

المطلب الثاني: نظرية الأطر الإعلامية.. سماتها وأهميتها وأهدافها ووظائفها

يتضمن هذا المطلب السمات التي اتسمت بها الأطر الإعلامية، وأهميتها، وأهداف

بحوث الأطر الإعلامية، ووظائفها.

أولاً: سمات الأطر الإعلامية:

اهتم (Stephen) بالحديث عن الأطر الإعلامية، حيث أشار إلى أنها تتسم بمجموعة من السمات، أهمها^(٧٨):

١- تنظيم المعلومات، حيث ينقل الإطار جزءاً من الوقائع، وبعضاً من تفاصيل ومعلومات القضية ويربطها بالحدث الآتي مما يعطي المعنى لهذا الحدث طبقاً للهدف الذي يرغب القائم بالاتصال تحقيقه، وبعد ذلك تصبح القضية ذات مغزى لدى الجمهور.

٢- يعد الإطار الإعلامي فكرة يتم الترويج لها في تناول القضية باعتباره منطلقاً فكرياً يتم توظيفه لشرح وتفسير الحدث.

٣- تعمل الأطر من خلال أدوات رمزية ومجردة، إذ يتم التعبير عن الإطار وترجمته من خلال مجموعة من الألفاظ الرمزية التي تحمل إيماءات معينة، وتضفي دلالة على النص الإعلامي.

٤- الأطر الإعلامية هي بناءات معرفية للفضية التي يتم إبرازها من خلالها، حيث يتناول الإطار الإعلامي أحد الأبعاد أو أكثر ويتجاهل الأبعاد الأخرى، ويبدو ذلك في صياغة الموضوع وتفسيره.

أما (Cappella & Jamieson) يقترحا بأنه يجب أن يكون هناك أربعة معايير تتسم بها الأطر^(٧٩):

- ١- يجب أن يكون لدى الأطر الإعلامية تصوراً مميزاً وخصائص لغوية.
- ٢- يجب أن يلاحظ الإطار في الممارسة الإعلامية.
- ٣- يجب أن يكون هناك احتمال لتمييز الإطار بشكل موثوق به عن الإطارات الأخرى.
- ٤- يجب أن يكون لديه صلاحية تمثيل الحدث أو الفضية، على سبيل المثال يكون معترفاً به من قبل الآخرين وليس مجرد تليف من قبل الصحفيين.

ثانياً: أهمية نظرية الإطار الإعلامي:

تؤكد الكثير من الدراسات على الأهمية الكبيرة التي تحظى بها عملية التأطير من خلال دورها في عملية الاتصال الجماهيري فيما يأتي^(١٠):

- ١- تتحدد أهمية الأطر في قدرتها التأثيرية على كيفية تفسير الجمهور للقضايا والأحداث المختلفة من حوله.
- ٢- أهمية الأطر كبناء ذهني يسهم في إدراك الأحداث في الصراعات الدولية حيث تعد الأطر أسلوباً ملائماً لاختبار مكانة وسائل الإعلام في السياق الدولي، كما تضيف الأطر معنى على الأحداث والقضايا، فوسائل الإعلام لا يقتصر دورها على مجرد تقديم المحتوى الإخباري، وإنما أيضاً يقوم ببناء معنى لهذا المحتوى.
- ٣- تبرز قوة الأطر في مدى قدرتها على بناء أو هدم معالم أي نص إعلامي من خلال مفردات ومصطلحات متناقضة.

٤- تعد نظرية الأطر واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال، لأنها تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيراً منظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا^(٨١).

٥- تمارس الأطر دوراً مؤثراً في عملية تشكيل الواقع، كما يعد مفهوم الإطار أساسياً في فهم دور وسائل الإعلام في تشكيل الجدل حول الموضوعات والقضايا المختلفة^(٨٢).

٦- تسمح للباحث بقياس المحتوى الصريح وغير الصريح للتغطية الإعلامية التي تقدم من خلال وسائل الإعلام للقضايا السياسية المثارة^(٨٣).

