

الإدراك الاجتماعي في نظرية وضع الأجندة

أ. سي موسى عبدالله، جامعة بشار، الجزائر

ملخص:

المجتمعات الديمقراطية تولي عناية خاصة لإهتمامات الرأي العام وتوجهاته كمدخلات في عملية صنع القرارات ووضع السياسات على كافة المستويات، فيما تهتم الدول غير الديمقراطية بدراسة وضع الأجندة رغبة في إحكام السيطرة على الرأي العام، إذ يتم توظيف وسائل الإعلام لتركييز إهتمام الرأي العام حول قضايا بعينها، وكذلك تشتيت إنتباه الرأي العام بشأن قضايا أخرى لا يراد له التفكير فيها، إذ تبلورت في هذا الإطار المشكلة البحثية الخاصة برصد محطات تطور نظرية وضع الأجندة Agenda Setting Theor التي أسسها ماكسويل ماكومبس ودونالد شو MC Combs and D. Shaw عام 1972 بالولايات المتحدة، والتي تخلق الإحساس المشترك بالمجتمع الواحد، بما يقارن حالة التفتت الاجتماعي والتصدع السياسي، فالنظرية تفترض نوعا من الإتساق بين ما يراه الإعلام وما يراه الجمهور كذلك. مع مراعاة أن النظرية نتاج بيئة تحكمها أبعاد الزمان وشروط المكان، حيث لم تعد العلاقات بين النظم (المجتمع-السياسة-الإعلام) في عصر ما بعد الإتصال الجماهيري Post – Mass Communication Era تخضع لنفس الظروف والمتغيرات وهذا ما جعل موضوع نظرية وضع الأجندة حقل خصب للدراسات الإعلامية العلمية.

مصطلحات الدراسة:

1- نظرية وضع الاجندة:

وضع الأجندة موضوع إستحوذ على إهتمام الباحثين والدارسين في الولايات المتحدة الأمريكية بدءا من أوائل السبعينات، أي خلال الفترة الثالثة من مراحل التطور التاريخي لنظريات التأثير Judith Lazar، وهو الأمر الذي أدى إلى تحول في الدراسات الإعلامية من الوظيفة الإقناعية إلى ترتيب أولويات القضايا العامة لدى الجمهور، فكان هذا الموضوع هو وضع الأجندة بأول إختبار إمبريقي أجراه Maxwell McCombs وDonald Shaw سنة 1972

2- الإعلام السياسي:

الإعلام السياسي هو ذلك الجزء من النشاط الإتصالي الذي تقوم به الهيئات المتخصصة في بث المعلومات والآراء والمواقف عن الشؤون السياسية، وهو جهود واعية لنشر أفكار ومعتقدات من أجل ترسيخ وجهة نظر في المجتمع، كأحد الوسائل لتوطيد نظام أو تغييره بعد تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المضامين ذات الصبغة السياسية حول موضوع يؤدي إلى الجدل والنقاش والحوار، الأمر الذي يتحقق معه المشاركة المطلوبة التي تكون نواة لخلق رأي عام في إطار الوظيفة السياسية لوسائل الإتصال الجماهيرية.

3- النظام السياسي:

النظام هو مجموعة من المتغيرات التي تتمتع بدرجة من العلاقة المتداخلة والمتشابكة فيما بينها، إذ فند دافيد أستون أن النظام السياسي وحدة مستقلة، تنظم ذاتها ومكتفية بذاتها، تحدث داخلها جميع الأنشطة السياسية، واقترح فكرة جديدة تتمثل في اعتبار الطلب الواقع على النظام السياسي من المجتمع، وعمليات المراجعة التي تقوي هياكل المساندة للنظام السياسي، ويلتقي هذا المفهوم مع مفهوم جابريال ألود للنظام السياسي باعتباره جزءا من نظام كلي، هو النظام الاجتماعي الرئيسي.

4- الرأي العام:

يعتبر الرأي العام الفكر الشائع والنمط العقلي السائد، الذي يحدد نوع الأفكار والميول و الإتجاهات، بل يكشف تفضيلات الناس السياسية، وهو الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار عام بعد مناقشات علنية وافية.

