نظرية الحتمية القيمية في الإعلام: علاقة المرجعية المعيارية بالدراسات الامبريقية

د.غوثي عطاله

جامعة مستغانم

الملخص:

يبحث مقالنا المعنون بـ"نظرية الحتمية القيمية في الإعلام: علاقة المرجعية المعيارية بالدراسات الامبريقية" في البعد المنهجي الذي تحاول من خلاله أفكار نظرية الحتمية القيمية في الإعلام تجسيده ميدانيا، ونحاول من هذا المقال عرض الأفكار التي تتعلق بالجانب المعنوي والمعياري الذي يميز مفاهيم النظرية وابراز علاقة هذه المفاهيم والأبعاد بالبعد الامبريقي الذي ترتكز عليه دراسات الإعلام الميدانية.

الكلمات المفتاحية: نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، البعد المعياري، الثقافة، القيم، الدراسات الامبريقية

Abstract:

This article, entitled "value media determinism theory: relationship between morale reference and empiric studies" studies the methodological aspect from which the value media determinism ideas, try to achieve, on the ground, the content of that aspect .We will try through this article to show the ideas related to the morale and normative aspect that distinguishes this theory's concepts and to display the what links between these concepts and dimensions to the empiric dimension that is the base of applied media studies.

Keywords : Value media determinism theory, normative dimension, culture, morale, empiric studies.

مقدمة:

تتجه الدراسات الامبريقية إلى تحليل الظاهرة الإعلامية انطلاقا من النتائج التي تحدثها ميدانيا وتعتبر الملاحظة والتجريب من الأدوات المنهجية لهذا النوع من الدراسات التي أفادت حقل الإعلام والاتصال بمجموعة من النظريات حول الأثر: أثر الرسالة، الوسيلة، الاستخدام وحول وسائل الإعلام والجمهور استنادا إلى دراسة جزئية لعينة محددة أقيمت في ظرف زماني ومكاني محدد (ما نجده في المذكرات والأطروحات تحت عنوان الإطار أو المجال الزماني والمكاني) ومن المعروف أن ما تقدمه نتائج هذه البحوث هو معرفة نظرية جزئية ترتبط بالظرف الذي أنجزت خلاله هذه الدراسة فهي لا تقدم سندا معرفيا ذا أبعاد فلسفية وفكرية يعبر عن السياق المحلي أو العالمي الذي تتفاعل معه الظاهرة الإعلامية والاتصالية وهو ما يشكل جانبا من أزمة غياب المرجع بالنسبة لنظريات الإعلام والاتصال إذ المعروف أن "النظرية تنبع من نموذج نظري جامع (paradigm) يلخص تصورا فكريا معينا لمسألة الاتصال خلال مرحلة تاريخية معينة "[1]

وهو ما ينطبق تماما على إسهامات المفكرين الكندي مارشال ماكلوهان والجزائري عزي عبد الرحمن، إذ تعكس تحليلاتهما ووفق طريقة تفكير كل منهما السياق الذي عايشاه ويقول الدكتور نصير بوعلي في هذا الصدد أن فكر مارشال ماكلوهان الذي تزامن مع سنوات الخمسينيات والستينيات يعكس حقبته التي شهدت اختراع الراديو والتلفزيون الكمبيوتر، والأقمار الاصطناعية للاتصالات في حين يعكس تصور عزي عبد الرحمن ثورة الأفكار والحضارات وصدام القيم عبر وسائل الإعلام، وعموما فان المفكرين قد منحا قراءة تشكل مرجعا ونظرية متكاملة تقدم معايير لمقاربة الظاهرة الإعلامية.[2]

نتطرق من خلال هذه الورقة إلى الطبيعة المعيارية لنظرية الحتمية القيمية في الإعلام وإبراز تجلياتها عبر مفاهيم النظرية مع مقارنتها بين الحين والآخر بنظرية الحتمية التكنولوجية، لنعود في نهاية الورقة إلى الحديث عن التكامل بين الدراسة الامبريقية والطبيعة المعيارية التي يتسم بها التنظير القيمي في نظرية الحتمية القيمية.

تعتبر نظرية الحتمية القيمية في الإعلام بأن القيمة هي المتغير الأساس في فهم وتفسير الظاهرة الإعلامية أي أن هذه الأخيرة يتم مقاربتها من حيث بعدها أو قربها من القيمة

والتي تشكل كل ما يسمو في المعنى، ويعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين، فالقيمة هنا مصدرها الدين وهي تأخذ بعدها الاجتماعي بالممارسة إذ يسعى الإنسان إلى تجسيدها كلما ارتقى بفعله وعقله إلى منزلة أعلى.[3]

إن الفقرة السابقة توضح طبيعة المعيارية التي تتسم بها نظرية الحتمية القيمية إذ ترتبط مقاربتها بما هو معنوي، كما تعتبر الإعلام متغيرا تابعا بدلا من اعتباره متغيرا مستقلا ولتوضيح هذا المعنى يكفي مقارنة الحتمية القيمية بالحتمية التكنولوجية:

1. يعتبر ماكلوهان بأن النظرية الإعلامية تفسر وتفهم من خلال تأثيرات الوسيلة ويذهب في ذلك إلى حد أنه ينصح الفرد بأن يهتم بالإلمام بالمعطيات والمعلومات الخاصة بالوسائل الاتصالية حتى يجنب نفسه أن يكون ضحية استغلال التطور التقني وحتى يستطيع التحكم في محيطه.[4] وهنا فالجانب المادي التقني (الإمكانات التي تتيحها الوسيلة) يعتبر معيارا لمقاربة الظاهرة الإعلامية حسب ماكلوهان في حين يربطها عزي عبد الرحمن بالبعد المعنوي فتعريفه للقيمة هو اعتبارها كل ما يسمو في المعنى ويعلو على الشيء.

2. يعطي ماكلوهان في نظريته الأولوية للوسيلة ويعتبرها المتغير المستقل والعامل المتحكم في الرسالة إلى حد يعتبر فيه أن الوسيلة الإعلامية تعمل على نقل الثقافة ونشرها وتؤثر عليها بحيث تعدلها وتغير فيها.[5] في حين أن الثقافة عند عزي عبد الرحمن تمثل الأولوية، فالإعلام حسبه جزء من الثقافة وإذا كانت وسائل الاتصال قد أنتجت الثقافة الجماهيرية فإنها لم تصبح الثقافة في حد ذاتها كما أن الثقافة الجماهيرية وليدة المجتمع الجماهيري وليس العكس.[6] وبالحديث عن الثقافة فان عزي عبد الرحمن يربطها بالجانب المعياري ويتجلى ذلك من خلال إعادة تعريفه للثقافة ونقده للتعريفات الأنتربولوجية النسبية التي ارتبطت بها من حيث أنها لا تعتمد معايير يمكن من خلالها دراسة طبيعة ثقافة ما ومقارنتها بثقافة أخرى،[7] في حين الثقافة بالنسبة اليه "سلم من القيم تسمو وتدنو وفق العلاقة مع القيمة التي في أصلها دينية" [8]، هذا مايفترض تنوع المحتوى الإعلامي بتنوع الثقافات، إلا أن وسائل الإعلام تؤثر على الثقافة أيضا سلبا وايجابا فإما أن يكون محتواها قريبا من قيم المجتمع فتحدث التأثير الايجابي وإما أن

تكون بعيدة فتحدث التأثير السلبي مثل وسائل الإعلام العالمية (الفضائيات مثلا) التي تسعى إلى نشر ثقافة عالمية تتعارض مع الثقافة المحلية المرتبطة بقيم المجتمع، فتعمد إلى ترسيخ كل ما هو تماثلي وقاسم مشترك وبيولوجي وغريزي وعاطفي، وتعمد إلى تقليص المحلي وتوسيع العالمي، تكريس المعيارية والاستهلاكية المزج بين الرمزي والحقيقي، إضعاف الحساسية اتجاه الممنوعات الثقافية ...وغيرها.[9]

إن هذا الصدام الثقافي بالإضافة إلى الثقافة المحلية يشكل ما يعبر عنه عزي عبد الرحمن بمفهوم المخيال الإعلامي الذي يرتبط أيضا عنده بما هو معنوي.

