

نظريات تشكيل وإعادة تشكيل الرأي العام

نظرية الغرس الثقافي

نظرية الغرس الثقافي، التي طورها جورج جربنر، هي نظرية اجتماعية تفترض أن التعرض طويل الأمد لوسائل الإعلام، بما في ذلك التلفزيون ووسائل التواصل الاجتماعي، يشكل تدريجيًا أو "ينمي" تصورات المشاهدين للواقع. وتشير النظرية إلى أنه كلما زاد الوقت الذي يقضيه الناس في استهلاك وسائل الإعلام، زاد احتمال إدراكهم للعالم الحقيقي بطرق تتماشى مع الرسائل والتمثيلات الأكثر شيوعًا والمتكررة المصورة في وسائل الإعلام. يؤدي هذا غالبًا إلى سوء فهم للواقع.

هناك مفهومين رئيسيين ضمن نظرية الغرس هما "التعميم" و"الصدى/الرنين".

ويشير التعميم إلى العملية التي يؤدي فيها التعرض المستمر لوسائل الإعلام إلى تجانس التصورات. وهذا يعني أن معتقدات المشاهدين وقيمهم تبدأ في التوافق مع الرسائل الأكثر شيوعًا والمتكررة التي تظهر في وسائل الإعلام، بغض النظر عن صحتها أو دقتها في العالم الحقيقي.

من ناحية أخرى، يشير الرنين إلى التطابق أو التشابه الذي قد تتشاركه الروايات الإعلامية مع الحياة اليومية للمشاهدين. وفقًا لجربنر، عندما يتناسب محتوى الوسائط مع تجارب الحياة الواقعية للمشاهد، فإنه يضخم تأثيرات التثقيف ببساطة.

تم استخدام نظرية الثقافة في سياقات مختلفة، بما في ذلك البحث في المواقف الجنسية والرياضة والعنف. كما تم استخدامه أيضًا لفهم تأثيرات البرامج الجنسية للغاية على المواقف والسلوكيات الجنسية للمشاهدين.

عند تطبيقها على وسائل التواصل الاجتماعي، تشير نظرية الغرس إلى أن التفاعل المطول مع منصات وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يشكل تصورات المستخدمين للواقع، على غرار تأثيرات مشاهدة التلفزيون على المدى الطويل. قد تتأثر آراء المستخدمين حول الأعراف والقيم والتوقعات المجتمعية بالمواضيع والصور الأكثر تكرارًا على وسائل التواصل الاجتماعي، مما قد يؤدي إلى تصورات مشوهة للواقع أو إحساس متغير بالأعراف والسلوكيات الاجتماعية.

الافتراضات الأساسية لنظرية الغرس: تركز على عدة افتراضات رئيسية:

يختلف التلفزيون بشكل أساسي عن الأشكال الأخرى لوسائل الإعلام: تفترض نظرية الثقافة أن التلفزيون هو وسيلة للوضع الراهن ولديه قدرة فريدة على توفير تجارب ثقافية مشتركة. إنها ليست مجرد نافذة على العالم، بل هي عالم كامل في حد ذاته، بقواعده ومعاييره الخاصة التي تصبح تدريجيًا جزءًا من تصور المشاهد للواقع.

يشكل التلفزيون طريقة تفكير مجتمعنا وعلاقاته: تفترض النظرية أن التلفزيون له تأثيرات طويلة المدى وهي صغيرة وتدرجية وغير مباشرة ولكنها تراكمية وهامة. فهو يخلق ويحافظ على الثقافة السائدة، مما يؤثر على الطريقة التي ينظر بها الناس ويفهمون العالم من حولهم ببساطة.

التلفزيون يديم الوضع الراهن: هناك افتراض آخر مفاده أن البث التلفزيوني محافظ في الأساس، مما يعزز الأعراف والقيم الاجتماعية القائمة. وذلك لأن المحتوى التلفزيوني يتم التحكم فيه من قبل عدد صغير من الشركات الإعلامية التي لها مصالح خاصة في الحفاظ على الترتيبات الاجتماعية والاقتصادية الحالية.

تأثير التلفزيون ينمو مع كمية المشاهدة: تشير النظرية إلى أنه كلما زاد الوقت الذي يقضيه الناس في مشاهدة التلفزيون، كلما زادت تصوراتهم للواقع مع الصور التي يرونها على التلفزيون. هذا الافتراض هو أساس مفهوم "المشاهدين الثقيلين" و"المشاهدين الخفيفين"، حيث من المرجح أن ينظر المشاهدون الثقيلون إلى العالم بطرق تتوافق مع عالم التلفزيون ببساطة.

تأثيرات مشاهدة التلفزيون محدودة: بينما تقول النظرية أن التلفزيون يمكن أن يشكل تصورات المشاهدين للواقع، فإنها تعترف أيضًا بأن هذا التأثير محدود. يمكن لعوامل مثل الفروق الفردية والبيئة الاجتماعية والسياق أن تتوسط في تأثيرات مشاهدة التلفزيون..

