



نظرية الحتمية القيمية وأداة التضاد الثنائي (التأثير الايجابي والسليبي)

أسلوب التضاد الثنائي في دراسة تأثير وسائل الاعلام على المتلقي من منظور الحتمية القيمية

The theory of value determinism and the binary contrast tool (positive and negative impact)

Bilateral contrast method in studying the influence of the media on the recipient from the perspective of value determinism

العبدى خيرة

جامعة أحمد بن بلة 1 - وهران - الجزائر

[1khaira.labdi31@gmail.com](mailto:khaira.labdi31@gmail.com)

تاريخ النشر: 2017/3/30

تاريخ القبول: 2017/2/3

تاريخ الاستلام: 2017/1/6

الملخص:

تعتبر نظرية الحتمية القيمية من أهم النظريات الاعلامية التي تنطلق من البعد الحضاري للمجتمعات الانسانية وتسعى لتأويل العالم قيميا عن طريق الربط المنقطع بين الارث القيمي وإنتاجه المعرفي، مما جعلها تمثل اطارا مرجعيا مهما في دراسة الظاهرة الاعلامية والاتصالية وتضيف بعدا قيميا وأخلاقيا لتأثيرات الاعلام من خلال تحديد الأسس النظرية لدراسة أثر وسائل الاعلام عبر محدد ثابت هو الرسالة الاعلامية وارتباطها بالقيم . حيث خلصت الدراسة إلى أن نظرية الحتمية القيمية في الاعلام مرتبطة أساسا بالنص القيمي بأبعاده التاريخية والاجتماعية، واعتماد هذه النظرية وتطبيقها على الظاهرة الاعلامية والاتصالية يجعل الباحث يسير وفق بوصلة مضبوطة تماما على التوجه الصحيح، فالدراسات الاعلامية والاتصالية ضمن منظور القيم لا يخرج عن ما حددته النظرية طالما أن القيمة حتمية عند دراسة الظاهرة، وبذلك فدراسة المتلقي من منظور النظرية يكمن في معرفة كيف تتجسد معالم القيمة فيه وكيف أنها تؤدي إلى نوع من التأثير الايجابي في المجتمع كلما اقترنت محتويات وسائل الاعلام بالقيمة .

كلمات مفتاحية: التضاد الثنائي؛ الحتمية؛ القيمة؛ المتلقي؛ الإعلام؛ التأثير.

Abstract:

The theory of value determinism is one of the most important media theories emanating from the cultural dimension of human societies and seeks to interpret the world value by the unbroken link between the value legacy and its cognitive production, making it an important frame of reference in the study of the media phenomenon and communication and add a dimension Value and morality of media influences by defining the theoretical basis for the study of the impact of media across a fixed determinant is the media message and its correlation to values. The study concluded that the theory of the value determinism in the media is essentially linked to the value text in its historical and social dimensions, and the adoption of this theory and its application to the media and communication phenomenon makes the researcher go according to a compass fully adjusted to the right direction, the media studies Communication within a value perspective does not deviate from what the theory defines as long as the value is inevitable when studying the phenomenon, so the study of the recipient from a theoretical perspective lies in the knowledge of how value is embodied in it and how it leads to a kind of positive influence in society whenever the contents of the media are combined with value.

Keywords: Binary contrast; Determinism; the value; receiver; media; the influence
The ethics of the radio reporter in crisis areas.

1. مقدمة :

لعل من أكثر المسائل التي شغلت علماء الاتصال في الثلاثينيات من القرن الماضي هي مسألة العلاقة بين وسائل الاعلام والاتصال وجمهورها، فقد اهتم المؤسسون الأوائل لعلوم الاعلام والاتصال بالتأثيرات التي تحدثها تلك الوسائل في الجمهور المتلقي من خلال ما تنشره وتبثه، وقد أدى هذا الاهتمام الى تعدد النماذج والمقاربات التي تحاول أن تقدم تفسيراً للطريقة التي تؤثر بها وسائل الاعلام فظهرت نظريات كالحقنة تحت الجلد ، التأثير المحدود ، التدفق الاعلامي على مرحلتين، ترتيب الاولويات، دوامة الصمت، الاستخدامات والاشباع وغيرها من النظريات الى تفيد في وصف الظاهرة الاعلامية كمبنى ظاهري وليس كمعنى تتداخل فيه السياقات، رغم اهتمامها بالمتغيرات الملموسة وغياب شبه تام للمتغيرات المعنوية، فهي تفيد في تفسير بعض الجوانب الجزئية في الاعلام والاتصال ولكنها لا تتضمن أبعاداً فكرية أو فلسفية واضحة لأنها تعاني أزمة مرجعية حقيقية ، وبذلك جاءت نظرية الحتمية القيمية التي تجاوزت الركود والجمود في البحث الاعلامي في المنطقة العربية بمنظور متميز قائم على التفاعل وإنتاج معرفة ذات منطلق يصلح لتفسير الظواهر الاتصالية والإعلامية وفق ما يتلاءم مع خصوصية مجتمعاتنا العربية التي تهم بالظاهرة الاعلامية والاتصالية انطلاقاً من البعد الحضاري، فنظرية الحتمية في الاعلام لا تعنى بتوجيه السلوك الاعلامي والاتصالي فحسب بل تعتبر قاعدة أساسية من قواعد السلوك الاجتماعي كونها تعالج مسألة اصلاح الخلل القيمي لدى المتلقي في أفعاله بما يحيله الى أداة فاعلة في



الحقل الثقافي الحضاري، فالقيمة لا تخضع لتشوّهات الواقع وتتجاوز حدود الزمان والجغرافيا فهي مستقلة عن المتغيرات الظرفية وتتخذ أبعادا إنسانية عالمية .

