



Dr. Laith Badr Youssef

E-Mail :

drlaeth@comc.uobaghdad.edu.iq

Phone Number :

0780 080 0868

Hamza Kamel Abbas

E-Mail :

ahamzakamil@gimail.com

Phone Number :

07711033737

University of Baghdad / College of
Mass Communication /
Department of Journalism

Keywords:

- Media frameworks theory.
- Correlational relationships.
- Audience.
- Descriptive studies.
- Explanatory models.

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 3 / 4 / 2022

Accepted : 25 / 5 / 2022

Available Online : 27 / 6 / 2022

Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R) - Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R) - Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R)

THE THEORY OF MEDIA FRAMEWORKS AND THEIR RELATIONSHIP TO THE PUBLIC

a descriptive study

ABSTRACT

The theory of frames can be conceived as a range of opinions that attempt to explain scientific or presumptive facts, or to research problems based on the relationship between the person and the subject or cause and cause, and the theory in human studies represents a set of perceptions or hypotheses that explain social and media phenomena that have been affected by experiences, events and doctrines. Intellectual and applied scientific research, and the problem of this research monitors the nature of the correlational relations that link the framing process as one of the editorial media practices to the audience receiving the message, and predicting the possibilities of the framing process on understanding or accepting the message.

As for the importance of the research, it is represented by the novelty of the topic, which constitutes a scientific addition to the knowledge library that contributes to the development of the public's skills in understanding and accepting the message.

The research reached important results, which are to determine the nature of the associative relationships that link the framing process as one of the editorial media practices to the audience receiving the communicative message.

نظرية الأطر الإعلامية وعلاقتها بالجمهور دراسة وصفية

المستخلص

يمكن تصور نظرية الأطر بأنها طائفة من الآراء التي تحاول تفسير الوقائع العلمية أو الظنية، أو البحث في المشكلات القائمة على العلاقة بين الشخص والموضوع أو السبب والمسبب، والنظرية في الدراسات الإنسانية تمثل مجموعة من التصورات أو الفروض التي توضح الظواهر الاجتماعية والإعلامية والتي تأثرت بالتجارب والأحداث والمذاهب الفكرية والبحوث العلمية التطبيقية، ومشكلة هذا البحث ترصد طبيعة العلاقات الارتباطية التي تربط عملية التأطير كأحد الممارسات الإعلامية التحريرية بتلقي الجمهور للرسالة، والتنبؤ بمآلات عملية التأطير على فهم أو تقبل الرسالة. أما أهمية البحث فهي تتمثل بحدثة الموضوع، الذي يشكل إضافة علمية للمكتبة المعرفية تسهم في تطوير مهارات الجمهور في فهم وتقبل الرسالة. وقد توصل البحث إلى نتائج مهمة تتمثل بتحديد طبيعة العلاقات الارتباطية التي تربط عملية التأطير كأحد الممارسات الإعلامية التحريرية بتلقي الجمهور للرسالة الاتصالية. وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي بعده طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ومن ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها دلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة.

© 2021 مسار، الجامعة العراقية | كلية الاعلام ،

أ.م.د. ليث بدر يوسف
الإيميل :

drlaeth@comc.uobaghdad.edu.iq

رقم الهاتف :
٠٧٨٠٠٨٠٠٨٦٨

حمزة كامل عباس

الإيميل :

ahamzakamil@gimail.com

رقم الهاتف :
٠٧٧١١٠٣٣٧٣٧

عنوان عمل الباحث:

جامعة بغداد / كلية الاعلام / قسم
الصحافة

الكلمات المفتاحية:

- نظرية الأطر الإعلامية.
- العلاقات الارتباطية.
- الجمهور.
- الدراسات الوصفية.
- النماذج التفسيرية.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ٣ / ٤ / ٢٠٢٢

القبول : ٢٥ / ٥ / ٢٠٢٢

التوفر على الانترنت: ٢٧/٦/٢٠٢٢

المقدمة : ترتبط عملية التأطير الاخبارية بتطبيق نظرية الأطر الاعلامية، فهي عملية اتصالية مستمرة ومتواصلة لتفسير ما يحصل من أحداث ترتبط بالواقع اليومي وتقديمها للجمهور، كما أن العملية ترتبط بأمداد الجمهور بالمعلومات الضرورية التي يحتاجها في حياته اليومية، ويقدم القائم بالاتصال النص الإعلامي معتمدا على آليات محددة أبرزها آلية "الإبراز" أي التركيز على بعض الجوانب وأغفال جوانب أخرى، انطلاقا من خلفيات القائم بالاتصال الثقافية والسياسية والدينية والقيمية، بطريقة تجعل الجمهور المتلقي يتقبلها كما يريد المرسل وليس حسب قناعات المتلقي. ودور وسائل

الإعلام لا يقتصر على مجرد تقديم المحتوى الاخباري، فهي تقوم أيضا ببناء معنى لهذا المحتوى، من خلال تأطيره على وفق زوايا وجوانب معينة تمكنه من أبداء تقويمات وأحكامه بشأنه، وهذا ما يزيد من أهمية نظرية الأطر وتطبيقاتها في مجال الدراسات الأكاديمية. فالتأطير يمثل خطوة مهمة في عملية إنتاج المواد الإخبارية، وتحديد مواقف واتجاهات الجمهور المتلقي تجاه مختلف الأحداث والقضايا. كما أن التأطير هو أوسع وأشمل من الأطر وأكثر فائدة لأنه يشير إلى التأطير كعملية تفاعلية يتعدد اطرافها على وفق سياق ما، وفي هذا البحث يقدم الباحث وصفاً دقيقاً للعلاقة بين تطبيق نظرية الأطر الإعلامية وبين تلقي الجمهور للمضامين التي جرى تأطيرها عبر دراسة وصفية، بالاعتماد على المنهج الوصفي.

وبشكل عام فإن النظرية تمثل مجموعة من المفاهيم والتعريفات والافتراضات التي تعطينا نظرة منظمة لظاهرة ما عن طريق تحديد العلاقات المختلفة بين المتغيرات الخاصة بتلك الظاهرة بهدف تفسيرها والتنبؤ بها مستقبلاً.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث بتحديد طبيعة العلاقة الارتباطية التي تربط عملية التأطير كأحد الممارسات الإعلامية التحريرية بتلقي الجمهور للرسالة، والتنبؤ بمآلات عملية التأطير على فهم أو تقبل الرسالة.

ثانياً: أهمية البحث

تتمثل أهمية البحث بحدثة الموضوع، وأن عملية رصد العلاقة الارتباطية التي تربط عملية التأطير بطبيعة استقبال وتلقي الجمهور للرسالة، كما أن تقديم الباحث لوصف دقيق عن التنبؤ بمآلات عملية التأطير يشكل اضافة علمية للمكتبة المعرفية تسهم في تطوير مهارات الجمهور في فهم وتقبل الرسالة.

ثالثاً: أهداف البحث

تتمثل أهداف البحث بالتعرف على طبيعة العلاقة الارتباطية التي تربط عملية التأطير كأحد الممارسات الإعلامية التحريرية بتلقي الجمهور للرسالة، كما يهدف البحث إلى التعرف على مآلات عملية التأطير على فهم أو تقبل الرسالة.

رابعاً: مجال البحث

يتمثل مجال البحث الوصفي في المراجع العلمية التي ترصد طبيعة العلاقة الارتباطية بن عملية التأطير كأحد الممارسات الإعلامية التحريرية وبين مهارات الجمهور في التعامل مع الرسالة.

خامساً: منهج البحث

يعتمد البحث على المنهج الوصفي بعده طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ومن ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها دلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة، ويتم استخدام ذلك في تحديد نتائج البحث، وبلورة الحلول التي تتمثل في التوصيات والمقترحات التي يسوقها الباحث لإنهاء الجدل الذي يتضمنه متن البحث، واستخدام منهج معين في البحث يتطلب وقتاً وجهداً كبيرين في سبيل الوصول إلى جميع المعلومات والبيانات التي تتعلق بظاهرة البحث.

المبحث الثاني: نظرية الأطر والجمهور، المفهوم والخصائص

لابد للباحث من تقديم تصنيفات أو تعريفات ذات دلالة واضحة بشأن مفهوم الإطار الخبري Frame أو التأطير Farming الاختيار والتركيز واستخدام عناصر بعينها في النص الإعلامي لبناء حجة أو برهان على المشكلات ومسبباتها وتقييمها وحلولها وتأطير موضوع ما، وهذا يعني اختيار بعض أوجه الحقيقة المدركة وإبرازها عبر آليات الاختيار كاستخدام كلمات معينة أو عبارات أو صور نمطية محددة^(١). نظراً لوجود الكثير من التعريفات فقد فضل الباحث عرض بعض هذه التعريفات تبعاً لترتيب زمني من الأقدم إلى الأحدث للوقوف على مدى تطور هذا التعريف خلال الدراسات المختلفة وفيما يلي استعراض لأهم التعريفات^(٢).

- عرف كل من Boteson, 1972، التأطير framing على أنه يعني: التركيز على توظيف أحداث ورموز وصور نمطية معينة في المحتوى الإعلامي.

- وعرفه 1974 Goffman صياغة هذا المفهوم الذي كان يراه بمثابة النسق المعرفي أو المخطط الذي يعتمد عليه في تفسير جوانب معينة خاصة بأحداث وأنشطة ما يهدف ادراكها وفقاً لذلك فإن الإطار عبارة ع مجموعة خاصة من التوقعات التي تفيد الناس في إدراك مواقف وأحداث اجتماعية.

