

## جامعة جيجل

### كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

#### قسم علوم الإعلام والاتصال

علم الاجتماع السمعي البصري - السنة الثانية ماستر سمعي بصري - الأستاذة ركوك خولة

#### المحاضرة الثالثة: الشرعية الثقافية والسياسية والاقتصادية لوسائل الإعلام الكبرى

##### تمهيد:

تعد صناعة الإعلام في العصر من أقوى البنيات الصناعية التي عرفها العالم فمصدر قوتها يكمن في التأثير الكبير الذي تمارسه على مستوى الأفراد والجماعات والأنظمة والحكومة، وعلى مستوى آخر فإن التطورات المتلاحقة التي تشهدها اليوم والتي تزيد من فاعليتها وشدة تأثيرها، من خلال تحقيق أهداف الوسيلة الإعلامية في حيز الاقتصادي والثقافي والسياسي الذي يهدف إلى تلبية حاجات الجمهور وتحقيق العائد المادي دعماً لاستمرار النشاط وتدفعه وهذا يؤكد أن الإعلام يعد صناعة كبرى.

##### أ. الشرعية الثقافية لوسائل الإعلام:

تساهم وسائل الإعلام بشكل كبير في نشر الثقافة لمختلف القطاعات، ومن خلال هذه الوسائل تصل هذه الثقافة لمجتمعات واسعة كما تعمل هذه الوسائل في تنمية قدراته الفكرية ووعيه الثقافي، لقدرتها على التأثير والاقناع، وفي هذا الإطار ظهرت الثقافة الجماهيرية والتي ساهمت وسائل الإعلام في نشرها والترويجي لها بالإضافة إلى ظهور الصناعات الثقافية حيث حولت وسائل الإعلام الثقافة إلى سلعة تباع وتشتري.

وعليه أصبحت وسائل الإعلام مقيدة وتابعة بسبب نسيج العلاقات الذي يربط ملاكها وإعلاميها بمراكز صناعة القرارات السياسية والصناعية والعسكرية، حيث أصبحت وسائل الإعلام مؤسسات ربحية تسعى إلى تحقيق الربح من خلال سعيها وراء أكبر عدد ممكن من الجمهور، فمحتوياتها يغلب عليها التلاعب و تلميع الصورة، أما مسيروها فهم رجال أعمال أكبر مما هم رجال فكر.

## ب. الشرعية السياسية لوسائل الإعلام:

مثلت وسائل الإعلام منذ ظهورها إشكالية ذات حضور دائم للسلطة السياسية وحتى وقتنا الحاضر وتعاملت السلطة السياسية في مختلف دول العالم معها بحذ شديد بوصفها قادرة على دعم بقاء السلطة أو المساهمة في انهيارها ومن خلال التشريع القانوني والممارسة اليومية ترسخت العلاقة بين وسائل الإعلام وبين السلطة السياسية، والعوامل المؤثرة فيها ومدى خصوصية هذه العلاقة في الأنظمة السياسية المختلفة وبالنظر إلى السلطة الحاكمة يمكن الإقرار بأن السلطة تسعى إلى الاستمرارية من خلال التحكم في وسائل الإعلام باعتبارها ناشرة للمعلومات، كما أن اختلاف الأنظمة له دور كبير في تحديد علاقة السلطة بالإعلام، باعتباره يشكل سلطة رابعة في أغلب الأنظمة، خصوصا تلك التي تتمتع بالديمقراطية.