

نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) بين النشأة والتطور

## نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) بين النشأة والتطور دراسة توثيقية

د. أحمد البشير الغول

كلية الآداب - جامعة الزاوية

### مدخل:

تستحوذ وسائل الإعلام في هذا العصر على كل الاهتمامات لما لها من قوة في التأثير على الأفراد والجماعات داخل المجتمع، حيث أصبحت أداة تساند القوة السياسية والاقتصادية والأيدولوجية والعسكرية في الدول الحديثة، وباتت الرسائل الإعلامية تحيط بنا حيثما نكون مع اختلاف مضامينها، مما أصبح لزاماً على الباحثين في مختلف المجالات الاجتماعية والسياسية والإعلامية أن يبحثوا في تأثير هذه الوسائل على الناس، كذلك ضرورة الوعي بأهم نظريات تأثير تلك الوسائل ومعرفة الإمكانيات التي توفرها هذه النظريات للقائمين بالاتصال وذلك لتصميم رسائل أكثر فاعلية وتأثير<sup>(1)</sup>، وتعد نظرية (الأجندة) أو ترتيب الأولويات من أهم هذه النظريات ومقياساً رئيساً تقاس به أجندة وسائل الإعلام تجاه القضايا المجتمعية، حيث تشغل دراسات ترتيب الأولويات أو ما يسمى وضع الأجندة (علاقة التأثير المتبادل بين أولويات قضايا الإعلام وأولويات قضايا الرأي العام والسياسة العامة) الحيز الأكبر من اهتمام المجتمع الأكاديمي العالمي منذ البدايات الأولى لهذه النوعية من الدراسات على يد الباحثين Maxwell McCombs & Donald Show صاحباً أول دراسة منشورة على وضع الأجندة عام 1972 م، وتحثل دراسات وضع الأجندة أهمية خاصة في المجتمعات الديمقراطية التي تولى عناية خاصة لاهتمامات الرأي العام وتوجهاته كمدخلات في عمليات صنع القرارات ووضع السياسات على كافة المستويات<sup>(2)</sup>.

### مشكلة الدراسة:

تعد نظرية ترتيب (الأجندة) ب الأولويات من أهم النظريات أهمية كونها تبحث في العلاقة المتبادلة بين أولويات جمهور وسائل الإعلام وأولويات الوسائل الإعلامية نفسها، حيث أن هذه النظرية ترى بأن هناك تأثيراً من وسائل الإعلام على الجمهور في تحديد أولوياتهم تجاه القضايا اليومية، كما إنها تؤثر عليهم في تصنيف هذه القضايا كونها قضايا مهمة يجب متابعتها وأخرى أقل أهمية، ويرى الباحث أن ما يحصل اليوم داخل الوسائل الإعلامية سواءً أكانت عالمية أم عربية أم محلية من خطابات ومضامين موجهة برزت على السطح تشوبها العديد من الاجندات والأولويات تجاه القضايا المختلفة، يجعلنا نرى أنه من الضرورة بمكان امتلاك مقاييس ومعايير نستطيع من خلالها فهم وتحديد طبيعة العمل والسياقات التي تمر بها عملية ترتيب الأولويات داخل هذه الوسائل الإعلامية، ومن ثم تكمن مشكلة هذه الدراسة في محاولة لفهم أكبر لهذه النظرية من خلال معرفة نشأتها ومراحل تطورها وأهم مكوناتها ومبادئها وفروضها، بالإضافة إلى معرفة من يضع أجندة وسائل الإعلام وفق مفهوما ورؤيتها، الأمر الذي يمكننا من امتلاك تلك المقاييس التي ذكرت سلفاً.

### أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة التوثيقية كونها تخوض في أهم نظريات وسائل الإعلام فاعلية حتى يومنا هذا، وهي نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة) والتي تعد وفق نظر العديد من الباحثين منهجاً يعتمد به داخل وسائل الإعلام في إعداد مضامينها المختلفة الموجهة للجمهور حتى يومنا هذا، ومن ثم فإن أهمية هذه الدراسة تتمثل في التطرق لمعرفة هذه النظرية عن قرب وأهم مكوناتها، ومحاولة استنباط بعض النتائج والتفسيرات لهذه النظرية.

## نظرية ترتيب الأولويات ( وضع الأجندة) بين النشأة والتطور

### أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على نشأة نظرية ترتيب الأولويات ومراحل تطورها.
- 2- تحديد مفهوم نظرية ترتيب الأولويات وأهم مكوناتها ومبادئها.
- 3- معرفة الاستراتيجيات القائمة عليها نظرية ترتيب الأولويات .
- 4- محاولة فهم علاقة وسائل الإعلام بالسياسية وفق مفهوم هذه النظرية.
- 5- معرفة من يضع أجندة من، وفق مفهوم هذه النظرية.
- 6- الوصول إلى خلاصات و نتائج وتفسيرات لأهم مفاهيم هذه النظرية.

### تساؤلات الدراسة:

- 1- ما أهم المحطات والمراحل التاريخية التي مرت بها نظرية ترتيب الأولويات؟
- 2- ما أبرز المبادئ التي تنص عليها نظرية ترتيب الأولويات وأهم مكوناتها واستراتيجياتها؟
- 3- ما طبيعة العلاقة القائمة بين وسائل الإعلام والسياسة وفق رؤية هذه النظرية؟
- 4- من يضع أجندة من، وفق مداخل نظرية ترتيب الأولويات ؟
- 5- ما أهم النتائج والتفسيرات العامة التي نستطيع أن نستنبطها من عرض هذه النظرية؟

### منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على ( المنهج التاريخي) والذي يهتم بسرد الوقائع والأحداث والمحطات التاريخية التي مرت بها ظاهرة الدراسة من خلال استرداد الماضي بطريقة منهجية وموضوعية عبر تجميع الأدلة والوثائق التاريخية وتقويمها والتحقق من تركيباتها، لاستخلاص الحقائق والوصول إلى نتائج يمكننا من فهم أكبر للظاهرة أو موضوع الدراسة ومدى ارتباطها بالحاضر<sup>(3)</sup>.

أولاً - الخلفية التاريخية للنظرية ومراحل تطورها:

على الرغم من أن هذه النظرية اعتبرت من نظريات التأثير المعتدل والتي ظهرت في أواخر الستينيات، إلا أن البداية الحقيقية لها كانت للباحث (والتر ليبمان) Lippman سنة 1922م عندما توصل في دراسته إلى نتائج أثبتت أن لوسائل الإعلام دوراً مهماً في توجيه اهتمامات الجمهور من خلال تحليل مضمون (1000) موضوع نشرته صحيفته (نيويورك تايمز) الأمريكية خلال 36 شهراً للتعرف على الكيفية التي عالجت بها صحيفة رفيعة المستوى الثورة البلشفية، وانتهت الدراسة إلى القول بأن صحيفة الدراسة قدمت صورة زائفة للثورة الشيوعية<sup>(4)</sup>، كما أشار ( والتر ليبمان ) في كتابه "الرأي العام"، عندما ناقش دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية عن العالم الخارجي، حيث أكد فيه أن هذه الوسائل تساعد على بناء الصورة الذهنية عن القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية المختلفة لدى الجمهور، وبذلك تعمل على تشكيل الرأي العام حيال القضايا المختلفة لدى الجمهور<sup>(5)</sup>.

