

## المحور السادس: نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام.

### 1. نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة).

تمهيد:

بدايات نظرية ترتيب الأولويات كانت على يد العالم "والتر ليبمان" (w. lippman) من خلال كتابه "الرأي العام". تهتم هذه النظرية بدراسة العلاقة بين القضايا والاهتمامات والاتجاهات الموجودة عند الجمهور ويمكن صياغة ذلك في السؤال الآتي: هل الاهتمامات والمعارف الموجودة عند الجمهور، وضعتها وسائل الإعلام أم وسائل أخرى؟، وتبحث هذه النظرية في ترتيب الأولويات أو وضع الأجندة أو ترتيب الاهتمامات وتنطلق من قضية هامة وهي أن الإعلام ووسائله المتنوعة ينمي معارف الجمهور، ويضع لهم القضايا التي يفكرون فيها ويركز على الشخصيات والأحداث التي يهتم بها الجمهور.

#### 1.1. الجذور التاريخية لنشأة نظرية ترتيب الأولويات:

تعود الأصول الفكرية لدراسات وضع الأجندة إلى ما كتبه "ليمان" (Lippmann) عام 1922 عن: "دور وسائل الإعلام في إيجاد الصلة بين الأحداث التي تقع في العالم الخارجي والصور التي تنشأ في أذهاننا عن هذه الأحداث"، وبعد أربعين سنة: أي في عام 1963 كتب "كوهن برنارد" (Cohen Bernard) عن قوة وأهمية وسائل الإعلام في تحديد الإعلام القضايا التي يهتم بها المجتمع. لقد عبرا "ليمان" و"كوهن" عن المعنى الذي إنبثقت منه دراسات وضع الأجندة بعد أول دراسة أميريكية تحمل هذا المصطلح العلمي الجديد عام 1972 "لكوسويل ماكومبس" و"دونالد شو" وتزامنا مع هذه الدراسة الإميريكية كانا الباحثان "كوب" و"ألد" (Cobb and Elder) يطوران أفكار مشابهة عن وضع أجندة السياسة وهي العملية التي تنتقل بمقتضاها أولويات وسائل الإعلام إلى أولويات السياسة العامة<sup>1</sup>، بمعنى أن القضايا التي تحصل على اهتمام وسائل الإعلام في دولة معينة في فترة زمنية معينة تتبناها الدولة باعتبارها سياسة عامة كون وسائل الإعلام الصوت المعبر عن احتياجات الرأي العام، فتم اعتبار نظرية وضع الأجندة "أحدث النظريات العلمية في مجال الإعلام السياسي"<sup>2</sup>. أما وضع أجندة وسائل الإعلام فلم يحظ بالاهتمام الكافي، وتم قبول أولويات اهتمامات وسائل الإعلام كما هي دون البحث في العملية التي سبق تشكيلها، والتي تشمل كل التفاعلات بين وسائل الإعلام والمصادر الإخبارية وغيرها في إطار من التنافس والتعاون المحكوم بقيم وممارسات وإجراءات معينة.

وفي عام 1992 كتب "ماكومبس" و"شو" أول دراسة نشرت عن وضع الأجندة: "تتسع المجالات البحثية لوضع الأجندة يوما بعد يوم، ويتضاعف التقدير العلمي لهذا التوجه البحثي نتيجة استكشافه

<sup>1</sup>. بسيوني ابراهيم حمادة: وسائل الإعلام والسياسة، دار النهضة للشرق، القاهرة، 1997، ص124.

<sup>2</sup>. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 1997، ص347.

للأدوار الفاعلة التي تمارسها الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى في حياتنا السياسية والاجتماعية<sup>1</sup>، وقد تعمق الباحثون في اتجاهات بحثية نظرية ومنهجية جديدة خارج نطاق المفهوم الأول لوضع الأجندة الذي كان سائدا في السبعينات.

