الفصل الثالث

مـــدخل تأصيلى فى نظريات الإعـــلام
ونظرية وضع الأجندة وترتيب الأولويات

obeikandl.com

obeikandl.com

ويتضمن :

مبحث (١) مدخل عام لنظريات الإعلام

مبحث (٢) نظرية وضع الأجندة وترتيب الأولويات.

obeikandl.com

obeikandl.com

مبحث (١)

مدخل عام لنظريات الإعلام

obeikandl.com

يـــرى *هارولد آدامز آينس*(Harold Adams) وهو اقتصادي كندي، أصـــبح من علماء الإعلام.."بأن وسائل الإعلام الموجودة في المجتمع تؤثر تأثـــيراً قوياً في أشكال التنظيم الاجتماعي الممكنة وهذا يعني تحكم وسائل الإعـــلام في أنواع التجمعات الإنسانية التي يمكن أن تنشأ في أي حقبة عن معـــرفة الـــناس بأنفسهم وبغيرهم، فإن التحكم في هذه الاتصالات يتضمن التحكم في كل من الشعور والتنظيم الاجتماعي[١].

ويذهـــب *آنـــيس وماكلوهان* إلى إسناد تلك القوة الكبيرة إلى وسائل الإعـــلام إذ يعتبرونها أداة قوية للضبط الاجتماعي وذراعاً للنظام الحاكم في أي مجتمع..[٢]

ولا شـــك أن الإعـــلام الذي كان قبل عقدين من الزمن تقريباً يؤدي وظـــائف تقليدية ومحدودة متمثلة في الأخبار والترفيه.. إلا أنه فعل حركة الـــنمو والـــتطور الطبيعـــي للمجـــتمعات الإنسانية اتسعت وظائفه وتعددت واختلفـــت وتشـــعبت، وقـــد جـــاء هذا التطور الطبيعي من خلال عديد من الـــنظريات التـــي خدمت الحركة الإعلامية وطورتها وأثرت فيها، هذا وقد راعـــى هـــؤلاء المنظرّون أن الإعلام أداة سياسية وقوة اقتصادية وموردا تربوياً كامناً ومحركاً بل وأداة ثقافية وتكنولوجية[٣].

ومن ثم فإن لكل زمان ومكان من الإعلام ما يليق به ويلائم ظروفه ويحقـــق أغراضه بما يتلائم ويتماشى مع أفكار ومتغيرات الزمن الذي يعبر عنه ويعيش فيه ومن هذا المنطلق جاء الإعلام انعكاساً صادقاً لواقع وآمال جماهيره.

وهـــو الأمـــر الذي قامت على أثره مجموعة من المدارس "اختلفت ليست فقط في ظروف بنياتها الفكري وإنما أيضاً في أساليب إرسالها للرأي العام"[٤].. ونذكر منها:

١- المدرسة الأمريكية التي يعبر عنها الأستاذ دافيد هوايت.

٢- المدرسة الإنجليزية التي يعبر عنها الأستاذ بل نت.

٣- المدرسة الفرنسية التي يشرح آرائها الأستاذ ليونيه.

٤- المدرسة الإيطالية التي يتولى التعبير عنها الأستاذ فورتللو.

٥- المدرسة التشكية التي يرأسها الأستاذ شتاك.

٦- المدرسة الألمانية والتي قسمت إلى أكثر من نوع:

أ- مدرسة ميونخ في الإعلام.
ب- مدرسة برلين في الإعلام.

٧- المدرسة السوفييتية ولها الكثير من الفلاسفة الماركسيين الذين فلسفو الإعلام طبقاً للنظرية الماركسية.

٨- المدرسة البولندية ولها أكثر من عالم في مجال الإعلام.

٩- المدرسة الأسبانية ولها أكثر من عالم في نفس المجال.

وبالطبع لن نتتبع ظهور نظريات الإعلام في كل هذه البلدان وإنما سنتعرض لهذه النظريات بما يُمكنّا من توضيح الفلسفات والأسس التي تتضمنها وتعبر عنها هذه المدارس.

ولا شك أنه كما قيل عن هذه النظريات المعروفة بنظريات الإعلام "بأن كل منها تنطلق معبرة عن روح المجتمع الذي نشأت فيه، أو الذي وُجدت وقد جاءت كما يلي"(٥):

١- نظرية السلطة.
٢- نظرية الحرية.
٣- نظرية المسئولية الاجتماعية.
٤- النظرية السوفييتية أو الاشتراكية.
٥- نظرية المسئولية العالمية.

٦- نظرية الإعلام النامي.