2. اشكالية الدراسة:

لعل إغفال الباحثين العرب للمنحى الأخلاقي القيمي في دراسة الظاهرة الاعلامية أدى إلى أزمة مرجعية حادة، فغالبيتها الدراسات التي أنجزت عن علاقة المتلقي بوسائل الاعلام خصوصا التأثير اعتمدت النظريات الغربية لتفسير سلوك المتلقي وعالجت الظاهرة كما لو أنها واقعة في مجتمع غربي، غير أن نظرية الحتمية القيمية تطرح مسألة الكفاءة والأهلية القيمية كمصدر أو حاجز يمنع التأثير السلبي لمحتويات الوسيلة الاعلامية، أي يرشد عملية التلقي من مبدئها ويدفعنا لإعادة النظر إلى التأثير من منظور القيمة والذي يعبر عنه بمسألة الموجب والسالب .

وفي المقابل تساهم المنهجية في إيجاد أدوات وطريقة عقلانية أو واقعية للوصول إلى مجموعة من الحقائق النسبية فالأدوات تملك مجالا مستقلا أي محايدا نسبيا، فنجد البنيوية مثلا تستخدم أداة **التضاد الثنائي** في دراسة اللغة كمؤسسة مستقلة وترى أن اللفظ يفهم في مقابلته مع لفظ آخر يغايره في المعنى، ومثل هذه الأداة "التضاد الثنائي" يمكن استخدامها مستقلة في مقارنة أي ثنائية ممكنة كالوعي واللاوعي والخير والشر والموجب والسالب، إذ ترتبط نظرية الحتمية القيمية بمفهوم الموجب والسالب، حيث ترى أداة التضاد الثنائي أن الايجابي لا يفهم إلا عند مقابلته بالسلبي، ولعل الإعلام كنظام مخيالي يندرج في النهج المتبع في الزامية ترابط هذا النظام بالخيال في عملية الموازنة واختبار عدد من الفرضيات والاحتمالات يحدد مسار هذا المخيال في اتجاه الموجب والسالب، فهو في اتجاه أكثر الى الموجب إذا كان هناك ما يوفر الأرضية للارتقاء بالقيم وهو في الاتجاه أكثر إلى السالب إذا انعدمت هذه الخلفية ولم يعد العقل يحكم ما يحيط به قادرا على تبيان الصواب من الخطأ .

وتتميز أداة التضاد الثنائي بكونها أداة معيارية رمزية تساهم في الحكم على كون الظاهرة الاعلامية أو الاتصالية مرغوبا فيها أو غير مرغوب فيها، ودراسة التأثير السلبي والايجابي للإعلام على المتلقي من منظور الحتمية القيمية يعتمد على تحليل وتفسير منظومة القيم التي تشكل اطار الفرد والجماعة، ذلك أن القيمة تحمل المجرى والمجسد معا، إلا أن محتويات وسائل الاعلام غدت في الوقت الراهن حافزا للإثارة بالإبقاء على المتلقي رهين المجسد دون غيره، ورغم أن الاعلام رسالة ايجابية له دور في خدمة الفرد وتعزيز ثقافته، إلا أنه يتحول عند استخدام معطياته بشكل سلبي إلى عامل تفكيكي افسادي للمنظومة القيمية والاجتماعية وبالتالي يسهم في كسر وعاء التنشئة الاجتماعية عبر تفتيت قيم المجتمع وثوابت ثقافته .



وبذلك يمكن دراسة المتلقي من زاوية التضاد الثنائي لأن دراسة تأثير منظومة الاعلام على المتلقي من هذا المنظور هو البحث عن العلاقة الترابطية بين القيمة اقترابا او ابتعادا عنها من خلال ثنائية الموجب والسالب، فالمتلقي يتفاعل مع محتويات الاعلام بناء على مرجعية قيمية اخلاقية ويكون تأثير الاعلام على المكون الاجتماعي والثقافي بناء على أثر تلك الوسائل على النظام الاخلاقي والحضاري ككل .

وعليه يطرح التساؤل العام للدراسة : ماهي تأثيرات محتويات وسائل الاعلام على المتلقي وفق أداة التضاد

الثنائي في نظرية الحتمية القيمية ؟

3. اهداف الدراسة :

تهدف هذه الورقة البحثية الى التعرف على نظرية الحتمية القيمية ومعرفة مداخلها الأساسية ومختلف أفكارها ومنطلقاتها في إطار التركيز على أداة التضاد الثنائي في دراسة و تشخيص التأثيرات الايجابية والسلبية التي تمارسها وسائل الاعلام على المتلقي وفق منظور نظرية الحتمية القيمية في الاعلام كمحاولة لبيان أهمية القيم في تفسير الظاهرة الاعلامية والاتصالية كعملية تتفاعل كافة عناصرها في تناغم واتساق مع القيم، وذلك في إطار التركيز على أحد أهم عناصر العملية الاتصالية وهو المتلقي في علاقته بوسائل الاعلام .

4. مفاهيم الدراسة :

يرى د. نصير بوعلي أن مفاهيم نظرية الحتمية القيمية تشكل نوعا من القطيعة المعرفية المفاهيمية أو الاستمولوجية مع مفاهيم السياق الاعلامي الحالي المجسد والمجرد الموروثة في معظمها عن أدبيات غربية نتيجة الاحتكاك السائد والذي يسود المنظومة الأكاديمية الاعلامية والاجتماعية مع المنظومة الأكاديمية الغربية مند التسعينات من القرن الماضي، وتوظف الحتمية القيمية في الاعلام عددا من الادوات المنهجية التي ولدتها النظريات الاجتماعية والاتصالية الحديثة في الغرب قصد التحديد في قراءة النصوص وربط ذلك بواقع الظاهرة الاعلامية القائمة في المنطقة العربية والإسلامية، ومن أهم مفاهيم هذه الورقة البحثية والتي ترتبط بنظرية الحتمية القيمية ما يلي:

