

القسم النظري

الفصل التمهيدي

نظرية وضع الأجندة

القسم النظري

الفصل الأول

١. نظرية وضع الأجندة:

تمهيد:

إن اختيارنا لنظرية وضع الأجندة "ترتيب الأولويات" كمدخل للدراسة، باعتباره أحد الأشكال الخاصة بفروض تأثير وسائل الإعلام، والذي يتضمن إشارة واضحة لوجود علاقة بين حجم التغطية الإعلامية للقضايا وإدراك الجمهور لأهمية تلك القضايا. وكون الدراسة تركز على وسيلة الإذاعات المحلية اليمينية باعتبارها وسيلة اتصال جماهيري تقوم بدور كبير في المجتمع يرتكز في جانب منه على إخبار الأفراد بالأحداث الجارية، ومن ثم فإن العاملين في مجال الاتصال يستخدمون عددا من الأجهزة التكنولوجية للوصول برسائل محددة عبر مسافات شاسعة لعدد من أفراد الجمهور بغرض التأثير. ومن ثم فإن وسائل الإعلام تتحكم في حجم المعلومات ومداها التي تصل إلى الجمهور من خلال عمليات حراسة البوابة ووضع الأجندة^(١). ومن خلالها يمكننا معرفة أجندة القائمين بالاتصال في الإذاعات المحلية اليمينية وكيف تؤثر الأجندة في صنع الرسالة الإعلامية.

- مفهوم وضع الأجندة :

يمكن تعريف الأجندة بأنها مجموعة القضايا أو الأحداث التي يذخر إليها - في توقيت ما- على أنها تحتل مراتب متقدمة في سلم الأهمية. وبذلك يمكن النظر لعملية وضع الأجندة على أنها معركة تنافسية مستمرة بين عدد من القضايا بهدف النجاح في الاستحواذ على اهتمام الإعلاميين المتخصصين والجمهور - سواء العام أو النخبة، ومن ثم فإن دراسة هذه العملية تشكل في النهاية محاولة لتفسير كيفية حدوث التغيير الاجتماعي في المجتمعات

(1) Wilson, James R., and Roy, Wilson, S. Mass Media, Mass Culture, Fifth Edition. (Boston: McGraw Hill, 2001) p.14.

الحديثه (١).

وقد اختلف الباحثون فيما بينهم حول "وضع الأجندة" فالبعض ينظر إليه باعتباره "فرضا نظريا" والآخر يتعامل معه على انه "مفهوم".
ويظهر في بعض الدراسات على انه مجرد مصطلح"، وأحيانا يتم النظر إليه باعتباره "نظرية".

غير أن معظم الباحثين قد اتفقوا في هذا المجال على أن وضع الأجندة هو بمثابة أحد الأشكال الخاصة بفروض تأثير وسائل الإعلام، والذي يتضمن إشارة واضحة لوجود علاقة بين حجم التغطية الإعلامية للقضايا وإدراك الجمهور لأهمية تلك القضايا.
والواضح أن الإعلام في عصر العولمة يلعب دوراً رئيساً في توجيه المجتمع، وبلورة مفاهيمه الحضارية وقيمه الدينية ورؤيته الإستراتيجية.

فقتنية المعلومات والاتصال والإعلام الفضائي، أتاحت الانفتاح على العالم، من خلال تغطيتها للكرة الأرضية بشبكة من الضبط والتوجيه والتبادل المعلوماتي السريع، الذي سمح بتجاوز حدود المكان والزمان، وجعل العالم على اختلاف تنوعه شاهداً على الإبداع الحضاري للإنسان.

هذه النقلة الحضارية تتطلب دون شك إعادة تشكيل بيئة حياة الإنسان الأسرية والمحلية لمواكبة متطلبات تحديات الانفتاح الكوني والتقنيات الجديدة (٢).

(١) منى مجدي فروج، " دور القنوات التليفزيونية الإقليمية والقيادات المحلية في ترتيب أولويات القضايا المحلية لدى الجمهور"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٩٠.

(٢) د. مريم آية احمد، " الإعلام والمؤسسات الثقافية ودورها في تنشئة الأجيال المبدعة"، مجلة الكلمة، لبنان، العدد، ٤٢، شتاء، ٢٠٠٤، ص ٦٥.

المفاهيم الأساسية لنظرية وضع الأجندة.^(١)

"إن وسائل الإعلام قد لا تنجح كل الوقت في تعريف الناس كيف يفكرون ولكنها تنجح بكفاءة في تعريف الناس "فيم يفكرون".

فالفرد الذي يعرض نفسه لأجندة وسيلة إعلامية معينة سوف يكتيف إدراكه للأهمية المذسوبة للقضايا المعروضة في اتجاه يتفق وحجم الاهتمام الممنوح لهذه القضايا في الوسيلة المستخدمة. أي تكون هناك علاقة إيجابية قوية بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات معينة وتركيز أو بروز الموضوعات نفسها لدى الجمهور المتلقي.

ويختلف الدور التآثيري لوضع الأجندة عن التأثير الإقناعي الذي تتضمنه نظرية الحقنة تحت الجلد.

فالتأثير المتميز لوضع الأجندة يفترض تركيز الاهتمام العام حول قضايا أو أحداث معينة أو أشخاص معينين وتحديد الأهمية التي يمنحها الجمهور للموضوعات العامة حيث يميل الناس إلى إبراز ما تبرزه وسائل الإعلام أو استبعاد ما تستبعده وسائل الإعلام. فوسائل الإعلام تتسم بالذيق والانتشار ولكنها ليست بالضرورة أداة إقناع في كل الحالات".

إن أهم المفاهيم الأساسية التي وردت عن نظرية وضع الأجندة تنحصر في: "أن وسائل الإعلام تؤثر بشكل مباشر وقوي على الرأي العام إلا أن طريقة استخدام الناس لوسائل الإعلام تؤثر في دور وسائل الإعلام وتأثيرها على القضايا العامة"^(٢). إن زيادة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام يزيد من قدرته على وضع تصورات أو حلول للمشكلات والقضايا العامة.

