



دراسات التلقي بين نظرية الحتمية القيمية ونظرية التلقي: أي علاقة

Receiving studies between value determinism theory and reception theory:

any relationship

فطيمة بن دنيا

جامعة عبد الحميد ابن باديس- مستغانم-

b1endenia_itfc@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2017/3/29

تاريخ القبول: 2017/2/3

تاريخ الاستلام: 2017/1/9

الملخص:

تهدف هذه الدراسة بالأساس إلى محاولة البحث في تاريخ ظهور دراسات التلقي واستخداماتها في علوم الاعلام والاتصال من خلال الاسقاطات التي أجريت على فعل التلقي في الدراسات الأدبية ، و التي على اثرها شق طريقه نحو ميدان الاعلام والاتصال بدون إغفال القارئ وإعادة إحياء دوره و الذي يتمثل في المشاهد أو المستمع في الدراسات الاعلامية، كما تطرقنا لمحاولة الربط بين نظرية التلقي و نظرية الحتمية القيمية لعزي عبد الرحمان وخطوط التداخل بينهما

كلمات مفتاحية: التلقي؛ القارئ؛ التلقي؛ الحتمية القيمية.

Abstract:

The purpose of this study is to try to look at the history of receiving studies and their uses in the sciences of media and communication through the projections made to the act of receiving from literary studies, which appeared on the hand to the field of media and communication, without neglecting the role of the reader and reviving the cycle which is Represented in the viewer or listener in the media studies, as we discussed the attempt to link the theory of the receiving and the theory of inevitability of the Azzi Abd Alrahman and the lines of overlap between them.

اميل المرسل bendenia_itfc@yahoo.fr

1



Keywords: Receive; the reader; Receive; Value determinism.

1. أنموذج التلقي في بحوث الإعلام والاتصال:

كثيرا ما أشار رواد نظرية التلقي إلى عمق الصلة بين الأدب والاتصال، بل ذهبوا إلى أن جهودهم تترتب ضمن أفق نظرية الاتصال، وهو ما أكده يابوس عندما قرر أن نظرية التلقي لا بد أن تبلغ مداها في نظرية أعم في الاتصال لأن الاتجاهات النقدية الحديثة وضعت قضية الاتصال في صلب اهتماماتها. في هذا السياق، يؤكد روبرت هولب على أن كل المحاولات التي تتبلور من أجل صياغة نظرية في التلقي، إنما هي متصلة بنظرية الاتصال، لأن القصد من كل ذلك هو تقدير وظائف الإنتاج الأدبي والتلقي والتفاعل وكل ما يتصل بذلك. ويؤكد ذلك كل من يابوس وآيزر.

في مجال الدراسات الإعلامية، وبدءا من سنوات الثمانينيات، تخلى العديد من الباحثين عن قياس الجمهور ومشكلات الأثر من أجل التحول نحو الاهتمام بمسألة " التلقي ". إذ اتجهت الأبحاث نحو تنوع الجمهور، تنوع القراءات، تنوع طرق تشكل المعاني الممنوحة للنصوص المتلقاة، التداول الاجتماعي للمعنى وأسئلة أخرى حول الجمهور شكلت مجال البحث في حقل التلقي (Dayan, . 2003, p. 45). وعليه، فقد وجب الانتقال من النموذج الذي يفسر فعل وسائل الإعلام انطلاقا من المصدر إلى النموذج الذي يعطي كل الأهمية للمتلقي، بمعنى من نموذج أحادي الاتجاه إلى نموذج تحاوري لعملية الاتصال، إذ أصبح من الضرورة بمكان الاهتمام أكثر بالعلاقة الفاعلة بين الرسالة الإعلامية والمتلقي، هذا الأخير الذي أضحي بإمكانه المشاركة في صنع المعنى بتقديمه لدلالات ومعاني يمكن أن تختلف مع مقاصد صاحب النص (بندنيا، 2012, p. 141), ويشار إلى هذا التوجه الجديد في البحث الإعلامي باسم " دراسات أو بحوث التلقي"، أو ما يعرف ب" بحوث الجمهور الجديدة".