- وايضا تعريف Minsky 1975 إن الإطار هو القالب أو البناء الذي يتم من خلاله عرض وتنسيق البيانات المختلفة فالأطر ما هي إلا بناءات فكرية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالفكرية المحورية للنص الخبري مثلما يرتبط المستوى الاتصالي بالوعي الثقافي للمجتمع^(٣). ويصف (ستيوارت الآن) في كتابه (ثقافة الأخبار) نظرية الأطر الإخبارية، بأنها تجعل العالم البعيد عن الخبرة المباشرة أو الاحتكاك المباشر للجمهور يبدو طبيعياً، وهذه الأطر تتمثل في مبادئ الانتقاء، والتأكيد والتقدم وتتألف من بعض النظريات الضمنية التي تتناول ما هو موجود وما يحدث وان مجرد اختيار أطر محددة لقصة صحفية معينة، فأن مبادئ الانتقاء والرفض (أو التضمين والأقصاء) الخاصة بهذه الأطر تقوم بعملها للتأكد من أن المعلومات التي تعد مشروعة (Legitimate)، ومناسبة (appropriate)، في إطار القواعد التي تحدد القيمة الصحفية للأخبار، هي فقط التي ستظهر في التقرير الصحفي^(٤). وتعرف بانها مخططات متواصلة المعرفة، والتفسير والعرض، لاختبارات وتأكيدات واستثناءات، والتي يعتمد من خلالها متداولو الرموز بشكل روتيني على تنظيم الخطاب سواء كان صوتياً أو مرئياً، وتمكن أطر الصحفيين لمعالجة كمية كبيرة من المعلومات وتعيينها الى فئات إدراكية محددة، لإيصالها بشكل فعال للجمهور، وبينما تستند الأطر الإعلامية بشكل عام على الأطر المتوافرة في الثقافة المحيطة، فأنها أيضاً تصمم لتخدم حاجات محددة لدى الصحفيين، وتبني وسائل الإعلام الأطر للصراعات المختلفة من خلال محاولة ملائمة المعلومات التي يستلمونها في باقات مفيدة مهنياً ومألوفة ثقافياً ويمكن لهذه العملية أن تفهم بشكل آخر بأنها تلك العملية التي يحاول الصحفيون بإيجاد ملائمة سردية بين المعلومات الواصلة

(١) عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، (عمان: دار اليازوري العلمية، ٢٠١٦م)، ص ٨٩.

(2) Town Park, contrast In the Coverge of Korea and japan By VK Television Networks : A Frame AAnalysis, Gazette, Vol.56, No.2, 2003P.146-147.

(3) Adam Simon & Micheal Xenos , Media Framing and Effective Public deliberation, 2000, Simon@y.waglington.edu, P.4.

(٤) سهام الشجيري، اطر تعامل الصحافة العراقية ازاء ازمة تفجير المرقدين العسكريين في سامراء دراسة تحليلية لصحف الصباح ، الزمان ، العدالة ، كلية الاعلام جامعة بغداد، ٢٠٠٦، ص ٦٠.

والأطر الإعلامية الموجودة، وهناك تشابه بين هذه العملية والطريقة التي يعالج الأفراد بها المعلومات السياسية^(١).

مفهوم الأطر في مجال الدراسات الإعلامية إلى نوعين^(٢) :

١- أطر وسائل الإعلام : وهي تركز في كيفية عرض القضايا وأسلوب التغطية الإعلامية.

٢- أطر الجمهور : وهي تهتم بكيفية إدراك الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية.

أولاً : أطر وسائل الإعلام :

عرف ما نسكي (Minsky) التأطير بأنه القالب أو البناء الذي يتم عن طريقه عرض وتنسيق البيانات المختلفة، فالتأطير عبارة عن أبنية عقلية ومنطقية تعتمد على الإدراك الاجتماعي، ترتبط ارتباط وثيق بالفكرة المحورية للنص الخبري مثلما يرتبط المستوى الاتصالي بالوعي الثقافي للمجتمع^(٣). يمزج ما نسكي (Manisky) بين علم الاجتماع والاتصال وينظر إلى مصطلح الأطر على وفق منظور بنائي أي أنه تنظيم للمعلومات ويركز في تغطية وتقديم الأحداث والقضايا. ويرى ستيفن (Stephen) الأطر بأنها تشير إلى الطريقة التي ينظم بها الأحداث والقضايا وإدراكها عن طريق عملية تتضمن وسائل الإعلام والقائمين بالاتصال فيها^(٤). كما عرف العالم اندرياس Enders بان الأطر الإعلامية عبارة عن أسلوب تحليلي قام باكتشافه وتطويره علماء النفس والاجتماع وذلك من خلال تحليل دور النصوص الإعلامية في وصف القضايا وتفسيرها وتعريف الجمهور بها^(٥).

كما أن وسائل الإعلام تتبنى الأطر الإعلامية منها:

١- التوجه الأيديولوجي للوسيلة.

٢- طبيعة المعالجة الإعلامية للقضية والحدث بمعنى هل تتم في إطار إيجابي أم سلبي فضلاً عن توظيف وسائل الإعلام لبعض الأساليب والاستراتيجيات لتدعيم الأطر التي تقدمها مثل استخدام الكلمات ذات الدلالة والصور والعناوين والرسوم والجرافيك.

ثالثاً : أطر الجمهور :

هناك الكثير من الدراسات التي بدأت تهتم بتأثير الأطر الإعلامية في بناء وتشكيل الرأي العام إزاء السياسات والقضايا المطروحة داخل هذا الأطر. وتهتم بكيفية إدراك وفهم الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية وتفسيره لهذه القضايا. وتحليل الإطار بمثابة أحياء لدراسات الخطاب الإعلامي من خلال تحليل متعمق ودقيق للجوانب والمستويات الرمزية والمجازية للخطاب الإعلامي، ذلك أن دراسات تحليل الأطر تولي اهتماماً بالغاً بدراسة المحتوى الضمني للرسالة الإعلامية. كما أن وسائل الإعلام تعتبر نافذة العالم، والتي من خلالها يمكن للجمهور أن يحصل على معلومات عن العالم الخارجي ومع ذلك فإن هذه النافذة لا تظهر العالم كما يكون، فالناس ترى العالم من خلال إطار هذه النافذة فقط إلى

(١) سهام الشجيري ،أطر تعامل الصحافة العراقية إزاء أزمة تفجير المرقدين العسكريين في سامراء دراسة تحليلية لصحف الصباح ، الزمان ،العدالة ، كلية الاعلام جامعة بغداد، ٢٠٠٦، ص ٦٢.

(٢) مرفت الطرابيشي و عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٦)، ص ١٩٩.

(٣) Kevin M. Carrage, Newsideology : Analysis of coverage of the West German Green Party by the New York Times, Journalism Monographs, No.128, August, 1991, P.1-3.

(٤) أحمد زكريا أحمد، نظريات الإعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام، (المكتبة العصرية للنشر، ٢٠١٢)، ص ٢٣٣.

(٥) محمد سعيد وحزمة السيد دخيل، تقنيات التأطير الاعلامي وبناء المعنى، (القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠)،

عملية وضع الأطر هي عملية إعادة صياغة للواقع أكثر من كونها تقدم صورة عنه، حيث يتم عرضه برؤى مختلفة من وسيلة لأخرى وفقاً لأهدافها.

مفهوم الإطار Farm :

عرف عالم الاجتماع الأمريكي جامسون (Gamson) الإطار بالفكرة المنظمة الرئيسة لفهم الأحداث إذ ينظر العالم بشكل طبيعي ويحدد ما يجب اختياره أو استثنائه وما يجب التأكيد عليه وتكراره من معلومات متصلة بالواقع التي حدثت، أي تقوم بإعادة تقديم العالم بشكل مختلف، ومن ثم يكون للتأطير تأثيراً عميقاً في طريقة فهم وتفسير الجمهور للقضايا والأحداث وذلك لأنها بمثابة الفكرة الأساسية المنظمة التي تجعل الفرد يشعر بالأحداث المرتبطة به⁽¹⁾.

وعرفها نابيو (Nabu) بأن هناك ثلاثة عناصر مهمة في عملية الاتصال الجماهيري القائم بالاتصال والمحتوى الإعلامي والجمهور، وأن تفسير هذا التعريف أن نظرية التأطير تفترض طريقة تقديم المعلومات برسائل وسائل الإعلام تؤثر في استجابات الجمهور تجاه محتوى هذه الرسائل التي ينتقيها القائم بالاتصال ويستبعد البعض الآخر وأن تبني الجمهور لهذه المداخل يؤثر في رؤيته للمشكلات وحلولها⁽²⁾. ويعرف (Neuman) وزملائه الأطر بأنها أدوات يعتمد عليها الأفراد ووسائل الإعلام في نقل المعلومات وتفسيرها وتقييمها.

وقد سعى العديد من الباحثين لتحديد مفهوم الإطار أو التأطير وفي عام ١٩٩٣ عرف روبرت أنتمان (Robert Ent man) مفهوم الإطار بأنه اختيار لبعض الجوانب من الواقع دون غيرها وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي واتباع أسلوب المسار يتم من خلاله تحديد المشكلة أو القضية وتفسير أسباب حدوثها كذلك التقييم الأخلاقي لأبعادها وجوانبها المختلفة إضافة إلى طرح حلول وتوصيات بشأنها وكذلك تقديم مقترحات لمعالجة المشكلة.