أولاً: نظرية السلطة:

نبعت هذه النظرية من ظروف المجتمع الذي طُبّقت فيه وهو مجتمع كان الملوك يعتبرون فيه بمثابة آلهة وفي ظل هذا النظام من الحكم الاستبدادي المطلق كانت النظرية التي سادت هي "نظرية السلطة" حيث كان كل شيء بيد السلطة وكان الشعب يعتبر نفسه عبداً للحاكم وكان الحاكم يعتبر نفسه صاحب الحق الأول في نوع الحقائق أو المعلومات التي تصل إلى أذهان الشعب الخاضع لحكمه وسلطانه ولا نستثني في العصور القديمة أي شعب عرف أية صورة من صور الحرية إلا الشعب اليوناني في مرحلة الجمهوريات التي تكونت على أرضه، وفي ظل الإعلام السلطوي أو الاستبدادي كانت الشعوب محكومة بعاملين أولهما عامل الدين. وثانيهما عامل السلطة[٦].

فنظرية السلطة ترتبط بنظم الحكم الاستبدادية التي لا تؤمن بالديمقراطية وبالحريات العامة – وهذه النظرية قديمة قدم الإعلام نفسه.

وفي هذا النظام نجد أن الدولة تحل محل الفرد وتسيطر على وسائل الاتصال الجماهيري لتدعم هذه الوسائل الحكومة في السلطة حتى تصل الدولة إلى أهدافها[٧].

ووفقاً لهذه النظرية فإن وسائل الإعلام تعتبر تعليمية وموجهة ودعائية وكذلك تعتبر أداة من أدوات السيطرة.

ثانياً: نظرية الحرية (النظرية الليبرالية)[٨]:

هذه النظرية هي التي يعتنقها المعسكر الغربي ويؤمن بها العالم الرأسمالي.. ويرى أصحاب هذه النظرية أن الفرد أسمى من الحكومة أو الدولة وأن الدولة ليست إلا وسيطاً يمارس الفرد من خلاله كل نشاط يريد

ممارســته، فإذا ما حاولت الحكومة الوقوف ضد النشاط الفردي يجب على الأفراد أن يتصدوا لها بكل ما لديهم من قوة.

أي أن أصحاب هذه النظرية كانوا يؤمنون إيماناً مطلقاً بالإنسان من حيث هو إنسان وأن له حقوق يجب أن يتمتع بها. فهذه النظرية تقوم على حرية التعبير.

ويــرى أنصــار هذه النظرية أن سعادة الفرد ورفاهيته هي الغاية الأولى والأخيرة من وجوده في المجتمع. وأن المجتمع وُجد لمصلحة الفرد ومــن ثــم يجــب أن يتمتع بكافة الحريات وأن تتخذ كافة الاحتياطات لمنع استبداد المجتمع أو السلطة أو الحكومة به.

وعلــى هذا الأساس فإن فلسفة هذه النظرية تعتبر الإنسان حيوان عقلاني وله حقوق طبيعية هي التي أوجدت نظرية الصحافة الليبرالية خلال القــرون الســابع عشر، الثامن عشر، والتاسع عشر ومن هؤلاء الفلاسفة *جــون لول وجون ميلتون وجون سكين وجون ستيوارت*.. وقد أكد هؤلاء على الحــريات الفــردية وأكدوا على أنه بمقدور الناس اتخاذ قرارات صائبة إذا كانــت هــناك حــرية للتعبير.. وإذا كانت الصحافة حرة وتعمل على كشف وتقديــم الحقيقة.. وعليه ينبغي أن تكون الصحافة جسراً إعلامياً يربط بين الحكومة والناس.

ثالثاً: نظرية المسئولية الاجتماعية:(٩)

تدهورت نظرية الحرية ما بين دعاة الحرية المطلقة ودعاة الحرية المقيدة وكانت هذه مجرد مناقشات نظرية وثبت أنه لا يمكن أن توجد حرية مطلقــة ومن ثم ارتفعت الأصوات بعد الحرب العالمية الثانية تحتج على ما وصلت إليه حالة أجهزة الإعلام في ظل هذه النظرية وأدت هذه الحركة إلى تكويــن كثــير من اللجان للتحقيق في تلك البلدان وإيجاد علاج للوضع كله

حـــتى يمكـــن لأجهزة الإعلام أن تؤدي دورها – فكان الأمر الذي أدى إلى ظهور هذه النظرية كمفهوم صحفي في أواسط القرن العشرين والتي تعدت مفهوم النظرية الليبرالية إلى حيث وضعت ضوابط أخلاقية على الصحافة.

وهي تركز على التحول من حرية الصحافة إلى مسئولية الصحافة، وقد ظهرت هذه النظرية في تقرير نشر عام *١٩٤٧* بواسطة لجنة تشينر.

ولعـــل مفهوم "المسئولية الاجتماعية كما يسميها *لونشتاين* هي أكثر المفاهيم اضطرابا، إذ أن تحقيق غاية هذا النظام الإعلامي المثالي المرتبط بمسئولية وسائل الإعلام تجاه المجتمع يفرض بالضرورة قدراً من السيطرة علـــى هذه الرسائل.. حتى يظل النظام الإعلامي مسئولاً أمام المجتمع كأحد الشروط النظرية الواجبة في الفلسفة الليبرالية – وإن كان يعترف لونشتاين بضرورة وجود السيطرة إلا أنه يجعلها في أضيق الحدود.