إن الملاحظ هو أن نظرية الحتمية القيمية في الإعلام تقارب الظاهرة الإعلامية معياريا كما أن مفاهيمها ترتبط بما هو معنوي وهو ما يطرح إشكالية التكامل بين منهجها والدراسات الامبريقية رغم التباين الكبير الذي قد يبرزه التحليل السابق.

إن القيمة تأخذ بعدها الاجتماعي بالممارسة وعليه فان الدراسة الامبريقية يمكن أن تقدم نتائج تتعلق بوضع القيم في مجال الإعلام ثم مقارنتها بالمعايير القيمية التي تتحدث عنها النظرية لمعرفة مدى اقتراب الثقافة والفعل الإعلامي من القيمة وعليه تتطرق هذه الورقة إلى ثلاث نقاط أساسية:

- أسس نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.
- الجانب المعنوي والمعياري في مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.
- العلاقة بين المعيارية والامبريقية في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

ا.أسس نظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

تقوم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام للدكتور عزي عبد الرحمن على رؤية خاصة نستخلص ذلك عندما نقرأ الطريقة التي يعود من خلالها إلى القيمة في كل مرة يشير فيه إلى مفهوم مرتبط بالنظرية أو إلى مفاهيم حاولت النظرية أن تقدم لها بعدا جديدا من خلال ربطها بالقيمة كعنصر أساس ومنها: الثقافة، الزمن، المكان الرمزي، الرأسمال، والبنية البيولوجية للقيمة والتأثير...وغيرها.

وكما يقدمها الدكتور عبد الرحمن عزي فان نظرية "الحتمية القيمية في الإعلام" تعبير يشمل على ثلاثة ألفاظ:

- **الحتمية**: ويقصد بها اعتبار متغير واحد أساسا في تفسير وفهم أي ظاهرة حيث يرتبط المتغير بالقيمة والظاهرة بالإعلام والاتصال.
- **القيمية**: ومنها القيمة وهي معنوية ومصدرها الدين حيث يسعى الإنسان إلى تجسيدها كلما ارتفع بفعله وعقله إلى منزلة أعلى.[10] من خلال هذا التعريف يتبادر إلى الذهن السؤال التالي : وهو لماذا يستبدل متغير الدين بمتغير القيمة ؟ ونجد الدكتور عبد الرحمن عزي يجيبنا عن هذا السؤال في معرض مقارنته بين نظرية الحتمية القيمية في الإعلام والإعلام الإسلامي :

أولا: تعبير "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام " يجعلها جزءا من اللغة الأكاديمية العلمية في حين يبدو لفظ الإعلام الإسلامي أقرب إلى لغة الخطاب بالنسبة للذي لم يتعود على هذه التعابير اللغوية أو كان يقع خارج هذا التقليد.

ثانيا: وهي نقطة مهمة تتعلق بالخروج من دائرة المحلية إلى العالمية فقول إعلام إسلامي أو إعلام مسيحي أو غيرها يوحي بأن الأمر يتعلق بشأن محلي ديني في حين أن نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ليست محلية[11] "اذ ترى أن القيمة هي المحرك الأساس في التطور الحضاري لأي مجتمع "[12]

ثالثا: إن الدفع بمفهوم القيمة إلى الواجهة يجعل النظرية قابلة للنقد الذي يوجه إلى النظرية وليس إلى مصدرها[13]

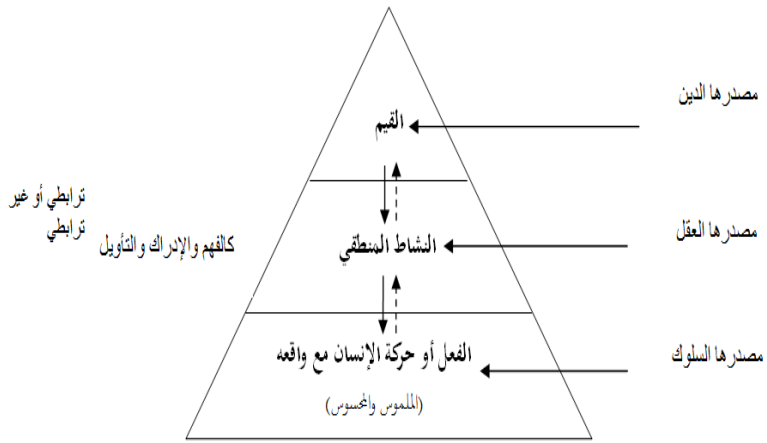
- **في الإعلام**: ويقصد بها الرسالة أي محتوى وسائل الإعلام ومنها التقليدية (الصحف، المجلات، الإذاعة، التلفزيون) والجديدة الانترنيت والإعلام الاجتماعي، وتقوم مقاربة عبد الرحمن عزي على أولوية الثقافة على وسائل الإعلام إذ ينتقد الطرح القائل بأننا في "عصر الوسيلة" بالشكل الذي يجعل وسائل الاتصال أساسا للثقافة. فالثقافة حسبه تستوعب وسائل الإعلام بينما تشمل الأخيرة جزءا محددا ومحدودا منها- أي الثقافة – كما أن الوسيلة وجدت في سياق ثقافة معينة وسعت إلى التعبير عن مظاهرها.[14]

وتعود هذه الأسئلة والانشغال بهذه الإشكاليات إلى منطلقات نظرية الحتمية القيمية في الإعلام والتي تأسست على نقد نظرية الحتمية التكنولوجية للعالم الكندي مارشال ماكلوهان حيث تركز على الأثر الذي تحدثه الرسالة أكثر من الوسيلة وتعتبر السمع والبصر أفعالا مرتبطة بالقيمة وليست مجرد مسائل فنية حيث تطغى هذه الحاسة أو تلك في العلاقة مع وسائل الإعلام، كما تدفع بالقيمة بدلا من الوسيلة كمتغير يأخذ بعدا عالميا فالقيمة هي ما يمثل البعد الإنساني والعالمي وليس الوسيلة.[15]