والرأي العام يؤثر في أجندة وسائل الإعلام إلا أن الاتجاه العام هو انتقال الأجندة من

(١) Werner J. Severn & James W. Tankard, JR, Communication Theoris: origins, Method, Uses, 3rd dition (Newyork: Hostings House publishers, 1984., pp. 207-227

(٢) سامي الشريف، "مدخل في نظريات ونماذج الاتصال"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩٧، ص ص ١٠٩-١١٧.

وسائل الإعلام إلى الجمهور.

ثم إن تناول قضايا معينة في وسائل الإعلام قد يكون له تأثيرات هامة على المدى القصير غير أن التركيز على قضايا معينة على المدى الطويل يدعم نوعية معينة في القيم الاجتماعية".

" لذلك فإن وسائل الإعلام تخلق نوعاً من السيطرة في المجتمع وهذا المصطلح يشير إلى دور وسائل الإعلام في جعل قيماً وأفكاراً معينة تسيطر أو تسود في المجتمع. وهذا يعني أنها تقوم بدور حارس البوابة (Gate keeper) أو الناقل للأفكار والقضايا ذات الصلة الشرعية". (١)

تقوم وسائل الإعلام بدور جديد لكل قضية تحتل مكاناً في أولويات اهتماماتها حيث تختار الأفكار والآراء بشكل متناغم مما يخلق صورة ذهنية بموضوعية هذه القضايا وتعبيرها عن الحقيقة السياسية".

وفي هذا الجانب نجد " بأن هناك العديد من المصادر تستخدم عند وضع الأجندة لدى الجمهور وليس فقط لدى وسائل الإعلام مثل (الخبرة الشخصية، الظروف المحيطة، تأثير الجماعة والبيئة)، وقد تحظى الموضوعات الخاصة بالدراسة بأهمية من جانب الجمهور لأسباب أخرى غير الاهتمام بوسائل الإعلام منها (الاهتمام الشخصي، الارتباط القضية بمصلحة شخصية أو محلية ولكنها ذات تأثير آني أو مستقبلي على هذا الجمهور". (٢)

رؤية الباحثين لدور نظرية وضع الأجندة .

تقتضئ نظرية " وضع الأولويات – الأجندة" (Agenda- Setting- Theory) أن وسائل الإعلام لا تستطيع تقديم كل الموضوعات دائماً، وإنما يختار القائمون على وسائل الإعلام بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة، والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تثير تدريجياً اهتمامات الناس وتفكيرهم وتجعلهم يشعرون بالقلق منها وبشأنها

(١) بسيوني إبراهيم حمادة، دور وسائل الإعلام والسياسة، القاهرة، دار نهضة الشروق، ١٩٩٧م، ص ٢٩-٣٩.

(٢) د. سوزان القليني، الاتصال ووسائله ونظرياته، د. ط، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥، ص ١٨٢.

وبالتالي تشكل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية كبيرة نسبياً عن الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام.^(١)

ويرى (ما كومبس وشو) (McCombs & Shaw) بأن نموذج وضع الأجندة يؤكد وجود علاقة إيجابية بين ما تؤكد وسائل الإعلام في رسائلها، وبين ما يراه الجمهور هاماً، أي أن دور وسائل الإعلام يسهم في ترتيب الأولويات عند الجمهور. ومن ثم فإن وسائل الإعلام بهذا المعنى تقوم بمهمة تعليمية.^(٢)

وتبعا لنموذج برلسون (Bernard Berelson) (١٩٤٨م) فإن وسائل الإعلام هي التي ترشد وتعلم الجمهور بما يتحدثون والجمهور لا يتعلم من وسائل الإعلام فحسب حول المسائل العامة والأمور الأخرى، ولكنه يتعلم كذلك كم تبلغ هذه المسائل من أهمية تبعا للتأكيد الذي تلقاه من قبل وسائل الإعلام.^(٣)

أي أن الإعلاميين يلعبون دوراً هاماً في تشكيل حياتنا الاجتماعية، حينما يمارسون دورهم في اختيار وعرض الأخبار علناً وترتيب الأولويات فيها. فالأولويات التي تعرضها وسائل الإعلام على الجمهور تكون هي نفسها الأولويات لدى الجمهور كما أشرنا من قبل.

وهكذا، فإن دور وضع الأجندة للاتصال الجماهيري - تتمثل في مقدمتها للتأثير على تغيير المعرفة عند الأفراد وبناء تفكيرهم، وهنا يكمن أهم تأثير لوسائل الاتصال، وهو مقدرتها على ترتيب العالم وتنظيمه لنا.^(٤)

إن ترتيب الأولويات - أي وضع الأجندة كعملية تأثيرية لوسائل الإعلام - تتمثل

(١) حسن عماد مكاوي، دور تليفزيون سلطنة عمان في وضع أولويات القضايا الإخبارية لجمهور المشاهدين، دراسة مسحية لعينة من طلاب الجامعة في سلطنة عمان، بحوث الاتصال، ع(٦)، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ديسمبر، ١٩٩١م، ص ١٢٠.

(2) Ronald Shaw and Maywell McCombs, The Emevgence of American political issues: The Agenda-Setting Function of the prest, st. paul.: West publisher co, 1977, p.5.

(٣) د. صالح خليل أبو أصبع، قضايا إعلامية، ط٢، الأردن، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م، ص ٣٧.

(4) Ronald Shaw and Maywell McCombs: op. cit, p.11-12.

(٥) د. صالح خليل أبو أصبع، مرجع سبق ذكره، ص ٣٧.

