

نظرية الحتمية القيمية في الإعلام من التخصيص إلى التعميم من علوم الإعلام والاتصال إلى العلوم الإنسانية والاجتماعية

أ. ساعد هماش

جامعة باتنة - الجزائر

مقدمة :

غلب على الدراسات الحديثة في العلوم الإنسانية والاجتماعية الاتجاه نحو دراسة القيم كمعيار ومتغير في مختلف الظواهر، وعلى الرغم من اختلاف وتباين تفسيرها ومفهومها بين هذه التخصصات إلا أنها تفرض نفسها كمتغير ثابت ومستقل في الأبحاث والدراسات الإنسانية والاجتماعية خاصة في ظل مناداة الكثير من الباحثين والمختصين بالعودة إلى القيم وقياس الظواهر على أساسها، وتفرد كل مجتمع بقيم خاصة مما أدى إلى تخصص الدراسات ودقتها.

وينظر إلى القيم في مختلف تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية بنظرة متباينة ومختلفة من تخصص إلى آخر، استنادا إلى اختلاف مواضيعها وطريقة معالجتها ودراستها، وليس الاختلاف في المصطلح وإنما في التفسير وكيفية القياس واستخدام المفهوم، حيث يبقى متغير القيمة في الأصل متغيرا تتجاذبه شتى التخصصات وتتشارك في دراسته.

والأستاذ عبد الرحمن عزي انطلاقا من نظريته الحتمية القيمية في الإعلام، وبالضبط من مؤلفه الأخير منهجية الحتمية القيمية حدد عدة أبعاد للقيمة، نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر : البعد الاقتصادي، البعد التاريخي، البعد الديني، البعد النفسي، البعد الاجتماعي... الخ.

وفي دراستنا هذه وانطلاقا من أبعاد القيمة التي حددها الأستاذ عزي، وبحكم الارتباط والعلاقة بين علوم الإعلام والاتصال كتخصص، وتخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية، وتأسيسا على قواسم مشتركة من ناحية منهجية الدراسة وموضوعاتها بين هذه التخصصات، سنحاول تبين إمكانيات وكيفية توسيع نطاق النظرية ونقلها من علوم الإعلام والاتصال إلى العلوم الإنسانية والاجتماعية، ولتحقيق هذا الهدف وبالإضافة إلى مقدمة وخاتمة تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة محاور أساسية فحواها كالاتي :

المحور الأول: التعريف بموضوع الدراسة ومنهجيتها : وفيه إشكالية الدراسة، أهمية الدراسة وأهدافها، ضبط مفاهيم الدراسة، نوعية الدراسة، المنهج المتبع.

المحور الثاني: ماهية القيمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية ومفهومها من خلال نظرية الحتمية القيمية، وتم تقسيمه إلى عنصرين، الأول ماهية القيمية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، والثاني : مفهوم القيمية من خلال نظرية الحتمية القيمية.

المحور الثالث : في منطلقات نقل وتطبيق النظرية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، حيث تم التطرق إلى العلاقة بين علوم الإعلام والاتصال والعلوم الإنسانية والاجتماعية، ثم أبعاد القيمة

من خلال نظرية الحتمية القيمة في الإعلام والاتصال، وتصنيفات القيم والعودة إلى دراسة القيم والمناداة بها.

أولاً / التعريف بموضوع الدراسة ومنهجيتها :

1- إشكالية الدراسة :

لبناء إشكالية تتفق مع موضوع الدراسة، تم تحديد متغيرين يمكن القول عن الأول أنه شكل بالنسبة للموضوع طرفاً أساسياً لتحديد معالم الدراسة وأركانها، ألا وهو التخصيص، أما المتغير الثاني وهو التعميم فنستطيع القول أنه مثل اللب الأساس لتحقيق مبتغى الدراسة، ويمكن صياغة تساؤلات الدراسة على النحو التالي :

- ما علاقة علوم الإعلام والاتصال بالعلوم الإنسانية والاجتماعية ؟
- انطلاقاً من أبعاد القيمة التي حددها الأستاذ عزي، هل يمكن تعميم النظرية على العلوم الإنسانية والاجتماعية وتطبيقها لدراسة موضوعاتها؟
- ما هي إمكانيات ومنطلقات نقل نظرية الحتمية القيمة من علوم الإعلام والاتصال إلى تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية ؟

2- أهمية الدراسة وأهدافها :

تتبع أهمية الدراسة من أهمية نظرية الحتمية القيمة في علوم الإعلام والاتصال، فبالإضافة إلى حداتها تعتبر أهم نظرية لدراسة متغير القيمة، خاصة الظواهر والموضوعات المتعلقة بالمجتمعات العربية وأصالتها، لذلك تعتبر هذه الدراسة مع مختلف الدراسات التي أنجزت حول نظرية الحتمية القيمة، كإضافة علمية خاصة ومهمة للدراسات القيمة، ذلك أنها محاولة فريدة لتعميم نظرية الحتمية القيمة وتطبيقها في موضوعات ومجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية بحكم اشتراكها في متغير القيمة وتجاذبها لمختلف أبعادها.

وترنو الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من أهمها :

- الإطلاع أكثر على نظرية الحتمية القيمة للفهم الجيد ومعرفة أحدث ما كتب حولها خاصة المؤلف الأخير المعنون بـ : منهجية الحتمية القيمة في الإعلام.
- اكتشاف العلاقة القائمة بين علوم الإعلام والاتصال والعلوم الإنسانية والاجتماعية بمختلف تخصصاتها، انطلاقاً من النظرية ومنهجيتها والأبعاد القيمة.
- معرفة التصنيفات المختلفة للقيم في العلوم الإنسانية والاجتماعية، وتحديد أبعاد القيمة ومحاولة فهمها من خلال تقسيم الأستاذ عبد الرحمن عزي، واعتبارها كمنطلق أساس لتعميم النظرية.
- تحديد منطلقات لتعميم النظرية وتطبيقها في الدراسات الإنسانية والاجتماعية بشتى تخصصاتها.

3- ضبط مفاهيم الدراسة :

أ- نظرية الحتمية القيمية في علوم الإعلام والاتصال :

قبل التطرق إلى المفهوم تجدر الإشارة إلى أن النظرية حديثة الاستخدام، ظهرت نتيجة الشرح الموجود بين التنظير الغربي وبين ثقافة وأصالة المجتمعات العربية الإسلامية، خاصة في ظل ما يسمى بأسلمة المعرفة أو إضفاء صبغة الإسلامية على المعرفة الغربية، حيث مع مرور الوقت اتضح أن هذا الاتجاه لا يمكن أن يلبي متطلبات هذه المجتمعات معرفياً وفكرياً وثقافياً. والمتأمل لتسمية هذه النظرية يجد أنها مكونة من ثلاث كلمات هي : الحتمية، القيمية، الإعلام، ويقصد بالحتمية اعتبار متغير واحد أنه المحرك الأساس في تفسير أو فهم أي ظاهرة، والمتغير الرئيس في هذه النظرية هو القيمة، أما الظاهرة فتخص الإعلام والاتصال، ويعني ذلك أن أي عنصر أو ظاهرة إعلامية يفسر أو يفهم من حيث قربه أو بعده من القيمة، أما القيمة فيقصد بها الارتقاء، أي ما يسمو في المعنى، والقيمة معنوية وقد يسعى الإنسان إلى تجسيدها عملياً كلما ارتفع بفعله وعقله إلى منزلة أعلى، والقيمة ما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين، وأخيراً الإعلام والمراد به رسالة الإعلام بوسائله التقليدية (الصحف، المجالات، الإذاعة، التلفزيون) والجديدة (الانترنت، الإعلام الاجتماعي،... الخ)⁽¹⁾.

