

# مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام(\*)

## عند عبد الرحمن عزي: مقارنة نقدية

نصير بوعلي(\*\*)

كلية الاتصال، جامعة الشارقة.

### مقدمة

ينبغي عند تناول جوهر مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام (Value Media Determinism Theory) - التي أصبحت في السنوات الأخيرة تنتسب إلى ثلة كبيرة من الباحثين من الجزائر والوطن العربي بقيادة عبد الرحمن عزي<sup>(١)</sup> - الارتكاز على الأسس والمبادئ والمرجعيات الخلفية التي توطّر وتوجّه هذه النظرية في مقاربتها للظاهرة الاتصالية والإعلامية.

فالنسق الفكري عند أصحاب هذه النظرية تنصهر فيه أربعة مكونات رئيسية: ١ - التراث العربي والإسلامي؛ ٢ - ابستمولوجيا الاتصال والإعلام؛ ٣ - الفكر الفلسفي والاجتماعي الغربي المعاصر في القرن العشرين متمثلاً بالمدارس الاجتماعية التالية: المدرسة البنوية، والمدرسة

---

(\*) تُعتَبَر هذه النظرية ضمن قائمة الأفكار الكبيرة في نشرة الجمعية الأمريكية لأساتذة الصحافة والاتصال الجماهيري، انظر: «الحتمية القيمية في الإعلام ضمن قائمة الأفكار الكبيرة»، نشرة الجمعية الأمريكية لأساتذة الصحافة والاتصال الجماهيري (تموز/يوليو ٢٠١٢)، ص ٥، <<http://www.aejmc.com/?p=1260>>.

(\*\*) البريد الإلكتروني: nbouali@sharjah.ac.ae

(١) عبد الرحمن عزي، مفكرٌ إعلامي عربي (جزائري الجنسية)، مؤسس نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، البديل الحضاري للوطن العربي، عمل أستاذاً مساعداً لمدة ثلاث سنوات في جامعة تكساس الأمريكية، ثم أستاذاً مساعداً فأستاذاً مشاركاً فأستاذاً لمدة إحدى عشرة سنة في معهد علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر، ثم عمل أستاذاً لمدة ثلاث سنوات في قسم الاتصال بالجامعة العالمية الإسلامية بماليزيا، ثم أستاذاً لمدة أربع سنوات بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود بالرياض، ثم أستاذاً لمدة أربع سنوات بقسم الاتصال الجماهيري بجامعة الإمارات بالعين. ويعمل حالياً أستاذاً في كلية الاتصال بجامعة الشارقة.

له العديد من المؤلفات والمقالات العلمية والأبحاث نشر معظمها في مركز دراسات الوحدة العربية وأبرزها: دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، سلسلة كتب المستقبل العربي؛ ٢٨ (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٣)، وقد أُعيد طبعه عام ٢٠٠٨ نظراً إلى أهميته العلمية.

الظاهرية، ومدرسة التفاعلات الرمزية، والمدرسة التأويلية النقدية؛ ٤ - 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 النورية.

وهذه المكوّنات الأربعة، بالإضافة إلى فروع معرفية أخرى ومعرفة الدين، تشكل في مجموعها مرجعية فكرية للنص عند عبد الرحمن عزي وتصوغ إشكالية طرحه للظاهرة الإعلامية. لذلك، في اعتقادي، إن فهم الظاهرة الإعلامية عند عبد الرحمن عزي يكون مبتوراً ما لم تكن هناك معرفة متمكّنة بمرتكزات فهمه أو نظريته، أي بمعنى الاطلاع، على الأقل، على موارد التأسيس وهي متنوّعة. فمفاهيم عبد الرحمن عزي

**لا تنظر الحتمية القيمية في الإعلام إلى النظريات الإعلامية الغربية كمصدر لها، وإنما كموضوع، له خصوصية، وله بداية ونهاية.**

وليدة النسق الذي ينتمي إليه. فأحياناً هي مفاهيم بلباس فلسفي تراثي (كالمخيل الإعلامي ومفهوم الرأي العام والعصبية) أو مفاهيم مستلّة من الدلالة القرآنية (كالإبلاغ والكتلة الإيمانية)، أو مفاهيم متخصصة في حقل الإعلام والاتصال (كالمجتمع الجماهيري والمجتمع المعلوماتي أو مجتمع الخدمات...)، أو مفاهيم مشتقة من أطروحات بعض الشخصيات الفكرية كمالك بن نبي (الزمن الإعلامي والمكان الإعلامي والخوف الإعلامي والرأسمال الإعلامي الرمزي...). لكن آلية ضبط مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام تتمثل بالقيمة التي تدفع هذه المفاهيم إلى معالجة الظاهرة الإعلامية والاتصالية ضمن السياقات الحضارية القريبة منها، أو هي المعيار الذي يقيس ويقيّم ويفسّر هذه المفاهيم من خلال تجليات الظاهرة الإعلامية.

إن مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام وليدة البيئة ومنسجمة مع الحضارة التي ينتمي إليها أصحاب هذه النظرية. ولعلّ محاولة اكتشاف هذه المفاهيم والتوغل الصحيح في فهمها يشكل نقطة ارتكاز في فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

## أولاً: الحتمية القيمية في الإعلام: محاولة تعريف النظرية

يشمل تعبير الحتمية القيمية في الإعلام الألفاظ الثلاثة التالية:

### ١ - الحتمية

أُطلق مسمى الحتمية (Determinism) منذ القرن التاسع عشر على كل النظريات التي تحولت إلى علوم مستقلة. وما الشعور بالحتمي إلا الشعور بالنسق أو النظام الأساسي كما يقال. فثمة، في الواقع، حتمية رياضية وأخرى فيزيائية للكون. ويتضح أن الحتمية الرياضية المبنية على النتائج لا تنطبق على حتمية فيزيائية مبنية أساساً على الأسباب. وكذلك يمكن الحديث عن

حتمية علم الكيمياء التي تبرهن ذاتها في أجسام منتقاة. ويقصد من الحتمية اعتبار متغير واحد أنه المحرك الأساس في تفسير أو فهم أي ظاهرة. والمتغير الرئيس، أو الأساس، في هذه النظرية هو «القيمة» (Value) أما الظاهرة فتخص الإعلام والاتصال. يعني ذلك أن أي عنصر أو ظاهرة إعلامية يُفسر أو يُفهم من حيث قربه أو تناقضه أو بعده من القيمة<sup>(٢)</sup>. أما المتغيرات الأخرى مثل الفعل الاجتماعي والاقتصادي والتاريخي والسياسي فمكملة أي متغيرات تابعة. وهذا النهج يميز الحتمية القيمة عن الحتميات الأخرى مثل الحتمية التكنولوجية المنتسبة إلى ماك لوهان التي تعتبر أن الوسيلة هي الرسالة (The Medium is the Message)، بينما تعتبر الحتمية القيمة المنتسبة إلى عزي عبد الرحمن أن الرسالة هي القيمة (The Message is the Value).