ثالثاً: أهداف بحوث الأطر الإعلامية:

يرتبط جوهر بحوث الأطر الإعلامية بمجموعة من الأهداف الأساسية تدور حول المفهوم الرئيس في هذه النظرية، والمتمثل في الإطار "Frame"، بالإضافة إلى مفهوم تأثير الإطار "Framing Effect"، وتتحدد هذه الأهداف في^(٨٤):

١- استخلاص ووصف المضمون الخطابي لوحدات نصية معينة، ويوصف هذا الاستخلاص بالإطار.

٢- شرح وتفسير أولويات ترتيب أو تنظيم المعلومات والسياقات السياسية التي يتم تركيب الأطر الإعلامية النصية في ضوءها.

٣- تحديد الطريقة التي تتفاعل بها الأطر الإعلامية مع المعلومات الأولية، أو البناء المعرفي للأفراد بصورة تدفعهم إلى تفسير واستدعاء المعلومات من الذاكرة بالشكل الذي يتناغم مع الإطار.

٤- تحديد الكمية التي تؤثر بها الأطر الإعلامية في العمليات على المستوى الاجتماعي، سواء ما يرتبط بالرأي العام أو المناظرات حول القضايا السياسية.

رابعاً: وظائف نظرية الإطار الإعلامي:

أصبحت وظيفة الأطر نقطة اهتمام عند الكثير من الباحثين، نتيجة لمساهمة الأطر في تفسير وتقييم مفهوم العالم الاجتماعي، ولذلك فإن الأطر^(٨٥):

- ١- تؤدي دوراً حيوياً في تحفيز المعارضة أو حشد الدعم لحدث أو قضية.
- ٢- تحدد الأطر بشكل فعال معنى الرسائل الإعلامية، وتشكل المناقشات والاستنتاجات لدى الأفراد حول هذه الرسائل.
- ٣- يؤثر التأطير على ادراكات الجماهير الحقيقية، وقد تكون التأثيرات إما محدودة أو مستمرة، ويستمر الصحفيون في تحديد اتجاهات وآراء الجمهور.
- ٤- وأشار بعض الباحثين إلى دور نظرية تحليل الأطر في تحقيق التماسك الاجتماعي، وذلك من خلال الدور الذي يمارسه الإعلام في تحديد الأطر المرجعية التي يستخدمها القارئ لتفسير الأحداث العامة ومناقشتها، وكما يقول (نيومان جاست وكريجلير): فإن الإعلام يعطي للقضية الحبكة الدرامية اللازمة، مع الوضع في الاعتبار القيود التنظيمية، والأحكام المهنية، والأحكام المعنية بالجمهور، وفي الوقت نفسه تتأثر معالجة الأفراد للمعلومات بالتكوينات المسبقة للمعاني والنظم^(٨٦).

٥- ووضع (Entman 1993) أربعة وظائف أساسية للأطر الإعلامية تتمثل في^(٨٧):

(أ) تعريف المشكلات، وتحديد الأسباب الكامنة وراءها، وحجم المكاسب والخسائر، ويقاس ذلك من خلال القيم الثقافية العامة.

(ب) تقوم الأطر بتشخيص الأسباب وتحديد القوى الفاعلة التي سببت المشكلة.

(ت) تشير الأطر إلى التقييمات الأخلاقية لتلك العوامل السببية وتأثيراتها.

(ث) تقترح الأطر الإعلامية حلولاً للقضية ومحاولة علاجها.

المطلب الثالث: عملية بناء الأطر الإعلامية والعوامل المؤثرة فيها

ويضمن هذا المطلب عملية بناء الأطر الإعلامية وأدواتها وآلياتها، والعوامل المؤثرة في

عملية بناء الأطر الإعلامية.

أولاً: عملية بناء الأطر:

يعد بناء الأطر ممارسة إعلامية أساسية، فاختيار الإطار المناسب لتقديم القضية يعد

أهم قرار يتخذه الإعلامي، وتعود هذه الأهمية إلى أن الاعتقاد الراسخ بأن الأطر هي التي تمنح

المعنى للأحداث والقضايا، خصوصاً عندما تستخدم الصورة المناسبة للحدث التي لديها القدرة

على جذب اهتمام المتلقي^(٨٨).

