

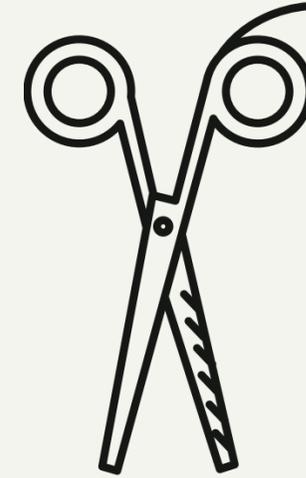
المدرسة الوطنية العليا
للمصافة وعلوم الإعلام

AGENDA SITTING نظرية في العصر الرقمي

د. جودي خرفية

نقاط النقاش الرئيسية

الملاحظ العامة للنظرية
مستويات الدراسة في النظرية
اتجاهات الحديثة للنظرية في السياق الرقمي



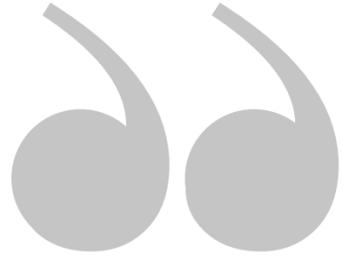
النقاط الرئيسية للمحاضرة

البدايات الأولى

سبق تدشين الملامح الرئيسية لنظرية وضع الاجنحة على يد ماكسويل ماكومبس ودونالد شو، ولعل أولى الارهاصات كانت على يد "والتر ليبمان" سنة 1922 والذي ذهب إلى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير وفي كثير من الأحيان تخلق هذه الوسائل بيئات زائفة في عقول تلك الجماهير.

في مقال لـ "برنارد بيرلسون" بعنوان "الاتصالات والرأي العام" ذكر أن وسائل الإعلام تعد مسرحا سياسيا للمناظرات الجارية، وأن ثمة دلائل تشير إلى أن المناقشات الخاصة حول الأمور السياسية تأخذ مؤشراتنا من عرض وسائل الإعلام لها... إذ أن الناس يتحدثون في الأمور السياسية متناغمين في ذلك مع الخطوط التي ترسمها وسائل الإعلام





يأتي الطرح الأهم في هذه النظرية فيما قدمه بيرنارد كوهين في 1963 وانطلق منه ماكسويل وشو كأرضية مباشرة في بحثهم، في هذا الطرح يذهب كوهين إلى أن الصحافة لا تنجح إلى حد كبير في إخبار الجمهور كيف يفكر ولكنها تنجح بقوة في إخبارهم عما يجب أن يفكروا فيه.

يرجع الفضل في وضع الملامح الرئيسية لهذه النظرية يظل ينسب إلى ماكومبيس وشو في بحثهم الرائد في عام 1972 والذي خلاصا فيه إلى أن ترتيب القضايا حسب أهميتها يكاد يكون متطابقا بين الجمهور وبين وسائل الإعلام ، وقد أكدت هذه النتائج صحة فرضيتهم الرئيسية في هذا الدراسة، والتي يذهب فيها إلى أن وسائل الإعلام ترتب أولويات الجمهور من خلال تركيزها على موضوعات معينة



مستويات النظرية

مستويات متعددة للنظرية

المستوى الأول: في هذا المستوى تقترح على الجمهور ما الذي ينبغي أن يفكروا فيه من خلال مقدار الاهتمام الذي تمنحه هذه الوسائل لتلك القضايا

المستوى الثاني: تمحورت دراسات الأجندة حول مدى الاهتمام الذي تمنحه وسائل الإعلام لبعض الجوانب أو السمات في القضايا أو الأحداث التي تتناولها دون بعض، وهو ما يجعل وسائل الإعلام بدور من يقترح الكيفية التي يجب أن يفكر بها الجمهور حول ملامح وأبعاد كل قضية أو حدث من القضايا أو الأحداث المطروحة

المستوى الثالث

طرح كلا من McCombus & Guo في 2011 ورقتين بحثيتين مختلفتين تحملان تصورا عما أسمياه المستوى الثالث من نظرية الأجندة، وهي قائمة على ثلاث افتراضات أساسية:

1. بناء المعرفة البشرية يتم في شكل بنية شبكية وبالتالي فإن تشكيل المعرفة من خلال البحث في نقاط التقاطع التي تشكل شبكة الذاكرة والحصول على معلومات محددة وإعادة دمجها في الذاكرة العاملة.