تجدر الإشارة إلى أن دراسات التلقي تندرج ضمن سياق التيارات النقدية وخاصة المدرسة الألمانية التي طورت نظرة نقدية حول علاقة النص الأدبي بالقارئ وتحول الاهتمام من جمالية التأثير إلى جمالية التلقي. ويلتقي أيضا هذا الطرح مع منظور مدرسة فرانكفورت ومركز برمينغهام للدراسات الثقافية المعاصرة في بريطانيا (McQuail, . 2005، صفحة 63) في السياق نفسه، نجد أن هذا التيار البحثي على حسب تعبير "جون لويس" **Jean Lohisse** قد طور مجال البحث في كل من دراسة الجمهور وكذا تحليل المحتوى -تحليل المحتوى من طرف الجمهور-، وذلك انطلاقا من معطيات امبريقية، وبهذا الشكل تسمح بحوث التلقي بتقريب الباحثين بالأشخاص الفعليين والحقيقيين المكونين للجمهور (Jean, 2009، صفحة 124)

تستند دراسات التلقي على فكرتين رئيسيتين وهما: اعتبار المتلقي "كعنصر نشط" قادر على انتاج دلالات الرسائل التي يتلقاها. والفكرة الثانية وهي أن مضامين هذه الرسائل مفتوحة على التأويل، وهي ليست بمغلقة أو محددة فقط داخل النص (Quere، 1996). وتركز دراسات التلقي في الحقل الإعلامي على الجمهور وعملية صنع وتشكل المعنى، من خلال الاهتمام بكيفية قراءة وآليات تأويل الرسائل الإعلامية. وكيفية استنباط المعاني والدلالات، ذلك أن المعنى هو نتاج التفاعل الحاصل بين القارئ ونص الرسالة. وللوصول إلى ذلك، تركز هذه الدراسات على البحث الميداني بالاهتمام بالجانب الكيفي باستخدام الملاحظة عن بعد أو بالمشاركة وكذا المقابلة كأداة بحث رئيسية وعلى المنهج الاثنوغرافي.

من جهتها، تعتبر الباحثة سونيا ليفستون Sonia Livingstone بأن دراسات التلقي تركز على العلاقة التأويلية بين الجمهور والوسيلة، أين يمكن فهم هذه العلاقة بصورة عامة ضمن سياق اثنوغرافي (Livingstone، 2011: 29: 16 a) كما تطلب الباحثة من الباحثين فتح تصور أوسع حول ما يفعله الجمهور مع النصوص التي يتلقاها، وذلك بغية السماح بانتقال مضامين وسائل الإعلام من المنتجين إلى المتلقين*. إذا دراسات التلقي تتساءل حول ماهي أنواع المعاني التي يكون عليها النص؟ لمن؟ وفي أي ظروف؟ وهل لهذه المعاني أي تأثير؟ معرفي؟ شعوري؟ اجتماعي؟ سياسي؟ (Janets، 2005، صفحة 2) وهكذا، فإن دراسات التلقي لا تقتصر فقط على "استهلاك رسائل وسائل الإعلام" وإنما تدخل في عملية إنتاجها... هذه الدراسات هي على وجه الخصوص واقعية المجال، حتى أنه في بعض الأحيان يكون الوصول إلى استنتاجات محددة أمر صعب جدا (Katz).

من الضروري جدا إذا ما تحدثنا عن التلقي في دراسات الاعلام والاتصال الحديث عن استوارت هال** Stuart Hall الذي يرى بأن الثقافة(المعاني، الأشكال الرمزية، الممارسات، الخطابات) تتمركز في سياق العلاقات الاجتماعية ومنظمات السلطة (Juan., 2003, p. 108). ويعتبر نموذج استوارت هال الترميز وفك الترميز **Encoding/ Decoding** المقترح سنة 1973 من بين أهم الأعمال المؤسسة لنظرية التلقي فمن خلال هذا النموذج يبين لنا هال الطريقة التي تؤول بها الرموز المتضمنة في المواد والرسائل الإعلامية من طرف من يتلقونها (Tsikounas, 2010).

من جانب آخر، يعد الباحث البريطاني دافيد مورل **David Morley*** (morley, p. 199) من بين أبرز الباحثين الذين اهتموا بمسألة التلقي من خلال عديد أبحاثه في هذا المجال، نذكر على سبيل الذكر لا الحصر:

* مزيدا من التفاصيل، أنظر:

Daniel Dayan and Iihu Katz. Media events. The live of broadcasting of history. Harvard university press. Cambridge.1992.