## ٢ - القيمة

يُقصد بالقيمة - في نظرية الحتمية القيمة في الإعلام - الارتقاء، أي ما يسمو في المعنى. والقيمة معنوية وقد يسعى الإنسان لتجسيدها عملياً كلما ارتفع بفعله (سلوكياته) وعقله إلى منزلة أعلى. وتعني القيمة في اللغة اسم النوع من الفعل قام يقوم قياماً، بمعنى وقف واستوى. وفي منظور عبد الرحمن عزي فإن القيمة ما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين. يتجلى هذا الأمر في قول الله تعالى: ﴿ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ﴾ [يوسف: ٤٠] وقوله تعالى: ﴿فِيهَا كُتِبَ قِيَمَةٌ﴾ [البينة: ٣]. وإعلامياً، فإن دراسة الأثر أو تأثيرات وسائل الإعلام لا تتم في منظور عزي من دون مرجعية تربط محتويات وسائل الإعلام بالقيمة. يقول عزي: «إن التأثير يكون إيجابياً إذا كانت محتويات وسائل الإعلام وثيقة الصلة بالقيمة، وكلما كانت الوثائق أشدّ كان التأثير إيجابياً. وبالمقابل، يكون التأثير سلبياً إذا كانت محتويات وسائل الإعلام لا تنقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكبر»<sup>(٣)</sup>.

## ٣ - الإعلام

يقصد بالإعلام في هذه النظرية الاتصال بوسائله المختلفة (الصحف، المجلات، الإذاعة والتلفزيون) والجديدة (الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي... إلخ). يتضح أن أدبيات الاتصال الحديثة تركز على الوسيلة، وأن وسائل الاتصال أساس الثقافة المعاصرة، ويتردد القول بأننا في عصر الوسيلة. إلا أن مقارنة نظرية الحتمية القيمة تشدد على أولوية الثقافة على وسائل الإعلام، فالثقافة تستوعب وسائل الإعلام بينما تشمل وسائل الإعلام جزءاً محدوداً ومحدوداً من الثقافة. وفي منظور صاحب النظرية عبد الرحمن عزي فإن الأولى التساؤل: ماذا تفعل الثقافة بوسائل الإعلام؛ وليس العكس، أي: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالثقافة؟ وحسب نظرية الحتمية القيمة فإن الرسالة (Message) أساس عملية الاتصال رغم أن الوسيلة (Medium) تؤثر في طبيعة

(٢) انظر: عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمة في الإعلام (تونس: الدار المتوسطة للنشر، ٢٠١١)،

ص ٩.

(٣) انظر: عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، ص ١١٢.

الرسالة شكلاً ومضموناً. الرسالة تمثل المرجع في ضبط العلاقة بين الثقافة ووسائل الإعلام. فالثقافة مرجعية ثابتة في التاريخ وتتجدد بالفعل والممارسة. أما الوسيلة فقد تولدت في فضاء الثقافة وسعت إلى التعبير عن بعض مظاهر هذه الأخيرة. وإذا كانت وسائل الاتصال قد أنتجت ما يسمى الثقافة الجماهيرية فإنها لم تصبح الثقافة في حد ذاتها، كما أن الثقافة الجماهيرية وليدة المجتمع الجماهيري وليس العكس<sup>(٤)</sup>.

## ثانياً: الحتمية القيمية والقطعية المعرفية في علوم الإعلام

تشكل مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في اعتقادي، نوعاً من القطعية المعرفية المفاهيمية (أو الإبيستمولوجية) مع مفاهيم السياق الإعلامي الحالي (المجسّد والمجرّد) الموروثة في معظمها

إن عزي لا يقدم مفهوماً جديداً  
للتثقافة فحسب، بل [...] إن  
مفهومه للتثقافة عبارة عن  
«نظرية عالمية» تخص كل الكتل  
الثقافية دونما استثناء.

عن أدبيات غربية نتيجة الاحتكاك الذي ساد ويسود المنظومة الأكاديمية الإعلامية والاجتماعية مع المنظومة الأكاديمية الغربية منذ السبعينيات من القرن الماضي. ويمكن، بمقتضى مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، دراسة أفكار الفعل المعرفي من زاوية الأنا وليس الآخر، ومن رؤية أصيلة تراعي كل ما هو دخیل. فهي تندرج في أبحاث عزي بمنطق خاص وتنمو لا بالاستعارات التي يتعاطاها الخطاب الإسلامي الإعلامي الذي يؤسس للظاهرة الإعلامية بمفاهيم من الدّاخل في غياب شبه تام لمفاهيم خارج الوعي بالمشكلة. إن المنظومة المفاهيمية عنده هي من داخل الظاهرة (الوعي بالمشكلة) ومن خارجها (الوعي خارج المشكلة). إذًا، فإن الأنا والآخر يؤطّران معاً مفاهيم عبد الرحمن عزي من أجل رؤية أو منهج ملائم وأنّي للظاهرة الإعلامية عندنا.

إنّ التمعّن في دراسات عزي يلحظ الأهمية التي يوليها لمفكر الحضارة مالك بن نبي وعالم الاجتماع ورائد علم العمران ابن خلدون. هذان العالمان بالأساس يطبعان معظم أعماله ويلازمانه كثيراً في صوغ مفاهيم الظاهرة الإعلامية. ولعل المفاهيم الأخيرة كالمكان الإعلامي والزمن الإعلامي والمخيال الإعلامي من بنات أفكار هذين الأبوين.

وتمثل مفاهيم الحتمية القيمية في الإعلام رموزاً تُشير إلى المنظومة الاتصالية والإعلامية القريبة من البعد الحضاري الذي ننتمي إليه، وتساعد الآن على صوغ تفسيره لنا من زاوية الإنتاج والإبداع الذاتي المستقل قيمياً عن الآخر. وقد كان هذا الموقف نفسه قديماً تجاه اليونان. فالعرب ترجموا الثقافة الإغريقية أيام إسحاق بن حنين فكانوا «ذواتاً» ناقله فقط، ولكن بعد ذلك بفترة وجيزة جاء «الكِندي» وبدأ الإبداع والإنتاج الذاتي المستقل عن اليونان. فالكِندي ترجم

(٤) انظر: عبد الرحمن عزي، «التحليل النقدي والبنية المؤسسية في المجتمع العربي»، حويلات جامعة

الثقافة اليونانية ولكن بوصفه «ذاتاً» عاقلة ومبدعة وليس بوصفه ذاتاً ناقلة ومقلّدة. ومع هذا الأخير (أي الكندي) لم تعد الثقافة اليونانية مصدراً للثقافة العربية بل تحوّلت الثقافة اليونانية الإغريقية إلى موضوع كباقي الموضوعات والمنابع في ذلك الوقت. من هذا المنطلق، لا تنظر الحتمية القيمة في الإعلام إلى النظريات الإعلامية الغربية كمصدر لها، وإنما كموضوع له خصوصية وله بداية ونهاية. لذلك يؤمن أصحاب هذه النظرية بإنتاج المعرفة في إطار قيم معينة، لا استهلاكها كما هي مستوردة.