2. ركزت الأبحاث التقليدية لبناء الأجندة على أهمية الأحداث والأشياء بشكل منفصل، فالمستوى الثالث يجادل بأن وسائل الإعلام لا تخبرنا فقط بما يجب التفكير فيه بخصوص شيء أو سمات هذا الشيء، بل تخبرنا كذلك بالأشياء التي تربطها معا، وكيف تجري عملية الربط بين هذه الأشياء أو سمات الأشياء بعضها ببعض، كلما ازداد احتمال أن يربط الجمهور هذه الأحداث أو الأشياء أو السمات معا، وبالتالي تتكون أجندة وسائل الإعلام أو يمكن تسميتها بـ "جدول أعمال شبكة الوسائل الإعلامية".

3. يفترض هذا المستوى في نظرية الأجندة وجود مستويين من الأجندة العامة هما المستوى الضمني والمستوى الصريح، ويقصد بالمستوى الضمني هنا المستوى اللاشعوري والغير مباشر، وهنا يتجلى عندما يقوم الشخص بربط بين شيئين في ذهنه ضمنا، في المقابل يشير المستوى الرصيح إلى شبكة غداكية واعية ومسيطرة في العقل البشري.

المستوى الثالث من الأهمية إعداد جدول أعمال الشبكة

يمكن لوسائل الإعلام تجميع مجموعات من الأشياء أو السمات التي تعزى لشيء ما وإبراز هذه المجموعات من العناصر في ذهن الجمهور في وقت واحد، هذا من جانب ، من جانب آخر يؤكد على أن أبار وسائل الإعلام تمتلك القدرة على بناء الروابط بين الأجناس المختلفة، ومن ثمة تمتلك القدرة على منح موقع محوري لبعض الأجناس الفرعية في عقل الجمهور

دراسات وجدت الدليل الامبريقي لاستمرارية تأثير وسائل
الإعلام على وضع الأجندة العامة أو السياسية أو ترتيب
الأولويات باستخدام تطبيقات الويب 2.

أثبتت دراسات عديدة أو وسائل الإعلام لا زالت تحدد أولويات السياسة العامة
وتستخدم الوسائط الرقمية بشكل عام وتطبيقات الويب 2 بشكل خاص للتأثير
على تحديد أولويات المدونين ومستخدمي الأنترنت أنفسهم

يحدد المستخدمون ومحتوى صحافة المواطن والمدونون أولويات وأجندة
وسائل الإعلام والتي تؤثر بدورها على أولويات السياسات العامة

قدم كلا من silva & hutchens, donaway & beam تحليلا للتفاعل على فيسبوك على 8 صفحات كبيرة على مدار الحملة الانتخابية للرئاسة الأمريكية في شهورها الأخيرة في سنة 2016 والذي انتهى بتأكيد تأثير وضع الأجندة لوسائل الإعلام أثناء الحملة الانتخابية حتى مع التوسع المطرد في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

في محاولة لتفسير وضع الأجندة قدم GUO & VARGO سنة 2015 دراسة بعنوان "قوة شبكات الرائل: تحليل البيانات الضخمة للشبكة - نموذج لوضع الأجندة وعلاقته بملكية القضية" وهي دراسة تجريبية تختبر مفهوم جديد هو شبكة ملكية القضية بناء على نموذج شبكي لنظرية وضع الأجندة، مستخدما نظرية ملكية القضية، حيث تم استخدام تحليل البيانات الضخمة والتحليل الشبكي الدلالي على بيانات من موقع تويتر خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2012

Network Agenda Setting

NAS

الطرق التي تستخدمها وسائل الإعلام
أصبحت أكثر تعقيدا

الوسائط التقليدية لازالت تحتفظ بقدرتها
على تحقيق تأثير وضع الأجندة على أولويات
المتلقين

نتائج الدراسة

شبكة ملكية القضية

مفهوم له العديد من الآثار العملية على ممارسي العلاقات
العامة والصحفيين بالاعتماد على نظرية الشبكات الاجتماعية

ربط القضايا المختلفة لاثبات ملكية
شبكات القضايا الجديدة