رابعاً: النظرية الاشتراكية أو النظرية السوفيتية الشيوعية[١٠]

شـــهد الـــربع الأول مـــن القـــرن العشرين ميلاد نظرية الصحافة الشـــيوعية ويعتبر كارل ماركس الأب الشرعي لهذه النظرية متأثراً بفلسفة زمـــيله الألماني جورج هيجل.. وهكذا كان الاتحاد السوفيتي أول بلد يطبق هـــذه الـــنظرية باعتباره أول بلد يطبق الاشتراكية في العالم وتقوم النظرية الاشتراكية في الإعلام على دعائم أساسية:

١- ملكية الشعب للمحافظة.

٢- ربط الصحافة وأجهـزة الإعـلام بالمجتمع الاشتراكي ربطاً وثيقاً وتحديد دور إيجابي يلتزم به جميع العاملون في الميدان الإعلامي.

ومفهـــوم الصـــحافة في النظم الاشتراكية يتضح في كون الصحافة جهاز من أجهزة الكفاح والجهاد.. وذلك من خلال تحليل الأخبار ودراستها

دراســة عقلــية لكي تصل بحيث لا يُمد القارئ بأخبار منظمة وصادقة عن اقتصــادنا فحســب بل يصل أيضاً إلى نتائج صحيحة فيما يختص بالحركة العمالية..

وكمــا يقــول *كارل ماركس* إن وظائف وسائل الإعلام في المجتمع الشــيوعي هــي نفســها وظــائف الجهاز الحاكم وهي بغاية توسع النظام الاشــتراكي. وهــنا فــإن وســائل الإعــلام يجب أن توجه لنشر السياسة الاشــتراكية ولــيس لهــا أن تبحث عن الحقيقة. وهذه النظرية تقوم على أرضــية أن الجماهــير أضــعف وأجهل من أن تُحاط علماً بكل ما تقوم به الحكومة[١١].

خامساً: نظرية المسئولية الإعلامية:

تســتهدف هــذه الــنظرية ربــط أجهــزة الإعلام والعاملين فيها بمســئوليات محددة، مستقاة من واقع المجتمع الدولي الحديث ومن دراسة الاتجاهــات والأوضاع السياسية والاقتصادية والنفسية التي تعتمل فيه بغية تحقــيق المســاهمة الإيجابــية لأجهزة الإعلام في معركة الوجود الإنساني نفســه في عالم تتهدده الحرب النووية وتلعب بأقداره المصالح الاحتكارية الدولــية دون وازع من ضمير أو عقل. ومنطق هذه النظرية أن الصحافة السلبية أو صحافة الخبر هي الحليف الطبيعي لقوى التقدم والتحرر والسلام والرفاهية[١٢]

سادساً: نظرية الإعلام النامي:

وهــي ليست نظرية بالمعنى المفهوم وإنما لها أبعاد النظرية، فكل دولــة نامية لها ظروفها فالبعض يتبع النمط الإعلامي المناسب له والبعض يســرق تجــربة شــعب آخر دون إدراك لظروفه – ومن هنا تفشل رسالة الإعلام فيه[١٣].

وجدير بالذكر أن هذه النظرية لم تأخذ شكل النظرية المتكاملة وإنما لهـا أبعـاد الـنظرية ولها أيضاً بعض مقوماتها وإن كانت كل بلدان العالم النامية تتفق في الخصائص العامة إلا أنها تختلف في تفاصيل ذاتية خاصة بالدرجـة الأولـى في مرحلة النمو وما قطعته من مسافة في سلم التدرج الحضاري والرقي السياسي والاجتماعي والثقافي(١٤).

مفهوم نظريات الصحافة الأربـع(١٥)

من النماذج المعروفة في دراسة الصحافة مفهوم النظريات الأربع، فمـنذ وقت مضى تمت مناقشتها من قِبل عدد من الكتاب والمتحدثين، وفي عـام ١٩٥٦ قام ثلاثة من أساتذة الإعلام وهم: *فردسيبرت، شيودر بيترسون وولبرشرام* بوضع النظريات الأربع للصحافة.. وصدر الكتاب الذي حمل هذا العنوان من جامعة إلينوي وأصبح بالتالي من المؤلفات التي تحظى باهتمام خـاص في أوساط كليات وأقسام الصحافة. وعليه فقد ناقش *سيبرت وشرام* فلسفة الصحافة التي تقوم على هذه النظريات الأربع:

- نظرية السلطة
- النظرية الليبرالية (التحررية)
- النظرية الشيوعية
- نظرية المسئولية الاجتماعية

الصحافة كقوة ثالثة(١٦)

نشـأت الصحافة كقوة ثالثة خلال تطور النظام الدستوري البرلماني فـي غضون القرن الثامن عشر، وبذلك أصبح البرلمان رقيباً على السلطة التنفـيذية، أمـا الصـحافة فأصبحت رقيباً جماهيرياً على كل من البرلمان والسـلطة التنفـيذية. وبذلـك أصبحت الصحافة جزءاً لا يتجزأ من النظام الديمقراطي وركيزة أساسية من ركائزه.

