

المحاضرة العاشرة: نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة)

تمهيد:

تشير نظرية الأجندة (Agenda-Setting) في علوم الإعلام والاتصال إلى فكرة أن وسائل الإعلام والاتصال لا تقوم بتشكيل الرأي العام فحسب، بل تشير أيضًا إلى ترتيب القضايا التي يجب على الجمهور أن يعتبرها مهمة ولها أولوية. بمعنى آخر، لا تحدد وسائل الإعلام فقط كيفية التفكير حول مواضيع معينة، ولكنها تحدد أيضًا ما هي تلك المواضيع.

وتعد هذه النظرية من أبرز النظريات التي ترى أن وسائل الإعلام والاتصال تلعب دورًا مهمًا في تحديد أولويات الجمهور، وتحديد القضايا التي يجب أن يكون لها انعكاس على الرأي العام. من خلال عمليات اختيار المضامين والبرامج الإخبارية، وتقديم التحليلات والمعلومات المتعلقة بالمسائل التي ترى وسائل الإعلام أن لها أهمية بالغة، وهو ما يسمح لها أن تسلط الضوء على بعض القضايا وتجاهل أخرى، بهدف التأثير على أفكار وتوجهات جماهيرها. وهو ما أدى بالبعض إلى القول أن " وسائل الإعلام لا تعمل على تشكيل آرائنا حول كيف نفكر، ولكنها تعمل على تشكيل أفكار لدينا حول ما يجب أن نفكر فيه".

نشأة نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة):

ظهرت نظرية الأجندة (Agenda-Setting) عام 1972، وقد نشأت كمفهوم نظري في مجال الإعلام والاتصال على يد باحثي الإعلام ماكسويل كمب ودونالد شو (Maxwell Coombe and Donald Shaw)، غير أن الجذور التاريخية لهذه النظرية تعود إلى كتابات ليبمان (Lippman) سنة 1922 حول ترتيب وسائل الإعلام للأخبار ذات الأولوية. إلى جانب ما تناوله برنارد بيرلسون (Bernard Berelson) في مقاله المنشور سنة 1948 بعنوان "الاتصالات والرأي العام"، فضلا عن مقال نورتن لونغ (Long Norton) الذي نشره سنة 1958، والذي لمح فيه بشكل مباشر على وجود أجندة تتبعها وسائل الإعلام

عند نشرها للأخبار بالقول: "إن الصحف هي المحرك الأول في وضع جدول الأعمال الإقليمية ولها دور كبير في تحديد ما سوف يتحدث عنه معظم الناس وما يفكرون فيه على أنه حقائق بالإضافة إلى الطريقة التي يعتبرونها مناسبة للتعامل معها".

ومنه فإن نظرية الأجندة (Agenda-Setting) تركز على مجموعة من الفرضيات من منطلق فكرة أساسية واحدة مفادها أن هناك اختلاف كبير بين ما يعرفه ويسمعه الناس وبين ما تروج له وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري. مما يؤكد أن وسائل الإعلام والاتصال تعتمد إلى ترتيب المواضيع بشكل يتوافق وخططها ويحقق أهدافها.

الفرضيات الرئيسية لنظرية الأجندة:

1. **فرضية الأجندة الإعلامية:** تقترح أن وسائل الإعلام تحدد القضايا والمواضيع التي لها أولوية ولها أهمية كبيرة لدى جمهورها.

2. **فرضية الأولوية:** وترى أن مواضيع الأجندة الإعلامية مواضيع تشكل في مجملها أولويات الجمهور لأنها تعالج القضايا والأحداث التي تشغل بال الجمهور.

3. **فرضية الاختيار:** تشير إلى أن الوسائل الإعلامية تركز على الأحداث والموضوعات الرئيسية، ثم ترتبها وتقدمها وفق اهتمامات لدى جماهيرها.

4. **فرضية التدرج:** أن وسائل الإعلام تتدرج عبر الزمن في طرح الموضوعات التي تهتم جمهورها.

5. **فرضية انتقال الأجندة:** أن الأولوية في تقديم الأخبار في وسائل الإعلام يكون للقضايا الإعلامية التي تُقدّم على القضايا العامة للمجتمع.

6. **فرضية التركيب:** تشير إلى أن الوسائل الإعلامية تقدم للجمهور مجموعة وتركيبية متنوعة من الأخبار، ترتبها على حسب درجة أهميتها.

الانتقادات التي وجهت لنظرية الأجندة:

على الرغم من أهمية نظرية الأجندة في فهم دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام، إلا أنها واجهت بعض الانتقادات والتحفظات، ومن بين هذه الانتقادات نذكر ما يلي:

1. **تبسيط العلاقة السببية:** يعتبر منتقدي نظرية الأجندة أن بعض فرضيات النظرية تبسط العلاقة بين ترتيب المواضيع من طرف وسائل الإعلام وتشكيل الرأي العام.
2. **تجاهل تفاعل الجمهور:** يعتبر البعض أن هذه النظرية تغفل تمامًا على الدور النشط للجمهور المتمثل في التفاعل مع المحتوى الإعلامي.
3. **تجاوز التنوع الإعلامي:** ويشير بعض النقاد إلى أن النظرية أغفلت التنوع الإعلامي والاختلاف في توجهاتها وأهدافها، مما يجعل من الصعب أن تتفق هذه الوسائل على ترتيب موحد للمواضيع المهمة.
4. **تحديد الأولويات فقط:** يقول بعض المنتقدين إن النظرية تركز بشكل رئيسي على تحديد الأولويات ولا تعطي اهتمامًا كافيًا لعمق التأثير الذي يمكن أن يكون لوسائل الإعلام على فهم الجمهور للقضايا.
5. **تجاهل التأثيرات الاجتماعية والثقافية:** يقول بعض المنتقدين إن نظرية ترتيب الأولويات تتجاهل تأثيرات العوامل الاجتماعية والثقافية في تحديد مواضيع الأجندة وتشكيل الرأي.
6. **تحديات البحوث الكمية:** تشير بعض الانتقادات إلى تحديات المنهج في البحث الكمي حول هذه النظرية، حيث ترى أنه قد يكون من الصعب قياس التأثير الفعلي لوسائل الإعلام على تشكيل الرأي بشكل دقيق.