** استوارت هال، المولود في جامايكا ب03 فيفري 1932، وهو من بين أهم أعلام ومؤسسي مركز برمنغام للدراسات الثقافية. لديه عدة مؤلفات

نذكر منها: "Crosland Territory"، "Politics of the Common Market"، "The New Frontier"، "The Media, Culture and Society" "Cultural Studies: two paradigms"، "Encoding / Decoding"، "Popular Art".

2. **جمهور برنامج Nationwide** و ركزت هذه الدراسة (1980) على تحليل برنامج إخباري بريطاني موجه إلى جمهور واسع غير متجانس، يتكون من 29 مجموعة كانت قد شاهدت هذا البرنامج في BBC1، وتعكس هذه المجموعات بنيات اجتماعية واقتصادية مختلفة (David MORLEY, 1993). كذلك ركز مورلي من خلال هذه الدراسة على التنظيم السيميولوجي للنص التلفزيوني وكذلك اهتم بأعمال فك الترميز للجماهير (Morley, 1992).

3. **تلفزيون العائلة (family télévision)** حاولت هذه الدراسة اكتشاف مختلف التفاعلات التي تحدث بين أعضاء العائلة أمام جهاز التلفزيون - بطبيعة الحال أثناء المشاهدة - وذلك في السياق الطبيعي لتلقي البرامج التلفزيونية أو كما يسمى المحيط العائلي. وعرف مورلي "السياق الطبيعي للتلقي" وغيره من الباحثين على أنه الأسرة والمنزل. وهنا تحلى مورلي عن التحليل الإيديولوجي مؤقتا ليهتم بانثوغرافيا السياق العائلي للتلقي وبالسلطة الاجتماعية داخل الأسرة خاصة العلاقات الاجتماعية التي تميز استخدام التلفزيون. Morely 1986.

4. **بين نظرية الحتمية القيمة ونظرية التلقي: أي علاقة؟**

ليس من السهل أبدا قراءة وتبسيط نظرية كاملة في جزء من مداخلة خاصة إذا تعلق الأمر بنظرية الحتمية القيمة التي تنسم أدبياتها بالعمق والكثافة التي تصل إلى حد التعقيد بالنسبة لمن لا يمتلك الأدوات التي أنتجتها أو للقارئ الحديث الذي لم يتمكن بعد من الفهم المتعمق لفروض وأساسيات هذه النظرية، وما سنعرضه فيما يلي إلا فكرة وتصور عام عن بعض الأفكار والمنطلقات التي اعتمدها نظرية الحتمية القيمة والتي رأينا أنها تتفق لحد ما مع بعض ما ركزت عليه نظرية التلقي والتأويل.

بداية نشير إلى أن الباحث عززي عبد الرحمن يؤكد على أن دراسات جمهور وسائل الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية "جزئية" و"ظرفية" لم تنخرط في السياسة العامة للبلد المعني. وعادة ما تكون هذه الدراسات محاولات فردية من بعض الباحثين وطلبة الدراسات العليا بدون تمويل أو أدوات منهجية متعددة ودقيقة ودون أن يكون لها الأثر المرغوب على المجال المعرفي والسياسيات الثقافية والاجتماعية (الرحمن، 2013، p. 41)، وربما هذا ما يفسر الاهتمام المحدود جدا بدراسات التلقي الإعلامي التي لا تزال تصنع إرهاباتها الأولى في الجزائر، كما في الوطن العربي بالرغم من ما نالته من اهتمام وفير في الدراسات الغربية.

وإذا ما تحدثنا عن النسق الفكري عند أصحاب هذه النظرية فتصهر فيه أربعة مكونات رئيسية: التراث العربي والإسلامي؛ ابستيمولوجيا الاتصال والإعلام؛ الفكر الفلسفي والاجتماعي الغربي متمثلا بالمدارس الاجتماعية التالية: المدرسة البنوية، والمدرسة المعاصرة في القرن العشرين متمثلا بالظاهراتية، ومدرسة التفاعلات الرمزية، والمدرسة التأويلية النقدية؛ وكذا الفكر الإعلامي القيمي من خلال بعض الحفريات في الفكر الحضاري لمالك بن نبي، والتواصل القيمي في مذكرات الشيخ سيدي الحسين الورتلاني والأخلاقيات الإعلامية في الرؤية النورانية النورسية (بوعلي، 2014، صفحة

88) ومن هنا نجد من بين مرجعيات عزري عبد الرحمن المدرسة البنوية وكذا الظاهرانية والمدرسة التأويلية النقدية. وهذه المرجعيات تعتبر أيضا من بين الجذور النظرية التي بنيت على أساسها نظرية التلقي.