إن أهم ما يميز هذه النظرية العلمية هو قدرتها المستمرة على توليد تساؤلات بحثية جديدة بالبحث واستكشاف مجالات وطرق جديدة، ومن هذا المنطلق تميزت نظرية وضع الأجندة بثلاث سمات أساسية هي:

- النمو المستمر للدراسات التطبيقية في مجال وضع الأجندة منذ أن بدأ الاهتمام بها حتى اليوم.
  - قدرتها على تحقيق التكامل بين عدد من المجالات البحثية الفرعية (الاتصال - السياسة - المجتمع).
  - قدرتها على توليد قضايا بحثية وأساليب منهجية جديدة.
- ورغم مرور أكثر من أربعة عقود خلت على قبول الفرضية العلمية لنظرية وضع الأجندة، فإن عددا من الدراسات أغفلت جانب التكامل في العملية الاتصالية، ولم تنطلق من رؤية تكاملية في دراستها لمصادر التأثير، وعليه يجب دراسة القيمة التكاملية في إطار النظرية من خلال دراسة أكثر من مكون من مكونات المجتمع مثل الصحافة والمتقف العضوي والرأي العام باعتبار أن ذلك يمثل مطلبا حيويا لنضج البحث العلمي في النظرية، كما أن دراسة كل مكون من هذه المكونات على حدة سيحكم عليه بالعجز والقصور.

تُعد نظرية وضع الأجندة من النظريات المتكاملة لاهتمامها بدراسة "الاتصال الشخصي إلى جانب الاتصال الجماهيري"<sup>2</sup> فقد أكدت عديد الدراسات أن الاتصال الشخصي (المتقف العضوي) له دور مهم في بنية النظرية إذ يمكن أن يدعم أو ينافس وسائل الإعلام (الصحافة المكتوبة) في ترتيب أولويات الجمهور (الرأي العام)، بحيث يعزز تأثير هذه الوسائل بالنسبة للقضايا التي تتم تغطيتها بتوسع في وسائل الإعلام، بينما يمكن أن ينافس أولويات وسائل الإعلام فيما يتعلق بالقضايا التي تتم تغطيتها بشكل أقل في تلك الوسائل.

وفي أواخر التسعينيات من القرن الماضي اهتم الباحثان "بروسوس" (Brosius) و"ويمان" (Wiemann) بالتكامل بين الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري، وإعتبرا هذا التكامل فرضية أساسية في نظرية وضع الأجندة ونموذج انتقال المعلومات على مرحلتين<sup>3</sup>، وتم المزوجة لقياس التأثير

<sup>1</sup>. MC Combs Maxwell: **Explorers and Surveyors: Expanding strategies for Setting Research**, Journalism Quarterly, vol 69, N°: 4, 1992, P13.

<sup>2</sup>. أماني فهمي: **الاتجاهات العلمية الحديث لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 04، ديسمبر 1998، ص341.

<sup>3</sup>. محمد عبد الحميد: مرجع سابق، ص177.

من جوانب عدة بين وسائل الإعلام وقادة الرأي والجمهور سعيا لتحقيق البعدين التفاعلي والتكاملي في نظرية وضع الأجندة لمعرفة من يؤثر في الآخر.

### 2.1. مفهوم نظرية ترتيب الأولويات:

تعد نظرية الأجندة واحدة من الأطر النظرية التي تبحث في تأثير وسائل الإعلام، حيث تهتم بحوث "ترتيب الأولويات" بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور التي تتعرض لتلك الوسائل لتحديد أولويات القضايا السياسية والاجتماعية التي تهتم المجتمع.

ويفترض هذا المدخل أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تحدث في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجيا وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبيا عن الموضوعات التي لا تطرحها وسائل الإعلام، وعملية الانتقاء اليومي لموضوعات قائمة أولويات وسائل الإعلام وأساليب إبراز أو طمس تلك الموضوعات، وتحريكها صعودا أو هبوطا لا تستهدف إثارة اهتمام الجمهور العام فقط، إنما هي عملية تستهدف صانعي القرار السياسي<sup>1</sup>.