ومن ناحية أخرى هناك نص مباشر لم يلتفت إليه العديد من الباحثين من قبل حول وظيفة وضع الأجندة حينما اعتبر "برنارد بيرلسون" 1948م في مقالته المعنونة بالاتصالات 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 يتلقاه من قبل وسائل الإعلام، وبذلك يكون (بيرلسون) قد أشار ولو بشكل

## نظرية ترتيب الأولويات ( وضع الأجندة) بين النشأة والتطور

غير مباشر إلى مفهوم ترتيب الأولويات أو ما يسمى بوضع الأجندة من خلال وسائل الإعلام<sup>(6)</sup>.

في حين أن البعض يشير إلى أن أول إشارة مباشرة للنظرية والتأكيد على هذه الوظيفة لوسائل الإعلام، نظرا لتجاهلها تماما في الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين، كانت لـ نورتون لونج Norton Long في مقاله عام 1958 م والتي ذكر فيها أن الصحف تعتبر المحرك الأول في وضع القضايا المحلية، وهي تلعب دوراً مهماً في تحديد ما يتحدث عنه الأفراد وما يفكرون فيه، وقد وضحا أكثر برنارد كوهن Bernard Cohen، إذ أحيها بعد ذلك في كتابه الصحافة والسياسة الخارجية عام 1963 م حين أكد وجهة نظر لييمان بقوله: "أن وسائل الإعلام لا تتجح دائما في إيلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات)، ولكنها تتجح دائما في إيلاغهم 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<sup>(7)</sup>.

وقد ظلت فكرة ترتيب الأولويات فكرة نظرية تحتوى على تكهنات وأفكار، ولم تأخذ اسمها المتعارف عليه حالياً (Agenda Setting) حتى جاءت دراسة (Maxwel Mac Combs, D. Show) عام 1972م عن دور وسائل الإعلام في حملة الانتخابات للرئاسة الأمريكية عام 1968م والتي جرى تطبيقها في مدينة (شايل هيل) بولاية (نورث كارولينا) الأمريكية، حيث جمعا قائمة وسائل الإعلام من خلال تحليل محتواها المتعلق بالحملة الانتخابية، وكذلك قائمة أولويات الجمهور من عينة عشوائية قوامها (100) مفردة، وقد أثبتت الدراسة وجود ارتباط إيجابي قوى بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور، وأكدت أن تلك الوسائل أثرت على اهتمامات الجمهور ورتبت قائمة أولوياته<sup>(8)</sup>.

- كما برز أيضاً مفهوم (وضع الأجندة) لدى الباحث (فيكو بيتلا) Viikkopietila سنة 1977 م، حيث أشار (بيتلا) إلى أن إجراء دراسة ملموسة لقياس تأثيرات وسائل الإعلام، ينبغي أن يتضمن الخطوات الآتية:
- 1- اختبار قضية أو مشكلة اجتماعية، ودراسة طبيعتها وجوهرها.
  - 2- إجراء تحليل لمحتوى وسائل الإعلام؛ للتعرف على كيفية تقديم هذه الوسائل للمشكلة أو القضية محل الدراسة.
  - 3- إجراء دراسة للتعرف على معارف الجمهور وتصوراتهم حول القضية ذاتها.
  - 4- الربط بين تصورات الجمهور عن القضية، والكيان الاجتماعي الذين ينتسبون إليه.
  - 5- الربط بين تصورات الجمهور وإدراكه للقضية من ناحية، ومحتوى وسائل الإعلام من ناحية أخرى.
  - 6- الربط بين أوجه التشابه والاختلاف بين محتوى وسائل الإعلام، وإدراك الجمهور للقضية من ناحية، والكيان الاجتماعي الذي ينتسب إليه الجمهور من ناحية أخرى<sup>(9)</sup>.
- وعلى الرغم من أهمية الأفكار السابقة لدى العديد من الباحثين والكتاب، والتي تناولت مفهوم (وضع الأجندة) سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، إلا أن هذه الأفكار تعد غامضة، فضلاً عن افتقارها إلى محددات علمية وخصوصاً إذا ما قورنت بالفروض القابلة للتطبيق العملي على أرض الواقع، والتي جاء بها كل من (ماكبوس) و(شو) عن وضع الأجندة من قبل وسائل الاتصال الجماهيري، فقد واصل الباحثان دراستهما في تطوير هذا النوع من الدراسات، ففي عام 1993 م أثبتت إحدى دراساتهم بأن "الدور الرئيس لوضع الأجندة من خلال وسائل الإعلام يتمثل في تعضيد وتأكيد الإجماع الاجتماعي".<sup>(10)</sup> وقد رصدت الأبحاث والدراسات المتخصصة في هذا النوع من الدراسات مراحل تطور نظرية ترتيب الأولويات من حيث موضوعاتها واهتماماتها البحثية، وتلخصت في الآتي:

## نظرية ترتيب الأولويات ( وضع الأجندة) بين النشأة والتطور

- 1- المرحلة الأولى: سميت بمرحلة المبادرات وتضمنت مجموعة من الاختبارات البسيطة للأولويات كتحليل بعض المواد المقدمة في وسائل الإعلام ومقارنتها باهتمامات الجمهور وهي التي تمت دراستها في السبعينيات.
- 2- المرحلة الثانية: اهتمت بالكشف عن الشروط والظروف الواجب توفرها لتفعيل تأثيرات الأولويات والعوامل الاجتماعية والفروق الفردية الديمغرافية خلال فترة الثمانينيات.
- 3- المرحلة الثالثة: اهتمت هذه المرحلة بدراسة صورة المرشح التي تعرضها وسائل الإعلام والاهتمام السياسي للناخبين كأولويات بديلة، والكشف عن دور الاتجاهات والعوامل السيكولوجية في تشكيل أولويات الناخبين.
- 6- المرحلة الرابعة: وهي الراهنة والتي تطرح التساؤل حول من يضع أولويات الوسيلة الإعلامية، فهي تعنى بدراسة التأثيرات المحتملة لمصادر الأخبار والمعلومات على بناء وترتيب أولويات تلك الوسائل وعن تأثير قادة الرأي الذي يملكون القدرة على التأثير في بناء وتشكيل أولويات وسائل الإعلام<sup>(11)</sup>.