5- الثقافة السياسية:

الثقافة السياسية جزء من الثقافة الكلية للمجتمع تشير إلى توزيع اتجاهات المواطنين على الموضوعات السياسية كالحكم على النسق السياسي ونظرة الفرد لذاته كفاعل سياسي، وتصنف بدورها هذه الثقافة إلى ثلاث أنماط:

الثقافة السياسية المشاركة:

اتجاهات المواطنين ايجابية نحو الموضوعات السياسية:

الثقافة السياسية التابعة:

استجابة المواطنين للنسق السياسي سلبية:

الثقافة السياسية المحدودة:

لا توجد أية علاقة بين المواطنين والنسق السياسي وهذا النموذج الأخير نجده في المجتمعات المختلفة.

مقدمة

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 تهم 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، وعمليات 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 - أيضا - صانعي القرار السياسي.

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.

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 MC Combs and D. Shaw لفضلهما في ابتكار التسمية وتحليل الظاهرة بأدوات أكثر دقة، لكن في الواقع جذور هذه النظرية تعود إل 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.

أشار Brosius, Wiemann أن نظرية وضع الأجندة من النظريات المتكاملة لاهتمامها بدراسة الاتصال الشخصي إلى جانب الاتصال الجماهيري بصياغة نموذج وضع الأجندة وانتقال المعلومات على مرحلتين (أمانى فهمي 1993) مما يحقق للأفراد إدراك وفهم لمحيطهم الاجتماعي بأكثر واقعية، بعد التعرض لمضامين وسائل الإعلام والنقاشات الناجمة عن الاتصال الشخصي بزعامة قادة الرأي.

وهذا يبرز أهمية نظرية وضع الأجندة في إدراك الواقع الاجتماعي عكس النظريات السابقة، - نوال نيومان N.Neumann: نظرية لوب الصمت - التي ترى أن الأفراد تحت ضغط هاجس الخوف من العزلة يبذلون جهدا في مراقبة محيظهم الاجتماعي، في محاولة لرصد توزيعات الآراء حول قضية ما، وما مدى تطابقها أو تعارضها مع آرائهم الشخصية، وهكذا تعمل وسائل الإعلام على تضيق نطاق الآراء المقبولة وتنشر الآراء المزيضة للواقع والمعممة التي يتبناها الأفراد باعتبارها آراء الجماعة خوفا من العزلة.

لكن في إطار نظرية وضع الأجندة الفرد بمقدوره مباشرة اتصال شخصي مباشر مع جزء من هذا الواقع البالغ السعة والتعقيد بالموازاة مع وسائل الإعلام ومضاعفتها لحجم ما يصل إلى أسماعنا وأبصارنا من هذا الواقع.

فقد برز بين الباحثين التأكيد على التمييز بين الواقع الاجتماعي الحقيقي أو الموضوعي، وذلك الذي تقدمه وسائل الإعلام وندرکه من خلالها.

ربما يكون Lippmann 1922 في مؤلفه الكلاسيكي (الرأي العام) من أوائل من أشار إلى هذا التفاوت بين الواقعيين، إذ عنوان فصله الأول "العالم في الخارج والصورة في أذهاننا The World Out Side And The Pictures In Our Heads" معتبرا إدراكات الأفراد للواقع الاجتماعي إنما تشكله التفسيرات التي تقدمها الصحافة (في زمنه) للأحداث والقضايا والشخصيات التي تغطيها.

إزاء هذا يكتب (ميلفين ديفلير وساندرا بال) معلقين: "إن رأي Lippmann بأن الصحافة تخلق صورا في أذهاننا - أو أوهاما - وأن هذه الصورة تقدم لنا معرفة عن الواقع وتشكل سلوكنا" (ميلفين.ل، ديفلير وساندرا. بال روكيش 1993)، فقد شغل الباحثان تفسير هذا التباين بين الواقعيين: الموضوعي مقابل ذلك المدرك عبر وسائل الإعلام، وتم تفسيره في نظرية وضع الأجندة بثلاثة مستويات:

1- **التزويد بالمعلومات:** الصحافة حسب كوهن 1963 "ناجحة بصفة مذهلة في تزويد الناس بالأشياء التي يفكرون حولها" ليؤكد ذلك MC 1986 Combs and Shaw بالتوافق الكبير الذي توصلوا إليه بين مستوى الاهتمام الذي يحظى به موضوع ما في الصحافة ومستوى الاهتمام الذي يحظى به ذات الموضوع لدى الجمهور بعد تعرضه للصحافة لتصبح حسبهم أجندة الجمهور هي نفسها أجندة الصحافة.