وقد أشارت العديد من الدراسات الإعلامية أن دراسة العلاقة بين اهتمامات وسائل الإعلام واهتمامات المثقف يعد تطورا في دراسات وضع الأجندة والاتصال السياسي، وبالرغم من ذلك لم تتكرر هذه الدراسات حيث ينصب التركيز على دراسة العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الرأي العام<sup>2</sup>. إن مقترب تحديد الأجندة يعد الأكثر ثراء من حيث عدد الدراسات والأبحاث التي أنجزت وكذلك عدد البلدان التي أعد فيها فرضياته، وإذا كان البعض ينسبون نظرية وضع الأجندة إلى باحثين اثنين وهما "دونالدشو" (D. Show) و"ماكسويل ماكومبس" (MC Combs) لفضلهما في ابتكار التسمية وتحليل الظاهرة بأدوات أكثر دقة، لكن في الواقع جذور هذه النظرية تعود إلى العشرينيات من القرن الماضي، وكذلك هناك مرحلتين تميزان هذا المقترب: ما قبل الثمانينات من القرن الماضي وما بعده، وكل مرحلة تعكس السياقات السياسية والاجتماعية والتكنولوجية التي سادت آنذاك، وأبرز مظاهرها أن دراسات نظرية وضع الأجندة تمت في أنظمة سياسية ديمقراطية مفتوحة وفي عهد ما قبل الثورة الرقمية في قطاع الإعلام<sup>3</sup>. وتحثل دراسات وضع الأجندة أهمية خاصة في المجتمعات الديمقراطية التي تولي عناية خاصة لاهتمامات الرأي العام وتوجيهاته كمدخلات في عملية صنع القرارات ووضع السياسات على كافة

<sup>1</sup> هبة جمال الدين: أولويات الإعلام وعملية تشكيل الرأي العام، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد 30، العدد 32، مصر، سبتمبر 1993، ص10.

<sup>2</sup> إبراهيم بسيوني حمادة: وسائل الإعلام والسياسة دراسة في ترتيب الأولويات، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1996، ص24.

<sup>3</sup> بومعيزة السعيد: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005، ص85.

المستويات، فيما تهتم الدول غير الديمقراطية بدراسات وضع الأجندة رغبة في إحكام السيطرة على الرأي العام، إذ يتم توظيف وسائل الإعلام لتركيز اهتمام الرأي العام حول قضايا بعينها وكذلك تشتيت انتباه الرأي العام بشأن قضايا أخرى لا يراد له التفكير فيها<sup>1</sup>.

ويضيف "ماكومبس" و"شو" حول دور الجمهور في ترتيب الأولويات "وضع الأجندة" حيث يقولان: "بينما تلعب وسائل الإعلام دورا رئيسيا في تحديد القضايا العامة اليومية، إلا أنها ليست بالكامل المحددة لأولويات أجندة الجمهور، إذ هناك تفاعل بين الصحافة ومصادرها التي تؤثر على أولويات أجندة الصحافة، وأهم من هذا وجود التفاعلات بين الصحافة والجمهور التي تؤثر على ما هو مقبول باعتباره أولويات أجندة الجمهور"<sup>2</sup>.

وتتمثل وضع الأجندة كوظيفة تأثيرية لوسائل الإعلام علميا، في كونها نصيرا أكبرا في صنع الثقافة السياسية للجمهور، بحيث أنها تربط بين تصور إدراك الناس للواقع السياسي وبين الشؤون والاهتمامات السياسية اليومية، ويمكن أن تلعب وسائل الإعلام من خلال وظيفة ترتيب الأولويات دورا اجتماعيا بتحقيق الاجتماع حول بعض الاهتمامات عند الجمهور التي يمكن أن تترجم فيما بعد باعتبارها رأيا عاما.

