد من الثقافة حاجته من المعلومات والحقائق والموضوعات ليقوم بتشكيلها وصياغتها ونشرها على نطاق واسع عبر أجهزته المتعددة، فالإعلام مرآة للثقافة كما أنّه رافداً من روافدها ويعتمد عليها في الوقت نفسه فكلاهما يعتمد على الآخر ويستفيد وعلى هذا فإنّ وظائف أجهزة الثقافة تتكامل مع وظائف أجهزة الإعلام. فإذا كانت الثقافة هي تعبير عن النشاط الإنساني فإنّ الإعلام هو الصوت المعبر عن هذا النشاط والأداة المفسرة والداعمة والمطورة له فهو تجسيد لها ويساهم في تعميقها. إذ لا يمكن تصور الثقافة بدون تعبير أو إبلاغ كما أنّه لا سبيل أمام أجهزة الإعلام النجاح بدون زاد ثقافي بشد اهتمام الجمهور إليها ويسمح لها بإبلاغ رسالتها في مختلف المجالات. حيث تمثل الثقافة الأثر المباشر لتقدم الإنسان ورفقيه وتمدنه وهي بهذا المفهوم تمثل الوجه الآخر للإعلام وكذلك تلتقي الثقافة مع الإعلام على القاعدة العريضة لفنون الاتصال وفي هذا التلاقي يلاحظ أنّه لا ثقافة بغير اتصال ولا اتصال بغير ثقافة فكلّ العمليات الثقافية لا تخلو من تفاعلات إعلامية وكلّ العمليات الإعلامية لا تخلو من تفاعلات ثقافية غير أنّ هذه العلاقة علاقة الترابط والتبادل والانتفاع والمشاركة قد تصبح عاجزة أو غير ذات فاعلية ما لم تكن مرتبطة ومتصلة في ذاتية المجتمع وهذا ينطبق بالنسبة للثقافة وبالنسبة لوسائل الاتصال. وحينما نقوم بدراسة علاقة الثقافة بالاتصال في مجتمع فعلياً أن ننظر إلى النظام السياسي المطبق في هذا المجتمع بكلّ ما ينطبق عليه ذلك من تحليل طبقي للبناء الاجتماعي ومن دراسة تحليلية للأيديولوجية المسيطرة وصراعها على باقي الأيديولوجيات في المجتمع. فالقيم الثقافية لأيّ مجتمع لها جذورها التي تمتد متففة مع التقاليد الدينية فالعقائد الدينية هي الأساس الذي تصدر عن طريقة الأحكام العاجلة في غياب الحقائق أو عند الافتقار إلى التفكير المنطقي. وأدى التطور الحديث والسريع في وسائل الاتصال الجماهيرية إلى مضاعفة تأثير وسائل الإعلام في صياغة ثقافة أيّ شعب من الشعوب بصفة عامة. بل أنّ هذا التطور التكنولوجي الهائل يجعل التغلغل الثقافي والتغيير الاجتماعي سريعاً جداً الأمر الذي يجعل الفرد مهيناً أكثر للتغيير السريع. فإنّ وسائل الإعلام من خلال الخطاب الإعلامي الذي نرسله تركز على وسائل الاتصال فهي الناقل الأساسي للثقافة وهي أدوات ثقافية تساعد على دعم المواقف والتأثير فيها وعلى تعزيز ونشر الأنماط السلوكية وتحقيق التكامل الاجتماعي وتلعب دوراً أساسياً في تطبيق السياسات الثقافية فهي الوسيلة الأساسية بالنسبة لملايين البشر في الحصول على الثقافة بجميع أشكال التعبير وتستطيع أن تقدم لهم روائع الإبداع من الماضي والحاضر. فالإتصال والثقافة في حالة تفاعل متبادل وهما نتاج لواقع موضوعي وإفراز لأوضاع اجتماعية واقتصادية وسياسية سائدة في المجتمع. والمسؤولية الملقاة على عاتق وسائل الإعلام هائلة لأنها لا تقوم بمجرد نقل الثقافة ونشرها، بل بانتقاء محتواها ولكي يتحقق لوسائل الإعلام أداء دورها الثقافي بفاعلية لا بدّ من سياسة اتصالية ثقافية تجعل العمل في هذا المجال بعيداً عن الارتجال ويحقق التوازن. والواقع أنّ أجهزة الثقافة والإعلام سلاح ذو حدين فهي خير إن أحسن استخدامها إذ تسهم في نشر الثقافات وهي شر إن أسأنا استخدامها فتؤدي إلى الهبوط بمستوى ما يقدم، ولفهم تأثير الإتصال على الثقافة لا بدّ من إدراك الظروف المحيطة بعمليات الإتصال في أيّ مجتمع إذ قد تخضع وسائل الإعلام للضبط والاحتكار والسيطرة والتوجيه من جانب المسيطرين على هذه الوسائل الأمر الذي يجعلها معبرة عن مصالحهم واهتماماتهم فقط ومن ثمّ لا تحمل هذه الوسائل إلاّ الثقافة التي تمثل فئة معينة ولا تعكس ثقافة المجتمع كلّها. فوسائل الإعلام لها شكل مؤسس محدد يعد انعكاساً للثقافة مما يظهر بوضوح طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والثقافة.



## المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية Arab Journal for Humanities and Social Sciences

### دور وسائل الإعلام في بناء الوعي الاجتماعي

تؤدي وسائل الإعلام بثتى أنواعها دورًا كبيرًا في تشكيل الوعي المجتمعي لدى قطاع كبير من الأفراد من جهة، والمجتمعات من جهة ثانية، سواء أكانت الرسالة سلبية أم إيجابية، فالإعلام سلاح ذو حدين، إما أن يسهم في تعزيز وترسيخ القيم والعادات السليمة، وإما أن يكون معول هدم لها، ومن هذا المنطلق يقع على عاتق القائمين على هذه الآلة في عالمنا العربي والإسلامي دور كبير في انتقاء ما يعرض في شتى وسائل الإعلام من إذاعة أو تلفاز أو غيرهما.

فواجب هذه الوسائل نحو المجتمع هو بناء وعي جماهيري، وتوجيه المجتمع نحو انتقاء المحتوى الإيجابي القيم والمفيد، وتشجيع أبنائه على المشاركة في تقديم وتطوير محتوى متميز، واستخدام التكنولوجيا الحديثة في إيجاد مضامين إعلامية مبتكرة، وذلك بهدف الضبط الإعلامي وبناء الذوق العام للمجتمع والارتقاء بمنظومة القيم والأخلاق فيه.

ومع الاعتماد المتزايد على الإنترنت، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا رئيسًا في بناء الوعي، وصارت ركنًا أساسيًا للتواصل اليومي واستقبال المعلومات بالنسبة لكثير من الأشخاص في العالم، فهناك من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للترفيه وتقضية الوقت، وربما لإضاعة الوقت، وآخرون أدركوا مدى قوة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي، فاستخدموها بشكلها الإيجابي الفعال.

وفي هذه الوسائل يحصل النقاش البناء، واحترام الرأي الآخر له دور كبير في بناء الوعي وعكس صورة حضارية للمتداولين، ويمنح المشاركين والمتابعين العديد من الفوائد والأجوبة المقنعة. لذا يقع على عاتق ناشطي ورواد التواصل الاجتماعي (السوشيال ميديا) أن يتحملوا مسؤوليتهم في المحافظة على القيم

والعادات الإسلامية والعربية، وأن تكون الأخلاق معيارًا حاكمًا وأساسًا محررًا للطرح بعيدًا عن الإسفاف والتفاهة والسقوط.

ويجب على النشطاء أن يتحلوا بالأمانة فيما يطرحون، وألا ينشروا الإشاعات التي من شأنها تزييف الوعي، وهدم كيان المجتمع، وأن يجعلوا من أنفسهم رقباء على ما يعرضون ويكتبون حتى لا نعيش في دوامة من التخبط واللامصداقية، التي من شأنها أن تضر بكيان الدولة، وبالتالي تنعكس سلبًا على الفرد والمجتمع.

ومما تجدر الإشارة إليه هنا، أن دولة قطر بثتى مؤسساتها الإعلامية من إذاعة وتلفاز وقنوات فضائية ومنصات إعلامية، ومواقع تواصل اجتماعي مارست دورًا مهمًا وبارزًا في غرس القيم والأخلاق، والمحافظة على عادات وتقاليد المجتمع القطري، إلى جانب صناعة منظومة إعلامية محافظة تقدم نموذجًا ومثالا للدور الذي ينبغي أن تكون عليه وسائل الإعلام في عالمنا المعاصر..



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

**الخاتمة :**

وأخيرا لا بد أن ينتبه الشخص للوقت الذي يمضيه على وسائل التواصل الاجتماعي، لأن قد يظل اليوم بأكمله وهو يمسك الهاتف ولا يشعر بكم مر من الوقت، الوقت هو الشيء الذي يمكنك تعويضه فكن حذر على ماذا تضيعه، وسوف تحاسب على هذا الوقت وتساءل ماذا كنت تفعل به.

**المراجع:**

1. "الإعلام والثقافة: دراسات وتحليلات" للدكتور محمد عبد الحفيظ.
2. "الإعلام والتغير الثقافي في المجتمعات العربية" للدكتور جمال الجرباوي.
3. "بحوث في الإعلام والثقافة" للدكتور محمد حسين هيكل.
4. "الثقافة والإعلام في المجتمعات العربية" للدكتور مصطفى السعيد.
5. "الإعلام والتغيير الثقافي: منهجية البحث وتطبيقاتها" للدكتور محمد الفقي.
6. "الإعلام والثقافة: دراسات حول التأثير والتغيير" للدكتورة نورا الفارس.
7. "الإعلام والتحول الثقافي في المجتمعات العربية" للدكتور عبد الرحمن الشاذلي.
8. "تحليل الإعلام والثقافة: منهجيات البحث وتطبيقاتها" للدكتورة سهام المغربي.
9. "الإعلام والتنمية الثقافية في العالم العربي" للدكتور سعد الغامدي.
10. "الإعلام والتغيير الاجتماعي والثقافي" للدكتورة هناء البلوشي.