فللصحافة وظائفها الإعلامية وأدوارها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية بالإضافة إلى الدعم الثقافي والإيديولوجي الذي تؤكده دور النشر والصحف فيزاد الفرد وعياً وتوازناً وهذا ما يؤكده *(نورمان Norman وأنجل Angell* في كتابهما الصحافة وتنظيم المجتمع *Press and Organization of society* – ويؤكد هذا الكتاب على الدور الذي تلعبه صاحبة الجلالة الصحافة في ترقية الشعوب وتنظيم المجتمعات.

ومع ظهور ثورة الاتصال *Communication* وتطور أسلحة الإعلام وحروبها الأيديولوجية ظهرت مشكلات الرقابة والانضباط ومحاربة التسيب وتقديس المسئولية الاجتماعية – وهو الأمر الذي من أجله جمعت مؤسسات الإعلام في معظم الدول النامية بين مركزية الإشراف ولا مركزية الإدارة [١٧].

- الصحافة كسلطة رابعة:

وفي الولايات المتحدة الأمريكية أصبحت صاحبة الجلالة الصحافة، هي بمثابة السلطة الرابعة التي تراقب شئون الإدارة والحكم. إذ أن الرقابة الصحفية هي في ذاتها رقابة جماهيرية، تلحظ وتسجل وتنتقد ومن ثم تتدخل الصحافة في كل مراكز السلطة التنفيذية من أعلاها إلى أدناها، حتى أصبحت (الصحافة الليبرالية) هي منبر الحرية والعدالة والمساواة وهي التعبير الحر الجريء لاتجاهات الرأي العام [١٨].

أما في الدول النامية فهي لا تهتم بالحرية في حد ذاتها، وإنما تطلق الحرية للصحافة والإعلام كسلطة رابعة، لما لأدوات الاتصال الجماهيري من وظائف ومسئوليات اجتماعية ففي هذه الدول الهدف الحقيقي للصحافة وأجهزة الإعلام هو (خدمة الجماهير صاحبة المصلحة الحقيقية)[١٩].

مما تقدم نجد أنه في ظل ظهور نظريات التأثير الإعلامي بما فيها من نظريات الصحافة – وإنه في ظل التغيير الاجتماعي الهائل، وما نجم

عن وطأة التكنولوجيات أو من تخلف الإيدلوجيات وهو ما نشره *Freg* في كتابه (عن دور الاتصال والتنمية *Communication and development*) بـــأن الجوانـــب الوطنية والسياسية قد تؤثر على لون الصحافة وتأثيرها، فالروســـي لا يقتـــنع بالصحافة الأمريكية، ويحكم على الدعاية هناك بأنها ســـيئة – والأمريكي يحكم على الدعاية الروسية بأنها عقيمة وكلا الدولتين الكبيرتيـــن تحكمـــان علـــى صـــحافة ودعايـــة العالم الثالث بأنها ضعيفة وتافهة[٢٠].

وأخـــيراً يمكـــن القـــول بأن ظهور نظريات الإعلام هذه ونظريات الصحافة لم تكن الإنتاج لمجريات وتطورات تاريخية وأيدلوجية وتكنولوجية عكـــف معهـــا العلمـــاء والفلاسفة على صياغة ووضع هذه النظريات التي جـــاءت معـــبرة عـــن تجـــارب شعوب مختلفة في ظل ظروفها الاجتماعية والسياســـية والثقافـــية والتاريخية الخاصة بها – ومما لا شك فيه أن هذه التجارب هي التي توصل بها هؤلاء المفكرين إلى هذه النظريات.

مبحث (٢)

نظرية وضع الأجندة وترتيب الأولويات

obeikandl.com

○ نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة):

○ Agenda Setting Theory:

تـتلخص الفكـرة الأساسية لوضع الأجندة بأن هناك علاقة إيجابية قويـة بيـن تركـيز وسائل الإعلام على قضايا معينة وحجم الأهمية التي يعـيرها الجمهـور لنفس القضايا.. فوضع الأجندة وفقاً لبعض التفسيرات ليست إلا توجيهاً من وسائل الإعلام للجماهير نحو الحقائق السائدة[٢١].

هذا وقد تطورت دراسات وضع الأجندة فكان الجوهر الذي تضمنته هـذه الدراسات هو دور وسائل الإعلام في زيادة وعي الجمهور بعديد من القضـايا العامة والهامة وتزويد حجم المعلومات عنها فلم يُعد السؤال الذي تـدور حولـه هذه الدراسات هو تكوين الرأي أو تغيير الاتجاه فحسب بل أصـبح السـؤال هـو: ما دور وسائل الإعلام في تنمية معارف معينة عن القضـايا العامـة[٢٢]أي أن دراسات وضع الأجندة لم تعد تنحى فقط منحى التركيز على الإقناع وتغيير الرأي والاتجاه، بل أصبحت وسائل الإعلام تهتم أيضاً وأكثر بدراسة تأثير وسائل الإعلام في وضع أجندة الجمهور.