### ثانياً - مفهوم (وضع الأجندة):

تكاد تنتمي أغلب دراسات وبحوث الاتصال الجماهيري إلى دائرة التأثيرات الاجتماعية إذ بنيت كل بحوث الاتصال الجماهيري على افتراض مفاده وجود تأثيرات معينة تقع من جانب وسائل الاتصال الجماهيري على الفرد والمجتمع. وعلى ذلك يرتبط مفهوم وضع الأجندة (agenda Setting) بدراسة العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجماهير في تحديد أولويات الاهتمام بالقضايا المثارة بالمجتمع، حيث يشير مفهوم وضع الأجندة بين الباحثين الإعلاميين إلى وجود علاقة ارتباطية بين كل من وسائل الإعلام (ترتيب أولويات القضايا بوسائل الإعلام)، وأجندة الجمهور (ترتيب أولويات القضايا لدى الجمهور)، بحيث تضع وسائل الإعلام أولويات اهتمامات الجمهور حول القضايا المختلفة من خلال إبرازها لهذه القضايا عبر المساحة والوقت المخصص لهذه القضايا<sup>(12)</sup>.

وتقوم نظرية وضع الأجندة على افتراضية أساسية مؤداها أن وسائل الإعلام وعلى رأسها الصحافة تقوم بعملية انتقاء واختيار لبعض القضايا والموضوعات المثارة بالمجتمع، ويتم التركيز عليها وإبرازها، مما يضعها في أولويات اهتمامات الجماهير بشكل تدريجي، وتشكل بالنسبة لهم أهمية نسبية عن باقي القضايا الأخرى أي : " كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على موضوعات وقضايا بعينها؛ ترتب على ذلك إدراك الجمهور لهذه الموضوعات والقضايا بوصفها قضايا بالغة الأهمية<sup>(13)</sup>

وقد صاحب ظهور مفهوم وضع الأجندة تحولاً مهماً في مسار الدراسات الإعلامية من التركيز على دور وسائل الإعلام في تغيير الاتجاهات والسلوك (أي الدور الإقناعي) من خلال التركيز على دور وسائل الإعلام في التنمية المعرفية للأفراد من حيث ترتيب أولويات القضايا العامة لدى الجمهور (أي الدور المعرفي)<sup>(14)</sup> وبشكل آخر يفترض هذا المدخل أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تحدث في المجتمع بمستوى واحد، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، ومن ثم تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً عن الموضوعات التي لا تطرحها وسائل الإعلام، وعملية الانتقاء اليومي لموضوعات قائمة أولويات وسائل الإعلام وأساليب إبراز أو طمس تلك الموضوعات، وتحريكها صعوداً أو هبوطاً لا تستهدف إثارة اهتمام الجمهور العام فقط، إنما هي عملية تستهدف - أيضاً - صانعي القرار السياسي<sup>(15)</sup>.

وقد أشارت العديد من الدراسات الإعلامية إلى أن دراسة العلاقة بين اهتمامات وسائل الإعلام واهتمامات المثقف يعد تطوراً في دراسات وضع الأجندة والاتصال السياسي، وعلى الرغم من ذلك لم تتكرر هذه الدراسات حيث ينصب التركيز على دراسة العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الرأي العام<sup>(16)</sup>



## نظرية ترتيب الأولويات ( وضع الأجندة) بين النشأة والتطور

وبناء على ذلك تسهم وسائل الإعلام وعلى رأسها الصحافة كثيرا في تشكيل الرأي العام ورؤيته للقضايا التي توجه للمجتمع، فمن خلال التركيز على قضية معينة وتجاهل أخرى تحدد وسائل الإعلام أولويات أفراد المجتمع في الاهتمام بالقضايا المتعلقة بقطاعات متنوعة في المجتمع<sup>(17)</sup>، فوضع الأجندة عملية تقوم بها وسائل الإعلام باختيار ما يوصف بأنه أهم القضايا العامة والمختلفة، لكن قيامها بهذه الوظيفة لا يكون بطريقة مباشرة، كأن تخبر الجمهور بأن هذه القضية هي الأكثر أهمية، ولكن يكون ذلك من خلال تكرار تغطية هذه القضية بشكل أكبر مقارنة بالقضايا الأخرى، وتخصيص حيز زمني ومساحة أكبر أو بطريقة استعراضية تجعلها أكثر بروزاً<sup>(18)</sup>، وغيرها من العوامل الأخرى سيأتي ذكرها فيما بعد.

ثالثاً / أهم المفاهيم الأساسية (المبادئ) التي تقوم عليها نظرية ترتيب الأولويات:

إن نظرية ترتيب الأولويات شأنها شأن أي نظرية أخرى تستهدف ضمن أهداف أخرى وصف الواقع الذي تدرسه، والتعبير بوضوح عن العلاقات القائمة في هذا الواقع، وتكتسب المفاهيم أهمية خاصة في أي نظرية بحيث يمكن القول بأنها تشكل أول وأهم مكون في أي نظرية.

وفيما يأتي عرض لأهم مبادئ نظرية ترتيب الأولويات:

1- يتمثل الفرض الرئيس لنظرية الأولويات في وجود علاقة إيجابية قوية بين تركيز وسائل الإعلام على قضايا معينة وحجم الأهمية التي يعتبرها الجمهور لنفس القضايا<sup>(19)</sup>.

2- دعمت نظرية ترتيب الأولويات المنطق القائل بأن وسائل الاتصال لا تعلم الناس كيف يفكرون ولكنها تعرفهم فيم يفكرون، فهي لا تخبرنا بما تعتقد ولكنها تقترح بشكل إجمالي ما توافق على مناقشته<sup>(20)</sup>.

3- يختلف الدور التأثيري الذي تقوم به نظرية ترتيب الأولويات عن التأثير الإقناعي الذي تتضمنه النظريات السابقة، مثل (نظرية الحقنة تحت الجلد) والتي

تعتمد على التأثير الفوري، الشامل، المتماثل، حيث وسائل الاتصال الجماهيري لها تأثيرات جماهيرية واسعة، أما في مثل هذه النظريات التي تنطلق مما طرحه (جوزيف كلاپر) Joseph Klapper عالم 1960 م التي تفترض أن وسائل الاتصال الجماهيرية لها تأثيرات محدودة فيما يتعلق بالسلوك والاتجاهات، فالتأثير المتميز لترتيب الأولويات يفترض تركيز الاهتمام حول قضايا وأحداث معينة، وتحديد الأهمية النسبية التي يمنحها الجمهور للموضوعات العامة، حيث يميل الناس لإبراز ما تعكسه وسائل الإعلام، واستبعاد ما تستبعده هذه الوسائل<sup>(21)</sup>.

4- إن الشخص الذي يتعرض لقائمة وسيلة إعلامية معينة سوف يتكيف للأهمية المنسوبة للقضايا المطروحة في اتجاه يتفق مع حجم الاهتمام الممنوح لهذه القضايا، بمعنى زيادة التركيز على موضوع أو قضية معينة في وسائل الإعلام بسبب زيادة بروز هذا الموضوع أو تلك القضية عند الجمهور<sup>(22)</sup>.

5- إن العلاقة بين أولويات الوسيلة الإعلامية وأولويات الجمهور مرتبطة بالواقع الاجتماعي للمتغيرات الأخرى، وهذه المتغيرات تؤثر على الوضع النهائي لأجندة الوسيلة أو الجمهور<sup>(23)</sup>.

