

محاضرات مقياس: نظريات الإعلام والاتصال

السنة الأولى ماستير دعوة وإعلام واتصال

المحاضرة الأولى

فروض نظريات الاستخدامات والإشباع:

تعتمد هذه النظرية على خمسة فروض أساسية هي:

- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويحكم ذلك الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست هي التي تستخدم الأفراد.
- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل.

نقد نظرية الاستخدامات والإشباع:

ساهمت نظرية الاستخدام والإشباع في تقديم إستراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وإشباعه، على أساس اعتبار الجمهور عنصر فعال وإيجابي، وعلى الرغم من تطور أساليب البحث والاستقصاءات في هذا المجال، إلا أن صوراً من الانتقادات وُجّهت إليها، يمكن توضيحها كالآتي:

يـرى عدد من الباحثين بأن نظرية الاستخدام والإشباع لا تزيد عن كونها إستراتيجية لجمع المعلومات، من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد أثناء تعامله مع الاستقصاءات، فهي تعتمد بإفراط على دفا تر ذاتية للحالات النفسية للمستعملين.

يتبنى مدخل الاستخدام والإشباع مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع، الإشباع، حيث لا يوجد تعريفات محددة له المفاهيم وهو ما يؤدي إلى اختلاف النتائج التي يتحصل عليها الباحث أثناء تطبيقه لهذه النظرية.

-مدخل الاستخدام والإشباع، استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام هادف ومقصود لكن هناك من يرى أنّ استخدام وسائل الإعلام يحكمه السلوك الاعتيادي أي بحكم العادة والتعود، فمثلا مشاهدة برامج معينة قد تعود إلى العادة أو إلى شعبيتها.

-جى "دينيس ماكويل D. Macquill " أن نتائج نظرية الاستخدام والإشباع يمكن أن تتخذ كذريعة لإنتاج محتوى إعلامي هابط خاصة عندما يرى البعض بأن ذلك المنتج يلبي حاجات المتلقين في مجالات التسلية والترفيه.

-الإيجابيات المتحققة للنظرية:

أَنَّ النظرية تمثل مرحلة بحثية متطورة لفهم العلاقة بين المرسل والجمهور في إطار اجتماعي، وهي تهتم - أيضا بتحديد العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الاتصالي للجمهور، حيث أنّ دوافع مشاهدة الجمهور للمادة الإعلامية تختلف وفقا لخصوصية كل مجتمع وظروفه المختلفة.

-إنّ استخدام نظرية الاستخدامات والإشباع لها أهمية واضحة في دراسة الجمهور الذي يتعامل مع البث المباشر والقنوات الفضائية، حيث يتيح هذا التعامل فرص مشاهدة أوسع، وبالتالي تحفز هذه المشاهدات على إيجابية الانتقاء للمضامين الإعلامية المختلفة، كما أنّ التناقض بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور، والإشباع التي تتحقق بالفعل عند التعرض للوسيلة الاتصالية، يمكن أن يؤدي إلى تغيير في اختيارات الجمهور للوسيلة القادرة على توفير مضمون اتصالي يوفر إشباعا لاحتياجاته.

-إنّ اختلاف نتائج الدراسات في هذا المجال يجب أن تحسب نقطة إيجابية للنظرية، وليس نقطة سلبية عليها، حيث إن المجتمعات تختلف نظرا لخصوصية كل مجتمع، واختلاف ظروف أفرادها النفسية والاجتماعية والمادية والثقافية، ولهذا فإنه يمكن تقييم نتائج الدراسات التي طبقت على المجتمع نفسه وليس على مجتمعات مختلفة.

يرى بعض الباحثين أن أي محاولة لدراسة الاتجاهات البحثية والنظرية في التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري في المستقبل، يصعب عليها أن تتجاهل نظرية الاستخدامات والإشباع، فقد أدى ظهور وانتشار وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة كالإنترنت، إلى بعث الحياة من جديد في هذه

النظرية، وتتسم النظرية بطبيعة نفسية واجتماعية، وتتخذ من الجمهور محورا لها، كما يحدث في التأثيرات الاجتماعية غير المباشرة، وتفترض أن الجمهور نشيط وإيجابي في تعامله مع وسائل الاتصال، بهدف إشباع الاحتياجات النفسية والاجتماعية له.