**ينذر تفجّر الظاهرة المعلوماتية  
الاتصالية بتقلص ثقافات أفريقيا  
وآسيا وأمريكا اللاتينية والعالم  
الإسلامي وانحصارها في شكل  
كيانات فلكلورية هشة، لا مكانة  
لها في المسار التاريخي والبناء  
الحضاري.**

وفي مسعى الإشارة إلى بعض هذه المفاهيم سنحاول الآن إجلاء أوجه استعمالها كما وردت في أبحاث عزي عبد الرحمن المتعدّدة حتى يكتشف

القارئ كيفية تبلورها في ذهنه وكيفية توجيهها لفكره ومراميه. ونشير في النهاية إلى أن عرض هذه المفاهيم يقف عند حدود التعريف وبعض التفسير وقليل من التأويل.

## ١ - الثقافة: معاشة الواقع رمزياً انطلاقاً من القيمة

يتضح في البداية أن عبد الرحمن عزي لا يتعامل مع كل مفاهيم الثقافة بالمرتبة نفسها<sup>(٥)</sup>. فبعد إلمامه بكل مفاهيم الثقافة، سواء تلك المرتبطة بالأدبيات الأنثروبولوجية الغربية أو تلك المتعلقة بالكتابات العربية وهي كثيرة والتي عادة ما تعيد إنتاج هذه التعاريف بشكل سيئ في بعض الأحيان، يتعرّض لها في ما بعد بالدراسة والنقد والتقييم مقدّماً بعض المآخذ عنها وهي:

تبنيها ظاهرة النسبية، أي أنها لا تعتمد معايير يمكن من خلالها دراسة ثقافة ما ومقارنتها بثقافة أخرى، وهذا يؤدي إلى تجنب الأحكام القيمة فيها.

إنّ هذه المفاهيم للثقافة تُعتبر القضايا المعنوية فيها إمّا وظيفية (أي تؤدي وظيفة ما في المجتمع) أو تبريرية (أي أنها تبرّر واقعاً ما في المجتمع) وتركيزها على الجانب المعيشي فقط وجعل العوالم المعنوية فيها أقرب إلى الأساطير والميتافيزيقا من أي شيء آخر.

وفي منظور عزي، فإنّ الثقافة تعدّ سلماً من القيم تسمو أو تدنو وفق العلاقة مع القيمة، كما أنّ الثقافة وفي أصلها ظاهرة دينية أخذت بعداً اجتماعياً بالممارسة في العلاقة مع القيمة الدينية الأصلية اقتراباً منها وابتعاداً عنها. وفي منظوره أيضاً يمكن أن يُدرس الجانب المعنوي من الثقافة كمجال مستقل وفي العلاقة مع القيمة.

(٥) انظر: عبد الرحمن عزي، «الثقافة وحتمية الاتصال: نظرة قيمية»، في: عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، ص ١٠١ - ١٢٢.

يتعامل عبد الرحمن عزي في ما بعد مع كل مفاهيم الثقافة القديمة والحديثة بنوع من الاستقرائية ثم يقوم بحصر جميع المفردات التي ترد في هذه التعاريف انطلاقاً من وحدة المفردة (Item)<sup>(٦)</sup> ثم يحللها وفق المنظور المعياري كما يلي:

إن الثقافة هي: العادات؛ التقاليد؛ المعتقدات؛ الفلكلور؛ الأساطير؛ أنماط الحياة؛ الفنون؛ المنتجات المادية؛ العمران. وهذه المفردات أو الوحدات الصغرى يعبر ظهورها أو تكرارها عن دلالات معينة في رسم نتائج التحليل، وأيضاً عن وحدة السياق (هنا تعاريف الثقافة هي السياق).

من هذا المنطلق يُخضع عزي كل مفاهيم الثقافة القديمة والحديثة للعدّ والقياس على طريقة تحليل المضمون (عن قصد أو عن غير قصد) وأفادته هذه الطريقة في تفسير النتائج، حيث يقوم بتحليل هذه المفردات نقدياً ثم يختزلها وفق المنظور الظاهراتي على النحو التالي:

أ - إن هذه المفردات متداخلة ليست حصرية، فالعادات قد تشمل التقاليد، والحضارة تتضمن العمران، والطقوس هي أنماط من الحياة، والفنون قد تتضمن الفلكلور أيضاً... وهكذا.

ب - إن هذه المفردات ليست مرتبطة وفق نظام من الأولويات. فهل الحضارة فعلاً يمكن أن تكون في ميزان الأساطير، وهل الفلكلور في مستوى الحضارة نفسه؟

ج - إن هذه المفردات تستبعد الأحكام القيمية، وهي تقوم في ذلك على مبدأ النسبية القائل بأن لكل مجتمع ثقافته، ولا يمكن تقييم ثقافة انطلاقاً من معايير ثقافة أخرى، فالقيمة قد تشترك مع مجموعة من الثقافات.

د - إن هذه التعاريف للثقافة (القديمة والحديثة) لا تعتبر وسائل الاتصال والإعلام جزءاً من الثقافة فهي تستثنيها. وبغض النظر عما إذا كانت وسائل الاتصال تعكس الثقافة أو أنها تساهم في تأسيس الثقافة، فإنها طرف في المنظومة الثقافية، وفي المجتمع المعاصر يعتبر الاتصال المحرك الرئيس للثقافة، ومن دون الاتصال لا تحقق الثقافة أهدافها الرئيسية.

وفي منظور عبد الرحمن عزي، فإن الثقافة سلّم يمثل مستواه الأعلى القيم. ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، والإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة يمكن أن تتجسّد فيها القيم.