ب- التخصيص :

وهو المقصود بالذكر ، فهو لغة : الأفراد ومنه الخاصة.

واصطلاحاً قال ابن السمعاني : تمييز بعض الجملة بالحكم ، وتخصيص العام بيان ما لم يرد بلفظ العام، وقال ابن الحاجب : قصر العام على بعض مسمياته ، ورد بأن لفظ القصر يحتمل القصر في تناول أو الدلالة أو الحمل أو الاستعمال، وذكر ابن الحاجب أن التخصيص يطلق على قصر اللفظ على بعض مسمياته ، وإن لم يكن عاماً، كما يطلق العام على اللفظ بمجرد تعدد مسمياته⁽²⁾ .

والمقصود به في هذه الدراسة تخصيص نظرية الحتمية القيمية في الإعلام للأستاذ عبد الرحمن عزي في الدراسة والتطبيق على الموضوعات القيمية ومجالات علوم الإعلام والاتصال دون غيرها من العلوم.

ج- التعميم :

هو أخذ الصفات المشتركة بين الأشياء المفردة لجمعها في تصور واحد، ومن الناحية المنطقية هو انتقال من الجزئي إلى الكلي، أو من الخاص إلى العام، وتعد صياغة القواعد والقوانين العلمية ضرباً من التعميم، ويسمى هذا النوع من التعميم بالتعميمات الاستقرائية، باعتبار

[1] عبد الرحمن عزي: دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط 1، دار المتوسط للنشر، تونس، 2011، ص 10

[2] بدر الدين بن محمد بهادر الزركشي: البحر المحيط، المكتبة الإسلامية، متوفر على الرابط الإلكتروني التالي :

أنها القوانين المستخلصة من التجارب، أو هي القوانين التجريبية. والتعميم الكلي هو الصورة الرمزية لجملة عامة مثل (كل الأشياء مادية) التي يمكن استخلاصها من جملة مفتوحة مثل (شيء مادي)⁽¹⁾.

ويقصد به في الدراسة نقل وإخراج نظرية الحتمية القيمة في الإعلام للأستاذ عبد الرحمن، من تخصصها في دراسة موضوعات علوم الإعلام والاتصال إلى تطبيقها واعتمادها في مختلف تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية، وإسقاطها على موضوعاتها كتخصص علم الاجتماع، وعلم النفس، والفلسفة والتاريخ وعلم المكتبات... الخ.

د- العلوم الإنسانية والاجتماعية :

تشمل العلوم الإنسانية والاجتماعية حسب التصنيفات العالمية والمعتمدة في مختلف الجامعات عدة تخصصات من أهمها : علم الاجتماع، علم النفس، التاريخ، الجغرافيا، الديمغرافيا، الإعلام والاتصال... الخ، والتي تستخدم ما يسمى بالبحث الإنساني والاجتماعي لدراسة ومعالجة مختلف الظواهر الاجتماعية.

والبحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية هو الملاحظة المنظمة والتسجيل المنظم للسلوك الإنساني الذي يمارس داخل الأنساق الاجتماعية، من أجل تطوير نظريات اجتماعية وإنسانية جديدة تفسر هذا السلوك، أو اختبار وتمحيص نظريات قائمة فعلا، وهو النشاط الأساسي والشغل الشاغل للباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية⁽²⁾.

والمقصود بالعلوم الإنسانية والاجتماعية في هذه الدراسة مجموعة من التخصصات العلمية المتعلقة بالإنسان والمجتمع والتي أهمها : علم الاجتماع، علم النفس، التاريخ، الجغرافيا، علوم التربية، علوم الإعلام والاتصال، الاقتصاد، السياسة، الفلسفة، علم المكتبات والتوثيق... الخ.

4- منهجية الدراسة :

أ- نوعية الدراسة:

من الناحية المنهجية يمكن اعتبار هذه الدراسة من حيث نوعيتها أو نمطها ضمن الدراسات والبحوث النظرية التحليلية، وتندرج بدورها ضمن الدراسات الأساسية في مدلولها العام وحقلها الشامل، لكونها بحثا وصفيا وتحليليا لإمكانية تطبيق نظرية الحتمية القيمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، من خلال تبين وتوضيح مفهوم القيم من خلال النظرية، ومن وجهة نظر

[1] منى أبو زيد : مفاهيم إسلامية، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية، متوفر على الرابط الإلكتروني التالي :

. 27/10/2013http://www.elazhar.com/mafaheemux/4/42.asp

[2] محمد الجوهري، عبد الله الخريجي : طرق البحث الاجتماعي، ط5، القاهرة مصر، 2008، ص. 8.

العلوم الإنسانية والاجتماعية، وتحديد معالم الاتفاق بين علوم الإعلام والاتصال وبين مختلف العلوم الاجتماعية الأخرى.

بالإضافة إلى محاولة استكناه واستخلاص مشتركات وقواسم بين علوم الاتصال والعلوم الإنسانية والاجتماعية المختلفة، فيما يخص دراسة القيم وكيفية معالجتها، لغرض معرفة إمكانية تعميم نظرية الحتمية القيمية واستخدامها في العلوم الاجتماعية، وبطبيعة الحال لا يتحقق هذا الهدف إلا بتبيان القواسم المشتركة وإمكانات ومنطلقات التعميم.

ب- المنهج المتبع في الدراسة:

أ- **المنهج الوصفي (المسحي):** المؤسس على وصف الظاهرة كما هي في الواقع، وتحليلها تحليلًا كميًا وكيفيًا، وبما أن هذه الدراسة ضمن الدراسات النظرية الأساسية فقد استعين بهذا المنهج بطريقة كيفية للإطلاع على مفهوم كل من نظرية الحتمية القيمية، والقيم كمصطلح عام مشترك بين مختلف العلوم الإنسانية والاجتماعية واستخلاص المعالم المشتركة بين علوم الإعلام والاتصال والعلوم الاجتماعية لإمكانية توضيح كيفية تعميم النظرية.

ثانياً / **ماهية القيمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية ومفهومها من خلال نظرية الحتمية القيمية:**

1- ماهية القيمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية :

الحديث عن القيم بصفة عامة حديث طويل وواسع طول واتساع المفهوم في حد ذاته، وعلاقته بمختلف التخصصات، حيث شكل موضوع القيم حقلًا خصبا للدراسات الإنسانية والاجتماعية، خاصة القيمية منها لما للقيم من علاقة وطيدة بموضوعات العلوم والظواهر الإنسانية والاجتماعية المتنوعة.