ويأتي دور وسائل الإعلام كونها مصدراً للمعلومات والآراء حول الموضوعات وإعطاء الأولوية لموضوع معين يعني جذب الجمهور، وهذا بدوره يؤدي دوراً فاعلاً في تحديد ما يجول بأفكارهم وأن ترتيب الأهمية له أثر مهم من خلال التركيز في سمات معينة وتجاهل أخرى والصحفيون هم من يختارون المصادر ويحددون نوع الأسئلة والمعلومات الموجهة وبعدها يتم توظيفها وأيضاً يتحدد الآخر بالخلفيات الثقافية والمرجعية الفكرية للمؤسسة الإعلامية وأيضاً نمط الملكية الذي يشير إلى رأس المال المسيطر على توجيهان وأيضاً السياسية العامة المرتبطة بسياسة الاتصال للدولة أو النظام الحاكم وهناك بعض الأطر تكون عالمية الطبع من خلال فرض نفسها بشكل إجباري⁽³⁾.

ومن خلال ما سبق يتضح للباحث أن تكوين الإطار الخبري يعتمد على أسلوب الابرار والانتقاء وفي نفس الوقت تتجاهل مواضيع أخرى أو حذفها أو عدم التركيز عليها ويكون للتأطير تأثيراً عميقاً في طريقة فهم وتفسير الجمهور للقضايا والأحداث .

(1) John Harrington, The Media Framing and the Internet : Dominant Ideologies Persist" Available at : <http://www.sspp.net/archive/papers/1/2003>.

(2) Robin L. Nali, Exploring the Forming Effects of Emotion : Do Discreet Emotions Differentially Influence Information Accessibility In formation Seeking, and Policy and Policy Preference commincation Research, Vol.30, No.2, 2003, P225 .

(3) ولاء حسين، محمد علي، المعالجة الإخبارية لظاهرة الإرهاب في الفضائيات الدولية الموجهة بالعربي، دراسة تحليلية مقارنة للفضائيات فرانس ٢٤ - الحرة الأمريكية - روسيا اليوم، كلية الإعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٩، ص ٥٣.

نشأة نظرية التأطير الاخبارية

بدأت أول الدراسات التي وضعها عالم الاجتماع الأمريكي جامسون (Gamson) عام ١٩٢٢ من أوائل الدراسات التي تطبق نظرية التأطير، وقد طبقت الدراسة على تغطية الحرب الباردة التي سادت أخبار الولايات المتحدة الأمريكية إذ رفع الإعلام الأمريكي شأن بعض الأحداث كالحروب الأهلية والتي كانت تعرف بالاضطرابات للمتمردين الشيوعيين والتي كانت تصف بالعدوان الملحد وكانت تقترح وضع حلول لها كتدخل الولايات المتحدة الأمريكية لجانب الخير^(١). وبعدها تم استخدام مصطلح التأطير في مجال العلوم الاجتماعية أول مرة على يد العالم الأمريكي باتسون (Bateson) ما بين عامي (١٩٥٥-١٩٧٢) والتي يمكن تسميتها بمرحلة الكشف عن المصالح وبدائيات تداوله في البحوث والكتابات العلمية المختلفة^(٢). وأوضح ماك كومبس وشو (MC Combs and Show) عام ١٩٧٢ إلى أن نظرية التأطير هي امتداد لنظرية وضع الأجندة ويرونها المستوى الثاني من نظرية وضع الأجندة وتعد اسهامات كل من (Berger a luck man) عام (١٩٦٧) محاولات قوية وجادة لتطوير هذا المصطلح فقد أوضحا كيفية تكوين جماعات من الجمهور خبراتها بالنسبة إلى الواقع حتى تكتسب المعلومات التي يتلقونها معنى كي يفهموا الأحداث^(٣). (goffman) ويعتبر عالم الاجتماع جوفمان (1974) أول من استخدم مصطلح الأطر بوصفه أداة لتصنيف وتنظيم الخبرات والمعلومات المختلفة وبدا أول تطبيق عملي لفهم عملية التأطير في المحتوى الاخباري الذي قدم عام (1978) بعنوان صناعة الاخبار (making news) الذي أوضح من خلال القرارات الذاتية للصحفيين بشأن الاحداث التي يقررون تغطيتها وكيف قيامهم بذلك (الشجيري ٢٠٠٦)، واثمرت محاولات (Tuchman 1978) في توسيع المفهوم النظري لتحليل الأطر واختباره امبريقيا بحيث تشمل مضمون التغطية الاخبارية^(٤) كما يعتبر العالم روبرت انتمان (Robert Entman) أول من حاول تأصيل النظرية في الدراسات الاعلامية حيث اعتبر أول من استخدم تطبيق عملي يتسم بالدقة النظرية والمنهجية في دراساته المتعددة خلال الاعوام (١٩٨٩ ، ١٩٩١ ، ١٩٩٣) حيث ربط الباحث بين تحليل الأطر وتمثيل المعلومات من قبل افراد الجمهور . كما يقول أنتمان بان البروز والاختيار عناصر ضرورية للتأطير، حيث ان عملية البروز تجعل الرسالة ملحوظة وذات معنى ويسهل تذكرها وتتضمن عملية الاختيار تجاهل بعض الكلمات والصور لتأكيد البعض الآخر ومثال ذلك ان وسائل الاعلام في حالة الحرب تركز على الدمار الناجم عن الحرب مقابل التركيز على الحرية من الاستبداد ويمكن ان تركز على الضحايا بدلا من المحتلين وبعدها تظهر اتجاهات ايجابية او سلبية نحو الحرب^(٥).

(١) محمد حسام الدين إسماعيل ، التغطية الصحفية الغربية لشؤون العالم الإسلامي، خلال عقد التسعينيات، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠١، ص ٧٨.

(٢) أحمد زكريا أحمد، نظريات الإعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٢٣٥.

(٣) داليا عثمان إبراهيم، معالجة القنوات الموجهة بالعربية للقضايا السياسية العربية، (بيروت: المكتب العربي للمعارف، ٢٠١٦)، ص ٧٩.

(٤) جيلان محمود عبد الرزاق، أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء Talk shows في القنوات القضائية العربية، رسالة ماجستير، (القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤)، ص ٣٦.

(٥) محمد سعيد وحزمة السيد دخيل، تقنيات التأطير الاعلامي وبناء المعنى، (القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠)، ص ٢٥.

تطور دراسات الأطر :

تزايد عدد الباحثين المهتمين بدراسات التأطير من أمثال Robert Entman الذي قدم ثلاث دراسات جادة خلال أعوام ١٩٨٩، ١٩٩١، ١٩٩٣ طالب كم خلالها بمزيد من دراسات التحليل المضمون التي تركز على التأطير وتمثل المعلومات، ثم دراسة Tankard 1991 التي أبرز الحاجة إلى مناهج أكثر دقة لقياس الأطر، ودراستي كل من Reese & Shoemaker عام ١٩٩١-١٩٩٦ حيث طالبا بقياسات أكثر دقة ومنضبطة للمضمون الإخباري بوسائل الإعلام وتبعتها دراسة كل من Miller & Riechert عام ١٩٩٤ حيث قاما بتطبيق مناهج تحليل المضمون باستخدام الكمبيوتر في دراستهما للمضمون الإخباري بوسائل الإعلام ثم اقترح Riechert مفهوما لرسم الطر على غرار مفهوم رسم الخرائط لدراسة القضايا العامة التي تتصف بالاستمرارية.

١- أوضحت دراسة Entman التي أجراها عام ١٩٩٣ دور الأيدولوجية ونهت أنظار الباحثين تجاهها لمعرفة أثرها في التأطير وذلك عندما قارن حادثي إسقاط الطائرات ركاب لكوريا الجنوبية في أول سبتمبر عام ١٩٩٣ وإسقاط البحرية الأمريكية طائرة ركاب إيرانية يوم ٣ يوليو ١٩٨٨.

٢- تمثل دراسة Scheufele عام ١٩٩٩ دليل وسند فكري يعتمد عليه باحثو وضع الأجندة على أن نظرية التأطير ليست نظرية مستقلة وإنما هي عبارة عن المستوى الثاني لنظرية وضع الأجندة، وذلك عندما اقترح هذا الباحث الاهتمام بعمليتين فرعيتين ضمن نظرية التأطير وهما عملية وضع الإطار Fram Setting، وعملية بناء الإطار Frame Buiding في خطوة موازية لنظريتي الأجندة في الوضع العام.

كما شهدت دراسات التأطير تطورات مستقبلية :

١- بروز تيارات الدراسات التي تناولت التأطير وفق منظور تاريخي من خلال دراسة ظواهر وأحداث وقضايا التاريخية.

٢- الاتجاه لدراسة التأطير عبر مستوى زمني ممتد اما من خلل فترات زمنية مختلفة لحدث أو قضية أو مشكلة أو ظاهرة وأما خلال فترة زمنية واحدة تتجاوز ثلاث سنوات.

٣- اتسعت مجالات دراسات التأطير لتشمل مستوى مقارن دولي وفق سياقات ثقافية مختلفة ومتنوعة.

٤- القضايا السياسية هي الأكثر حظا في الدراسات المختلفة للأطر دون باقي الأحداث والقضايا.

٥- اتسعت دراسات التأطير منهجيا وإجرائيا في الأدوات والأساليب المستخدمة في تحليل النصوص الإعلامية، وشملت أكثر من تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي وإنما شملت أيضاً تحليل الخطاب والمقابلات المتعمقة مع منتجي النصوص والرسائل الإعلامية، وتحليل السلاسل الزمنية والتحليل الدلالي والأسلوبي.

٦- لم تعد المادة الصحفية الخاضعة للتحليل هي التي تحتويها النصوص الصحفية الإخبارية وإنما تطورت لتشمل مواد ونصوص صحفية أخرى كالمقالات وبريد القراء والرسوم الساخرة والأحاديث الصحفية.