عمليا في كونها نصيرا أكبر في صنع الثقافة السياسية للجمهور، بحيث أنها ترتبط بين تصور إدراك الناس للواقع السياسي وبين الشؤون والاهتمامات السياسية اليومية، ويمكن أن تلعب وسائل الإعلام من خلال ترتيب الأولويات دورا اجتماعيا بتحقيق الإجماع حول بعض الاهتمامات عند الجمهور التي يمكن أن تترجم فيما بعد باعتبارها رأيا عاما^(١).

إن نظرية وضع الأجندة تتصل في أساسياتها بقدرة وسائل الإعلام الإخبارية على إبراز أهمية القضايا السياسية وتشكيلها بذهن الجمهور، لما لها من دور في انتقاء وتسليط الضوء على بعض الأحداث، أو الشخصيات أو القضايا المعنية، وعبر تكرارها لهذه العملية. ومن واقع الاتساق بين ما تقدمه وسائل الإعلام يبدأ الجمهور في تبني الأجندة بما يقوده للتصديق والإقناع الفعلي بأهمية وبروز هذه الأحداث والشخصيات والقضايا دون غيرها^(٢).

إن نموذج (Agenda-Setting) يعبر عن مقدرة وسائل الاتصال الجماهيرية في التأثير على وعي الجمهور بقضايا مختلفة ولفت انتباهه نحوها. فبحكم أن الأخبار والمعلومات كثيرة ومتنوعة، فإن وسائل الاتصال الجماهيرية لا يمكن تغطيتها بنفس القدرة من الأهمية، بالإضافة إلى أن الجمهور لا يستطيع استيعاب كل ما تنقله وسائل الاتصال الجماهيرية، لذا فهناك علاقة وثيقة بين الطريقة التي تقدم بها وسائل الإعلام الإخبارية الموضوعات وبين ترتيب أهمية هذه الموضوعات^(٣).

حيث يجري التركيز على مواضيع معينة توحى للجمهور بأنها الأكثر أهمية، وتأخذ الأولوية في سلم اهتماماته عن المواضيع الأخرى.

وبناء على نموذج ترتيب الأولويات يتحقق تأثير وسائل الاتصال من خلال المظاهر

التالية :

(١) Ronald Shaw and Maywell McCombs: op.cit, p.151-152.

(٢) د. محمد فضل الحديدي، نظريات الإعلام - اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، د.ط، دمياط، مصر مكتبة نانسى، ٢٠٠٦م، ص ٦١.

(٣) عزيز لعبان، "إشكالية التأثير: من الأثر المؤكد إلى الأثر المحتمل"، الطاهر بن خرف الله، الوسيط في الدراسات الجامعية. الجزء ١١، دار هومة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥، ص ١٢.

- تهيئ وسائل الاتصال الجو لمناقشات ومناظرات حول السياسة والتي تتماشى مع الخطوط التي ترسمها وسائل الاتصال فهي ترشد الناس عما يتحدثون عنه.
- تقوم وسائل الاتصال بتعليم الناس أهمية المسائل التي تعرضها.
- تلعب وسائل الاتصال دوراً رئيساً في تشكيل الحياة الاجتماعية وذلك من خلال اختيارها وعرضها للاختيار وترتيب الأولويات التي تحدد المسائل الهامة للجمهور.
- إن أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال في التأثير على الجمهور يتمثل في كون مقدرة الاتصال الجماهيري التأكيد على معارف الناس وتقوم ببناء تفكيرهم إذ أنها ترتب العالم وتنظمه عقلياً للجمهور. (١)

الأصول النظرية لبحوث ترتيب الأولويات:

لم تكن فكرة (ترتيب الأولويات) جديدة عندما قدمها كل من (ماكومبس وشو) McCombs & Shaw عام ١٩٧٢م. فهذه الفكرة قد ظهرت في أدبيات العلوم السياسية بالتعبير نفسه أحياناً.

وهناك من الكتاب من يرجعها إلى كتابات (والتر ليمان) Lippman حول (الرأي العام) والتي نشرت عام ١٩٢٢م وناقش فيها الدور الذي تقوم به وسائل الاتصال الجماهيرية في تشكيل وبناء الصور (٢). واستناداً إلى نظرية النمط المقولب فإن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير وفي كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل بيانات زائفة "Pseudo-Environments" في عقول الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهتم المجتمع (٣).

منذ البداية ارتبطت نظرية (ترتيب الأولويات) مباشرة بمجالات (الاتصال السياسي)

(١) برهان شاوي، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، ط١، الأردن- إربد، دار الكندي، ٢٠٠٣، ص ١٧٦.

(2) Werner J. Severn & James W. Tankard, JR, Communication Theoris: origins, Op.cit., p.253.

(٣) حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط١، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨، ص ٢٨٨.

وقد أسهمت الدراسات العلمية في تقديم أربعة مداخل لدور وسائل الإعلام في بناء الحقيقة السياسية في المجتمع وهي:

١. الصورة الذهنية
٢. وظيفة إضفاء المكانة .
٣. الأحداث الزائفة(الوهمية).
٤. وظيفة (وضع الأجندة).^(١)

وقد أسهب الباحثون في مجال (ترتيب الأولويات) في ذكر تأثير(برنارد كوهين)Cohen في بحثه عن (الصحافة والسياسة الخارجية) ١٩٦٣م- وبشكل خاص عبارته (*التي تقول: (إن الصحافة قد لا تنجح في كثير من الأوقات في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون أي "الاتجاهات" What to think، ولكنها تنجح بشكل مذهل في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه أي "المعلومات" What to thin about)^(٢). وقد دعم كل من (لانج ولانج)Lang & Lang هذا الانطباع عام ١٩٩٦ من خلال تقريرهما الذي يشير 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 الذي ينبغي أن يشعروا به). وأكد الباحثان (لانج ولانج)Lang & Lang في العام(١٩٦٨) على التأثير المتراكم للمعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام في رسم الصورة الذهنية السياسية لعامة الناس في فترة الانتخابات. حيث خلص الباحثان إلى أن وسائل الإعلام هي التي تبني القضايا وتحدد الشخصيات، وتقوم بذلك الوظيفة على فترة طويلة،