2- **التأطير:** التأطير هو بصمة السلطة، فهو يسجل هوية الفاعلين والمصالح التي تنافس لكي تهيمن على النص (لامية صابر 2010) كمستوى ثان من وضع الأجندة، وتعالج بحوث التأطير الكيفية التي تعرض بها القضايا من قبل وسائل الإعلام، والآثار المحتملة لطرق العرض تلك على إدراك الجمهور لتلك القضايا.

فلدى بحثه تأثيرات التأطير في أخبار التلفزيون عمد Iyengar سنة 1991 إلى معالجة الاستجابات لتقارير الأخبار، والتي صنفاها إلى (نعيم بلعموري 2009):

أ- **حلقاتية Episodic:** وهي التقارير التي تركز على أهداف خاصة أو قضايا محددة (تأطير حلقاتي Episodic Framing)؛

ب- **موضوعاتية Thematic:** وهي التقارير التي تركز على السياق الأوسع والأشمل للقضايا المعروضة (تأطير موضوعاتي Thematic Framing).

وبعد دراسة عدد من القضايا السياسية وجد Iyengar تأثيرات مهمة للتأطير على مفهوم وإدراكات المبحوثين لهذه القضايا.

فلدى تناوله للقصص الخبرية حول الفقر أظهرت تجاربه أن التأطير الحلقاتي يقود المشاهد إلى تحميل الفقراء مسؤولية معاناتهم، بينما يقود التأطير الموضوعي المشاهد ذاته إلى الاعتقاد أن المجتمع هو المسؤول عن الفقر.

كما وجد Iyengar أن معظم القصص الخبرية حول الفقر هي من صنف الحلقات. واستنتج أن إطار الأخبار المهيمن فيما يخص الفقر، يعمل على تحويل المسؤولية من المجتمع إلى الفقراء، والحال نفسها تنسحب عن الجريمة، إذ يحمل الجناة في ظل تجاهل تام لدور عوامل هامة كالحرمان والتمييز، تدني

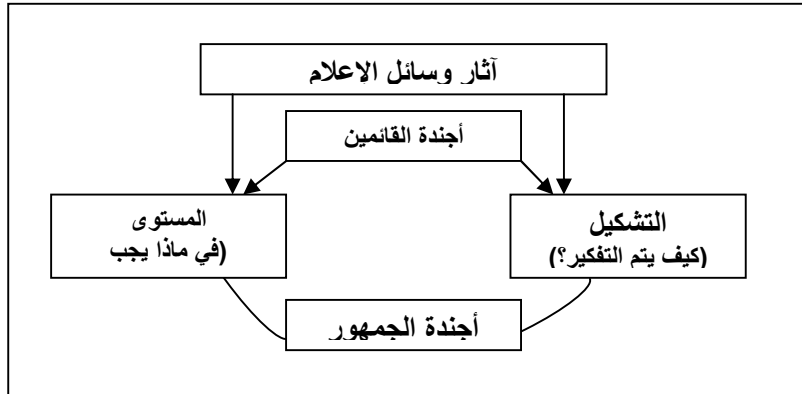
العملية التربوية... الخ. من جهة أخرى يشير التأطير أيضا إل اللغة الرمزية والخيال الذي يشكل معنى حدث سياسي.

3- توجيه الاهتمام **The Priming**: يفترض توجيه الاهتمام من قبل وسائل الإعلام Media Priming انتقاءها بعض الأخبار لتغطي، بينما تتجاهل أخرى، الأمر الذي يؤثر على الكيفية التي يكون بها الأفراد أحكامهم على القادة السياسيين والقضايا السياسية المختلفة، كما يشير توجيه الاهتمام حسب Price and Tewksbury (2004 Price V and Tewksbury D) إلى اتجاه أفراد الجمهور إلى تقييم قادتهم السياسيين على أساس القضايا والأحداث التي تم إيلاؤها اهتماما أكبر في التقارير الصحفية الأخيرة.

مثال ذلك، استخدم Rosicki منظور توجيه الاهتمام في وسائل الإعلام لدراسة نسب التأييد Approval Rating لأداء الرئيس جورج بوش الأب من أوت 1990 إلى نوفمبر 1992، ووجد أن تقييم الجمهور للرئيس كان يتأثر إيجابيا بهيمنة حرب الخليج على القصص الخبرية، ثم تحول سلبيا مع تحول التغطية نحو الاقتصاد الذي كان يشهد ركودا.