6- من المقبول بوجه عام القول إن تأثيرات وسائل الاتصال تأخذ وقتاً حتى تظهر، وأحد التفسيرات لذلك هي الحاجة إلى وقت سابق في عملية الاتصال، حيث إن العملية تتم على مرحلتين، وتبدأ من وسائل الاتصال إلى قادة الرأي الذين يقومون بدورهم في التأثير على التابعين لهم، فضلاً عن الفترات الزمنية المعتاد وضعها لمثل هذا النوع من الدراسات قبل وبعد تصميمها من قبل الباحثين والمختصين<sup>(24)</sup>؛ نتيجة لعدة ظروف وعوامل متعلقة بالنظرية والوسيلة الإعلامية والمتلقي نفسه، وقد حدد (ماكبوس وشو) D. Shaw & MC Combs (1977م) الفترة الزمنية التي قد تستغرقها ترتيب الأولويات، وهي في غضون أربعة أشهر، أي ما يعادل تقريباً من 2- 6 شهور، أما (زوكر) Zucker 1978م فقد وجد أن التأثير المحتمل يحدث خلال 2 إلى 6 أسابيع قبل قياس القضية عند الجمهور. أما

## نظرية ترتيب الأولويات ( وضع الأجندة) بين النشأة والتطور

(سالوين) 1988م Salwen من وجهة نظره فهو يرى أنها من 6-10 أسابيع. (25) ويرجع هذا الاختلاف من وجهة نظر الباحث لاختلاف البيئة والظروف المحيطة فضلاً عن اختلاف الوسيلة والمناهج المستخدمة وتأثير العوامل الوسيطة في ذلك.

وعربياً يقدم أيضاً (الدكتور بسيوني حمادة)<sup>(26)</sup> شرحاً مفصلاً في دراسته حول وسائل الإعلام وعلاقتها بالسياسة، حول أهم المفاهيم المتعلقة بهذه النظرية، والتي يرى فيها الباحث أنها خلاصة لأهم التفسيرات التي أجمع عليها الباحثون والمهتمون بهذا النوع من الدراسات، ومن أبرز هذه المفاهيم نسردها في التالي:

1- إن وسائل الإعلام قد لا تنجح كل الوقت في تعريف الناس كيف يفكرون ولكنها تنجح بكفاءة في تعريف الناس فيما يفكرون.

2- تؤثر وسائل الإعلام بشكل مباشر وقوي على الرأي العام، إلا أن طريقة استخدام الناس لوسائل الإعلام تؤثر في دور وسائل الإعلام وتأثيرها على القضايا العامة.

3- على الرغم من أن هذه النظرية تبدو صحيحة وعلى الرغم من كثرة الدراسات التي تؤيدها إلا أن هناك استثناءات لها. ومعظمها يتوقف على الظروف أو الشروط العامة لوضع الأجندة.

4- إن زيادة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام يزيد من قدرته على وضع تصورات أو حلول للمشكلات والقضايا العامة، وإن كانت النقاط السابقة تؤكد على دور وسائل الإعلام في وضع الأجندة، إلا أن دور وسائل الإعلام مرتبط بشكل أساسي بتدعيم القيمة الاجتماعية السائدة، وإضفاء الشرعية على مواقع الصفاة أكثر من تكوين قضايا جديدة أو الدفاع عن قيم جديدة.

5- إن الفكرة السابقة لا تعنى أن وضع الأجندة، أو تدعيم الأجندة عملية خطية تسير في اتجاه واحد فقط؛ ذلك أنه تحت ظروف معينة يؤثر الرأي العام في أجندة

وسائل الإعلام، إلا أن الاتجاه العام الناتج من الدراسات السابقة هو انتقال الأجندة من وسائل الإعلام إلى الجمهور.

6- إن قضية وضع الجمهور لأجندة وسائل الإعلام ليست فكرة نظرية فقط، ولكن هناك بعض الدراسات التي أجريت بهدف التعرف على اتجاه السببية من وسائل الإعلام إلى الجمهور أم العكس.

7- إن هذا المنظور الأوسع لوضع الأجندة يلخصه (جنوتش)، بقوله أن تأثير وسائل الإعلام ليس في التحويل الدرامي المفاجئ لقضايا واهتمامات الرأي العام ولكنه يتمثل في وضع الحدود، أو الإطار العام للمناقشات والمناظرات العامة للقضايا الخلافية.

8- تقوم وسائل الإعلام بوظيفة جديدة لكل قضية تحتل مكاناً في أولويات اهتمامات الجمهور، حيث تنتقى الآراء والأفكار بشكل متناغم، وتبعد عن الآراء والأفكار المتنافسة بشكل يقدم القضية في شكل متماسك من المعلومات والحقائق مما يخلق صورة ذهنية بموضوعية هذه القضية وتعبيرها عن الحقيقة السياسية.

9- تعددت الآراء حول مفهوم الأجندة فهي قضايا سياسية تتكون نحوها بدائل السياسات وتتبلور صوبها المعارضة أو التأييد، فالمفهوم لا يتضمن موقف الفرد من القضية أي الموافقة أو المعارضة النسبية على سياسية ما، ولكن يشير فقط إلى الأهمية النسبية الممنوحة لقضية أو قضايا معينة.

10- لا تستأثر وسائل الإعلام بوضعه الأجندة، ولكن هناك مصادر مختلفة لذلك منها خبرة الفرد الشخصية، تأثير الجماعة، الظروف المحيطة بالفرد في بيئته، لذلك فإن أي نموذج لتفسير وضع الأجندة يجب أن يتضمن الخصائص الكلية للجمهور والخصائص المتعلقة بالأفراد والظروف المحيطة في العالم الخارجي التي يحتمل أن تؤثر في القضية.

11- من أهم أسباب التحيز في دراسات وضع الأجندة أن الموضوعات الخاضعة للدراسة قد تحظى بكثير من الأهمية من جانب الجمهور لأسباب أخرى. على سبيل

## نظرية ترتيب الأولويات ( وضع الأجندة) بين النشأة والتطور

المثال فإن التغطية الإعلامية لمرشح معين تتأثر إلى حد كبير بالتغطية الإعلامية للحملة ككل.

رابعاً - مكونات النظرية:

تتكون عملية ترتيب الأولويات من ثلاثة عناصر هي (27) :

1- أولويات وسائل الإعلام Media Agenda Setting وتتخذ من أولويات وسائل الإعلام متغيراً تابعاً لها.

2- أولويات الجمهور Public - Agenda وتتخذ من أولويات اهتمامات الجمهور متغيراً تابعاً لها.

3- أولويات السياسة العامة Policy Agenda وتتخذ من أولويات قضايا السياسة العامة ودوائر صنع القرار متغيراً تابعاً لها بينهما يمثل أولويات اهتمامات وسائل الإعلام المتغير المستقل.