يتضح من خلال ما سبق أن فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام يتطلب منا الوعي بأطروحات مارشال ماكلوهان حول الحتمية التقنية إلا أنه وباعتقادنا فانه لا يمكن حصر نظرية المحدد القيمي كرصيد فكري يقوم على نقد نظرية مارشال ماكلوهان، ولتتضح الفكرة فإن الاهتمام بمسألة أن الوسيلة منتج من منتجات الثقافة وتسعى للتعبير عن قيمها يجعلنا ندرس أثر الوسيلة على الثقافات الأخرى، نبرز أي القيم نجحت وسائل الإعلام في ترسيخها ؟ وأي القيم لم تنجح في ترسيخها؟ وكيف أثرت الوسيلة على السلوك؟ ولكن هذه الأسئلة وان كانت "تحمل بعض المشروعية الظرفية" استعارة منا لتعبير الدكتور عبد الرحمن عزي فهي تعيدنا إلى المنطلقات الأولى للنظرية القائمة على نقد الفكرة القائلة بهيمنة الوسيلة وربما قد نذهب إلى أبعد من ذلك ونقول بأنها تخدم نظرية الحتمية التكنولوجية لماكلوهان أكثر من سعيها لإبراز الجوانب الجديدة في نظرية الحتمية القيمية ومنها أولوية الثقافة والقيم على وسائل الإعلام والاهتمام بالانتقال من القيم إلى الفعل الإعلامي وليس العكس إجابة عن إشكالية رئيسة في الحتمية القيمية وهي ما الذي تفعله الثقافة بوسائل الإعلام؟ (وسنعود إلى هذه النقطة بشيء من التفصيل لاحقا).

وبالعودة إلى المفاهيم فان نظرية الحتمية القيمية تجعل من القيمة بنية أساسية لكل مفاهيمها ومنها :

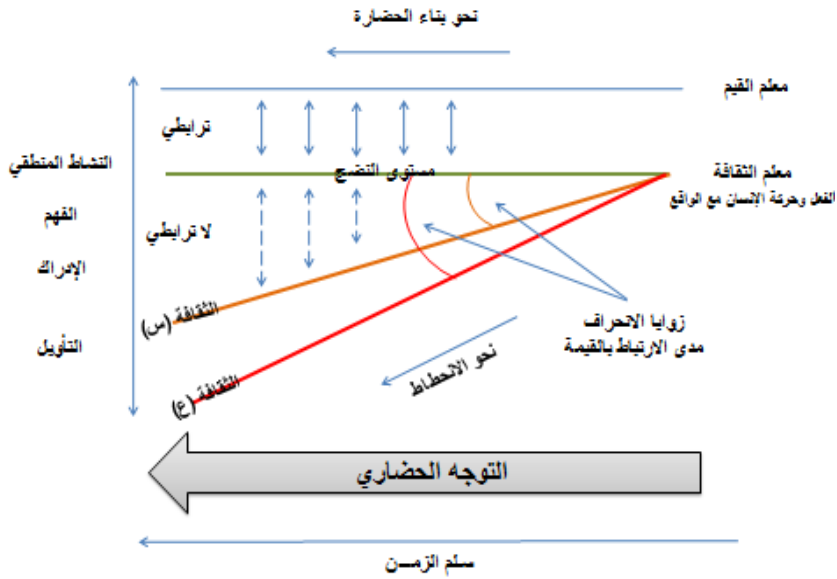
الثقافة: تعرف وفق منظور الحتمية القيمة بأنها "معايشة الواقع انطلاقا من القيم"[16] ويوضح الشكل التالي مفهوم الثقافة وفق الرؤية القيمية



المصدر: عبد الرحمن عزي ، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ص 25

ومن خلال الشـكل فان الثقافة سـلم يتضـمن ثلاثة أبعاد : القيم (مصـدرها الدين) ، المنطق أو النشـاط المنطقي (مصدره العقل) والفعل أو حركة الإنسـان مع واقعه[17] وتمثل القيم المسـتوى الأعلى ثم يأتي العقل في المرحلة الموالية ليتعامل مع النشـاط المنطقي كالفهم والإدراك والتأويل ويعتبر المحدد لنمط العلاقة مع القيم فهو إما نشـاط منطقي يبتعد عن القيمة أو يقترب منها ، لتتشكل قاعدة الهرم من سلوك الإنسـان وفعله الذي يعتبر محصـلة للترابط المنطقي بين القيم وطرق الإدراك والفهم والتأويل محددة لطبيعة الحضارة.[18]

إن الشـكل المقترح من قبل الدكتور عبد الرحمن عزي يوضـح علاقة الثقافة بالقيم بشكل بسيط وقد لا يتضمن مختلف الجوانب التي يبرزها الأستاذ من خلال كتاباته عن الثقافة والحضارة في ضوء نظرية الحتمية القيمة لذلك نقترح من جانبنا مخططا موازيا



مستوحى من علاقة الثقافة بالقيم مع إضافة متغيرات أخرى يتحدث عنها الأستاذ عبد الرحمن عزي على النحو التالي:

مفهوم الثقافة: التوجه الحضاري في علاقة الثقافة بالقيم

المصدر: تصميمنا الخاص مستوحى من أسس نظرية الحتمية القيمية في الإعلام

يتميز المخطط أعلاه عن الشكل المقترح من قبل الدكتور عبد الرحمن عزي في إبراز عناصر من بينها: الزمن، والمستويات الثقافية، ونقترح من خلال الشكل أعلاه مخططا يتضمن مختلف الجوانب المتعلقة بتعريف الثقافة من منطلق نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ويجسد الشكل أعلاه بشكل واضح العلاقة بين القيم، السلوك والنشاط المنطقي، والعلاقة بين الثقافة والقيم، فالنشاط العقلي إما أن يضبط علاقة تتسق ويتوازى فيها فعل الإنسان وسلوكه مع القيمة وهو ما يؤدي عبر الزمن (السلم الزمني) إلى التوجه نحو الحضارة وإما أن يكون غير مترابط مع القيمة مما يؤدي إلى الانحراف بالابتعاد عن القيمة فيكون المآل التوجه نحو الانحطاط، كما أن زوايا الانحراف في

المخطط تشير إلى الثقافات ومستوى نضجها وعليه ففكرة الدكتور عبد الرحمن عزي المتمثلة في إمكانية "دراسة طبيعة ثقافة ما كمستوى نضجها وقيمة ما تطرحه من عقائد وسلوكيات وكذا مقارنة ثقافة بثقافة أخرى"[19] تبدو واضحة من خلال الشكل.

الزمن:

"يقصد بالزمن عامة وتيرة الفعل أو الحركة في اتجاه قضية مقصودة أيا كان نوعها ثقافية، اجتماعية، اقتصادية، سياسية، إعلامية الخ"[20]والوتيرة عند ابن خلدون يقصد بها "المدى الزمني الذي يتخذه تعاقب الأحداث بالبطء أو السرعة النسبية أو الفائقة"[21].

ويقسم الدكتور عبد الرحمن عزي الأزمنة إلى ثلاث: الزمن الإعلامي ويقصد به الزمن الذي تفرضه وسائل الإعلام على المتلقي مضمونا وشكلا بالإضافة إلى الجو النفسي والاجتماعي والتاريخي الذي ينشأ عن التعامل مع هذه الوسائل، الزمن القيمي المرتبط بعقيدة المجتمع، والزمن الاجتماعي وهو زمن العلاقات الاجتماعية أو زمن الحراك الاجتماعي[22] والنتيجة العامة هي أن وتيرة حركة الإنسان وفعله يتأثران بحجم الزمن الذي يخصصه لكل من الدين (القيم) ،العلاقات الاجتماعية، ووسائل الإعلام كما أن مضمون الزمن كالقيم النابعة من التزام الإنسان بالعبادات وحرصه على تفعيل قيم الدين اجتماعيا وكذا الثقافة المتكونة من العلاقات الاجتماعية ومن التعرض لوسائل الإعلام له أثره على طبيعة الفعل ووتيرته تناسبا طرديا مع الوقت المخصص لكل مجال مع أولوية للزمن القيمي الذي من المفروض أن يكون حاضرا بشكل دائم .