(١) بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص ٢٦٧- ٢٨٠.
 (*) يرى الدكتور بسيوني حمادة أن ما طرحه (كوهين) ١٩٦٣- من التمييز الدقيق بين ما اسماء قدرة وسائل الإعلام في التأثير على نوعية القضايا التي نفكر فيها ، نهتم بها، وعدم قدرتها في التأثير على (الاتجاه) نحو القضايا التي نهتم بتأ، في حاجة إلى إعادة نظر، إذ يصعب الفصل بين معارف المرء واتجاهاته إلى هذا الحد، وإذا كان لوسائل الإعلام القدرة على تركيز اهتمام المرء بقضية معينة، فمن المحتمل أن تؤثر في اتجاهه نحو القضية ذاتها. انظر:
 بسيوني إبراهيم حمادة، الاتجاهات الحديثة في بحوث الأجندة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، ديسمبر، ١٩٩٨م، ص ٣١٩-٣٤٨.

(2) Werner J. Severn & James W. Tankard, JR, (1984) Op.cit., p.253.

وبالتالي يكون من الصعب ادراك هذا التأثير، ورؤيته على الطبيعة، وغالبا ما يتم هذا التأثير بشكل غير مباشر من خلال تهيئة المناخ السياسي ورسم الصورة الذهنية للأحزاب والمرشحين، وبالتالي تؤثر وسائل الإعلام في النهاية على أصوات الناخبين).

ويتفق (نيمو) Nimmo - ١٩٧٠م مع هذا الرأي حيث أكد بأن: (وسائل الإعلام تساعد على تحديد أولويات الجمهور من خلال تحديد القضايا التي تختلف بشأنها وجهات النظر وتصلح للنقاش الجماهيري...) ويؤكد عالم السياسة (كوب والدر) Cobb&Elder - ١٩٧١ - على أهمية وضع الأولويات في تحديد القضايا التي يتم الاختيار من بينها، والتي تلعب دوراً مهماً في وضع تلك الأولويات للناس.^(١)

و من بين العديد من الفروض التي تناولت تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري فإن واحداً منها ظل موجوداً بقوة على الساحة البحثية في السنوات الأخيرة. وهذا الفرض يقوم على أساس أن وسائل الاتصال تقوم - فقط - بجذب الانتباه إلى بعض القضايا وتهمل قضايا أخرى، وهي بذلك تؤثر على الرأي العام، حيث أن الجمهور يتبنى ذلك الترتيب لقائمة القضايا المختلفة والتي حددتها وسائل الإعلام ويبدو أن هذا الافتراض قد سلم من الشكوك التي روجتها البحوث المبكرة عن أي فكرة للتأثيرات القوية لوسائل الإعلام (وذلك في مرحلة التأثيرات المحدودة) وسبب ذلك - بشكل أساسي - أن ذلك الفرض يتناول التعلم Learning وليس (تغيير الاتجاه أو تغيير الرأي) بشكل مباشر وقد أثبتت الدراسات أن معظم التأثيرات المحتملة لوسائل الإعلام تقع على (المعلومات) ويقدم فرض (ترتيب الأولويات) طريقة لربط هذه النتيجة بإمكانية التأثير على الجمهور من خلال وظيفة التعلم Learning "Function" التي تقوم بها وسائل الإعلام . فالجمهور يعلم ما هي القضايا المطروحة وكيف يربتها حسب أهميتها.^(٢)

- الأساليب البحثية المتبعة في دراسات (ترتيب الأولويات) لاكتشاف العلاقة

(١) حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص ٢٨٩-٢٩٠.

(2) Denis Mcquail & Windahl, "Communication Models: For the study of mass communications" 2nd edition, (London and New York: Longman, 1993) p.104.

السببية:

تمثل (ترتيب الأولويات) عملية، أي سلسلة من الأحداث والأنشطة التي تقع عبر الزمن. وللبحث عن العلاقة السببية بين متغيرات العملية لا يمكن أن يتم ذلك عبر فترة زمنية واحدة، لذلك فإن الاتجاه البحثي الحديث هو: دراسة (اهتمامات) الإعلام والجمهور عبر أكثر من فترة زمنية، بالإضافة إلى الاعتماد على الأسلوب التجريبي.^(١)

وقد اعتمدت الدراسات التجريبية (وشبه التجريبية) على التصميم القبلي-البعدي (Pre-test, Post-test) مما أعطى دليلاً تجريبيًا على أن العلاقة بين (الأجندتين) هي علاقة سببية أحادية الاتجاه تسير من (الوسائل) إلى (الجمهور) وليس العكس.^(٢)

وتتميز الدراسات التجريبية وشبه التجريبية عن غيرها بالتحكم في المتغيرات الأساسية للدراسة، وهو تحكم نسبي تمليه ظروف الدراسات الاجتماعية، فالباحث في هذه النوعية من الدراسات يقوم بدراسة قبلية على الجمهور قبل إذاعة أو نشر المادة الإعلامية، ثم يقوم بدراسة بعدية لنفس الجمهور بعد إذاعة أو نشر المادة الإعلامية بما يتيح قياس التأثير الفعلي للمادة الإعلامية... كما وسعت تلك الدراسات من (الدراسة الميدانية) لتشمل: واضعي السياسة، وجماعة الصفوة، والجماعات الضاغطة. كما درس الباحثون في هذا المجال تأثير وسائل الإعلام على (أجندة) وسائل الإعلام نفسها، وكذلك تأثير وسائل الإعلام على السياسة. ولا شك أن ذلك يمثل متغيرات ومجالات جديدة تفتح آفاقاً رحبة أمام الباحثين في مجال الإعلام.. أما العيب الأساسي لهذه الدراسات التجريبية فهو أنها تنظر لعملية (ترتيب الأولويات) من منظور يقوم على التأثير قصير الأجل، أو التغيير المفاجئ (والدرامي) لاهتمامات الجمهور بناء على تغطية أحداث معينة.^(٣)

(١) بسيوني إبراهيم حمادة، الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة، مرجع سبق ذكره، ص ٣٣٦.

