

جامعة بلاد الشهاب

مجمع الشيخ أحمد كفتارو

نظريات التواصل و علم النفس التحليلي  
Communication Theories and  
Analytical Psychology

السنة الثالثة

المحاضرة التاسعة

المهندس الإعلامي محمد فادي مجاهد

2019-12-8

مجمع الشيخ أحمد كفتارو  
جامعة بلاد الشطر

Agenda Setting Theory

نظرية ترتيب الأولويات

## نظرية ترتيب الأولويات

- أحد طرق فلترة وسائل الإعلام للواقع هو عبر انتقاء المواضيع المعروضة و ترتيبها حسب أولوياتها
  - ترتيب قراءة الأخبار
  - طريقة عرضها
  - أخبار الصفحة الأولى
  - عدد مرات إعادة الخبر
- ما يتم عرضه بقوة و بكثافة على وسائل الإعلام يحصل على الأغلب على اهتمام أكبر في المجتمع
- تحدد وسائل الإعلام المواضيع التي على المجتمع أن يفكر بها و يعتبرها جديرة بالاهتمام
- وضع الأولويات للمجتمع عبر التركيز على عرض هذه الأولويات
- مصطلح خاص بالنظرية "نقل الأولويات" "Salience Transfer"

## نظرية ترتيب الأولويات

- أول من تكلم عنها كنظرية " ماكسويل كومبس " و "دونالد شاو" 1972
  - تجربة عملية لقياس الترابط بين القضايا الموجودة في الصحف و بين أولويات الناس في انتقاء مرشحيهم في أحد المدن الأمريكية
  - تحليل المحتوى للتعرف على الكيفية التي قدم بها الإعلام الأخبار السياسية عن المترشحين والقضايا الانتخابية خلال فترة زمنية معينة
- برنارد كوهين (1963) "وسائل الإعلام لا تنجح دائما في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات) ولكنها تنجح دائما في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه (المعلومات) "
- لانغ (1966) "وسائل الاعلام هي التي توجه الاهتمام نحو قضايا بعينها، فهي التي تطرح الموضوعات وتقتراح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الافراد... وما الذي ينبغي أن يعرفوه وما الذي ينبغي أن يشعروا به"

## نظرية ترتيب الأولويات

- ماذا يحدث عندما يمتلك شخص واحد 59% من إعلام أستراليا و 15% من إعلام إنجلترا و 25% من إعلام أميركا و الكثير من المحطات و الجرائد في عدة دول أخرى؟

BAUK

## نظرية ترتيب الأولويات

- أي الأخبار أهم: موت أحد "الفنانين" أم مسيرات العودة في غزة؟
- أي الأخبار أهم: إطلاق ألجوم جديد أم التغير المناخي؟
- أي المواضيع أهم: حقوق المثليين أم حقوق المهاجرين الذين يموتون اختناقاً في الشاحنات؟

## خطوات تحليل ترتيب الأولويات

- الخطوة الأولى: تحليل الأولويات في الوسيلة (الوسائل) المستهدفة
  - تحليل المحتوى للأولويات: الصفحة الأولى ، العناوين العريضة، الخ
- الخطوة الثانية: إعداد الاستبيان
  - استخدام نتائج تحليل الأولويات في إعداد الاستبيان
  - صياغة الأسئلة التي تقيس أولويات الجمهور المستهدف
- الخطوة الثالثة: إجراء المسح الميداني على الجمهور
  - و يجب أن تشمل الفئات التالية: الفئة المعرضة للوسيلة الإعلامية و فئات حيادية
- الخطوة الرابعة: تحليل البيانات واستخراج النتائج
  - استخراج النتائج لمعرفة الفروق الأساسية بين الفئات
  - مقارنة الأولويات المدركة