وكلّما ارتقت الثقافة إلى مستوى القيم ارتبطت بالدين بالضرورة، ويأتي العقل في مرتبة موازية ويمثل نشاطاً منطقيّاً يتعامل مع المسائل النظرية كالإدراك والفهم والتأويل، ويكون هذا النشاط المنطقي منطقياً بالضرورة، إذا كان وثيق الصلة بالقيم ومصدر النشاط الذهني هو العقل، ويكون هذا النشاط العقلي المستوى الذي ترتقي به الثقافة إلى الحضارة، فهو الذي يولّد الآداب والفنون والفكر والمعرفة، أي أنّ الثقافة تتحوّل إلى حضارة بالنشاط العقلي المتفاعل مع المجال المعنوي والمادي في المجتمع.

(٦) وهي أصغر وحدة من وحدات تحليل المحتوى وهي الكلمة.

وقد يكون هذا النشاط مرتبطاً بالقيم فيكون ترابطياً وقد يتحرّك في مجال لا يتصل بالقيم فيكون غير مترابط.

يقول عزّي: يأتي في أسفل الثقافة حركة الإنسان وفعله (أي سلوكه). وكلما ارتبط فعل الإنسان وسلوكه بالعقل كان الفعل عقلياً ومنطقياً، وكلما ارتبط بالقيم كان الفعل قيمياً. إذًا، الثقافة سلّم يتضمّن أبعاداً ثلاثة: القيم والمنطق والسلوك (أي الفعل).

انطلاقاً ممّا سبق يعرف عزّي الثقافة بأنها معيشة الواقع انطلاقاً من القيم ويكون النشاط العقلي للإنسان وسيلة في تحقيق الترابط بين القيمة والسلوك. وهذا التعريف معياري - كما يقول - أي أنه يبيّن الكيفية التي ينبغي أن تنبني عليها الثقافة. كما أن هذا التعريف يحدّد المرجعية التي يمكن أن تدرس بها الثقافة ومستواها.

عرّف عبد الرحمن عزّي الثقافة في سياق آخر، أثناء إجرائه دراسة ميدانية عن ثقافة الطلبة والوعي الحضاري ووسائل الاتصال<sup>(٧)</sup>، وهو تعريف مشابه لما سبق ذكره. حيث يقول: «إنّ الثقافة هو كلّ ما يحمله المجتمع (الماضي) وما ينتجه (الحاضر والمستقبل) من قيم ورموز معنوية أو مادية، وذلك في تفاعله مع الزمان (التاريخ) والمكان (المحيط) انطلاقاً من بعض الأسس (القيم) التي تشكل ثوابت الأمة وأصولها (البعد الحضاري). وهذا التعريف لا يختلف عن التعاريف الأخرى (أنثروبولوجية أو معاصرة) إلا في عبارة «انطلاقاً من بعض الأسس...». أي ارتباط تعريف عزّي للثقافة بالحمية القيمية. فالثقافة لها امتداد أصلي بالقيمة وبالتالي فهي تحتاج إلى هذا الأصل في توجيه العقل والسلوك.

يتضح من كل ما سبق أن عزّي لا يقدم مفهوماً جديداً للثقافة فحسب، بل المتمنّ في التعريف يلاحظ أن مفهومه للثقافة عبارة عن «نظرية عالمية» تخص كل الكتل الثقافية دونما استثناء. فتعريفه للثقافة بهذا الشكل مرآة غير محدّبة تعكس الصورة الحقيقية النظيفة الواضحة للفرد بغض النظر عن الانتماء الإثني أو المذهبي أو الديني، فهو لا يخص بالتمييز ثقافة عن ثقافات أخرى ولا قيمة عن قيم أخرى، ولا ديناً عن أديان أخرى. فالضرورة العلمية تقتضي هذا الطرح الموضوعي. وقد عبّر عن ذلك صراحة عندما قال: «إنّ نظريتنا ليست خاصة أو محلية، بل تزعم أنها «عالمية» يمكن الاعتماد عليها في دراسة الاتصال بغض النظر عن طبيعة الثقافة أو مستواها»<sup>(٨)</sup>.

## ٢ - العولمة: المدلول الضمني والبصمة الاستشرافية

يشير عزّي بطريقة غير مباشرة في أبحاثه وإسهاماته منذ منتصف الثمانينيات إلى ظاهرة العولمة. فهو - في هذه الفترة - لم يسمّها بالاسم، وإنما في كلّ مرّة يشير إليها كحالة

(٧) انظر: عبد الرحمن عزّي، «ثقافة الطلبة والوعي الحضاري ووسائل الاتصال: حالة الجزائر»، المستقبل العربي، السنة ١٥، العدد ١٦٤ (تشرين الأول/أكتوبر ١٩٩٢)، ص ٨٨.

(٨) انظر: عزّي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، المقدمة، ص ٧ - ١٤.

بدأت تستفحل وتتجلى أكثر فأكثر مع تنامي وتطور تكنولوجيا الاتصال. ولنتأمل العبارة الآتية:

«ينذر تفجّر الظاهرة المعلوماتية الاتصالية بتقلص ثقافات أفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية والعالم الإسلامي وانحصارها في شكل كيانات فلكورية هشة لا مكانة لها في المسار التاريخي والبناء الحضاري... وتنذر هذه الثورة الاتصالية التي لم تعد تنقيد بعوائق الوقت والجغرافيا بتحوّل العالم إلى ما سمّاه ماك لوهان وحدة قبلية(\*) أو قرية(\*\*) واحدة...»<sup>(٩)</sup>.

وردت هذه العبارة في دراسته التي ألقيت كمحاضرة في سنة ١٩٨٩. فقد تحدّث عن العولمة كظاهرة وليس كمفهوم. وبمعنى آخر أنه سبق (ببصمة استشرافية) المعنى على المبنى أو الدال. وما يؤكد

ظاهرة العولمة (كحالة أسبق من المفهوم المتداول الآن) هو ما تم رصده من «سيادة البضائع الثقافية المستوردة من الغرب والتي تحمل قيماً دخيلة تهدف - كما يقول - إلى تكسير البنيات الثقافية والمؤسسات الاجتماعية وعقول الأفراد والجماعات...». وتأتي اليوم كثير من مفاهيم العولمة مع حالتها كما أشار إليها عبد الرحمن عزي في عدد من أبحاثه وخاصة تلك التي نشرت بين ١٩٨٥ و ١٩٩٠<sup>(١٠)</sup>.

ويُعتبر عبد الرحمن عزي من الأوائل في العالم العربي والإسلامي الذين تنبؤوا بحدوث واستفحال هذه الظاهرة خلال تلك الفترة (أواخر الثمانينيات)، وقد صب هذا التنبؤ في المدلول الضمني للعولمة، كما تنبأ مارشال ماك لوهان (Mac-Luhan) وهارولد إنس (Harold Inness) في الستينيات بمدلولها التقني والكوني.