وعليه لا يفترض توجيه الاهتمام أن تقول وسائل الإعلام للجمهور أن جورج بوش الأب يقوم بأداء جيد لأننا نربح الحرب، أو أنه يقوم بأداء سيء لأننا نعاني اقتصاديا، ولكن تركيز وسائل الإعلام على أي من القضيتين يجعلها الأبرز في ذهن الفرد، ليسند إليها كمرجع أو مؤشر على طبيعة أدائه.

ويقول D.Shaw: "إن فرضية الأجندة لا تعتقد أن الإعلام يرمي إلى الإقناع، إن الإعلام الذي يصف ويحدد الواقع الخارجي يقدم للجمهور قائمة حول الموضوعات التي يمكن مناقشتها أو أن يشكل رأيا حولها، فالسمة الأساسية لهذه النظرية تكمن في فهم الناس لجزء كبير من الواقع الاجتماعي يأتي أساسا من الإعلام" (محمد عبد الحميد 1997)¹ ويمكن توضيح ذلك بالنموذج التالي(سي موسى عبدالله، 2010):



الشكل رقم (01): فرضية وضع الأجندة

تهتم بحوث وضع الأجندة بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور التي تتعرض لها من خلال تحديد أولويات القضايا التي تهتم المجتمع، حيث تفترض النظرية أن القائمين على وسائل الإعلام ينتقون بعض الموضوعات ليتم التركيز عليها والتحكم في طبيعتها محتواها، إذ لا يمكنهم طرح كل الأحداث والقضايا التي تحدث في المجتمع، بحيث يأخذ هذا الانتقاء التركيز في إثارة اهتمامات الجمهور تدريجياً، فيدركونها، يفكرون بها ويقلقون بشأنها، لتمثل لهم أهمية نسبية أكثر من تلك التي لم تطرح إعلامياً (منال كبور 2010).

حيث اتضح للباحثين في المجال أن آليات التأثير أكثر تعقد مما أعتقد في البداية، ما يظهر على المتلقي حين يتأثر بمادة المواضيع البعيدة عن حياته اليومية، إذ تصيح لديه اهتمامات بالسياسة والقيم الديمقراطية - مثلاً - في الوقت الذي يبدو أقل اهتماماً إزاء ما يعنيه ويمسه بصورة مباشرة وهو الشيء الذي تتصدى الأجندة لدراسته، أي إشكالية هذه المسافة بين الموضوع والمتلقي، ومفاهيم المفهومية Identification انعكاس، انتقال وإحداث البعد الذاتي حيال القضايا القريبة ليجد المتلقي نفسه في مواضيع لا تعنيه إن لم تكن بعيدة تماماً عنه (منال كبور 2010)، تبعاً لذلك تركز النظرية على مقدرة وسائل الإعلام في تغيير الاتجاهات وفقاً لنموذج الآثار الموحدة في دراسات الإعلام المبكرة.

رزم الواقع التي لا يلتقطها المتلقي مباشرة، ولا يحددها بصورة اتصال تبادلي على مستوى الحياة اليومية، تجعله يعيش هذا الواقع فقط عبر وساطة رمزية يقوم بها الإعلام الجماهيري. وبالتأكيد على هذه التبعية المعرفية المتصاعدة للإعلام الجماهيري تفترض الأجندة رائزاً مباشراً - وإن لم يمكن فوراً - على المتلقي في مستويين:

- يتعلق الأول بجدول الأعمال، الموضوعات، الإشكاليات والمشكلات التي يطرحها الإعلام؛

- في حين يتصل الثاني بالتراتبية حسب الأهمية والأولوية التي يتم على أساسها تنظيم هذا الجدول، لذا يكون تأثير المضمون الإعلامي - وفقاً للأجندة- وساطياً غير مباشر وخاضعاً لطبيعة الاتجاهات الموجودة سابقاً لدى المتلقي، وفضلاً عن هذه العناصر التأثير المباشر والطويل الأمد.

تدخل الأجندة متغيرات أخرى تجعله - التأثير - عملية معقدة ومشروطة؛ إذ تعترف بالخصائص السيكولوجية والاجتماعية للمتلقي، وكذا أهمية الاتصال الشخصي في تحديد الروايز النهائية لمضامين الإعلام على الجمهور.

خاتمة:

نعتبر هذه الجهود بمثابة خدمة عملية لتقنين وتأسيس ما يسمى بعلم الاتصال كما يعتبر خدمة عملية لتصنيف ووضع النظرية العامة للمعرفة الإعلامية.