أهمية نظرية التأطير:

تأتي أهمية نظرية التأطير الإعلامي من خلال موقعها ودورها في عملية الاتصال الجماهيري وتنصف النظرية بالمرونة الكبيرة في تصميم وإجراء الدراسات الإعلامية سواء على مستوى النص الإعلامي أو الجمهور أو القائم بالاتصال أو المزج بين أكثر من محور^(١).

١- تتحدد أهمية الأطر في قدرتها التأثيرية على كيفية تفسير الجمهور للقضايا والأحداث المختلفة من حوله، فالأطر الإعلامية تتميز بقدرتها الفائقة على امداد الجمهور بالمعلومات أو استثارة معارف أفراده التي تشكل أطرهم.

٢- أهمية الأطر كبناء ذهني يسهم في إدراك الأحداث في الصراعات الدولية حيث تعد الأطر اسلوبا ملائما لاختيار مكانة وسائل الإعلام في السياق الدولي^(٢).

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 تعكس وسائل الإعلام وتقدم هذه النظرية تفسيرا منتظما لدور وسائل الاتصال في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا.

٥- تمارس الأطر دورا مؤثرا في عملية تشكيل الواقع، كما يعد مفهوم الإطار أساسيا في فهم دور وسائل الإعلام في تشكيل الجدل حول الموضوعات والقضايا المختلفة.

٦- تسمح للباحث بقياس المحتوى الصريح وغير الصريح للتغطية الإعلامية التي تقدم خلال وسائل الإعلام للقضايا السياسية المثارة.

٧- كشف اهتمام الباحثين بدراسة إنتاج الأخبار والخطاب الإخباري من خلال اعتماد الصحفيين على التأطير في إنتاج القصص الخبرية.

٨- تعرف الأطر المشكلات، وتشخص الأسباب، وتحدد قوتها التي تخلق المشكلة وتضع الأحكام أو التقييمات الأخلاقية، وتقييم العوامل غير المقصودة وتأثيرها (Gamson, 1922) عن إطار الحرب الباردة هيمن على الأخبار الخارجية في الصحافة الأمريكية.

٩- يحدد الإطار مدى ملاحظة وفهم الأفراد للمشكلة، وكيفية تقييمهم لها وتصرفهم إزاءها وأتفق Sheufele مع ذلك حيث ذكر أن تأطير الأحداث والأخبار في وسائل الإعلام يمكن أن يؤثر بشكل منظم في كيفية فهم المتلقيين للأخبار المتعلقة بهذه الأحداث.

١٠- أوضحت أدبيات التأطير تأثيراته القوية في الإدراك الاجتماعي والتفضيلات السياسية للأفراد، ونبع هذا الأمر من خلال دراسة التقارير الصحفية والتلفزيونية، واختيار الأطر مهم في تحديد مدى قارئيه الموضوعات الصحفية.

١١- تؤكد نظرية الإطار على أن تأطير الأخبار يتوسط الطريقة التي يستخدم فيها الناس المعرفة الاجتماعية والخبرات السابقة، تؤثر الأطر في الاتجاهات من خلال التركيز على قيم وحقائق واعتبارات أخرى.

١٢- كما تفيد الأطر في دراسات الرأي العام وسلوكيات الناخبين التي يهتم بها علماء السياسة والدراسات الإدراكية النفسية والاجتماعية.

(١) أحمد زكريا أحمد، نظريات الإعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام، مرجع سابق، (٢٠١٢)، ص ٢٦٤.

(٢) نسرین حسونة نظريات الاعلام والاتصال، ٢٠١٥، شبكة الألوكة نت.

١٣- تسمح للباحث قياس المحتوى الصريح للتغطية الاعلامية التي تقدم من خلال وسائل الاعلام للقضايا السياسية المثارة^(١).

١٤- تبرز في مدى قدرتها على هدم أو بناء أي نص إعلامي من خلال مفردات ومصطلحات متناقضة وهو ما يمكن تسميته بثنائية التأطير، حيث تعريف الشيء عبر علاقته بنقضه مثل : الابطال/الأوغاد، الخير/ الشر، العطف/ القسوة، الحلم/ سريع الغضب، الجميلة/ الدمية.

١٥- التأطير يمارس دورا مهما في عملية تشكيل الواقع حيث لا تقدم المواد الإخبارية بشكل مستقل لكن في مجموعات أو حزم ذات أبنية داخلية معينة.

١٦- وتبرز أهمية التأطير من خلال استخدام الأطر في قضايا السلام وفي بروز القضايا الاجتماعية والاقتصادية وكذلك استخدام في التكافؤ والمساواة وكذلك في تغيير اتجاهات المواطنين نحو الحكومة والمرشحين السياسيين^(٢).

١٨- تحديد الكمية التي تؤثر بها الأطر الإعلامية في العمليات على المستوى الاجتماعي سواء ما يرتبط بالرأي العام أو المناظرات حول القضايا السياسية^(٣).

عناصر الأطر الاخبارية :

أشار انتمان Entman ان هناك أربعة عناصر للأطر الخبرية^(٤):

■ القائم بالاتصال Communicator : قد يقدم عن عمد او غير عمد أحكاما من خلال أطر تحكمها تسمى Schemata تنظم قيمه ومعتقداته، ويمارس دورا هاما في بناء وتشكيل الأخبار من حيث الاختبارات اللغوية، والاقباسات، والمعلومات التي تقود للتأكيد على عناصر أو جوانب معينة في القصة الخبرية، ويؤطر الصحفيون القصص الخبرية من خلال اختياراتهم التي يقومون بها اثناء كتابتهم وتحريرهم لتلك القصص وهذه الاختيارات تؤثر بدورها في الطريقة التي يفسر القراء القصص من خلالها.

■ المضمون text : يضمن الأطر من خلال حضورا وغياب كلمات أساسية وتراكيب معينة وصور نمطية ومصادر المعلومات والجمال التي تتضمن حقائق وأحكام معينة ويرتبط المضمون بصفتين هما الابرار والادراك حيث يتم ابراز بعض المعلومات حتى يمكن ملاحظتها واضفاء المعنى عليها كي يسهل تذكرة الجمهور المستقبل ويترتب على ذلك تخزين واسترجاع وادراك المضمون.

■ المستقبل Receiver : هو الذي يتعرض للأطر التي ترشد فكره وتؤدي به إلى استخلاص الحقائق، وقد يعكس تفكير المتلقي واستنتاجه الأطر في النص.

■ الثقافة Culture : وهي مجموعة من الأطر المشتركة في خطاب الأفراد أو تفكيرهم في جماعة اجتماعية معينة وهي كما عرفها انتمان Entman مجموعة من الأطر التي يتم الاستشهاد بها.

فروض النظرية :

(١) نسرين حسونة نظريات الاعلام والاتصال، (٢٠١٥)، شبكة الألوكة نت.

(٢) رشا مزروع، اطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء على الدستور بعد ثورة ٢٥ يناير، دراسة تحليلية مقارنة، العدد التاسع، دورية إعلام الشرق الأوسط، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، ٢٠١٣، ص ٥-٦.

(٣) عبد الرزاق الدليمي ، مرجع سابق، ص ٢٠٦.

(٤) إسلام سعد عبد الله عبد الرحمن عز ، اتجاهات الرأي العام المصري نحو المعالجة الإعلامية للقضايا النووية، (القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٣)، ص ٣٣-٣٥.

الفرض الرئيس لنظرية التأطير هو الطريقة التي تنظم وسائل الإعلام الأحداث لكي تؤثر في افكار، وردود أفعال الجمهور عليها، وهي عملية يتم بمقتضاها اضعاف معان محددة على القضايا والازمات والأحداث المتنوعة^(١).

وهناك بعض الفروض التي تفرعت منها نذكر منها ما يأتي^(٢):

- ١- تركيز وسائل الإعلام في رسائلها على جوانب معينة في القضية دون غيرها أي توجد علاقة بين جوانب التركيز في الأطر الاخبارية وبين نمط ملكيتها.
- ٢- اختلاف وسائل الإعلام في تحديد الأطر الإعلامية يؤدي إلى اختلاف أحكام الجمهور المشارك بكل وسيلة فيها بتشكيل المعارف والاتجاهات نحو القضايا المثارة.
- ٣- توجد علاقة بين أطر المعالجة الإعلامية، وبين نمط ملكية الوسيلة الإعلامية.
- ٤- إن الأحداث لا تنطوي بحد ذاتها على مغزى معين وإنما تكتسب مغزاها عن طريق وضعها في إطار يحددها وينظمها من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وأغفال جوانب أخرى.
- ٥- تتشكل معلومات الجمهور واتجاهاته نحو القضايا والازمات عن طريق تأثره في الأطر التي تعالج عن طريق وسائل الإعلام.

بناء الإطار الخبري:

ان مصطلح بناء الإطار مستمد من بحوث وضع الأجندة Agendasetting وتعد نظرية التأطير امتداداً لنظرية وضع الأجندة وذلك عن طريق تفسير الباحثين للمستوى الثاني لنظرية وضع الأجندة يصف تأثير السمات البارزة للتعطية الإخبارية في الجمهور، وتفسير القصص الخبرية المقدمة في وسائل الإعلام وأن بناء الأطر يركز في العوامل التنظيمية والبنائية في النظام الإعلامي وسمات الصحفيين الأفراد التي يمكن أن تؤثر في تأطير محتوى الأخبار^(٣).