المكان الرمزي:

يقصد بالمكان الرمزي المكان الذي تؤسسه وسائل الإعلام في المخيال الاجتماعي من خلال الصورة المصنعة والإعلان والمضامين المرئية والمسموعة الأخرى[23] حيث تدخل وسائل الإعلام والاتصال كالتلفزيون والسينما والمجلات والصحف والانترنيت في تكوين أنماط من الصور المكانية التي تكون خارج دائرة الواقع المعاش للفرد فتدخل عليه مكانا رمزيا متباعدا ومألوفا مع تزايد الارتباط بهذه الوسائل. وتؤدي كثرة استخدام وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون والانترنيت إلى نوع من "الاغتراب" عن المكان المعايش والتعلق بالمكان المألوف الجديد الذي تعرضه هذه الوسائل في صور الأفلام والمسلسلات

والإعلانات عامة وبمعنى آخر يصبح المكان الرمزي الجديد هو المكان الحقيقي فيبدو متشابها تغيب فيه الخصوصية المكانية وذلك جزء من العولمة المكانية فالمكان ليس حيزا فيزيقيا فحسب بل فضاءا يمس شتى مجالات الحياة كالقيم "المكانية"، نوع العلاقات الاجتماعية، وشكل العمران وغيرها فهناك تداخل كبير بين المكان والجوانب القيمية والثقافية والنفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتاريخية والعمرانية في المجتمع عامة [24] إن ما نستخلصه من الفقرة السابقة هو الأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام على المخيال أو ما يسميه الدكتور عبد الرحمن عزي بالمخيال الإعلامي ويبدو من خلال تحليل البروفسور عزي أن وسائل الإعلام من خلال رسائلها هي من يحدث التأثيرعلى المستوى القيمي والثقافي مما ينعكس على الفعل الاجتماعي والتاريخي والسياسي... الخ ويقول في كتابه الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية بأن "القيم والتقاليد التي يحملها الفرد أو الجماعة هي التي تحدد التعامل مع البيئة وطبيعة العلاقات الاجتماعية وشكل هندسة البناء المعتمدة وغيرها أخذا بعين الاعتبار التأثير المتبادل بين هذه العناصر في مختلف المراحل التاريخية"[25]

وما يشد انتباهنا هو عبارة التأثير المتبادل التي تشير إلى أن للمكان أثره على القيم والتقاليد التي يحملها الفرد "فالانسان ابن بيئته" على حد تعبير ابن خلدون ويحيل الدكتور عزي إلى هذا الطرح عندما يتحدث عن البيئة التكنولوجية و المدينة الخدماتية المعاصرة حيث يبرز كما يقول "أثر المكان على القيمة"[26] ويوضح ذلك من خلال رسم بياني يعرض نوع المحيط ومدى ارتباطه بالبيئة الفيزيقية ويهمنا فيه علاقات الترابط التي يكشف عنها بين المحيط والقيمة. ففي المحيط الطبيعي يكون الارتباط عاليا بالأرض ويكون هناك تفاعل بين الإنسان والإنسان وبينه وبين البيئة الفيزيقية وهنا تحضر القيمة بشكل بارز أما في المحيط الاجتماعي فيكون الارتباط متواضعا مع الأرض وينحصر التفاعل في ذلك الذي يكون بين الإنسان والإنسان وهنا تخضع القيمة للتغير الاجتماعي السريع، وبالنسبة للمحيط التكنولوجي فان الارتباط يكون بين الإنسان ووسائل الإعلام التي تكون فاعلة فتتقلص القيمة ويكون تفاعل الإنسان مع الأرض ومع الإنسان قليلا[27].

من خلال ما سبق فان وضع القيمة مرتبط بالمحيط وهي تعتبر متغيرا تابعا لتأثيرات الاتصال والتكنولوجيا في المحيطين الاجتماعي والتكنولوجي حيث تنحصر تدريجيا وعليه

فإن القيمة حسب هذا التصور ليست متغيرا ثقيلا فهي محدودة ومحصورة خاصة عندما نتحدث عن المجتمع المعاصر، تبرز في غياب الاتصال ووسائل الإعلام وتتقلص في حضورهما، كما أن وسائل الإعلام كما أشرنا إلى ذلك سابقا في بداية الحديث عن المكان الرمزي هي المؤثر والمتغير المستقل فيما القيمة متغير تابع، ويبدو لنا كل هذا متناقضا مع الأطروحات الأساسية لنظرية الحتمية القيمية في الإعلام فمن المفروض أن تكون القيمة هي المتغير المستقل والمؤثر في الفعل الإعلامي وليس العكس، وتكون القيمة هنا في أحسن الحالات متغيرا وسيطا بين متغير مستقل هو المضمون الإعلامي وبين آخر تابع وهو الفعل السياسي والاجتماعي والعمراني والتاريخي ...الخ كما أن هذه الرؤية تخالف مفهوما آخر داخل النظرية وهو مفهوم الثقافة حيث تبرز النظرية أولوية الثقافة على وسائل الإعلام وتتساءل عما تفعله الثقافة (وأعلى هرمها القيمة) بوسائل الإعلام؟ مع اهتمام أقل بمسألة أن وسائل الإعلام تعبر عن مظاهر الثقافة التي أنتجت في سياقها إلا أن المفهوم والتفسيرات المرتبطة بالمكان والمكان الرمزي تدفعنا إلى اعتقاد العكس، والأمر كله أشبه بمحاولة فك لغز الدجاجة والبيضة وأيهما الأسبق؟ فهل تأثير القيم والتقاليد هو الذي يضبط نمط تفاعل المتلقي مع وسائل الإعلام ويحدد السلوك الثقافي بشكل عام؟ أم أن وسائل الإعلام أحدثت ثورة على مستوى العناصر الثقافية المذكورة آنفا مما يجعلها تتدخل بشكل أساس في نمط التصور والسلوك الذي يتخذه المستقبل لمضامينها؟

ويبدو استكمالا أن النظرية لم تحدد إجابة واضحة عن هذه المسألة ويظهر ذلك بشكل خاص من خلال التعريف الذي يقدمه الدكتور عبد الرحمن عزي للمخيال الإعلامي الذي لم يتحدد اتجاهه بعد.