(٢) خالد صلاح الدين حسن، "دور التلفزيون والصحافة في توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، ١٩٩٧، ص ٣٤.

(٣) بسيوني إبراهيم حمادة، دور وسائل الإعلام والسياسة- دراسة في ترتيب الأولويات، مرجع سبق ذكره، ص ١٩٣-١٩٤.

- ومن أمثلة تلك الدراسات التجريبية في مجال (ترتيب الأولويات):
 - دراسة (فاي لوماكس كوك Fay Lomax Cook - وآخرون) ١٩٨٣م والتي تناولت تأثيرات عملية ترتيب الأولويات على الجمهور العام، وقادة جماعات المصالح، وصانعي القرار السياسي.^(١)
 - دراسة (ديفيد بروتس David protess وآخرون) والتي استهدفت معرفة تأثير سلسلة من التحقيقات الصحفية في ترتيب أولويات كل من الجمهور العام والنخبة ووسائل الإعلام ذاتها.^(٢)
- أما الدراسات المطولة والتي تجري خلال فترتين زمنييتين أو أكثر، فقد اعتمدت على المعامل الإحصائي الذي يقيس الفترات الزمنية المتقاطعة Cross-Lagged panel Correlation (CLPC)، كما اعتمدت الدراسات المطولة على تحليل السلاسل الزمنية Time- Series الذي يقارن بين (أجندة الوسائل) و(أجندة الجمهور) خلال فترات متعددة، ويتيح هذا الأسلوب تحديد اتجاه السببية Causal direction بين (الأجندتين) والتعرف على قوة العلاقة السببية بينهما عبر الفترات المختلفة، وحول القضايا المختلفة.^(٣)
- ومن أمثلة الدراسات المطولة التي اعتمدت على أسلوب (تحليل السلاسل الزمنية):
- دراسة (كيم سميث Kim A. Smith - ١٩٨٧) التي تناولت طبيعة العلاقة السببية بين (اهتمامات إحدى الصحف المحلية) و (اهتمامات الجمهور) بالنسبة لسبع قضايا مختلفة، وأشارت نتائجها إلى أنه بينما كانت هناك تأثيرات متبادلة بين الصحيفة والجمهور في بعض القضايا، فإن التأثير اتجه من (تغطية الصحيفة) إلى (إدراك الجمهور) للقضايا الأخرى.^(٤)
 - دراسة (شانتو اينجر وي دم سيمون Iyengar & Simon - 1993) التي تناولت

(1) Fay Lomax Cook, Tom R. Tyler, Edward G. Goetz, Margaret T. Gordon, David protess, Donna R. Lef and Harvey L. Molotch (1983) Op.cit., pp.16-35.

(2) Margaret Gordon, 1985, pp.18-37. David protess Donna R. Lef, Stephen C. Brooks,

(٣) خالد صلاح الدين حسن، رسالة ماجستير غير منشورة، مرجع سبق ذكره، ص ٣٤.

(4) Kim A. Smith, ' Newspaper Coverage & public concern about community Issue: A Time-series Analysis "Journalism Monographs, No.101, pp.1-32.

تأثيرات وسائل الإعلام أثناء حرب الخليج، واعتمدت على أسلوب السلاسل الزمنية Time - Series لتتبع العلاقة بين اهتمامات وسائل الإعلام واهتمامات الجمهور في كل شهر من إبريل ١٩٩٠ وحتى مارس ١٩٩١ م.^(١)

أما العوامل التي تؤثر في وضع الأولويات فهي:-

- ١- طبيعة القضايا.
- ٢- أهمية القضايا.
- ٣- الخصائص الديموغرافية.
- ٤- الاتصال الشخصي.
- ٥- توقيت إثارة القضايا.
- ٦- نوع الوسيلة المستخدمة.
- ٧- المدى الزمني لوضع الأولويات.^(٢)

الانتقادات الموجهة لنظرية ترتيب الأولويات:

من الانتقادات المبكرة التي وجهت إلى نظرية (ترتيب الأولويات) هو أن ما توصل إليه (ماكومبس وشو) McCombs & Shaw - عام ١٩٧٢ - من وجود ارتباط إيجابي قوي بين أولويات الوسائل الإعلامية وأولويات الجمهور لا يعني بالضرورة تحقق السببية. فمن المحتمل أن تعكس التغطية الإخبارية بالوسائل الإعلامية اهتمامات الجمهور "... وحتى البحوث التي أجريت بعد ذلك لم تستطع الإجابة بشكل حاسم على الأسئلة الخاصة بالعلاقة السببية ولم تحدد بشكل قاطع (من يؤثر في من؟)، فمن الممكن، أن تؤثر أجندة وسائل الإعلام في أجندة الجمهور كما ينتهي الفرض الخاص بالنظرية. ولكن من الممكن أيضاً أنه قد تؤثر أجندة الجمهور في أجندة الإعلام وخصوصاً أن نقد (نظرية الغرس) يتجه إلى أن الارتباط ليس سبباً، فقد تعكس الصحف والتلفزيون ببساطة اهتمامات الجمهور. ومن الأسئلة المطروحة في مجال دراسات (بناء الأجندة) لماذا لا يكون الجمهور هو السبب في وضع

1) (Shanto Iyengar, Adam Simon, 1993, op.cit, pp.365-385.

(٢) (برهان شاوي، مرجع سبق ذكره، ص ١٧٧.