من جهة أخرى، ركز عزري عبد الرحمن على الأساليب الكيفية في دراسة أسس نظرية الحتمية القيمية في الإعلام شرط الوعي بخلفية تلك الأساليب. وتتعدد -حسبه- أدوات البحث الكيفي مثل تحليل وتأويل النصوص، المقابلة الحوارية، الملاحظة بالمشاركة، الجماعة البؤرية، الدراسة التجريبية، الدراسة الانتروبولوجية... (الرحمن، 2013، صفحة 102)، وهذا ما يتوافق مع مرتكزات نظرية التلقي التي أعطت الأهمية البالغة لأساليب البحث الكيفي من أجل التعرف على العملية التأويلية لمضامين وسائل الإعلام خاصة وأن الدراسات الكمية للجمهور أظهرت حدودها، ذلك أنها لا تمكننا من الإمساك بما يجري خلال اليوم من وسيلة إعلامية وأخرى.

في هذا الصدد، نركز على أن "المنهجية النوعية الكيفية" تغطي مجموعة من المقاربات، وذلك حسب العديد من الباحثين على اختلاف توجهاتهم، نذكر على سبيل الذكر لا الحصر، فريدريك اريكسون Frederick Erickson (Erickson.g) الذي يجمع ضمن نفس الصنف المسمى "بحث تأويلي" "Recherche Interprétative"، المقاربات التالية: الملاحظة بالمشاركة، الاثنوغرافيا، دراسة حالة، نظرية التفاعلات الرمزية، الفنومينولوجيا، وهي ببساطة مقاربات كيفية (Boutin, 1997, p. 21). ويرر اريكسون استعماله لصنف "البحث التأويلي" بأن تلك المقاربات تقتسم اهتمام رئيسي للدلالات المقدمة. هذه الأخيرة تنتج وفقا لـ"عملية تأويلية"، والتي تلعب دورا مفتاحيا في الحياة الاجتماعية (Boutin, 1997).

من جانب آخر، ركز عزري عبد الرحمن عندما عرض مقياس (ع.س.ن) في دراسة الجمهور على التركيز على تجربة التعامل مع وسائل الإعلام (فردية، عائلية، جماعية)، نوع المضامين المقروءة أو المسموعة أو المشاهدة، مدى التفاعل مع تلك المضامين خاصة مع ظهور الإعلام الجديد، تأثير الاعتبارات المادية على استخدام وسائل الإعلام... وتحمل إجابات هذا النوع من الأسئلة دلالات اجتماعية وقيمية متعددة. فلو كان التعامل مع وسائل الإعلام واسع فهمنا أن ذلك يكون على حساب الزمن الاجتماعي وأيضاً لو اتضح أن تجربة التعامل مع وسائل الإعلام فردية فهمنا أن الفرد يواجه هذه الوسائل بدون حصانة اجتماعية خاصة إذا كان مستواه المعرفي والقيمي محدود نسبياً) بوعلي (2014). وبالتالي إذا ما ركزنا على هذا العرض نجد أنه يتفق إلى حد بعيد مع اهتمامات وأهداف نموذج التلقي الذي يحاول هو الآخر التعرف على تجربة التعامل مع وسائل الإعلام وما تعرضه من مضامين، مع التركيز على سياق وظروف التعرض، وكذا على نوعية تلك المضامين ودرجة التفاعل معها بنوع من التفصيل لدرجة الوصول إلى ما يعرف بـ"حمية المتلقي". من جهة أخرى، تفترض نظرية الحتمية القيمية أن سلوك الفرد يكون هادفاً ومقصوداً وليس عشوائياً. وهذا ما يتلاقى مع فروض نظرية التلقي في اعتبارها الجمهور متلقٍ إيجابي نشط وليس سلبي يتأثر بكل ما يعرض عليه، حيث تركز دراسات التلقي على سيادة المتلقي، و جعلت منه المصدر النهائي والفاعل الحقيقي في إنتاج الدلالات، إذ تهتم هذه الدراسات

بالتعرف على مصير الرسالة بعدما يتلقاها الجمهور والتكيز على العلاقة بين الرسالة والمتلقي. كما تركز هذه البحوث على معرفة الدور الذي يلعبه الجمهور المتلقي في فك رموز مختلف الرسائل وإضفاء معاني عليها، وكذا فهم كيفية قراءة هذه الرسائل وكيفية تأويل محتوياتها.