المحاضرة الثانية

نظرية ترتيب الأولويات:

أستعير اسم هذه النظرية من فكرة جدول الأعمال الذي يبحث في اللقاءات والاجتماعات، والذي يطلق عليه أجندة، وإنّ فكرة هذه النظرية تقول أنه مثلما يحدد جدول الأعمال في أي لقاء تترتب المواضيع التي سوف تناقش بناء على أهميتها، أي أن تقوم وسائل الإعلام بالوظيفة نفسها أي لها جدول أعمالها الخاص وأجندتها.

مفهوم نظرية ترتيب الأولويات: حاول بعض الباحثين صياغة تعريف الأجندة كما فعل كل من "إينجار" و "سيمون Iyengar & Simon" بقولهما: "إنّ وضع الأجندة يمكن تعريفها بأنها قدرة المواد الإخبارية التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة على معرفة وتحديد القضايا المهمة خلال فترة زمنية معينة، وهو ما فعله أيضا "ماكويل Mcquail"، لكنه نظر إلى المردود التأثيري لوضع الأجندة في الجمهور من خلال تعريفه أن وضع الأجندة "عبارة عن تلك العملية التي تؤثر من خلال وسائل الإعلام (سواء بصورة مقصودة أو غير مقصودة) في جمهورها من خلال ما تعرضه له من قضايا أو أحداث إخبارية وبروزها ضمن مضامينها المختلفة، وهو ما يفترض أنّ تزايد اهتمام هذه الوسائل بتلك القضايا والأحداث يجعلها مهمة وبالتالي تزايد أهميتها لدى هذا الجمهور.

وضع الأجندة عبارة عن عملية اتصال جماهيرية وتفاعلية تتأثر خلال حدوثها ما بين الوسيلة الإعلامية والجمهور بالمؤثرات الاجتماعية، الثقافية، السياقية، التي يتم في إطارها هذا الاتصال.

وقد شهد هذا المفهوم محاولات مثمرة لبعض الباحثين هدفها إبراز توسيع صياغته وكونه عبارة عن عملية تفاعلية، حيث يؤكدون أن عملية وضع الأجندة تتضمن ثلاثة اتجاهات بحثية متميزة هي:

- الاتجاه الأول: وضع أجندة الجمهور وتتخذ من أولويات اهتمام الجمهور متغيرا تابعا، وقد بدأ هذا الاتجاه البحثي على يد "ماكومبس وشو Mccombs & Shaw" عام 1972.
- الاتجاه الثاني: وضع أجندة السياسة العامة وتتخذ من أولويات اهتمام صانعي القرار متغيرا تابعا يميناً تمثل أولويات اهتمام وسائل الإعلام.

● الاتجاه الثالث: وضع أجندة وسائل الإعلام، وتتخذ من أولويات قضايا وسائل الإعلام متغيرا تابعا. ويمثل نموذج "Laighley لايجلاي" تجسيدا واعيا بأبعاد توسيع مفهوم وعملية وضع الأجندة والذي يبرز ثلاثة أنواع لوضع الأجندة هي: أجندة وسائل الإعلام، ووضع الأجندة التنظيمية أو المؤسسية، وأجندة الجمهور العام.

نشأة النظرية وتطورها:

تنسب نظرية وضع الأجندة لكل من "ماكومبس" و"شو" "Mccombs & Shaw" عام 1972، عندما حاولا تفسير كيفية وأسباب تفكير الناس في بعض القضايا الاجتماعية واختلاف معدل الاهتمام بها، فقد توصلا إلى وجود ارتباط دال بين حجم تغطية وسائل الإعلام لهذه القضايا، ومعدلات هذه التغطية وبين الأهمية التي يوليها جمهور هذه الوسائل لتلك القضايا، وهذه النتيجة تؤكد أنّ بروز القضايا لدى هذا الجمهور يتأثر بشدة بتعرضه للوسائل نفسها التي تتناول هذه القضايا.