أجندة وسائل الإعلام؟^(١) وهذا يتفق أيضا مع نظرية الاستخدامات والاشباعات التي تهتم بتحليل دوافع الأفراد إلى التعرض لوسائل الإعلام. ومع ذلك فإنه لا يمكن أن نغفل تأثيرات القوى الاجتماعية والنفسية في السياسات الإعلامية والتي تجعلنا نعود مرة أخرى إلى قبول الفرض الأساسي لنظرية وضع الأجندة وذلك إلى أن يتم التوسع في اختيار الفرض العكسي الخاص بتأثير الجمهور على وضع أجندة وسائل الإعلام متى أمكن عزل تأثيرات القوى الاجتماعية والنفسية الأخرى التي تتدخل في بناء العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور^(٢) ويفسر (ريتشارد كارتر وآخرون) Richard F. Carter et al تلك الاختلافات بتباين الباحثين حول مفهوم الوظيفة الإعلامية ذاتها. فهل يغلب أن تقوم وسائل الإعلام بدور حارس البوابة (Gatekeeper) أم دور مراقبة البيئة (Surveillance) فوفقا للرأي الأول فإن وسائل الإعلام تقوم بدور الحارس الذي يتحكم في (الأجندة) الإخبارية وتضع بذلك أولويات الجمهور أما وظيفة (مراقب البيئة) فهي تشير إلى أن وسائل الإعلام تعكس ما يجري في المجتمع، ومن ثم فإن حاجات وأولويات الجمهور هي التي تحدد وتضع (الأجندة) الإخبارية لوسائل الإعلام.^(٣)

وهذا يعني (إن نظرية وضع الأجندة) بحاجة إلى توسيع مرجعيتها النظرية لتشمل كامل الموضوع المطروح في الأجندة وكيفية نشوئه. ويجب، في الوقت نفسه، تحديد وتأطير عناصر البحث بشكل واضح، لأن احتضان النظرية لجمع العناصر والمتغيرات الموجودة في منهجيات الأبحاث العلمية، يجعلها غير صالحة للتوصل إلى نتائج مرضية.^(٤)

"لذلك فإنه من الضروري العمل على إبراز بعض الروابط الأساسية بين المنطق الداخلي لعمل الإعلام الجماهيري وبين معايير البناء والصيرورات الرمزية التي يؤديها

(١) د. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤، ص ٢٨٣.
(٢) المرجع نفسه، نفس المكان.

(3) Richard F. Carter, Keith R. Stamm and Katharine Heintz Knowles, "Agenda- Setting and consequentiality" Journalism Quarterly, Vol.69, No.4, Winter 1992, pp.868-877.

(٤) G. Lang & K. Lang, "Watergate and Explorations of Agenda- Setting Building process", Ed. Wilhoit Mass Communication Review Yearbook, Vol.2, Sage, Beverly Hills, 1981, in holf Teorie delle comunicazioni di Massa, cit., p.162.

النشاط الاتصالي، والتأثيرات المعرفية التي يستطيع الإعلام ممارستها على المتلقي، من خلال وسائط معقدة بين المتغيرات كافة. (١)

- نموذج تدفق المعلومات ووضع الأجندة :

تكمن القيمة الحقيقية لنموذج تدفق المعلومات في قدرته على تخطي حدود الزمن وإثارة اهتمام الباحثين حتى الوقت الحالي. ولعل من أبرز الدراسات الحديثة التي تركز على هذا النموذج دراسة ويمن WEIMANN عام ١٩٩٤م، والتي تتعلق بشرح مفهوم ترتيب أولويات القضايا من خلال تدفق المعلومات عبر مرحلتين، إذا يوجد مجموعة " المؤثرون " Influentials " يقومون بجمع ونشر وتنقيح تدفق المعلومات من وسائل الإعلام إلى المجتمع .

وتعتمد هذه الدراسة على تحديد الأشخاص المؤثرين من خلال مقياس "قوة الشخصية Strength of personality" مكون من عشر جمل (*) ويهدف إلى التعرف على قادة الرأي من خلال تفاعلهم مع وسائل الإعلام وتأثيرهم في أجندة الجمهور. وقد تم تطبيق هذا المقياس في ألمانيا وإسرائيل لتحديد ماهية الأشخاص المؤثرين وربط ذلك بعملية وضع الأجندة، وأثبتت الدراسة أن الأفراد الذين حصلوا على درجات عالية في المقياس يختلفون عن الأفراد الآخرين في أجندتهم الذاتية، كما أنهم حددوا بداية ظهور قضايا جماهيرية بشكل أسرع من غيرهم.

وانتهت الدراسة إلى "... أن الأشخاص المؤثرين يمارسون قيادتهم وتأثيرهم من خلال تفوقهم الاجتماعي في مجال التعليم والدخل والوظيفة، ويتمتعون بقاعدة شعبية كبيرة، كما يمكنهم الوصول إلى مواقع اجتماعية متميزة في شبكات الاتصال داخل الجماعة

(١) د. فريال مهنا، علوم الإعلام والاتصال، ط١، دمشق، دار الفكر، مارس، ٢٠٠٢، ص ٢٧٥.

(*) تتمثل جمل المقياس فيما يلي:

أعتمد عادة على كوني ناجحاً في كل ما أفعل، نادراً ما أكون متأكداً من رد فعلي، أحب أن أتحمل المسؤولية، أحب أن أقود مجموعة تفعل شيئاً ما معاً، أتمتع بمهارة إقناع الآخرين بأرائي، ألاحظ أنني قدوة للآخرين، أنا متميز في الحصول على ما أريد، عادة ما أسبق الآخرين بخطوة، أمتلك عدد من الأشياء يحسدني الناس عليها، عادة ما أعطي النصيحة للآخرين وأقترح عليهم ماذا يفعلون.

