3. نظرية تحليل الأطر الإعلامية.

تمهيد:

تُعد نظرية تحليل الأطر الإعلامية إضافة نوعية لنظرية وضع الأجندة –نظرية ترتيب الأولويات، جدول الأعمال– حيث ارتبط ظهورها إلى حد كبير بهذه النظرية على الرغم من أن صياغة فروض نظرية الأطر الخبرية تمت بعد عامين من صياغة واختبار فروض نظرية وضع الأجندة، كما صُنفت نظرية الأطر الخبرية ضمن نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، التي تعنى بدراسات القائم بالاتصال، واعتبرت امتدادا وجزءا من نظرية وضع الأجندة نظرا لوجود ارتباط عضوي بين النظريتين، إلا أن نظرية الأطر الإعلامية لا تكتفي بما أتت به نظرية وضع الأجندة بل تذهب إلى أعمق من ذلك كون نظرية وضع الأجندة تتحدث عن أهم القضايا المثارة عبر وسائل الإعلام بشكل سطحي دون التعمق في التفاصيل، التي تهتم بها نظرية تحليل الإطار الإعلامي كالتعرض للأطراف والأشخاص المؤثرين في الأحداث والقضايا التي تطرحها وسائل الإعلام.

وفي هذا الصدد أشار الباحث "ماكومبس" (Mc Combs) إلى تشابه فكرة وضع الإطار مع فكرة ترتيب الأجندة، لكن مع اختلاف أساسي يكمن في أن وضع الأجندة يركز على بروز القضايا في حين تركز عملية وضع الإطار على بروز السمات المميزة للقضايا التي يتناولها النص الخبري.

1.3. الجذور التاريخية لظهور نظرية تحليل الأطر الإعلامية:

ويرجع الفضل الأول في نشأة نظرية تحليل الأطر الخبرية إلى عالم الاجتماع "إيرفنج جوفمان" (Goffman Erving) عندما وضع كتابه "تحليل الأطر" (Frame Analysis) سنة 1974[1]، حيث اقترح "جوفمان" فروض نظرية تحليل الأطر كمدخل لتنظيم الأحداث الاجتماعية، وهو عالم اجتماع الذي أكد الباحثون أنه أول باحث أوضح مفهوم الأطر وعرفها باعتبارها أسس لتنظيم الأحداث الاجتماعية وأشكال المعرفة الإنسانية بهدف توثيقها وتدعيمها[2]. واستطاع أن يطور مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي من خلال دراسة الكيفية التي يرتب وينظم من خلالها أفراد الجمهور خبراتهم المختلفة[3].

بالرغم من ذلك لم يكن "جوفمان" الباحث الوحيد الذي اهتم بدراسة وتطوير مفهوم التأطير الإعلامي للأحداث والقضايا المثارة في وسائل الإعلام، فهناك إسهامات كثيرة لباحثين آخرين في مجال تطوير أبحاث ودراسات الأطر الخبرية منها جهود الباحثة "توشمان" (Tuchman) التي ينسب لها

---

[1]. أميرة عبد الفتاح محمد: **استخدام الأخبار المجهلة في الصحف: دراسة للمضمون وللقائم بالاتصال**، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2014، ص40.

[2]. أحمد زكريا أحمد: **الكتابة الصحفية الإخبارية وتأثيراتها**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص104.

[3]. رشيد مزروع: **أطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء على الدستور بعد ثور25 يناير**، العدد 09، دورية إعلام الشرق الأوسط، جامعة المنصورة، مصر، 2013، ص04.

الفضل في توسيع المفهوم النظري لتحليل الأطر ليشمل مضمون التغطية الإعلامية للنصوص الخبرية[1] فهي أول باحثة قامت بتطبيق عملي لتحليل الأطر في دراسات الإعلام من خلال دراستها "صناعة الأخبار" (Making news) خلال أعوام 1978/1976[2]. وقد تمثل الهدف الأساسي من استخدام هذه الباحثة لمصطلح التأطير في التأكيد على دور المعايير الروتينية والعوامل المهنية المؤثرة في العمل الإخباري باستخدام أطر بعينها، وان العمل الإخباري تحكمه مجموعة من المعايير الشخصية والمهنية هي التي تحدد استخدام الأطر المسبقة لتغطية هذه الأحداث.