يؤكد "ماكويل" "Mcquail" أنّ "لازارسفيلد" "Lazarsfeld" وآخرين أشاروا عام 1994 إلى مفهوم وضع الأجندة باعتبار القوة التي يتم من خلالها هيكله القضايا.

ويلخص كل من "بريو" و"ثومسون" "Thompson" & "Bryant" مراحل تطور بحوث وضع الأجندة في أربع مراحل هي:

" عام 1972 والتي أثبتت Mccombs & Shaw - المرحلة الأولى: وتمثلها دراسة "ماكومبس" و"شو" " نتائجها أنّ اهتمام الجمهور العام بالقضايا يتأثر باهتمام المحتوى الإخباري لوسائل الإعلام بالقضايا ذاتها. - المرحلة الثانية (التكرار): عندما كرر هذان الباحثان عام 1977 تطبيق افتراضات نظرية وضع الأجندة من خلال دراسة تناولت القضايا البارزة لدى الناخبين، وقد أكدت نتائجها على أنّ هؤلاء الناخبين الذين يتعرضون بصورة كبيرة لوسائل الإعلام تتأثر أجندة اهتمامهم بالقضايا المختلفة المطروحة ضمن أجندة هذه الوسائل.

- المرحلة الثالثة (دراسة المتغيرات الوسيطة): بالرغم من أن الدراسات الأولى والمبتكرة في مجال وضع الأجندة، تناولت بالرصد والتحليل الارتباط المباشر بين أجندة وسائل الإعلام ومثيلتها لدى الجمهور، فإنّ دراسات أخرى تالية أكدت نتائجها على مجموع من المتغيرات الوسيطة المؤثرة في عملية وضع الأجندة، "Weaver"، "Graber"، "Mccombs"، "Eyal" وتعد دراسة "ويفر"، "جرابر"، "ماكومبس"، و"إيال"،

التي أجروها على الناخبين أثناء حملات الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1976 دراسة رائدة في هذا المجال، فقد كشفت نتائجها عن وجود تأثيرات لمتغيرات أخرى وسيطة، كالمهنة، والمستوى التعليمي، ومحل الإقامة، وكلها متغيرات تلعب دورا مؤثرا في تحديد أولويات اهتمام هؤلاء الناخبين إضافة لتأثير الأجندة الإعلامية.

- المرحلة الرابعة (التساؤل عمن يضع أجندة وسائل الإعلام): ويمكن أن نطلق عليها أيضا مرحلة الانتقال لدراسات بناء الأجندة، فقد درس كل من "كيرت لانج" و"جلادي أنجل لانج" Kurt Long و"Glady Engel Long" عام 1983، العلاقة بين الصحافة والرأي العام خلال أزمة أو فضيحة وترغيات الشهيرة، وأثبتنا أنّ الفرضية الأصلية لنظرية وضع الأجندة تحتاج إلى توسيع مداها، واقترحا توسيع المفهوم ليشمل مفهوم بناء الأجندة، وتمثل دراسة "شوماكار" و"ريز" Shoemaker&Reese التي أجريت عام 1991 مثالا جيدا لدراسات هذه المرحلة فقد تناولت هذه الدراسة دور المصادر المختلفة في عملية وضع أجندة وسائل الإعلام.

المحاضرة الثالثة

افتراضات نظرية ترتيب الأولويات: يطرح "ماكويل" افتراضات نظرية وضع الأجندة كالاتي:

- ❖ يثور الجدل العام حول بروز القضايا (أجندة ما يحدث).
- ❖ تتولد هذه الأجندة من الرأي العام واقتراحات الصفوة السياسية.
- ❖ تؤدي هذه الاهتمامات المتنافسة إلى بروز قضاياها.
- ❖ تنتقي أخبار وسائل الإعلام قضايا لتركز عليها أو العكس وفقا لمجموعة من الضغوط خاصة المتعلقة منها باهتمامات الصفوة والرأي العام، والأحداث التي تقع في العالم الحقيقي.
- ❖ يؤدي ذلك إلى أنّ مخرجات هذه الوسائل تتسبب في شهرة وبروز الاهتمام بهذه القضايا، مما يؤثر في إدراك جمهورها للأجندة الحالية، إضافة إلى وجود تأثيرات أخرى تتعلق بإبداء الآراء وتقويم ما يحدث في المشهد السياسي.
- تتصف هذه التأثيرات الخاصة بعملية وضع الأجندة بأنها قصيرة المدى، ونلاحظ على هذا التوجه الأكاديمي نحو صياغة مفهوم أكثر اتساعا من سابقه لوضع الأجندة، إلاّ أنّه ظلّ أسير النظر محل عملية وضع الأجندة في القضايا فقط.