### 1- أولويات وسائل الإعلام:

إن تركيز وسائل الإعلام على قضايا معينة يؤدي إلى انتقال التركيز نفسه إلى الجمهور المتلقي، بحيث تصبح أولويات اهتمامات وسائل الإعلام هي ذاتها أولويات اهتمامات الجمهور، فالجمهور كيف إدراكه للقضايا وفق تكيف وسائل الإعلام، فهي لا تعطي نفس الاهتمام والتركيز لكل القضايا، حيث تظهر فروق في المعالجة الإعلامية من حيث الشكل والموضوع والتكرار والمساحة أو الزمن وعناصر الإبراز المختلفة، وبناءً على هذه المفارقة تتشكل الأولويات الإعلامية.

وقد حدد (مانهايم) Manheim عام 1987م ثلاثة أبعاد مهمة تساعد على فهم

عملية ترتيب الأولويات في وسائل الإعلام وهي :-

أ- الرؤية Visibility ( حجم وبروز التغطية لقضية ما).

ب- البروز لدى الجمهور Audience Selience مدى ارتباط القضايا المطروحة باحتياجات الجمهور).

ج- التكافؤ Valence (التغطية المفضلة أو غير المفضلة لقضية ما). (28)

من يضع أولويات وسائل الإعلام ؟

يعد البحث في وضع أجندة وسائل الإعلام من آخر مراحل تطور بحوث وضع الأجندة، فقد بدأت بحوث وضع الأجندة بالسؤال من يضع أجندة الجماهير لتصل إلى سؤال من يضع أجندة وسائل الإعلام، ويعد (لازرسفيلد ومرتون) Lazarsfeld and Merton أول من طرحا هذا التساؤل الأخير سنة 1984م وكانت وجهة نظرهما " أن وسائل الإعلام ليست إلا نتيجة للقوى الاجتماعية السائدة بما في ذلك المؤسسات الصناعية والتجارية وغيرها من المتغيرات المؤهلة لممارسة الضبط الاجتماعي"، فطبيعة البحث في أجندة وسائل الإعلام تستوجب مجموعة من المدخل:

1- مدخل السلطة.

2- مدخل الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام.

3- مدخل بناء الأجندة.

1- **مدخل السلطة:** أجندة وسائل الإعلام تعكس قيم الممارسة المهنية والأصول والقواعد الاجتماعية للعاملين في الصحافة؛ بمعنى أن وسائل الإعلام أكثر من مجرد قناة للتعبير عن قوة المصادر الأخرى، ولكنها تمثل قوة ذاتية مستقلة، وسوف يزداد حجم هذه القوة في المجتمعات الديمقراطية، والتي تسود فيها حرية الإعلام والملكية الخاصة، حيث تمارس الصحافة السلطة السياسية وتكاد تتعدم فيها الرقابة الحكومية وغير الحكومية<sup>(29)</sup>.

إن مدخل السلطة يفسر أجندة وسائل الإعلام على أنها تعبر عن اهتمامات مراكز القوة في المجتمع، وتعكس الوزن النسبي لهذه القوة، ويذهب بعض الباحثين إلى أن وسائل الإعلام تمثل أيضا مركز قوة في ذاتها<sup>(30)</sup>.

والسلطة في ظل هذا المدخل مرتبطة بالسياسات الإدارية للمؤسسات الإعلامية، فأهداف المؤسسة الصحفية وأسلوب ممارستها للعمل هو المحدد النهائي لأولويات اهتماماتها ومصدر القوة هو الصحفي في ذاته، ويعتبر حارس البوابة

## نظرية ترتيب الأولويات ( وضع الأجندة) بين النشأة والتطور

صاحب القرار الذي يحدد مضمون وشكل وتوقيت ما ينشر، ويشارك في صنع القرار.

2- **مدخل الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام:** يقترح هذا المدخل البحث في تأثير وضع الأجندة بين وسائل الإعلام بعضها البعض، وكذلك العوامل المرتبطة باتجاه التأثير وقوته، وقد يمتد ليشمل تأثير الصحف الدولية والأجنبية ذات المكانة على الصحف الوطنية المحلية والجهوية، وأثر الصحف الوطنية على الصحف الحزبية، خاصة في الدول النامية إعلامياً. وتمارس وسائل الإعلام الغربية الدور الأكبر في وضع أولويات اهتمامات وسائل الإعلام في هذه الدول، ومن ثم وضع أجندة الرأي العام، يتطلب التحقق من هذه الفرضية إجراء دراسات تحليل المضمون لعدد من وسائل الإعلام، لتتبع مصادر المعلومات التي تشكل القضايا التي تحظى باهتماماتها. على الرغم من أن الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام يبقى قائماً للدرجة التي تتحقق فيها المصلحة المشتركة، مع مراعاة درجة الاعتماد، "الوسيلة الأقوى تؤثر في اهتمامات الوسيلة الأضعف، والوسيلة التي تقع في المركز تؤثر في الوسيلة التي تقع في الهامش"<sup>(31)</sup>.

3- **مدخل بناء الأجندة:** يستعمل بعض الباحثين مفهوم بناء الأجندة بدل مفهوم وضع الأجندة، وهو يعبر عن نفس المضمون، ويشير إلى كل المعلومات المؤثرة في تحديد أولويات وسائل الإعلام، وتتخذ دراسات بناء الأجندة اتجاهين:

أ- الاتجاه الأول: يتعامل مع نتيجة العملية ككل؟ أي تشخيص أجندة الوسيلة الإعلامية الخاضعة للبحث وتتبع تأثير المصادر الإخبارية في بنائها.

ب- الاتجاه الثاني: يدرس مدخلات وسائل الإعلام أو المادة الخام التي يتم من خلالها بناء أجندة الوسائل، إذ يتم تحليل البيانات الصحفية والمؤتمرات والمقابلات، وقد عرف هذه الاتجاه باسم "دعم المعلومات"<sup>(32)</sup>.

لكن يبقى الإجماع على تسمية هذه العملية بوضع أجندة وسائل الإعلام بدلا من بناء الأجندة؛ لتوحيد المفهوم بين المجالات البحثية الثلاث، وهي وضع أجندة الجماهير ووضع أجندة وسائل الإعلام ووضع أجندة النظام السياسي. ويجيب (سيوني) حمادة على تساؤل من يضع أجندة من؟ قائلاً إن البرهنة على التأثير السببي تحتاج إلى التحكم في الترتيب الزمني لاهتمامات الطرفين. فإذا كانت اهتمامات الجمهور تسبق اهتمامات الإعلام، فلا يمكن القول: إن أجندة الإعلام تسبق أجندة الجماهير. فحراس البوابة في وسائل الإعلام يدركون تماماً ما يهتم به الجمهور، وينعكس هذا الإدراك بالضرورة من جانبهم على أجندة وسائل الإعلام وقد أثبتت كل من Miller, Erbring, Goldenberg عام 1980م تبادل التأثير بين اهتمامات الطرفين، وإن كان تأثير أجندة الجماهير على الإعلام ذا طبيعة تدرجية ويأخذ وقتاً طويلاً، فهو عملية أكثر من كونه تأثيراً مباشراً. في حين تؤثر أجندة الإعلام على الرأي العام بشكل مباشر وفوري، خاصة تلك الأحداث التي يفتقر الجمهور إلى استقائها من مصادر أخرى<sup>(33)</sup>.