❖ **التضاد الثنائي:** هي أداة منهجية في الفكر الاجتماعي البنوي وأداة معيارية رمزية استعارتها نظرية الحتمية

القيمية من النظرية البنوية التي استخدمت هذه الاداة في دراسة اللغة كمؤسسة مستقلة، والتي ترى أن اللفظ يفهم في مقابلته مع لفظ آخر يغايره ويختلف عنه في المعنى، وقد اعتمدت الحتمية القيمية أداة التضاد الثنائي في مقارنة الظاهرة الاعلامية من خلال الحديث عن الموجب والسالب في الثنائية الاعلامية ودراسة وتفسير تأثيرات وسائل الاعلام السالبة والموجبة في علاقتها الثابتة بالقيم في مجتمعنا المعاصر (اوصيف 2017) .

❖ **الحتمية** : ويقصد بها اعتبار متغير واحد أنه المحرك الأساس في تفسير أو فهم أي ظاهرة حيث يرتبط المتغير في هذه النظرية بالقيمة والظاهرة تخص الاعلام والاتصال، (بوعلبي) 89 p. , فالحتمية تعني فهم الظاهرة الاعلامية بمكوناتها (المرسل، الرسالة، المتلقي، الوسيلة) وتأثيراتها على البنيات الاجتماعية والثقافية في سياق حضاري معين، فالمرسل يحتاج الى خلفية وتكوين قيمي أخلاقي حتى تكون ممارسته الاعلامية قيمة اخلاقية، أما الرسالة فأصلها قيمة، والمتلقي يتفاعل نظريا و يكون واقعه سويا بناء على مرجعية قيمة اخلاقية، ويكون تأثير الوسيلة قائم على النظام الحضاري والأخلاقي ككل. (عزي، تأثير وسائل الاتصال في الثقافة) المنهج المعياري (2012-06-19),

❖ **القيمة**: ومنها القيمة ويقصد بها الارتقاء، أي ما يسموا في المعنى، والقيمة معنوية قد يسعى الانسان الى تجسيدها عمليا كلما ارتفع بفعله وعقله الى منزلة اعلى، وتعني القيمة في اللغة اسم النوع من الفعل قام يقوم قياما بمعنى وقف واستوى، وفي نظر الدكتور عزي عبد الرحمان فان القيمة ما يعلوا عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين (عزي، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز) 108 p. 2003, .

❖ **المتلقي** : هو مستقبل الرسالة الاعلامية في صورة رموز فيقوم بترجمتها من خلال ربط كل رمز بمعناه لاستيعاب الرسالة فيستحضر عقلة وقدراته المعرفية واستعداداته النفسية والحضارية كاملة لفهم هذه الرسالة (الزاوي، 2011، صفحة 33).

❖ **التأثير** : هو عملية نسبية ومتفاوتة بين الأفراد (مشاقبة) 136 p. 2011, ، وهو المرحلة النهائية للاتصال ويتم بتغيير معلومات أو اتجاهات وسلوك الفرد بما يحقق الهدف، وهو مفهوم معقد وليس بالبسيط يقع ضمن ديناميكية ونشاط اجتماعي، والتأثير لا يعني دائما التغيير بل ايضا تثبيت وتعزيز الآراء والمواقف أيضا وهو العملية التي يقوم من خلالها الافراد بتبني فكرة مستحدثة معينة في تنظيم اجتماعي معين بالتأثير في غيرهم ممن لم يتسنى لهم بعد الايمان بالفكرة (شعبان) 33 p. .

❖ **الاعلام** : ويقصد به رسائل الاعلام بوسائله التقليدية من صحف ومجلات وإذاعة وتلفزيون ووسائل حديثة من انترنيت وإعلام اجتماعي، ويعتبر عزي عبد الرحمان أن الاعلام رسالة أهم ما تقاس به هذه الرسالة هو القيمة التي مصدرها الدين فالرسالة تكون هادفة اذا تمت في اطار ارضية تشكل المنطق المعرفي المتناسك لا أن تتوجه هذه الرسالة الى استثارة العواطف والغرائز أو طلب استجابة آنية، فالإعلام قيمة والقيمة حتمية عند دراسته وكلما اقتربت القيمة بالإعلام كان التأثير ايجابيا على المتلقي وكلما ابتعد الاعلام عن القيمة وتناقض معها كان التأثير سلبي (بوعلبي) 49 p. .

5. نظرية الحتمية القيمة في الاعلام : المداخل الاساسية :



1.4 التعريف بصاحب النظرية: هو الباحث والمفكر الجزائري عزي عبد الرحمان من مواليد 1954

تحصل على شهادة ليسانس في الصحافة بجامعة الجزائر 1977 وشهادة الماجستير 1980 والدكتوراه في سوسيولوجيا الاعلام من جامعة نورت تكساس 1985 عمل استاذا بعدة جامعات : جامعة الجزائر، جامعة الملك سعود، جامعة الامارات العربية المتحدة ، جامعة الشارقة ، وقد نشر الباحث ما يفوق 50 دراسة اعلامية في مجالات متخصصة وبرز الباحث من خلال ابحاثه واسهاماته في ميدان سوسيولوجيا الاعلام والاتصال (بوعلي، 7 p. .،

2.4 التعريف بنظرية الحتمية القيمية في الاعلام وافترضاها الاساسية:

نشأت نظرية الحتمية القيمية في الاعلام مع بداية الثمانينات من القرن الماضي حيث برزت مع الاسهامات التي قام بها الدكتور عزي عبد الرحمان في دراسة الظاهرة الاعلامية والاتصالية وفق المنظور الحضاري والقيمي للمجتمع الذي ننتمي اليه، فتجلت معالم نظرية اعلامية قيمية أصيلة بدأت تلوح في الأفق من خلال دراسات للدكتور عزي: **كالتدفق الاعلامي** "الأطر المرجعية الحضارية والتجدر التاريخي" **التكوين الاعلامي** "اعادة التلاقي والتلاخي بين الوسيلة والرسالة"، وقد بدأ فعليا تحديد مسار نظريته بتقديم النظرية الاجتماعية الغربية الحديثة وتكييفها مع الواقع الجديد وعلاقتها بالاتصال في كتابه " **الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الاعلامية والاتصالية : بعض الابعاد الحضارية** عزي ، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الاعلامية والاتصالية : بعض الأبعاد الحضارية(11 p. , 1995 , .،

فقد اشتغل الدكتور عزي بالبحث في الظاهرة الاعلامية في السياق العربي استنادا الى الفكر الاجتماعي المعاصر في القرن العشرين فكتب عدة دراسات في التحليل النقدي والبنية المؤسسية في المجتمع العربي والتفاعلات الرمزية وحقيقة الحياة الاجتماعية الرمزية في المنطقة العربية والظاهراتية وفضاء الحياة العربية والنبوية وما بعد النبوية والعالم الثقافية العربية (خليفة، 12 p. , 2016 , .،

وقد أسس عبد الرحمان عزي نظريته على مفاهيم وأبعاد تنظيرية جديدة تستند على العديد من الخلفيات النظرية العربية والغربية فقد تأثر بفكر **مالك بن نبي** كما تأثر بأطروحات **ابن خلدون** بينما تعمق في الأسس الفلسفية لنظريات الاتصال كما تأثر بفكر مدرسة فرانكفورت واستفاد من البنائية الوظيفية في نظريته لوظائف وسائل الاعلام في المجتمع (فؤاد، 122 p. .،

ويرى عزي عبد الرحمان أن نظرية الحتمية القيمية تنطلق من القيمة كمتغير أساسي في تفسير وفهم الظاهرة الاعلامية، ويعني أن أي عنصر أو ظاهرة اعلامية تفسر وتفهم من حيث قربها أو بعدها من القيمة) عزي ، تأثير وسائل



الاتصال في الثقافة) المنهج المعياري (19-06-2012), فقد اتخذت نظرية الحتمية القيمية موقفا ثابتا من موضوع مكانة القيمة من حيث أن القيمة تكتشف من معطى مسبق بالدرجة الأولى ولا يتم تأسيسها اجتماعيا أو تفاعليا إلا في حالة معاشتها في أبعادها الجزئية، وهذا التمييز ضروري وحاسم لكونه ينأى بالحتمية القيمية عن نظريات البناء أو التأسيس الاجتماعي أو التفاعلي الرمزي، والقول أن القيمة تكتشف من معطى مسبق يعني أن الانسان ليس مرجعا للقيمة بل أداة تتجسد فيها القيمة) بلعقروز , حوار مع البروفيسور عبد الرحمان عزي(303, p. 2017, .

وحسب نظرية الحتمية القيمية فان الرسالة أساس عملية الاتصال وهي المرجع في ضبط العلاقة بين الثقافة ووسائل الاعلام) عزي , التحليل النقدي والبنية المؤسسية في المجتمع العربي(12, p. , وتعتبر القيمة مرتكز ومرجعية ومركز رؤية لدراسة الظاهرة الاعلامية وهي المصدر والموجه للعقل والسلوك أو حركة الانسان مع الواقع، والإعلام الراشد هو الذي يتبنى الفكر القيمي الذي يجعل من القيم محدد للمحتويات التي يبثها، فالقيمة في نظرية الحتمية القيمية في الاعلام هي اصلاح المجسد بالمجرد أو النظر الى الواقع من حيث ما ينبغي أن يكون وليس من حيث ما هو كائن، والقيمي ما يسموا عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة على مستوى الخيال فالقيمة توجه الفكر والسلوك وعليه تكون السلوكيات ايجابية اذا ارتبطت بالقيمة وتكون سلبية اذا تناقضت وابتعدت عن القيمة، ووفق هذه المعادلة تتحقق القيمة في المعالجة الاعلامية، فالمحتوى الاعلامي يكون ايجابيا كلما اقترن بالقيم والعكس صحيح). خليفة،(2016, ,

اذ تنشأ الظاهرة الاتصالية داخل المجتمع وتساير تطوره وتحمل قيمه وتصوراته بمعنى أنها تنمو في اطار المجتمع وهذا الأخير يستمد وجوده في الاتصال الدال الحامل للشخصية القيمية ذات الأبعاد الحضارية والإنسانية) عزي , التحليل النقدي والبنية المؤسسية في المجتمع العربي(، ولقد ظلت مسألة القيم غائبة أو مغيبة في الدراسات الغربية المؤسسة بسبب اعتبار مبحث القيم مبحث تجريدي خاص بالفلسفة كما ذكر السعيد بومعيزة ، وما دامت القيم ليست محل اتفاق فإن المدارس الغربية لم تؤسس عليها حيث يقول عزي عبد الرحمان: "وجزئيا فإن القيمي يتضمن المدلول في البنيوية والماهية في الظاهرية والمعاني في التفاعلات الرمزية والحق والحقيقة في التأويلية النقدية " يضاف الى ذلك أن تلك المدارس كانت تركز على المرجعية الاجتماعية في دراستها للمسألة الاتصالية تلك المرجعية التي تشهد تقلصا رهيبا للقيمة وانتشار القيم المادية النفعية الاستهلاكية .