وفي العقد الأخير من القرن العشرين قدم الباحثون في مجال دراسات الأطر إسهامات أكاديمية كثيرة ساهمت في تطوير وإثراء البحوث التي اهتمت بتحليل الإطار الإعلامي، أبرزها دراسات "إنتمان" (Entman.R) الذي يرجع له الفضل في أول تطبيق عملي يتسم بالدقة النظرية والمنهجية من خلال أبحاثه ودراساته المتعددة في هذا المجال خلال سنوات 1989، 1991، 1993، حيث استطاع أن يربط بين تحليل الأطر وتمثيل المعلومات من قبل الجمهور[3]. كما أشار إلى إمكانية تناول الأطر الخبرية وفق مستويين أساسيين، المستوى الأول يتمثل في تحديد مرجعية تساعد في عملية تمثيل المعلومات والمستوى الثاني يتمثل في التركيز على وصف سمات معينة تمثل محور اهتمام في النص الإعلامي، وذلك من خلال التركيز على تكرار الرسالة الإعلامية وتدعيمها. وبهذه الطريقة يتم إبراز إطار معين ينطوي على تفسيرات محددة لهذه الرسالة، وبالتالي تكون أكثر قابلية وإدراك من جانب الجمهور[4].

وأضاف "ميلر" (Miller) عام 1994 أساليب كمية يمكن من خلالها استخلاص الأطر الخبرية المتضمنة في المحتوى الإخباري لوسائل الإعلام، حيث نصت النظرية في توجهها الحديث أن الأطر يتم تشكيلها من خلال الكلمات الرئيسية، الوصف المجازي، والمفاهيم والرموز والصور المرئية التي يتم التركيز عليها في سرد الأخبار ومن خلال تكرار وتدعيم كلمات وصور معينة واستبعاد أخرى. كما شهدت نظرية الأطر الإعلامية مرحلة أخرى أكثر عمقا من المراحل السابقة عرفت بمرحلة النماذج التفسيرية التي وضعها العديد من الباحثين بهدف التعمق في دراسات تحليل الإطار الإعلامي وكان لها دور كبير في ترسيخ النظرية وإعطائها الكثير من الصلابة، حيث طرحت نظرية الأطر الخبرية نماذج تفسيرية يتم توظيفها في التحليل الكيفي لتمثيل الجوانب والسمات البارزة في الرسائل الإعلامية،أي تحديد اطر المعالجة الإعلامية للقضايا والأحداث المختلفة.

2.3. افتراضات نظرية تحليل الأطر الإعلامية:

---

[1]. أحمد زكريا أحمد: مرجع سابق، ص104.

[2]. رشيد مزروع: مرجع سابق، ص04.

[3]. رشيد مزروع: مرجع سابق، ص04.

[4]. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998، ص349.

صاغ "جوفمان" (Goffman) نظرية الأطر في فرضية عملية رئيسية، مفادها أن تنظيم مضمون الرسائل الإعلامية وفق أطر معينة يؤثر في أفكار وردود أفعال الجمهور. والتأطير عند "جوفمان" يعني تنظيم وتصنيف المعلومات، فقد استخدم مصطلح الإطار للإشارة إلى مجموعة من التوقعات التي نعتمد عليها في إدراكنا لموقف اجتماعي خلال وقت معين، فعملية التأطير حسب "جوفمان" تساعد جمهور الوسيلة الإعلامية في تفسير الأحداث[1].

