

نظرية ترتيب الأولويات – وضع الأجندة-

التطور التاريخي لنظرية ترتيب الأولويات:

تتلخص الفكرة الأساسية لنظرية ترتيب الأولويات بأن هناك علاقة إيجابية قوية بين تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة وحجم الأهمية التي يعبرها الجمهور لنفس القضايا. وبالإضافة إلى ذلك فإن هذه النظرية تركز على تركيبة واحدة من المعاني الداخلية، أو مجموعة المعتقدات التي تنتج عن تصوير وسائل الإعلام لها. أي نظام ترتيب الأهمية طبقا للصفات المنسوبة إلى مجموعة من الموضوعات السياسية التي تتناولها الصحافة.

وهناك عوامل عديدة تؤثر في وضع المواد الإخبارية أو الموضوعات الصحفية على الصفحة أو الصفحات أو في إطار المساحات الزمنية أو الخرائط البرمجية في الراديو والتلفزيون. بحيث يمكن أن نقرر نظريا وتطبيقا انه اختيار مقصود وهادف ل:

← لموقع والمساحة والشكل أو عوامل الإبراز المختلفة التي تضع حدود تعبر عن مستوى اهتمام الوسيلة الإعلامية بإخبار إعلامية معينة أو قضايا أو موضوعات بذاتها.

ولذلك أصبح لزاما أن تقوم الصحف ووسائل الإعلام بتنظيم عرض المواد الإخبارية والقضايا والموضوعات في ترتيب يشير إلى أهمية هذه المواد في علاقتها ببعضها، وتتبنى الوسيلة هذا الترتيب بحيث يعبر عن سياستها أو اتجاهها من هذه المواد المنشورة أو المذاعة. ففلسفة نظرية تحديد الأولويات تلتقي مع القول المشهور لأحد علماء الاتصال "انه مهم جدا لدرجة انه حاضرا دائما في وسائل الإعلام، والأخر تافه للحد لذي لا يرى نادرا إلا في وسائل الإعلام" وتفسير هذه المقولة أن تركيز وسائل الإعلام على موضوع معين أو شخص معين أو إعطائه حيزا كبير يعنى للجمهور أن هذا الموضوع أو الشخص له من الأهمية ما يجعله حاضرا باستمرار أو بكثرة في وسائل الإعلام. وترجع الأصول النظرية للبحوث "ترتيب الأولويات" إلى "والتر ليبنمان" Lippmann من خلال كتابة الرأي العام (1922) حيث يرى: "أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير وفي كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة) في عقول الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهتم المجتمع".

وتركز هذه النظرية على أن في مقدور وسائل الإعلام أن تغير الاتجاهات حسب نموذج الآثار الموجودة في دراسات الإعلام المبكرة . وقد تم تجاهل هذه النظرية تماما في الأربعينيات والخمسينات من القرن العشرين. وبعد ذلك بنحو أربعين سنة أعاد الباحث "كوهين" "Cohen" إحياء وجهة نظر "ليبمان" حين زعم أن وسائل الإعلام لا تنجح دائما في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات) ولكنها دائما تنجح في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه (المعلومات) . وقد دعم كل من "لانج ولانج" "Lang" هذا الانطباع من خلال تقريرهما اللذان يشيران فيه إلى أن وسائل الإعلام هي التي توجه الاهتمام نحو قضايا بعينها فهي التي تطرح الموضوعات، وتقرح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد باعتبارهم أعضاء في الحشد، وما الذي ينبغي أن يعرفوه، وما لذي ينبغي أن يشعروا به.

هذا وقد تطورت دراسات الأولويات. فكان الجوهر الذي تتضمنه هذه الدراسات هو دور وسائل الإعلام في زيادة وعي الجمهور بعدد من القضايا العامة والعامة وتزويده بالمعلومات عنها. فلم يعد السؤال الذي تدور حوله هذه الدراسات هو تكوين الرأي العام أو تغير الاتجاه فحسب بل أصبح السؤال ما دور وسائل الإعلام في تنمية معارف معينة عن القضايا العامة، أي أن دراسات ترتيب الأولويات لم تعد تركز على الإقناع وتغير الرأي، بل أصبحت تهتم أيضا بدراسة تأثير وسائل الإعلام في ترتيب أولويات الرأي العام. والجدير بالذكر أن نظرية ترتيب الأولويات أو (Agenda setting) هي من الموضوعات أو الدراسات الحديثة جدا أو المعاصرة حيث تعتبر دراسة "ماكمبس وشو" 1972 «Mccombs and Show» أول اختيار إمريقي لهذه النظرية والتي أثبتت أن هناك علاقة ايجابية قوية بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات معينة وبروز نفس الموضوعات لدى الجمهور المتلقي. وبمفهوم أدق فإن زيادة التركيز على موضوع معين أو قضية معينة بسبب زيادة بروز هذا الموضوع أو تلك القضية عند الجمهور. فالتأثير المتميز لنظرية ترتيب الأولويات يفترض تركيز الاهتمام العام حول قضية أو أحداث معينة وتحديد الأهمية التي يمنحها الجمهور للموضوعات العامة. حيث يميل الناس إلى إبراز أو استبعاد ما تبرزه أو تستبعده وسائل الإعلام. هذا وقد فتحت دراسة «Mccombs and Show» الطريق أمام دراسات ترتيب الأولويات التي تزايدت بصورة سريعة وخاصة خلال العشرين سنة الأخيرة.