وجديـر بالذكر أن هذا الموضوع قد استحوذ على اهتمام الباحثين والدارسـين في الولايات المتحدة الأمريكية بدءاً من أوائل السبعينات وهو الأمـر الـذي أدى إلى تحول في الدراسات الإعلامية من التركيز على دور وسـائل الإعـلام فـي تغيير الاتجاهات والآراء "الوظيفة الإقناعية لوسائل الإعـلام" إلـى دور وسـائل الإعلام في وضع أولويات القضايا العامة لدى الجمهـور. فكان هذا الموضوع هو وضع الأجندة. وقد بدأ الاهتمام به منذ أول اختبار امبريقي أجراه *ماكوم وشو* *Mccombs, Shaw* وثبت من خلاله صحة الفرض العام لوضع الأجندة. وهو أن هناك علاقة إيجابية بين أجندة وسائل الإعلام أي اهتمامات وسائل الإعلام "وأجندة الجمهور أي أولويات

اهـتمامات الجمهـور " أي أن وسـائل الإعـلام تسـتطيع أن تضع قائمة اهـتمامات القضايا لدى الجمهور مرتبة وفق درجة الأهمية التي خطت بها كل قضية في وسائل الإعلام(٢٣).

وجدير بالذكر أن نظرية وضع الأجندة أو "ترتيب الأولويات" هي من الموضوعات أو الدراسات الحديثة جداً والمعاصرة حيث تعتبر دراسة *ماكوم وشـو* أول اختـبار امبريقي لهذه النظرية(٢٤) والتي أثبتت أن هناك علاقة إيجابية قوية بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات معينة وبروز نفس الموضـوعات لدى الجمهور المتلقي. وبمفهوم أدق فإن زيادة التركيز على موضـوع معيـن أو قضية معينة يسبب زيادة بروز هذا الموضوع أو تلك القضـية عـند الجمهور(٢٥) فالتأثير المتميز لوضع الأجندة يفترض تركيز الاهـتمام العـام حول قضايا أو أحداث معينة وتحديد الأهمية التي يمنحها الجمهـور للموضـوعات العامة، حيث يميل الناس إلى إبراز أو استبعاد ما تبرزه أو تستبعده وسائل الإعلام (٢٦).

هـذا وتوفـر نظرية ترتيب الأولويات الطريقة لدراسة العلاقة بين العالم الخارجي ووسائل الإعلام.. وتفترض أن وسائل الإعلام تقوم باختيار وتنظيم الموضوعات وتعطي بعضها أهمية أكبر من غيرها.. هذا وقد فتحت دراسة *ماكومبس* وشو الطريق أمام دراسات ترتيب الأولويات التي تزايدت بصورة سريعة وخاصة خلال العشرين سنة الأخيرة(٢٧).

<u>هـذا وقـد قسم *ماكومبس* مراحل تطور بحوث ترتيب الأولويات إلى أربع مراحل نلخصها فيما يلي</u>(٢٨).

<u>المرحلة الأولى:</u> ركزت على اختبار أسس فرضيات ترتيب الأولويات وكيف تؤثر وسائل الإعلام في منظور الجمهور لأولويات القضايا.

المرحلة الثانية: اهتمت بالطرق التي تقلل أو تزيد من تأثير ترتيب الأولويات – مثل دور وسائل الإعلام المختلفة والاتصال الشخصي.

المرحلة الثالثة: بدأت عام ١٩٧٦ وكشفت عن تصورات المرشحين والاهتمامات السياسية كمتغيرات في ترتيب الأولويات.

المرحلة الرابعة: وقد ظهرت هذه المرحلة في النهاية، وتعتبر من أهم المراحل حيث دارت حول أسئلة مهمة مثل من يرتب أولويات الجمهور، ومن يضع أولويات الأخبار وقد اهتم الباحثون في هذه المرحلة بكل عمليات ترتيب الأولويات بدءاً من أصل الأخبار حتى استجابة الجمهور والنتائج المترتبة عليه.

أما أول دراسة امبريقية كما ذكرنا فقد أجراها *ماكسويل ماكومبس ودونالد شو عام ١٩٧٢*. *Maxwell E. Mccombs and Donald* بهدف معرفة مدى تأثير وسائل الإعلام على ترتيب الأولويات لدى الناخبين خلال حملة الرئاسة الأمريكية عام ١٩٦٨.. وقد كشفت الدراسة بوضوح عن دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات الاهتمامات. كما أكدت الدراسة أن وسائل الإعلام هي المصدر الأول للمعلومات السياسية على المستوى القويم. وهي التي تستطيع أن تمد المتلقي بالحقائق والمتغيرات السياسية [٢٩].