ولذا فإن قرار بناء إطار معين لقضية معينة ونشرها بطريقة معينة يعتمد على أسلوب

السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية، والقيم المهنية، والأحكام الفردية، وعوامل أخرى، وعليه

وتتكون الأطر من العناصر الاتصالية الأربعة التي تتكامل في عملية التأطير وتظهر بشكل واضح في بناء الأطر، ووضع الأطر، وتأثير الأطر على الجمهور، وهذه العناصر هي^(١٠):

١- القائم بالاتصال: وهو الذي يضع أطر حاكمة بوعي أو بدون وعي في تحديد ماذا يقال، وهم محكومون بدورهم بالأطر التي تنظم أنساقهم المعرفية والضغط المهنية التي يعملون في ظلها كضغوط نمط السيطرة والملكية والتمويل التي تحدد السياسة التحريرية، وكذلك ضغوط المساحة وسرعة العمل الإعلامي.

٢- المحتوى: الذي يحتوي على أطر تظهر في غياب وحضور كلمات معينة وعبارات معتادة وصور نمطية ومصادر للمعلومات وعبارات تقدم مجموعة من الحقائق أو الأحكام عن موضوع يتم تناوله.

٣- المتلقي: باعتباره المعرض للأطر التي تقود إدراكه وحكمه، وقد تعكس أطر إدراكه بعد ذلك (الصورة الذهنية بتعبير دراسات الصورة) أطر النص ونوايا أطر القائم بالاتصال أو لا تعكس.

٤- الثقافة: والتي تعتبر هي 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.

ثانياً: أدوات وآليات الإطار الإعلامي:

يقصد بأدوات وآليات الإطار: الموقع الذي تحلته القصة الإخبارية في الصحيفة، وكذلك وجود رموز أو إشارات تشير إلى أهمية القضية الخبرية، واستخدام العناصر الشكلية المرافقة، مثل: الصور والرسوم البيانية، والعناوين الفرعية وأخيراً حجم الخبر⁽¹¹⁾.

عوامل تؤثر في بناء الإطار الإعلامي:

1/2- المستوى الفردي: ويشمل الآراء، والقيم الشخصية، ومستوى التعليم ونوعه، والخلفية المعرفية وسنوات الخبرة .

2/2- المستوى المؤسسي: ويشمل سياسة المنظمة وتأثير رؤساء وزملاء العمل والرضا الوظيفي.

3/2- المستوى المهني: ويشمل معايير القيم المهنية، وموائق الشرف، وطبيعة الدور المهني.

4/2- المستوى الاجتماعي: ويشمل السلطة، والقيود التشريعية، والأيدولوجية، والجمهور العام، وجماعات الضغط.

٣- ووفقاً لـ (Wolts feld) فهناك خمسة متغيرات أخرى يعزى إليها تحديد الأطر الإعلامية، وهي^(١٠١):

1/٣- مدى الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام.

2/٣- مصادر الأخبار.

3/٣- أنماط الممارسة الإعلامية.

4/٣- المعتقدات الأيديولوجية والثقافية للقائمين بالاتصال.

5/٣- طبيعة الأحداث ذاتها.

٤- تأثير العوامل الأيديولوجية في بناء الأطر الإعلامية:

حاول الباحثون في مناقشتهم للعوامل التي تؤثر في بناء الإطار الإعلامي الربط بين مفهوم الأيديولوجية ومفهوم الإطار الإعلامي، ويعكس الإعلام تلك الأيديولوجية التي ينبثق منها، أو التي تعبر عنها الوسيلة الإعلامية^(١٠٢)، وتعتبر العلاقة بين الأيديولوجية والأطر الإعلامية علاقة رئيسية وأساسية، حيث تحمل الأطر في جوهرها وجهة نظر أيديولوجية تتحدد من خلالها

وهي^(١٠١):

1/3- مدى الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام.