وقد تم هذا باللقاء جهود الباحثين في ميادين شتى متعددة تواصلت أجزاءها لتكون شيئا يطلق عليه فيما بعد "علم الاتصال" وهي نفسها قضية نظريات الإعلام، كمادة لها أصولها الفلسفية والتاريخية في النصف الثاني من القرن الماضي، أما النصف الأول من نفس القرن فقد كانت هناك دراسات وصفية تعتمد على الحدس والتخمين، ولا تستند إلى أسلوب المنهج العلمي، أما الدراسة العلمية فقد بدأت بجهود مضمّنية وبهدف قياس آراء الناس واستفتائهم فيما يقرؤون ويسمعون، وسؤالهم عما يودون قراءته والاستماع إليه من خلال أجهزة ووسائل الإعلام المتاحة في أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية خاصة التي جرت فيها هذه البحوث، إذ تندرج هذه الدراسة في إطار التحضير لشهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر بعدما لمسنا فقرا أكاديميا في بحوث الإعلام الخاصة بنظرية وضع الأجندة في الجزائر والتي عرفت تطورا في الغرب وتطبيقاتها على المجتمعات الأوروبية والأمريكية في مجال الإعلام السياسي، فكانت أطروحتنا الموسومة بالإعلام السياسي والمثقف العضوي في الجزائر مقارنة سوسيو إعلامية في ديناميكية وضع الأجندة أول تطبيق ميداني في الجزائر جمع بين مختلف النظم الفرعية لنظرية وضع الأجندة في نفس الدراسة والمزمع مناقشتها ربيع 2013.

الهوامش:

- 1- بسيوني إبراهيم حمادة، 1996، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة.
- 2- بومعيزة السعيد، 2005، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الجزائر.
- 3- إبراهيم حمادة بسيوني، 2008، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب، القاهرة.
- 4- عزيز لعبان، 2005 وسائل الإعلام والمجتمع إشكالية التأثير: من الأثر المؤكد إلى الأثر المحتمل (الوسيط في الدراسات الجامعية)، إشراف الدكتور الطاهر بن خرف الله، الجزء الحادي عشر، دار هومة، الجزائر.
- 5- محمود حسن إسماعيل، 2003، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الفرزدق للنشر والتوزيع، الكويت.
- 6- أحمد زكرياء، نظريات الإعلام، ط1، المكتبة المصرية للنشر، 2009، ص. 06.
- 7- محمد بن سعود البشير، 2003، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، عدد 83، جامعة الكويت.
- 8- هبة جمال الدين، سبتمبر 1993، أولويات الإعلام وعملية تشكيل الرأي العام، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثلاثون، العدد الثاني والثلاثون.
- 9- أماني فهمي، 1993، الاتجاهات العلمية الحديث لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع.
- ميلفين.ل، ديفلير وساندر. بال روكيش، 1993، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة.

- 10- لامية صابر، 2010/2009، الحملات الإعلامية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب: دراسة ميدانية على عينات من شباب ولاية سطيف، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة.
- 11- نعيم بلعموري، 2009/2008، دراسة محددات الالمشاركة السياسية والمدنية لدى عينات من الأساتذة الجامعيين: اختبار نظرية ثولب الصمت على حالة الرئيس بوتفليقة وسياسته، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
- 12- محمد عبد الحميد، 1997، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 1997.
- 13- سي موسى عبدالله، 2010، نموذج فرضية وضع الأجندة شكل اجتهاد الباحث في وضعه من خلال المفاهيم الذي تعرض لها بعد التماسه غياب هذا في المراجع التي تم الاعتماد عليها، جامعة بشار، الجزائر..
- 14- منال كبور، 2010/2009، الفضائيات الإخباري واتجاهات الأستاذ الجامعي الجزائري حيال عملية السلام مع إسرائيل: أساتذة جامعة باتنة أنموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة.
- 15- حسن عماد مكاوي، 1998، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر.

- 16- Maxwel Mac Combs, 1977, D. Show, Agenda-Setting and The Political Process : in The Emergence of Political Issues, Ed Show and MC Combs.
- 17- Price V and Tewksbury D, 2004, New Values and Public Opinion: A Theoretical Account of Media Priming and Framing, in Sietman, R.B, Framing the 2004 Presidential Election: The Role of media
- 18- ZHU Jian Hua, 1992, Issue Competition and Attention Distraction : Sun Theory of Agenda Setting, Journalism Quartely, Vol 69, N° : 04..