وفي عام ١٩٦٣ ناقش كوهن ترتيب الأولويات عندما قال: إن وسائل الإعلام تنجح في وظيفتها عندما تخبر الناس عما يمكن أن يفكروا فيه، ولا تنجح إذا أخبرت الناس بما يفكرون، وقد أكد هذه الفكرة *كيرت لانج وجليدي لانج*[٣٠]

Kurt Lang and Glady, E, Lang.

وكـــان *لازويل* قد تطرق إلى موضوع أولويات وسائل الإعلام عندما نـــاقش دور الصـــحافة فـــي حـــل قضـــايا المجـــتمع وخلق التراضي بين عناصره(٣١).

وفـــي مصـــر تـــناول مختار التهامي عام ١٩٦٢ دور الصحافة في ترتيـــب أولويـــات الرأي العام حيث قال "فالصحافة بحق هي واضعة جدول المناقشـــات اليومية للجماهير، وهي بفضل هذا وبفضل اختيارها لما يُنشر، وما لا يُنشر، سلاح فعال في تكوين الرأي العام وتوجيهه(٣٢).

ووضـــع قائمـــة الأولويـــات (الأجندة).. مصطلح يستخدم بواسطة المحررين والمذيعين –وسائل الإعلام عامة– ويدل هذا المصطلح على أنها تلعـــب دوراً هامـــاً فـــي تشكيل الحقيقة الاجتماعية –وذلك عندما يقومون بمهمـــتهم اليومية في اختيار وكتابة الأخبار وهي ربط بين وسائل الإعلام وكما قاله *والتر ليبيان* أنها "الصور في رؤوسنا" قد تم تبينها ؛ وقد توصلت الدراسات التجريبية منذ الحرب العالمية الثانية إلى تعريف أكثر دقة للعلاقة التـــي أحـــس بهـــا المعظم في التفسيرات الأولية. وتوصل ج.إس.إم – *ترينمان، ودنيس ماكويل، برنارد كوهين* وغيرهم إلى أن وسائل الإعلام ليست دائماً ناجحة في إخبارنا فيما تفكر ولكن تنجح في إخبارنا فيما نفكر – وقد شـــرح *ماكسويل ماكومبس ودونالد شو* في عام ١٩٧٢ دور قائمة الأولويات في الاتصال الإعلامي(٣٣).

نظريـة ترتيب الأولويات وتكوين الرأي العام:

كمـــا أشرنا سابقاً بأن نظرية وبحوث ترتيب الأولويات قد انتشرت على نطاق واسع خلال العشرين سنة الأخيرة وذلك من خلال بحوث الإعلام والرأي العام.

فقـد اهتمت نظرية ترتيب الأولويات بدور الإعلام في تكوين الرأي العام وتحولت بهذا الموضوع من الأطر النظرية العامة إلى مجال الدراسات والـبحوث.. كمـا اجتهدت هذه النظرية في الإجابة على كثير من الأسئلة والاشكاليات المرتبطة بهذا الدور مثل هل الصحافة من وسائل الإعلام التي تعكـس النقاش الدائر في المجتمع. وبالتالي الرأي العام أم إنها تخلق هذا النقاش وبالتالي الرأي العام، وما هي حدود حرية وسائل الإعلام في اختيار وطرح القضايا؟ وما هي الآثار المتوقعة للإعلام على الفرد في المجتمع[٣٤].

وتسعى نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) إلى:[٣٥]

أ- الطـرق التـي تجمـع وتخـتار بهـا وسائل الإعلام الأخبار والموضوعات من خلال ما يُعرف بعملية حارس البوابة *Cate Keeper* أو ما يطلق عليه البعض صناعة الأخبار.

ب- نتائج ترتيب الأولويات.

ج- تأثير ترتيب الأولويات على ما يفكر فيه الناس بغض النظر عن أهمية الموضوعات المقدمة.

○ **الصحافة وترتيب أولويات الجمهور**

إن تعـرّض الجمهور لوسائل الإعلام يدعم من قدرته على استيعاب القضـايا بل وضع تصورات لحلول المشكلات.. ومن هنا يأتي دور وسائل الصـحافة فـي وضـع الأجـندة والذي يعكس لنا التأثير السياسي لوسائل الصحافة.

هذا التأثير الذي يرى البعض أنه من الأفضل تسميته تدعيم الأجندة وليس وضع الأجندة، فوسائل الإعلام ليست مصادر مستقلة لوضع القضايا والموضوعات التي تشكل الأجندة السياسية والسبب في ذلك "هو أن الناس الأكـثر تأثـراً بالتغطية الإعلامية للقضايا هم أقل القطاعات علماً بالقضايا

وأقلها اهتماماً بالسياسة، أما الأفراد والجماعات ذات النفوذ السياسي، والتي تلعب دوراً أساسياً في تحديد القضايا وتشخيصها ووضع حلولها. فهي القطاعات الأقل تأثراً بالتغطية الإعلامية.