مما جعل أزمة القيمة التي تمر بها الانسانية هي نتيجة اخفاق نماذج التحديث في تقديم بديل يرتكز على قيم يمكن أن تكون خادمة للإنسانية كافة كل ذلك دفع المفكر عبد الرحمان عزي الى الارتكاز على المرجعية القيمية التي تعد في نظره ثابتة وذات مصدر يسموا على المرجعية الاجتماعية ويقول مبينا ذلك: "إذا كان مصدر قوة نظريات الاتصال الغربية



المرجعية الاجتماعية المتغايرة فان ثقل نظريتنا وتميزها يكمن في المرجعية القيمية غير المباشرة" . (عواملية p. , 2014 , 199)

ولقراءة النظرية وفهمها فهما صحيحا قدم نصير بوعلي في احدى دراساته ما اصطلح عليه بمفاتيح النظرية وتتمثل هذه المفاتيح استنادا الى المقاربة البنيوية فيما يلي (بوعلي):

- ✓ اسبقية النظرية ككل على الأجزاء فنظرية الحتمية القيمية في الاعلام هي ذلك الكل المركب من دراسات وأبحاث الدكتور عزري عبد الرحمان ويستحيل فهمها ما لم يكن هناك المام بعدد من دراساته التي تنطلق من اشكالية كيفية فهم الظاهرة الاتصالية والإعلامية وإدراكها قيما وحضاريا .
- ✓ اسبقية العلاقة على الاجزاء أو القيمة المحددة لها : تتضح هذه النظرية أكثر عند امعاننا النظر في العلاقة التي تحكم دراسات الباحث عبد الرحمان عزري لأن ذلك سيقود الى التغلغل في الدواخل وتوليد معاني عميقة للنظرية، وتعتبر القيمة هي الحلقة أو العلاقة بنيويا التي تمسك بأبحاث المفكر وتعتبر مركز ونواة النظرية .
- ✓ النظرية من زاوية سياقية : وتعني فهم النظرية في اطار سياق عام يستدعي حضور العوامل الاجتماعية والثقافية والحضارية والتاريخية .

6. مبادئ الحتمية القيمية في الإعلام : تتمثل مبادئ النظرية حسب الباحث عزري عبد الرحمان في ما يلي:
(باديس، 2012 ، صفحة 351)

- أن يكون الاتصال نابعا ومنبثقا من الأبعاد الثقافية والحضارية التي ينتمي اليها المجتمع .
- أن يكون الاتصال قائما على مشاركة واعية من طرف الجمهور المستقبل لا أن يكون أحاديا متسلطا .
- أن يكون الاتصال تكامليا فيتضمن الاتصال السمعي البصري والمكتوب والشفوي الشخصي، مع التركيز على المكتوب لأنه من أسس قيام الحضارات.
- أن يكون الاتصال دائما حاملا للقيم الثقافية والروحية التي تدفع الانسان والمجتمع الى الارتقاء والسمو.
- 7. أداة التضاد الثنائي في تفسير تأثيرات وسائل الاعلام على المتلقي من منظور الحتمية القيمية :

تعتبر أداة التضاد الثنائي من الأدوات المنهجية في نظرية الحتمية القيمية والتي تساهم في تصنيف السالب والموجب في تأثير الاعلام على المتلقي، فمؤسسة الاعلام كنظام يكون في أدائه موجبا اذا قدم أحزمة ثقافية وأدبية وفنية تكون موجبة ترتبط ارتباطا وثيقا بالقيم أما اذا قدم هذا النظام المخيالي محتويات تتنافى مع القيم فيكون في أدائه سالبا وعليه فقد صنفت هذه الاداة التأثيرات الى موجبة وأخرى سالبة :



1.6 التأثيرات الايجابية للإعلام على المتلقي من منظور الحتمية القيمية (عزي)، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز ، (2003): يمارس الاعلام العديد من التأثيرات الايجابية على المتلقي اذا اقترنت محتوياته مع القيمة ومن أهم هذه التأثيرات حسب نظرية الحتمية القيمية ما يلي:

- ❖ يساهم الاعلام في تعزيز قيم المتلقي وتثبيت مواقفه السابقة إذ يلعب مفهوم التعزيز دورا أساسيا في فهم تأثيرات وسائل الاعلام على المتلقي، وقد أشار بول لازرسفيلد في دراساته إلى أن وسائل الاعلام لا تغير آراء الناس ومواقفهم بقدر ما تعمل على تدعيمها، فالإعلام يعزز ما تنتجه العلاقات الاجتماعية والتعزيز وفق نظرية الحتمية القيمية مشروط بتوافق عاملين الاجتماعيين والإعلامي فيدعم الاعلامي الاجتماعي .
- ❖ يؤدي الإعلام الى معايشة الفرد لعوالم خيالية متعددة ويحمل المتلقي عبر الزمان والمكان مما يساهم في اغناء التجربة الانسانية وإثرائها ومن تم الارتقاء بها الى ما هو أعلى من الوضع ، فوسائل الاتصال تنقل الفرد الى عدة عوالم رمزية وخيالية تجعل المتلقي يبتعد عن هموم الواقع ويجد التعويض في هذه المنظومة الرمزية الخيالية .
- ❖ يساهم الاعلام في عملية التنشئة الاجتماعية اذ يقدم أحزمة ثقافية محلية أو وافدة من أجل احداث الألفة مع المحيط، أي أن هذه الأنظمة تعمل كأدوات لتوفير إطار غير رسمي يسمح للمتلقي بتعلم واستيعاب قيم المجتمع وعاداته وتقاليده ونظراته الى ما يحيط به .
- ❖ يحقق الاعلام للمتلقي الانسجام ويعزز الترابط الاجتماعي اذ يحدث الاعلام للمتلقي الاحساس بالانتماء الى المجتمع الذي تربطه صفات مشتركة كالقيم والثقافة واللغة والتاريخ فهو يدعم الحراك الاجتماعي ويعزز .
- ❖ تعمل وسائل الاتصال على تحقيق للفرد المتلقي الوعي بالعالم الخارجي وتوسيع محيطه وتساهم في تحقيق الرباط بين افراد المجتمع داخليا وإحداث الاهتمام بالأحداث خارجيا ، ويعتبر الاعلام ملجأ الفرد حين تشتد الازمات والتوترات فتكون الاحزمة الثقافية التي يقدمها بمثابة المرجع اوقات الشدة .
- ❖ يعمل الاعلام على جعل المتلقي ناقدا للواقع باستخدام التضمين واللجوء الى التلميح واستعمال الصيغ الغير مباشرة عندما لا يسمح بالنقد المباشر، وهذه المخيالات تساعد المتلقي على التنفيس عن مكبوتاته .
- ❖ يساهم الاعلام في جعل المتلقي ينظر الى ذاته والى مجتمعه من زاوية خارجية، اذ توفر وسائل الاتصال تجربة اضافية قد لا تتوفر محليا كأن ينتقل الفرد من ثقافة إلى أخرى بمجرد تغيير القناة التلفزيونية مثلا.
- ❖ تساهم وسائل الاعلام في نقد المتلقي لذاته وتغييرها وإحداث الوعي بالذات وعلاقتها مع الآخرين، فالتجارب الرمزية التي تعرضها الوسائل تجعل المتلقي يعدل من آرائه ومواقفه وسلوكاته وفق ما يراه ذا قيمة من ظواهر وأحداث، وتتضمن هذه الضرورة العيش المؤقت في العالم الرمزي ثم العودة الى الذات مرة أخرى.