إن البصمة الاستشرافية دوماً حاضرة في دراسات عزي. فجُلّ دراساته تتضمّن الخيال قبل الواقع أو بالأحرى دفع الواقع إلى الأسمى في الخيال. وهذا التعبير يوحي بضرورة ما ينبغي أن يكون عليه الواقع. وفي الأساس، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام التي تنسب إلى عبد الرحمن

(\*) قبلية: أي أن الصراعات والتباينات القومية والإثنية والطبقية تبقى قائمة وإن اختلفت أساليب الصراع بينها.

(\*\*) قرية: بمعنى أن المسافات الزمنية والمكانية تتقلص بين أرجاء المعمورة.

(٩) عبد الرحمن عزي، «الإعلام الإسلامي: تعثر الرسالة في عصر الوسيلة»، حوليات جامعة الجزائر، العدد أربعة (١٩٨٩)، ص ٣٢ - ٤٥.

(١٠) على سبيل المثال، انظر: المصدر نفسه؛ عبد الرحمن عزي: «التكنولوجيا الحديثة للاتصال: ثقافة وسائل الاتصال والتحدّي الحضاري» المجلة التونسية للاتصال، العدد ١٢ (١٩٨٨)، و«التدفق الإخباري: الأطر المرجعية الثقافية والتجذّر التاريخي»، الباحث العربي (لندن)، العدد ١٢ (تموز/يوليو - أيلول/سبتمبر ١٩٨٧).



عزي هي الربط بين الواقع وما ينبغي أن يكون عليه هذا الواقع. ويمكن كاستنتاج القول: إن هذه النظرية يتوافر فيها عنصر «الاستبصار المعياري».

### ٣ - المخيال الإعلامي: مفهوم له علاقة بالوجدان العربي

يشكل هذا المفهوم «المخيال الإعلامي»<sup>(١١)</sup> في اعتقادي قطيعة إبستمولوجية مع المفهوم المتداول والمعروف في الساحة العربية والعالمية باسم «الرأي العام». فشكالية المخيال الإعلامي بأقسامه الثلاثة (المجرد وفي طور التكوين والمجسّد) يختلف عن إشكالية مفهوم الرأي العام، وبجهاز معرفي غير جهازه... فعلاً. لقد عمّمنا مفهوم الرأي العام في أبحاثنا بطريقة حادت بنا عن الخصوصية. فـ «الخصوصية» تحيلنا على الشروط الاجتماعية والتاريخية ومن ضمنها الخصائص القومية (الحضارية)، في حين أنّ مفهوم الرأي العام لا يحيل على هذه الشروط إلّا في دائرة الآخر المختلف عنّا حضارياً.

إنّ فلسفة عزي هي التحرّر من تلك الإشكالية المعروفة بـ «أنه لا مشاحنة في المفاهيم» وتتردّد هذه العبارة على الألسنة وفي الكتابات بمعنى: أنه لا حرج على أي باحث أو عالم في أن يستخدم المصطلح أو المفهوم وبصرف النظر عن البيئة الحضارية أو الإطار الفكري أو الملابس المعرفية أو الفلسفية التي نشأ وترعرع فيها هذا المفهوم. فالمفاهيم ذات الدلالة الاصطلاحية هي ميراث لكل الحضارات ولجميع ألوان المعرفة. وهذه الإشكالية في تقديرنا صادقة ولكنها تحتاج إلى

**إنّ الاجتماعي ينعكس رمزياً في الإعلامي، كما أنّ الزمن الإعلامي يؤثر تراكمياً في الزمن الاجتماعي من خلال تغيير أنماط المعيشة والسلوك نتيجة الإقبال المتزايد على ثقافة هذه الوسائل.**

ضبط حتى لا يشيع منها الخلط بل والخداع، كما هو حادث لها ومنها الآن لدى العديد من دوائر الفكر والثقافة التي ترددها دون ضبط وتحديد لما يوحي به ظاهرها من مضمون. فالقطيعة الإبستمولوجية ينبغي أن تكون كاملة نظرياً ومفاهيمياً. ولا يفهم من القطيعة (Rupture) هنا التخلّي عن التراكمات المعرفية السابقة وإنما لفهم الواقع فهماً مغايراً ومعاصراً ضروري البحث عن المفاهيم ذات الصلة بالنسق الذي نبحث في إطاره. وفهم الظاهرة الإعلامية إبستمولوجياً يتناول الفعل العقلي الذي هو نشاط يتم بطريقة ما وبواسطة أدوات هي المفاهيم وداخل حقل معرفي معيّن.

ويمكن أن نحلّل هذه المسألة بنويّاً فنقول: إن أي مفهوم من المفاهيم هو عبارة عن وعاء وهذا الوعاء يوضع فيه مضمون من المضامين. بتعبير آخر هو عبارة عن وسيلة تحمل رسالة

(١١) عبد الرحمن عزي، «الرأي العام والعصبية والشورى: دراسة نقدية»، المستقبل العربي، السنة ١٤، العدد ١٤٩ (أيار/مايو ١٩٩١)، ص ١٤٤.

أو هو عبارة عن دالٍّ يحمل مدلولاً أو معنى. وظاهراتياً هو شيء وله ماهية. ومن هذا المنطلق سنجد صلاح وصلاحية الكثير من المفاهيم لأداء دور الأوعية على امتداد الحضارات المختلفة والأنساق الفكرية المختلفة والعقائد والمذاهب المختلفة... وهنا سنكون حقاً وصدقاً أمام المعنى الدقيق والصادق لهذه العبارة: «أنه لا مشاحنة في الألفاظ والمصطلحات» بشرط الحفاظ على الخصوصيات. أما إذا نظرنا إلى المفاهيم من زاوية المضامين<sup>(١٢)</sup> التي توضع في أوعيتها ومن حيث الرسائل التي حملتها، فسنكون بحاجة ماسة وشديدة إلى ضبط معنى هذه العبارة وتقييد إطلاقها وتحديد نطاق الصلاح والصلاحية التي يُشيع عمومها من عموم ما تحمل من ألفاظ.

يقول عزي: «لقد حذت الأدبيات العربية حذو الكتابات والاستعمالات الغربية وأعادت إنتاج مفهوم الرأي العام وما يتضمّنه من مضامين مباشرة وغير مباشرة دون طرح المفهوم (الرأي العام) كإشكالية قابلة للفحص والتشريح». فمفهوم الرأي العام، كما يفهم من كلام عزي، هو طرحٌ في غياب الأطر والتصورات الكلية وفي غياب التمييز بين الأنا والآخر.

إن هذا المفهوم - أي الرأي العام - حسب تحليل عزي ليس فيه الكثير من تراث الأنا على اعتبار أنه ارتبط تاريخياً بتجربة المجتمع الغربي ابتداءً من الفترة المسماة فترة النهضة في أوروبا أواخر القرن ١٥م.