المخيال الإعلامي:

هو حالة من المشاعر النفسية الاجتماعية التي تتكون بفعل ما يتعرض له الجمهور.(عندنا وفي المجتمعات التي تتشابه ثقافيا واجتماعيا) من محتويات وسائل الاتصال من جهة وبفعل ما يحمله هذا الجمهور من مخزون تراثي وأسطوري تتداخل فيه الذاكرة التاريخية بصورة مشوهة بفعل عصور الانحطاط والظاهرة الاستعمارية مع محاولة وسائل الاتصال في المجتمعات التي ننتمي إليها القفز فوق التاريخ وعليه فان تعبير

"المخيال" يعكس نمطا من التصـــور الذي هو في طور التكوين ومن ثم لا يمكن تحديد طبيعته ومراحل تطوره بســـهولة كما أن المخيال الإعلامي لا يرتبط بنســـق إيديولوجي كالايديولوجيا التي تقوم على تبرير الواقع بل هو نسيج من القيم الأسطورية الراسخة في شعور الإنسان ولا شعوره، والقيم المصنعة الواردة عبر وسائل الاتصال ولم يتحدد بعد شكل توجه هذا المخيال، سواء اتجاه المحافظة على الواقع أو تغييره أو في أي اتجاه.[28] إن هذا التحليل للأستاذ عبد الرحمن عزي يدعم تحليلنا الســابق، فالتصــور الذي يقدمه للمخيال غير واضح المعالم كما يشير إلى ذلك بنفسه كما أنه يحتاج لأن يكون موضوعا للدراسات الميدانية (دراسات الجمهور) التي من شأنها أن تحدد شكله وتوجهه بالإضافة إلى تحديد إجابة عن تساؤل جوهري هو أسبقية تأثير القيم أو وسائل الإعلام في تشكيل بنية هذا المخيال وأثر ذلك على الفعل والسلوك الثقافي عموما.

الرأسمال:

يفرق البرفسور عبد الرحمن عزي بين الرأسمال المادي (الاقتصادي)، الرمزي (الإعلامي)، والقيمي وتشـخيصـا لوضـع الرأسـمال في المنطقة العربية فهو يرى بأن الرأســمال الاقتصادي هو "الداعم الأساس للقنوات التي يصعب عليها الاستقلال عن مصادر هذا التمويل وهي تبقى قائمة حتى وإن لم تكن مربحة تجاريا فهي تحقق أهدافا مرتبطة بتثمين النظام الاقتصادي والسياسي وتسويق صورة موجبة عنه حيث ينتمي الرأسمال المادي إلى مجال (النفوذ) السلطة وهو يتصف بفك الارتباط بين الرأسمال والقيمة فهو أي الرأســمال لا يبحث عن تجســيدها رمزيا[29]. وهو ما يعبر عنه في ســياق آخر بالتمزق الذي يصيب العلاقة بين الرأسمال المادي والرمزي والقيمي حيث يمثل الأخير المرجع في أداء الرأسمال المادي والرمزي حسبه[30]

ويتحدث الأستاذ عبد الرحمن عزي عن التجربة الغربية فيقول بأن الإعلام كان امتدادا للبنية الاقتصادية، فالنشاط الاقتصادي وبروز الشركات الكبرى ولد الحاجة إلى وسائل إعلان ودعاية قصد تسويق السلع والخدمات إلى جانب الوظائف الأخرى للإعلام كالإخبار والترفيه وهو ما يعتبره مختلفا عن الحالة العربية فهي "ليست طبيعية" على حد وصفه وفيها يكون الإعلام ظاهرة تابعة للعامل الســياســي[31]. ومن الواضــح أن الاختلاف بين

التجربة الغربية والعربية لا يتعدى كونه اختلافا في البنية الاقتصادية والسياسية ويبدو التماثل بين السياقين أقرب إلى اعتباره عاملا مفسرا لطبيعة الفعل الإعلامي فمن خلال التحليل السابق يبرز العامل الاقتصادي كمتغير مستقل ومفسر لطبيعة العمل الإعلامي سواء عندنا أو في الغرب.

إن الرؤية النقدية إن صح هذا التعبير التي قدمنها للمفاهيم السابقة نابعة أساسا من تشخيص الدكتور عبد الرحمن عزي لوضع القيمة في الواقع من جهة وبين العلاقة النظرية التي تريد نظرية الحتمية القيمة في الإعلام إثباتها من أن القيم هي المؤثر والعامل الأساس المحدد للفعل الإعلامي من جهة أخرى، وإن كان الأمر منطقيا من وجهة تصور النظرية القائمة على "طرح المبادرات من منطلق ما ينبغي أن يكون وليس من خلال ما هو كائن"[32] كون "الواقع متردي وعلى غير ما يرام"[33] كما يقول الدكتور نصير بو علي فان المؤشرات الواقعية التي يقدمها البروفسور عبد الرحمن عزي تمثل حجة أكثر إثباتا من التصور النظري وحده الخاص بالحتمية القيمة.

وبالنسبة إلينا فإن الطابع التربوي للنظرية وتصورها يظهر بشكل أساس في المفهوم الخاص بالقيمة والبنية البيولوجية للعقل والتفكير وعرض نتائج دراسة الباحثة ريتا سميلكستاين Rita Smilkstein "ولدنا لنتعلم" WE Are Born To learn[34] والتفسيرات المرتبطة بالبرمجة اللغوية العصبية التي تعتبر أنه يمكن إدخال "التفكير الايجابي" بتعويد المراكز الذهنية العصبية على التحرك في دائرة المفردات المختارة والتفسيرات النفسية التي تربط حالات القلق و الاضطراب والتوازن بالمراكز الذهنية العصبية[35]، وكذا التصرف في أعمال الباحثة سميلكستاين من خلال إعادة عرض نتائج دراستها المرتبطة بطرق التعلم وما يحدث على مستوى الخلايا العصبية من نمو للاستطالات مع زيادة النشاط الذهني والذي يزداد معه الإدراك، والممارسة والتعلم (اكتساب القيمة) كما أن زيادة الاستطالات يربط الخلايا فيما بينها على مستوى ما يعرف بالنواقل ويتناسب هذا طرديا مع إدراك وممارسة القيمة الذي يحدث أثره على مستوى الدماغ في أجزاء محددة وهو ما يجعل التعلق بالقيمة أسهل وأقوى.[36] وكلما ازدادت هذه النواقل ازدادت إمكانية التذكر واستخدام القيمة. يضاف إلى ذلك أن الإحساس بالرضا أو الراحة الداخلية من جهة أو الحزن أو الألم من جهة أخرى يولد إفرازات كيميائية خاصة في الدماغ تحدث

إما الحيوية أو التراخي على مستوى الخلايا الذهنية وهو ما يؤثر بدوره على الفرد وسلوكه.[37]

بشكل عام يعتمد النقد الذي نقدمه على الحرص على فهم النظرية وتأويلنا من هذا المنطلق هو أن القيمة ثابتة والاقتراب أو الابتعاد عنها هو ما يحدد الوضع في الواقع ثم إن القيمة معنوية وبالتالي لا يمكن اعتبارها متغيرا تابعا أو إثبات ذلك على الأقل، كما أن القيمة من وجهة تصور النظرية دينية مصدرها الدين وليس الإنسان وهو دليل آخر على ثباتها من جهة وكونها متغيرا مستقلا لا تابعا من جهة أخرى (وسنعود إلى هذه النقطة بتفصيل أكثر عند تناول المنهج المعياري).

II.الجانب المعنوي والمعياري في مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام :

أولا: تعتبر الحتمية القيمية، القيمة متغيرا مستقلا والفعل الاجتماعي و الاقتصادي والتاريخي والإعلامي على وجه الخصوص متغيرا تابعا وتحدد القيمة باعتبارها كل ما يسمو عن الشيء وأن أصلها ومصدرها هو الدين -دون تحديد الدين- إذ ترتبط بالمعاني الكامنة فيه[38].

