

نظرية وضع الأجندة:

"وتعتبر نظرية ترتيب الأولويات من النظريات المتكاملة إلى حد كبير، نظراً لاهتمامها بدراسة الاتصال الشخصي إلى جانب الاتصال الجماهيري، حيث أكدت عدد من الدراسات على أن الاتصال الشخصي له دور مهم في بنية النظرية، إذ يمكن أن يدعم أو ينافس وسائل الإعلام في ترتيب أولويات الجمهور بحيث يعزز تأثير هذه الوسائل بالنسبة للقضايا التي تتم تغطيتها بتوسع في وسائل الإعلام، بينما يمكن أن ينافس أولويات وسائل الإعلام فيما يتعلق بالقضايا التي تتم تغطيتها بشكل أقل في تلك الوسائل."

"فرضية النظرية: تنطلق هذه النظرية من فرضية أن لوسائل الإعلام تأثير كبير في تركيز انتباه الجمهور نحو الاهتمام بموضوعات وأحداث وقضايا معينة، وطرح رؤى تراعي المساواة في النوع يمكن أن يؤدي إلى اهتمام الجمهور بهذه القضايا."

كما تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، إنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها. وهذه الموضوعات تنثر اهتمامات الناس تدريجياً، وتجعلهم يدركونها، ويفكرون فيها، ويقلقون بشأنها وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التي تطرحها وسائل الإعلام."

نظرية الأطر امتداد لنظرية ترتيب الأولويات "وضع الأجندة"

تعتبر الأطر الخبرية امتداداً لنظرية ترتيب الأولويات -وضع الأجندة، وذلك من خلال تفسير الباحثين للمستوى الثاني لـ نظرية وضع الأجندة الذي يصف تأثير السمات البارزة الموجودة في التغطية الإخبارية على الجمهور، وتفسير القصص الخبرية المقدمة في وسائل الإعلام. وحسب وجهة نظر العديد من الباحثين تعد نظرية الأطر المستوى الثاني من النظرية الأم نظرية وضع الأجندة وبأنها جزء لا يتجزأ منها، ويشترك تحليل الأطر الخبرية مع أبحاث وضع الأجندة في التركيز على العلاقة بين القضايا السياسية العامة في الأخبار،

وإدراك الجمهور لهذه القضايا، غير أن تحليل الاطر يزيد عن أبحاث وضع الأجندة عما يتحدث أو يفكر الجمهور من خلال بحث كيفية تفكيرهم، وحديثهم عن القضايا المثارة في الأخبار. فنظرية ترتيب الأولويات تهتم ببروز القضايا، بينما نظرية الأطر تهتم ببروز سمات هذه القضايا، ومن ثم فهي تؤثر على معارف الأفراد من خلال التأكيد على قيم وحقائق معينة، وإعطائها الأهمية مما يساعد على سرعة إدراك الجمهور لها وتذكرها بسهولة وتبين من خلال معظم الدراسات أن وسائل الإعلام لا تخبرنا بالقضايا التي يجب أن نفكر فيها فقط، وإنما توجهنا أيضاً نحو كيفية التفكير في تلك القضايا من خلال الطريقة التي صيغت بها هذه القضايا في النص الإعلامي."

نظرية الغرس الثقافي: Cultivation Theory

"تعد نظرية الغرس الثقافي إحدى النظريات التي جاءت في السبعينات من القرن الماضي، لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام التراكمية الطويلة المدى، ذلك أن الغرس يشير إلى تقارب إدراك جمهور التليفزيون للواقع الاجتماعي والتشكيل طويل المدى لتلك الإدراكات والمعتقدات عن العالم نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام.

ويعتبر الباحث جورج جرينر (1) من وضع هذه النظرية، فقد قام عام 1968 بإجراء عملية استطلاع لإثباتها، حيث قام بوضع مشاهدي التلفزيون في ثلاث فئات، المشاهدون بمعدل بسيط أقل من 2 ساعة في اليوم المشاهدون بمعدل متوسط (2-4) ساعات في اليوم) والمشاهدون أكثر من 4 ساعات يومياً، وقد خرجت الدراسة بعدة نتائج منها، أن المشاهدين بمعدل غزير تكون معتقداتهم وآراؤهم مماثلة لتلك التي صورت على التلفزيون بدلاً من العالم الحقيقي مما يدل على تأثير مركب من تأثير وسائل الإعلام. ولتؤكد كذلك أن التلفاز يصنع لمشاهديه على المدى الطويل واقعاً خاصاً مختلفاً عن الواقع الحقيقي، وأن المشاهدين بحكم التصاقهم ببرامجه يصدقون هذا الواقع ويتعاملون معه باعتباره حقيقة، ويعتقد واضع هذه النظرية أن الناس في المجتمعات الغربية إنما هم أسرى لهذا الواقع المصنوع، وأنهم يتصرفون ويعيشون في واقع غير الواقع الحقيقي بكل ما يبث من تعقيدات من مثل هذا التباين.