**3. افتراضات نظرية ترتيب الأولويات:**

يعتبر الثنائي "ماكسويل ماكومبس" و"دونالد شو" أول من أعطى هذه التسمية لهذا النموذج، ومن لاحظ هذه الظاهرة لأول مرة أثناء الحملة الانتخابية لسنة 1972 بعد أن تمت نفس الملاحظة سنة 1968 خلال الحملة الانتخابية للرئاسة الأمريكية، مفادها أن الأفراد أثناء الحملة الانتخابية يأخذون القسط الكبير من المعلومات عن وسائل الاتصال الجماهيرية ومنها يكتسبون معلومات جديدة ويصبحون أكثر إدراكا للعوامل الجديدة التي تؤكد عليها وسائل الإعلام أثناء عملية نقل النقاشات حول الإشكاليات المختلفة أثناء الحملة الانتخابية، وبهذا فإن الافتراض الأساسي يلخصه "برنارد كوهن" (Cohen Bernard) في قوله: "قد لا تتجح وسائل الاتصال الجماهيرية معظم الوقت في تحديد ما يعتقد الجمهور، ولكنها ناجحة بصفة مذهلة في تحديد ما ينبغي أن يفكر حوله هذا الجمهور".

إن الفرضية الأساسية لنظرية وضع الأجندة مفادها أن أثناء عملية صنع الأخبار تقوم وسائل الإعلام باختيار بعض القضايا من بين الكم الهائل الموجود على الساحة لتضعها في مستهل الأخبار، في الوقت الذي لا تكتسي فيه أهمية في أذهان الجمهور وجزء لا يتجزأ من أجندته القائمة، وبعبارة أخرى تحديد الأجندة التقليدية يعني أن تأثير وسائل الإعلام في مجال تكوين الرأي العام يتم بتركيز انتباه الجمهور على من؟ وماذا يفكر؟.

<sup>1</sup>. إبراهيم حمادة بسيوني: دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالم الكتب، ط01، القاهرة، 2008، ص208.

<sup>2</sup>. Maxwel Mac Combs, D. Show: **Agenda-Setting and The Political Process: in The Emergence of Political Issues**, Ed Show and MC Combs, 1977, P152.

**الاختيار:** يعتبر الاختيار أحد المفاهيم الرئيسية في نظرية وضع الأجندة، والذي تقوم به وسائل الإعلام في عملية قبول أو رفض مفردة من المفردات الإخبارية، وهذا المفهوم كان قد ابتكره "كيرت لوين" (Krut Lewin) سنة 1947 حول قرارات ربات البيوت بخصوص شراء مواد غذائية، حيث لاحظ أن تدفق المعلومات عبر بعض القنوات التي تحتوى على مناطق بوابات، بخصوص ما إذا كان يسمح للمعلومات أو السلع بالدخول أو التواصل في القناة، وهذه الفكرة طبقها "وايت" (White) عام 1950 في دراسة قرارات محرر القصص البرقية الخبرية في جريدة أمريكية بشأن قبول البرقيات أو رفضها، والتي اعتبرها النشاط الأهم في حراسة البوابة، وعليه فإن نموذج "وايت" شكل الأرضية التي انطلقت منها الأبحاث اللاحقة في عملية اختيار الأخبار من البرقيات الخبرية لوكالات الأنباء.

ينظر أصحاب نظرية وضع الأجندة بأن نظريتهم تُمارس وظيفة المفكرة أن وسائل الإعلام، وتساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وإن كانت غالباً ما تطرح بيانات زائفة، كما تعمل على تكوين الرأي العام بتقديم القضايا التي تهم المجتمع<sup>1</sup>.

#### 4.1. العوامل المؤثرة في وضع الأجندة:

حدد "ماكومبس" و"شو" العوامل التي تؤثر في وضع الأجندة على مستوى الفرد وعلى مستوى وسائل الاتصال<sup>2</sup>:

**على مستوى الفرد:** هناك حاجة الفرد إلى التوجه السياسي والتكيف مع الظروف المحيطة، معدل المناقشات الشخصية، مستوى التعرض لوسائل الاتصال ثم اتجاهات الفرد المسبقة.