وفي هذا السياق أشارت إحدى الدراسات التي أوضحت النماذج الأربعة لعملية الأجندة وأشارت إلى دور بعض الأشخاص (قادة الرأي) كوسيط بين الوسيلة والجمهور، وقد أجريت هذه الدراسة على 1000 مفردة وعلى شبكات تلفزيونية ألمانية في الفترة من 1990م-1993م وكانت أهم نتائجها أن قادة الرأي يساهمون بدور أيضاً في تكوين أجندة الوسيلة نفسها. وقد بنيت هذه الدراسة أربعة نماذج مختلفة في هذا الصدد وهي :-

النموذج الأول:

أجندة الوسيلة ← قادة الرأي ← أجندة الجمهور.

النموذج الثاني :

أجندة الجمهور ← قادة الرأي ← أجندة الوسيلة.



## نظرية ترتيب الأولويات ( وضع الأجندة) بين النشأة والتطور

النموذج الثالث:

قادة الرأي أجندة الوسيلة ← أجندة الجمهور.

النموذج الرابع:

قادة الرأي ← أجندة الجمهور ← أجندة الوسيلة.

وقد خرجت هذه الدراسة من خلال اختبار هذه النماذج الأربعة في عملية وضع الأولويات أو الأجندة إلى أنه ليس هناك نموذج سائد، ولكن النماذج الأربعة متداخلة في عملية الأجندة، فالعملية ليست بالبساطة أن تشكل الوسيلة اهتمامات الجمهور ولكن هناك متغيرات أخرى موجودة<sup>(34)</sup>.

ومن الملاحظ أيضاً أن تأثير هذه النظم في المجتمعات الديمقراطية تعمل بشكل أكبر، فهي تسير بشكل متوازي في بناء الأجندة، حيث لا يوجد مصدر واحد للتأثير يملك كل الصلاحيات كما هو في بعض مجتمعات العالم الثالث.

وقد اتجهت بعض الدراسات إلى الكشف عن ديناميكية العلاقة بين النظم الفرعية ونظام الأجندة مثل دراسة Manheim وهي بعنوان "نموذج ديناميكية وضع الأجندة"، حيث يشير قائلاً إن هذه النظم الثلاث تتفاعل معاً لتشكل اهتمامات الرأي العام والإعلام وقادة الرأي<sup>(35)</sup>.

وقد ذهب في نفس هذا الاتجاه (بسيوني حمادة)؛ قائلاً بأن نظام وضع أو بناء الأجندة يتكون من ثلاثة نظم فرعية، وإذا كانت هذه النظم الفرعية الثلاثة تعبر عن اتجاهات بحثية منفصلة في بداية نشأتها، فإن الاتجاه الحديث والأقرب إلى الواقعية يتبنى وجهة النظر القائلة "بديناميكية العلاقة بين النظم الفرعية"، فهو تفاعل يعبر عن نظم مفتوحة تؤثر في بعضها البعض، فمخرجات أولويات أو أجندة وسائل الإعلام كنظام فرعي يؤثر في كل النظم الفرعية الأخرى ذات الصلة والعكس الصحيح. والباحث عن التفاعل بين هذه النظم الفرعية يمكن أن يتوصل إلى التأثير المتبادل والدائري على النحو الآتي:

1- أجندة وسائل الإعلام تساهم في وضع أجندة الرأي العام.

- 2- أجندة وسائل الإعلام تساهم في وضع أجندة السياسة العامة بأسلوب مباشر.
- 3- أجندة وسائل الإعلام تساهم في وضع أجندة السياسة العامة بأسلوب غير مباشر من خلال تأثيرها في أجندة الرأي العام.
- 4- أجندة بعض وسائل الإعلام تؤثر في أجندة البعض الآخر من وسائل الإعلام.
- 5- أجندة الرأي العام تساهم في وضع أجندة وسائل الإعلام.
- 6- أجندة الرأي العام تساهم في وضع أجندة السياسة العامة بأسلوب مباشر.
- 7- أجندة الرأي العام تساهم في وضع أجندة السياسة العامة بأسلوب غير مباشر من خلال تأثيرها في أجندة وسائل الإعلام.
- 8- أجندة السياسة العامة تؤثر في أجندة وسائل الإعلام.
- 9- أجندة السياسة العامة تؤثر في أجندة الرأي العام بأسلوب مباشر من خلال السياسات والقرارات التي تقوم عليها.
- 10- أجندة السياسة العامة تؤثر في أجندة الرأي العام بأسلوب غير مباشر من خلال تأثيرها في أجندة وسائل الإعلام<sup>(36)</sup>.

#### خامساً - استراتيجية ترتيب الأولويات وأهميتها:

هنالك استراتيجيتان أساسيتان لوضع الأولويات هما :-

- 1- الاستراتيجية الأولى: وتقوم على دراسة مجموعة من القضايا السائدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور على فترة زمنية واحدة أو فترتين.
  - 2- الاستراتيجية الثانية :- تقوم على دراسة قضية واحدة سواءً على فترة زمنية واحدة، أو على فترات زمنية مختلفة، أي دراسة مطولة.
- ويستخدم أسلوب "تحليل المحتوى" لخصر الموضوعات التي تؤكد عليها وسائل الإعلام.

أما قياس أولويات الجمهور فيتم من خلال أسلوب المسح بإحدى الطرق الآتية:

## نظرية ترتيب الأولويات ( وضع الأجندة) بين النشأة والتطور

1- توجيه الأسئلة المفتوحة . مثل : ما هي أكثر القضايا السياسية من حيث الأهمية في المجتمع؟ ويتيح هذا الأسلوب حرية كبيرة من جانب المبحوثين في تحديد القضايا وترتيبها بحسب إدراكهم الشخصي.

1- توجيه الأسئلة المغلقة من خلال إمداد المبحوثين بقائمة مختارة من الموضوعات التي يمكن أن تشكل الأولويات، على أن يقوم المبحوث بترتيب هذه القضايا بحسب إدراكه الشخصي لكل منها<sup>(37)</sup>.

سادساً - أهمية نظرية ترتيب الأولويات:

في عام 1992 م كتب show & mcomds وهو يعد مؤلف أول دراسة منشورة عن وضع الأجندة، "تتسع المجالات البحثية لوضع الأجندة يوماً بعد يوم، ويتضاعف التقدير العلمي لهذا التوجه البحثي نتيجة استكشافه للدوار الفاعلة التي تمارسها الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى في حياتنا السياسية والاجتماعية. وقد تعمق الباحثون في اتجاهات بحثية نظرية ومنهجية جديدة خارج نطاق المفهوم الأول لوضع الأجندة.