كما تفترض هذه النظرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على معنى معين، وإنما تكتسب معناها من خلال وضعها في إطار (Frame) يحددها وينظمها ويضفي عليها قدرا من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب القضية المطروحة ووضعها في إطار محدد ومدروس وإغفال جوانب أخرى بصورة عمديه[2]، فدور وسائل الإعلام لا يقتصر على مجرد تقديم المحتوى الإخباري فهي أيضا تقوم ببناء معنى لهذا المحتوى من خلال تأطيره وفق زوايا وجوانب معينة[3]، من خلال التركيز على بعض جوانب الأحداث والوقائع وتجاهل أخرى، وهذا ما جعل الأخبار التي تقدم للجماهير تقدم كما يراها الصحفيون والإعلاميون، حيث يعاد إنتاج وتقديم الأخبار وتقديمها للجماهير وفقا للتوجه السياسي أو الأيديولوجي الذي يتبناه هؤلاء الإعلاميون[4]، وليس كما تحدث فعلا لأن وسائل الإعلام تقوم ببناء الواقع الاجتماعي من خلال تأطير صور عن الواقع بطريقة مقصودة ومتعمدة[5].

كما تفترض النظرية أن معلومات الجمهور واتجاهاته نحو الأحداث والقضايا تتشكل تدريجيا وفق تأثره بالأطر التي تعالج من خلالها وسائل الإعلام الأحداث والوقائع، ولا يتوقف تأثير الأطر الخبرية عند مجرد التأثير في المعارف والاتجاهات وإنما يتعداه إلى التأثير في قرارات الأفراد الخاصة[6].

3.3. مفهوم الإطار الإعلامي:

قدم العديد من الباحثين والدارسين تعاريف لمفهوم "الإطار"، ولعملية التأطير كعملية اتصال جماهيري واختلفت التعريفات باختلاف الرؤى البحثية والخلفيات المرجعية لكل باحث، وما يمكن قوله أنه لم يقدم لحد الآن تعريفا كاملا للإطار، وهذا راجع إلى اختلاف الزوايا التي نظر منها الباحثون لعملية

---

[1]. أحمد زكريا أحمد: مرجع سابق، ص ص98-99.

[2]. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: مرجع سابق، ص348.

[3]. أحمد زكريا أحمد: مرجع سابق، ص98.

[4]. أحمد عبد الله عبد الرحمن عوض الله: **الأطر الخبرية للعدوان على غزة عام 2012 في موقع الفضائيات الأجنبية الالكترونية باللغة العربية: دراسة تحليلة مقارنة**، رسالة ماجستير في الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية غزة، 2014، ص54.

[5]. Margaret cissel, **Media Framing: A Comparative Content Analysis on Mainstream and Alternative News Coverage of Occupy Wall Street**. The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, vol03,N 01, 2012, P68.

[6]. أحمد عبد الله عبد الرحمن عوض الله: مرجع سابق، ص56.

التأطير[1]، ورغم اختلاف معنى الإطار عن معنى التأطير، إلا أنهما يستخدمان في معظم البحوث باعتبارهما مصطلح واحد.

تعتبر الأطر (frames) من الموضوعات التي أثارت نقاشات حادة في مجال العمل الإعلامي، بسبب عدم وجود نظرية موحدة تشرح الكيفية التي تعمل من خلالها الأطر وتتكون منها، وهذا ما أكد عليه الباحث الأمريكي "روبرت أنتمان" (Entman.R)، الباحث في مجال العلوم السياسية وأشهر الباحثين في مجال دراسات الأطر، فالأطر تساعد على وضع أعداد لا نهاية لها من التفاصيل في صورة مجموعات عملية منظمة. وبذلك فإن الأطر تسهل تنظيم العالم بالتوافق مع قواعد التضمين والإقصاء الهرمية التي يتم من خلالها انتقاء الأخبار المقدمة للجمهور[2]. ولقد وسع "جيتلن" (Gitlin) تصوره عن فكرة الإطار الإعلامي لكي يوضح كيف يعمل الصحفيون على تطبيع العالم الاجتماعي وفقا لقواعد معينة، فالأطر تمكن العاملين في مجال الصحافة معالجة كم كبير من المعلومات بسرعة كبيرة، والتعرف على المعلومات وإبرازها وتصنيفها وفق تصنيفات معرفية مختلفة، ثم تقدم للجمهور في صورة مكتملة ومنظمة، ولهذا تعد الأطر شيئا ضروريا لا يمكن للصحافة أن تستغني عنه.