وقد ظهر مصطلح الغرس الثقافي لدراسة تأثير التلفزيون التراكمي والشامل بشأن الطريقة التي نرى بها العالم الذي نعيش فيه، وليس لدراسة الآثار المستهدفة والمحددة لوسائل الإعلام.

الفرضية الرئيسية لنظرية الغرس الثقافي:

تقوم نظرية الغرس على الفرض الرئيسي والذي يشير إلى أن الأفراد الذين يتعرضون لمشاهدة التلفزيون بدرجة كثيفة يكونون أكثر إدراكاً لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصور الذهنية والنماذج والأفكار التي يقدمها التلفزيون عن الواقع الواقعي أكثر من ذوي المشاهدة المنخفضة.

وتقوم نظرية الغرس الثقافي على مجموعة من الفروض الفرعية هي:

1. يتعرض الأفراد كثيفو المشاهدة للتلفزيون أكثر، بينما يتعرض الأفراد قليلو المشاهدة على مصادر متنوعة مثل التلفزيون ومصادر شخصية.
2. يختلف التلفزيون عن غيره من الوسائل الأخرى بأن الغرس يحدث نتيجة التعرض والاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور.
3. يقدم التلفزيون عالماً متماثلاً من الرسائل الموحدة والصور الرمزية عن المجتمع بشكل موحد أو متشابه عن الواقع الحقيقي.
4. يزيد حدوث الغرس عند اعتقاد المشاهدين بأن الدراما واقعية ، وتسعى لتقديم حقائق بدلاً من الخيال.

نظرية دوامة الصمت:

"تعود هذه النظرية إلى الباحثة الإعلامية الألمانية نيوهان نويل Neumann ne التي تعتبر من المراجع الفكرية الأساسية في علم الإعلام والاتصال الجماهيري والرأي العام وقد وضعت هذه النظرية في السبعينيات من القرن الماضي والتي عرفت باسم دوامة الصمت أو

(لؤلؤ الصمت) والتي قدمتها في كتاب أصدرته عام 1980 بعنوان (دائمة الصمت الرأي العام باعتباره جلدنا الاجتماعي)، وكانت الباحثة عام 1974 قد نادت بالعودة إلى الرأي القائل بقوة وسائل الإعلام، حيث رأت أن لوسائل الإعلام تأثيرات قوية على الرأي العام، لكن تم التقليل من شأنها بسبب القيود المنهجية في الدراسات الإعلامية والفكرة العامة لهذه النظرية هي أن الفرد يعيش في مجتمع ويتفاعل مع بيئة الرأي العام فيه مقوماته وعوامل تشكيله، لذلك فالفرد يميل إلى تشكيل رأيه طبقاً للرأي العام السائد في المجتمع الذي يعيش فيه." .

وقد قامت نويل بتطوير نظريتها اعتماداً على البحوث التجريبية التي قامت بها أثناء عملها على هذه النظرية، وقد رصدت ثلاثة متغيرات أساسية تساهم وتزيد من قوة تأثير وسائل الإعلام وهي:

1- التأثير الكمي من خلال التكرار:

حيث تقوم وسائل الإعلام بتقديم رسائل إعلامية ومتكررة حول قضية ما مما يؤدي إلى التأثير على المتلقي على المدى البعيد دون إرادة منه.

2- التسيير اللإرادي للمتلقى والتأثير الشامل عليه:

ومعناه أن وسائل الإعلام تسيطر على الإنسان وتحاصره في كل مكان في الشارع، ومكان العمل والبيت وتهيمن على بيئة المعلومات المتاحة له وعلى مصادر المعلومات مما ينتج عنه تأثيرات شاملة على الفرد يصعب عليه الخلاص منها بحيث تشكل دون إرادة منه.

3- التجانس والهيمنة الإعلامية:

يعني القائمون بالاتصال الذين يقدمون رسائلهم الإعلامية انسجاماً مع موقف أصحاب المؤسسات الإعلامية التي يعملون فيها والتي هي بدورها تقوم انسجاماً واتفاقاً مع أصحاب المصالح الكبرى في توجيه الرأي العام للجمهور.