ثانيا: الثقافة عند عزي عبد الرحمن سلم من القيم وهي تسمو وتدنو نسبة إلى مدى ارتقاء الإنسان بعقله وفعله إلى القيمة التي تعتبر إذا معيارا ومؤطرا للسلوك والفعل الثقافي و"القيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية ويكون مصدر القيم في الأساس الدين"[39] وهو تعريف يتخلف عن الطرح الموجود في الأدبيات الأنتربولوجية الغربية الذي يحصر الثقافة في الإنتاج الإنساني خلال الزمان والمكان[40]ويعتبرها ظاهرة نسبية حيث لا يمكن اعتماد معايير لدراسة ثقافة ما كمستوى نضجها وقيمة ما تطرحه من سلوكيات[41]وحيث يرى الدكتور عزي عبد الرحمن خلاف ذلك فهو يؤكد على امكانية المقارنة بين الثقافات وبين علاقة الثقافة بالقيمة.

ثالثا: منبع نظرية الحتمية القيمية لمؤسسها الدكتور عزي عبد الرحمن هو الفكر الإسلامي العربي ويرى فيها الكثير من الباحثين المهتمين بالنظرية البديل الحضاري النظري لمقاربة الواقع الإعلامي بالمنطقة العربية من هنا فان التصور الأول للنظرية يربط القيمة بالدين الإسلامي على وجه الخصوص إذ يمثل الإسلام أعلى ما يسمو قيميا.

تقودنا النقاط الثلاث السابقة إلى التحليل التالي :

إن عدم تحديد ديانة بعينها كمصدر لقيم النظرية يعني تعدد المعايير بتعدد القيم المتباينة والمختلفة باختلاف الديانات التي يتم على أساسها قياس مدى ابتعاد أو اقتراب أي سلوك من القيمة، وحسب وجهة نظرنا فان هذا يعني بروز نسخ من نظرية الحتمية القيمية تأخذ كل منها الخصوصيات الثقافية للمجتمع الذي تطبق عليه الدراسة التي تتبنى الرؤية القيمية للنظرية وهو ما يعني العودة إلى النسبية الموجودة في التعريفات الانتربولوجية للثقافة. إلا أن الدكتور عبد الرحمن عزي ومن خلال النقطة الثانية يؤكد على ضرورة المقارنة بين الثقافات لمعرفة مستوى نضجها كما ينتقد الطرح النسبي الذي تعرضه التعريفات الانتربولوجية للثقافة مثل تعريف ادوارد بارت تايلور وهو ما يحيل إلى المقارنة بين المعايير الدينية والقيمية للمجتمعات والذي يترجم في أعلى درجاته فيما أصبح يعرف بحوار الديانات أو الحضارات ويبدو بالنسبة إلينا أن نظرية الحتمية القيمية تملك إمكانية لا يستهان بها في هذا المجال ومن خلال نشر قيم الدين الإسلامي خاصة وأن النقطة الثالثة تشير إلى أن مصدر النظرية هو الفكر الإسلامي والتراث العربي بشكل أساس، وهو ما نلمسه في كتابات الدكتور نصير بوعلي إذ يقول بأن نظرية الدكتور عبد الرحمن عزي تعكس ثورة الأفكار والحضارات وصدام القيم عبر وسائل الإعلام[42] وبالتالي فهي ابعد من أن نقارنها بنظرية ماكلوهان التقنية فالحتمية القيمية حاملة لبراديغم مستقل ناتج عن الانشغال بالهم الحضاري والثقافي والاجتماعي والإعلامي في المنطقة العربية والإسلامية.

من خلال هذا التحليل يتضح أن نظرية الحتمية القيمية تحتوي جانبين :

الأول يتعلق الجانب التفسيري للنظرية حيث تفسر الفعل الإعلامي والثقافي بناءا على حتمية تدخل القيم والدين في المعادلة كمتغير مستقل مؤطر لأي فعل أو سلوك بحيث تفسر طبيعة السلوك بمدى ابتعاده أو اقترابه من القيمة الدينية

أما **الثاني** فيرتبط بما ترنو إليه النظرية أو برهاناتها والتي نعتقد أنها تتعلق بنشر قيم الدين الإسلامي وإزالة الفوبيا عن ادخال متغير الدين أولا كمؤطر للسلوك في التجربة الغربية ثم وضع قيم الدين الإسلامي في مرتبة أعلى عند مقارنة الثقافات وذلك من

خلال وضع القيم في الواجهة كمتغير مستقل بدلا من الدين و ما يسمح لنا بتقديم هذا الحكم هو تأكيد الدكتور عبد الرحمن عزي على إمكانية المقارنة بين الثقافات وتقييمها من حيث قيمة ما تطرحه من سلوكيات وبالتالي من قيم مؤطرة لها يرجع أصلها في النهاية حسب منطق نظرية الحتمية القيمية إلى الدين.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن صاحب النظرية الدكتور عبد الرحمن عزي يشكك في الطرح القائل بأن التجربة الغربية قد أقصت الدين كمتغير بشكل تام وهو يضرب مثالا على ذلك من خلال العودة الى "فيبر"[43] الذي أشار إلى أن السلوكيات الرأسمالية لم تكن بريئة من الأخلاقيات البروتستانتية من خلال حركة الإصلاحات التي مست الرأسمال الاقتصادي.[44]

III. العلاقة بين المعيارية والامبريقية في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

من خلال الدراسات الأكاديمية وفي حدود اطلاعنا هناك تركيز على المنهج المعياري في دراسة أثر وسائل الإعلام على الثقافة ويأتي ذلك على حساب التصور الذي تحمله النظرية وهو التساؤل عما تفعله الثقافة بوسائل الإعلام وبالتالي فنحن نقترح العودة إلى الاهتمام بما تفعله الثقافة وأعلى هرمها القيمة بوسائل الإعلام.

يقترح الدكتور عزي عبد الرحمن الجدول التالي كشكل مبسط يجمع العناصر المتعلقة بالمنهج المعياري وسنحاول من جانبنا أن نقترح جدولا موازيا مع بعض الاختلافات التي نتصور أنها على قدر من الأهمية الفاصلة بين ما تقترحه النظرية والتأويلات التي قد تحيدنا عن منطلقاتها الأساسية حيث يستخدم المنهج المعياري بطريقة قد لا تتناسب باعتقادنا مع التصور النظري العام للحتمية القيمية في الإعلام.

الجدول الأول أثر وسائل الإعلام على الثقافة

الموجب ما يدفع بطريقة غير مباشرة إلى القيمة	السالب ما يحيد بطريقة غير مباشرة عن القيمة
تعزيز القيم	تحييد القيم
التنشئة الثقافية والاجتماعية	جمهرة الثقافة (التبسيط والتشويه)
تحقيق الانسجام والترابط الاجتماعي	تضييق المحيط
توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة(الجمهور العام)	تقليص المحلي وتوسيع العالمي
الوعي بالعالم الخارجي (القرية العالمية)	إضعاف النسيج الاتصالي الاجتماعي
النظر إلى الذات من زاوية خارجية	إضعاف دور قادة الرأي
معايشة عوالم عديدة تحمل الإنسان عبر الزمان والمكان	تقمص أدوار النجوم (السينمائية مثلا)
الإشباع والتحويل والترفيه	الأحادية والامتثالية والاستهلاكية
نقد الذات	المزج بين الرمزي والحقيقي
تغيير الذات	إضعاف الحساسية اتجاه حدود الثقافة
الإعلام والتفسير والتحليل (الوظائف)	الفجوة الإعلامية
	الإدمان على الوسيلة
	منع الفرد من نقد ذاته أو تغييرها
	التركيز على حاسة البصر(على حساب الحواس الأخرى)