2/3- مصادر الأخبار.

3/3- أنماط الممارسة الإعلامية.

4/3- المعتقدات الأيديولوجية والثقافية للفائمين بالاتصال.

5/3- طبيعة الأحداث ذاتها.

٤- تأثير العوامل الأيديولوجية في بناء الأطر الإعلامية:

حاول الباحثون في مناقشتهم للعوامل التي تؤثر في بناء الإطار الإعلامي الربط بين مفهوم الأيديولوجية ومفهوم الإطار الإعلامي، ويعكس الإعلام تلك الأيديولوجية التي ينبثق منها، أو التي تعبر عنها الوسيلة الإعلامية^(١٠٢)، وتعتبر العلاقة بين الأيديولوجية والأطر الإعلامية علاقة رئيسية وأساسية، حيث تحمل الأطر في جوهرها وجهة نظر أيديولوجية تتحدد من خلالها المادة الخام التي يتم انتقائها وتلك التي يتم استبعادها عند صياغة القصة الخبرية، كما تحاول دراسات الأطر تحديد كيف يفسر الجمهور الأيديولوجيات المتضمنة داخل القصة الخبرية من خلال الرموز المرئية واللغوية^(١٠٣).

وَعَرَفَ (Becker) الأيديولوجية: "بوصفها جهاز متكامل من الأطر المرجعية يرى كل منا العالم من خلالها وبناء عليها يضبط كل منا أفعاله". كما طرح (Hall) مفهوم الأيديولوجية: "باعتبارها الأطر العقلية، والمفاهيم، والنماذج، وتصورات التفكير، وأنظمة إعادة التقديم التي تنتشرها طبقات ومجموعات اجتماعية مختلفة، بهدف وضع إحساس لتحديد ورسم واستخراج واضح للطريقة التي يعمل بها المجتمع". وتمد كل من الأطر والأيديولوجيات الناس في مجتمع ما بإطار عمل يتم من خلاله تفسير الأحداث، وتحديد المشكلات، وتشخيص الأسباب، والبحث عن حلول، وبذلك تصبح الأطر الإعلامية منتجات تم تكوينها اجتماعياً في ظل الدور المسيطر الذي تؤديه الأيديولوجية المسيطرة في تشكيل الثقافة العامة للمجتمع^(١٠٤).

وتمارس أربعة أنواع من الأيديولوجيات تأثيراً أولياً في تأطير الأخبار، وتشمل^(١٠٥):

١- الأيديولوجية المهيمنة: بعض الباحثين يرون أن المحتوى الخبري يعزز الأيديولوجية المهيمنة حيث يجيز ويعزز الوضع السياسي والاقتصادي الراهن ويشوه سمعة الجماعات المعارضة ويقيدها، وذلك عبر تأطير القضايا والأحداث والخلافات السياسية بطرق تتماشى مع الأيديولوجية المهيمنة في المجتمع وتسائر بشكل واضح اهتمامات الطبقات الاجتماعية والمجموعات التي نفوذها السياسي والاقتصادي.

٢- أيديولوجية النخبة: هي التي تعمل على توجيه السياسة في الجزء الحكومي أو الإداري الذي يملك القوة والنفوذ وفي أغلب الحالات تتوافق أيديولوجية النخبة مع الأيديولوجية المهيمنة.

٣- الأيديولوجية المهنية: تبرز في إسهام عوامل متعددة في صنع أيديولوجية المحرر، مثل: العرق، والنوع، والطبقة الاجتماعية، والمعتقدات.. الخ. وتكون في مجملها عوامل تؤثر على رؤيته للواقع وبالتالي على تأطيره للأحداث والقضايا المختلفة.

٤- أيديولوجية المحرر: يؤدي المحررون صلهم الأيديولوجي عند لحظة تأطير الحدث فهم يختارون أطرافهم من المجال المحدد للمعاني المهيمنة، ويعتمدون على أنساق معرفية متواجدة ضمن الثقافة المهيمنة في المجتمع لجعل الحدث أكثر وضوحاً للقراء، أو لتشكيل ادراكات الجماهير بشكل يتسق مع أيديولوجية المجتمع ومتأثرة بتوجهات السلطة السياسية.