الإطار الإعلامي حسب واضعي هذه النظرية هو تلك الفكرة المحورية التي تنظم حولها الأحداث الخاصة بقضية بعينها، وهو الطريقة التي يؤثر من خلالها بناء النصوص الإعلامية في إدراكات الجمهور لمحتواها بانتقاء جوانب معينة للواقع والتركيز عليها وتجاهل جوانب أخرى. حيث تنطوي عملية بناء ووضع الإطار لقضية ما على رؤية انتقائية واختيار متعمد لبعض الوقائع وجعلها أكثر بروزا في النص الخبري بهدف إحداث تأثيرات معرفية وسلوكية في الجمهور[3].

الإطار الإعلامي حسب "روبرت إنتمان" (Entman.R) وهو من أهم رواد هذه النظرية، يعني اختيار وانتقاء بطريقة متعمدة بعض جوانب الحدث وجعلها أكثر بروزا في المعالجة الإعلامية للنص الخبري، مع استخدام أسلوب محدد في وصف الحدث، حيث يعرف الإطار الخبري بأنه تحديد جوانب معينة من واقع يتعلق بحدث أو قضية ما وجعلها أكثر بروزا في النص الإعلامي، فالأطر الخبرية من وجهة نظر "إنتمان" تسهم في بناء أطر الجمهور فيما يتعلق بالموضوع أو القضية التي يتم إبرازها في المحتوى الإعلامي[4]. ويُضيف "إنتمان" بأن الأطر الإعلامية تنقسم إلى نوعين، يتعلق النوع الأول بإطار المعالجة الإعلامية التي يتميز بها النص الإعلامي ويشير النوع الثاني إلى الأطر التي يتبناها الجمهور

---

[1]. أحمد زكريا أحمد: مرجع سابق، ص102.

[2]. ستيوارت آلان: **ثقافة الأخبار**، ترجمة: هدى فؤاد، مجموعة النيل العربية، ط01، القاهرة، 2008، ص126.

[3]. أحمد عبد الله عبد الرحمن عوض الله: مرجع سابق، ص59.

[4]. Entman Robert : **framing toward clarification of a Fractured Paradigm**. Journal of communication. Vol 43. Issue 4, 1993, P85.

ويكونها تجاه الحدث أو القضية المطروحة في وسائل الإعلام[1]. وفي نفس السياق أعطى "محمد عبد الحميد" في مؤلفة نظريات الإعلام واتجاهات التأثير نفس المعنى لمفهوم الأطر الخبرية من خلال تقسيم مفهوم الإطار إلى معنيي رئيسيين المعنى الأول يشير إلى العملية التي يقوم من خلالها القائم بالاتصال بتشكيل المحتوى الإخباري من خلال التركيبات الضمنية للمعاني وهذا ما سيتم التركيز عليه من خلال هذه الدراسة. ما المعنى الثاني فهو يشير إلى تأثير الأطر التي تقدمها وسائل الإعلام على إدراك الجمهور للقضايا المختلفة، حيث يتبنى الجمهور نفس الأطر التي يستخدمها القائم بالاتصال في طرح القضايا[2].

4.3. مفهوم عملية التأطير الإعلامي:

قدم العديد من الباحثين تعريفات لعملية التأطير كونه عملية تتضمن عناصر وأطراف تشملها عملية الاتصال الجماهيري ومن بين الباحثين الذين أسهموا بتقديم تعريف للتأطير الباحثة "هال" (hall) الذي اعتبرت التأطير عبارة عن عملية يتم من خلالها توظيف نص إعلامي للربط بين معاني مختلفة في ذهن القارئ بالاعتماد على هذا النص في استثارة أبنية معرفية مختزنة في ذهنه تشكل تقويماته واستجاباته لهذا النص الإعلامي وتمكنه من تفسيره[3]. وتشير "أندرس" (Enders) إلى أن التأطير عبارة عن أسلوب تحليلي قام بابتكاره علماء النفس وعلماء الاجتماع لتفسير دور النصوص الإخبارية في تحديد القضايا وتعريف الجمهور بها. وهو ما يتفق مع ما أشار إليه علماء النفس وعلماء الاجتماع أن مفهوم التأطير له أصول نفسية واجتماعية، فيعرفه علماء النفس أنه تغييرات في الأحكام. بينما يرى علماء الاجتماع أنه التركيز على أحداث ورموز معينة وصور نمطية في النص الإعلامي[4]. كما تشير فكرة "تأطير الأخبار" إلى الهياكل التفسيرية التي يستخدمها الصحفيون لوضع أحداث معينة ضمن سياق محدد، مع التركيز على الصور الأيقونية لتعزيز حدث معين وترك الكثير من الجوانب دون شرح. أي التركيز فقط على العوامل التي تناسب تفسير معين للأحداث.