وملخص هذه الفكرة هو انتقال الأجندة السياسية من الصفوة إلى وسائل الإعلام ثم إلى الجمهور العام وليس من وسائل الإعلام إلى الصفوة أو الجمهور مباشرة، أو بتعبير آخر إنه تحت ظروف معينة يؤثر الرأي العام في أجندة وسائل الإعلام. إلا أن الاتجاه العام الناتج عن معظم الدراسات السابقة هو انتقال الأجندة من وسائل الإعلام إلى الجمهور.

وقد أكد على ذلك ماكلويد وهاني وقد توصلت إلى هذه النتيجة العديد من الدراسات مثل *كلاين Kline وهاني Haney ٧٣، وفانكهوسر عام ١٩٧٣ Funkhouser وماكلويد* – هذه الدراسات التي انتهت إلى أن وسائل الأعلام تضع أولويات الاهتمامات لجمهورها.. ولكن العكس أيضاً يمكن أن يكون صحيحاً، وهو اهتمامات وسائل الإعلام ليست إلا انعكاساً لاهتمامات جمهورها.. (٣٥)

* **وضع الأجندة والوظيفة السياسية :**

تعتبر افتراضات ترتيب أولويات الاهتمام أحد الجهود العلمية لفهم دلالات الواقع الذي تقدمه وسائل الإعلام. والفكرة الأساسية وراء هذا الافتراض هو وجود علاقة قوية بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الإخبارية القضايا والموضوعات وبين ترتيب أهمية هذه القضايا لدى الجمهور المتعرض للوسيلة..

وتهتم هذه النظرية على وجه التحديد بالقضايا والأخبار السياسية من بين محتويات وسائل الإعلام عبر فترة زمنية قصيرة أو ممتدة وتنتهي غالباً الدراسات القائمة على هذه النظرية إلى وجود مستوى عالٍ من

التشابه بين كمية الاهتمام المعطاة لقضية معينة من قِبل وسائل الإعلام [٣٦] وبيـــن مستوى أهمية هذه القضية لدى الجمهور الذي تعرض لهذه الوسائل ولا تعني هذه النتائج أن وسائل الإعلام لها قدرة هائلة على حمل الجمهور لاعتـــناق وجهـــة نظر معينة ولكن وسائل الإعلام تنجح في حمل الجمهور علـــى اعتبار بعض القضايا أكثر أهمية من قضايا أخرى –أي أن أولويات الاهـــتمام لـــدى وســـائل الإعـــلام تصبح هي ذاتها أولويات الاهتمام عند الجمهور[٣٧].

وقـــد حـــدد *جولدنـــبرج Goldenberg* مفهـــوم الأجـــندة السياسية باعتبارها هي اهتمام الجمهور العام بالقضايا، وركز على عنصر واحد من عملية بناء الأجندة وهو دور وسائل الإعلام في تحديد سعة وعمق الاهتمام العام بالنسبة لقضية محددة[٣٨].

وقد أكدت أغلب بحوث ترتيب الأولويات. أن أولويات وسائل الإعلام تؤثر بدرجة كبيرة في أولويات اهتمام الجمهور أو الرأي العام[٣٩] .

يـــرى ماكومـــبس وشو أن ترتيب الأولويات يعتبر جزء من بحوث ونظـــريات التأثير، فقد ركزت على تحليل عناصر من المضمون عند قياس التأثـــير. وبمعـــنى آخر ربطت بحوث ترتيب الأولويات بين مضمون معين يغطـــي من خلال وسائل محددة مع موضوعات ظاهرة لدى أفراد الجمهور.

*** العلاقة بين نظريات التأثير ونظرية ترتيب الأولويات:**

مؤكـــد أن ثمـــة علاقة قوية بين نظرية ترتيب الأولويات ونموذج الاتصـــال على مرحلتين وتكوين الرأي العام – ويمكن القول أن هذه العلاقة تصـــل بيـــن نظرية ترتيب الأولويات – والتراث التقليدي لنظريات ونماذج التأثـــير، وتضـــع نظـــرية ترتيب الأولويات في موضعها الصحيح باعتباره

خطـــوة غـــير حاسمة ومرتبطة بما سبقتها من نظريات ونماذج التأثير – بعـــبارة أخرى تقف نظرية ترتيب الأولويات على قدم المساواة مع نموذج الاتصـــال على مرحلتين، ونظريات التأثير الاختياري ومنظور الاستخدامات والإشـــباعات، وتجـــدر الإشارة إلى أن الدراسة الرائدة *لماكومبس وشو عام ١٩٧٢* . قـــد نفـــت أي تأثير للاتصال الشخصي على تأثير أولويات وسائل الإعلام على الجمهور.

obeikandl.com

مراجع الفصل الثالث

(١) وليام ل، ريفرز وآخرون، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، مرجع سابق، ص ٤٧.

(٢) المرجع السابق، ص ٦١.

(٣) محمد مصالحة، مرجع سابق، ص ١١٤.

(٤) محمود متولي ولطفي عبد القادر، مرجع سابق، ص ٩٠.

(٥) عبد الوهاب كحيل، الرأي العام والسياسات الإعلامية، مرجع سابق، ص ١١.