المطلب الرابع: أنواع الأطر الإعلامية ونماذجها التفسيرية

يتضمن هذا المطلب أنواع الأطر الإعلامية المختلف، إضافة إلى النماذج التفسيرية للنظرية.

أولاً: أنواع الأطر الإعلامية:

يوجد العديد من المتغيرات التي أدت إلى تنوع تصنيفات الباحثين للأطر الإعلامية، أهمها اختلاف السياسات التحريرية والتوجهات الفكرية لوسائل الإعلام، والجمهور، والمجتمع وغيرها من العوامل، لكن تظل هناك مجموعة من الأطر تتصف بالشهرة وتكرر اختبارها على المستويين التحليلي والميداني^(١٠٦). وفي ضوء ما سبق رصدت الباحثة أنواع الأطر في الدراسات الإعلامية في الآتي:

١- حدد (Iyengar & Simon) نوعين من الأطر الإعلامية، وهما:

1/1- الإطار المحدد "Episodic Frames":

بعد هذا الإطار أحد أهم تصنيفات الأطر الإعلامية، وهو إطار حديث في بحوث الاتصال، وقد أشار كل من (Iyengar & Simon) إلى أن الأطر المحددة تركز في عرض القضايا المثارة على نماذج ملموسة، ووقائع محددة، مثل: حوادث الاغتيال، والأعمال الإرهابية، وهو يهدف إلى جعل القضايا شخصية^(١٠٧).

ويبدي بعض الباحثين انتقاداتهم لهذا النوع من الأطر المتمثلة في أنها ضعيفة وباهتة وبطيئة الإيقاع وأنها عرضة لشبهة التحيز وغلبة الرأي عليها، كما أنها أحياناً تبدو قاصرة في تغطية بعض القضايا الهامة وربما تفقد قيمتها الإخبارية^(١٠٨).

2/1- الإطار العام "Thematic Frames":

وهو يعالج القضايا المثارة في سياق يتسم بالعمومية أو التجريد، ويقدم براهين ودلالات عامة، ويقدم وصفاً أوسع لها، وموجزاً أكثر من خلال وضعها في سياق مناسب^(١٠٩).

وإن كان لكلا الإطارين تأثيره في الإقناع، إلا أن الإطار العام يزيد من صعوبة التأثير والإقناع لصعوبة تحديد المشكلات وحلولها به^(١١٠).

وترتبط الأطر السابقة بنوعين من المسؤولية في إطار تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته وذلك على النحو الآتي^(١١١):

المستوى الأول: ويتعلق بالسبب المسئول عن المشكلة ويتم التركيز على منشأ أو سبب المشكلة أو القضية.

المستوى الثاني: ويتعلق بمسئولية التناول والمعالجة ويشير إلى الفعاليات المطلوبة للحد من المشكلة والتخفيف من وطأتها.

٢- تصنيف (MCcombs et.al) وفقاً للسمات البارزة:

تم تصنيف الأطر وفقاً للسمات البارزة في التغطية الإخبارية للقضايا، حيث ارتبط مفهوم السمات البارزة بالحملات الانتخابية باعتبارها تؤثر في أحكام الجمهور على المرشحين والقضايا التي تبرزها وسائل الإعلام، ويتضمن^(١١٢):

1/2- السمات الموضوعية: وتتضمن المعلومات الأساسية عن القضايا أو المرشحين، مثل: أطراف القضية، والأسباب، والحلول، وهي ترتبط بالمستوى المعرفي.

2/2- السمات العاطفية: وتتضمن كيفية عرض أطراف القضية أو المرشحين في إطار إيجابي أو سلبي أو محايد، وهي ترتبط بالمستوى العاطفي.