إن أهم ما يميز النظرية العلمية هو قدرتها المستمرة على توليد تساؤلات بحثية جديدة بالبحث واستكشاف مجالات وطرق بحثية جديدة، ومن هذا المنطلق تميزت نظرية وضع الأجندة بثلاث سمات أساسية هي :-

1- النمو المستمر والمنتظم للدراسات التطبيقية في مجال وضع الأجندة منذ أن بدأ الاهتمام بها حتى اليوم.

2- قدرتها على تحقيق التكامل بين عدد من المجالات البحثية الفرعية للاتصال الجماهيري تحت مظلة وضع الأجندة.

3- قدرتها على توليد قضايا بحثية وأساليب منهجية جديدة تتنوع بتنوع المواقف والمتغيرات الاتصالية<sup>(38)</sup>.

وقد أشار Brosius, Wiemann على أهمية هذه النظرية حتى من الجانب الاجتماعي، معتبراً أن نظرية وضع الأجندة من النظريات المتكاملة لاهتمامها

بدراسة الاتصال الشخصي إلى جانب الاتصال الجماهيري بصياغة نموذج وضع الأجندة، وانتقال المعلومات على مرحلتين<sup>(39)</sup> مما يحقق للأفراد إدراكاً وفهماً لمحيطهم الاجتماعي بأكثر واقعية، بعد التعرض لمضامين وسائل الإعلام والنقاشات الناجمة عن الاتصال الشخصي بزعامة قادة الرأي، وهو ما يساهم في خلق الإحساس المشترك بالمجتمع الواحد بما يقاوم حالات التفتت والتصدع الاجتماعي، فالنظرية تفترض نوعاً من الاتساق بين ما يراه الإعلام وما يراه الجمهور كذلك. ويضيف (بسيوني) قائلاً " تبدو أهمية نظرية وضع الأجندة في أنها أصبحت أحد مناهج دراسة الديمقراطية في المجتمعات المعاصرة، فإذا كانت قوة الرأي العام ودوره في العملية السياسية من الأمور المتفق عليها والمعترف بها منذ منتصف القرن الثامن عشر إذ يقول "Abraham Lincoln" بدون الرأي العام لا يمكن أن تنجح سياسة، ومع الرأي العام لا يمكن أن تفشل سياسة " إلا أن كيفية ممارسة الرأي العام لدوره في العملية السياسية لم تحظ بنفس الدرجة من الاتفاق، فالديمقراطية التقليدية تفترض الاستجابة الحكومية المباشرة لرغبات الرأي العام، فيما ينظر المفكرون السياسيون إلى الأحزاب السياسية كوسيط بين الحكومة والشعب في حين يعمل الإعلام على ترجمة اهتمامات الرأي العام إلى سياسات وقرارات تعكس هذه الاهتمامات، أما علماء الاتصال الجماهيري، فلم يهتموا بوجهة نظر أخرى ترى أن وسائل الإعلام هي الآلية التي تصل الحكومة بالرأي العام، وهي تمارس دور الأحزاب كوسيط، كما أنها تخلق علاقة مباشرة بين الرأي العام والسياسات العامة، ومن هنا ظهر مفهوم ديمقراطية الإعلام<sup>(40)</sup>.

كما أن النظرية لا تفترض مجرد معرفة الجماهير ومشاركتهم في قضايا السياسة العامة، ولكن الأهم هو زيادة قدر من الاتفاق حول أولويات القضايا التي تواجه مجتمعاً معيناً. والنظام السياسي بحكم إمكاناته وطاقاته لا يستطيع أن يتعامل مع عدد لا نهائي من القضايا في نفس الفترة الزمنية، كما أنه لا يستطيع أن يعمل بكفاءة ما لم تكن هناك رؤية تحدد أولويات العمل، وهنا تأتي أهمية النظرية

## نظرية ترتيب الأولويات ( وضع الأجندة) بين النشأة والتطور

وخاصة في المجتمعات الديمقراطية التي تولي عناية خاصة لاهتمامات الرأي العام وتوجيهاته كمدخلات في عملية صنع القرارات ووضع السياسات على كافة المستويات. فيما تهتم الدول غير الديمقراطية بدراسات وضع الأجندة رغبة في إحكام السيطرة على الرأي العام، إذ يتم توظيف وسائل الإعلام لتركيز اهتمام الرأي العام حول قضايا بعينها، وكذلك تشتيت انتباه الرأي العام بشأن قضايا أخرى<sup>(41)</sup>.

### الخلاصة وأهم الاستنتاجات:

بعد هذا العرض لهذه النظرية نستطيع أن نستنبط بعض الخلاصات والاستنتاجات التي تقودنا إلى القول:

1- إن نظرية ترتيب الأولويات ( الأجندة ) مرت بالعديد من مراحل التطور ابتداءً من مرحلة المبادرات الشخصية إلى مرحلة أهم الشروط والظروف الواجب توافرها لإحداث عملية الأجندة ووصولاً إلى مرحلة دراسة صور المرشحين والشخصيات التي تعرضها وسائل الإعلام، وختاماً بمن يضع أجندة من أو من يملك التأثير الأقوى في تحديد عملية ترتيب الأولويات بين وسائل الإعلام وجمهورها.

2- يختلف الدور التأثيري لنظرية وضع الأجندة عن التأثير الإقناعي الذي تتضمنه بعض النظريات الأخرى مثال ذلك نظرية الحقنة تحت الجلد، والتي تحذر من دور وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات العامة للناس، ما يحبون وما يكرهون معارضاتهم وتأييدهم للموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

3- إن مفهوم نظرية وضع الأجندة يقوم على أن الفرد الذي يعرض نفسه لأجندة وسيلة إعلامية معينة كيف أو يتكيف إدراكه للأهمية المنسوبة للقضايا المعروضة في اتجاه يتفق وحجم الاهتمام الممنوح لهذه القضايا في الوسيلة المستخدمة، أي أن هناك علاقة إيجابية قوية بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات معينة،

وتركيز أو بروز نفس الموضوعات لدى الجمهور المتلقي، ويمكن صياغة هذه العلاقة في شكل سببي على النحو الآتي:

زيادة التركيز على موضوع معين أو قضية معينة، يسبب زيادة بروز هذا الموضوع أو تلك القضية عند الجمهور بوصفها قضايا مهمة.

4- إن النظرة الأوسع لوضع الأجندة أو ترتيب الأولويات، لا تقف عند حدود التغطية الإعلامية لقضية أو قضايا معينة وتشكيلها لأجندة الجمهور في وقت زمني معين، ولكن يتعدى ذلك إلى النظر للأجندة السياسية كسلسلة أو مجموعة من القيمة الاجتماعية التي تضي عليها وسائل الإعلام صفة شرعية، عبر فترة زمنية طويلة. 5- تسمح نظرية ترتيب الأولويات بالكشف عن أولويات القضايا لدى كل من وسائل الإعلام والرأي العام في فترة زمنية محددة، مرتبة بحسب الأهمية النسبية لكل منها، وما يتطلبه هذا الترتيب من تخصيص سلطوي للموارد المادية وغير المادية من جانب السلطة في المجتمع .