- **على مستوى وسائل الاتصال:** هناك مجموعة من المتغيرات تؤثر على شروط وضع الأجندة أهمها: طبيعة النظام السياسي، طبيعة القضايا المطروحة، مستوى تغطية وسائل الاتصال، ثم نوع هذه الوسائل.

وفي كتاب "الاتصال ونظرياته المعاصرة" حدّد "حسن عماد مكاي" العوامل المؤثرة في وضع الأجندة بالشرح والتفسير، حيث ذكر العوامل التالية<sup>3</sup>:

- **طبيعة القضايا ونوعها:** ويقصد بها عما إذا كانت القضايا ملموسة أو غير ملموسة، وأن تأثيرات وسائل الإعلام تزداد في حالة القضايا الملموسة التي يتم إدراكها بصورة أكبر.

- **الاتصال الشخصي:** أن وسائل الإعلام تسهم في تشكيل الأجندة الإخبارية للأفراد الذين يشاركون في محادثات مع الآخرين حول أجندة القضايا التي تثيرها وسائل الإعلام بدرجة أكبر من الذين لا يمارسون الاتصال الشخصي.

<sup>1</sup>. حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد: مرجع سابق، ص 288.

<sup>2</sup>. محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الفرزدق للنشر والتوزيع، ط01، الكويت، 2003، ص 271.

<sup>3</sup>. حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد: مرجع سابق، ص 293.

- نوع الوسيلة: توصلت الدراسات الإعلامية إلى أن التلفزيون يُعد وسيلة فعالة أكثر من الصحف في وضع الأجندة على المدى القصير في حين تحقق الصحف تأثيرات في وضع الأجندة على المدى الطويل.

- أهمية القضايا: افترضت دراسة "كارتر وزملائه" وجود علاقة ارتباط ايجابي بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية وزيادة حصولها على أولويات أكبر، وأشارت إلى زيادة الاهتمام بالقضايا التي تسبب التهديد والخوف مثل: التلوث والايديز عن القضايا التي لا تكون تهديدا مباشرا مثل: الإجهاض والحرب النووية.

- توقيت إثارة القضايا: تقوم وسائل الإعلام بدورها في ترتيب الأولويات أيام الانتخابات بشكل أقوى منها في غير أوقات الانتخابات ومن أمثلة هذه الدراسات: دراسة "روبرتس" حول التنبؤ بسلوك التصويت الانتخابي. ودراسة "بروسياس" و"كيلنجر" حول تأثير وسائل الإعلام على الميول الانتخابية في ألمانيا.

- السمات الديموغرافية: تتمثل في: عدم تجانس الجمهور مثل السن، الجنس، الحالة الاجتماعية والاقتصادية، مستوى التعليم لا تؤثر بشكل مباشر في عملية وضع الأجندة، ولكن الافتراض الغالب أن التعليم يؤثر باعتبار أن المتعلمين أكثر تعرضاً للإعلام المكتوب ويدركون على نحو معين.

### 5.1. الانتقادات الموجهة لنظرية ترتيب الأولويات:

وجه "كاراجيه" وزملاؤه العديد من الانتقادات لبحوث نظرية ترتيب الأولويات<sup>1</sup>:

- تعدد الأساليب المنهجية المستخدمة في إجراء هذه البحوث.
- ضيق المجال الذي تتحرك فيه هذه البحوث.
- غياب الطبيعة التراكمية التي تبتها وسائل الإعلام والتركيز على الآثار قصيرة الأمد.
- غياب الأسس النظرية التي ترتكز عليها هذه البحوث، لأنها تركز على موضوعات وقضايا متخصصة، بدلا من فحص مجالات الاهتمام الممكنة التي تنقلها وسائل الإعلام لعامة الناس.
- وظيفة الأجندة محتملة وليست مؤكدة.
- تحديد أجندة الجمهور اختلفت من دراسة إلى أخرى.
- ليس واضحا ما إذا كانت التأثيرات ناتجة عن أجندة وسائل الإعلام أو عن الاتصال الشخصي.

<sup>1</sup>. حسن عماد مكايي ويلي حسين السيد: مرجع سابق، ص 298.