٣- تصنيف (Kahneman & Tversky) من زاوية سلبية أو ايجابية الأطر:

ويقصد بالإطار السلبي والايجابي وضع تصورات متعلقة بإدراك الفرد لجانب بعينه من جوانب القضية وإغفاله للجوانب الأخرى لنفس القضية، وهنا يأتي تأثير الأطر على إدراك الجمهور وأحكامهم تجاه القضية المثارة، وأكد الباحثان على أن الفرد عندما يتعرض للإطار الايجابي يميل إلى تجنب المخاطرة^(١١٣)، في حين يميل الفرد إلى المخاطرة في حالة التعرض للإطار السلبي الذي تطرح الخسائر المتوقعة وذلك أملاً في أن تجني مكاسب من وراء هذه المخاطرة^(١١٤).

٤- تصنيف (Valkenburg & Semetko) وفقاً للقضايا والأحداث:

حدد الباحثان عدداً من الأطر الإعلامية المتعلقة بالقضايا والأحداث، والتي يتم استخدامها بشكل متكرر، حيث أجريت العديد من الدراسات لاختبار تأثير استخدام أنواع محددة من تلك الأطر على إدراك الرأي العام لتلك القضايا، وهي^(١١٥):

٥- إطار الصراع "Conflict Frame":

يعتبر الإطار الأكثر انتشاراً واستخداماً في التغطية الإخبارية للقضايا، وهو يؤكد على عنصر الصراع بين الأفراد، والجماعات، والمؤسسات، وكثيراً ما يستخدم أثناء الحملات الانتخابية حيث تحول المشكلات الاجتماعية والسياسية المعقدة إلى صراعات بسيطة.

٦- إطار الاهتمامات الإنسانية "Human Interests Frame":

يركز على الجانب الشخصي والعاطفي للحدث، حيث يربط بين الحدث أو القضية وبين عناصر عاطفية وجوانب إنسانية.

٧- إطار النتائج الاقتصادية "Economic Consequences Frame":

يعرض الحدث أو الموضوع أو القضية بإبراز النتائج والتأثيرات الاقتصادية على الفرد أو الجماعة أو الدولة.

٨- الإطار الأخلاقي "Morality Frame":

يضع هذا الإطار الحدث أو القضية في سياق عقائدي، أو توصيف أخلاقي، ولا يستخدم هذا الإطار إعلامياً بصورة مباشرة، وإنما يكون عن طريق اقتباس مقولات بالإضافة إلى العبارات الاستدلالية، بحيث يحتوي النص على رسالة أخلاقية، أو كود محدد السلوك.

٩- إطار المسؤولية "Responsibility Frame":

يقدم الموضوع أو المشكلة بأسلوب يربط بين مسؤولية تلك القضية أو هذا الحدث وبين أي فرد أو جماعة، ويقدم مسؤولية التسبب في المشكلة وحلها.

١٠- إطار الاستراتيجية "Strategic Frame" :

يطلق على هذا الإطار "إطار اللعبة" "Game Frame"، ويستخدم بكثرة خلال الحملات الانتخابية والتنافس بين أكثر من مرشح، ويتفق الباحثون في مجال دراسات الأطر الإعلامية على أن هذا الإطار يستخدم في التغطية الإعلامية من خلال مصطلحات استراتيجية دالة عليه، مثل: الخسارة والمكسب وفرص الرهان^(١١٦).

ثانياً: نماذج الأطر الإعلامية التفسيرية:

برزت ضمن مراحل تطور نظرية الأطر دراسة (Jenny Kitzinger) عام 2000م، التي أوضحت دور ما يعرف بالنماذج Templates في عملية التأيير، حيث تقيّد دراسة النماذج الإعلامية في إدراك الجمهور للأحداث المجمعّة والمتشابهة على المدى الزمني الممتد، وفي فهم تأثيرات عرض وتقديم وسائل الإعلام لها، كما أن مفهوم النماذج يمكن تطويره من الناحية الأكاديمية كمدخل مناسب لاختبار العلاقات التي تربط بين كل من المصدر ووسائل الإعلام والجمهور، وتقيّد أيضاً في عملية التأيير وما يسمى بالأحداث الدالة أو المرجعية وهو ما أشارت إليه إسهامات (Goffman)، و(Entman)، و(Fisher)، واعتبرها (Chibnall) كإطار عمل أيديولوجي، وقد أكد بعض الباحثين على أن هذه النماذج تمثل أطراً استدلالية^(١١٧)، ومن أبرز هذه النماذج ما يلي:

١- نموذج (Entman) عن مفهوم ومكونات الأطر:

يتكون هذا النموذج من أربعة محاور، هي^(١١٨):

1/1- المحور الأول: استقلال الجمهور من خلال تذكر مفرداته واسترجاعهم لحقائق معينة ربما لا يقدمها المحتوى الإعلامي تؤثر في استجاباته وردود أفعاله تجاه هذا المحتوى.

2/1- المحور الثاني: وهو الخاص بالموضوعية الصحفية، وجوهره أن الصحفيين بالرغم من إتباعهم أسس وقواعد ربما تتصف بالموضوعية، إلا أنهم يقومون بتضمين الرسالة الإعلامية المعنى السائد الذي يؤدي إلى تقويمهم المتوازن لمحتواها.

3/1- المحور الثالث: وهو الخاص بتحليل المضمون الذي يتم من خلاله تحديد ووصف الأطر التي تتضمنها الرسالة الإعلامية.

4/1- المحور الرابع: وهو الرأي العام والنظرية الديمقراطية المعيارية، حيث إن الأطر تمثل قوة أساسية في العملية الديمقراطية وتؤثر في الرأي العام.

إيجابيات وسلبيات نظرية تحليل الإطار الإعلامي وعلاقتها بدراسات تحليل الخطاب

أولاً: إيجابيات نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

أظهرت الإسهامات النظرية والتطبيقية لهذه النظرية العديد من إيجابياتها التي تتمثل أهمها

فيما يلي:

١- تقدم نظرية الأطر تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تقديم الأطر المرجعية التي تساعد الجمهور في تقويمه وتفسيره للمحتوى الإعلامي من خلال التأثيرات المختلفة في اتجاهات ومعارف مفرداته^(١١٩).

٢- يوضح كلُّ من (Baran & Davis) أن لنظرية الأطر العديد من الإيجابيات المتمثلة في^(١٢٥):

1/2- أنها تركز الانتباه على مكانة ودور الأفراد في عملية الاتصال.

2/2- أنها بالرغم من كونها نظرية تصلح للمستوى الجزئي إلا أنه من الممكن تطبيقها بسهولة على قضايا وتأثيرات كلية.

3/2- اتصافها بالمرونة.

4/2- اتساقها مع النتائج الراهنة لعلم النفس المعرفي.

3- تتميز نظرية الأطر بقدرتها الفائقة على التطوير الذاتي من خلال النماذج التي يقترحها الباحثون المعنيون بمجال التأطير، والتيارات البحثية المعاصرة والمستقبلية التي تهتم باقتحام مجالات وحدود بحثية جديدة، واتساعها لتشمل ثلاثة نماذج تتمثل في بناء الأطر، ووضع الأطر، والتأطير الاستراتيجي^(١٢٦).

ثانياً: سلبيات نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

بالرغم من الايجابيات السابقة فإن لنظرية تحليل الإطار الإعلامي بعض السلبيات الموجهة إليها، وهي :

١- ينتقد كل من (Severin & Tankard) نظرية الأطر وجوهر نقدهما أن أطر وسائل الإعلام تؤدي لتأثيرات معرفية ووجدانية متحيزة نظراً لافتقاد التغطية الإعلامية لأهم معايير الموضوعية بعدم تقديمها جميع الأطر المعنية بالمحتوى الإعلامي الذي تقدمه هذه الوسائل^(١٢٧).

٢- فيما يبدي كل من (Baran & Davis) بعض الانتقادات الموجهة لنظرية الأطر، وتتمثل في^(١٢٨):

1/2- افتقار القدرة على تحديد ظهور أو غياب التأثيرات بشكل حاسم.