تدعم هذه الافتراضات البحث والتحليل الذي تم إجراؤه تحت مظلة نظرية الزراعة، وتشكل تركيزها ومنهجياتها ببساطة.

كيف تشكل نظرية الغرس الرأي العام؟

يمكن لنظرية الثقافة تشكيل الرأي العام بعدة طرق:

-التعرض لوسائل الإعلام على المدى الطويل: تفترض النظرية أن التعرض لفترات طويلة لوسائل الإعلام يمكن أن "ينمي" تصورات المشاهدين للواقع تدريجيًا. وهذه التصورات بدورها يمكن أن تشكل الرأي العام. على سبيل المثال، إذا كانت وسائل الإعلام تصور باستمرار مجموعة معينة بشكل سلبي، فقد يكون الجمهور رأيًا سلبيًا حول تلك المجموعة ببساطة.

-التعميم: يشير تأثير التعميم إلى أن التعرض المستمر لوسائل الإعلام يمكن أن يؤدي إلى تجانس التصورات. ونتيجة لذلك، قد يتبنى المشاهدون المتنوعون وجهة نظر مماثلة للعالم، والتي يمكن أن تشكل الرأي العام ليتوافق مع الرسائل الأكثر شيوعًا والمتكررة التي تظهر في وسائل الإعلام:

-الرنين: يمكن أن يؤدي تأثير الرنين إلى تضخيم تأثير الزراعة عندما يتماشى محتوى الوسائط مع تجارب الحياة الواقعية للمشاهدين. وهذا يمكن أن يعزز تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام. على سبيل المثال، قد يطالب الأشخاص الذين تعرضوا للجريمة بمزيد من التدابير الأمنية إذا رأوا العنف يتم تصويره بانتظام في وسائل الإعلام ببساطة.

-متلازمة العالم المتوسط: يشير هذا المفهوم إلى أن التعرض الشديد للمحتوى العنيف يمكن أن يجعل المشاهدين ينظرون إلى العالم على أنه أكثر خطورة مما هو عليه في الواقع. هذا التصور يمكن أن يشكل الرأي العام حول انتشار الجريمة والحاجة إلى تدابير أمنية ببساطة.

أمثلة توضيحية لافتراضات الاساسية:

يمكن توضيح افتراضات نظرية الزراعة بالأمثلة التالية:

- التعرض لوسائل الإعلام على المدى الطويل: على سبيل المثال، قد يعتقد الأفراد الذين يشاهدون الكثير من الأعمال الدرامية الإجرامية أن العالم مكان أكثر خطورة مما هو عليه في الواقع، حتى لو كانوا يعلمون أن هذه العروض خيالية. هذا مثال على كيف يمكن للتعرض لفترات طويلة لأنواع معينة من محتوى الوسائط أن يني تصورًا محددًا للواقع.

-التعميم: يمكن رؤية مفهوم التعميم في كيفية قيام مشاهدي التلفزيون من خلفيات متنوعة، من خلال تعرضهم لنفس التصنيفات والصور، بتطوير نظرة متجانسة للعالم. يمكن أن تؤدي المشاهدة المنتظمة للتلفزيون إلى تضائل وجهات النظر الفردية وانهايارها لاحقًا، مما يؤدي إلى رؤية عامة ومتجانسة للعالم.

-الرنين: مثال على الرنين يمكن أن يكون إذا كان شخص ما يعيش في مدينة ذات معدل جريمة مرتفع ويشاهد بانتظام الأعمال الدرامية المتعلقة بالجريمة على شاشة التلفزيون. إن تصوير الجريمة في وسائل الإعلام يتناسب مع تجربتهم الشخصية، مما يزيد من تصورهم لانتشار الجريمة.

-متلازمة العالم المتوسط: تشير هذه المتلازمة إلى أن المشاهدين بكثرة للمحتوى العنيف على شاشة التلفزيون هم أكثر عرضة لرؤية العالم كمكان خطير. على سبيل المثال، كانت مجموعة من الطلاب الذين شاهدوا برامج الحركة فقط لمدة ستة أشهر أكثر عرضة للاعتقاد بأن العالم مكان خطير وأنهم من المحتمل أن يصبحوا متورطين شخصيًا في حادث عنيف.

-تأثير التلفزيون ينمو مع كمية المشاهدة: كلما زاد عدد الأشخاص الذين يشاهدون التلفزيون، زاد احتمال تأثرهم بما يرونه. يميل المشاهدون ذوو الوزن الزائد إلى الاعتقاد بأن العالم مكان خطير، ومن المرجح أن يتبنوا مواقف وسلوكيات تتطابق مع الرسائل أو الصور الأكثر تكرارًا أو تكرارًا . التلفزيوني.

توضح هذه الأمثلة الافتراضات الأساسية لنظرية الزراعة وتوضح كيفية تطبيقها في سيناريوهات العالم الحقيقي.