والقيم من ضمن المفاهيم التي اهتم بها الكثير من الباحثين والمفكرين في مجالات مختلفة كالفلسفة، التربية، الاقتصاد، علم الاجتماع... الخ، وقد ترتب على ذلك نوع من الخلط والغموض في استخدام المفهوم من تخصص لآخر، بل يستخدم بتعدد داخل تخصص واحد⁽¹⁾، وعلى العموم فإن مفهوم القيم في معناها العام هو: "تلك الركائز والأفكار المهمة في حياة الناس، والمفاهيم المركزية التي تعطي معنى لحياتهم، ومجموعة من المبادئ التوجيهية التي تساعدهم على اتخاذ القرارات والتوجهات"⁽²⁾.

ومن أهم تعريفات القيم أيضا أنها: "مجموعة من المعتقدات والتصورات المعرفية والوجدانية والسلوكية الراسخة، يختارها الإنسان بحرية بعد تفكير وتأمل ويعتقد بها اعتقادًا جازمًا،

(1) عبد اللطيف محمد خليفة: ارتقاء القيم، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1992، ص. 30

(2) North Carolina State University: [First Year College, Summer Reading, usa](#), 2011. P 2²

تشكل لديه منظومة من المعايير يحكم بها على الأشياء بالحسن أو بالقبح، وبالقبول أو الرد، ويصدر عنها سلوك منتظم يتميز بالثبات والتكرار والاعتزاز⁽¹⁾.

واجتماعيا تعتبر القيم مجموعة من المعتقدات التي تنتم بقدر من الاستمرار النسبي، والتي تمثل موجّهات للأشخاص نحو غايات أو وسائل لتحقيقها أو أنماط سلوكية يختارها ويفضلها هؤلاء الأشخاص بديلا لغيرها⁽²⁾.

أ- خصائص القيم:

من خلال التعاريف المختلفة الخاصة بالقيم والتي أوردنا بعضها فيما سبق، نخلص إلى أن خصائص القيم كثيرة ومتعددة، تختلف من باحث إلى آخر، ومن تخصص إلى تخصص آخر، وسنحاول فيما يلي تحديد خصائص القيم انطلاقا من محاولة الباحثة فوزية دياب من خلال مؤلفها القيم والعادات الاجتماعية⁽³⁾، حيث سعت إلى إبراز خصائص القيم انطلاقا من التعريف الوارد في قاموس علم الاجتماع، حيث تعتبر القيم حسب هذا التعريف: "الاعتقاد بأن شيئا ما ذا قدرة على إشباع رغبة إنسانية، وهي صفة الشيء الذي ذا أهمية لفرد أو جماعة"، وأوضحت أهم خصائص القيم الاجتماعية فيما يلي⁽⁴⁾:

- القيمة حقيقة مجردة وسيكولوجية لا تقبل القياس بأي وسيلة من وسائل القياس التي توصل إليها العلماء حتى الآن.

- القيمة تتميز عن المنفعة لأن حقيقتها تكمن في العقل البشري، لا في الشيء الخارجي نفسه، والقيمة بالتحديد مسألة اعتقاد، فالشيء ذو المنفعة الزائفة تكون له قيمة نفسها كما لو كان حقيقيا إلى أن يكتشف هذا الخداع.

- القيم نسبية، بمعنى تختلف من شخص لآخر حسب حاجاته ورغباته وتربيته وظروفه، ومن مجتمع إلى مجتمع، ومن ثقافة إلى ثقافة أخرى.

وهناك خصائص أخرى للقيم، نوردتها في النقاط التالية⁽⁵⁾:

- القيم معرفة أخلاقية تعبر عن فكرة مثالية لأن الثقافة السياسية تضع لهذه القيم أهدافا ذات طابع مثالي.

- أنها معرفة فلسفية وتتبع الطبيعة الفلسفية لظاهرة القيم من طبيعتها على أنها تصور.

- القيم تعبر عن خصائص حضارية ففي كل فترة زمنية هناك تصور كامل للقيم ولما هو مقبول وما هو مرفوض وهي تتضمن خصائص حضارية تتبع من الحضارة التي تعيش فيها.

(3) صليحة رحالي : القيم الدينية والسلوك المنضبط، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2008، ص 41

(4) سعيد علي الحسينية : دور القيم الاجتماعية في الوقاية من الجريمة، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية، المملكة العربية السعودية، 2005، ص 18.

(5) بن منصور البين : دور القيم الدينية في التنمية الاجتماعية، مذكرة ماجستير تخصص علم الاجتماع الديني، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2010، ص 26.

(4) المرجع نفسه : ص 27.

(5) سعيد علي الحسينية : مرجع سابق، ص 22.

- القيم معرفة مصبوغة بصبغة العمومية، فهي عامة شاملة، تشمل فئات كثيرة من المجتمع.

ب- وظائف القيم :

للقيم عدة وظائف، تتعكس أساسا على الفرد والأسرة ثم المجتمع بصفة عامة باعتباره وحدة متكاملة مكونة من مجموعة وحدات، ومن أهم وظائف القيم الاجتماعية في المجتمع نذكر ما يلي (1) :

- توجيه السلوك، فالقيم رموز أو صور المجتمع في عقول الأفراد، وهي توجه السلوك بطرق مختلفة، حيث توجهنا إلى أخذ مواقف معينة من القضايا الاجتماعية.

- تساعدنا القيم على اختيار وتفضيل أيديولوجيات معينة عن غيرها، خاصة السياسية.

- تقديم الحكم على أفعالنا، فالقيم تساعدنا في الحكم على أفعالنا قياسا بأخلاق وأدبيات المجتمع، والحكم على أفعال الآخرين، كما أنها عملية وسيطة للمقارنة فهي تستخدم كمستويات للتقييم، فيما إذا كنا على حق وذو كفاية مثل الآخرين.

- المحافظة على البناء الاجتماعي، حيث تعتبر القيم هي المدعمة للأنظمة الاجتماعية، من خلال ما تحث عليه من تماسك وانتظام داخل الإطار الاجتماعي.

- المحافظة على هوية المجتمع، القيم السائدة في مختلف المجتمعات، هي ليست وليدة الحاضر، وإنما استمرار لحقب زمنية ماضية، والمحافظة على هذه القيم خلال مراحل تطور المجتمع وتغيره هي محافظة على هويته وأصوله.

ج- القيم والمجتمعات :

القيم من خصائص الجنس البشري، يتمسك بها الأفراد في المجتمع الواحد لأنها تعطي لوجودهم الإنساني معانيه التي تميزه عن وجود الكائنات الأخرى، فالإنسان مهما كان مستواه لا يستطيع أن يعيش من دون قيم ويترك البحث عما هو أسمى في نظره من القيم الحاصلة له، لأن القيمة في النهاية هي كل شيء بالنسبة له، ولذلك أدركت المجتمعات الخصائص الإنسانية التي تميزها عن سائر الكائنات الحية(2).