بقوة شخصيتهم، ويتميزون أيضاً بنشاطاتهم الملحوظة مما يجعلهم يمثلون بالنسبة للآخرين مصدرًا للمعلومات و عاملاً مؤثراً في صنع القرار^(١). وعلى الرغم من ارتباط تعريف الأشخاص المؤثرين بمفهوم قادة الرأي من الناحية النظرية، إلا أن هناك فروقاً جوهرية بين كل منهما تتمثل فيما يلي:

١. أكد (لازر سفيلد) على أن قادة الرأي موزعون على مختلف المستويات الاجتماعية، بينما نجد أن الأفراد المؤثرين يتركزون في الطبقات الاجتماعية العليا (الصفوة).

٢. أكد كاتز على أن قادة الرأي يختلفون من موضوع لآخر، بينما نجد أن الأشخاص المؤثرين يبدون نشاطهم في عدد من المجالات.

٣. وفقاً للمفهوم الكلاسيكي لقادة الرأي فإنهم يتعرضون لوسائل الإعلام بشكل كبير، بينما نجد أن هذا الأمر لم يظهر ارتباطه بالأشخاص المؤثرين، إذ أنهم يعتمدون على مصادر شخصية ولهم أنماط خاصة في التعامل مع وسائل الإعلام، ولكن ذلك لا يعني بالضرورة التعرض المكثف لها.

٤. يقوم مفهوم قادة الرأي على التقسيم الثنائي للأفراد ما بين قائد وتابع، بينما يمثل التأثير - وفقاً لمقياس قوة الشخصية - متغيراً مستمراً.

ويتضح مما سبق أن الأشخاص المؤثرين لا يمثلون بالضرورة قادة الرأي وفقاً للتعريف الأصلي له، ولكنه يقدم مفهوماً جديداً متطوراً يتناسب بشكل أكبر مع السمات المعقدة في الواقع ويقدم إجراءً قياسياً أدق لهؤلاء الأشخاص.

وتأتي دراسة بروز ياس وويمان (Brosius & Weimann) لتسلط المزيد من الضوء على نموذج تدفق المعلومات على مرحلتين وعلاقته بوضع الأجندة من خلال التركيز على الدور الذي يلعبه أفراد بعينهم "المدركون الأوائل Early Recognizers" كحلقة وصل بين الجمهور ووسائل الإعلام.

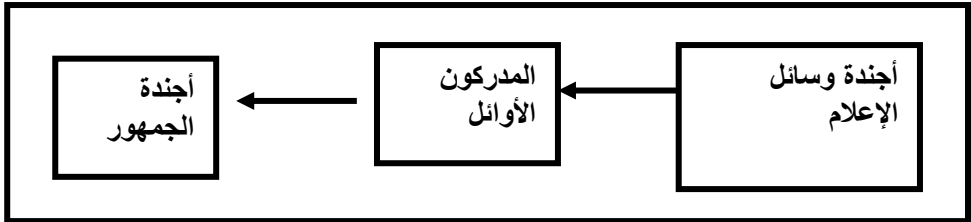
(1) Weimann.G.The Infuentials:Back to the Concept Opinion Leaders, public opinion quarterly, vol:55,No:2,1991.pp:267-279.

وقد أكد الباحثان في البداية على أنه لا ينبغي النظر إلى قادة الرأي على أنهم يحلون محل دور شبكات الاتصال الشخصي، ولكنهم في الحقيقة يعيدون التأكيد على دور الجماعة مرة أخرى، فمن خلال التفاعل الاجتماعي والاتصالات الشخصية والشبكات الاجتماعية المختلفة ينشط المدركون الأوائل ويقومون بنشر وتلقيح وتعزيز تدفق المعلومات، ومن ثم تصبح وسائل الإعلام جزءاً من البيئة التي يعمل في إطارها قادة الرأي، الذين يمثلون بدورهم بناءات تفاعلية مؤسسية سواء رسمية أو غير رسمية^(١).

وتضيف بأن الباحثان (بروزياس وويمان) (Brosius&Weimann) قدما أربعة نماذج نظرية محتملة لعملية تدفق المعلومات على مرحلتين، بحيث تركز كل منها على الوظائف المحتملة للمدركين الأوائل، وهي على النحو التالي:

- نماذج نظرية لعملية تدفق المعلومات على مرحلتين: ١. النموذج التقليدي لتدفق المعلومات على مرحلتين:

شكل رقم (١)



(١) منى مجدي فرج، مرجع سبق ذكره، ص ١١٧.

ويتمثل دور المدركين الأوائل وفقاً لهذا النموذج في نقل ونشر أجندة وسائل الإعلام لأفراد الجمهور، وهذا يتفق مع المفهوم الكلاسيكي لتدفق المعلومات على مرحلتين، والذي ظهر على يد (لازرسفيلد) وزملائه.

٢. النموذج العكسي لتدفق المعلومات على مرحلتين:

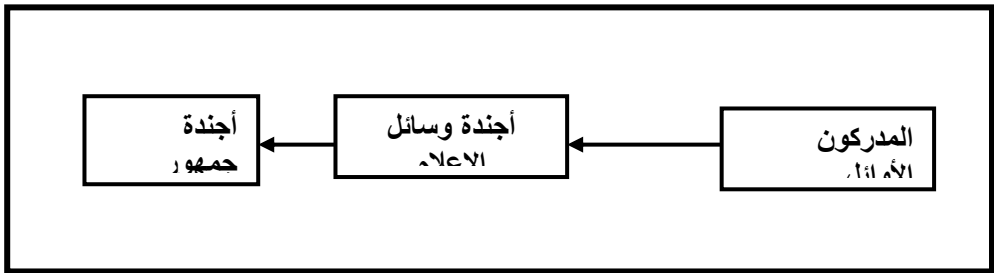
شكل رقم (٢)



ويقترح هذا النموذج أن اهتمامات الجمهور تتدفق في البداية إلى وسائل الإعلام من خلال أجندة الجمهور بينما يقوم المدركون الأوائل بوظيفة توصيل هذه الاهتمامات .

٣. البدء الكلاسيكي للوسائل الإعلامية (وضع الأجندة) .