المصدر: عبد الرحمن عزي ،نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، صص 43-44

الجدول الثاني أثر الثقافة على وسائل الإعلام

	عند الارتباط بالقيمة		عند الابتعاد عن القيمة
المرسل	الالتزام بأخلاقيات المهنة سياسة تحريرية تعكس أخلاقيات المهنة المراقبة الاجتماعية يحدد معالمها المجتمع		الالتزام بالسياسات التحريرية المختلفة سياسات تحريرية متناقضة مع أخلاقيات الممارسة الإعلامية المراقبة من طرف مالكي وسائل الإعلام وغياب المراقبة الاجتماعية من قبل المجتمع تعتبر تابعا للنظام السياسي
الرسالة	تعكس ثقافة المجتمع المحلي بشكل أساس نقل الثقافات المشابهة تغييب القيم التي تتعارض مع قيم المجتمع نقد الممارسات التي تتعارض مع قيم المجتمع (دور السلطة الرابعة) وظائف التحليل الإعلام والتفسير		تعكس الثقافة الغربية والنمطية تمارس الدعاية السياسية وتعتبر حليفا للسلطة التركيز على الترفيه
الجمهور (علاقته مع الوسيلة)	شديد الارتباط مع وسائل الإعلام (المحلية أساسا) متفاعل وحساس لأي رسائل تتعارض مع القيم المحلية،بروز دور قادة الرأي تحقيق الانسجام وتعزيز الترابط الاجتماعي	جمهور يرتبط بـ القيمة	إزالة المصداقية في التعامل مع وسائل الإعلام رفض الثقافات التي تتعارض وقيم المجتمع انتقاء البرامج والمضامين التوجه نحو الإعلام المتخصص

	توسيع دائرة الاستفادة من الخصوصيات الثقافيةالتنشئة الاجتماعية (بناءا على القيم)		(قنوات دينية، إخبارية، رياضية ...الخ) مراقبة تأثيرا وسائل الإعلام على الفئات التي لا تملك حصانة التعامل معها كالأطفال والمراهقين مثلا
		جمهور لا يرتبط بالقيمة	التعرض لمختلف وسائل الإعلام (الاهتمام بالثقافة الوافدة) سلبي في التعامل مع الرسائل الإعلامية (محدودية الانتقاء) تقبل الثقافات التي تتعارض مع القيم الاجتماعية الخاصة تعزيز الفردانية وإضعاف الانتماء إلى المحلي ترسيخ الثقافة الجماهيرية التنشئة الإعلامية

المصدر: تصميمنا الخاص مستوحى من أسس نظرية الحتمية القيمية للدكتور عبد الرحمن عزي

تجدر الإشارة إلى أن الجدول أعلاه يحمل بعض الافتراضات الخاصة بالمنهج المعياري كما جاء في الجدول الأصلي الذي قدمه عبد الرحمن عزي، يضيف بعضها ويعدل في أخرى، كما أننا ندرك أنه قد يكون غير مكتمل وهو قابل للتعديل والإثراء بشكل مستمر من

خلال الملاحظات، نتائج الدراسات، التحاليل والقراءات ذلك أن التأويلات المرتبطة بعلاقة وسائل الإعلام بالقيم لا يمكن حصرها ضمن نقاط محددة، حتى وإن أمكن حصر بعض النقاط الأساسية في هذه العلاقة كما توصلت إليه الدراسات الاجتماعية حاليا ويكمن الاختلاف بين تصميمنا الخاص وتصميم صاحب النظرية الأستاذ عبد الرحمن عزي فيما يلي:

- أولوية الثقافة على وسائل الإعلام خاصة من جانب أن الثقافة أعلى هرمها القيمة، فمن خلال الجدول السابق نحاول أن نؤكد على أن القيمة هي المتغير المستقل، وهو المنطلق النظري للحتمية القيمية، كما ننفي تأثر القيمة سلبا أو إيجابا بمحتويات وسائل الإعلام حيث نعتبرها عاملا مؤثرا لا عنصرا متأثرا
- من خلال الجدول نعود إلى تعريف الثقافة كما حددته النظرية فهي مرتبطة بالقيم بشكل أساس وعليه نوليها أولوية على وسائل الإعلام.
- القيمة الدينية ثابتة أما تغير الواقع والنسبية التي تحكم هذا التغير تتأثر بمدى الاقتراب والابتعاد عن القيمة، أما اعتبار القيمة متغيرة وتتأثر بوسائل الإعلام فيضعف من التصور النظري إذ يصعب منطقيا تحديد مدى الاقتراب والابتعاد من نقطة متغيرة ومتحركة هذا بالإضافة إلى أن القيمة تنتمي إلى الجانب المعنوي وهو ما يعني عدم إمكانية إثبات تأثرها. أما الطرح المتعلق بالثقافة والاهتمام بالتأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام على مستواها فهو أمر مقبول في حال تبني التعريفات الانتربولوجية للثقافة والاهتمام بالجانب الواقعي أما العودة إلى نظرية الحتمية القيمية تعني العودة إلى أولوية الثقافة على وسائل الإعلام، رفض النسبية والاهتمام بمقارنة الثقافات من حيث مدى ارتباطها بالقيمة وهو أي المدى العامل المحدد لتنوع الثقافات مما ينعكس على الفعل الإعلامي كجزء منها-نقصد الثقافة-.
- أخيرا إننا لا ننفي بشكل مطلق تأثير وسائل الإعلام على الثقافة بمفهومها القيمي حيث تعمل على فك الارتباط بين الفرد والقيمة ولكننا نريد القول بأن ذلك لا يمثل إلا جزءا من النظرية، كما أن فك الارتباط بين الفرد والقيمة سببه عدة عوامل يذكرها الأستاذ عبد الرحمن عزي بالتفصيل من خلال كتابه "**الإعلام وتفكك البنيات القيمية**

في المنطقة العربية" أما الأســاس في النظرية فهو الاهتمام بما تفعله الثقافة بوســائل الإعلام مع التركيز على أن القيمة عنصر ثابت.

وهناك بعض الإضافات نقترحها في سياق الحديث عن نظرية الحتمية القيمية والدراسة الميدانية على النحو التالي:

بالنسبة لدراسات الجمهور:

نعتقد أن الجمهور يحتاج إلى إعادة تعريفه انطلاقا من "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام" بحيث لا يعتبر نسبة إلى النظرية مجموع الأفراد الذين لا يجمعهم إلا التعرض لوسائل الإعلام، وإنما يضاف إلى هذا التعريف البعد الثقافي والاجتماعي فالجمهور الجزائري يختلف عن الفرنسي، والجمهور العربي يختلف عن الأوروبي وهذا العنصر له تأثيره على الدراسة من حيث فهم طريقة تعامل الجمهور مع منتجات وسائل الإعلام. فمتابعة نفس البرنامج من قبل جماهير مختلفة لا يعني بالضرورة أن ردة الفعل ستكون متماثلة ومنه إعادة التفكير في تطبيق معايير المنهج المعياري على دراسات الجمهور.