وفي نفس السياق يقول شيلر : "إنني إذا بحثت في جوهر أي شخص أو جماعة أو أي مرحلة تاريخية أو أسرة أو أمة أو شعب أو أي جماعة تاريخية، فإنني سأعرفها وأفهمها جيدا عندما أدرك نسقها الخاص لتحديد القيم ومفاضلاتها أيا كانت طبيعة النظام الذي يتمثله هذا النسق، لأن هذا النسق هو ما أسميه روح الموضوع الذي أدرسه"(3)، وفي نظرنا فإن النسق القيمي أو المنظومة القيمة السائدة في أي مجتمع من المجتمعات، وفي أي فترة من الفترات

(1) المرجع نفسه : ص 23.

(2) بن منصور اليمين : مرجع سابق، ص 32 .

(3) المرجع نفسه : ص 32 .

الزمنية تعكس في تاريخ ذلك المجتمع وحضارته وسماته، وهذا يدل على الدور البالغ والبارز للقيم في المجتمعات، وفي تطورها والمحافظة على هويتها.

والنسق القيمي عبارة عن نموذج منظم ومتكامل من التصورات والمفاهيم الدينامية الصريحة والضمنية يحدد ما هو مرغوب فيه اجتماعيا، ويؤثر في اختيار الأهداف والطرق والأساليب والوسائل الخاصة بالفعل في جماعة أو مجتمع ما، ولا يعكس النسق القيمي قيم فرد بعينه، وإنما عبارة عن إطار تجمعي يضم مجموعة قيم متكاملة معا ومكونة لنسق قيمي واحد، ويمثل أيضا هذا النسق مقياسا من المقاييس التي يتم من خلالها الحكم على سلوك الأفراد والجماعات، وتحديد الجزاءات المناسبة على ذلك السلوك⁽¹⁾.

2- مفهوم القيمة من خلال نظرية الحتمية القيمية :

القيمة عند الأستاذ عبد الرحمن عزي من خلال نظريته، يقصد بها الارتقاء، أي ما يسمو في المعنى، والقيمة معنوية وقد يسعى الإنسان إلى تجسيدها عمليا كلما ارتفع بفعله وعقله إلى منزلة أعلى، والقيمة ما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين⁽²⁾.

يلقى الأستاذ عبد الرحمن عزي على نظريته ومفهومه للثقافة قائلا: "يتضح أن أدبيات الاتصال الحديثة تركز على الوسيلة، وأن وسائل الاتصال أساس الثقافة المعاصرة، ويتردد القول أننا في عصر الوسيلة، إلا أن مقارنتنا هذه تقوم على أولوية الثقافة على وسائل الإعلام، فالثقافة تستوعب وسائل الإعلام بينما تشمل وسائل الإعلام جزءا محددا ومحدودا من الثقافة، أي ذلك الجزء الذي ينتقل إلى وسائل الإعلام، وفي منظورنا، فإن الأولى التساؤل: ماذا تفعل الثقافة بوسائل الإعلام، وليس ماذا تفعل وسائل الإعلام بالثقافة، وإن كان الأخير يميل إلى بعض المشروعات الظرفية، فإن الرسالة أساس عملية الاتصال رغم أن الوسيلة تؤثر في طبيعة الرسالة شكلا ومضمونا، فالرسالة 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 بالثقافة الجماهيرية فإنها لم تصبح الثقافة في حد ذاتها، كما أن الثقافة الجماهيرية وليدة المجتمع الجماهيري وليس العكس"⁽³⁾.

مفهوم الثقافة وعلاقته بالقيم من خلال النظرية:

الملاحظ من خلال كلام الأستاذ عبد الرحمن عزي أنه ركزا كثيرا على مفهوم الثقافة من خلال تفاعلها مع وسائل الإعلام والقيمة، "والثقافة من أكثر الكلمات تداولاً و أشدها غموضاً ؛

(1) المرجع نفسه : ص 33 .

(4) المرجع نفسه : ن ص.

(1) عبد الرحمن عزي : دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ، مرجع سابق، ص 11.

يُعرفها علماء الاجتماع بأنها ذلك الكلّ المعقّد الذي يشمل المعرفة والاعتقاد والفن والقانون والأخلاق والعرف والعادات التي يكتسبها الإنسان والاتجاهات والقيم السائدة في مجتمع معين، كذلك تُعرف بأنها صقلُ الذهن والذوق والسلوك وتنميتها وتهذيبها ، أو ما يُنتجُه العقلُ أو الخيالُ البشريّ لتحقيق هذا الهدف، وفي العربية يحمل الفعل (تَقَفَ) معنى التهذيب والصقل والإعداد، وفي الإنجليزية يحمل معنى مماثلاً ، وتحمل في الروسيّة إلى جانب المعنى العقليّ معنى سياسياً ثورياً (الانتلجنسيا)، وحين المقارنة بين هذه المعاني نُدرِكُ أنّ النّقافة سمةٌ للمجتمع؛ لكن إلى أيّ حدّ تؤثر فيه ؟ الصورة التي نراها أنّ تأثير النّقافة ما زالَ محدوداً ، وأنّ استعمالها لا يزالُ فيه ازدواجيةٌ ؛ فالنّقافة الرفيعة تقتصرُ على القلّة ، والعمومُ لا تزال ثقافتهم شعبيةً⁽¹⁾.

والأستاذ عبد الرحمن عزي في مراجعته لمختلف مفاهيم النّقافة لم يجد مفهوماً يتماشى ونظريته، ما استوجب عليه استحداث مفهوم جديد للنّقافة، فهي في منظوره "سلم يمثل مستواه الأعلى القيم، والقيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر للقيم وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيه القيم.

يستتبع ذلك أنه كلما ارتقت النّقافة إلى مستوى القيم ارتبطت بالدين بالضرورة، يأتي العقل في مرتبة مولية ويمثل نشاطاً منطقيًا يتعامل مع المسائل المرتبطة كالإدراك والفهم والتأويل، ويكون هذا النشاط المنطقي منطقيًا بالضرورة إذا كان وثيق الصلة بالقيم، ومصدر النشاط الذهني العقل، ويكون هذا النشاط العقلي المستوى الذي ترتقي به النّقافة إلى الحضارة، فهذا النشاط يولد الآداب والفنون والفكر والمعرفة، أي أن النّقافة تتحول إلى حضارة بالنشاط العقلي المتفاعل مع المجال المعنوي والمادي في المجتمع، وقد يكون هذا النشاط مرتبطاً بالقيم فيكون ترابطياً وقد يتحرك في مجال لا يتصل بالقيم فيكون غير مترابط، وكلما كان النشاط مترابطاً كان مجال النمو المتوازن واسعاً والعكس، ويأتي في أسفل النّقافة حركة الإنسان وفعله ، أي سلوكه، ويكون مصدر هذه الحركة واقع الإنسان المحدود في الزمان والمكان، وأيضاً فإن فعل الإنسان قد يكون مرتبطاً بأي أو بكل من النشاط الذهني والقيم وقد لا يكون، فإن كان الفعل مرتبطاً بالنشاط المنطقي كان الفعل منطقياً وإن كان مرتبطاً بالقيم كان منطقياً وقيماً، والقيمة أعلى من المنطق، إذن فإن النّقافة سلم يتضمن أبعاد ثلاثة : القيم والمنطق والفعل⁽²⁾.