- ❖ تساهم وسائل الاعلام في توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة لدى المتلقي ونشر المعرفة في اوساط واسعة من المجتمع فالثقافة المعاشة في الواقع تتسع عندما تنتقل الى وسائل الاتصال .
- ❖ تعمل وسائل الاعلام على تحقيق الاشباع والتحويل والتزفيه فقد أظهرت نظرية الاشباع والاستخدامات أن ما يجعل الجمهور شديد الارتباط بالوسيلة الاعلامية يتمثل في عملية الاشباع التي توفرها وسائل الاتصال، وبذلك فالعلاقة بين المتلقي والوسيلة هي مسألة الزامية في المجتمع المعاصر وتشمل الاحتياجات التي تقدمها الوسائل احتياجات معرفية وعاطفية واجتماعية وغيرها من الاحتياجات .

2.6 التأثيرات السلبية لوسائل الاعلام على المتلقي من منظور الحتمية القيمية :

يمكن في اطار الثنائية الاعلامية المعروضة في هذا الموضوع أن يكون الاعلام كنظام مخيالي سالبا اذا عمل على أداء أدوار تفقد الصلة مع الخيال وتغاير كل ما يرتقي بالإنسان من الوضع غير السوي، ويعتبر هذا المخيال سالبا عامة اذا عمد الى توظيف المخيال أو المخيالات في ترسيخ الوضع الغير السوي أصلا وتثبيتته، فالسالب يعني تسخير المخيال للوضع، وتمثل هذه التأثيرات السالبة فيما يلي (عزي، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز، 2003، صفحة 116):

➤ يعتبر الاعلام نص رمزي مشدود الى الكائن السياسي والكائن التجاري ومن تم يكاد يخلو من الرأسمال القيمي رغم حضور الخطاب الديني بشكل واسع، وإذا ما وقع الفصل بين المجال الاعلامي والمجال القيمي دفع هذا الفصل المجال الاعلامي في اتجاهات وسبل تفرقت عن طرق الحقيقة والأخلاق.

فقد تحولت وسائل الاعلام من حافز للتفكير الى حافز للإثارة والإيحاء بإبقاء المتلقي رهين الجسد دون غيره، فالتفكك الحاصل في تحييد القيمة وإزالة طابع الهيبة والوازع الاخلاقي بممارسة عنف اللسان والإعلام وتكسير البنية القيمية في اللغة يؤثر سلبا على الفرد المتلقي الذي قد يعتقد أن كثرة الوسائل تعرضه الى تعدد الأفكار والثقافات، ولكن لو تمنع سيدرك أن ما يحصل عليه ليس بذلك التنوع إنما ما يسود ليس إلا غياب متغير يسمى الرؤية القيمية التي يمكن أن توجه هذه الوسائل (بلعقروز، دورية نماء لعلوم الوحي والدراسات الانسانية ، 2017، صفحة 303).

➤ تعمل وسائل الاعلام على تبرير الوضع القائم واقتلاع القيم من سياقاتها في مسار تثبيت الوضع وتكريسه في خدمة مصالح ضيقة وتمنع الفرد من تحقيق ذاتيته المعنوية والمادية، كما يعمل هذا النظام المخيالي على فرض مجموعة من الحوافز والممنوعات التي تعيق عملية التطور وتحقيق ذاتية الفرد كما يمنح الفرد من امكانية تغيير الوضع .