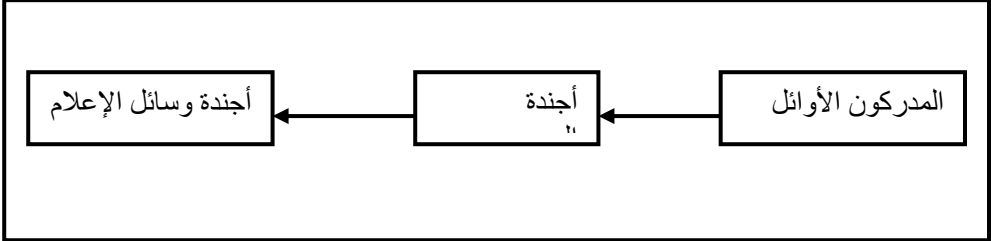
شكل رقم (٣)



يوضح هذا النموذج أن المدركين الأوائل هم الذين يبدعون عملية وضع الأجندة لوسائل الإعلام التي تقوم بدورها بوضع أجندة الجماهير.

٤ . البدء العكسي لعملية وضع الأجندة.

شكل رقم (٤)



يقترح هذا النموذج أن المدركين الأوائل هم البادئون للعملية العكسية لوضع الأجندة والتي تؤثر فيها أجندة الجمهور على أجندة وسائل الإعلام. وإلى جانب ذلك توصل الباحثان إلى أن جميع النماذج السابقة يمكن أن تكون صحيحة وفقاً لعنصر الوقت. والقضية موضوع الاهتمام. وركزا على أن تدفق القضايا بين وسائل الإعلام والجمهور أمر معقد أكثر من كونه يمثل خطوة واحدة أو اتجاهاً واحداً للتدفق. فالجمهور لا يمثل متلقياً سلبياً لأجندة وسائل الإعلام، ولكن هناك فئة من الجمهور أكثر نشاطاً في تحديد ظهور القضايا ونشرها سواء بين غيرهم من الأفراد أو بين وسائل الإعلام.

ويفترض الباحثان كذلك أن المدركين الأوائل يؤثران على أجندة وسائل الإعلام بشكل أعمق وأكبر من تأثيرها على أجندة الجماهير. ولعل ذلك يتفق مع اعتماد وسائل الإعلام على هؤلاء الأفراد باعتبارهم مصادر أساسية للمعلومات. كما أوضحت الدراسة أن هذا التأثير أكثر وضوحاً في حالة القضايا الجديدة، أما بالنسبة للقضايا القديمة فإن المدركين الأوائل يكونون أكثر تأثيراً على أجندة الجمهور من أجندة الوسائل الإعلامية^(١).

علاقة الدراسة بنظرية ترتيب الأولويات :

انطلاقاً من السياسة الإعلامية اليمنية التي تتبعها الإذاعات اليمنية المحلية فإن القائم

(1) Brosios,H.B.,Kepplinger,H.M.Linear and Nonlinear Models Of A agenda Setting In Television, Journal of Broadcasting Electronic Media,Vol:36,No:1,1992.pp:5-25.

بالاتصال والمتمثل في مدراء عموم الإذاعات المحلية، يبنى اهتماماته أثناء وضع الخطة الإعلامية على البرامج السياسية وتحديداً فيما يتعلق بالوحدة اليمنية، من خلال تنفيذ البرامج الخاصة التي حدد لها (شهر مايو من كل عام) وهو الشهر الذي تحققت فيه الوحدة اليمنية، والذي يتناسب مع الدورة البرامجية الثانية من كل عام أي دورة، (مايو - أغسطس). لذا فالقائم بالاتصال في هذه الحالة يقوم بوضع الأولويات لمثل هذه البرامج والعمل على تنفيذها في الخارطة البرامجية "تحت مسمى الخارطة المناسبة"، حيث اتضح من إجابات مدراء الإذاعات والمعدّين والمخرجين عبر اللقاءات الميدانية التي أجريت معهم ومن خلال صحيفة الاستبيان الخاصة بهم أنهم يضعون في أولوياتهم البرامج الوحيدة، حيث يتم تخصيص دورة، برامجية خاصة بأعياد الثورة اليمنية المتمثلة: في الـ ١٤ من أكتوبر و ٢٦ من سبتمبر وأيضاً ١٧ يوليو يوم انتصار الشرعية في حرب الانفصال(*)، كما يتم تخصيص دورة في شهر مايو من كل عام وهذه الدورة المناسبة هي يوم إعلان تحقيق الوحدة اليمنية في الـ ٢٢ مايو عام ١٩٩٠م. وبناءً على ما قدمته نظرية ترتيب الأولويات فإن القائم في الاتصال في الإذاعات المحلية اليمنية يضع أهمية في أجندته أثناء إعداد الخارطة البرامجية للبرامج ذات الإطار الوحدوي، وخصص لها دورة برامجية خاصة منتظمة كل عام.

و هذا يعني وجود علاقة ايجابية بين اختيارنا لنظرية ترتيب الأولويات كمدخل للدراسة لمعرفة ما يقدمه القائم بالاتصال على الإذاعات اليمنية المحلية، وذلك باعتبار (أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذا الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها) وهذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجياً، وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها ويقلقون بشأنها

(*) أنظر: المقدمة تهميش، ص ٤ .

خلاصة الفصل الأول

في هذا الفصل التمهيدي تم التطرق إلى نظرية ترتيب الأولويات باعتبارها النظرية الأبرز والأنسب تطبيقاً للدراسة الحالية، وذلك لارتباطها بترتيب الأولويات لدى القائم بالاتصال، من خلال تقديم علمي لتاريخ النظرية وأبرز ما قيل إعلامياً حولها، وأهمية استخدامها في الدراسات الإعلامية. وفي الفصل التالي سيتم التطرق إلى الإذاعات من حيث النشأة والتطور وأهميتها الإعلامية .