الانتقادات التي وجهت إلى النظرية:

- على الرغم من تعدد البحوث التي أجريت لاختبار فروض نظريات ترتيب الأولويات، إلاّ أنّها مازالت تتعرض إلى العديد من صور النقد منها:
- أغفلت دراسات ترتيب الأولويات التأثير التراكمي لمضامين وسائل الإعلام، وركزت على الآثار قصيرة الأمد.

- يرى البعض أنّ الارتباط لا يعني السببية، حيث إنه من المحتمل أن تكون التغطية الإخبارية بالصحف والتلفزيون قد عكست الاهتمام الفعلي لدى الجمهور بهذه القضايا وليس العكس ويتأكد ذلك الجدل بشكل خاص فيما يتعلق بالقضايا الملموسة التي لدى الجمهور خبرة شخصية بها، ولا يدخل في ذلك الجدل القضايا المجردة، التي تعد وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد بالنسبة للجمهور للاستقصاء المعلومات حولها، بالإضافة إلى صعوبة تحديد مصدر التأثير نظرا لوجود عدة أجندات مركبة في المجتمع، مع

مراعاة تأثير الاتصال الشخصي وتأثير صانعي القرار.

• لا يوجد تحديد قاطع من الأسبق أجندة الجمهور أو أجندة وسائل الإعلام؟ ولما لا يكون الفرض بالمعكوس هو الصحيح بأن الجمهور هو الذي يصنع أجندة وسائل الإعلام. أشار "وينتر" 1981، إلى أنّ نظرية ترتيب الأولويات في حاجة إلى تطوير مجموعة أكثر دقة من مؤشرات المضمون كي تستخدم في بحوثها وتصل إلى نتائج أكثر موضوعية ودقة.

• إنّ الطابع الأمريكي المهيمن على فرضيات ترتيب الأولويات أدى إلى اتهامها بالمحلية، ويقيم التحدي الذي يواجه النظرية هو إمكانية تطبيقها بشكل سليم خارج المجتمع الأمريكي، حيث أنّه لا يوجد نظام سياسي متساو تماما مع النموذج الأمريكي.

• إنّ نظرية ترتيب الأولويات أقرب إلى نظريات الإعلام السياسي منها إلى الإعلام العام، لارتباط نشأتها بالحملات الانتخابية.

• انتقد "ديفيس" و"روبسون" 1986 دراسات الأجندة لأنها تركز على معرفة تأثير الأجندة في جعل الجمهور يفكر في قضايا معينة للإجابة على سؤال (ماذا؟) مع إهمال واضح لإعطاء إجابات عن العديد من الأسئلة الأخرى، ومنها: كيف تعد هذه القضايا هامة؟ وأين تحدث هذه الأشياء؟ ولماذا تعد هذه القضايا بالذات هامة؟ ومن الجدير بالذكر أنّه على الرغم من تلك الانتقادات إلّا أنّ هناك إجماع لدى الباحثين على أنّ بحوث ترتيب الأولويات ساهمت في زيادة فهم دور وسائل الاتصال في المجتمع، وعززت من استخدام مفهوم الآثار بعيدة المدى للتأثير الاجتماعي لوسائل الإعلام.

نظرية الغرس الثقافي:

الإعلام بشكل عام له وظائف متعددة ومنها الوظيفة الثقافية، ولذلك تنطلق هذه النظرية من أن الجمهور يتأثر بما تبثه وسائل الإعلام للرأي العام حيث تساهم في زيادة ثقافتهم ومعارفهم ومعلوماتهم، خاصة الجمهور الذي يعتمد كلياً على ما يتدفق من معلومات وأخبار عن العالم الخارجي والداخلي من وسائل الإعلام.