ويضيف قائلاً : " ويكون تعريفنا للنّقافة في هذه الحالة أن النّقافة هي معايشة الواقع انطلاقاً من القيم ويكون النشاط المنطقي وسيلة في تحقيق الترابط بين القيمة والسلوك، ويعتبر هذا التعريف معيارياً أي أنه يبين الكيفية التي ينبغي أن تتبنى عليها النّقافة، كما أن هذا التعريف

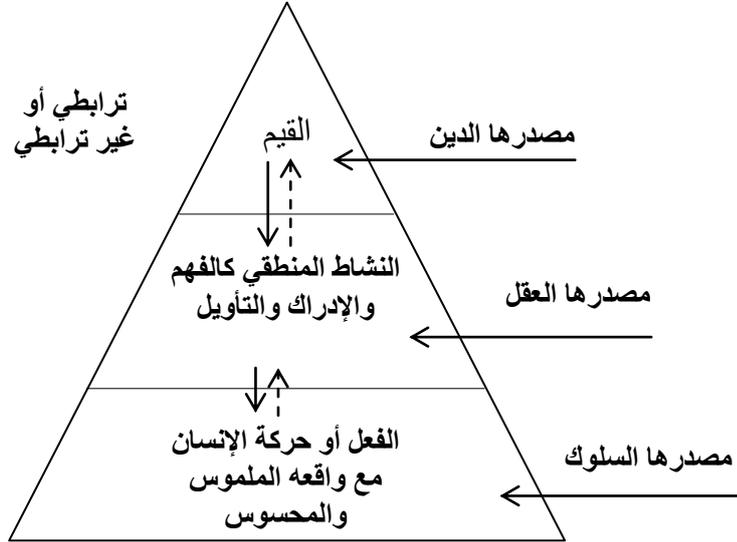
(2) محمد أحمد القضاة : النّقافة كمتغير في الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديدة، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة

البحرين، البحرين، 2009، ص 453.

(1) عبد الرحمن عزي : دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مرجع سابق، ص 24.

يحدد المرجعية التي يمكن أن تدرس بها الثقافة ومستواها، وقد عرفنا الثقافة في سياق مشابه بأنها: " كل ما يحمله المجتمع الماضي وما ينتجه الحاضر والمستقبل من قيم ورموز معنوية ومادية وذلك في تفاعله مع الزمان (التاريخ) والمكان انطلاقاً من بعض الأسس (القيم) التي تشكل ثوابت الأمة وأصولها (البعد الحضاري)⁽¹⁾.

ويمكن تلخيص مفهوم الثقافة في نظره من خلال الشكل الآتي :



المصدر : عبد الرحمن عزي، دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مرجع سابق ص

.25

ثالثاً / في منطلقات نقل وتطبيق نظرية الحتمية القيمية في العلوم الإنسانية والاجتماعية :

1- من منطلق العلاقة بين علوم الإعلام والاتصال والعلوم الإنسانية والاجتماعية :

العلوم الإنسانية والاجتماعية هي الأصل ومختلف تخصصاتها في الفروع، وعلوم الإعلام والاتصال فرع منها، وأصل لأنها تركز على دراسة الإنسان والمجتمع، أما الفروع فترتكز على دراسة مختلف المجالات والظواهر المتعلقة بالإنسان، وبالتالي فكل تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية لا تخرج عن هذا الإطار وتتشارك في عدة روابط وقواسم، وموضوعاتها تتداخل بين شتى التخصصات.

فعلوم الإعلام والاتصال تدرس نماذج وأشكال الاتصال ووظائفه وتبين مختلف المفاهيم الإعلامية واستخداماتها، وبطبيعة الحال هذا لا يتأتى إلا عن طريق العنصر الأساس الإنسان والمجال الكلي المجتمع

، وهنا تتشارك مختلف تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية، وتتجاذب فيما بينها وبالاعتماد على طرقها ومناهجها ومفاهيمها للوصول إلى نتيجة أدق وأشمل.

(2) المرجع نفسه : ص ن.

" ولما كان الاتصال ينتمي إلى مجموعة العلوم الإنسانية، فإن نظرياته كما هو معرف ليست بالحدة أو الصرامة الموجودة في نظريات العلوم البحتة أو الطبيعية شأنه شأن العلوم الإنسانية عموماً، وعلى الرغم

من كثرة الأبحاث الخاصة بعملية الاتصال، فإن هذه الأبحاث -فشلت بصورة أو بأخرى- في بناء النظريات إلى تنظم الجهود البحثية، وتحدد الطريق إلى الجهود البحثية المستقبلية، بل هناك اتفاقاً بين الباحثين على أن المشكلة الرئيسة في مجال الاتصال الجماهيري تتمثل في نقص النظريات الجيدة"⁽¹⁾.

فمثلاً علاقة علوم الإعلام والاتصال بعلم الاجتماع تتمثل فيما يسمى في علم الاجتماع بتخصص علم الاجتماع الاتصال أو بعلم الاجتماع الإعلامي، حيث خصص في هذا المجال دراسة الظواهر الاجتماعية الإعلامية والاتصالية لأن الظاهرة الاتصالية والإعلامية هي في حد ذاتها ظاهرة اجتماعية قبل كل شيء.

ونفس الشيء بالنسبة لعلاقة علوم الإعلام والاتصال بعلم النفس، حيث يتم دراسة التأثيرات النفسية لمختلف وسائل الإعلام والاتصال خاصة الحديثة، وقد كثرت مثل هذه الدراسات في الآونة الأخيرة بسبب ظهور هذه التأثيرات بشكل ملفت للانتباه.

وإذا أتينا إلى العلوم الاقتصادية نجد العلاقة بينها وبين علوم الإعلام والاتصال تتمثل فيما يسمى باقتصاد الإعلام والإعلان وتأثيراتها على الاقتصاد وما يلعبه من دور أساسي في التسويق وتحقيق الأرباح... الخ.

هذه بعض نماذج العلوم الإنسانية والاجتماعية التي لها علاقة وطيدة بعلوم الإعلام والاتصال - على سبيل المثال لا الحصر - وبحكم هذه العلاقة ومن منطلق التداخل بين هذه العلوم تسهل عملية تطبيق نظرية الحتمية القيمية في تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية وخاصة أن ركيزة هذه النظرية هو متغير القيمية وهو متغير مشترك بين هذه التخصصات رغم اختلاف المعنى والتفسير.