5.3. وظائف نظرية الأطر الإعلامية:

حدد " إنتمان" هناك أربع وظائف أساسية لتحليل الإطار الإعلامي لخصها في العناصر التالية:

- تحديد المشكلة أو القضية بدقة.
- تشخيص أسباب المشكلة.

---

[1]. استبرق فؤاد وهيب: **المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق**، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الإعلام، العراق، 2009، ص12.

[2]. محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، عالم الكتب، ط03، القاهرة، 2004، ص403.

[3]. Alic Hall, The Mass Media: **Cultural Identity and Perceptions of National Character: An Analysis of Frames in US and Canadian Coverage of Audiovisual Materials in the GATT**, Gazette, vol 62, 2000, P232.

[4]. أحمد زكريا أحمد: مرجع سابق، ص98.

– وضع أحكام أخلاقية.

– اقتراح سبل العلاج.

كما أشار "إنتمان" إلى إمكانية تناول الأطر وفق مستويين اثنين هما، المستوى الأول يساعد على تمثيل المعلومات واسترجاعها في الذاكرة. المستوى الثاني يتعلق بوصف السمات التي تمثل محور اهتمام في النص الإعلامي، من خلال تكرار وتدعيم إطار بعينه ينطوي على تفسيرات محددة تصبح بدورها أكثر قابلية للإدراك والتذكر من جانب المتلقي الذي يتعرض باستمرار لتلك الوسيلة[1]. وعند مراجعة الأدبيات الإعلامية في مجال نموذج الأطر، نجد أن هناك شبه إجماع حول الوظائف التي حددها الباحث الأمريكي "روبرت إنتمان" وهي تعريف المشكلة/ تحديد العوامل السببية للمشكلة/ وضع أحكام أخلاقية بشأنها/ تقييم العوامل وآثارها واقتراح الحلول بشأنها. كما تمت إضافة الأحقية الإخبارية، بمعنى استحقاق الحدث أو القصة أن تكون خبرا وفق ما يتوفر فيه من قيم إخبارية، فيتم تحويله إلى موضوع إخباري صالحا للنشر والتأطير[2].

6.3. خصائص وأهمية نظرية تحليل الأطر الإعلامية:

يتميز الإطار الإعلامي بمجموعة من السمات والخصائص، تنبع من الوظائف التي يقوم بها الإطار في حد ذاته، وهذا ما يضفي على عملية التأطير أهمية كبيرة في مجال العمل الإعلامي بصفة عامة، والصحفي بصفة خاصة، وتتمثل أهم خصائص نظرية الأطر الإعلامية فيما يلي:

– يضفي الإطار الخبري معنى ومغزى للخبر بحيث تكون له دلالة وأهمية لدى الجمهور لأنه يحدد وبدقة المدخل والزاوية التي يمكن من خلالها رؤية الخبر فوسائل الإعلام لا يقتصر دورها على مجرد نقل وتقديم هذه الأخبار، وإنما تقوم أيضا ببناء معنى لهذا المحتوى.

– تنطوي عملية بناء الأطر الخبرية لقضية ما على رؤية انتقائية لبعض الجوانب، والتركيز على جعلها أكثر بروزا في النص الخبري، وإهمال الجوانب الأخرى بهدف إحداث تأثيرات معرفية وسلوكية في الجمهور المتلقي.