الفرضية الأساسية لنظرية وضع الأجندة أنه 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، بعبارة أخرى تحديد الأجندة التقليدية (لأنه يوجد شكل حديث لها) يعني أن تأثير وسائل الإعلام في مجال تكوين الرأي العام يتم بتركيز انتباه الجمهور على من؟ وماذا يفكر؟ هذه الظاهرة وفي زمن عدم وجود التلفزيون كان قد أشار إليها Lippman Walter في كتابه Public Opinion .

ويرجع بعض الباحثين في تاريخ وضع الأجندة إلى أن أول إشارة مباشرة إلى وظيفة الأجندة "ترتيب الأولويات" ظهرت عام 1958 في مقال "لنورتن لونج" إلا أن أفضل تصريح حول هذه الوظيفة ظهر لدى "برنارد كوهن Bernard Cohen" في كتابه الصحافة والسياسة الخارجية عام 1963.

ومن جهة أخرى فالبعض الآخر يرجعها لـ "ليبمان Walter Lippman" الذي يرى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي الكثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل - بيئات زائفة - في عقول الجماهير وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهتم المجتمع" وعند حديثه عن الاستخدامات الرمزية للسياسات أشار "ليبمان" إلى أن السياسات عبارة عن سلسلة من الصورة الذهنية التي يتم نقلها من خلال وسائل الإعلام، وتكون هذه الصور الذهنية "بانوراما" متحركة تقع أحداثها في عالم لا يدركه معظم الجمهور العام".

وهناك نص مباشر لم يلتفت إليه الباحثون من قبل حول وظيفة وضع الأجندة حينما اعتبر "برنارد بيرلسون" 1948 في مقاله المعنون "الاتصالات والرأي العام" أن وسائل الإعلام تعد المسرح السياسي للمناظرات الجارية، ويرى أن هناك بعض الدلائل بأن المناقشات الخاصة حول المسائل السياسية تأخذ مؤشراتهما من عرض وسائل الإعلام لهذه الرسائل، إذ أن الناس يتحدثون في السياسة متماشين في ذلك مع الخطوط التي ترسمها وسائل الإعلام... فوسائل الإعلام بهذا المعنى ترشد وتعلم الجمهور عما يتحدثون.

وتبعاً لهذا النموذج فإن الجمهور لا يتعلم من وسائل الإعلام فحسب المسائل العامة والأمور الأخرى، ولكنه يتعلم كذلك كم تبلغ المسائل من أهمية تبعاً للتأكيد الذي تلقاه من قبل وسائل الإعلام]

إن أحد المفاهيم الرئيسية في نظرية وضع الأجندة هو:

الاختيار الذي تقوم به وسائل الإعلام في عملية قبول أو رفض مفردة من المفردات الإخبارية، وهذا المفهوم كان قد ابتكره Kurt Lewin سنة 1947 حول قرارات ربان 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.

هذه الفكرة طبقها White 1950 في دراسة قرارات محرر القصص البرقية الخبرية في جريدة أمريكية بشأن قبول البرقيات أو رفضها، والتي اعتبرها (القرارات) النشاط الأهم في حراسة البوابة، وعليه فإن نموذج White شكل الأرضية التي انطلقت منها الأبحاث اللاحقة في عملية اختيار الأخبار من البرقيات الخبرية لوكالات الأنباء، وبالرغم من الانتقادات التي وجهت لهذا النموذج من حيث أنه يتجاهل العوامل البنائية التنظيمية في عملية اختيار الأخبار واعتبر المسألة شخصية – التركيز على المحرر – إلا أن White ساهم باسم في مدرسة بحث كاملة حول المبلغين.

وضع الأجندة هي ترتيب الأولويات أو وظيفة المفكرة، ترجع الأصول النظرية لهذه البحوث إلى ولتر ليبمان Walter Lippman الذي أسس لها في كتابه الرأي العام سنة 1922 حين رأى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وإن كانت غالبا ما تطرح – بيئات زائفة – وتعمل على تكوين الرأي العام بتقديم القضايا التي تهتم المجتمع.

لكن الباحثين يعتبرون أن أول إشارة مباشرة للنظرية والإقراء بهذه الوظيفة لوسائل الإعلام – نظرا لتجاهلها تماما في الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين – كانت لـ نورتون لونج Norton Long في مقاله سنة 1958 لوضحها أكثر برنارد كوهن Bernard Cohen، إذ أحيائها بعد ذلك بنحو أربعين سنة في كتابه الصحافة والسياسة الخارجية عام 1963 حين أكد وجهة نظر ليبمان بقوله: "أن وسائل الإعلام لا تنجح دائما في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات) ولكنها تنجح دائما في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه (المعلومات)", أي أنها تعلم جمهورها وترشده إلى ما يجب أن يتحدث فيه، فهي قادرة على تعليمه مدى الأهمية التي تكتسبها المسائل والقضايا.

العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات الجمهور:

تتأثر عملية ترتيب أولويات الجمهور من طرف وسائل الإعلام بعدة عوامل ومتغيرات منها:

- الاتصال الشخصي له تأثير كبير في هذه العملية، فهو يمكن أن يدعم أو ينافس وسائل الإعلام في وضع أجندة الجمهور، ذلك أن العمليات الاجتماعية تؤثر أيضا على أحكام الجمهور حول أهمية قضية أو شخص ما. كما أن الاتصال الشخصي يعزز تأثير أجندة وسائل الإعلام حول القضايا التي يتم تغطيتها بتوسع، بينما يمكن أن ينافس أجندة وسائل الإعلام فيما يتعلق بالقضايا التي تم تغطيتها بدرجة أقل.
- لا يوجد اختلاف واضح في ترتيب الأجندة بين أعضاء الجمهور باختلاف الخصائص أو السمات الديموغرافية أو العامة مثل النوع، التعليم، أو الحالة الاقتصادية.
- درجة التجانس التي يتسم بها المجتمع في هذه الخصائص، فحيث ترتفع درجة التجانس، يزداد الاتصال الشخصي، بحيث يصبح منافسا لوسائل الإعلام في وضع أجندة الجمهور، أو مساندها حسب أهمية الوقائع والأحداث في أجندة المجتمع المحلي المحدود أو الجماعات المتجانسة.
- طبيعة القضية ومدى اقترابها أو ابتعادها عن الخبرة المباشرة لهذه الجماعات أو المجتمعات. فكلما كانت القضية قريبة من الخبرة المباشرة للجمهور انخفضت قدرة وسائل الإعلام على ترتيب أجندة الجمهور في هذه القضايا، بينما في القضايا البعيدة عن الخبرة المباشرة تنجح وسائل الإعلام في التأثير على أجندة الجمهور.
- وفي مجال المقارنة بين وسائل الإعلام انتهت كثير من البحوث إلى أن الصحافة تنجح أكثر من التلفزيون في التأثير على أجندة الجمهور ذلك أن التلفزيون يهتم بالقضايا العامة وليس الفرعية الأكثر تخصصا التي يمكن أن تهتم بها الصحف. وبالتالي فإنه بالرغم من زيادة التعرض إلى التلفزيون إلا أن ذلك لم يؤدي إلى ظهور تأثيره في دعم وظيفة الأجندة، وبالتالي فإن وظيفة ترتيب الأولويات لا ترتبط بمستوى التعرض بقدر ارتباطها بنوعية الوسيلة. لأن التلفزيون بجانب اهتمامه بالقضايا لا يتسم بالعمق والاهتمام بالتفاصيل كما في الصحف. وبالتالي فإن التلفزيون لا يقوم بوظيفة وضع الأجندة للجمهور بينها تقوم الصحف بذلك.

نقد النظرية:

على الرغم من تعدد البحوث التي تمت لاختبار فروض النظرية والتوسع فيها خلال السبعينيات والثمانينات

، إلا أنها ما زالت تتعرض للعديد من صور النقد لبعض جوانبها:

- ففي رأي " جريفين " أنه على الرغم من أن "ماكومبس " و"شو" اعتبرا أن وظيفة الأجندة حقيقة قائمة ، فإن البحوث التالية خلال العقدين السابقين أثبتت أنها نتيجة محتملة وليست مؤكدة، فتحديد أجندة الجمهور اختلف كثيرا من بحث إلى آخر.

ومن جانب يرى "ماكويل ووينداهل " أنه ليس واضحا ما اذا كانت التأثيرات ناتجة عن أجندة وسائل الإعلام أو عن الاتصال الشخصي ، بالإضافة إلى السؤال حول ما إذا كان من الممكن الاعتماد على نتائج تحليل المحتوى ليعطينا مؤشرا في ذاته لتأثير أجندة الإعلام .

- التباين والاختلاف بين صور الترتيب (الأجندات) التي تشملها مثل أجندات الأفراد أو الجماعات أو أجندات المؤسسات مثل الأحزاب أو الحكومات والتأثيرات التي تتم على عملية وضع الأجندة في كل حالة مثل تأثير الاتصال الشخصي .أو تأثير السياسيين وصانعي القرار، على الرغم من وحدة المصدر وهو وسائل الإعلام .

- عدم تحديد مستوى النية أو العمد أو الهدف الخاص بوسائل الإعلام .

- وكذلك بالنسبة أيضا التساؤل حول الشك في نقطة البداية وما إذا كانت تبدأ بواسطة وسائل الإعلام أو بأعضاء الجمهور وحاجاتهم ، وربما بواسطة مؤسسات الصفوة التي تعمل كمصدر لوسائل الإعلام .

المراجع:

حسن عماد مكاوي، ليلى السيد:الاتصال ونظرياته المعاصرة الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2006

محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1998

مي العبدالله نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، 2006