وفي تعريفه للثقافة يرى الأستاذ عززي على أنها كل ما يحمله المجتمع "الماضي" وما ينتجه "الحاضر" و"المستقبل" من قيم ورموز معنوية أو مادية وذلك في تفاعله مع الزمان "التاريخ" والمكان "المحيط" بماضي ذلك النظام الاجتماعي انطلاقا من بعض الأسس "القيم" التي تشكل ثوابت الأمة وأصولها "البعد الحضاري". وعليه، إذا ما تحدثنا عن الثقافة نجدنا من بين أهم المؤثرات في عملية القراءة والتأويل، ذلك أن تلقي أي مادة إعلامية أو ثقافية يتم عبر سلسلة من التصنيفات: يكشف بعضها عن المسار الاجتماعي للشخص (الشخصية القاعدية، القيم المنقولة عن طريق التنشئة الاجتماعية الأولية والأسرية، مستوى ونوع التكوين الثقافي، التوجهات الدينية، السياسية، الجنسية، والمتغيرات مثل النوع، السن، المكان وظروف العيش والعمل،...). وتتعلق بعض التصنيفات الأخرى بمحيطه، بسياق التلقي، بالمحيط المقرب- تأثير الأصدقاء، الأسرة، الزملاء، العلاقات الشخصية والجماعات المرجعية-، أو من (الخطابات المهيمنة في المجتمع، المحظورات، التعليمات والتوجيهات (Goetschel., Francois Jost et Myriam Tsikounas. Lire voir entendre La reception des objet mediatique).

ويركز عززي عبد الرحمن على إدخال البعد الاجتماعي بدراسة تأثير وسائل الإعلام على القيم وفق كل فئة اجتماعية، فقد يكون هذا التأثير مختلفا بالسلب أو الإيجاب من فئة اجتماعية لأخرى. ومن المعروف أن الباحثين في الإعلام يدرسون "الجمهور" وليس "الفئة الاجتماعية". فالجمهور ليس كائنا "تاريخيا" أو "اجتماعيا" ثابتا يحتل سلما اجتماعيا أو يتصف بديمومة اجتماعية أو تاريخية (مثل العصبية أو الطبقة أو الأمة) وإنما كيان ينشأ في العلاقة مع وسيلة إعلامية ثم يزداد أو يقل ويتبدل أفراده و ينتقلون من وسيلة لآخري بل قد يكون الفرد عضو في جمهور أكثر من وسيلة، ومن ثم فإن الفئة الاجتماعية أكثر أهمية "سوسولوجيا" من الجمهور (الدين، 2012، صفحة 287). ويؤكد عززي عبد الرحمن أن تتجلى معالم القيمة والتي مصدرها الدين بمختلف أبعادها في الجمهور المتلقي لتتحكم في اختياره لمضمون إعلامي معين دون آخر يتناسب مع قيمه المجسدة فيه أو لا يتناسب.

وجدير بالذكر أن نظرية الحتمية القيمية في الإعلام لا تقتصر على دراسة عنصر معين ضمن العملية الإعلامية والاتصالية، بل أنها تشمل كافة متغيرات هذه العملية وتداخلها مع الظواهر الاجتماعية والإنسانية الأخرى، فهذه النظرية يمكن تطبيقها على القوائم بالاتصال، الرسالة "المضمون"، الوسيلة، والجمهور "المتلقي"، الأثر، على أن تكون القيمة والتي مصدرها المعتقد هي المتغير الأساسي للبحث والدراسة. (بوعلي، 8، p. 2014، لكن في المقابل تهتم دراسات التلقي في الحقل الإعلامي على الجمهور وعملية صنع وتشكل المعنى، من خلال الاهتمام بكيفية قراءة وآليات



تأويل الرسائل الإعلامية. وكيفية استنباط المعاني والدلالات، ذلك أن المعنى هو نتاج التفاعل الحاصل بين القارئ ونص الرسالة. هذا ما يعني الاهتمام بثنائية "القارئ-النص".