3- من منطلق العودة إلى دراسة القيم في العلوم الإنسانية والاجتماعية:

تعد القيم من محددات ومميزات المجتمعات بل أكثر من ذلك، حيث تعتبر من مقاييس الظواهر على اختلافها سواء اجتماعية أو نفسية أو اقتصادية... الخ، وقد علت المناداة بالعودة إلى القيم ودراسة محدداتها في الآونة الأخيرة بشكل ملفت للانتباه، وذلك في مختلف التخصصات، ولعل ذلك راجع أساساً لما للقيم من دور ووظيفة بالنسبة للفرد والمجتمع.

⁽¹⁾ بدر الدين زواقة : علوم الإعلام و الاتصال بين النظرية الإسلامية و نظرية الحتمية القيمية جهود عبد الرحمان عزي أنموذجاً، متوفر على الرابط الإلكتروني التالي :

ولعل من أهم ما كتب في هذا الشأن كتب ومقالات الأستاذ عبد الرحمن عزي، أو ما يعرف بالإعلام القيمي، ونظريته المعروفة بنظرية الحتمية القيمية في الإعلام المرتكزة أساساً على متغير القيمة وأبعادها.

هذا في الجانب الإعلامي أما جانب العلوم الإنسانية والاجتماعية بصفة عامة فهناك عدة كتب ومقالات ومذكرات تخرج تناولت موضوع القيم من أهمها :

- كتاب الأستاذ : عبد اللطيف محمد خليفة المعنون بـ : ارتقاء القيم دراسة نفسية⁽¹⁾، حيث ركز فيه على: القيم وأهميتها دراستها، قياس القيم، اكتساب نسق القيم ومحدداته، الإطارات النظرية المفسرة لارتقاء القيم، دور القيم في عمليات التربية والإرشاد...الخ.

ومن أهم المذكرات المنجزة حول القيم نذكر :

- مذكرة الطالب سعيد علي الحسينة (2005): دور القيم الاجتماعية في الوقاية من الجريمة، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية، المملكة العربية السعودية.

- مذكرة الطالبة : صليحة رحالي (2008) : القيم الدينية والسلوك المنضبط، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.

- مذكرة الطالب : بن منصور اليمين (2010) : دور القيم الدينية في التنمية الاجتماعية، مذكرة ماجستير تخصص علم الاجتماع الديني، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر.

أما عالمياً فأحدث ما كتب عن القيم مقال الأستاذ : بيوتر زومبكا، وهو أستاذ في علم الاجتماع بجامعة جاغيلونيان ببولندا بعنوان : العودة إلى القيم في النظرية السوسولوجية الحديثة المنشورة بمجلة إضافات⁽²⁾، وقام بترجمته محمد مصباح باحث في علم الاجتماع بجامعة محمد الخامس بالرباط، حيث استهل المقال بتساؤل : لماذا العودة إلى القيم؟، ثم تناول القيم باعتبارها تحيزاً، والقيم باعتبارها أيديولوجياً، وبعض الخطوات من أجل منظور جديد للقيم وغيرها من المحاور المتطرفة للقيم.

فما كتب في هذا الجانب حول القيم والمناداة الملحة بالعودة إلى دراستها وإثارة مواضيعها ومحدداتها، شيء يدعو إلى البحث المستمر في هذا الموضوع، والبحث عن نظريات قيمية تتوافق واتجاهات المجتمعات الإنسانية وتتناسب مع أصالتها ومفهومها للقيم وتصنيفاتها، فمن هذا المنطلق يمكن التحجج لتعميم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام على العلوم الإنسانية والاجتماعية.

4- من منطلق تصنيفات القيم في العلوم الإنسانية والاجتماعية.

(1) عبد اللطيف محمد خليفة : مرجع سابق، ص 01.

(2) بيوتر زومبكا : العودة إلى القيم في النظرية السوسولوجية الحديثة، ترجمة محمد مصباح، مجلة إضافات (المجلة العربية لعلم الاجتماع)، العدد 20 و21، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2012، 2013، ص 15.

تصنيفات ومقاربات دراسة القيم كثيرة ومتعددة، تتحدد حسب الرؤية الفلسفية لهذا المفهوم، وحسب التخصص والبعد، وقد انعكس المفهوم الشائك والمعقد للقيم على تصنيفها، حيث يصعب تحديد تصنيف واحد ومشارك للقيم.

وفي هذا السياق يقول "سورلي": "من المستحيل أن تكون هناك قاعدة يمكن على أساسها تحديد كل أنواع القيم"، ورغم ذلك فهناك من العلماء من قدم تصنيفا للقيم مستندا إلى خصائصها كتصنيف جوليتي الذي ميز بين القيم الأساسية والقيم الفرعية، وتصنيف كيرت لوريس حين صنف القيم إلى جوهرية وطارئة، أما كلاهون فقدم تصنيف يشير إلى وجود قيم عامة في المجتمع ككل، وقيم خاصة بجماعات اجتماعية معينة، وهذا التصنيف يستند إلى معيار درجة انتشار القيم في المجتمع... الخ⁽¹⁾.

وقد حدد المهتمون بدراسة القيم مجموعة من الأبعاد يمكن أن يتم في ضوءها تقديم تصنيفات معينة للقيم، كما هو الشأن عند سبرينجر في كتابه أنماط الرجال، حيث تكلم عن أنماط ستة من القيم هي: القيم الدينية، القيم النظرية، القيم الاقتصادية، القيم الجمالية، القيم الاجتماعية، القيم السياسية، ويمكن إعطاء شرح مبسط لكل تصنيف في النقاط فيما يلي⁽²⁾:

- **القيم النظرية**: وتتمثل في اهتمام الفرد وميله للكشف عن الحقائق، متخذا في ذلك اتجاها معرفيا في العالم المحيط به، حيث يوازن بين الأشياء على أساس ماهيتها، كما أنه يسعى وراء القوانين التي تحكم هذه الأشياء بعيدا عن قيمتها العملية أو إلى الصورة الجمالية لها.
- **القيم الدينية**: وتتمثل في توجيه الفرد اهتمامه وميله إلى معرفة ما وراء العالم الظاهري، حيث يعتقد أن هناك قوة تسيطر على العالم الذي يعيش فيه، وهو يحاول ربط نفسه بهذه القيمة.
- **القيم الاقتصادية**: وتتمثل في ميل الفرد واهتمامه إلى ما هو نافع، ويتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة عن طريق الانتاج واستثمار الأموال واستهلاك البضائع.
- **القيم الاجتماعية**: يقصد بها اهتمام الفرد وميله إلى غيره من الناس وبالتالي التفاعل مع محيطه الاجتماعي، لذلك يتوجه اهتمام الأفراد نحو خدمة غيره ومساعدتهم، ومن ثم النظر إليهم على أساس أنهم غايات وليسوا وسائل لغايات أخرى.
- **القيم السياسية**: وتتمثل في اهتمام الفرد وميله للحصول على القوة، ومن ثم فإن الفرد يهدف إلى السيطرة والتحكم في الأشخاص أو الأشياء وتوجيه مصائر غيره من الناس.
- **القيم الجمالية**: تلك القيم التي تتمثل فيما هو جميل من ناحية الشكل، وكذلك ينظر الفرد إلى العالم المحيط به نظرة تقدير من ناحية التكوين والتنسيق والتوافق.