المفاهيم الأساسية لنظرية الغرس الثقافي:

مفهوم الغرس: "هو ما تفعله الثقافة بنا، والثقافة هي الوسيط أو المجال الذي تعيش فيه الإنسانية وتتعلم"، من خلال هذا التعريف يمكن تعريف عملية الغرس الثقافي بأنها: العملية التي تهتم باكتساب المعرفة أو السلوك من خلال الوسط الثقافي الذي يعيش فيه الإنسان، فكأن البيئة الثقافية بأدواتها هي التي تقوم بعملية الإكساب والتشكيل والبناء للمفاهيم أو الرموز الثقافية في المجتمع، ومن هذه الأدوات وسائل الإعلام التي احتلت مكانا بارزا في عالمنا الثقافي المعاصر بأدوارها وتأثيراتها.

الاتجاه السائد: وبعد المكون الأول من مكونات عملية الغرس التي أشار إليها "جيربندر" وزملاؤه ونتيجة للتعرض للتلفزيون باستمرار تتلاشى الاختلافات التقليدية بين الأفراد (ذوي الكثافة الواحدة في المشاهدة)، ويحدث الانسجام والتوافق بين صورة الواقع لديهم، وصورة الواقع كما يقدمها التلفزيون، ومن ثم يتحول الاتجاه السائد ليعبر عن مصالح المؤسسات الإعلامية في النهاية.

الصدى أو الرنين: يقصد به التأثيرات المضافة للمشاهدة بجانب الخبرات الأصلية الموجودة فعلا لدى المشاهدين، وبذلك فإن المشاهدة يمكن أن تؤكد هذه الخبرات من خلال استدعائها بواسطة الأعمال التلفزيونية التي يتعرض لها الأفراد أصحاب هذه الخبرات بكثافة أعلى، وركز "جيربندر" في هذا المجال على زيادة إدراك العنف في الأعمال التلفزيونية، ووصف العالم الخارجي به لدى المشاهدين الذين يعيشون في ظروف عنف غير عادية ويتعرضون للتلفزيون بكثافة أعلى.

المحاضرة الرابعة

نشأة نظرية الغرس الثقافي:

يعود الفضل في ظهور هذه النظرية إلى جهود "جورج جيربner George Gerbner" في فترة السبعينات عندما قال: إنّ التلفزيون يعتبر قوة مهيمنة في تشكيل المجتمع الحديث، وكانت هذه الأفكار نتيجة للجهود التي قام بها مجموعة من الباحثين في بحث تأثيرات التلفزيون على المجتمع الأمريكي عندما اجتاحت الولايات المتحدة الأمريكية موجة من العنف والاضطرابات والجرائم والاعتقالات في نهاية الستينات، وربط الناس بين ارتفاع معدلات الجريمة والعنف والتغير في القيم، وبين انتشار التلفزيون في الخمسينات والستينات وضغط الاهتمام الشعبي على الكونغرس الأمريكي ليفعل شيئاً، وفعلاً تم اعتماد التمويل اللازم من بعض المؤسسات والمعاهد القومية الأمريكية لبحوث حول تأثيرات التلفزيون في مجالات الصحة والتعليم، وتم طباعة حوالي 60 دراسة في خمسة مجلدات عام 1971، تحت عنوان: "التلفزيون والسلوك الاجتماعي".

وكانت نتائج هذه الدراسات هي التي صاغت الفكرة الخاصة بالغرس، كنتيجة للتعرض المكثف والمستمر للتلفزيون، وقيام العلاقة بين كثافة المشاهدة وإدراك الواقع الاجتماعي بالصور التي يعرضها التلفزيون، ووضع "جيربner" من خلال هذه الدراسات مشروعه الخاص بالمؤشرات أو المعالم الثقافية، الذي يهدف إلى قيام هذه العلاقة من خلال دراسة ثلاث عناصر أساسية هي:

✓ العمليات المؤسسية الكامنة وراء إنتاج محتوى الإعلام.