حدد معظم الباحثين خمسة عوامل تؤثر في عملية بناء الإطار الخبري^(٤):

- ١- نوع الاستقلال السياسي للمواقع الإخبارية : إشارة العديد من الدراسات إلى اختبار العلاقة بين الأطر التي تتبناها وسائل الإعلام، ومدى الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام ومن بين هذه الدراسات نجد دراسة Lowry and Wang التي استهدفت التعرف على أطر التعطية الإخبارية للصحف الأمريكية.
- ٢- مصادر الأخبار ونوعها : تؤثر مصادر بشكل كبير في بناء الإطار الإعلامي إذ يتأثر المحررون والقائمون بالاتصال بمصادر المعلومات، ونوع المصادر سواء كانت حكومية أو غير حكومية.
- ٣- انماط الممارسة الإعلامية : تؤثر انماط ممارسة العمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية على الأطر الإعلامية التي يتبعها القائم بالاتصال في تعطية وسائل الإعلام للقضايا المختلفة، وذلك وفقا للسياسات الإعلامية الخاصة بكل مؤسسة إعلامية.
- ٤- المعتقدات الثقافية والأيدولوجية للقائم بالاتصال.

(١) ماهيناز رمزي محسن، علاقة أساليب توظيف اللغة بأطر تقديم الأحداث داخل التقارير الإخبارية، دراسة تطبيقية على

الحرب الإسرائيلية على غزة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٣٢، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٩، ص ٣١٢.

(٢) حسن عماد مكاي، و ليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية- اللبنانية، ٢٠٠٦)، ص ٣٥٠.

(٣) حسني محمد نصر ، نظريات الإعلام، دار الكتاب الجامعي، (دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، ٢٠١٥)،

ص ٢٧٨.

(٤) حسن عماد مكاي ، و ليلى السيد، مرجع سابق، ص ٣٥٠.

٥- طبيعة الأحداث ذاتها : يرى (Wolfs Feld) أن كل الأحداث والحقائق تتأسس وترسخ في السياق الاجتماعي، ولا يمكن النظر للحدث بشكل مستقل، وفصله عن بيئته وسياقه العام^(١).

قدم شوميك (shoemaker) اضافات تتعلق بالعوامل التي تؤثر في بناء الإطار الخبري وهي:
١. المستوى الفردي : ويشمل الآراء والقيم الشخصية ومستوى التعليم ونوعه والخلفية المعرفية وسنوات الخبرة .

٢. المستوى المؤسسي: ويشمل سياسة المنظمة وتأثير رؤساء وزملاء العمل والرضا الوظيفي .

٣. المستوى المهني : ويشمل معايير القيم المهنية ومواثيق الشرف وطبيعة الدور المهني .

٤. المستوى الاجتماعي : يشمل السلطة والقيود التشريعية والايولوجية والجمهور العام وجماعات الضغط^(٢).

وظائف الأطر الخبرية :

هناك مجموعة من الوظائف التي يقوم بها تحليل الإطار الإعلامي والتي حددها انتمان (Entman) بأربع وظائف مهمة لتحليل الإطار الإعلامي^(٣).

١- تحديد المشكلة أو القضية بدقة : يتم التعرف على العوامل المبينة للقضية أو الأزمة تبعاً للمصالح الاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية، والقيم الثقافية السائدة.

٢- تشخيص أسباب المشكلة أو القضية : يتم تحديد القوى التي أدت إلى ظهور المشكلة والتقييم الأخلاقي لها.

٣- وضع أحكام أخلاقية للمشكلة أو القضية : يتم وضع تقييمات أخلاقية لهذه العوامل المؤدية لحدوث المشكلة.

٤- اقتراح سبل العلاج والحلول للمشكلة أو القضية : يتم اقتراح عدة حلول للمعالجة.

والأطر هي التي توصف المشكلة وتحدد ماهية العوامل المسببة لها، كما تقوم بتشخيص الأسباب وتحديد القوى الفاعلة التي أحدثت المشكلة وتحديد العوامل المسببة وتأثيراتها، كذلك تقترح كيفية معالجة القضايا والمشكلات كما تتنبأ بتأثير المحتملة^(٤). وأشار السيد مكاوي مثالا يوضح هذه الوظائف بقضية العنف السياسي والتي يمكن أن تتناولها الوسيلة الإعلامية، في إطار الاهتمامات الأمنية ومن ثم فإن تهديد الأمن الداخلي يصبح هو المشكلة، ويمكن أيعاز السبب في ذلك على وجود جماعات إرهابية وقد يكون اقتراح سبل العلاج عن طريق تكثيف المواجهات الأمنية للعمليات الإرهابية، أو عن طريق تحسين المستوى الاقتصادي والقضاء على البطالة أو الاهتمام بالتوعية ضد الجريمة^(٥).

أنواع الأطر :

(١) محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٢)، ص ٤٠٤.

(٢) هبة يحيى عطية، المعالجة الاخبارية للقضية الفلسطينية في قناة tv5 وقناة الجزيرة القطرية دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة كلية الاعلام، ٢٠٠٤، ص ٣٦..

(٣) زينب الحسيني، و رجب بلال ربحان، المعالجة الإخبارية بالفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا (دراسة تحليلية)، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ٢٠٢٠، ص ٢٤٦.

(٤) زينب الحسيني، و رجب بلال ربحان، مرجع سابق، ص ٢٤٦.

(٥) حسن عماد مكاوي و ليلي السيد، مرجع سابق، ص ٣٤٩.

قدم العلماء عدة تصنيفات للأطر الخبرية في تطبيقاتها على أحداث ومواضيع مختلفة وفيما يلي أهمها^(١):

١- **الإطار المحدد** : إذ يتم التركيز في قضية أو حدث جوانبه واضحة عند المهور، لأنه حدث مرتبط بوقائع أكيدة ويركز الإطار على المدخل الشخصية أو تقديم عناصر الحدث وتداعياتها كغطائية قضايا الإرهاب والجريمة.

٢- **الإطار العام** : يرى الأحداث في سياق عام مجرد ويقدم تفسيرات عامة للوقائع بربطها بالمعايير الثقافية والسياسية، حيث تصنف القضايا العامة وتضعها في سياق عام ومجرد كالأضرار الاجتماعية أو السياسية التي ترتكبها بعض الجماعات الإرهابية.

٣- **الإطار الاستراتيجي** : يرى الأحداث في سياقها الاستراتيجي المؤثر في أمن الدولة القومي، يرتبط هذا الإطار مع الأحداث السياسية والعسكرية.

٤- **إطار النتائج الاقتصادية** : يضع هذا الإطار الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي انتجت من الأحداث السياسية والعسكرية.

٥- **إطار المسؤولية** : هو أحد تصنيفات الأطر التي تربط بين حدث أو قضية أو مسؤولية جهة ما عنها كانت مؤسسة أو جماعة أو حزب.

٦- **إطار الصراع** : تقدم الأحداث في إطار تنافسي صراعي حاد. إطار المبادئ الأخلاقية : عرض الوقائع في السياق الأخلاقي والقيمي للمجتمع ويخاطب المبادئ والمعتقدات الراسخة.

❖ مفهوم الجمهور:

ان تسونامي التطور السريع الذي تشهده المجتمعات الحديثة في مجالات الإعلام والاتصال الجماهيري، خاصة انعكاسات الاستعمال المكثف لتكنولوجيا الاتصال التي أدت إلى التفكير في إعادة صياغة العديد من المفاهيم السائدة حتى تتمكن من استيعاب العناصر المستجدة الناتجة عن هذا التطور، ويرتكز مفهوم جمهور وسائل الإعلام في صياغته الشكلية وفي مضامينه الراهنة على جملة من الاعتبارات أهمها أن إعادة صياغة المفاهيم غالباً ما تضيف عناصر جديدة مستجدة ولا تعني بالضرورة إلغائها، أو تعديل العناصر السابقة التي تدخل في تكوين المفهوم. وأن مفهوم جمهور وسائل الإعلام هو الذي يعيننا، لأن أصله التاريخي يلعب دوراً أساسياً في الدلالات المختلفة والاستعمالات المتعددة لمصطلح (Audience)^(٢) وقد كانت فكرة الجمهور تعني في الأصل مجموع المتخرجين على عرض درامي أو لعبة أو أي استعراض عام يستقطب عدد من الناس واتخذ الجمهور اشكالاً مختلفة في كل الحضارات عبر مراحل التاريخ. على الرغم من اختلاف الحضارات التي عرفت البشرية وبالتالي تنوع الجمهور (مثل جمهور دور العبادة مثل المساجد والكنائس ودور العبادة في الديانات الأخرى) إلا أنه بعض الخصائص الجوهرية التي وجدت في فترة ما قبل وسائل الإعلام الجماهيرية، لا زالت قائمة وتكون جزء هاماً من معارفنا وفهمنا وتفسيرنا للظاهرة. حيث كان الجمهور واسعاً يتكون من سكان القرية أو المدينة، وكان افراده معروفين بذواتهم ومحددون أو المسرح أو الملعب أو السوق، وفي غالب منظم بحكم العادة ومعين المواقع ووفقاً للمراتب والمراكز الاجتماعية التي

(١) أحمد زكريا أحمد، نظريات الإعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ١٨٨-١٩٤.

(٢) فواز الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، (عمان: دار إسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١١م)، ص ٥٤.

تشرف عليها سلطة روحية أو إدارية. وأضافت تلك السلطات على ((الجمهور طابع مؤسسة)) تفرض سلوكيات جماعية معينة.

تنوعت وتعددت التعاريف التي تتناول مفهوم الجمهور :

و يعرف الجمهور بأنه مجموعة الناس الذين يسهل توجيههم والسيطرة عليهم واسقاط المعلومات اليهم بحيث يكون سلوك الجمهور في الاتجاه المرغوب فيه.

ويعد الجمهور الركن الاساسي في عملية الاتصال الجماهيري وينقسم الجمهور على اشكال اجتماعية متميزة بينهما علاقات متشابكة^(١).