(1) بن منصور اليمين: مرجع سابق، ص 28.

(2) المرجع نفسه: ص 29.

من خلال هذا التصنيف يعتبر هذا المنطلق من أهم منطلقات وإمكانيات نقل نظرية الحتمية القيمية للأستاذ عبد الرحمن عزي من علوم الإعلام إلى العلوم الإنسانية والاجتماعية، خاصة إذا دققنا في أبعاد القيمة والتي حددها الأستاذ عزي - والتي سنفصلها في العنصر التالي - سنجد توافقا كبيرا بين تصنيفات القيم بصفة عامة، وأبعادها من خلال النظرية.

5- من منطلق أبعاد القيمة المحددة من خلال نظرية الحتمية القيمية.

إن القارئ والمتمعن في دراسات وأبحاث المفكر عبد الرحمن عزي يجد هذا الهاجس المركزي (الرسالة هي القيمة)، أي أن يكون الاتصال دائما حاملا للقيم الثقافية والروحية التي تدفع بالإنسان والمجتمع إلى الارتقاء والسمة، وهو ما ينعكس إيجابيا على محيط الإنسان المعنوي والمادي سواء على المستوى المحلي أو الدولي، وإذا كان ماك لوهان في مقولته الوسيلة هي الرسالة يعني واقع مجتمعه الآني (أي الحاضر) فإن عبد الرحمن عزي من خلال هذه المقولة (الرسالة هي القيم) التي اقتبسناها خلال قراءتنا في أبحاثه يرنو بها المستقبل، أي ما ينبغي أن يكون عليه الإعلام في كتلة المجتمع الإسلامي وغير الإسلامي، يقول عبد الرحمن عزي، إن القيمة تؤسس الإنسان ولا يكون هذا الأخير مصدر القيمة بل أداة لها (أي تتجسد فيه القيمة)⁽¹⁾.

وضع الأستاذ عبد الرحمن عزي دليلا للأبعاد المختلفة للقيمة، وأشار إلى أن هذا الدليل يشمل عددا معتبرا من أبعاد القيمة الأساسية ولكنه لا يحصيها بالضرورة، وهي مصنفة حسب الأبعاد المختلفة للقيمة وفق أسس نظرية الحتمية القيمية في الإعلام⁽²⁾.

ويمكن للباحث أن يختار لنفسه من الدليل القيم التي تتناسب مع موضوعه، والعبرة ليس بعدد القيم وإنما بالفعل الذي يعكس القيمة، فلو عمل الفرد بقيمة واحدة على أحسن وجه استقام حاله، ويمكن للباحث إضافة قيم أخرى مع المحافظة على تصنيف الأبعاد المختلفة انسجاما مع مفاهيم النظرية في المجال، ويتعين على الباحث تعريف القيم التي يختارها نظريا وإجراءيا، أما نظريا فيتطلب الأمر العودة إلى مصادر التراث المتعددة بدءا بتفسير القرآن الكريم والسنة النبوية وإسهامات العلماء المسلمين المتجددة (في جانب المعنى)، ومصادر نظرية الحتمية القيمية في الإعلام (في جانب الأبعاد)، يقوم الباحث بتخصيص المفهوم لما يخدم موضوعه، وقد يتبنى التعريف النظري إذا وجد أن القيمة المعنية لا تحتاج إلى تخصيص⁽³⁾.

وفيما يلي جدول الأبعاد المختلفة للقيمة وفق أسس نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

1_ عبد الرحمن عزي : دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مرجع سابق، ص 49.

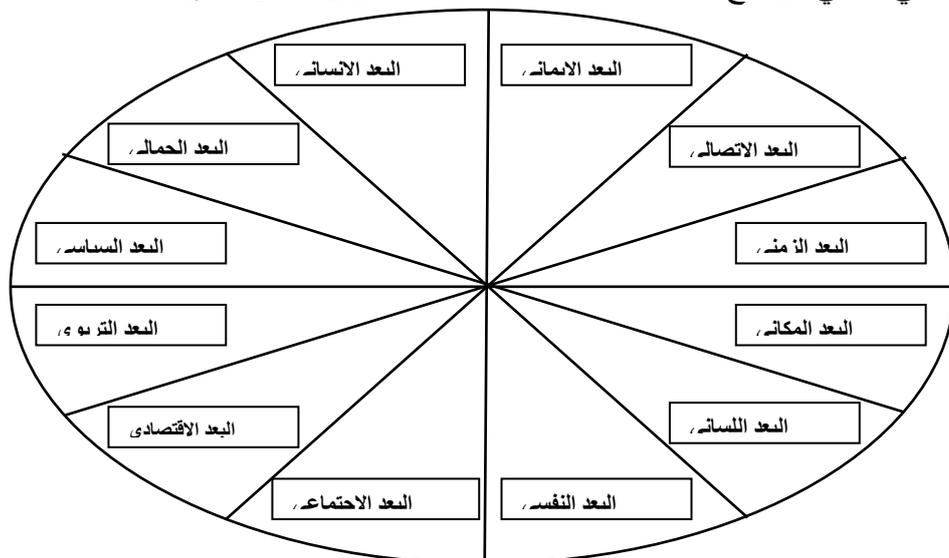
2_ عبد الرحمن عزي : نهج الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2013، ص 88.

3_ المرجع نفسه : ص 89.

المجال	القيمة
(1) البعد الإيماني للقيمة	الإيمان بالله، أداء العبادات، العمل الصالح، الإخلاص في العمل، النفقه في الدين، ... الخ.
(2) البعد التواصلي	حسن التواصل مع الآخر، إتباع أسلوب الحوار مع الآخر، ممارسة الإقناع بدل التسلط على الآخر، توظيف فن التفاوض والحلول الوسطى، الجدل والتي هي أحسن، التسمم للآخر، ... الخ.
(3) البعد الزمني	احترام الوقت، أداء العبادات في أوقاتها، أداء العمل في وقته، إعادة الدين في وقته، ... الخ.
(4) البعد المكاني	العناية بالمكان الداخلي (البيت)، العناية بالفضاء العام (الخارجي)، حب المكان، الوعي بأهمية البيئة، ... الخ.
(5) البعد اللساني	استخدام الكلمات الإيجابية (القيمية) في الحديث، حفظ اللسان، ستر الآخر، ... الخ.
(6) البعد النفسي	الرضا، ضبط النفس، الرجاء، الصدق، الأمانة، الحلم، ترشيد الاستهلاك، الوفاق، الاعتدال، الصبر، القناعة، تقدير الذات، الاستقامة، الحياء، الاحتشام، الوفاء، التواضع، الحلم، الزهد، الثقة بالنفس، كتم السر، ... الخ.
(7) البعد الاجتماعي	حسن الجوار، التعاون، الصداقة، العمل التطوعي، مساعدة المحتاج، محبة الناس، التكافل الاجتماعي، احترام الآخرين، الإيثار، النصيحة، توقير الكبير، الرفق بالصغير، بر الوالدين، احترام المرأة، التسامح، حسن الظن بالآخرين، صلة الرحم، حسن الجوار، التواضع، الصداقة، رعاية الأبناء، ... الخ.
(8) البعد الاقتصادي	حب العمل، إتقان العمل، الاستثمار الحلال، الكسب الحلال، الاعتدال في الإنفاق، الادخار، الوفاء بالدين، الإنفاق في سبيل الله، القناعة، احترام ملكية الآخر، ... الخ.
(9) البعد التربوي	حب العلم، طلب العلم، تقدير العلماء، الأمانة العلمية، ... الخ.
(10) البعد السياسي	العدل، الشورى، الحرية، الأمر بالمعروف، النهي عن المنكر، ... الخ.
(11) البعد الجمالي	الذوق، الجمال، ... الخ.
(12) البعد الإنساني	احترام الإنسان كإنسان، احترام التنوع الثقافي واللساني والسياسي والعرقي، احترام الأديان الأخرى، ... الخ.