2/2- عدم الاستطاعة في تقديم تفسيرات سببية لتأثيرات الأطر نظراً لاعتمادها على أساليب بحثية كيفية.

٣/٢- يُفترض أن الجمهور يرتكب أخطاءً متكررة خلال عملية التأطير تحد من قدراتهم.
٣- كما حدد كلٌّ من (Roefs & Carragee) بعض الانتقادات لتلك النظرية، وتمثلت في^(١٢٩):

- 1/3- تركيز الدراسات التي تناولت الأطر على المتغيرات الخاصة بمفرداته وتجاهل دور متغيرات أخرى كالقوى السياسية والاجتماعية التي تحكم هذه التأثيرات.
- 2/3- قلة دراسات الأطر التي أجريت داخل سياقات سياسية واجتماعية أعم.
- 3/3- قلة الدراسات التي عنيت بتأثير وسائل الإعلام مقارنة بالدراسات التحليلية.

ثالثاً: علاقة نظرية تحليل الإطار الإعلامي بدراسات تحليل الخطاب:

يعد الخطاب الإعلامي أو مضمون ما تقدمه وسائل الإعلام في مجتمعاتنا المعاصرة أحد المصادر الهامة لتشكيل الأطر الثقافية للجمهور من خلال إحاطتهم علماً بالأحداث ومساعدتهم في فهم السياقات، ويُفترض أن تقوم وسائل الإعلام بدورها من خلال تقديم المعلومات حول القضايا والأحداث المحلية والدولية، ملتزمة في ذلك بأنية التغطية وموضوعيتها وعدالتها وتوازنها، وهو ما يساعد الجمهور على تكوين آراء واتجاهات واتخاذ قرارات دقيقة^(١٣٠).

وتساعد نظرية الأطر الإعلامية في دراسات تحليل الخطاب بقياس المحتوى الضمني غير الصريح للتغطية الإخبارية بوسائل الإعلام وتقديم تفسير منظم لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة وإلقاء الضوء على طرق تنظيم الحقائق والمحذوف منها^(١٣١)، كما تساعد في تحليل أطر التغطية الإخبارية والمقارنة بين الأطر المختلفة التي تعرض من خلالها وسائل الإعلام القضية أو القضايا المختلفة. كما تبرز العلاقة بين وضع الأطر والأيدولوجية المسيطرة ومحتوى الوسيلة، وذلك بتوضيح تأثير الأيدولوجية على تشكيل منتجات الوسيلة الاتصالية من خلال استراتيجيات عملية الأطر والتي يتم من خلالها نقل الفكر الأيدولوجي بواسطة وسائل الاتصال^(١٣٢).

وتأتي عملية التداخل بين مدخل تحليل الخطاب وتحليل الأطر استناداً إلى أنه وفي أثناء عملية إنتاج الخطاب يعزل الصحفيون الأحداث عن سياقها التاريخي والاجتماعي، وتقديمها داخل أطر سابقة الإعداد والتجهيز، حيث يتم استخدام اللغة هنا لمنح الأحداث موضع التغطية دلالات محددة، باعتبار أن النصوص الخبرية يقوم بإنتاجها قائلون بالاتصال ذوي مواقف جماعية محددة^(١٣٣).

وتعتبر نظرية تحليل الأطر الإعلامية مدخلاً مناسباً لدراسة التناول الصحفي للقضايا التي يهتم بها الجمهور على اختلاف طبيعتها مضمونها. إذ يمكن النظر إلى الإطار الخاص بالنص الصحفي من خلال عناصره البنائية والتي تتكون من العناوين الرئيسية والفرعية، واستخدام الصورة والتعليق عليها، والأدلة المقدمة، واختيار المصدر، والاقتباسات، والشعارات، والإحصاءات، والبيانات، والفقرات الختامية، حيث يمكن النفاذ من خلالها إلى المحتوى الضمني للنص ودلالته، الأمر الذي تتكامل معه الرؤية التحليلية تجاه القضايا باختلاف أنواعها ودرجة أهميتها^(١٣٤).