كما يعرف الجمهور هو مجموعة من الناس اللذين يشكلون الافراد اللذين يستقبلون الرسائل الاعلامية او يتعرضون لوسيلة اعلامية معينة ، وهذا لا يعني ان الافراد خارج هذه المجموعة لا يتلقون هذه الرسائل أو يتعرضون لهذه الوسيلة ، او ان افراد هذه المجموعة لا يستقبلون ولا يتعرضون لوسائل ورسائل اخرى^(٢) . وذهب غوستاف لوبون الى تعريف الجمهور بانه مجموعة من الناس يمتلكون خصائص مختلفة بشكل كبير عن خصائص كل فرد يشكله ،اذ تنطمس شخصية الفرد الواعية وتصبح عواطف وافكار الوحدات المصغرة التي تشكل الجمهور موجهة بالاتجاه نفسه ، عندما تتكون روح الجماعة مؤقتة وعابرة بدون شك لكنها تتسم بخصائص متبلورة ومحددة تماما وعليه تصبح هذه الجماعة ما نطلق عليه الجمهور^(٣).

وايضا الجمهور على أنه مرادف لكلمة مشاهدي البرامج التلفزيونية والصورة والافلام وقراء الصحف والمستمعين إلى الراديو والمدونات الصوتية ومستخدمي وسائل الإعلام على الانترنت وألعاب الفيديو.

كما أن مفهوم الجمهور كثيراً ما يتداخل لدى الكثيرين مع مفاهيم أخرى قريبة الصلة إلى حد ما بهذا المفهوم ومنها الجماعة الاجتماعية – الحشد – الغوغاء^(٤).

ويعرف قاموس المصطلحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية كلمة جمهور على أنها ((مجموعة من الناس يتواجدون بشكل مؤقت في مكان واحد وتكون المسافة بين الواحد والآخر ضئيلة جداً. الجمهور إذن تجمع بشري لأفراد يتواجدون في مكان واحد، وهم يتجمعون، إما بسبب كونهم استدعوا من قبل طرف ما (تظاهرة مثلاً) وأما بسبب وجودهم مصادفة في المكان نفسه، ويطلق مصطلح جمهور على مجموعة من الافراد تربطهم مصالح خاصة أو يشتركون في خصائص معينة او لهم رغبات خاصة وقد تكون هذه المجموعة كبيرة أو صغيرة، ويشير مصطلح الجمهور (Audience) إلى مجموعة كبيرة من الناس تأتي من جميع مجالات الحياة ومن مختلف الطبقات الاجتماعية فهو تجمع لأفراد منفصلين ومتباعدين ومجهولي الهوية، لا يجمع بينهم إلا سلوكهم الجماهيري^(٥).

(١) ملفين ل. ديفيلير وساندرا بول روكتش ،نظريات وسائل الاعلام ،ترجمة :كمال عبد الرؤوف ، (القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٢م)، ص ١٩٨.

(٢) صباح جاسم الشمري وشكري كوكز السراج ،الاعلام والاعلام المتخصص ،(العين : دار الكتاب الجامعي ، ٢٠١٨ م) ص ٣١٨.

(٣) غوستاف لوبون، سايكولوجية الجماهير ،ترجمه هاشم صالح ،ط٧، (بيروت :دار الساقى ، ٢٠١٦ م).

(٤) مصطفى يوسف كافي وآخرون، الإعلام الدولي، (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م)، ص ٣١.

(٥) حياة قرداري ، قياس الجمهور والراي العام ،(عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن ، ٢٠٢٠ م) ص ١١.

ويتداخل مصطلح الجمهور (Audience) في خصائصه بنيته الظاهرية مع مفهوم الجماهير (Mass) لاسيما في الحجم الواسع والتشتت، كما أنه يكون أكثر وضوحاً عن طريق الأغراض التجارية التي قادت وتقود دائماً بحوث ودراسات الجمهور التي تركز بدورها على المفهوم العددي للأهداف التسويقية نفسها فضلاً عن الانتخابات^(١).

وتعرفه الدكتورة مي العبد الله بأن الجمهور ذلك المتلقي والمتفاعل مع رسالة إعلامية مكتوبة أو مسموعة أو مرئية أو إلكترونية تحتوي على أهداف سياسية اقتصادية وايدولوجية^(٢). ويعرفه المخرج سرمد علاء الدين بأن الجمهور يشكل ثلاث دوائر .. الدائرة الكبرى الجمهور العام والدائرة الوسطى هو الجمهور المتفرج، والدائرة الصغرى هو الجمهور المتلقي وهذا الجمهور هو القادر على التفسير والتفكير.

كما يعرفه صالح جاويش أو غلوا ((ان الثورة التكنولوجية الحاصلة في وسائل الاتصالات، والتي يبدو أنها لا تعرف التوقف، قد ساعدت ومكنت الجمهور من تأسيس أعلامه الخاص به، حتى بات المواطن المتلقي نفسه إعلامياً يكتب ويذيع وينتج البرامج المرئية وينشرها ويذيعها من على الانترنت لمواطنين مثله مثلهم. وأصبحوا يتبادلون المعلومات الاخبارية والنتائج الإعلامية من دون الحاجة إلى صرف المبالغ الطائلة والتي تصرفها الوسائل الإعلامية التقليدية، وقد أصبحنا نسمع بمصطلحات جديدة مثل المواطن الصحفي (journalistcitizen) في مجال اعلام والاتصالات وذلك بسبب الدور الفاعل للمتلقي/الجمهور في العملية الإعلامية وبمساعدة وسائل الاعلام وتقنيات وسائل الاعلام والاتصالات الجديدة.

ويرى مكويل (McQuail ١٩٨٤) في تعريفه للجمهور : أن السن والطبقة والدخل ومستوى التعليم، لها اهمية كبيرة في تحديد حجم جمهور أي وسيلة إعلامية، لأن كل منهما يتدخل في تحديد حجم الوقت وكمية المال اللازمين لاستعمال وسائل الاعلام فالسن يحدد مدى الاستعداد والحرية في اختيار واستعمال وسائل الاعلام، حيث أن الطفل يخضعون لاختيار العائلة ويتعرضون للتلفزة أكثر من أي وسيلة أخرى ومع تقدم السن يتغير، غز يكتسب حرية في تعامله مع وسائل الاعلام، فيؤدي إلى استعمال الراديو والذهاب إلى السينما، وعندما يصبح الشخص رب العائلة، يعود إلى السياق المنزلي، ولكن باهتمامات مختلفة مثلاًن تخصيص وقت أكبر لقراءة الصحف^(٣).

ويرى الباحث من الضروري شرح تفاصيل بعض التصنيفات التي وضعها الباحثون لأنواع الجمهور للوقوف على ابرز خصائص وسمات ومكونات الجمهور.

أولاً : التصنيف حسب السلوك الاجتماعي للأفراد :

١- الجمهور العام : هو أكثر حجماً من التجمعات الأخرى أعضائه أكثر تبعثراً، متباعدين في المكان وأحياناً في الزمان ولكنهم في ديمومة أكثر بتشكيل حول قضية مشتركة في الحياة العامة، هدفهم الرئيسي تكوين اهتمام أو رأي عام بشأن قضية أو ظاهرة اجتماعية معينة كما قال ديوي على أنه تجمع سياسي لمجموعة من الأفراد يشكلون وحدة اجتماعية من خلال الاعتراف المتبادل بوجود مشاكل مشتركة ينبغي إيجاد حلول مشتركة لها^(٤).

(١) فواز الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، (عمان: دار إسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ٢٠١١)، ص ٧٢.

(٢) مي العبد الله، البحث في علوم الاعلام والاتصال ، (بيروت: دار النهضة العربية ، لبنان، ٢٠٢٠م)، ص ٧٤-٧٥.

(٣) فواز الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، (عمان: دار إسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١١)، ص ٥٥.

(٤) كامل خورشيد مراد ، الاتصال الجماهيري والإعلام، (عمان: دار المسيرة، الأردن، ٢٠١١)، ص ٣١٩.

٢- الجمهور الخاص : هو الجمهور الذي يجمع افراده بعض الاهتمامات أو الحاجات أو الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور مثل الأفراد المشتركين في صحيفة أو الأفراد الذين يشاهدون برنامجاً معيناً فيما يصبح من بعد ذلك من واجب وسائل الإعلام إثارة هذا الاهتمام وتدعيمه وتلبية حاجاته ورغباته ومن ثم يمكن ان تحتفظ بهذا الجمهور الذي يندمج ويشارك افراد اعضائه في التركيز الجمعي ينشرون الاتصال الذي يرتبط بهذا التركيز وهذا ما يبرر اختبار وسائل الإعلام للموضوع الشائع بين هذا الجمهور الذي تتخذه مدخلاً لتنظيم الاهتمامات وتكييفها، كما أن الصفة التي تميز هذا النوع من الجمهور أنهم يرتب طون بوشائج وروابط تجمعهم مع بعضهم كالانتماء إلى نقابة أو مؤسسة معينة أو يجمعهم اهتمام مشترك إزاء موضوع أو قضية أو انتمائهم إلى مستويات عمرية معينة مثل (أطفال، شباب، كهول) أو على أساس مكاني أو جغرافي (وعلى أساس النوع الجنس) مثل نساء أو رجال أو على أساس مهني (فلاحون، عمال، صحفيون، أطباء، مهندسون، مصورون ...) وغيرها من التقسيمات الأخرى التي تنتج عن طريق وجود علاقة معينة تجمع هذا لنوع منهم^(١).