المصدر : عبد الرحمن عزي، منهجية الحتمية القيمة في الإعلام، مرجع سابق، ص 89.

والرسم البياني التالي يوضح أيضا الأبعاد المختلفة للقيمة وفق أسس نظرية الحتمية القيمة في الإعلام.



المصدر : عبد الرحمن عزي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، مرجع سابق، ص 90.

من خلال الجدول أعلاه والشكل البياني، نلاحظ عدة أبعاد للقيمة حددها الأستاذ عبد الرحمن عزي، ولو دققنا الملاحظة سنستنتج أن كل بعد من الأبعاد المذكورة يمثل تخصصا من تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية.

فإذا أدينا إلى أبعاد القيمة المحددة في المجال النفسي، نجد لها مجالات يتركز عليها تخصص علم النفس وعلوم التربية، وتعالج كمواضيع أساسية.

ونفس الشيء بالنسبة للبعد الاجتماعي، فأبعاد القيمة المحددة أيضا تشكل لب علم الاجتماع ومواضيعه الأساسية لدراسة الظواهر الاجتماعية.

ونفس الملاحظة بالنسبة للمجال الاقتصادي والتربوي والسياسي، واللساني والتواصلية والإيماني، كل مجالات القيمة فيها تشكل مواضيع أساسية ولبنات لدراساتها تبعاً لتخصصاتها.

فمن منطلق هذه الأبعاد يمكن نقل وتطبيق نظرية الحتمية القيمية تبعاً لمجالات القيمة المحددة من طرف الأستاذ عزي، وأخذ مفهوم القيمية وأبعاده وتطويعه مع التخصص المتماشي مع القيمة وأبعاده.

خاتمة :

من خلال ما تم تناوله في محاور الدراسة توصلنا إلى ما يلي :

* ماهية القيمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ومفهومها من خلال نظرية الحتمية القيمية متقارب بدرجة كبيرة، خاصة من ناحية الأصل، وتبقى الفروق طفيفة من ناحية الفروع ومن حيث رؤية التخصص لمتغير القيمة حسب المجال والأبعاد.

* منطقات وإمكانات تطبيق نظرية الحتمية القيمية في تخصصات العلوم الإنسانية الأخرى كثيرة ومتعددة ذكرنا منها على سبيل المثال لا الحصر :

- منطلق الترابط والعلاقة بين علوم الإعلام والعلوم الإنسانية والاجتماعية، حيث تعتبر علوم الإعلام ضمن العلوم الإنسانية والاجتماعية قبل أن تكون تخصصا مستقلا.
- من منطلق العودة إلى دراسة القيم في العلوم الإنسانية والاجتماعية، حيث تعالت المناداة بالعودة إلى دراسة القيم واعتبارها محددات لتصنيف وقياس الظواهر سواء في علوم الإعلام والاتصال بصفة خاصة أو في العلوم الإنسانية والاجتماعية بصفة عامة.
- من منطلق تصنيفات القيم، ومنطلق أبعاد القيمة من خلال النظرية، حيث تبين أن هناك تشابه كبير ومتداخل بين تصنيفات القيم في العلوم الإنسانية والاجتماعية، وبين مجالات وأبعاد القيم التي حددها الأستاذ عزي انطلاقاً من نظريته، وهذا التشارك والتجاذب يسهل عملية تعميم النظرية وتطبيقها ونقلها إلى مختلف تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية.

* مما سبق ذكره نتبين لنا أهم منطلقات وأساسيات نقل النظرية وتطبيقها في العلوم الإنسانية والاجتماعية، وما بقي على المختصين والباحثين في هذه التخصصات إلى البحث الدقيق في مفاهيم النظرية وافتراساتها وركائزها الأساسية، ومحاولة تطويعها وتكييفها مع تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية، دون أن ننسى البحث في منهجية الحتمية القيمة وكيفية تطبيقها في هذه التخصصات.

* الهوامش و المراجع :

1. North Carolina State University: First Year College, Summer Reading, usa, 2011.
2. بدر الدين بن محمد بهادر الزركشي: البحر المحيط، المكتبة الإسلامية، متوفر على الرابط الالكتروني التالي :
3. بدرالدين زواقة : علوم الإعلام و الاتصال بين النظرية الإسلامية و نظرية الحتمية القيمة جهود عبد الرحمان عزي أنموذجا، متوفر على الرابط الالكتروني التالي :
http://diae.net/9443 2013/10/31
4. بن منصور اليمين : دور القيم الدينية في التنمية الاجتماعية، مذكرة ماجستير تخصص علم الاجتماع الديني، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2010.
5. بيوتر زومبكا : العودة إلى القيم في النظرية السوسولوجية الحديثة، ترجمة محمد مصباح، مجلة إضافات (المجلة العربية لعلم الاجتماع)، العدد 20 و 21 ، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2012، 2013.
6. سعيد علي الحسينة : دور القيم الاجتماعية في الوقاية من الجريمة، رسالة ماجستير، جامعة نابف العربية، المملكة العربية السعودية، 2005.
7. صليحة رحالي : القيم الدينية والسلوك المنضبط، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2008.
8. عبد الرحمن عزي : منهجية الحتمية القيمة في الإعلام، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2013.
9. عبد الرحمن عزي: دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، ط1، دار المتوسط للنشر، تونس، 2011.
10. عبد اللطيف محمد خليفة: ارتقاء القيم، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1992.
11. محمد أحمد القضاة : الثقافة كمتغير في الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديدة، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، البحرين، 2009.
12. محمد الجوهري، عبد الله الخريجي : طرق البحث الاجتماعي، ط5، القاهرة مصر، 2008.
13. منى أبو زيد : مفاهيم إسلامية، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية، متوفر على الرابط الالكتروني التالي :
http://www.elazhar.com/mafaheemux/4/42.asp 27/10/2013