(٦) متولي محمود ولطفي عبد القادر، مرجع سابق، ص ٩٠.

(٧) رالــف لونيشتاين وجون ميرل، الإعلام وسيلة ورسالة – رؤى جديدة في الاتصال، تــرجمة مســاعد خضر العرباي (المملكة العربية السعودية: الرياض، دار المريخ، ١٩٨٩) ص ٢٣٦.

(٨) انظر:

- محمود متولي ولطفي عبد القادر، مرجع سابق، ص ١٠٢: ١٠٧.
- جون ميرل ورالف لونيشتاين، مرجع سابق ص ٢٣٨،٢٣٩.

(٩) أنظر نفس المرجع السابق ونفس الصفحات.

(١٠) عبد الوهاب كحيل، الرأي العام والسياسات الإعلامية، مرجع سابق، ص ١١٩..

(١١) جون ميرل ورالف لوينشتاين، مرجع سابق، ص ٢٣٧.

(١٢) محمود متولي ولطفي عبد القادر، مرجع سابق، ص ٩٠.

(١٣) ورد فــي كــتاب الإعــلام وحرية المجتمع في موكب التاريخ وهو أحد المراجع الســابقة لمتولي محمود، ولطفي عبد القادر: أن هذه النظرية مستحدثة وتنسب لعالم مصري هو الدكتور / مختار التهامي والذي نجح في صياغتها وقدمها في بحث حصل به على درجة الدكتوراه في فلسفة الإعلام.

(١٤) فــي نظــريات الإعــلام انظر أيضاً: عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، ط ٢، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٧٨) من ص ١١٥: ص ١٥٥.

(١٥) رالف لوينشتاين وجون ميرل، مرجع سابق، ص ٢٣٥.

(١٦) قـباري محمـد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال – دراسة في الإعلام واتجاهات الرأي العام (الإسكندرية: منشأة المعارف، د. ت) ص ٥٠٤.

(١٧) المرجع السابق، ص ٥٥١.

(18) The Communication Revolution (Australian Unesco : Seminar : August . 1975) , P . 178 .

(١٩) قباري محمد إسماعيل، مرجع سابق، ص ٥٠٣.

(٢٠) نفس المرجع السابق، ص ٥٥٥.

(21) Philip palmgreen , Peter Clark , op . Cit , P. 337.

(22) Lee B , Becker , Maxwell E . Mccombs J , and Jack M . Mcleod , The development Chaffee (ed) polilical communication . (London : Beverly Hilles , sage publications , 1975) P . 21 .

(23) Maxwell E . Mccombs and Donald , L . Shaw , op . Cit , P. 179 .

(٢٤) انظر:

بسـيوني إبراهيم عبد الحليم، العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ١٣١.

(25) Shanto Lyenger , op . Cit . P. 396 .

(26) E . ugene . F . shaw , op . Cit . P. 96 .

(27) Melvin Defleur , and Sandra Ball , Theories of Mass Communication (New York : London , Longman , 1975) P . 486 .

(٢٨) محمد علي شومان، دور الإعلام المصري في تكوين الرأي العام، دراسات المركز القومي للبحوث الاجتماعية (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٤) ص ٢٠٣.

(29) Maxwell E , mccombs and Donald , Shaw . The Aganda – Setting Function of Mass media , public opinion quarterly vol . 36 , Summer – 1972 , PP. 177 – 187 .

(30) Harold D . Lasswell . The structure and Function of Communication in Society , im Wilbur Schramm (ed) Mass Communication . (Urbana : university of Uion oispress ,) P . P. 117 – 130 .

(31) Maxwell E . Mccombs and Donald L . Shaw , The Agenda – Setting function , op – cit , P . P. 166 – 187 .

(٣٢) مختار التهامي، الإعلام والتحول الاشتراكي (القاهرة: دار المعارف ١٩٦٦) ص ٣.

(33) Reed H . Blake , and Edwino – Haroldsen , Ataxonomy of concepts in communication , Arts Books , Hastings House , publishers , New York , P . P . 42 .

(٣٤) محمد علي شومان، مرجع سابق، ص ٢٠٣.

(35) Melvin L . defleur and Evertt E . Dennis , op , cit P . P . 486 – 487 .

(٣٦) حمدي حسن، مرجع سابق، ص ٩٧.

(٣٧) نفس المرجع السابق، ص ٩٨.

(٣٨) بسيوني إبراهيم حمادة. العلاقة بين وسائل الإعلام، مرجع سابق. ص ٤١.

(39) Jack M . Mcloed , lee Backer and James . E . Byress , Another Look at the Agenda setting Function of the press Communication research . Vol . No 2 . April 1974 , P . P. 131 – 166 .

(40) Donald L . Shaw and shannon E , Martin , op , cit , PP : 902 – 928 .

(41) Maxwell E . Mccombs and Donald L . shaw The Agenda – setting Funcotion op , cit , P . P . 177 – 187 .