المبحث الثالث: نظرية الأطر وعلاقتها بالجمهور :

إن دراسة التناول الإعلامي لقضايا الرأي العام من خلال نظرية تحليل الأطر الإعلامية تعد مدخلا مهما حيث من خلالها يتم النفاذ إلى المحتوى الضمني للنص الإعلامي ودلالاته وأبعاده وتقوم الدراسات الخاصة بالأطر بوصفها متغيرات تابعة باختيارات تأثيرات المتغيرات على تغطية الوقائع في صياغة الإطار ودور العوامل المتعددة في (التأثير على بناء أو تعديل الإطار مثل القيم والأعراف والضغوط والقيود التنظيمية وجماعات الضغط والمصالح، إضافة إلى أساليب ممارسة المحررين ومن ناحية دور الإطار كمتغير مستقل في بناء الإطار وتحديد المستويات الثقافية والشخصية وتراكم الخيارات التي كونت اطر الجمعية الرئيسية وهذا كله يسهم في تحديد اتجاهاته وتقييمه للأحداث، مما يجعل علامته بمصادر الأخبار تبادلية وبالتالي يمكن التمييز بين الأطر الإعلامية التي تشير إلى الطريقة التي يصف بها المرونة القضية أو الحدث وبنيتها الأطر الفردية التي تشير على مجموعة المعرفة التي يمتلكها المتلقي والتي اكتسبها بخصوص هذه القضية أو تلك وتستخدم من قبله لفهم وتقييمات المعلومات الجديدة ويمكن تلخيص ذلك.

١-بناء الإطار ٢-وضع الإطار ٣-المستوى الفردي لتأثير عمليات الإطار ٤-رجع الصدى للعلاقة بين آخر وسائل الإعلام وأطر الجمهور^(٢).

نظرية التأطير في الدراسات الإعلامية :

وضع عالم الاجتماع جوفمان (Goffman) مؤسسة نظرية التأطير الإعلامي هو تقديم نسق منظم حول طريقة استخدام التوقعات ويقصد تفسير معنى لمواقف الحياة اليومية للأشخاص ولكي يتعلم عن طريقها الأشخاص كيفية تفسير عالمهم الاجتماعي بصور نمطية متكررة وتكوين إطار تصوري لا بد من الأخذ بالاعتبار عنصرين أساسيين هي^(٣) :

١- المحتوى والسياق السياسي والاجتماعي الذي يتم فيه تحديد وصياغة الأطر.

(١) المرجع نفسه، ص ٣٢٠.

(٢) محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٢)، ص ٢٤.

(٣) أماني السيد فهمي ، الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيونية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٦٤، ديسمبر، ١٩٩٩، ص ٢١٨.

٢- النتائج والعواقب السياسية والاجتماعية طويلة المدى والمتعلقة بالأطر التي يتم تعلمها من وسائل الإعلام^(١).

وضع أدبيات الاتصال والدراسات الإعلامية وجود أسلوبيين لعمل الآخر على النحو الآتي^(٢):

١- المستوى الأول : هويتهم بقياس المحتوى غير الظاهر لوسائل الإعلام أو ما يعرف بالمحتوى الضمني.

٢- المستوى الثاني : هو المستوى المؤثر في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضية موضع الدراسة، حيث أن وسائل الإعلام من خلال تركيزها على جوانب معينة تحدد لنفسها إطار آخر خبرية تستطيع في النهاية أن تؤثر على تشكيل معايير الجمهور بشأن بعض القضايا الأمر الذي ينعكس في تحديد آراء واتجاهات الجماهير نحو هذه القضايا.

وإذا كانت الصحافة ضرورة اجتماعية فإن النشاط العلمي المنظم للكشف عن الحقائق المتصلة بها هو ضرورة أيضاً لما يحققه من أهداف تسعى في مجملها إلى تطوير العملية الصحفية.

نماذج عملية تأطير :

هناك تسعة نماذج قدمها الباحثون لتفسير عملية التأطير من خلال النصوص الإعلامية وتأثيراتها في الجمهور، وتتضح أهميتها باعتبارها هياكل تنظيمية وتفسيرية للظواهر والقضايا والأحداث في المجتمع.

ويصنف بعض الباحثين النماذج المستخدمة في تأثيرات الأطر الإعلامية على الرأي العام إلى ثلاثة أنواع:

١- استخدام النموذج الهابط Top Down في الأطر الإعلامية : والمقصود به توجيه الرأي العام نحو أحكام بعينها يتعلق بالحدث البارز الذي يحدده المجتمع، وهو بمثابة إطار تفسيري ذي دلالة بالنسبة للأحداث التي تنطوي على صراع، وتتسم بالفجائية أو ما يعرف بالأحداث الطارئة وهو موجه من النخبة إلى الرأي العام.

٢- استخدام نموذج الاستجابة المعرفية Cognitive Response يشير هذا النموذج إلى أن الرأي العام لديه معارف مسبقة بشأن القضايا المهمة ومن ثم فأفراد الرأي العام يستمون بالفعالية والإيجابية في استجاباتهم لرسائل ووسائل الإعلام.

٣- النموذج التفاعلي في الأطر الإعلامية ك ويجمع بين بروز الخبرة الذاتية لدى المبحوثين من ناحية وبروز الأطر الخبرية تقوم بدور تنشيطي بالغ الأهمية للاهتمامات والتحييزات القائمة بالفعل لدى المبحوثين حيال القضايا التي تمس مصالحهم المباشرة.

نماذج عمل الأطر:

تعددت النماذج التي قدمها الباحثون لتوضيح كيفية عمل الأطر، وسنعرض أهم هذه النماذج^(٣):

(١) أماني السيد فهمي ، الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيونية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٦٤، ديسمبر، ١٩٩٩، ص ٢١٨.

(٢) إسلام سعد عبد الله عبد الرحمن عز، اتجاهات الرأي العام المصري نحو المعالجة الإعلامية للقضايا النووية، جامعة القاهرة، (كلية الإعلام، ٢٠١٣)، ص ٧٥.

(٣) أحمد زكريا أحمد، نظريات الإعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٣٠٧.

(١) **نموذج Robyn Goodman** : ويرى الباحث في هذا النموذج تأثيرات الأطر الخبرية تمثل المستوى الثاني لتأثيرات وسائل الإعلام في وضع أولويات اهتمامات الجمهور ويشمل هذا النموذج على ثلاثة عناصر على النحو التالي^(١) :

أ- التغطية الإخبارية لوسائل الإعلام للشخصيات السياسية والقضايا المختلفة ويتضمن ذلك بدوره مستويين : الأول : يتعلق بدرجات التركيز والأهمية النسبية التي توليها وسائل الإعلام لقضايا مختلفة. أما المستوى الثاني : السمات البارزة للتغطية الإخبارية للقضايا المختلفة أي أطر التناول التي توظفها وسائل الإعلام في تناول الأشخاص والقضايا المثارة وهل هي أطر إيجابية أم سلبية.

ب- أدراك الجمهور لبروز الشخصيات السياسية والقضايا المثارة في وسائل الإعلام، فضلا عن ادراكه للسمات البارزة في التغطية الإخبارية، أي أدراك الجمهور للأطر التفسيرية للقضايا المختلفة.

ت- اتجاهات الجمهور نحو الشخصيات السياسية والقضايا المثارة، وهل اتجاهاته إيجابية أم سلبية.

(٢) **نموذج Dietram A. Sheufele** : قدم Sheufele هذا النموذج لتوضيح العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الجمهور من قبل وسائل الإعلام ويتكون هذا النموذج من أربع مراحل وهي: (بناء الإطار، وضع الإطار ، تأثيرات افطار على المستوى الفردي، العلاقة بين الأطر الفردية الإعلامية (الإعلاميون كجمهور).

(٣) **نموذج MCombs & Chyi** : اقترح هذان الباحثان لقياس وبروز تأطير القضايا والأحداث في وسائل الإعلام من خلال بعدي الزمان والمكان وأن أصل هذا النموذج من خلال طرح الباحثان سؤال أساسي عن ماهية الأخبار وأن الإجابة عليه تمثل عنصري الزمان والمكان جوهرين في تعريف هذه الأخبار، كما أن هذين العنصرين يرتبطان بالتغطية الإخبارية للأحداث، رغم أن البعض يرون انهما لا يفسرون كل ما يحتويه النص الإخباري لكنهما يمثلان الأساس الحقيقي في تنظيم الأفكار بالممارسة الصحفية.

(٤) **نموذج روبرت انتمان Robert M. Entman, 1993** : الذي اقترحه روبرت انتمان بهدف التعرف على مفهوم التأطير ومحاولة فهمه من خلال أربعة مكونات هي: (استقلال الجمهور، الموضوعية الصحفية، تحليل المضمون، الرأي العام ونظرية ديمقراطية معيارية).

(٥) **نموذج Doglas 1999** : استخدم الباحث نظرية الاحتجاج ليفسر تأثيرات نظرية الأطر ويعتبر هذا النموذج توثيق جيد لعملية دعم الوضع القائم في التغطية الإخبارية للاحتجاجات الاجتماعية وقد قسم Mcleod and Hertog مظاهر نموذج الاحتجاج إلى الأقسام التالية : (التكوين السردية، المصادر الرسمية والتعريفات الرسمية للمواقف، تجميع الرأي العام، استطلاعات الرأي، المميزات المعلنة، تجميع العادات الاجتماعية، انتهاكات القانون).

(٦) **نموذج بولي دي انجلو Paul Dangelo** : أشار بول دي انجلو في دراسته عن الأطر الخبرية بأن هناك نقطة اتصال ما بين الإطار والمعرفة المسبقة لدى الفرد، وينشط المخطط الذهني في نفس الوقت الذي يتم فيه بث الرسالة والتفكير فيها.^(٢)

وضع روبرت إنتمان أربعة وظائف أساسية للأطر الإعلامية تتمثل في^(٣):-

(١) المرجع نفسه، ص ٣٠٧

(٢) أحمد زكريا أحمد، نظريات الإعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ١٧٨.