يعيد عبد الرحمن عزي صوغ مفهوم الرأي العام من جديد، آخذاً في الاعتبار المبنى والمعنى في الوقت إياه، وذلك بعد دراسته بالمقارنة مع عدد من المفاهيم المقترنة بتطور فكر الحضارة العربية - الإسلامية كمثّل مفهومي «العصبية» و«الشورى». فهو يستعرض تناقضات مفهوم الرأي العام مع البنية الفكرية التي يقوم عليها وفي نشأته وتطوره، ويمكن الإشارة إلى هذه التناقضات في ما يلي:

أ - إن هذا المفهوم لا يعني فئة اجتماعية أو سياسية أو جغرافية أو إثنية محدّدة، كأن يُقال الرأي العام العالمي، أو الرأي العام الطلابي، أو العمالي... يختزل هذه الفئات المتنوعة في مواقعها في كتلة خيالية.

ب - إن الرأي العام لا يمثل كياناً مستقلاً بأي معيار.

ج - ينظر له على أساس أنه حالة ظرفية وليس مؤسسة تاريخية.

د - ارتبط المفهوم بعدد من المتغيرات في سياق المجتمع الغربي. كتقلص ظاهرة الأمية، انتشار التعليم، الوعي السياسي، الديمقراطية والمشاركة... إلخ.

وميزات مفهوم الرأي العام في السياق الغربي تدل على التناقضات إذا ما وضع المفهوم في سياق المجتمع العربي والإسلامي. فهناك سياقان مختلفان، ولا بدّ من إيجاد البديل لسياق المجتمع الذي ننتمي إليه.

(١٢) يميّز محمد عابد الجابري في كتاباته الأولى بين المحتوى والمضمون. فالمحتوى معرفي، أمّا المضمون فهو أيديولوجي عقائدي.

إنَّ وضع عزى لمفهوم المخيال الإعلامي هو جعل الجمهور العربي والإسلامي والنامي معاصراً لنفسه على صعيد حركية المفهوم ومحتواه الأيديولوجي. من هنا معناه بالنسبة إلى محيطه الخاص. ويتضح من تحليل عزى أن مفهوم المخيال الإعلامي المجسد (الواقعي) يجعل الجمهور معاصراً ولكن على صعيد الفهم والمعقولية. ولأن الواقع العربي متعدّد (منغلق ومنفتح)، فهذا المفهوم (المخيال الإعلامي المجسد) هو كذلك، أي أننا نمتلك في العالم العربي والإسلامي والنامي مخيلات إعلامية كثيرة، منها ما هو مستنير ومنها ما هو متعصّب، منها ما هو تجنّيدي ومنها ما هو متنوع ومتحرّر نسبياً، ويرتبط ذلك بالمخزون التراثي للجمهور (الذاكرة).

فالذاكرة التاريخية تجعل المخيال الإعلامي في مرحلة انتقالية (طور التكوين). أمّا المخيال الإعلامي المجرد فهو معياري أي دفع الواقع إلى الخيال والخيال يرتبط بالقيمة. من هذه الزاوية يمكن القول إن المخيال الإعلامي المجرد (المستقبلي) ينطلق من هذه المخيلات الإعلامية المجسّدة واقعياً يؤطرها مع المجرد وذلك لبناء مخيال إعلامي واحد يأخذ بعين الاعتبار كل التراكمات التراثية والحضارية للمجتمع الذي تنتمي إليه أي ضمن الوجدان العربي، ويكون بعد ذلك مخيلاً إعلامياً يؤدي وظيفة التوازن الاجتماعي والحفاظ على مكوّنات هذا التوازن.

#### ٤ - الزمن الإعلامي: إعادة تشكيل الزمن الإعلامي قيماً

يعتبر الزمن الإعلامي<sup>(١٣)</sup> المجالّ الوقتي (Time) المرتبط بوتيرة ومضمون محتويات وسائل الإعلام والاتصال. فحركية وسائل الإعلام، في ديمومتها، حركيّة زمنية (Temporal)، أي أن استعمال وسائل الإعلام في نهاية المطاف هو استعمال للوقت بشكل رمزي. ويتحدّد هذا الوقت عبر الفترات، فيكون استخدام الأفراد لوسائل الإعلام صباحاً أو ظهراً أو مساءً أو ليلاً أو حسب الظروف...إلخ.

إن الزمن الإعلامي المعاصر تنصهر فيه الأزمنة التالية: زمن القراءة، زمن الاستماع، زمن المشاهدة وزمن التصفح أو الإبحار (Navigation) عبر الشبكة العنكبوتية. وهذه كلّها عبارة عن أزمنة إعلامية تتنافس في ما بينها حتى تحتل مكانة لائقة لدى الفرد المستخدم.

ويتضح كافتراض أولي أنّ زمن المشاهدة التلفزيونية وزمن الإبحار في شبكة الإنترنت يعملان تدريجاً في القضاء على الأزمنة الأخرى: القراءة والاستماع... إن وسائل الإعلام هي التي أوجدت هذه الأزمنة الإعلامية، فظهور الكتابة قديماً أوجد في الإنسان زمن القراءة، وهكذا انتشرت القراءة مع ظهور الكتاب وأصبحت القراءة جماهيرية مع ظهور الطباعة ومن ثم المجلة والجريدة. وفي الثلاثينيات من القرن الماضي ظهرت الإذاعة (الراديو) أوجدت في الفرد زمناً إعلامياً جديداً يقوم على حاسة السمع وهو زمن الاستماع الذي قلل بعض الشيء من الزمن الأوّل (أي زمن القراءة). وفي الخمسينيات من القرن الفائت عندما ظهر التلفزيون أوجد في

(١٣) انظر: عبد الرحمن عزى، «الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي: قراءة في تفكك بنية التحوّل الثقافي بالمنطقة العربية»، المستقبل العربي، السنة ٢٨، العدد ٣٢١ (تشرين الثاني/نوفمبر ٢٠٠٥).

الإنسان زمنًا إعلاميًا واسعاً هو زمن المشاهدة الذي قلَّ بعض الشيء من الزمنين السابقين (زمن القراءة وزمن الاستماع). ومع ظهور الكمبيوتر وشبكة الإنترنت أوجدا في الإنسان زمنًا جديدًا هجيناً هو زمن التصفح أو الإبحار، وتنصهر في هذا الزمن الإعلامي الأزمنة السابقة والكل بنوع من السطحية.