6- كما يرى الباحث من وجهة نظره حول الاختلاف الذي تعددت فيه الآراء واختلفت حول من يضع أجندة من، أو من كانت له الأولوية في ذلك، بقوله إن عملية وضع الأجندة هي عملية ديناميكية تفاعلية بامتياز، تتشارك فيها النظم الرئيسية الثلاث (أولويات وسائل الإعلام- وأولويات قادة الرأي- وأولويات الجماهير) وقد تختلف إحدى هذه النظم عن الأخرى في قوة التأثير على عملية بناء الأجندة وفق العوامل والظروف المهيأة لإحدى هذه النظم. فالتطورات التي شهدتها القرن الحادي والعشرون من ثورة في المعلومات والمعارف، وفي ظل تنوع مصادر المعلومات وسياسات الانفتاح في هذه القرية الكونية الصغيرة، وتراجع احتكار وسائل الاتصال الجماهيري لمصادر المعلومات، باتت هذه النظم الثلاث تملك رصيداً كافياً يجعلها قادرة على تكوين وبناء أجندتها والتأثير في غيرها.

نظرية ترتيب الأولويات ( وضع الأجندة) بين النشأة والتطور

المراجع:

- (1) صالح خليل أبو اصبح، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط4، (عمان: دار أرام للدراسات والنشر والتوزيع، 2004م) ص121.
- (2) بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الإتصال والرأى العام، ط1 (القاهرة : عالم الكتاب، 2008م) ص179.
- (3) محمد عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2004م، ص262.
- (4) حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة : دار الفكر العربي، 1991م) ص98.
- (5) عاطف عدلي العبد، نهى عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاته العربية، (القاهرة : دار الفكر العربي، 2008م) ص324.
- (6) صالح خليل أبو الأصبح، الاتصال الجماهيري، ط1، (الأردن : دار الشروق للنشر، ، 1999م)، ص 219.
- (7) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، 1998)، ، ص 288.
- (8) Maxwell M Combs and Donald Show, The Agenda Setting Function of Mass Media, public opinion Quarterly, vol.36 Summer 1972 Pp176-186..

- (9) Mikael Gillgam, Pluralist and Marxist Agenda-setting research: the possibilities for a Convergence between traditions. Gazette, vol. 34, 1984, p. 81.
- (10) Maxwell M Combs and Donald Show, The Evolutin of Research: Twenty five years in The Market place of Ideas, journal of communication, vol. 43, No .2 Spring 1993, p.64.
- (11) راجية أحمد قنديل، الإتجاهات الحديثة في دراسات الرأي العام في الولايات المتحدة، (القاهرة : دار النهضة العربية، 1998م)، ص ص 43-44.
- (12)–Younjae Choi, Creating A Dynamic Agenda stteng Model, Egyptian Journal of Public Opinion Research, Vol. 1, No. 3, July– Sebtember, 2000, Pp. 117–129.
- (13)–Maxwell E. McCombs, Donald L. Shaw, The Evaluation of agenda setting research: twenty years in the market place of ideas journal of communication, vol.43, no. 2, sprint, 1993,Pp.58–67.
- (14)–Gerald M. Kosicki, Problems and Opprtunitiws in Agenda stteng Research, Journal of Cmumication, Vol. 43, No. 2, 1993, Pp. 125–126.



- (15) هبة جمال الدين، أولويات الإعلام وعملية تشكيل الرأي العام، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثلاثون، العدد الثاني والثلاثون (مصر، سبتمبر 1993)
- (16) بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، 1996م) ص 24.
- (17) محمد بن سعود البشير، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، عدد 83، جامعة الكويت، 2003، ص 45.
- (18) ZHU JianHua, Issue Competition and Attention Distraction: Sun Theory of Agenda Setting, Journalism Quartely, Vol 69, N°: 04, 1992, P101.
- (19) سالم عيسى بلحاج، الإعلام والرأي العام : دراسة في ترتيب الأولويات في المجتمع الليبي، (القاهرة : دار الفكر العربي، 2003م)، ص 97.
- (20) Marilyn S. Rroberts, ; Predicting voting Behavior Via The Agenda- Setting Tradition journalism QuartelyVol 69 , No .4, Winter 1992, Pp 878-892. .
- (21) Donald Shaw and Shannon Martin, The Function of Mass Media Agenda Setting, Journalism Quarterly, Vol 69, N° 4, 1992, PP 902-920..
- (22) بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات ، مرجع سابق، ص ص 29-30.

- (23) محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، (الكويت: الفرزدق للنشر والتوزيع، 2003م) ص272.
- (24)Michael B. Salwen, Effect of Accumulation of Coverage on Issue Salience in Agenda- Setting journalism QuartelyVol 65 , Spring1988, Pp 100-106..
- (25)Howard Eaton, : Agenda- Setting With Bi – weekly Data on Content of Three Naional Media, journalism Quartely, , Spring 1987, Pp . 942-948.
- (26)بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سابق، ص ص 29-30.
- (27)KwemendKwensah, Aidoo (The Appeal of Qualitaivemetods to traditional agenda –setting research) Cazette Vol.63, No 6, , Spring 2001 p523.
- (28) آمال كمال طه، دور الصحافة في وضع أولويات اهتمام الشباب نحو القضايا القومية، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1997م، ص ص 73-74.
- (29)Stephen Reese, Setting the Media's Agenda, Ed Communication, Yearbook, N°:11, London, 1991, P317.
- (30)Ibid, P317.
- (31) Ibid, P324

- (32) Adams Douglas, Information Subsidy and Agenda Setting Building in Local Television News, Journalism Quarterly, Vol 67, N° 4, 1995, P725.
- (33) بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الإتصال والرأى العام، مرجع سابق، ص194.
- (34) Hans – Bern. Gabriel Weimann, who sets the Ageda setting as a two – steb flow, communication research, vol2, No 5, October 1996, Pp 561– 580.
- (35) Manheim Garol, A Model of Agenda dynamics, in McLaughlin Margaret, Ed Communication Year Book, New Delhi, 1987, P503.
- (36) بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأى العام، مرجع سابق، ص 205.
- (37) ملفين – ديفلير، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة : كمال عبدالرؤوف، ط1، ( القاهرة: الدار الدولية للنشر، 1992م)، ص ص 395–396.
- (38) بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأى العام، مرجع سابق، ص 181.
- (39) أماني فهمي، الاتجاهات العلمية الحديث لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، ديسمبر، 1998، ص 341.

{ د. أحمد البشير الغول }

(40) بسيوني ابراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأى العام، مرجع سابق، ص 182.

تاريخ الدخول : [www.annabaa.org/nbanews/2012/01/191.htm](http://www.annabaa.org/nbanews/2012/01/191.htm): (41)

8-5-2016