(٣) Robert M. Entman, CA's Ceding activation : Contesting the White, 1993, Pp. 51 – 85.

- تعرف الأطر المشكلة أو القضية والأسباب الكامنة وراءها.
 - تقوم الأطر بتشخيص الأسباب وتحديد القوى الفاعلة في القضية أو الحدث.
 - تشير الأطر إلى التقييمات الأخلاقية للقضية أو الحدث.
 - تقترح الأطر الإعلامية حلولاً للقضية ومحاولة علاجها.
- تبرز أهمية هذا النموذج في الدراسة في أنه يستخدم لتحديد القوى الفاعلة في القضايا أو الأحداث الدولية المعنية بالدراسة والتعرف على طبيعة الأدوار المنسوبة إليهم ومدى انعكاسها على صورتهم في وسائل الإعلام العربية والأمريكية.

الاستنتاجات

توصل الباحث إلى عدد من الاستنتاجات تتمثل بما يأتي:

- (١) ان صياغة مفهوم جمهور وسائل الإعلام يخضع إلى مجموعة من الاعتبارات التي لها علاقة بالتطور السريع الذي تشهده المجتمعات الحديثة في مجالات الإعلام والاتصالات الجماهيري، وذلك بسبب الانتشار الكبير لتكنولوجيا الاتصال التي أدت إلى التفكير في إعادة صياغة بعض المفاهيم السائدة حتى تتمكن من استيعاب العناصر المستجدة الناتجة عن هذا التطور.
- (٢) تعد عملية وضع الإطار العملية الثانية في الأطر ويشير معظم الباحثين في مجال الأطر إلا أن وضع الإطار يشبه إلى حد ما وضع الأجندة، ففي حين تهتم الأجندة بإظهار القضايا، يهتم الإطار بنقل وإبراز عناصر القضايا والأحداث المثارة.
- (٣) تأثيرات الأطر على المستوى الفردي تتمثل بتأثير أطر الأفراد بأطر وسائل الإعلام، وتتشكل في هذا الإطار استجاباتهم المعرفية والوجدانية إزاء القضايا والسياسات والأشخاص، وقد أظهرت نتائج الدراسات التي تناولت تأثير أطر الإعلام كمتغير مستقل على أطر الأفراد متغير تابع أن هناك علاقة احتمالية قوية بين أطر الإعلام كمدخلات وأطر الجمهور كمخرجات.
- (٤) الإعلاميون كجمهور معنيون في صياغة الاهتمام بالعلاقة بين متغيرات المستوى الفردي والأطر الإعلامية، فمن المتوقع أن يكون الصحفيون مثل جمهورهم يتأثرون من خلال وسائل الإعلام الأخرى، وعن طريق إعلاميين آخرين أو من ردود أفعال الجماهير تجاه القضايا المدروسة، أي تركز هذه الخطوة على العلاقة التبادلية، بين وسائل الإعلام والجمهور في بناء الأطر الإعلامية .
- (٥) إن استقلال الجمهور بالنظر لمفهوم التأطير باعتباره المعنى السائد الذي يتمكن من تعريف وتحديد المشكلة وأسبابها وتقويمها وتقديم تفسيرات لعلاجها وهو ما يدعمه النص الإعلامي، ويتسق مع الأنساق المعرفية لدى الجمهور الذي من الممكن أن يعيد تأطير هذا النص من خلال تذكر واسترجاع لحقائق

معينة ربما لا تقدمها الرسالة الإعلامية تؤثر في استجاباته وردود أفعاله تجاه محتواها وهو امر محل اختلاف بين الباحثين.

٦) بالرغم من أن الصحفيين يتبعون قواعد وأسس موضوعية في تغطيتهم للأحداث المختلفة لكنهم غالبا ما يعملون على تضمين النص الإعلامي المعنى السائد الذي يعوق الجمهور عن التقويم المتوازن لهذه الأحداث والمواقف المختلفة، وبالتالي يؤدي تهميش فهم الجمهور لها.

٧) إن الهدف الأساس من تحديد معنى النص الإعلامي يتمثل في تحديد ووصف الأطر باستخدام تحليل مضمون مفردات وجمل هذا النص الذي يصدر بشأنه الجمهور أحكاماً إيجابية أو سلبية لتحديد بروزه، وهو ما لا يستطيع هذا التحليل القيام به على اكمل وجه.

٨) يمثل التأطير قوة أساسية في العملية الديمقراطية لأن الطر تؤثر في الرأي العام، وأن هذه النظرية تعجز عن تحديد الواقع الحقيقي وابعاده المختلفة للرأي العام.

❖ المصادر

١. أحمد زكريا أحمد، نظريات الإعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام، (القاهرة: المكتبة العصرية للنشر، ٢٠١٢).
٢. إسلام سعد عبد الله عبد الرحمن عز ، اتجاهات الرأي العام المصري نحو المعالجة الإعلامية للقضايا النووية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٣.
٣. أماني السيد فهمي ، الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيونية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٦٤، ديسمبر، ١٩٩٩.
٤. جيلان محمود عبد الرزاق، أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء Talk shows في القنوات القضائية العربية، رسالة ماجستير، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤.
٥. حسن عماد مكاوي ، و ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية- اللبنانية، ٢٠٠٦).
٦. حسني محمد نصر ، نظريات الإعلام، (الامارات: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٥).
٧. حياة قزداري ، قياس الجمهور والرأي العام ، (عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م).
٨. داليا عثمان إبراهيم، معالجة القنوات الموجهة بالعربية للقضايا السياسية العربية، (بيروت: المكتب العربي للمعارف، ٢٠١٦).
٩. رشا مزروع، اطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء على الدستور بعد ثورة ٢٥ يناير، دراسة تحليلية مقارنة، العدد التاسع، دورية إعلام الشرق الأوسط، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، ٢٠١٣.
١٠. زينب الحسيني، و رجب بلال ربحان، المعالجة الإخبارية بالفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا (دراسة تحليلية)، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ٢٠٢٠.

١١. سهام الشجيري، اطر تعامل الصحافة العراقية ازاء ازمة تفجير المرقدين العسكريين في سامراء دراسة تحليلية لصحف الصباح ، الزمان ، العدالة ، كلية الاعلام جامعة بغداد، ٢٠٠٦.
١٢. صباح جاسم الشمري وشكري كوكز السراج ، الاعلام والاعلام المتخصص ، (العين : دار الكتاب الجامعي ، ٢٠١٨ م).
١٣. عبد الرزاق الدليمي ، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، (عمان: دار اليازوري العلمية، ٢٠١٦).
١٤. غوستاف لوبون، سايكولوجية الجماهير ، ترجمه هاشم صالح ، ط٧، (بيروت: دار الساقى ، ٢٠١٦ م).
١٥. فواز الحكيم، سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري، (عمان: دار إسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١١ م).
١٦. كامل خورشيد مراد ، الاتصال الجماهيري والاعلام، (عمان: دار المسيرة ، ٢٠١١).
١٧. ماهيناز رمزي محسن، علاقة أساليب توظيف اللغة بأطر تقديم الأحداث داخل التقارير الإخبارية، دراسة تطبيقية على الحرب الإسرائيلية على غزة، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد ٣٢، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠٠٩.
١٨. محمد حسام الدين إسماعيل ، التغطية الصحفية الغربية لشؤون العالم الإسلامي، خلال عقد التسعينيات، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠٠١.
١٩. محمد سعيد وحزمة السيد د خليل، تقنيات التأطير الاعلامي وبناء المعنى ، (بيروت: دار العلوم للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠).
٢٠. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٢).
٢١. مرفت الطرابيشي و عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٦).
٢٢. مصطفى يوسف كافي وآخرون، الاعلام الدولي، (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤).
٢٣. ملفين ل. ديفلير وساندرا بول روكتش ، نظريات وسائل الاعلام ، ترجمة: كمال عبد الرؤوف ، (القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٢ م).
٢٤. مي العبدلله ، البحث في علوم الاعلام والاتصال ، (بيروت: دار النهضة العربية ، ٢٠١٨ م).
٢٥. نسرين حسونة نظريات الاعلام والاتصال ، ٢٠١٥ ، شبكة الألوكة نت.
٢٦. هبة يحيى عطية ، المعالجة الاخبارية للقضية الفلسطينية في قناة tv5 وقناة الجزيرة القطرية دراسة تحليلية وميدانية ، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة كلية الاعلام ، ٢٠٠٤.
٢٧. ولاء حسين، محمد علي، المعالجة الإخبارية لظاهرة الإرهاب في الفضائيات الدولية الموجهة بالعربي، دراسة تحليلية مقارنة للفضائيات فرانس ٢٤ – الحرة الأمريكية – روسيا اليوم، كلية الاعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٩.

28. Adam Simon & Micheal Xenos , Media Framing and Effective Public deliberation, 2000, Simon@y.waglington.edu.

29. Robert M. Entman, CA's Ceding activation : Contesting the White, 1993.

30. Town Park, contrast In the Coverge of Korea and japan By VK Television Networks : A Frame AAnalysis, Gazette, Vol.56, No.2, 2003.

31. Robin L. Nali, Exploring me Forming Effects of Emotion : Do Discreet Emotions Differentially Influence Information Accessibility In formation Seeking, and Policy and Policy Prefernce commincation Research, Vol.30, No.2, 2003 .

32. John Harrington, The Media Framing and the Internet : Dominant Ideologies Persist” Available.at :<http://www.sspp.net/arcive/papers/1/2003>.

33. kevin M. Carrage, Newsideology : Analysiso of coverge of the West germen green party by the new york times, journalism monographs, No.128, august,1991.