يعمل الزمن الإعلامي، بصفة عامة، على تصوير مظاهر الحياة، فهو بذلك يعمل على تشكيل وإعادة تشكيل الزمن الاجتماعي بأسلوب رمزي. وعلى حدِّ قول عبد الرحمن عزي فإنَّ الزمن الاجتماعي ينعكس رمزياً في الإعلامي، كما أنَّ الزمن الإعلامي يؤثر تراكيمياً في الزمن الاجتماعي من خلال تغيير أنماط المعيشة والسلوك نتيجة الإقبال المتزايد على ثقافة هذه الوسائل.

**المكان الإعلامي هو مكان رمزي متشابه في معظم الأحيان، تصوُّره وسائل الإعلام في الضمير الجمعي وتكرّسه كنوع من العولمة المكانية.**

يُعتبر الزمن القيمي في منظور عزي الأساس؛ وتتفرع من هذا الزمن أزمنة فرعية أخرى حيث يبقى هو الأصل والمرجع في نفس الوقت (الحمية القيمية)، ولأنَّ الأزمنة الأخرى فروع، فهي كأغصان الشجرة تتداخل في ما بينها، فنجد الزمن الديني في تناحر مع الزمن اللاديني (أي اللاهوتي)، والزمن الأصيل في صدام مع الزمن الدخيل، والزمن الإعلامي ومدى تعبيره عن الزمن الاجتماعي وهكذا...

وتعتمد مقاربة عزي لمفهوم الزمن الإعلامي على القرآن الكريم كمنطلق رئيسي في ضبط مصطلح الزمن، وعلى الحديث الشريف في تفسير مغزاه، وأقوال الفقهاء كقول حسن البصري الذي يربط الزمن بعمل بني آدم.

ثم عودته (أي عبد الرحمن عزي) في التأويل إلى مفردات ابن خلدون عن الزمن والحمية الجغرافية، وماكس فيبر في زمن العصرية وتأخرها الناتج من بقاء الحضارة، وفلسفة وليام جيمس عن التجزؤ بين زمن الدين وزمن العلم أو الفصل العلماني بينهما، مع التركيز على أطروحات مالك بن نبي (الإنسان، الأرض والزمن). هذه المقاربات هي التي أعطت الانطباع لدى عزي في إمكان إعادة تشكيل الزمن الاجتماعي والإعلامي بناءً على القيمة. فيكون الزمن دالاً دلالة قيمية أو غير دال (أي زمن مشوّه ومفكك بفعل عوامل كثيرة). وإعادة تشكيل الزمن الإعلامي والاجتماعي قيمياً يبعدها - كمجتمع - تدريجاً عن التقليد الأعمى أو النقل بدون معنى.

## ٥ - المكان الإعلامي: توطين القيمة في جغرافيا المكان

يعتبر المكان الإعلامي<sup>(١٤)</sup> ذلك الحيز الجغرافي البيئي الرمزي الذي تروّج له وسائل الإعلام. حيث تعمل وسائل الإعلام والاتصال كالتلفزيون والسينما والمجلات والصحف والإنترنت على

(١٤) انظر: عبد الرحمن عزي، «عولمة المكان الرمزي، وتفكك العلاقة القيمية والتاريخية مع الأرض في المنطقة العربية»، المستقبل العربي، السنة ٣١، العدد ٣٥٢ (حزيران/يونيو ٢٠٠٨).

تكوين أنماط من الصور المكانية التي تكون خارج دائرة الواقع المعاش للفرد فتدخل عليه مكاناً رمزياً متباعداً ومألوفاً مع كثرة الاعتماد على هذه الوسائل. يقول عزي إن كثرة استخدام وسائل الإعلام، وبخاصة التلفزيون والإنترنت، تؤدي إلى نوع من «الاغتراب» عن المكان المعاش والتعلق بالمكان المألوف الجديد الذي تعرضه هذه الوسائل في صور الأفلام والمسلسلات والإعلانات بعامه. المكان الإعلامي هو مكان رمزي متشابه في معظم الأحيان تُصوّره وسائل الإعلام في الضمير الجمعي وتكرّسه كنوع من العولمة المكانية. فأمريكا (و.م.أ) هي الجغرافيا الأكبر للصورة كإنتاج وكتقافة وكاستهلاك أيضاً، والعالم كلّ من حول أمريكا هو مضمار عريض للاستقبال.

**الإعلام ليس هو «الشيء»  
وإنما هو «ماهية هذا الشيء»  
[...] الإعلام ليس هو الدال  
وإنما هو المدلول [...] الإعلام  
ليس هو المبنى وإنما هو  
المعنى وما بعد المعنى [...]  
والإعلام هو الرمز [...] كما  
أن الإعلام هو اللغة.**

يقول عبد الله الغدامي إن أمريكا نفسها صورة كبيرة وعميقة وقد كانت في المخيال الذهني للبشر قديماً حينما كان المخيال الأدبي والأسطوري يحلم بجزيرة مفقودة فيها الذهب والنساء والمال والحرية، ثم صارت أمريكا واقعاً فعلياً لهذه الأحلام من خلال صورتها المنتشرة للاستهلاك الذهني عبر الأفلام السينمائية والبرامج التلفزيونية، صورة رمزية بخيال متوهج.

يقول عبد الرحمن عزي في دراسة أخرى<sup>(١٥)</sup> إن التلفزيون يُحدث الفوضى في المكان الاجتماعي من خلال القفز فوق الأمكنة التي لا ترتبط بحزام من الدلائل القيمة. بالإضافة إلى ذلك تكرر نموذج أحاديّ احتكاري من المكان - كأمكنة الاجتماعات مثلاً - على حساب تنوع جغرافية الحياة.

والشيء نفسه يبني عزي تصوره للمكان الإعلامي انطلاقاً من مرجعيات متعددة؛ أولها القرآن الكريم، ثم التراث الإسلامي وقوفاً عند أطروحات ابن قيم الجوزية في مسائل «آيات الأرض». ثم اعتبارات أرسطو والمحدثين من أمثال ابن خلدون ومالك بن نبي.

يستعرض عزي العوامل التاريخية والبنوية التي تقطع أو اصر الصلة مع البيئة الفيزيائية (الجغرافية) وهي ممثلة ب: مرحلة الانحطاط؛ النزاعات والحروب الداخلية؛ الاستيراد المشوّه لنماذج العمران الغربي السائد؛ اضمحلال العلاقة بين الهندسة المعيارية والقيم الأصيلة... ويدعو في الأخير إلى **توطين القيم والثقافة في جغرافيا المكان**، على أن المكان جزء من القيمة وثقافة المجتمع وتاريخه وإعلامه.

(١٥) عبد الرحمن عزي، «الإعلام والبعد الثقافي من القيمي إلى المرئي»، التجديد (الجامعة العالمية، ماليزيا)، العدد ٢ (١٩٩٧)، ص ٢٤٢.