كما وترى نويل أن هناك عوامل عديدة تجعل الناس يحرصون على إبداء وجهات نظرهم والمشاركة بآرائهم منها:

1-إبداء الرأي يمنح المرء إحساساً بالانتماء إلى رأي الأغلبية، بينما حينما يكون للفرد رأي مخالف فإنه يصمت.

2-يميل المرء إلى التخاطب مع من يتفقون معه بالآراء أكثر من مع الذين يختلفون معه.

3-تقدير المرء لذاته يدفعه إلى إبداء رأيه.

4-يميل الأفراد إلى إبداء آرائهم عندما يشعرون أنهم أكبر عدداً ويمثلون الأغلبية وأحياناً تشجعهم القوانين على ذلك.

بينما في غير هذه الحالات سوف يميل الفرد لالتزام الصمت ويزداد هذا الصمت كلما ازداد الضغط لصالح رأي الأغلبية.

ومن الافتراض الرئيسي نجد أن هناك أربعة فروض أخرى فرعية هي:

1-يخشى معظم الأفراد من العزلة الاجتماعية عن البيئة المحيطة ويرغبون في أن تكون آراءهم مدعومة من المجتمع من أجل كسب احترام الآخرين.

2-لتجنب العزلة يسعى الأفراد لمراقبة البيئة ويرصدون الآراء السائدة في المجتمع ويعبرون عن آرائهم في حدود ما يتسق مع ما هو سائد في المجتمع بين أغلبيته.

3 -يمكن التمييز بين المجالات التي تقسم فيها الآراء بالحركة والمجالات التي تتسم فيها الآراء بالثبات.

4-إذا ما أدرك الأفراد اثناء مراقبتهم للبيئة، أن الآراء الخاصة بهم تحظى بالقبول فإنهم يعبرون عنها بثقة، وأما إذا ما أدركوا أن آرائهم لن تحظى بقبول فإنهم يميلون إلى الصمت.

ونتيجة ذلك تحدث دوامة الصمت التي تدفع الأفراد إلى تبني الرأي العام السائد في المجتمع والذي تعمل وسائل الإعلام على تغذيته.

وتشير نويل إلى أن الخوف من العزلة ليس فقط هو العامل الوحيد في إحجام بعض الأفراد عن إبداء مواقفهم، بل أيضاً الخوف من إثارة سخط المجمع المحيط بالفرد.

أولاً: مفهوم الرأي العام الإلكتروني Online Public Opinion:

" وهو محصلة الآراء والاحكام السائدة في المجتمع الافتراضي نحو قضية ذات طابع جدلي".

" هو إبداء الرأي نحو مختلف القضايا عبر منصات الجيل الثاني للويب والتي اتاحت عملية إنتاج المحتوى والتفاعلية الإلكترونية بين المستخدمين".

"عبرة عن مجموع أو نسبة آراء جمهور المشاركين عبر التقنية الإلكترونية في زمن محدد تجاه قضية أو موضوع معين تعرضوا له وبادروا إلى الكشف عن رأيهم بشأنه سواء لكونه يلامس اهتماماتهم أو لأنهم تأثروا بطرحه للمناقشة أو الحوار".

"هو مجموع آراء الأفراد على شبكة الانترنت نحو قضية ما، مما يحتم على الحكومات متابعة وتحليل اتجاهات الرأي العام الإلكتروني، لمساعدتها على رسم السياسات واتخاذ القرارات بما يتواءم مع الرأي العام الإلكتروني، والذي يعتبر قوة سياسية لا يستهان بها".

"ويرتبط تكوين الرأي العام الإلكتروني بمتغيرين أساسيين هما **المتغير الأول** مستوى التعليم ومدى تواجد شبكة للاتصالات وخدمات الانترنت المتوفرة، ويرتبط بالمتغير الأول عدد من المتغيرات الفرعية مثل مدى توافر ثقافة التعامل مع الانترنت والوسائط التكنولوجية الحديثة، ومستوى التعليم للمستخدم، أما **المتغير الثاني** فيرتبط بمدى قوة الشبكة الموجودة، إلى جانب عدد الشركات التي تقدم هذا النوع من الخدمة، وكذلك مقاهي الانترنت أو بصفة عامة الأماكن المتاحة للجماهير التي تقدم مثل هذا النوع من الخدمة الإتاحة -المجانية - (السرعة)".