**نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة): Agenda Setting**

**شرح فكرة النظرية:**

استعير اسم هذه النظرية من فكرة (جدول الأعمال) الذي يُبحَث في اللقاءات والاجتماعات، وفكرة النظرية تقوم على أنه مثلما يحدد جدول الأعمال في أي لقاء لترتيب المواضيع التي سوف تناقش بناء على أهميتها، تقوم وسائل الإعلام بالوظيفة نفسها، أي لها جدول أعمالها الخاص أو "أجندتها" التي تحدد الأهم والأقل أهمية من المواضيع.

وانطلقت النظرية من فرضية تقول أن الوظيفة الأساسية لوسائل الاتصال هي فيما يجب أن يفكر به الجمهور وليس كيف يفكر.

فجدول أعمال وسائل الإعلام هو ما تبثه من برامج وما تعرضه من مواضيع فيبدو للجمهور أن هذه البرامج والمواضيع أهم من غيرها وأولى بالاهتمام. كما أن الحيّز الذي تعطيه وسائل الإعلام (في جدول أعمالها) لموضوع معين دليل على أهمية ذلك الموضوع.

هناك مقولة مشهورة تقول: "**إنه مهم جدا لدرجة أنه حاضر دائما في وسائل الإعلام، والآخر تافه جدا للحد الذي لا يرى إلا نادرا في وسائل الإعلام**". وهذه المقولة توضح جليا كيف أن إبراز وسائل الإعلام لقضايا معينة وشخصيات معينة، لا يؤدي فقط إلى تضخيم تلك القضايا وأولئك الأفراد على حساب قضايا وأفراد أهم، بل له آثاره البعيدة على الوعي المجتمعي بالقضايا الحساسة، كما أنه يساهم في صنع نماذج وقدوات من الناس الهامشيين كالمطربين مثلا..

إن إدمان الجمهور على استهلاك المواد الإعلامية التي تقدمها له وسائل الإعلام على أساس جدول أعمالها "أجندتها" يؤدي إلى تشكله وتأثره بما تشتمل عليه تلك المواد من قيّم، أنماط حياة، سلوك.

وتتم عملية ترتيب الأولويات أو وضع الأجندة في وسائل الإعلام، بناء على قرارات عديدة تتأثر بالسياسات العامة والسياسات التحريرية والنظم الفنية والانتاجية...وغيرها من العوامل المؤثرة.

**فروض النظرية:**

طرح الباحثون العديد من الأسئلة حول الاتفاق بين ترتيب الأهمية الذي تضعه وسائل الإعلام للمواد الإخبارية والقضايا والموضوعات، والترتيب الذي يضعه جمهور المتلقين لهذه الأهمية. ودرجات الاتفاق أو الاختلاف بين الاثنين، وما إذا كان ترتيب الوسائل سببا في ترتيب الجمهور أم لا.

هل تعتبر هذه العلاقة السببية صورة من صور تأثيرات وسائل الإعلام ودورها في تشكيل الحقائق الاجتماعية للجمهور. هذه الأسئلة كانت انطلاقا للعديد من الفروض العلمية التي تبنتها نظرية وضع الأجندة.

**نشأة وتطور نظرية ترتيب الأولويات:**

قد استقت نظرية ترتيب الأولويات فروضها من أفكار "والتر ليبمان" حول دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للرأي العام. وكذلك رؤية "لانج" في الخمسينات بأن وسائل الإعلام تظهر قوتها في إثارة الانتباه إلى قضايا معينة، وتقدم موضوعات مقترحة لما يجب أن يفكر فيه الأفراد ويشعروا به ويعرفوا عنه.

ورأى "برنارد كوهين" في الستينات أن "الصحافة قد لا تنجح في تعريف الناس كيف تفكر؟ ولكنها تنجح أكثر في تعريفهم ما الذي يجب أن يفكروا فيه؟" وهو ما يشير إلى الدور المؤثر لوسائل الإعلام في تحريك اهتمامات الجمهور بالقضايا والموضوعات لتتفق في ترتيبها مع الترتيب الذي تضعه وسائل الإعلام لأهمية هذه القضايا والموضوعات.

ويقول "ماكومبس وشو" وهما من الرواد الأوائل لهذه النظرية: "إن الجمهور لا يعرف من وسائل الإعلام الأحداث والقضايا العامة فقط، ولكنه يعرف أهميتها من موقعها في الوسيلة الإعلامية أيضا".

ومن الدراسات الرائدة التي اختبرت فرضيات هذه النظرية دراسات ماكوميس وشو سنة 1972 ودراسة فانكو سر 1973، والتي اختبرت العلاقة بين التغطية الإخبارية وترتيب أجندة الصحف ومدركات الجمهور لأهمية هذه القضايا. حيث خلصت نتائج هذه الدراسة إلى وجود علاقة قوية بين الرأي العام والإعلام وعلاقة أقل قوة بين الإعلام والحقيقة.

ويرى ماكومبس أن بحوث الأجندة طورت البحوث المبكرة التي كانت تركز على التعرض إلى وسائل الإعلام دون إيضاح أنواع المحتويات ذات العلاقة بالتأثير، حيث تدرس التحليل المفصل للمحتوى بجانب بحوث المسح التي تقيس التأثير. ومن زاوية أخرى اهتمت البحوث بالأجندة في علاقتها بخصائص معينة

واستخدم مصطلح رسم الاهتمام أو توجيه الاهتمام Priming إشارة إلى الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام من خلال وضع الأجندة بالنسبة لجمهور المتلقين. فهو رسم الاهتمام لبعض معالم الحياة السياسية والعامة كما يراها الآخرون.

**بحوث ترتيب الأولويات:** حدّد كل من "شاو"و "مارتن" أربعة أنواع بحثية لقياس ترتيب الأولويات وهي:

1. قياس أولويات اهتمام الجمهور ووسائل الاتصال والإعلام اعتمادا على المعلومات التي تجمع بواسطة المسح الاجتماعي وتحليل المضمون.
2. التركيز على مجموعة من الملفات والقضايا، ولكن مع نقل وحدة التحليل من المستوى الكلي إلى الفردي
3. دراسة قضية واحدة في وسائل الاتصال والإعلام عند الجمهور في فترتين زمنيتين مختلفتين.
4. دراسة قضية واحدة مع الانطلاق من الفرد كوحدة للتحليل.

**العوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات:**

-الاتصال الشخصي والسمات الديمغرافية للجمهور

-درجة تجانس المجتمع

-طبيعة القضية (اقتراب وابتعاد القضية عن الخبرة المباشرة للمجتمعات)

-نوعية الوسيلة (التلفزيون، الصحف، الانترنت تختلف في معالجتها للقضايا حسب خصائص كل وسيلة)

الانتقادات الموجهة للنظرية:

هناك من الباحثين والعلماء من انتقد فكرة نظرية "وضع الأجندة" بطرح التساؤل الآتي: **من يؤثر في من؟ أجندة وسائل الإعلام أم أجندة الجمهور؟** مجيبا أن هناك بعض الأحداث والوقائع تحمل في ديناميكيتها وعلاقاتها درجة من درجات الأهمية المتعلقة بالأفراد والجماعات والمجتمع مما يجعلها تفرض نفسها على أجندة وسائل الإعلام دون تدخل ملموس من القائم بالاتصال.

ويرى دينيس ماكويل أن هذه النظرية لها حدود اتصال من زوايا عديدة بمداخل أخرى مما يجعلها ليست واضحة بما فيه الكفاية ويؤدي إلى عدم كفايتها كنظرية ومرشد في البحث.