– تهتم الأطر الخبرية بدراسة المحتوى الضمني وغير المباشر للرسائل الإعلامية، وتستخدم في ذلك أدوات رمزية ومجردة لتحليل المحتوى الظاهر وغير الظاهر للرسالة الإعلامية، ومن ثم يهتم الإطار الخبري بدلالات الألفاظ والسياقات المستخدمة من خلالها.

– تساعد الأطر الإعلامية على وضع أعداد لا نهاية لها من التفاصيل في صورة مجموعات عملية منظمة، كما أن كفاءة الإطار وفعاليته تتوقف على التزامه الضمني بالموضوعية، وهو ما يعني أنه يجب أن يتبنى وبانتظام بعض الحقائق الخطيرة، أو بعض الآراء المعارضة والمنشقة في ظروف استثنائية. كما

---

[1]. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: مرجع سابق، ص349.

[2]. أحمد عبد الله عبد الرحمن عوض الله: مرجع سابق، ص63.

أن التزام الإطار الخبري بالشمولية يقتضي أن يكون هذا الإطار متوازنا وعادلا في معالجته للمواقف المتعارضة[1].

– تعمل الأطر الإعلامية وفق آليات وأساليب حددتها الدراسات الإعلامية المختصة في مجال تحليل الأطر، يتمثل الأسلوب الأول في اهتمام الأطر الخبرية بقياس المحتوى غير الواضح والضمني للرسائل الإعلامية، ويعتبر هذا الأسلوب أن التأطير يقدم وصفا للعملية التي يدرك من خلالها الجمهور المعلومات وينظم وفقها مدركاته وإطاره المرجعي، والأسلوب الثاني يهتم بقياس اطر وسائل الإعلام، وهو المستوى المؤثر في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا المثارة في هذه الوسائل[2].

ويتم التركيز في بناء الأطر الإعلامية على العناصر الاتصالية الأربعة: القائم بالاتصال، المحتوى، المتلقي، والثقافة، وتعتبر هذه الأخيرة السياق العام الذي تستمد منه الأطر التي يتم توظيفها باعتبارها معالم ثقافية منظمة وثابتة في الواقع الاجتماعي اليومي، ونظام متكامل لتفسير الرموز الاتصالية وإدراكها خلال الحياة اليومية[3]، يوضح "روبرت إنتمان" في هذا المجال أن عملية تأطير الأخبار تركز على إطار وسائل الإعلام، إطار الجمهور، وإطار البيئة الاجتماعية والثقافية.

7.3. الانتقادات الموجهة لنظرية تحليل الأطر الإعلامية:

وجهت العديد من الانتقادات لأفكار نظرية تحليل الأطر الإعلامية، ففي هذا الشأن يرى كل من "دايفيس" (Davis) و"بارن" (Baran) أن نقاط الضعف في النظرية تتجلى فيما يلي:

– النظرية ليست لديها القدرة على تحديد مدى وجود أو غياب التأثيرات.

– تَحُول دون التفسيرات السببية بسبب اعتمادها الأكبر على المناهج الكيفية.

– تنتقص من قيمة قدرات الأفراد حيث تفترض أنَّ الأفراد يرتكبون أخطاء كثيرة في التأطير.

– يؤخذ على النظرية عدم وجود نموذج فكري مشترك متفق عليه من قبل الباحثين في دراسة النظرية، نظراً للجدل القائم حول مفهوم الإطار وطرق قياسه.

– هناك عدد من الاتجاهات في بحوث التأطير تجاهلت العلاقة بين أطر وسائل الإعلام والعوامل المتعلقة بالسلطة السياسية والاجتماعية، وهذا الإغفال ناجم عن مشكلة تعريف الأطر، والفشل في دراسة سياقات التأطير من سياقات اجتماعية وسياسية أوسع.

– غزارة وتنوع العناصر ومصادر المؤثرات في عملية بناء الأطر، وصعوبة حصرها وضبطها وتفسيرها، يطرح الكثير من التساؤلات حول مدى قابلية نتائج دراسات النظرية للتعميم.

---

[1]. ستيوارت ألان: مرجع سابق، ص ص127–128.

[2]. رشيد مزروع: مرجع سابق، ص ص05–06.

[3]. محمد عبد الحميد: مرجع سابق، ص406.