نخلص للقول بأنه بالرغم من ربط عززي عبد الرحمن نظريته بمفهوم القيم وبالرغم كل النقاط المشتركة والتي ذكرناها آنفا إلا أنه لم يركز على دور نظرية التلقي والتأويل في استنباط القيم؟ ما جعله محل انتقاد من قبل العديد من الباحثين خاصة المهتمين منهم بدراسات التلقي الإعلامي.

خاتمة:

حاولنا من خلال هذه الورقة البحثية التركيز على نظرية التلقي، وكذا علاقتها بما قدمه الدكتور عززي عبد الرحمن ضمن نظريته "الحتمية القيمية"، والتي تنطلق من أسس ومبادئ قيمية لا يجب النظر إليها كجهد بحثي فقط وإنما وجب الآن اللجوء أكثر فأكثر إلى الميدان لتطبيقها وإدراجها ضمن النظريات الكبرى المفسرة للعملية الإعلامية والاتصالية. كما يجب عرض نتائج الدراسات والبحوث التي اهتمت بها من أجل التعرف على مواطن الضعف فيها وتفاديها في البحوث المستقبلية. ضف إلى ذلك، ندعو إلى ضرورة تكثيف الجهود من أجل الارتقاء بنظرية الحتمية القيمية والتي لا تزال تحتاج إلى العديد من الدراسات التي يجب أن تتجاوز ما قدمه الأستاذ عززي فهما وتحليلا ونقدا، وهذا ما يتطلب القراءة المتأنية المتعمقة المرتكزة على ملكات وقدرات فنية معتبرة بإمكانها إثراء ما جاء به الدكتور عززي مما يساهم في تطوير ونشر أفكاره وجعل نظريته أساسا مهما يقتدى به في حقل بحوث الإعلام والاتصال.

قائمة المراجع:

قائمة المراجع

- Boutin, M. L.-H.-G. (1997). *La recherche Qualitative. Fondements et Pratiques*. Montréal: Editions NouvelleAMS.
- David MORLEY. (1993). *La Réception des Travaux sur la Réception: Retour sur " Le Public de Nationwide ", traduit par Daniel Daya*. Revue HERMES.
- Dayan, H. v. (. 2003). *Les médias et leur public en France et Allemagne*. France.
- Erickson.g, F. (s.d.). *Qualitative Methods in Research on Teachin*. Consulté le 13/05/2015 a 12;54., sur Michigan State university:
http://courses.education.illinois.edu/ci550/course_materials/Frederick_Erickson_Article.pdf
- Goetschel., P. (Francois Jost et Myriam Tsikounas. Lire voir entendre La reception des objet mediatique).



Janets, S. (2005). . *Média réception studie*.

Jean., L. (2009). Dans *La communication de la transmission a la relation*. . Paris: . Debock.

Juan., E. S. (2003). "*Politique des cultural studies contemporaines*". Trad Soledad Navascues. L'homme et la société. L'harmattan.

Katz., D. D. (s.d.). *Media events The live of broadcasting of history*. Harvard university.

Livingstone, S. (2011 a 16 :29). *Relationship between média and audience ; Prospects for audience reception studies*. LES Research onlin. Eprints.lse.a.c.uk.

McQuail., D. (2005). Dans D. McQuail, *Communication Theory and Researc*. London: Sage Publication Ltd.

morley, d. (s.d.). Routledge.

Morley, D. (1992). *Television audience and culture studies*. New York: Routledge.

Morley., D. (s.d.). *Télévision audience and culture studies*. Routledge.

Quere., L. (1996). « Faut-il Abandonner l'étude de la réception ? ». . Réseaux n 79.Cent.

Tsikounas, G. P. (2010). *lire, voir, entendre. La réception des objets médiatiques*. Paris : Publisor.

مجلة .الرأي العام والعصبية والشوري، قراءة ابستومولوجيا في بعض أطروحات المفكر عبد الرحمن عزري . (2012) . ب. م. الدين الصورة والاتصال

الدار المتوسطة للنشر : تونس منهجية الحتمية القيمية في الاعلام . (2013) . ع. ع. الرحمن

80. العدد مجلة الكلمة، "إشكالية التلقي والتأويل في بحوث الإعلام المعاصرة" . (2012) . بندقيا

.المستقبل العربي .مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عبد الرحمن عزري، مقارنة نقدية . (2014) . ن. بو علي