بالنسبة للدراسات المقارنة:

الاهتمام بالدراسات المقارنة والمنهج المقارن والاعتماد عليهما بشكل أساسي في الدراسات والأبحاث المرتبطة بنظرية الحتمية القيمية وذلك للاعتبارات التالية:

المقارنة تسمح من خلال دراسة عينتين (داخل نفس المجتمع)، مجتمعين، سياقين مختلفين بتحديد:

- ✓ مدى الابتعاد والاقتراب من تطبيق القيمة وتفعيلها كسلوك بين عينتين تنتميان إلى مجتمع يحمل نفس الخصوصيات الثقافية وبالتالي التعرف عن كثب على سلم ترتيب القيم الخاص بكل عينة وأثره على سلوكها ومنه تعاملها مع وسائل الإعلام
- ✓ مقارنة سياقات مجتمعية مختلفة من خلال المقارنة بين الثقافات المختلفة والقيم التي تحملها.

والفكرة الأساس هي أن عملية الابتعاد والاقتراب من القيمة تتحدد بشكل أوضح من خلال عملية المقارنة

التركيز على العناصر التي تعكس الطابع المستقل لتأثير القيمة:(مثال التشريعات القانونية)

إن القانون بشكل عام من المفروض أن يعكس القيمة، كما أنه في نفس الوقت يعمل على تكريسها من خلال الطابع الإلزامي للقاعدة القانونية من جهة ومن خلال العقاب المترتب عن عدم احترامها من جهة أخرى وبما أن القانون هو الضابط لحركة الفعل الاقتصادي والسياسي والإعلامي...الخ، فهو يعتبر أرضية خصبة للدراسات المهتمة بتناول أثر القيمة كمتغير مستقل على الممارسات في الواقع، والقانون الوضعي إنتاج إنساني يخضع لتأويلات الإنسان للقيمة من جهة في حال سعيه إلى تجسيدها، كما قد لا يعكس القيمة عندما تتعارض مع المصلحة الشخصية أو الجماعية السياسية أو الاقتصادية أو غيرها فيأخذ القانون طابع المبرر للممارسات التي لا تعكس القيمة على المستوى الاجتماعي وتعتبر هذه النقاط جديرة بأن تنال اهتمام الدراسات القيمية.

نتائج ومقترحات:

- تبسيط أطروحات نظرية الحتمية القيمية في الإعلام وتوضيح مكانة القيمة داخلها بشكل حاسم
- الاهتمام بما هو أساسي في أطروحات النظرية ومنه أولوية الثقافة على وسائل الإعلام من خلال الدراسات الأكاديمية بدلا من التركيز على تقديم إجابات حول آثار وسائل الإعلام على الثقافة.
- يبدو التركيز على تناول أثر وسائل الإعلام على الثقافة من جانب الدراسات الأكاديمية راجعا إلى سهولة تناول هذا الموضوع مقارنة مع السعي إلى فهم تأثر وسائل الإعلام بالبعد الثقافي.
- الاهتمام بالدراسات المقارنة والمنهج المقارن فالمقارنة تتسق كعملية مع مبدأ الابتعاد والاقتراب في أثناء قياس مدى تطابق السلوك مع القيمة
- الاهتمام بتناول التشريعات والقوانين كمادة للبحث يمكن من خلالها التعرف على التأويلات المختلفة للقيم من جهة و إذا ما كان النشاط المنطقي عموما يذهب نحو التوجه إلى القيمة أو لا ومقارنة ذلك بالوضعيات في الواقع، وهو ما من شأنه أن يقدم تفسيرات دالة من منظور نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

المراجع:

1. ارمان وميشـال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصـال، ترجمة نصـر الدين لعياضـي والصـادق رابح المنظمة العربية للترجمة ،الطبعة الأولى،بيروت، أكتوبر 2005 ص14
2. Nassir Bouali : L'information entre Marshall Mac-Luhanet Azzi Abderrahmane : de la technologie à la compétence morale**, Lectures sur la Théorie:Déterminisme de la Valeur Morale de L'information** éd. Iqra, Constantine, Coll. Média reflexion, 1430/2009 p8 traduit modifié
3. عبد الرحمن عزي ، **نظرية الحتمية القيمية في الإعلام**، الدار المتوسـطية للنشـر،الطبعة الأولى، تونس، سلسلة دعوة إلى فهم،2011 صص 9-10 بتصرف
4. Nassir Bouali, opcit p10 traduit modifié
5. Ibid p9 traduit modifié
6. عبد الرحمن عزي ، **نظرية الحتمية القيمية في الإعلام** مرجع سابق ص 11
7. المرجع نفسه 20 بتصرف
8. المرجع نفسه ص20
9. المرجع نفسه صص36-40 بتصرف
10. المرجع نفسه ص 9 بتصرف
11. المرجع نفسه صص 62 - 63بتصرف
12. المرجع نفسه ص 63
13. المرجع نفسه ص 63 بتصرف
14. المرجع نفسه صص 10-11 بتصرف
15. المرجع نفسه صص 69-70 بتصرف
16. المرجع نفسه ص 25
17. المرجع نفسه ص25 بتصرف
18. المرجع نفسه صص 23 بتصرف
19. المرجع نفسه ص 20
20. عبد الرحمن عزي، **الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية**، الدار المتوسطية للنشر ،الطبعة الأولى، تونس 2009 ص 17
21. عبد الرحمن عزي ، **نظرية الحتمية القيمية في الإعلام**،مرجع سابق ص 46
22. المرجع نفسه صص 46-47 بتصرف
23. المرجع نفسه ص48

24.عبد الرحمن عزي، **الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية**، مرجع سابق ص 48

25.المرجع نفسه ص 52

26.المرجع نفسه ص 64

27.المرجع نفسه ص 65 بتصرف

28.عبد الرحمن عزي ، **علم الاجتماع الإعلامي**،الدار المتوسطية للنشر، الطبعة الأولى، تونس، سلسلة دعوة إلى فهم، 2010 ص 55 بتصرف

29.عبد الرحمن عزي، **الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية**، مرجع سابق صص 153-154 بتصرف

30.المرجع نفسه صص 157-158 بتصرف

31.المرجع نفسه صص 154-155 بتصرف

32.عبد الرحمن عزي، **نظرية الحتمية القيمية في الإعلام**، مرجع سابق ص 5

33.المرجع نفسه ص 5

34.عبد الرحمن عزي، **الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية**، مرجع سابق ص181

35.عبد الرحمن عزي ، **نظرية الحتمية القيمية في الإعلام**، مرجع سابق ص 55

36.عبد الرحمن عزي، **الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية**،مرجع سابق صص 196-198 بتصرف

37.المرجع نفسه ص 198

38.عبد الرحمن عزي ، **نظرية الحتمية القيمية في الإعلام**،مرجع سابق صص 9 -10بتصرف

39.المرجع نفسه ص 23

40.المرجع نفسه ص 21 بتصرف

41.المرجع نفسه ص 20

42. Nassir Bouali : L'information entre Marshall Mac-Luhanet Azzi Abderrahmane, op.cit. P8 traduit

43.عبد الرحمن عزي في رده عن سؤالنا المتعلق بمداخلته التنظير الإعلامي القيمي الفرص والتحديات، **ملتقى نظريات الإعلام المعاصرة بين النتظير الغربي والتطبيق داخل البيئة العر**بية جامعة عمار ثليجي، الاغواط ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،2 ديسمبر2013

44 . عبد الرحمن عزي، **الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية**،