- تعمل وسائل الاتصال على حجز الانسان والمجتمع في قالب الاحادية والنمطية والاستهلاكية، فالإعلام يعمل على ترسيخ قيم الامتثالية ويعزز النزعة المادية بترويج عملية بيع السلع والخدمات بصفة مباشرة عبر الاعلان أو بصفة غير مباشرة عبر أنماط الحياة التي تحملها الأفلام والمسلسلات مما ينتج نمطا من الانسان يؤدي دورا ساكنا في المجتمع وفقا للتوقعات السائدة دون أن يشارك بفعالية في تغيير ما هو قائم في المجتمع .
- تدفع وسائل الاعلام المتلقي الى حافة التدمير الذاتي ويتمثل ذلك في اللجوء الى نظام مخيالي يقوم على الوهم الذي يبتعد عن الوضع من جهة ولا يقترن بأي مخيال فرعي أو غير أساسي، و هذا التدمير لا يكون بالضرورة ماديا بل في الكثير من الأحيان معنويا، خاصة بعد أن تحولت الكثير من الأنظمة المخيالية المعاصرة الى ما سماه ارنست بيكر الى اللاشيئية او موت المعاني في هذه الانظمة وارتباطها أساسا بالغرائر الأولية .
- تعمل وسائل الاعلام على تحييد القيم واستثنائها وتغيب القيم في المحتويات وخاصة الترفيهية، اذ لا تنقيد هذه الأخيرة بنظام القيم إنما تتبنى مبدأ ما يمكن أن يسوق الى الجمهور الواسع، وإذا أخذنا بعين الاعتبار أن رغبات الجمهور وأذواقه عادة ما تكون نتاج ما تعرضه وسائل الاتصال فإن عملية استثناء القيم في المحتويات تكون دائرية، فوسائل الاتصال تعرض ما يرغب فيه الجمهور وهذا الأخير يرتبط بوسائل الاتصال التي تحقق له رغباته وتشبعها، وقد أدى ذلك الى انتشار محتويات العنف والجنس وغيرها .
- تعمل وسائل الاعلام على جمهرة الثقافة والتبسيط والتشويه قصد كسب الجمهور الواسع مما يؤدي الى التأثير على المتلقي بخلق احتياجات وهمية أو حقيقية لديه، اذ تتأثر وسائل الاعلام بالعامل التجاري الهادف الى استمالة الجمهور وإرضائه بغض النظر عن طبيعة المحتوى الذي عادة ما يتوجه الى الرغبات الآنية والغرائر
- تعمل وسائل الاعلام والاتصال على تضيق المحيط اذ تبعد أفراد المجتمع بعضهم عن بعض ويترتب عن ذلك أن تدفع هذه الوسائل المجتمع الغني بالثقافة المعاشة والعلاقات الاجتماعية الى الفقر في هذه المجالات والدفع بالفرد المتلقي الى الانعزال الاجتماعي وقلة الروابط الثقافية .
- تساهم وسائل الاعلام في تقليص المحلي وتوسيع العالمي من خلال الدفع بالمتلقي الى الاهتمام بالأحداث الخارجية على حساب ما يحدث من قضايا ترتبط بواقعه المعاش تمنع وسائل الاعلام والاتصال الفرد من نقد ذاته وتغييرها والتفريط في معالجة واقعه لأن وسائل الاعلام تشعل المتلقي عن الانتباه الى واقعه المعاش ومحاولة اصلاحه وتغييره، اذ تحول الوسائل اهتمامه الى قضايا ثانوية على حساب ما يجري في محيطه ويقول عزري عبد الرحمان في هذا الصدد: أن الخطورة تكمن في أن هذه العملية الرمزية "الإلهاء" قد تؤدي الى منع المتلقي من التعامل مع واقعه (عزري، ، ثورة الصورة : المشهد الاعلامي وفضاء الواقع ، 2008، صفحة 106)



- تعمل وسائل الاعلام والاتصال على اضعاف نسيج الاتصال الاجتماعي وتمارس التفكيك الاجتماعي على اعتبار أن الزمن الذي يقضيه المتلقي مع هذه الوسائل يكون على حساب التفاعل الاجتماعي الحقيقي المباشر، مما يؤدي الى انعزال الفرد المتلقي وإعفاء نفسه من المسؤولية الاجتماعية اتجاه الآخرين .
- تعمل وسائل الاعلام على جعل المتلقي يتقمص أدوار النجوم السينمائية والشخصيات التي يصنعها الاعلام، فالمتلقي يلاحظ ويشارك تجربة الآخر تم يتخذ ذلك انموذجا له، أما التأثير فيكون في صاحب القدوة اذا كانت صفاته قيمة أو غير ذلك .
- تعمل وسائل الاعلام على المزج بين الرمزي والحقيقي فمحتويات الوسيلة ليست الواقع بل تشكل تعبيرا عن الواقع، ويحدث التأثير السلبي عندما يتم المزج بين العاملين فيصبح الرمزي هو الواقع عند المتلقي، فقد اظهرت نظرية التثقيف أن العالم الرمزي الذي تعرضه وسائل الاتصال يؤثر في تصور الجمهور للحقيقة، وأظهرت الدراسات أن الاطفال في المراحل المبكرة من العمر يصدقون ما يشاهدونه في الأفلام ويتأثرون به في سلوكياتهم، ودلت الدراسات أن الكبار الذين يتابعون الأخبار بكثرة يشعرون أن العالم أقل أمنا مما هو عليه في الحقيقة، وقد عبر غروينر عن ذلك في قوله أن بعض هذه المحتويات تحدث محيطا خاطئا من الخوف أي أن هذه الوسائل تنشئ بفعل هذه المحتويات حقيقة عنيفة .
- تعمل وسائل الاعلام على اضعاف الحساسية اتجاه الممنوعات الثقافية فبعض محتويات وسائل الاعلام تخل بالقيم وتعمل مع الزمن على التقليل من درجة الانفعال أو المقاومة التي تصاحب هذه المحتويات، ويرى بعض الباحثين أن التلغظ بالعنف هو بداية العنف، كما أن تكرار الرسالة يؤدي إلى إضعاف الحساسية ومن ثم لا يستطيع المتلقي أن ينتقد الرسالة او يشك فيها .
- تساهم وسائل الاعلام في ادمان المتلقي على محتوياتها فحدة الارتباط بالوسيلة يكون على حساب المسؤوليات الاجتماعية مما يترتب عنه قلة التفاعل الاجتماعي المباشر وإضعاف الروابط الاجتماعية .
- تركز وسائل الاعلام على حاسة البصر اذ تلعب هذه الحاسة دورا أساسيا في استقبال محتويات هذه الوسائل ويترتب عن سطو الوسيلة أن تستسلم العين وتبقى سجينه مقتضيات هذه الوسيلة مما يضعف عملية التفكير، فالقيمة ارتبطت بالكلمة المسموعة التي تتضمن الجهد قصد الارتقاء إلى أسمى المعاني الممكنة أما التصوير ففيه تجسيد وتقليص للمعنى، وقد أشار **مارشال ماكلوهان** الى أن التلفزيون وسيلة باردة فلا تتضمن التفاعل الجدي ولا يبدل المتلقي جهدا يذكر في تلقي الرسالة فالعين تبقى مشدودة نحو الصورة .