## المآخذ

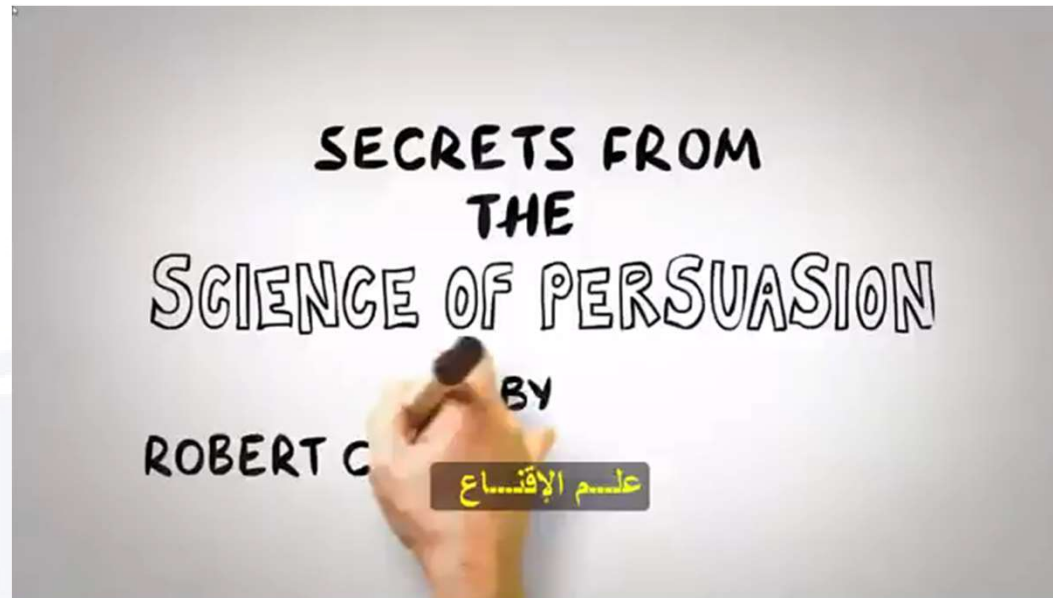
- أيهما يأتي أولاً: اهتمام الناس أم اهتمام الإعلام؟
- هل الترابط يعني السببية بالضرورة؟
- وجود الإعلام الحديث يوسع دائرة الخيارات كثيرة للجمهور
- هل يؤثر الإعلام الكبير على الإعلام الصغير؟



مجمع الشيخ أحمد كفتارو  
جامعة بلاد الشطر

Social Exchange Theory

نظرية التبادل الاجتماعي



<https://www.youtube.com/watch?v=SfRAYXaXK5c>

## نظريات الإقناع و التأثير الاجتماعي

- تُصنف نظرية التبادل الاجتماعي ضمن نظريات الإقناع والتأثير الاجتماعي
- تُستخدم هذه النظريات في أبحاث علم النفس و علم الاجتماع والتواصل والعلاقات العامة
- تعتبر نظريات الإقناع والتأثير الاجتماعي بشكل عام أن عمليات الإقناع الناجحة تكون في أغلب الأحيان خفية ولا يعلم المتلقي بأنه يخضع لعملية تهدف لتغيير آرائه أو قناعاته أو معتقداته أو سلوكه
- مثال: خدمة الزبائن

## نظرية التبادل الاجتماعي

- طورها عالم الاجتماع (جورج هومانس)
- تعتمد نظرية التبادل الاجتماعي في تفسيرها للعلاقات الاجتماعية على المبادئ الأساسية للتفكير الاقتصادي
- سلوك البشر فيما بينهم تحكمه معادلة الربح والخسارة والغبيمة والمخاطرة
- يسعى كل فرد، كما في المعاملات المالية، لزيادة الأرباح وخفض الكلفة
- يرتبط الإنسان بعلاقة مع الأفراد أو المجموعات أو المؤسسات عندما يشعر بأن ما سيربحه من هذه العلاقة يفوق المخاطر المرتبطة بها

## جُبلت النفوس على حب من أحسن إليها

- أحد المرتكزات الرئيسية لنظرية التبادل الاجتماعي
  - التعامل الاجتماعي الذي ينجم عنه تجاوب إيجابي (مكافأة مادية أو معنوية) من الطرف الآخر يزداد احتمال تكراره
  - ينقص احتمال تكراره في حال نجم عنه تجاوب سلبي (عقوبة مادية أو معنوية)
- مبدأ آخر تعتمد عليه نظرية التبادل الاجتماعي هو مبدأ رد الجميل Reciprocity
  - الإنسان يشعر بالواجب تجاه من بادر بإسداء معروف له ويحاول رد العطاء بالعطاء
  - يميل الإنسان للموافقة على طلبات الجهة التي يدين لها بمعروف خاصة إن كانت هذه الجهة بادرت بالعطاء دون سؤال ودون طلب مقابل