## ٦ - رأس المال الإعلامي الرمزي أو التحرك من دون رأس المال القيمي

ينتمي الإعلام إلى المجال الرمزي<sup>(١٦)</sup>، إذ يعبر عن الواقع باللغة والصورة والصوت. فالإعلام ليس هو الواقع ذاته وإنما هو التعبير عن الواقع، وهو يمثل مستوى آخر من الحقيقة الثقافية أو السياسية أو الاجتماعية (تختلف هذه الحقيقة من شخص إلى آخر ومن هيئة إلى أخرى).

عندما نتحدث عن الإعلام كرأس مال رمزي معناه أننا ننظر إلى الإعلام نظرة أكثر عمقاً. فالإعلام ليس هو «الشيء» وإنما هو «ماهية هذا الشيء» (المقاربة الظاهرية)، الإعلام ليس هو الدال وإنما هو المدلول (المقاربة السيميولوجية)، الإعلام ليس هو المبنى وإنما هو المعنى وما بعد المعنى (البنوية)، والإعلام هو الرمز (وفق التفاعلية الرمزية)، كما أن الإعلام هو اللغة (وفق المقاربة اللسانية). فالإعلام من هذه الزاوية تتحكم فيه هذه الفروع المعرفية بإسهاب.

إنّ مقارنة عزي لمفهوم «رأس المال الإعلامي الرمزي» ببعديه السوسيولوجي والقيمي يأتي من خلال تفكيكه لأنواع رأس المال انطلاقاً من المصدر أي رأس المال الاقتصادي... وهو أورد المنطلقات التي يبني عليها رأس المال والخلفيات المساعدة لتأسيسه. كما قدّم عدداً معتبراً من الآيات القرآنية التي تدل على الصلة بين رأس المال والقيمة.

إنّ رأس المال الرمزي في المنطقة العربية وُظّف توظيفاً سياسياً، بعد الاستقلال تقريباً، في جلّ الأقطار العربية وحتى غير العربية، فكان وليد رأس المال السياسي (النظرية السلطوية في الإعلام). في ما بعد تحرّر رأس المال هذا وبدأ يتصف بالحياد والموضوعية تارةً (الإعلام شبه المستقل) وبالترفيه والتسلية تارةً أخرى مع ظهور وسائل الإعلام السوسيو - فنية أو ما يسمى قنوات الإثارة.

وفي تحليل عزي، فإن رأس المال الإعلامي الرمزي يتحرّك من دون رأس المال القيمي أي غياب القيمة أو خسوفها في النص الترفيهي وغياب الأيديولوجيا أو المرجعية في النص الإعلامي السياسي. ونحن نرى أن حضور القيمة في بعض الفضائيات الدينية موظف بطرق تقليدية، مع قلة أساليب المعالجة الإعلامية للمحتوى الديني ككل. فقد اتضح أنها تفتقر إلى استخدام واختيار الأساليب والوسائل والفنون الإعلامية التي لو طبقت لكانت تجعل منها قنوات تلفزيونية ناجحة. وهو ما عبّر عنه عزي بالانتقال من «ماذا نقدّم؟» إلى «كيف نقدّم؟»، وهذا الانتقال أو التحوّل يؤدي إلى القدرة على الجذب والتأثير.

## خاتمة: نحو فهم أعمق لمفاهيم هذه النظرية العربية

يتضح، في نهاية المطاف، بعد هذا العرض الموجز والتعريفي لبعض مفاهيم المنظومة المعرفية الإعلامية لنظرية الحتمية القيميّة في الإعلام المنتسبة لثلة من الباحثين في حقل علوم

(١٦) انظر: عبد الرحمن عزي، الرأسمال الرمزي الجديد: قراءة في هوية وسوسيولوجية الفضائيات بالمنطقة العربية (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨).

الإعلام والاتصال في الوطن العربي بقيادة العلامة عبد الرحمن عزي، أن هذه المفاهيم تَميل أكثر إلى المعيارية، ويحكمها المنهج المعياري (Normative Model) أو أنها تندرج ضمن المقاربات المعيارية. بمعنى أنها أدوات رمزية نحكم بها على كون الظاهرة (هنا الإعلامية أو الاتصالية) مرغوباً فيها أو غير مرغوب فيها حسب فهمنا المتواضع للواقع. وقولنا بأن هذه المفاهيم معيارية معناه، أيضاً، أنها تقع خارج نطاق الفحص التجريبي والإمبريقي كما أنها لا تخضع للقياس المباشر للظاهرة، فالقياس الوحيد الذي يضبط هذه المفاهيم هو القيمة التي مصدرها الدين فتكون هذه المفاهيم دالةً قيمياً أو غير دالة.

من هذا المنطلق، يمكن القول إن أطروحات عزي مجال يخضع أكثر للتأمل الفلسفي، وتقترح هذه المفاهيم تأويلاً يعطي لها معنى يجعلها ذات مغزى في البيئة الفكرية والأكاديمية. مع الإشارة إلى أن هذه النظرية الإعلامية لا تلغي النظريات الإعلامية الأخرى المعروفة على الساحة العربية والغربية بل تلتقي معها على بعض المستويات الإمبريقية والمنهجية والمعرفية وتفترق عنها على مستوى القيمة. أي المعيار الحضاري والقيمي الذي تتحرك في إطاره محتويات ومضامين هذه النظرية، فهي بخلاف نظرية العالم الكندي مارشال ماك لوهان «الحتمية التكنولوجية» كمتغير أساسي في الظاهرة الإعلامية. كما تعدّ هذه النظرية، أي الحتمية القيمية، نقداً غير مباشر لنظرية الحتمية التكنولوجية المنتسبة إلى مارشال ماك لوهان، باختلاف الأزمنة طبعاً، فنظرية ماك لوهان تعبّر عن التطور التكنولوجي والتقني الذي ميّز ظهور التلفاز والكومبيوتر وتطورهما في الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي وظهور مفهوم القرية الكونية (Village Globale) في أدبيات ماك لوهان، بينما تعبّر الحتمية القيمية المنتسبة إلى العلامة العربي عبد الرحمن عزي عن صراع الأفكار والأيديولوجيات والقيم بين كتلة المجتمع الغربي وكتلة المجتمع العربي والإسلامي في التسعينيات من القرن الماضي وأوائل الألفية الثالثة. في الأخير نقول، إن فهم واستيعاب مضامين هذه المفاهيم (وهي كثيرة) يشترط فهم السياق (Context) الذي وردت فيه، وفهم السياق يقتضي توليداً للمعاني العميقة والدواخل في النص مع شرط آخر أيضاً هو امتلاك القارئ لنظرية ذاتية فكرية وفنية عالية □