8. خاتمة:



وفي الأخير نرى أن نظرية الحتمية القيمية تتخذ من القيم منهاجا في دراسة تأثير وسائل الاعلام على المتلقي اذ وظفت النظرية في تفسيرها العلاقة بين الفرد المتلقي ووسائل الاعلام والاتصال العديد من النظريات الاعلامية من دون الاخلال بالمنهج المستخدم الذي يتخذ من القيم متغيرا ثابتا في دراسة التأثير، وأظهرت الدراسة أن العلاقة بين وسائل الاعلام والمتلقي ولدت تأثيرات ايجابية وأخرى سلبية ترتبط بالقيم اقترابا او ابتعادا عنها وذلك في اطار أداة التضاد الشئائي الذي ربط التأثير بالسالب والموجب في النظر الى تأثير وسائل الاعلام والاتصال على المتلقي .

وقد كشفت الدراسة ان نظرية الحتمية القيمية تطرح مسألة الكفاءة أو الأهلية القيمية كحاجز يمنع التأثير السلبي لوسائل الاعلام على المتلقي ويرشد عملية التلقي من مبدئها وبالتالي فهي تدفعنا لإعادة النظر الى مفهوم التأثير وضرورة تضمينه لعنصر القيمة أو المنهج القيمي في دراسة تأثير وسائل الاعلام.

وفي اطار علاقة المتلقي بوسائل الاعلام يرى د.عزي عبد الرحمان أن معالم القيمة بمختلف أبعادها لا بد أن تتمثل في المتلقي لتقوم اختياره لمحتويات وسائل الاعلام بما يتلاءم مع قيمه المجسدة ولا بد أن يكون لديه وعي اخلاقي يتحكم في اختياراته، وقد أبرز ذلك د. نصير بوعلي عندما ربط الانسان بالالتزام بالدين أو عدم الالتزام به ، فطالما أن الدين مصدر القيم فإن الفرد الملتزم دينيا هو متشبع بالقيم التي تحدد علاقته مع المضامين الاعلامية المختلفة .

فالكفاءة القيمية تقوم على القدرة على أن يستوعب الفرد ثقافته ونظامه القيمي ومعايشة وتكييف هذه الكفاءة مع الوضعيات أو المحيط الجديد، فالتفاعل والاستنتاج وإعادة صياغة التجربة هو أساس الكفاءة القيمية التي هي أساسية في عصرنا، والتحدي يكمن في السعي نحو بناء أفراد يستطيعون الجمع بين الكفاءة القيمية والمهارة التقنية، وغياب هذه المعادلة المتوازنة جزء من أزمنا الحضارية

قائمة المراجع:

- بداني فؤاد. (بلا تاريخ). حتمية ماكلوهان لفهم قيمية عزي عبد الرحمان. جامعة الوادي: مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية .
- بسام عبد الرحمان مشاقبة. (2011). نظريات الاتصال. عمان: دار أسامة.
- حسن خليفة. (2016). في حوار صريح مع البروفيسور نصير بوعلي. مجلة البصائر.
- خضير شعبان. (بلا تاريخ). مصطلحات في الاعلام والاتصال . الجزائر: دار اللسان العربي.
- عبد الرحمان عزي. (19-06-2012). تأثير وسائل الاتصال في الثقافة (المنهج المعياري). تاريخ الاسترداد 15-12-2017، من www.balagh.com/:



عبد الرحمان عزي. (2003). *دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز*. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

عبد الرحمان عزي. (2003). *دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز*. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

عبد الرحمان عزي. (2008). *تأليف، ثورة الصورة: المشهد الاعلامي وفضاء الواقع*. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

عبد الرحمان عزي. (بلا تاريخ). *التحليل النقدي والبنية المؤسسية في المجتمع العربي*. حوليات جامعة الجزائر .

عبد الرزاق بلعقروز. (2017). *تأليف دورية نماء لعلوم الوحي والدراسات الانسانية (صفحة 2ع)*.

عبد الرزاق بلعقروز. (2017). *حوار مع البروفيسور عبد الرحمان عزي*. دورية نماء لعلوم الوحي والدراسات الانسانية.

عبد القادر قندوز ، محمد الطيب الزاوي. (2011). *المدخل في علوم الاعلام والاتصال*. الجزائر: المطبعة العربية.

فريال اوصيف. (2017, 08 21). *قراءة في نظرية الحتمية القيمية في الاعلام*. تاريخ الاسترداد 12 12, 2017، من

http://academic-space.blogspot.com/2013/08/blog-post_3588.html

لونيس باديس. (2012). *نظرية الحتمية القيمية في الاعلام، نحو برادبغم اعلامي متميز*. مجلة الدراسات الاعلامية القيمية المعاصرة .

محمد عوالمية. (2014). *نظرية الحتمية القيمية: قراءة تبسيطية للسياق والمبررات والمنهج*. الجزائر: مجلة العلوم الانسانية.

نصير بوعلی. (بلا تاريخ). *مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الاعلام عند عبد الرحمان عزي: مقارنة نقدية*. الشارقة: مجلة المستقبل العربي.