✓ الصور الذهنية التي ترسمها وسائل الإعلام.

ثم العلاقة بين التعرض إلى الرسائل التلفزيونية ومعتقدات الجمهور، وأتماط سلوكه.

فروض نظرية الغرس الثقافي:

تقوم نظرية الغرس على الفرض الرئيسي والذي يشير إلى أنّ 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 على مجموعة من الفروض الفرعية هي:

❖ يتعرض الأفراد كثيفو المشاهدة للتلفزيون أكثر، بينما يتعرض الأفراد قليلو المشاهدة على مصادر

متنوعة مثل التلفزيون ومصادر شخصية.

❖ يختلف التلفزيون عن غيره من الوسائل الأخرى، بأن الغرس يحدث نتيجة التعرض والاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور.

❖ يقدم التلفزيون عالما متماثلا من الرسائل الموحدة والصور الرمزية عن المجتمع بشكل موحد او متشابه عن الواقع الحقيقي.

يزيد حدوث الغرس عند اعتقاد المشاهدين بأنّ الدراما واقعية وتسعى لتقديم حقائق بدلا من الخيال.

الانتقادات التي وجهت إلى النظرية: على الرغم من أنّ نظرية الغرس حظيت بتأييد كثير من الباحثين، إلاّ أنّها واجهت العديد من الانتقادات منذ نهاية السبعينات وحتى نهاية التسعينيات، والتي تتمثل فيما يلي:

● يرى أنصار الاستخدامات والإشباع أن نظرية الغرس الثقافي تجاهلت متغير الدوافع، حيث يرون أنّ "جرنبر" لم يبذل جهدا للتفرقة بين الذين يشاهدون التلفزيون بطريقة روتينية والذين يشاهدون التلفزيون بطريقة انتقائية نشطة، وهنا يصبح الغرس متغيرا تابعا لمتغير الدوافع وليس التعرض للتلفزيون.

● انتقد "هيرش" نظرية الغرس لعدم التحكم الدقيق والكافي للمتغيرات الأخرى، وذلك لاختلاف نتائج البحث عندما تم تحليلها مرة أخرى بمعامل الارتباط المتعدد خاصة بعد أن تم إدخال متغيرات ديموغرافية، فتأثرت العلاقة بين التعرض للتلفزيون وتأثيرات الغرس.

● أخذ بعض الباحثين على نظرية الغرس أنّها تنظر إلى التأثير التلفزيوني بشكل عام، من خلال ساعات المشاهدة الكلية دون النظر إلى نوعية البرامج التي يتعرض لها المشاهد، حيث أنّ التعرض لنوعية معينة من البرامج الترفيهية الدرامية يكون أكثر تأثيرا في حدوث الغرس وليس المشاهدة الكلية. تساءل عدد من الباحثين عن مدى مصداقية بحوث الغرس، إذا أظهرت معظم الدراسات معاملات ارتباط تتراوح ما بين (0.12) إلى (0.20) وهو ما يدل على ضعف العلاقة بين المشاهدة وتأثيرات الغرس، أو عدم وجودها أصلا.

● يأخذ بعض الباحثين على بحوث الغرس الثقافي أن معظمها تركز على التأثير أكثر من تركيزها على عملية التأثير نفسها، أي أنّ هذه البحوث تهتم بنتائج الغرس أكثر من اهتمامها بالعملية الميكانيكية التي تتم من خلال الغرس. وبالتالي لا بد عند صياغة الاستمارة يتم وضع أسئلة لماذا وكيف بصورة أكبر من التركيز على أسئلة ماذا ومن.

● تركز إحدى الانتقادات الحديثة التي وجهت للنظرية على تأثير مشاهدة التلفزيون على إدراكات الواقع الاجتماعي، حيث بعض الباحثين بالتأثيرات الكامنة التي تؤثر على الصلة القائمة بين مشاهدة التلفزيون وأحكام الواقع الاجتماعي.

يشكك كثيرون في إمكانية حدوث الغرس في أي مكان آخر غير الولايات المتحدة الأمريكية وذلك لأنّ استخدام التلفزيون ومحتواه يكون مختلفا عادة.
